

LINEヤフー株式会社 決算説明会

2023年度 第3四半期

2024年2月6日

証券コード：4689

LINEヤフー

調整後EBITDAは1,098億円 (YoY+17.4%) で通期ガイダンス上方修正 売上収益4,750億円 (YoY+4.7%) もQ3として過去最高を更新



連結業績

- 広告関連売上収益はディスプレイ広告の回復でYoY+3.7%の成長
- eコマースの国内物販系取扱高がYoY+1.7%とプラス成長に転換
- 戦略事業は調整後EBITDAの黒字が継続し、通期でも黒字化を見込む

トピックス

- LYPプレミアム開始後、日次入会数は2倍以上に増加
- 広告のクリエイティブや配信でAIを活用する新サービスを2024年4月に提供開始
- 調整後EPSは選択と集中や一時要因により、想定以上のペースで回復

目次

1 全社連結業績

2 セグメント別業績・トピックス

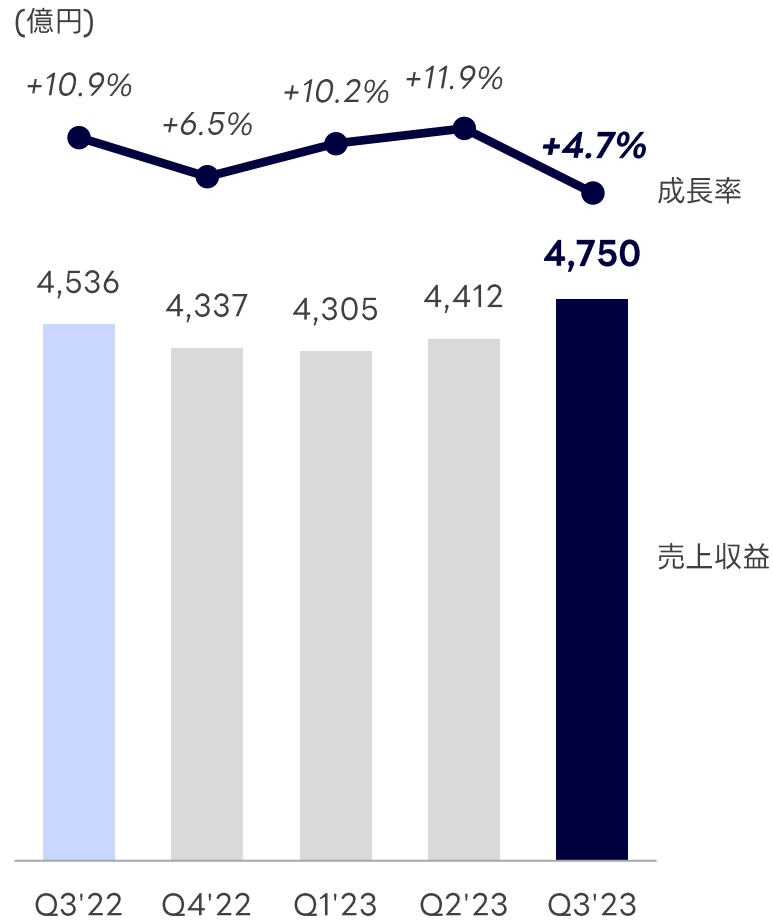
目次

1 全社連結業績

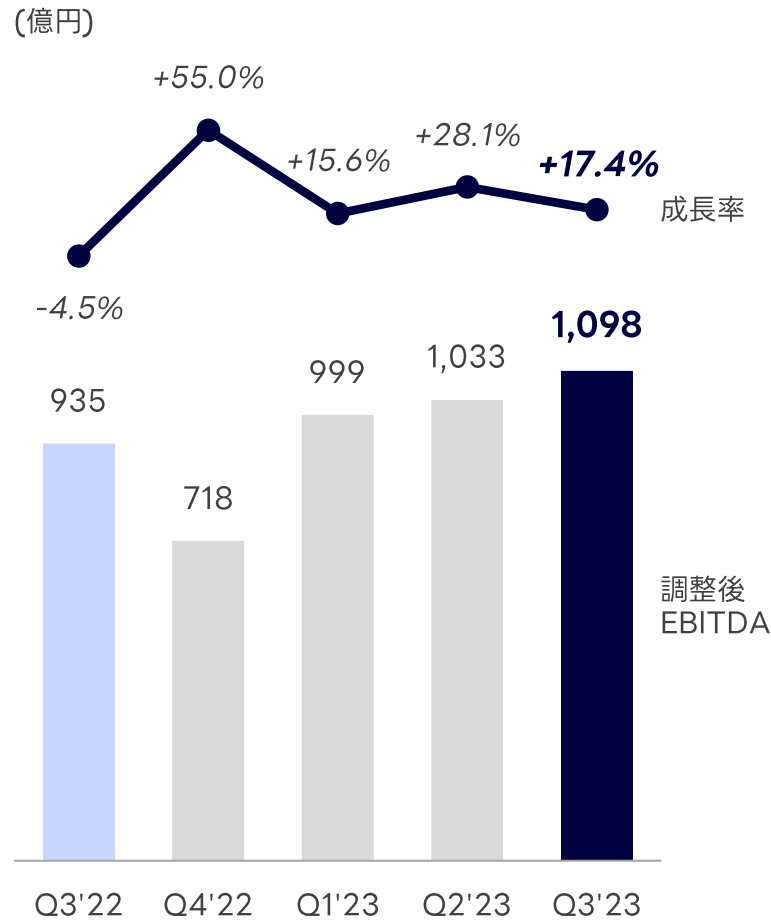
2 セグメント別業績・トピックス

メディア事業と子会社成長により増収、コスト最適化と選択と集中で2桁増益を維持

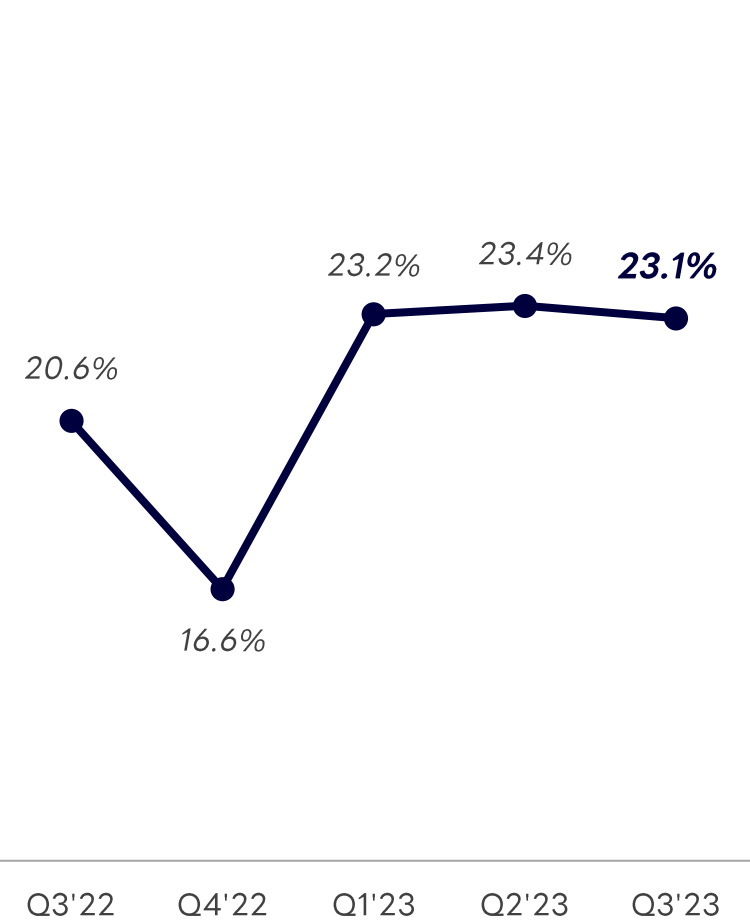
売上収益・成長率 (YoY)



調整後EBITDA・成長率 (YoY)



調整後EBITDAマージン



販管費改善以上に、LINEヤフーの粗利改善が増益に貢献

調整後EBITDA 増減要因

(億円)



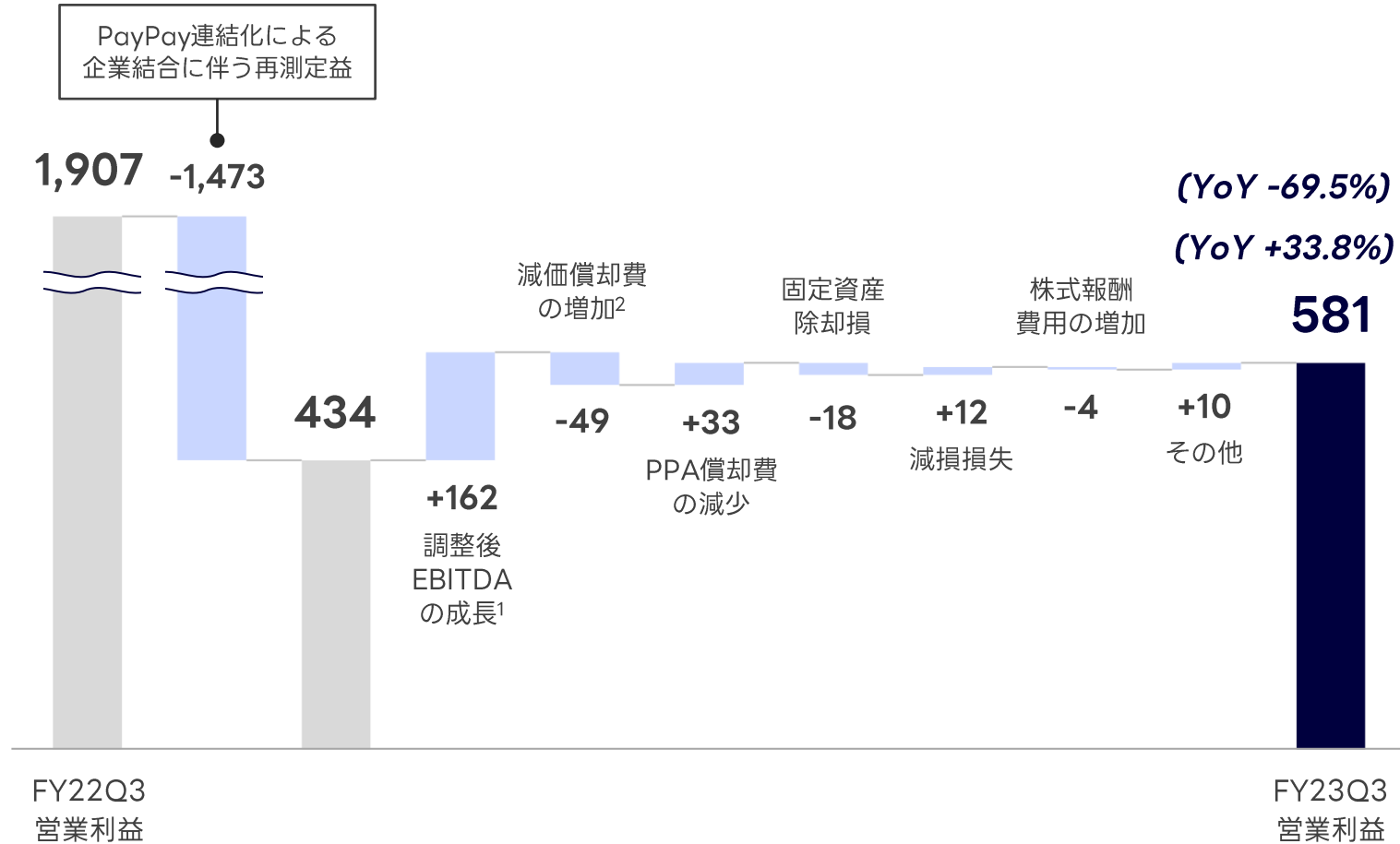
FY23Q3販管費・調整後EBITDA改善項目



1. (株) ZOZO、アスクル(株)、バリューコマース(株)、PayPay連結を除く
2. (株) ZOZO、アスクル(株)、バリューコマース(株)
3. PayPay(株)およびPayPayカード(株)を含む。両社間の内部取引消去後の数値。当社にて関連するIFRS調整を行い独自に算出
4. 財務会計上の販管費の改善金額
5. 財務会計上のEBITDAの改善金額

PayPay連結化による一時益を除くと、収益性改善で33%の増益

(億円)



(億円)

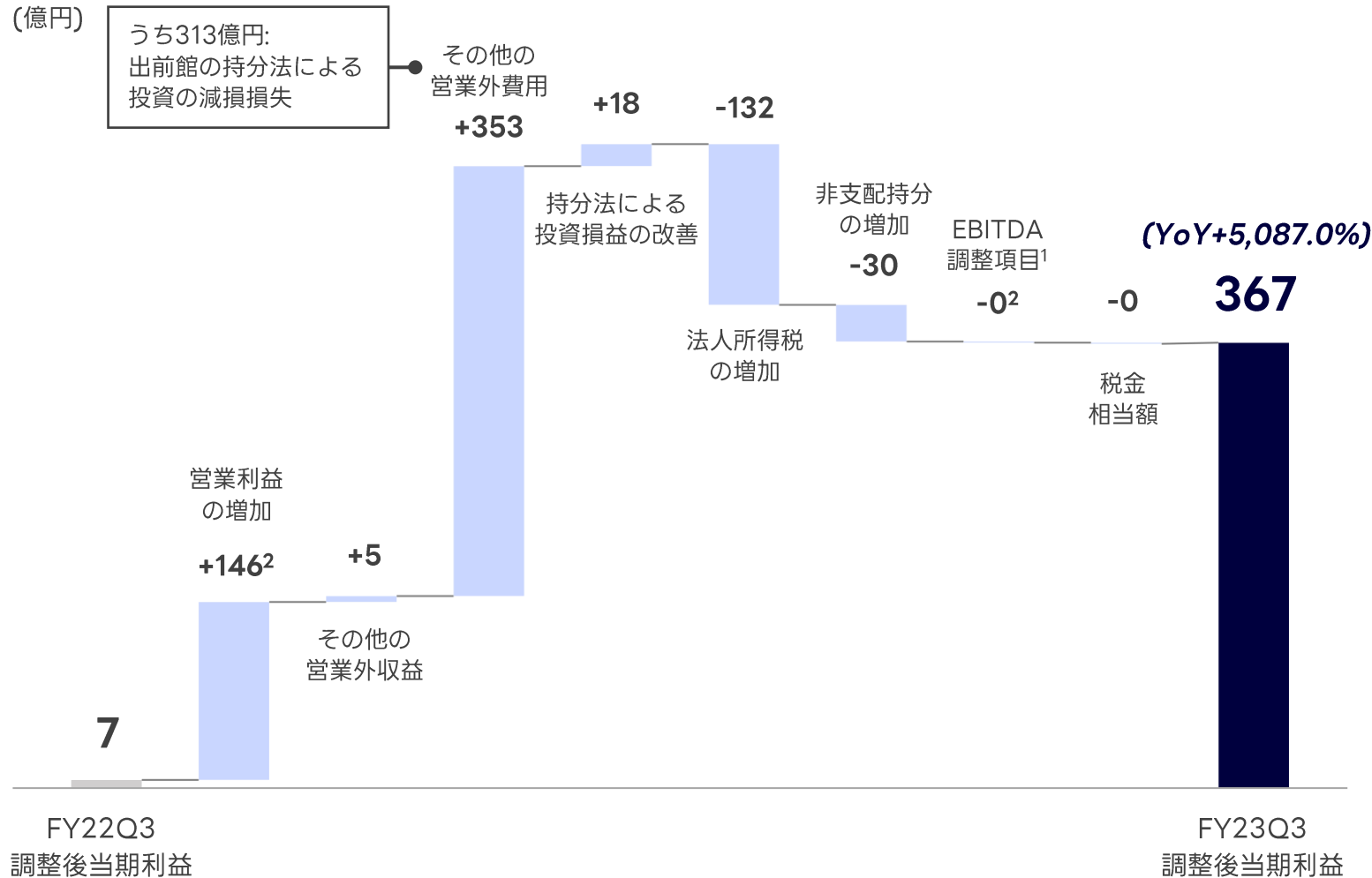
	FY22Q3	FY23Q3	YoY
調整後EBITDA ¹	935	1,098	+162
減価償却費 ²	290	339	+49
PPA償却費	92	59	-33
固定資産除却損	3	21	+18
減損損失	24	11	-12
株式報酬費用	38	42	+4
その他	51	41	-10
PayPay連結化による企業結合に伴う再測定益	1,473	-	-1,473
営業利益	1,907	581	-1,326
営業利益 (PayPay連結化による企業結合に伴う再測定益除く)	434	581	+146

1. 調整後EBITDA:営業利益 + 減価償却費及び償却費 ± EBITDA調整項目。EBITDA調整項目:営業収益・費用の内、非經常かつ非現金の取引損益 (固定資産除却損、減損損失、株式報酬費用、段階取得差損益、その他現金の流出が未確定な取引 (一時的な引当金等) 等)。また、一部ファンドの保有株式の売却損益。2022年度第3四半期より定義を変更。減価償却費及び償却費に一部の賃借料を、EBITDA調整項目に一部ファンドの保有株式の売却損益を追加

2. 減価償却費及び償却費: 減価償却費、使用権資産減価償却費、一部の賃借料

調整後当期利益の増減分析

営業利益の増加に加え、前年の減損損失が無くなり大幅増益



(億円)

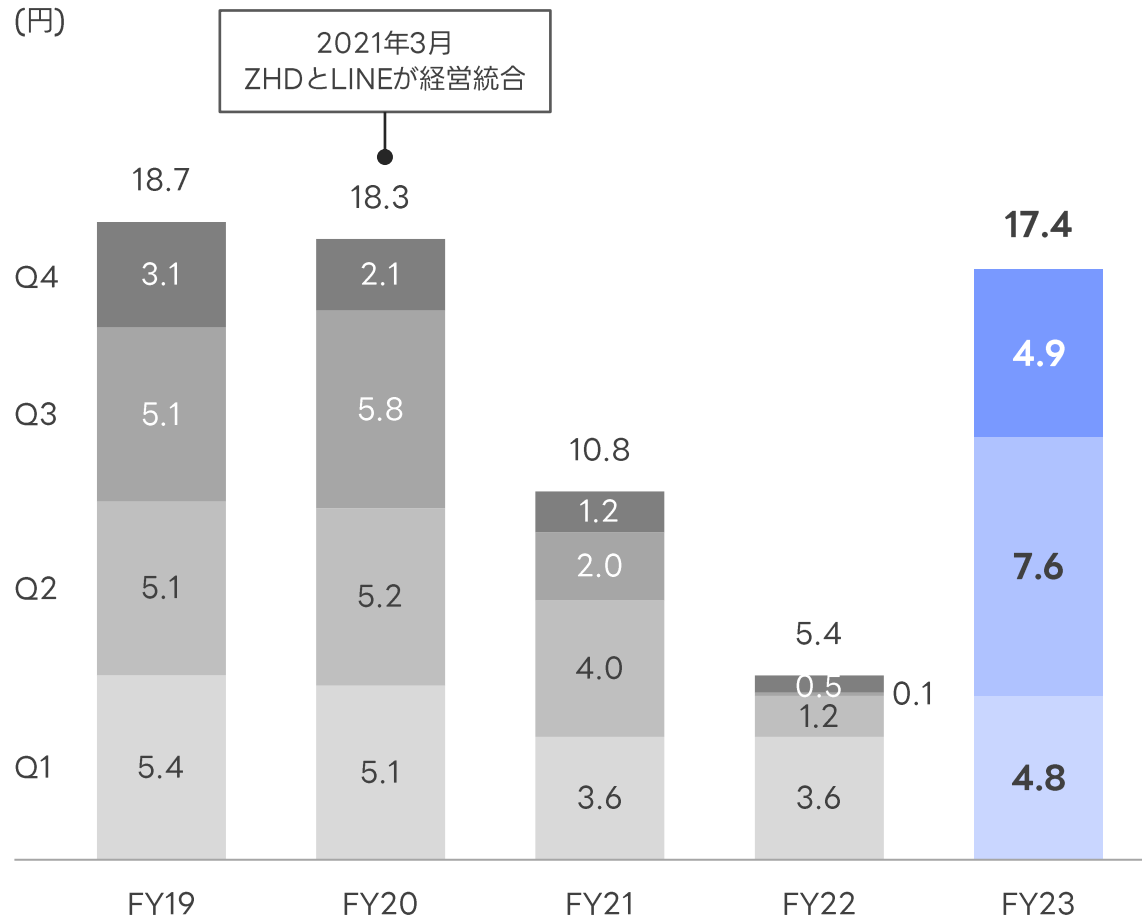
	FY22Q3	FY23Q3	YoY
営業利益	1,907	581	-1,326
営業利益 (PayPay連結化による企業 結合に伴う再測定益除く)	434	581	+146
その他の営業外収益	8	13	+5
その他の営業外費用	429	75	-353
持分法による投資損益	-70	-52	+18
法人所得税	-16	115	+132
非支配持分	34	65	+30
親会社の所有者に 帰属する当期利益	-74 ²	287	+361
EBITDA調整項目 ¹	117 ²	117	-0
税金相当額	36	37	-0
調整後当期利益	7	367	+360

1. EBITDA調整項目: 営業収益・費用の内、非経常かつ非現金の取引損益 (固定資産除却損、減損損失、株式報酬費用、段階取得差損益、その他現金の流出が未確定な取引 (一時的な引当金等) 等)。また、一部ファンドの保有株式の売却損益

2. PayPay連結化による企業結合に伴う再測定益 1,473億円を除く

選択と集中や一時要因により、想定以上のペースで回復

調整後EPS



方針・取組み

方針

3~4年以内を目途に
経営統合前の水準 (FY19: ¥18.7) へ

取組み

1

役員報酬評価指標に調整後EPSを反映

2

分子となる利益改善

3

分母となる資本最適化

開発の効率化と広告機能を改善

開発業務

GitHub Copilotの導入

- コーディング作業でAIがコード記述を提案し、AIの視点で改善点等をとらえることで業務を効率化
- 23年10月13日より、LINEヤフーの全エンジニア約7,000名¹を対象に順次導入を開始

効果

1人あたりの1日のコーディング時間

約1~2時間削減

開発業務指標²

約10~30%向上

検索広告

クリエイティブ自動生成

- 過去のクリエイティブやパフォーマンスを考慮してクリエイティブを自動生成

24年4月
提供開始
予定

インプット (文字数・キーワード・商品情報等)



Yahoo!広告のデータが
ファインチューニング
された独自AI

クリエイティブの生成

ディスプレイ広告

自動ターゲティング

- コンバージョンユーザーを自動で予測して広告をターゲティング配信

LINE広告 - オートターゲティング



23年4月
提供開始

Yahoo!広告 - スマートターゲティング



24年3月
提供開始
予定

1. 2024年1月末時点で約1,400名が利用中

2. GitHub Copilotユーザーの活動を示す指標 (コードの変更、コード変更の共有、コードのレビュー) 等を総合的に評価。導入前の検証期間中の実績

選択と集中が順調に進み、調整後EBITDAを上方修正

全社コストの配賦見直しやサービス移管を実施し、FY22以降の業績を遡及修正

セグメント	項目	遡及修正前			遡及・ガイダンス修正後		
		FY2022	FY2023	YoY	FY2022	FY2023	YoY
全社	売上収益	約1.67 兆円	約1.90 兆円	約+14 %	約1.67 兆円	約1.82 兆円	約+9 %
	調整後EBITDA	3,326 億円	3,560~3,660 億円	約+10 %	3,326 億円	3,900 億円	+17.3 %
メディア ¹	広告売上収益 ²	5,424 億円	-	+1桁前半 %	5,424 億円	-	+1桁前半 %
	調整後EBITDA	2,580 億円	2,650 億円	+2.7 %	2,380 億円	2,510 億円	+5.5 %
コマース ¹	売上収益	8,364 億円	-	+1桁半ば~後半 %	7,928 億円	-	+1桁半ば %
	調整後EBITDA	1,541 億円	1,720 億円	+11.6 %	1,145 億円	1,270 億円	+10.9 %
戦略	調整後EBITDA	-461 億円	-255 億円	-	-318 億円	30 億円	-
その他・調整額 ^{1,3,4}	調整後EBITDA	-333 億円	-515 億円	-	118 億円	90 億円	-23.7 %

1. FY23Q3に、コマース事業に区分されていた会員サービス事業をメディア事業に移管。また、その他事業に区分されていた、メールサービスをメディア事業に移管。これに伴い、FY22、FY23Q1、Q2の業績を遡及修正

2. メディア事業の売上収益から、メディア事業の「その他」を除いた数値

3. FY23Q3に、調整額に計上されていた、スタッフ部門、テクノロジー部門の人員費、データセンターおよび社内インフラに関わる費用を各セグメントに配賦。加えて合併に伴う、計上科目の変更を反映。これに伴い、FY22、FY23Q1、Q2の業績を遡及修正

4. FY23Q1から、社内開発に伴う費用を資産計上する際の科目を変更。これに伴い、FY23Q3において、調整額のFY22の業績を遡及修正

目次

1

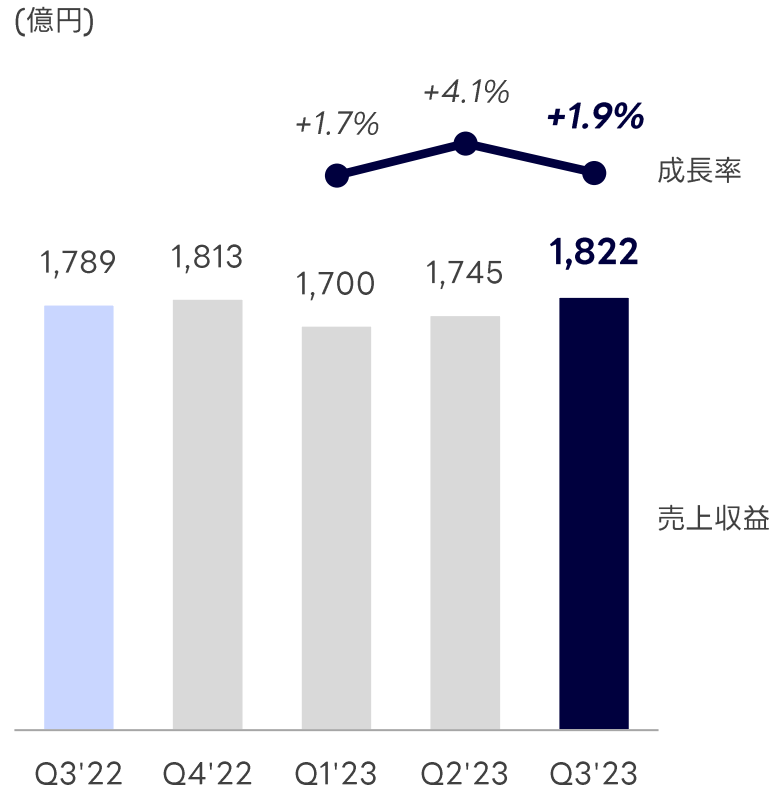
1 全社連結業績

2

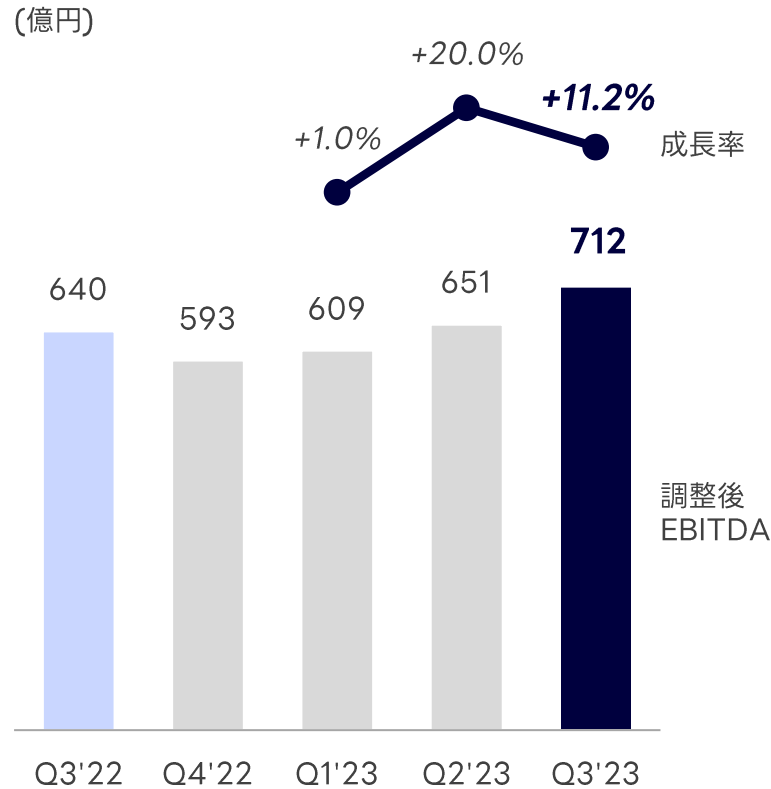
2 セグメント別業績・トピックス

広告の緩やかな改善で増収増益。特にアカウント広告がマージン改善をけん引

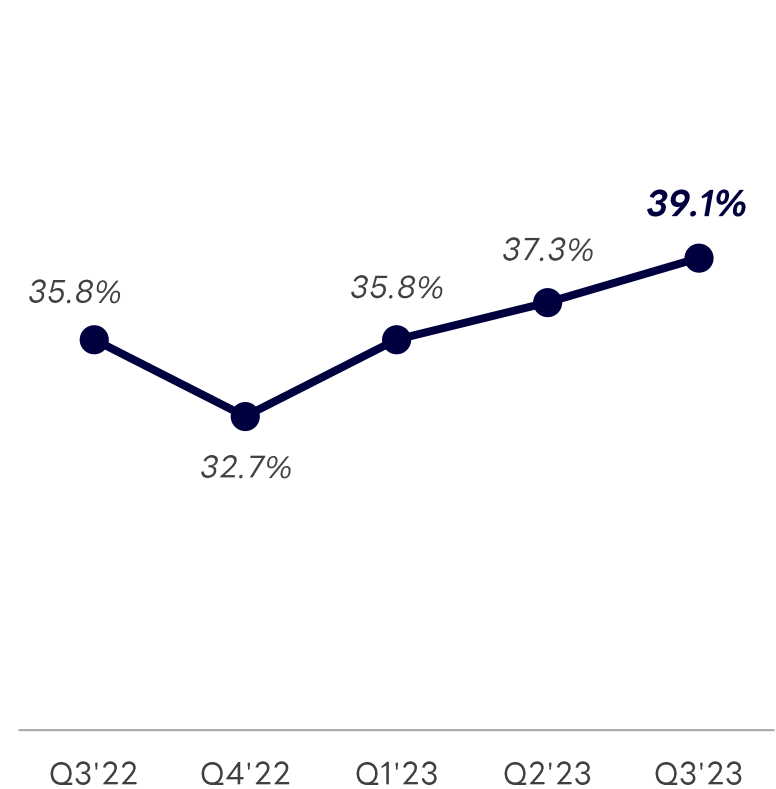
売上収益・成長率^{1,2,3} (YoY)



調整後EBITDA・成長率^{1,2,3} (YoY)



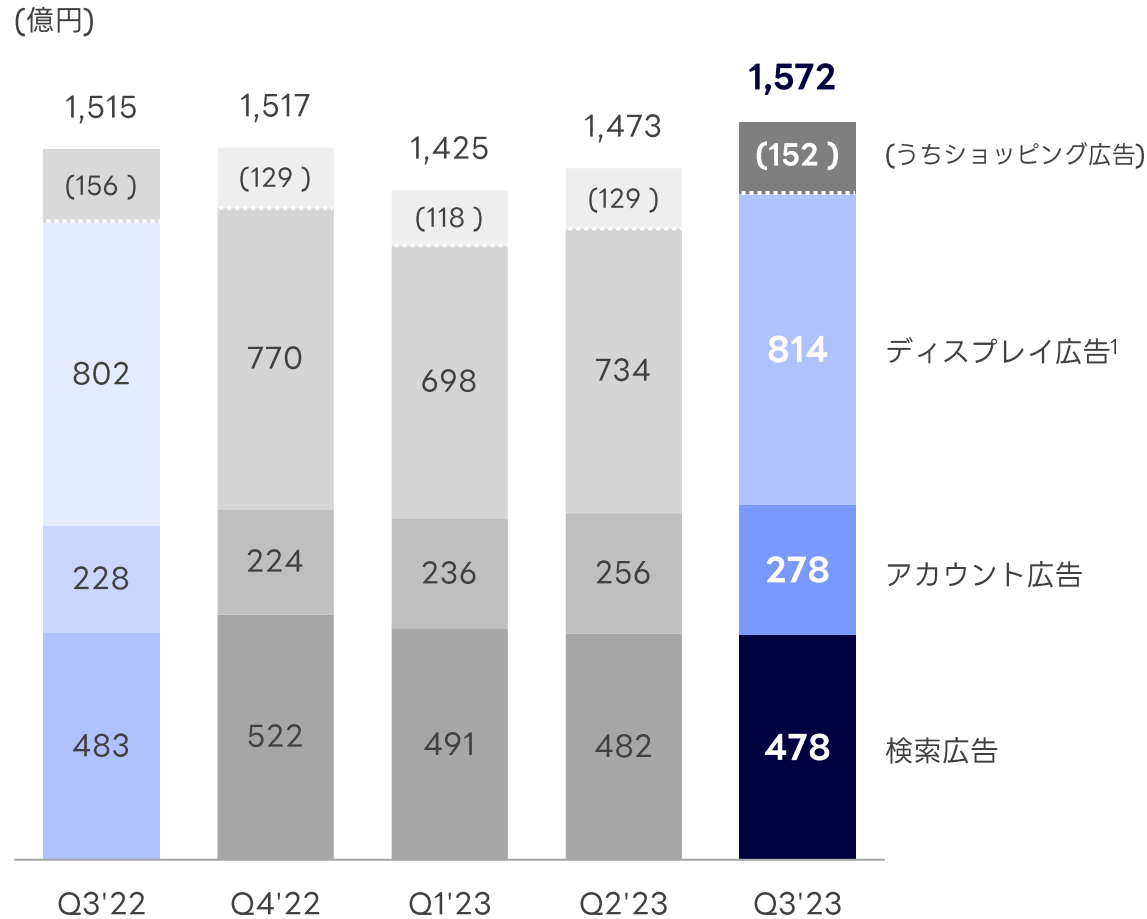
調整後EBITDAマージン^{1,2,3}



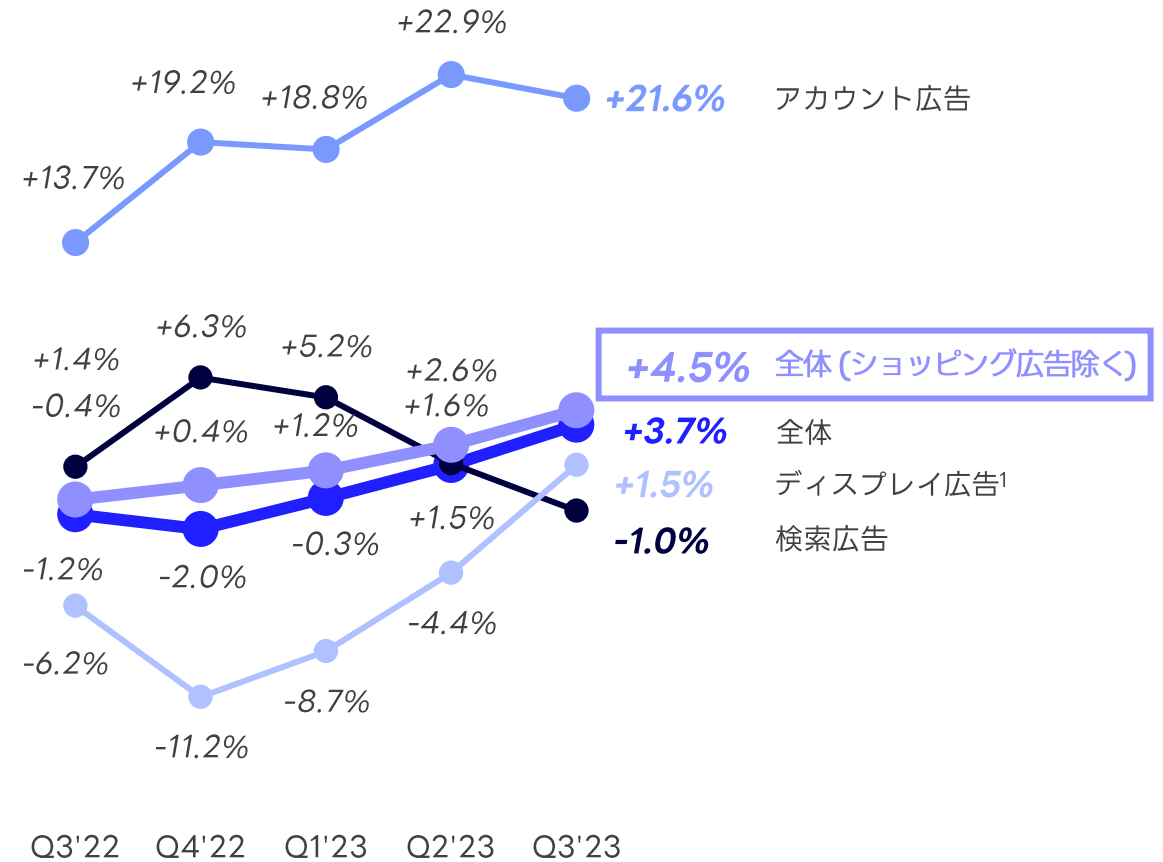
1. FY23Q1より、その他に区分されていたヤフー(株)のデータソリューションサービスおよびdely(株)のサービスをメディア事業に移管し、その他および調整額に配賦していたLINE(株)およびその子会社に関する費用の一部をメディア事業に配賦。これによりFY22のセグメント情報を修正
2. FY23Q3に、コマース事業に区分されていた会員サービス事業をメディア事業に移管。また、その他事業に区分されていた、メールサービスをメディア事業に移管。これに伴い、FY22、FY23Q1、Q2の業績を遡及修正
3. FY23Q3に、調整額に計上されていた、スタッフ部門、テクノロジー部門の人員費、データセンターおよび社内インフラに関わる費用を各セグメントに配賦。加えて合併に伴う、計上科目の変更を反映。これに伴い、FY22、FY23Q1、Q2の業績を遡及修正

ディスプレイ広告がプラス成長に転じ、緩やかな改善が継続

全社 広告関連売上収益



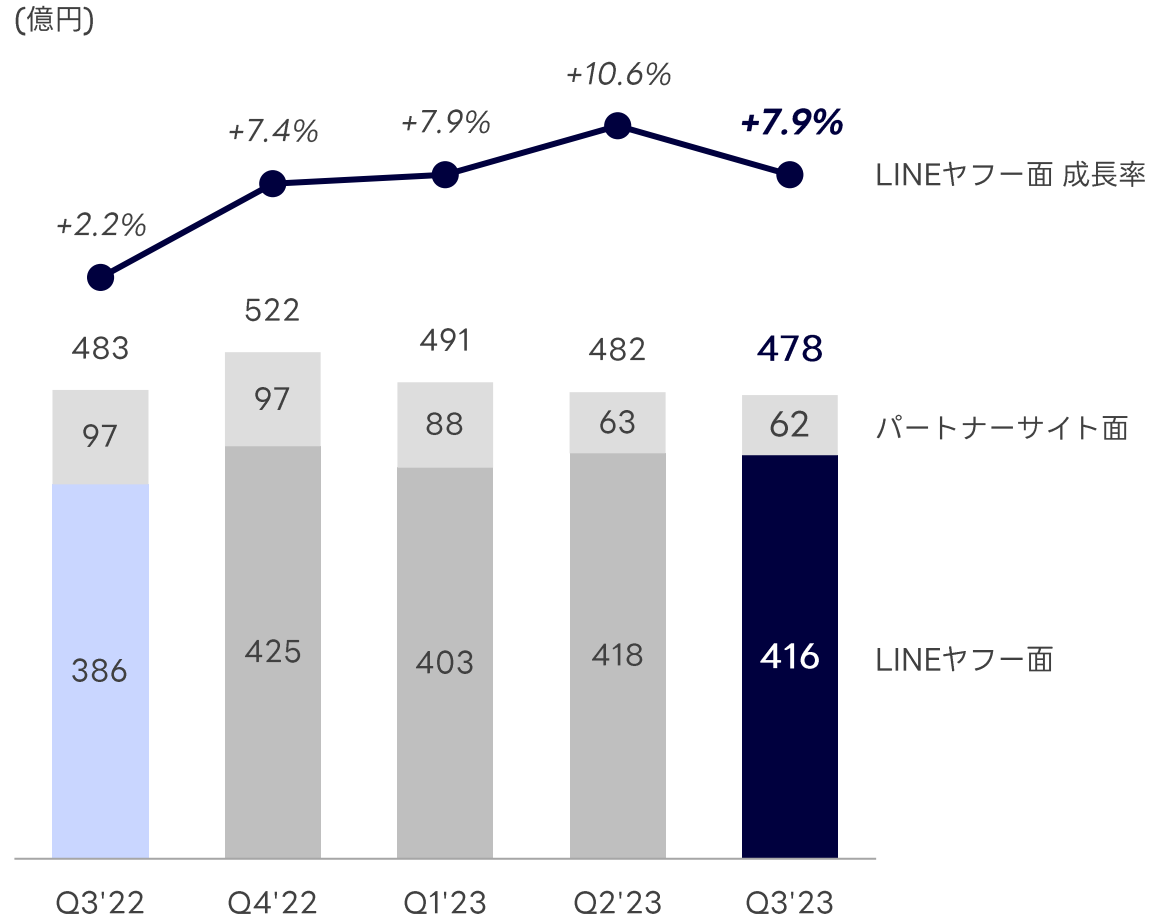
全社 広告関連売上収益 成長率 (YoY)



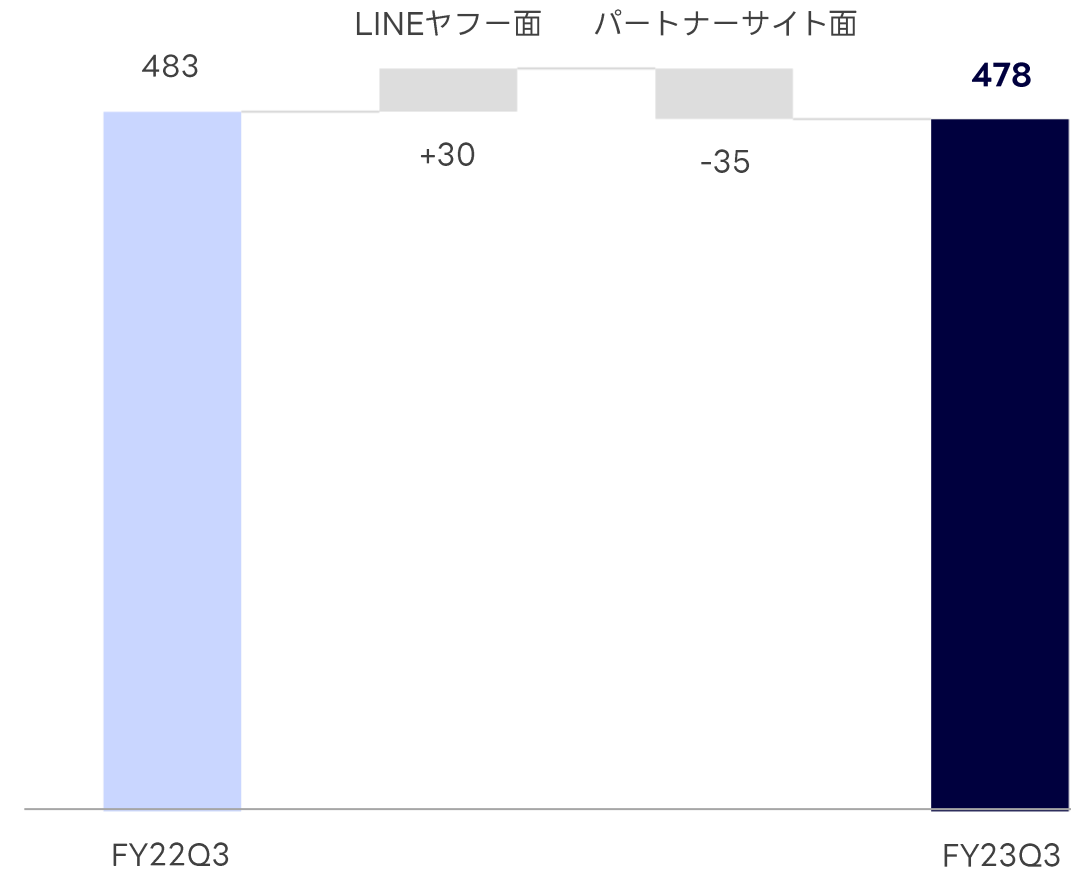
1. ディ스플레이広告には、その他LINE広告およびショッピング広告の売上収益を含む。ショッピング広告の売上収益はコマース事業に計上

収益性が低いパートナーサイト面が減収となるも、LINEヤフー面は増収を維持

検索広告売上収益・成長率 (YoY)



検索広告売上収益 増減要因



アカウント連携数は順調に拡大、LYPプレミアム開始で会員数増加を目指す

アカウント連携

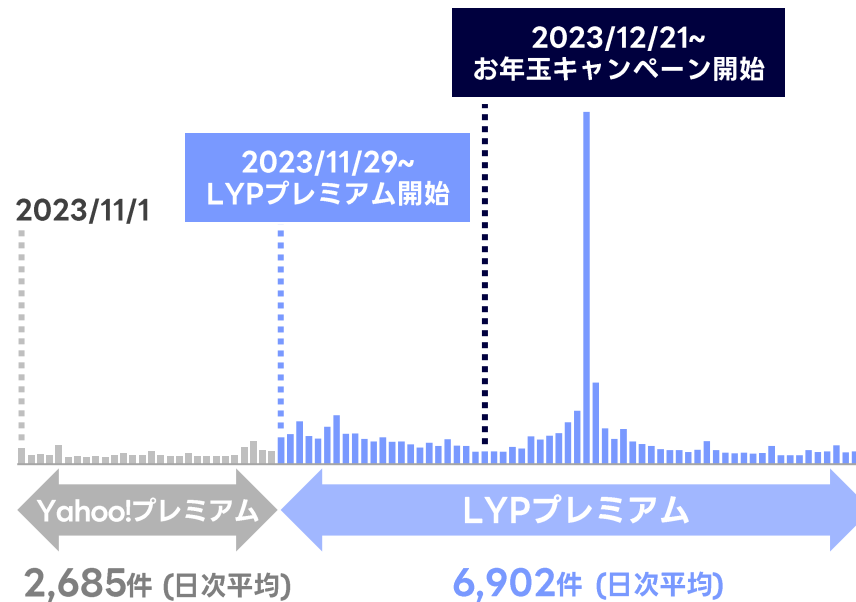
LYPプレミアム

LINEとYahoo! JAPANの
アカウント連携実績¹

アカウント連携数
2,322万

Yahoo!プレミアム・LYPプレミアム²日次入会数³

入会数日次平均はYahoo!プレミアム時の2倍超に増加



会員獲得施策

- ・ 新規登録ユーザー向けキャンペーン
- ・ マスマーケティング

追加予定特典

- ・ LINE: 複数アカウントの利用
- ・ LINE: リアルタイムバックアップ (画像やトークのバックアップ)

+

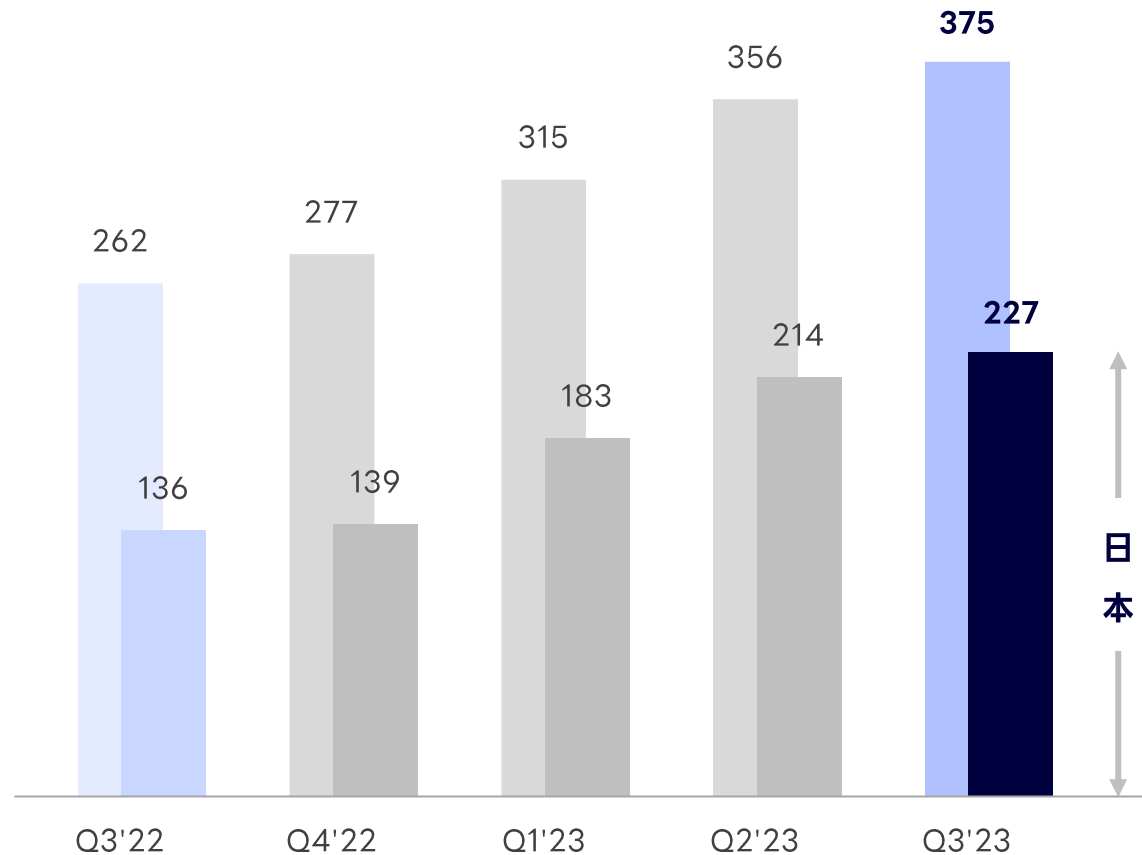
他の特典も
追加予定

1. 2024年1月末時点
2. 「Yahoo!プレミアム」は2023年11月29日に「LYPプレミアム」にサービス名称を変更
3. 2023年11月1日から2024年1月31日までの日次入会数

プラン改定により有償アカウント数は増加、機能強化も継続的に実施

有償LINE公式アカウント (グローバル・日本) の推移¹

(千件)



1. 各四半期末時点の有償アカウント数を記載

機能強化

グループサービスとの連携

- Yahoo!マップとYahoo!検索からLINE公式アカウントの友だち追加が可能になる機能強化を実施
- サービス間連携により送客強化



グループ機能

- 複数アカウントの運用を一括設定できる機能を拡張
- 運用コスト低減により、チェーン店等を獲得し、利用を促進

23年11月
提供開始



複数のLINE公式アカウントを運用する企業・店舗

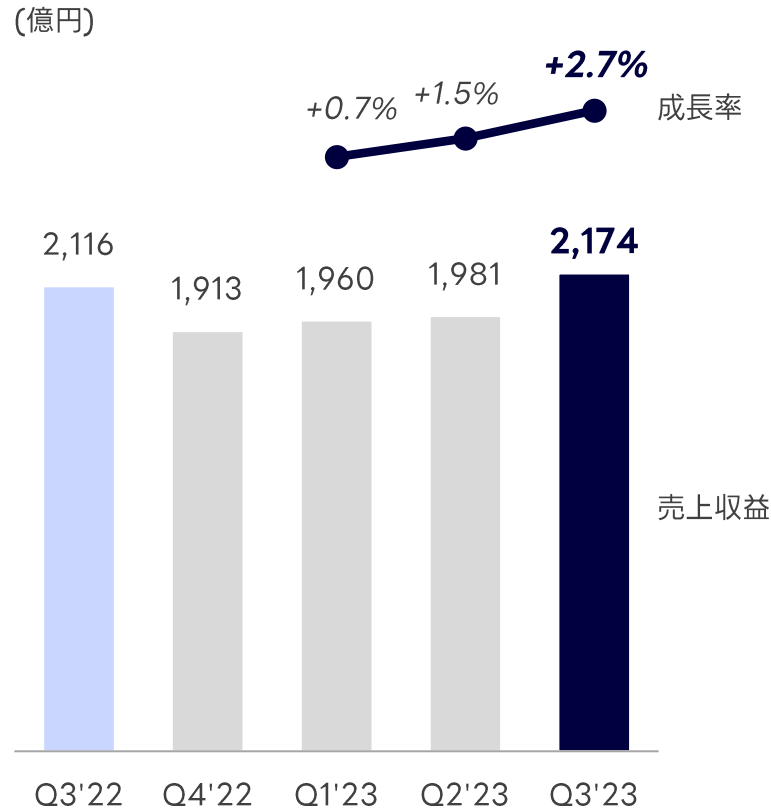
メッセージ配信先を友だちの属性(性別、年齢等)で絞り込み

グループ内で一括設定した配信先に送信

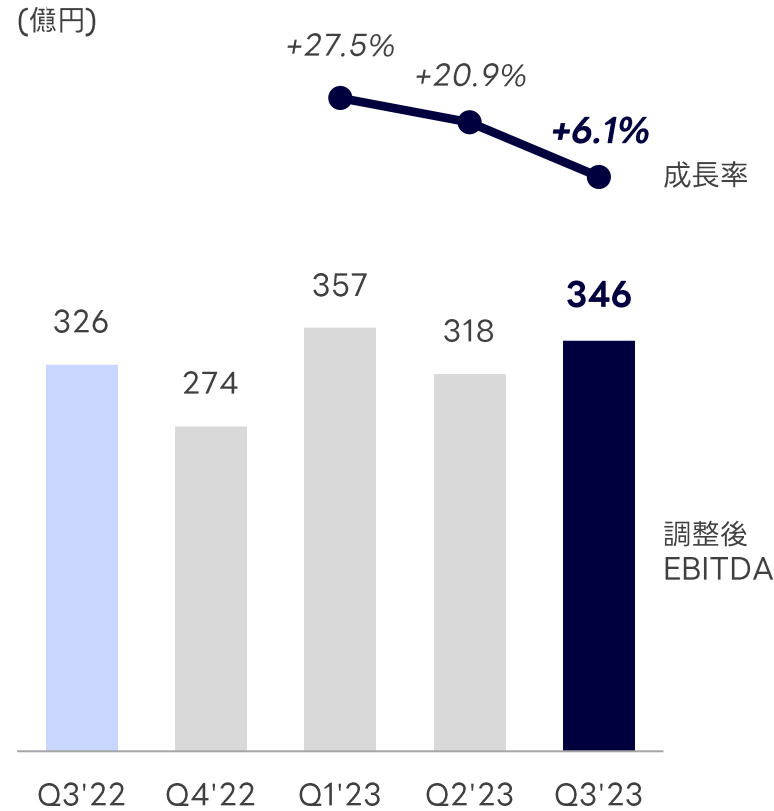
運用コストが低減

国内物販系取扱高が改善し、増収増益

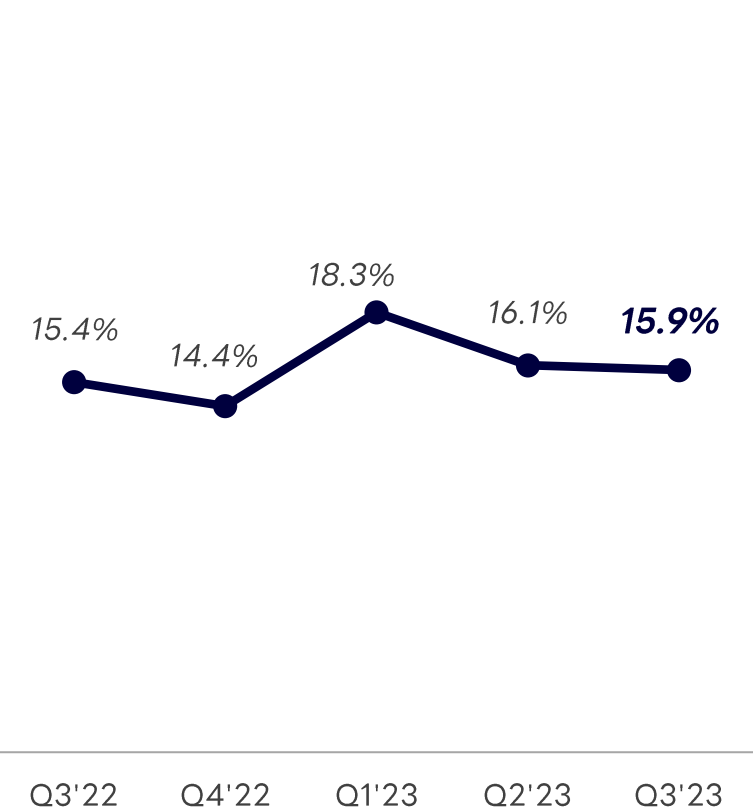
売上収益・成長率^{1,2,3} (YoY)



調整後EBITDA・成長率^{1,2,3} (YoY)



調整後EBITDAマージン^{1,2,3}

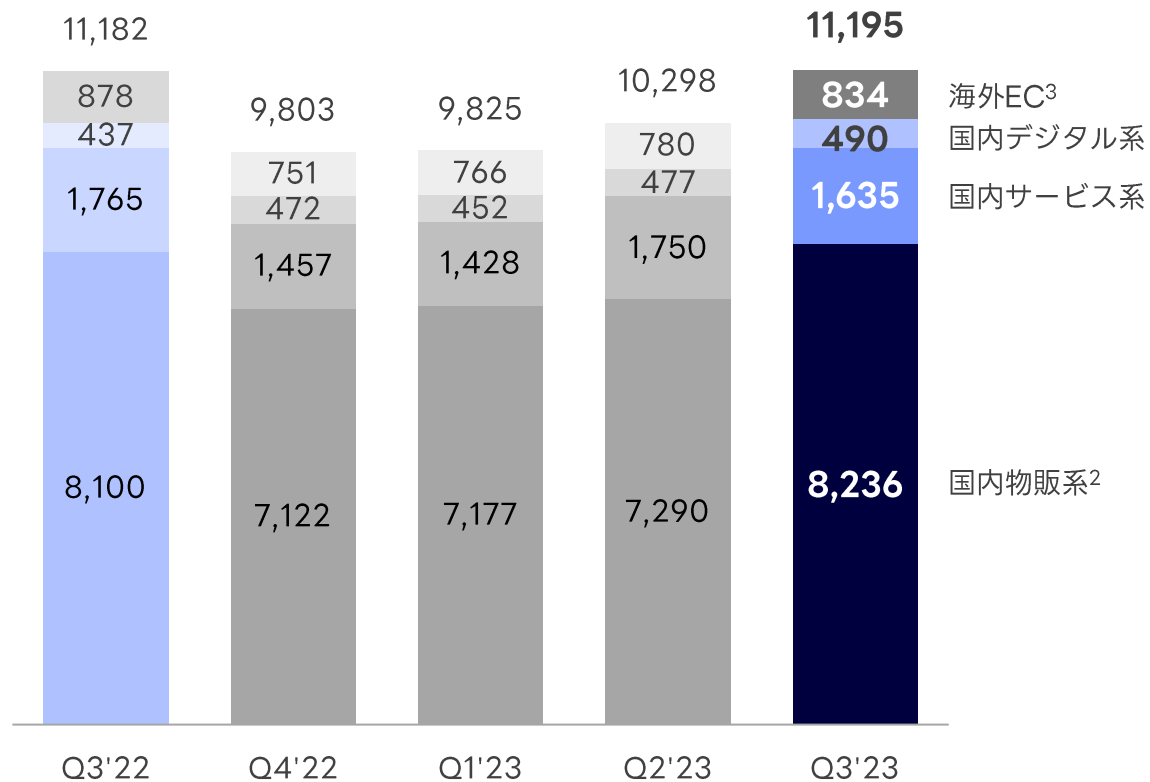


1. FY23Q1より、その他および調整額に配賦していたLINE (株) およびその子会社に関する費用の一部をコマース事業に配賦。これによりFY22のセグメント情報を修正
 2. FY23Q3に、コマース事業に区分されていた会員サービス事業をメディア事業に移管。また、その他事業に区分されていた、メールサービスをメディア事業に移管。これに伴い、FY22、FY23Q1、Q2の業績を遡及修正
 3. FY23Q3に、調整額に計上されていた、スタッフ部門、テクノロジー部門の人員費、データセンターおよび社内インフラに関わる費用を各セグメントに配賦。加えて合併に伴う、計上科目の変更を反映。これに伴い、FY22、FY23Q1、Q2の業績を遡及修正

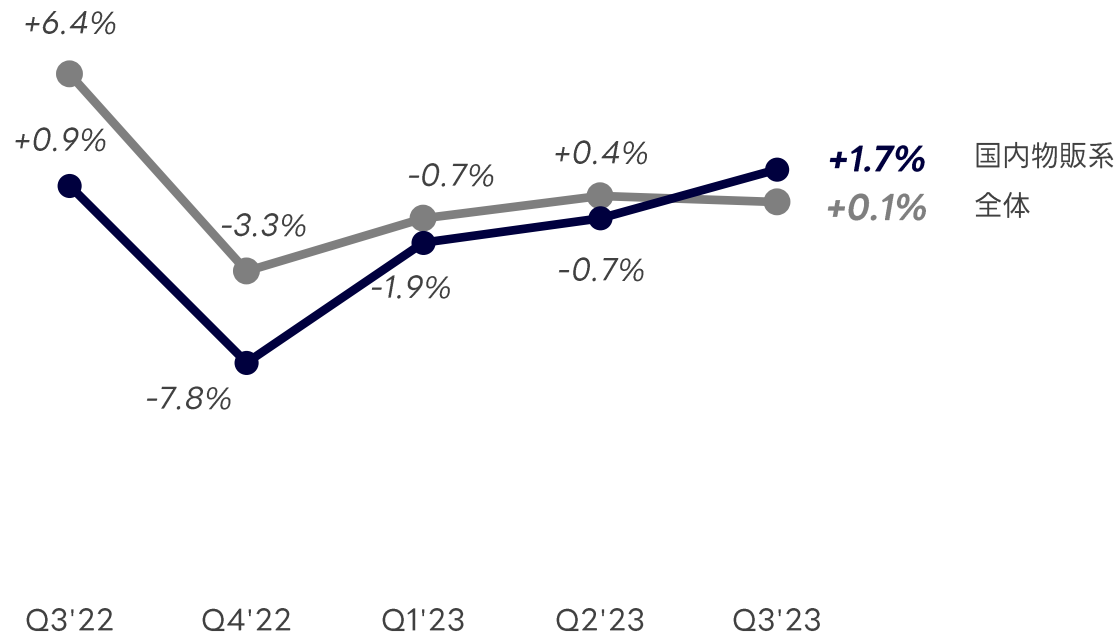
国内物販系取扱高がプラス成長に転換

全社 eコマース取扱高¹

(億円)



全社 eコマース取扱高¹ 成長率 (YoY)



1. 取扱高の定義は補足資料P20参照

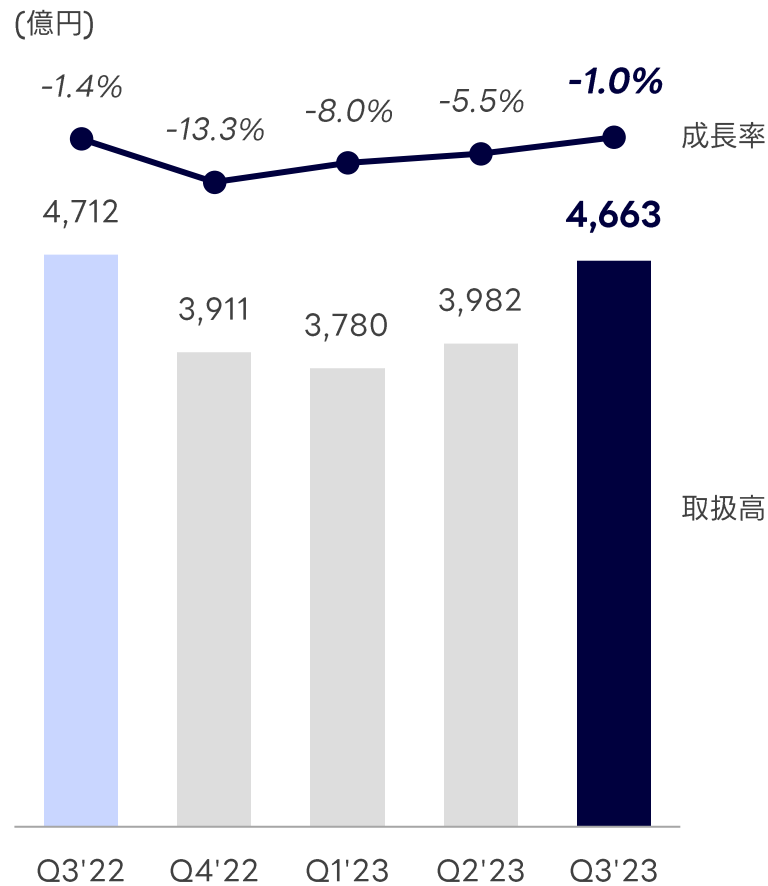
2. FY23Q1より定義変更し、アスクルBtoB事業 (インターネット経由) に「APMRO」、「FEEDデンタル」の取扱高を含む

3. FY23Q1より「ZOZOFIT」の取扱高を含む

ショッピングは取扱高が回復基調。トラベルは前年の全国旅行支援の影響で反動減

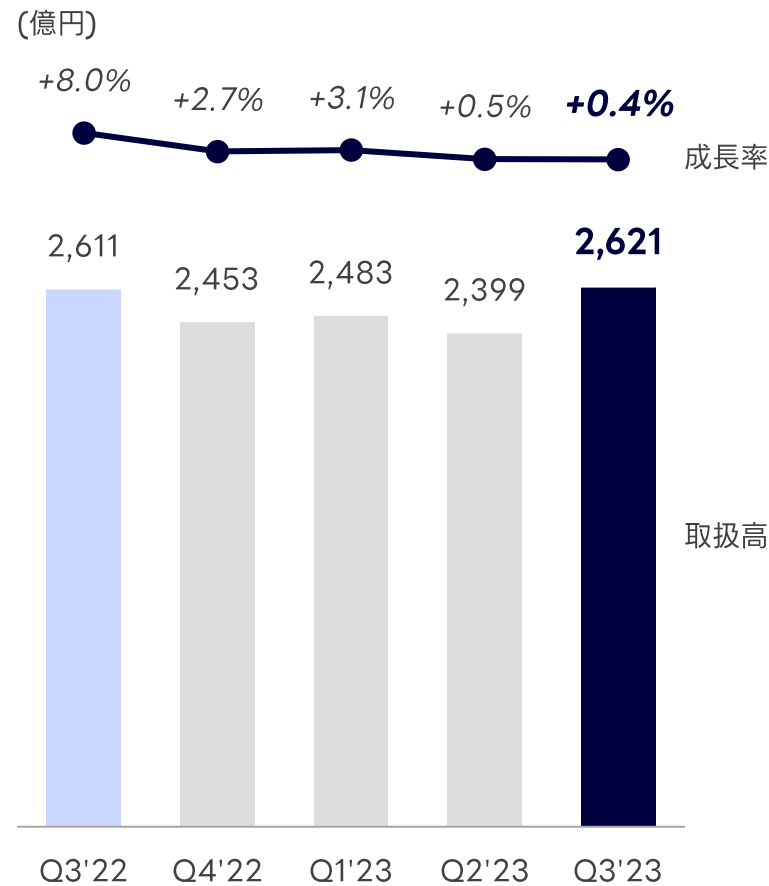
国内ショッピング取扱高¹・成長率 (YoY)

Yahoo!ショッピング、LINEギフト、ZOZOTOWN、LOHACO 等



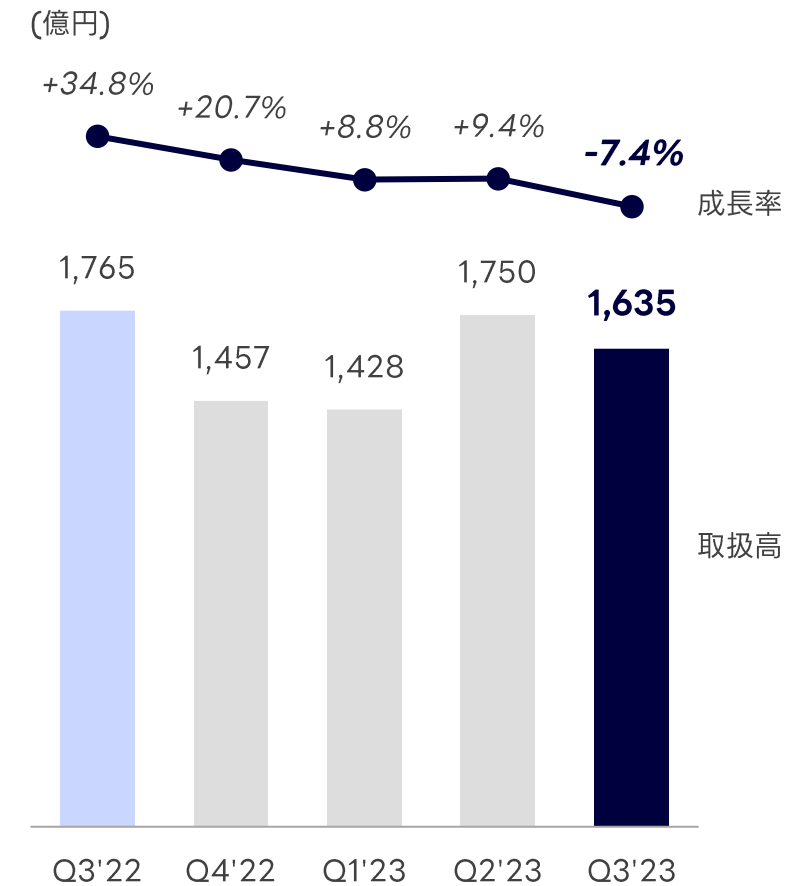
国内リユース取扱高¹・成長率 (YoY)

Yahoo!オークション、Yahoo!フリマ、ZOZOUSED



国内サービス取扱高¹・成長率 (YoY)

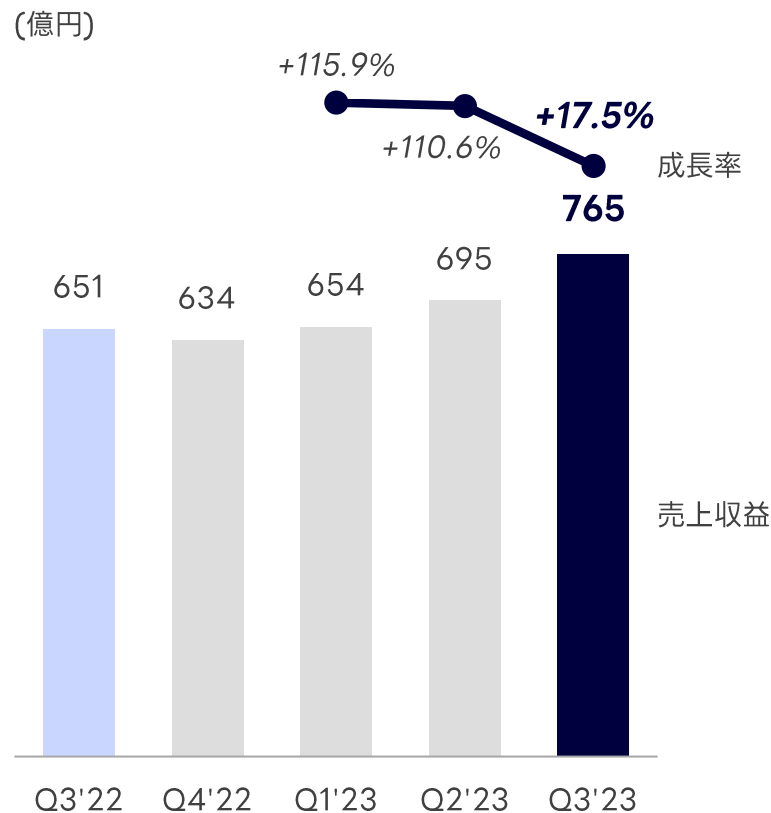
一休.com、Yahoo!トラベル、Yahoo!ロコ、出前館 等



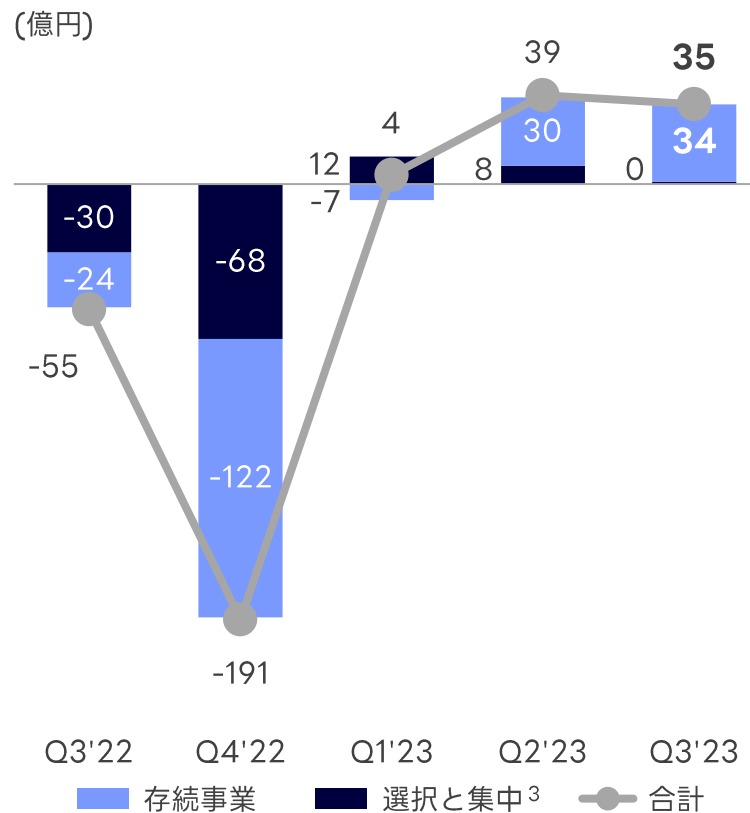
1. 取扱高の定義は補足資料P20参照

売上収益は2桁成長、調整後EBITDAは選択と集中と事業成長により増益

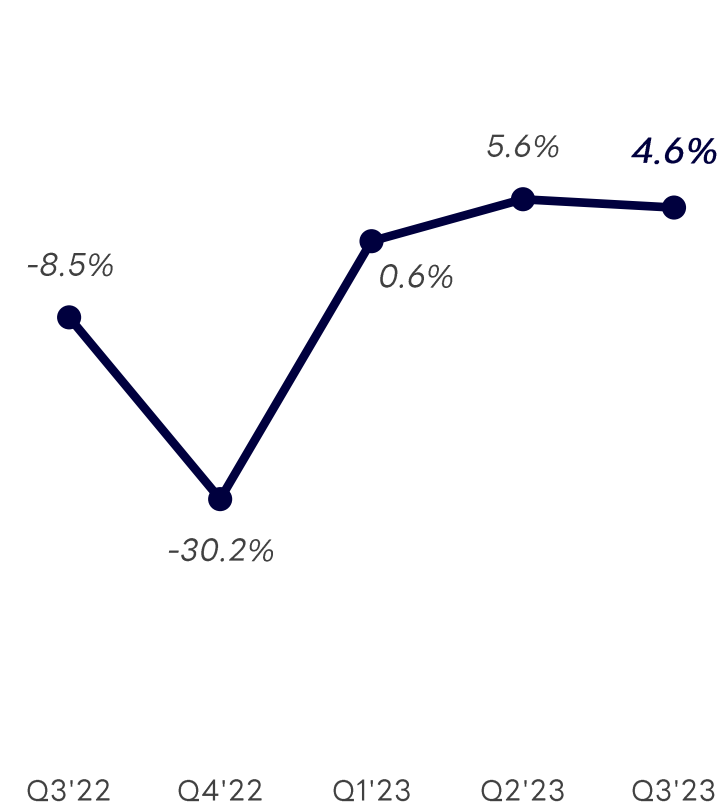
売上収益・成長率^{1,2} (YoY)



調整後EBITDA^{1,2}



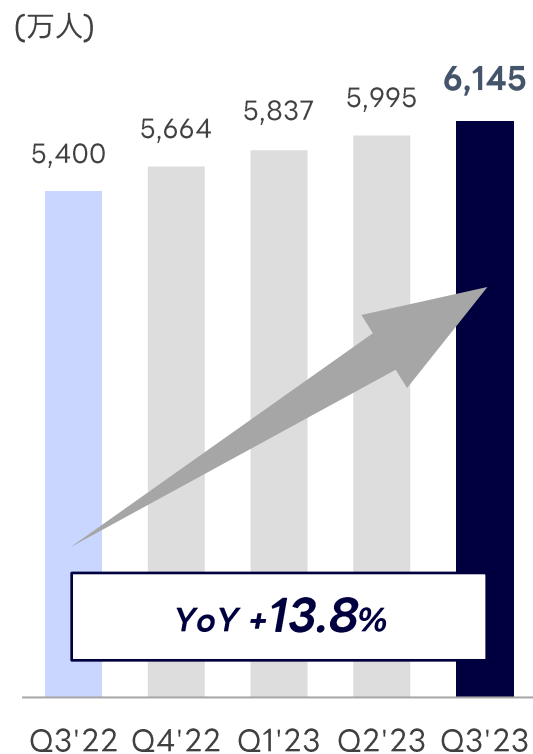
調整後EBITDAマージン^{1,2}



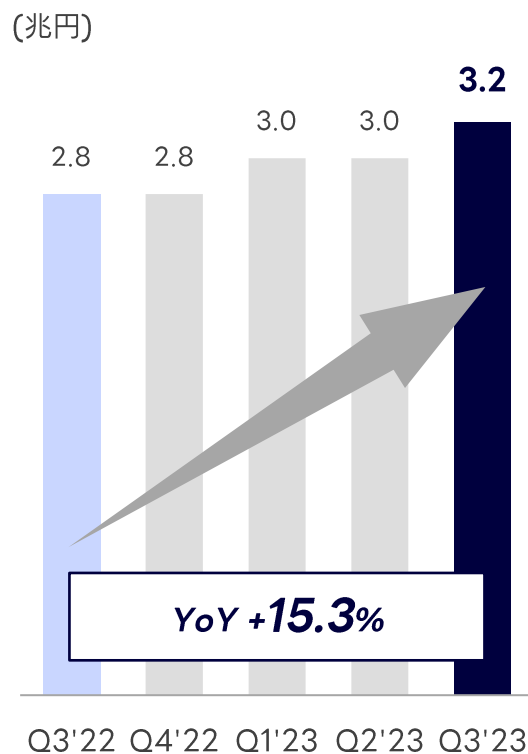
1. FY23Q1より、その他および調整額に配賦していたLINE (株) およびその子会社に関する費用の一部を戦略事業に配賦。これによりFY22のセグメント情報を修正
 2. FY23Q3に、調整額に計上されていた、スタッフ部門、テクノロジー部門の人員費、データセンターおよび社内インフラに関わる費用を各セグメントに配賦。加えて合併に伴う、計上科目の変更を反映。これに伴い、FY22、FY23Q1、Q2の業績を遡及修正
 3. LINE証券 (株)、LINE AI事業、LINE Bank設立準備 (株)

登録ユーザー数・連結取扱高の成長により、連結売上高は引続き成長

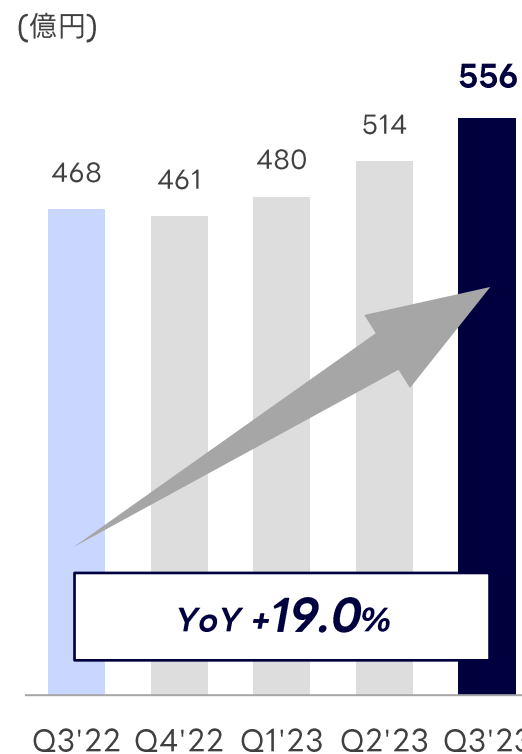
登録ユーザー数¹



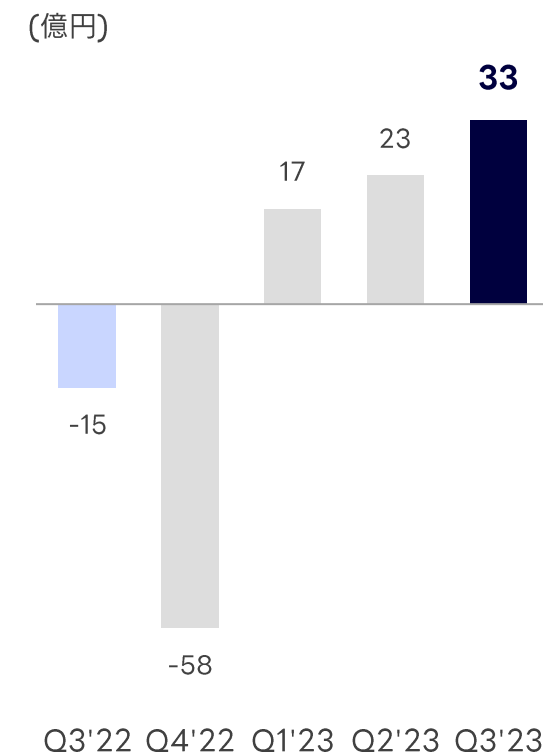
連結取扱高^{2,3}



連結売上高⁴



連結EBITDA⁵

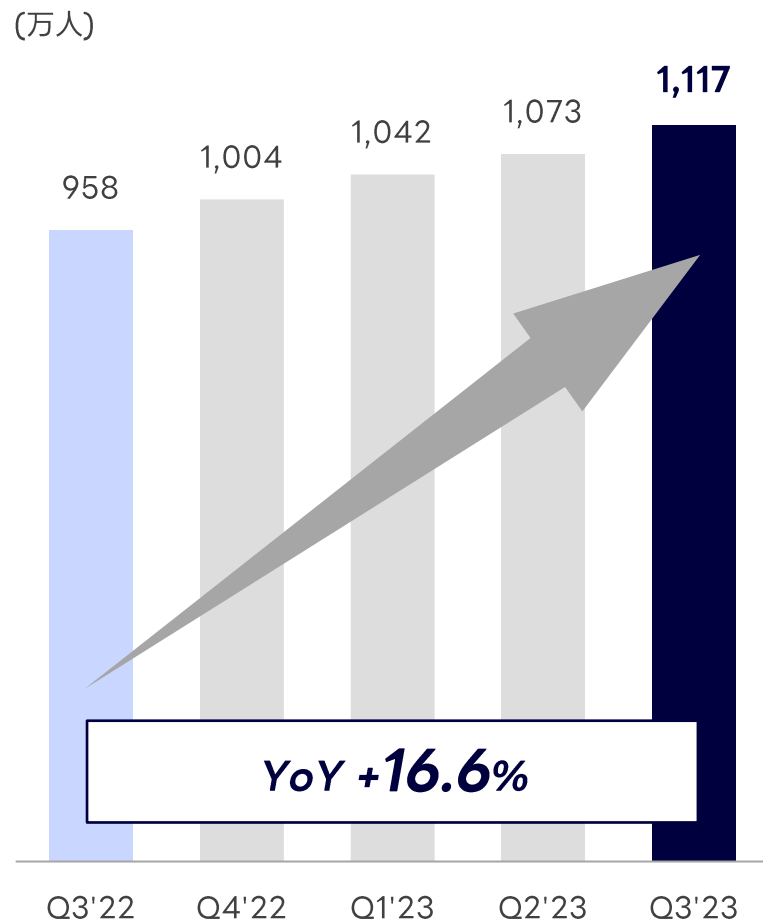


1. 各四半期末時点のPayPayのアカウント登録済みユーザー数
 2. ユーザー間での「PayPay残高」の「送る・受け取る」機能の利用は含まず。2021年度Q4以降は「Alipay」、「LINE Pay」等経由の決済を含む。2022年2月より提供開始した「クレジット(旧あと払い)」による決済を含む。PayPayカード(株)の取扱高をFY21期初から連結して表示。両社間の内部取引消去後
 3. 値は10億円単位で端数切り捨ての上、1,000億円単位で四捨五入
 4. PayPay(株)連結の売上高。持分プーリング法の適用により、PayPayカード(株)の財務諸表をFY21期初から連結。両社間の内部取引消去後。非監査の数値
 5. PayPay(株)連結のEBITDA。営業利益に減価償却費および除却損を足し戻したもの。持分プーリング法の適用により、PayPayカード(株)の財務諸表をFY21期初から連結。両社間の内部取引消去後。非監査の数値

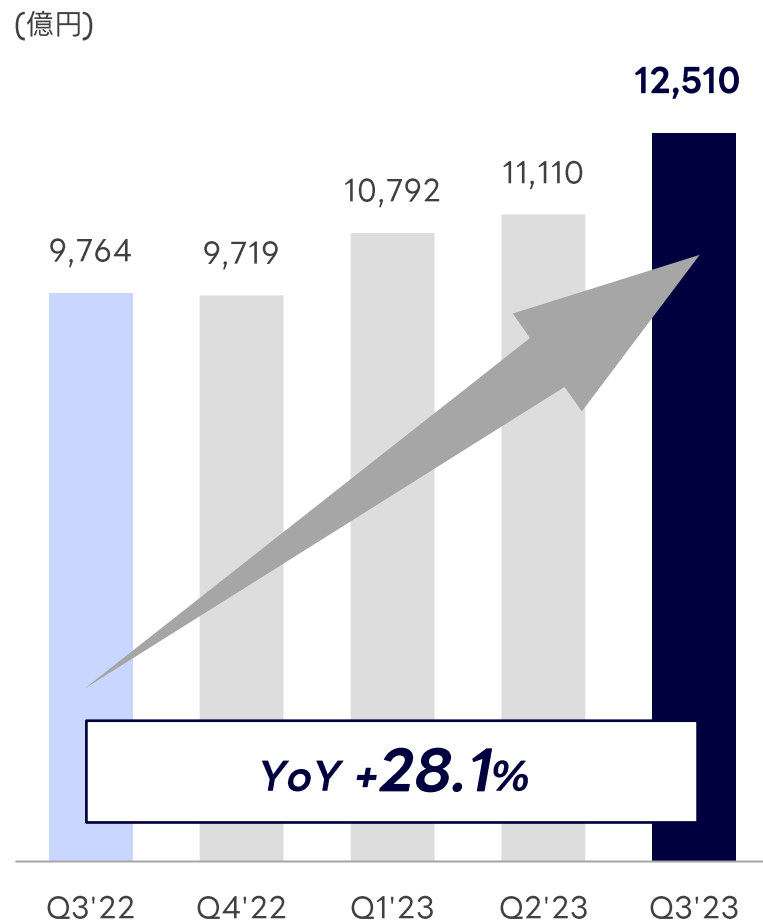
PayPayカード 主要KPI

PayPayとのシナジーで高成長を継続

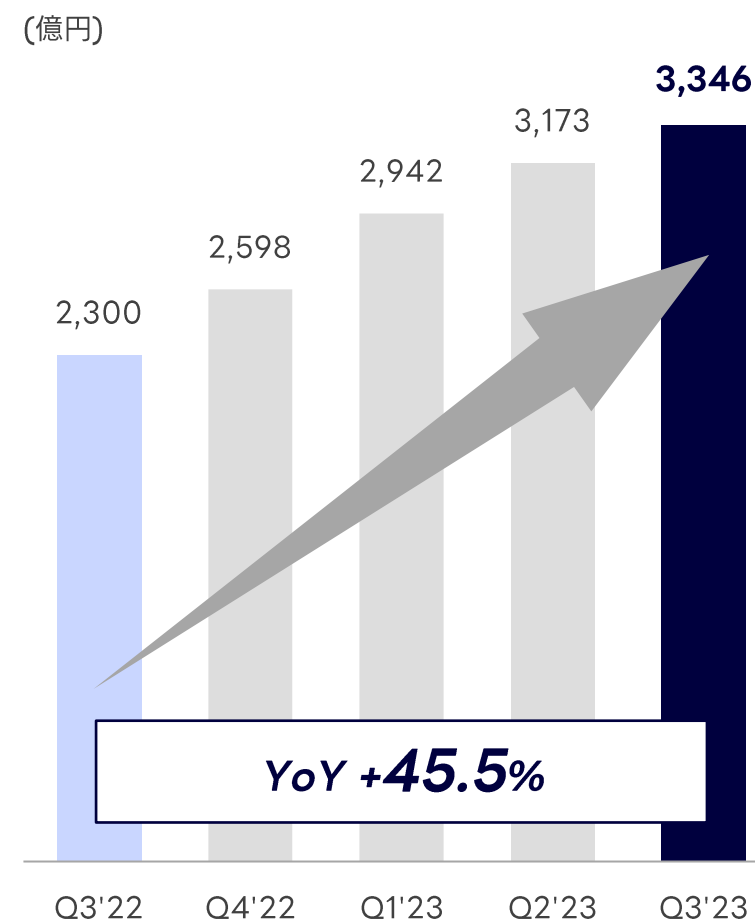
有効会員数



取扱高¹



リボ残高



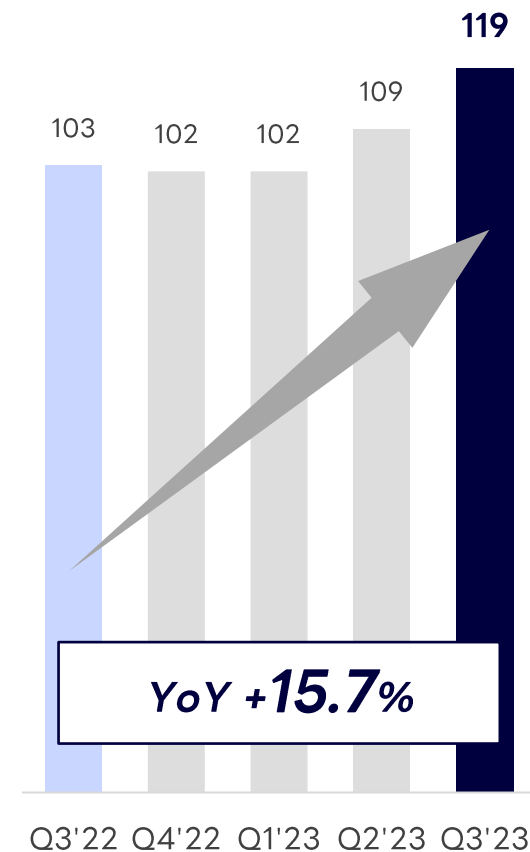
1. 2022年2月より提供開始した「クレジット(旧あと払い)」による決済を含む

PayPay銀行 主要KPI

各指標は引続き2桁成長。個人・法人向け貸出の増加で貸出金残高は30%超の成長

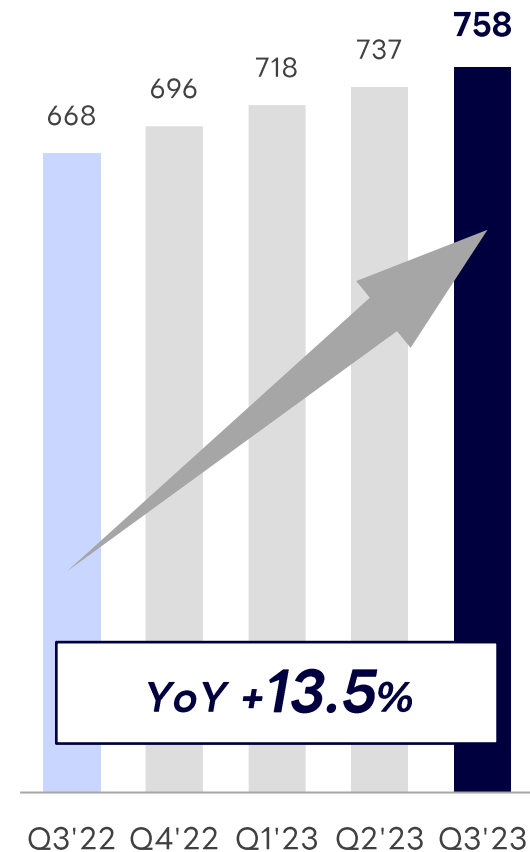
売上収益

(億円)



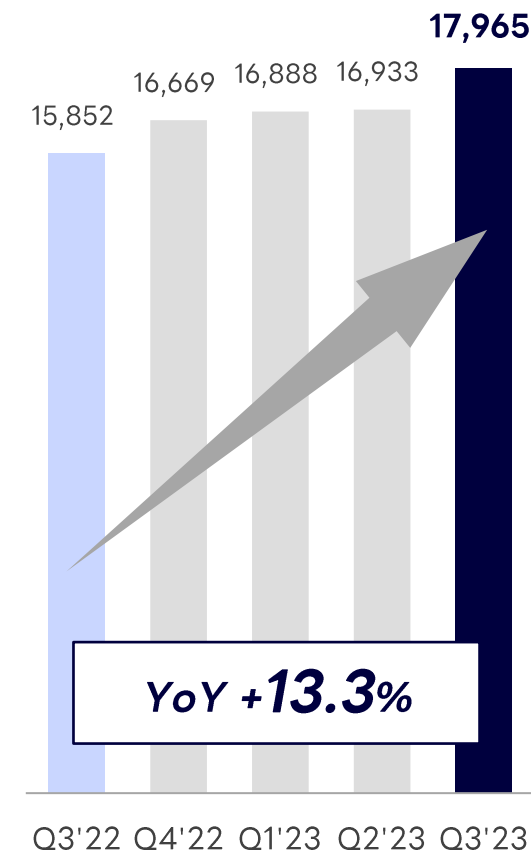
口座数

(万)



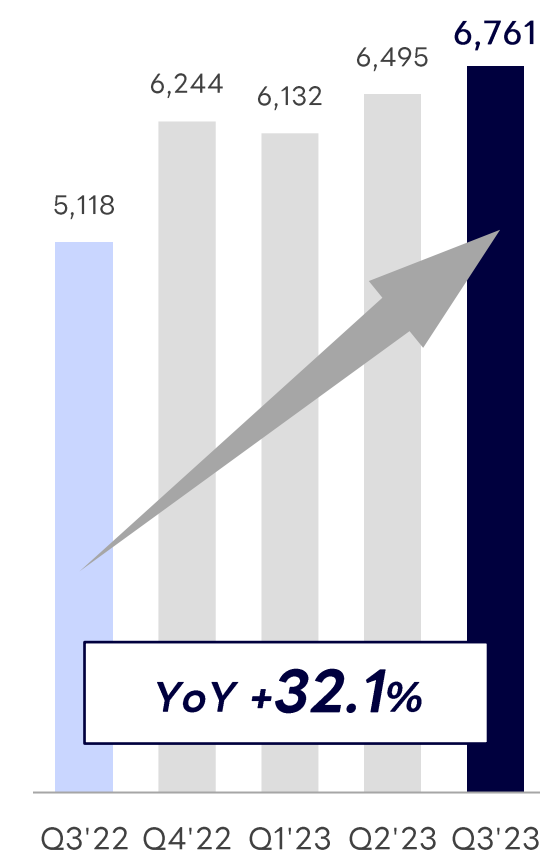
預金残高

(億円)



貸出金残高

(億円)



免責事項

本説明会および参考資料の内容には、将来に対する見通しが含まれている場合がありますが、実際の業績は様々な要素により、これら見通しと大きく異なる結果となりうることをご了承ください。会社の業績に影響を与える事項の詳細な記載は「有価証券報告書」の「事業等のリスク」にありますのでご参照ください。ただし、業績に影響を与える要素は「事業等のリスク」に記載されている事項に限定されるものではないことをご留意ください。本資料・データの無断転用はご遠慮ください。

LINEヤフー

「WOW」なライフプラットフォームを創り、日常に「！」を届ける。