

# LINEヤフー株式会社 決算説明会

## 2023年度 第3四半期 補足資料

2024年2月6日

証券コード：4689

**LINEヤフー**

# 2023年度第3四半期 連結業績

---

## 2023年度 第3四半期 営業利益の増減要因

(億円)

		FY2023 Q3	前年同四半期差	YoY	主な増減要因 <sup>1</sup>	
売上収益		4,750	+213	+4.7%	<ul style="list-style-type: none"> <li>PayPay連結 +85</li> <li>ZOZO +46</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>アスクル連結 +55</li> <li>一休 +14</li> </ul>
売上原価		1,308	-12	-0.9%	<ul style="list-style-type: none"> <li>アスクル連結 +27</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>LINEヤフー -35</li> </ul>
販売費及び一般管理費		2,869	+45	+1.6%	<ul style="list-style-type: none"> <li>PayPay連結 +54</li> <li>一休 -23</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ZOZO +50</li> <li>旧LINE子会社 -59</li> </ul>
以下主な内訳	人件費	679	+2	+0.4%	<ul style="list-style-type: none"> <li>アスクル連結 +6</li> <li>旧LINE子会社 -35</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ZOZO +5</li> </ul>
	販売促進費	426	+19	+4.9%	<ul style="list-style-type: none"> <li>LINEヤフー +25</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>旧LINE子会社 -6</li> </ul>
	減価償却費及び償却費	391	+31	+8.6%	<ul style="list-style-type: none"> <li>アスクル連結 +9</li> <li>LINEヤフー -13</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ZOZO +8</li> </ul>
	業務委託費	305	-49	-14.0%	<ul style="list-style-type: none"> <li>旧LINE子会社 -12</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>LINEヤフー -42</li> </ul>
その他収益及び費用		10	-1,507	-99.3%	<ul style="list-style-type: none"> <li>PayPay連結化による企業結合に伴う再測定益 -1,473</li> </ul>	
営業利益		581	-1,326	-69.5%		

1. 主な増減要因は、連結修正仕訳後の数値

## 2023年度 第3四半期 親会社の所有者に帰属する当期利益の増減要因

(億円)

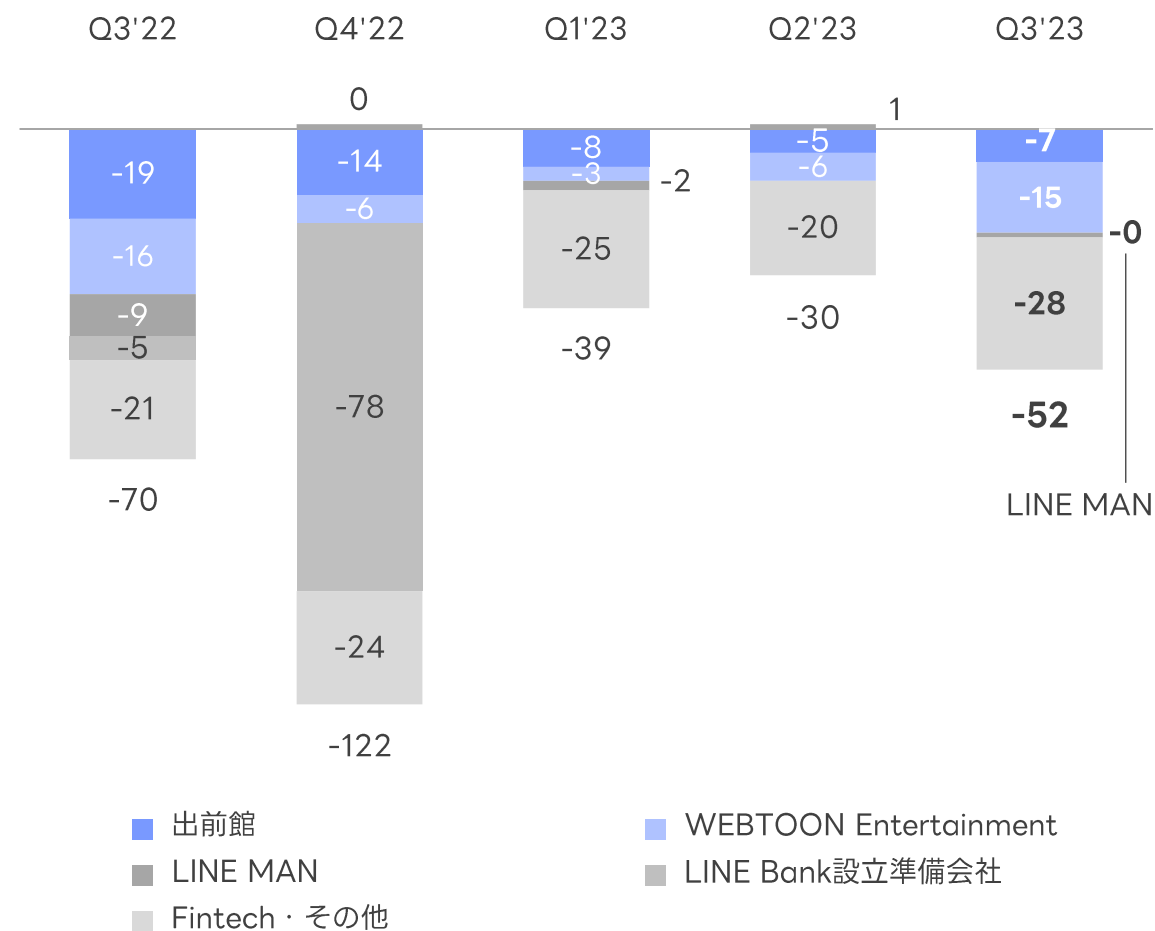
	FY2023 Q3	前年同四半期差	YoY	主な増減要因
営業利益	581	-1,326	-69.5%	
その他の営業外収益	13	+5	+67.7%	
その他の営業外費用	75	-353	-82.4%	<ul style="list-style-type: none"> <li>出前館の持分法による投資の減損損失 -313</li> <li>為替差損 -13</li> </ul>
持分法による投資損益	-52	+18	N/A	<ul style="list-style-type: none"> <li>出前館 +12</li> <li>LINE MAN +8</li> </ul>
税引前四半期利益	467	-948	-67.0%	
法人所得税	115	+132	N/A	
四半期利益	352	-1,080	-75.4%	
非支配持分	65	+30	+88.6%	
親会社の所有者に帰属する当期利益	287	-1,111	-79.5%	

# 2023年度 第3四半期 持分法による投資損益

主要持分法 適用関連会社	拠点	持分 比率 <sup>1</sup>	事業内容
<b>コンテンツ</b>			
WEBTOON Entertainment	米国	28.7%	・ 電子マンガサービスの運営
<b>コマース</b>			
出前館	日本	38.2%	・ 宅配・デリバリー専門サイトの運営
LINE MAN	タイ	42.7%	・ 宅配・郵便・タクシー配車サービス等の展開
<b>決済・金融</b>			
Kashikorn LINE Company	タイ	49.9%	・ インターネット専門銀行
LINE Bank Taiwan	台湾	49.9%	・ インターネット専門銀行
PT. Bank KEB Hana Indonesia	インドネシア	20.0%	・ インターネット専門銀行

## 持分法投資損益

(億円)



1. 2023年12月末時点

# 持分法適用関連会社の多くが2023年度からマネタイズフェーズへ 海外・Global Fintech事業も、2023年度から2025年度を目途に黒字化を目指す

**Demaecan**



**M LINEMAN wongnai**

**LINE Bank**

(台湾)

**LINE BK**

(タイ)

**LINE Bank**  
by Hana Bank

(インドネシア)

市場シェア	<ul style="list-style-type: none"> <li>アプリダウンロード数<sup>1</sup>: <b>1位</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>縦読みマンガ(世界)<sup>2</sup>: <b>1位</b></li> </ul>	-	-	-	-
KPI	<ul style="list-style-type: none"> <li>FY23取扱高: <b>2,057億円</b> (YoY-7%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>月間利用者数<sup>2</sup>: <b>8,500万人</b></li> <li>累計ダウンロード数<sup>2</sup>: <b>2億超</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>FY22取扱高: <b>YoY+30%</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ユーザー数<sup>3</sup>: <b>172万</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ユーザー数<sup>3</sup>: <b>634万</b></li> <li>ローン残高<sup>3</sup>: <b>約725億円</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ユーザー数<sup>3</sup>: <b>82万</b></li> </ul>

1. data.ai調べ。2022年の市場別ランキング「飲食カテゴリー」におけるアプリダウンロード数

2. WEBTOON Worldwide Service (全世界に向け10カ国語でサービス展開する、電子コミックを中心としたプラットフォームの連合体)の数値。代表的なプラットフォームは、「LINEマンガ」、「WEBTOON」、「NAVER WEBTOON」、「LINE WEBTOON」

3. 2023年12月末時点

## 子会社の連結影響 (PPA)

### ZOZO

項目	金額	年間償却額	償却期間 (定額法)
取得原価配分(PPA)	5,021億円	132億円	-
顧客基盤 (ショップ・ユーザー)	3,220億円	-	18~25年
商標権 <sup>1</sup>	1,787億円	-	非償却
その他 <sup>2</sup>	14億円	-	4年

### PayPay

項目	金額	年間償却額	償却期間 (定額法)
取得原価配分(PPA)	513億円	51億円	-
顧客関係 (加盟店等)	513億円	51億円	10年

1. 耐用年数を確定できない無形資産

2. FY23Q3で償却終了

## 2023年度 第3四半期 連結財政状態計算書

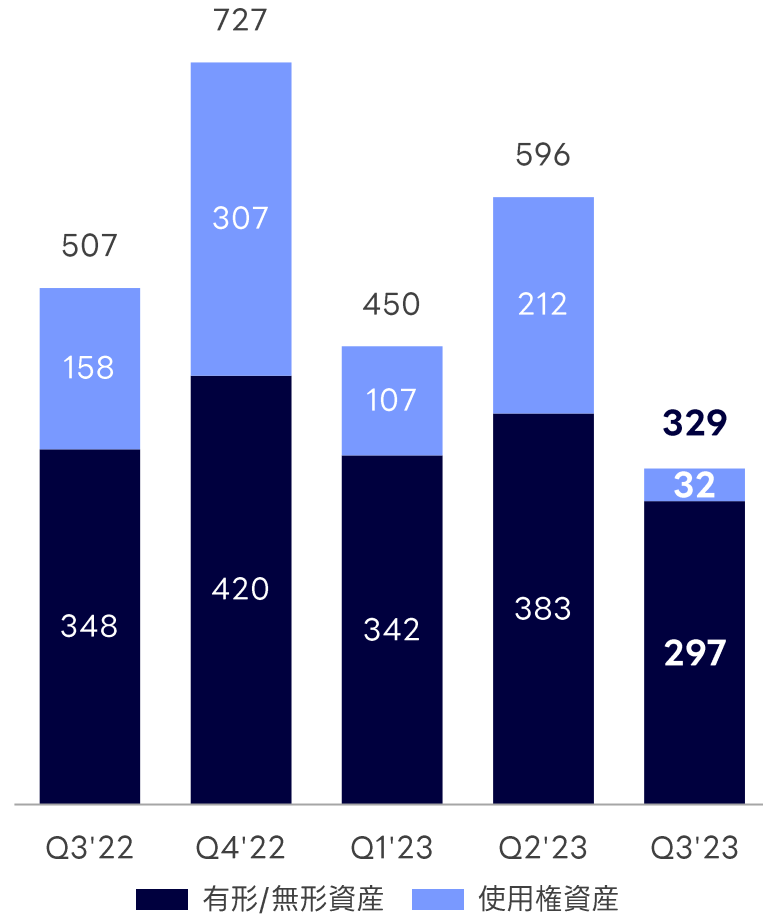
(億円)

	FY2023 Q2	FY2023 Q3	差額
<b>資産</b>	<b>86,993</b>	<b>89,837</b>	<b>+2,843</b>
現金・現金同等物	13,873	15,257	+1,384
営業債権・その他債権	6,226	6,892	+666
カード事業の貸付金	6,630	7,606	+975
銀行事業の有価証券	5,452	6,176	+723
有形固定資産	2,320	2,314	-5
無形資産	12,648	12,575	-72
<b>負債</b>	<b>52,943</b>	<b>55,555</b>	<b>+2,612</b>
営業債務・その他債務	13,312	15,357	+2,044
銀行事業の預金	15,774	16,520	+745
有利子負債	18,604	19,286	+681
<b>資本</b>	<b>34,050</b>	<b>34,281</b>	<b>+230</b>



設備投資<sup>1,2</sup>

(億円)



ネット・キャッシュフロー (金融業<sup>3</sup>除く・金融業)<sup>1</sup>

(億円)

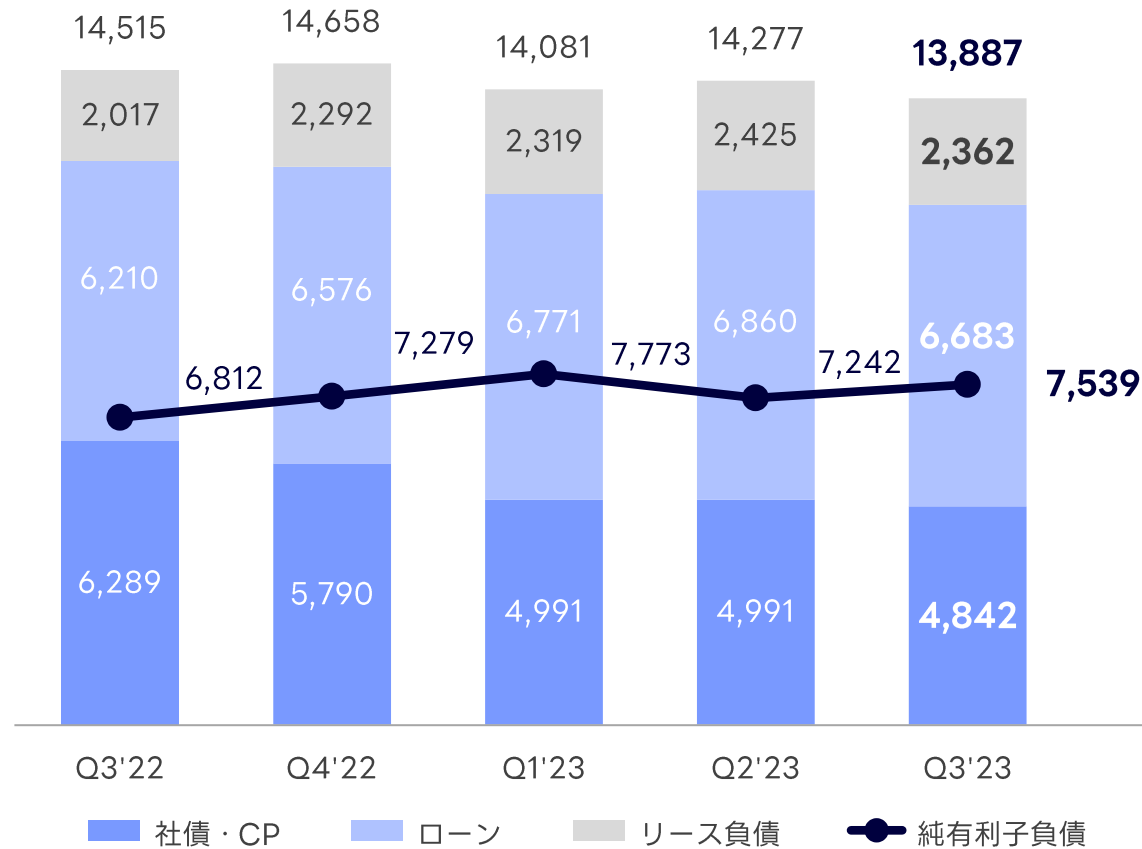


1. 値は百万円単位で端数切り捨ての上、億円単位で四捨五入  
 2. 一部、集計範囲の見直しを行ったことからFY22の金額を修正  
 3. 金融業には、PayPay(株)、PayPayカード(株)のほか、PayPay銀行(株)などのZフィナンシャル(株)傘下の金融子会社、LINE Financial Plus Corporation傘下の金融子会社も含む  
 4. カード債権流動化の調整(財務CFから営業CFへの振替)、およびグループ内取引調整を含む

有利子負債・純有利子負債<sup>1</sup>

(金融業<sup>2</sup>除く)

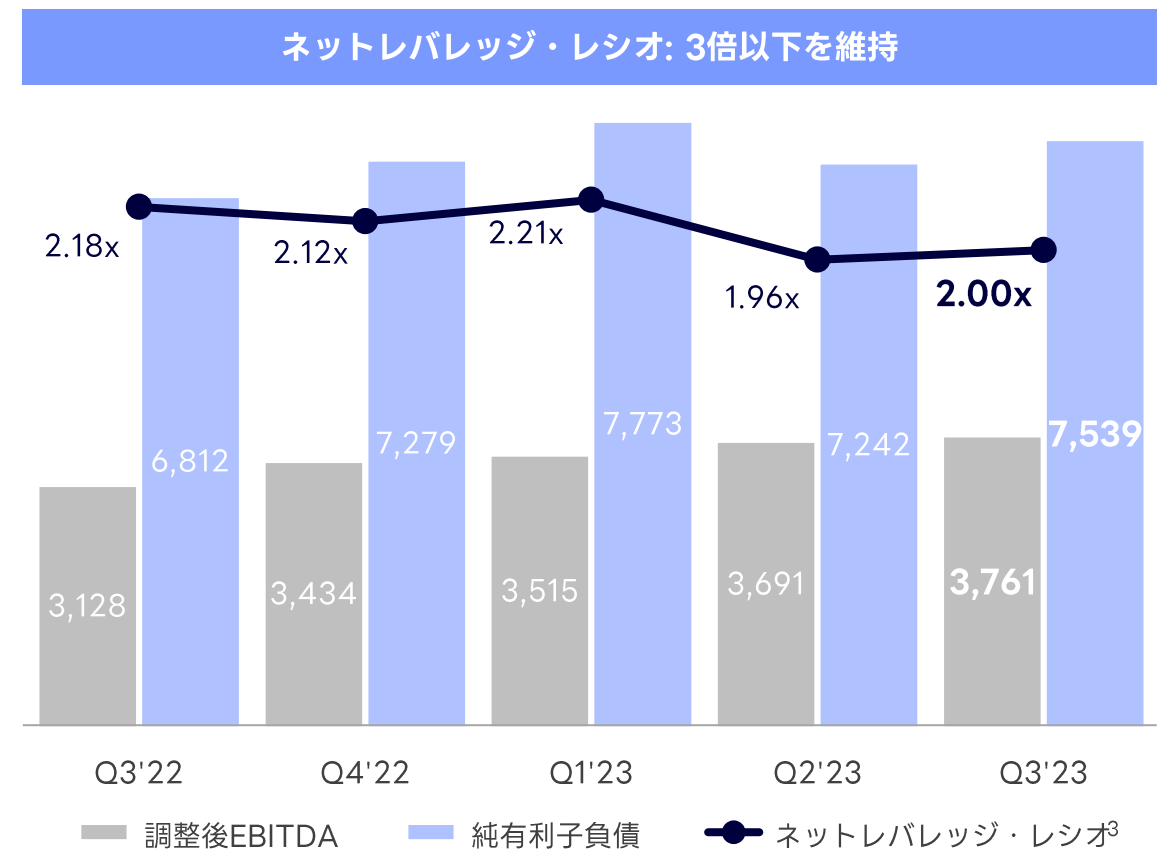
(億円)



ネットレバレッジ・レシオ<sup>3</sup>

(金融業<sup>2</sup>除く)

(億円)



1. 純有利子負債 = 有利子負債 - 現金及び現金同等物。値は百万円単位で端数切り捨ての上、億円単位で四捨五入

2. 金融業には、PayPay(株)、PayPayカード(株)のほか、PayPay銀行(株)などのZフィナンシャル(株)傘下の金融子会社、LINE Financial Plus Corporation傘下の金融子会社も含む

3. ネットレバレッジ・レシオ = 純有利子負債 ÷ 調整後EBITDA (直近12カ月間の数値を使用)。値は百万円単位で端数切り捨ての上、億円単位で四捨五入

合併と各事業の成長フェーズに合わせ、2023年度Q3よりサブセグメントを変更

~FY2023 Q2

メディア事業	LINE広告	ディスプレイ広告 その他LINE広告	アカウント広告
	ヤフー広告	検索広告 ディスプレイ広告 (予約型)	ディスプレイ広告 (運用型)
	その他	「LINEスタンプ」、「LINE GAME」、「LINE MUSIC」、 「ebookjapan」、「Yahoo!ロコ」、その他	
コマース事業	物販	ショッピング事業 アスクル BtoB事業	リユース事業
	サービスEC	—	—
	その他	—	—
戦略事業	フィンテック	PayPay連結 <sup>1</sup> その他金融	PayPay銀行
	その他	—	—

FY2023 Q3~

メディア事業	検索広告	—	
	アカウント 広告	—	
	ディスプレイ 広告	運用型広告 その他LINE広告	予約型広告
	その他	「LINEスタンプ」、「LINE GAME」、 「LINE MUSIC」、「ebookjapan」、「Yahoo!ロコ」、 「LYPプレミアム会員」、その他	
コマース事業	LINEヤフー	ショッピング事業 サービスEC事業	リユース事業 その他
	ZOZO、 アスクル	ZOZO その他	アスクル
戦略事業	フィンテック	PayPay連結 <sup>1</sup> その他金融	PayPay銀行
	その他	その他	

1. PayPay (株) およびPayPayカード (株)

**メディア事業**

---

## 業績概況(P/L) : メディア事業

(百万円)

	FY2022 Q3 <sup>1,2,3</sup>	FY2023 Q3 <sup>1,2,3</sup>	YoY
<b>売上収益</b>	<b>178,938</b>	<b>182,256</b>	<b>+1.9%</b>
<b>広告売上</b>	<b>138,035</b>	<b>143,024</b>	<b>+3.6%</b>
<b>検索広告</b>	<b>48,786</b>	<b>48,362</b>	<b>-0.9%</b>
<b>アカウント広告</b>	<b>22,898</b>	<b>27,854</b>	<b>+21.6%</b>
<b>ディスプレイ広告<sup>4</sup></b>	<b>66,350</b>	<b>66,807</b>	<b>+0.7%</b>
<b>その他 (パーティカル / エンタメ / デジコン / コミュニケーション等)</b>	<b>40,902</b>	<b>39,232</b>	<b>-4.1%</b>
<b>売上原価</b>	<b>35,033</b>	<b>31,073</b>	<b>-11.3%</b>
<b>販管費</b>	<b>101,385</b>	<b>96,273</b>	<b>-5.0%</b>
販売促進費・広告宣伝費	11,009	11,904	+8.1%
その他販管費	90,376	84,369	-6.6%
<b>その他収益及び費用</b>	<b>4,392</b>	<b>-</b>	<b>-100.0%</b>
<b>調整後EBITDA/マージン<sup>5</sup></b>	<b>64,038 (35.8%)</b>	<b>71,234 (39.1%)</b>	<b>+11.2%</b>

- 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
- 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
- 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件費、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
- ショッピング関連広告売上収益、(株)ZOZOの広告売上収益は除く(当該の広告売上収益はコマース事業セグメントに計上)
- 広告事業以外のその他メディア事業の売上収益を含む

## 2023年6月に料金プランを改定

旧料金プラン

プラン	月額固定費 <sup>1</sup>	無料メッセージ	追加メッセージ <sup>1</sup>
フリープラン	0円	1,000通	不可
ライトプラン	5,000円	15,000通	5円/通
スタンダードプラン	15,000円	45,000通	~3円/通



新料金プラン

プラン	月額固定費 <sup>1</sup>	無料メッセージ	追加メッセージ <sup>1</sup>
コミュニケーションプラン	0円	200通	不可
ライトプラン	5,000円	5,000通	不可
スタンダードプラン	15,000円	30,000通	~3円/通

項目	内訳
検索広告	Yahoo!広告「検索広告」
アカウント広告	「LINE公式アカウント」、「LINEプロモーションスタンプ」、「LINEで応募」、「LINEチラシ」、その他
ディスプレイ広告	—
運用型広告	Yahoo!広告「ディスプレイ広告」(運用型)、「LINE VOOM」、「LINE NEWS」、「トークリスト」、「Talk Head View」、「Talk Head View Custom」、その他
予約型広告	Yahoo!広告「ディスプレイ広告」(予約型)等
その他LINE広告	「LINEバイト」、その他
その他	「LINEスタンプ」、「LINE GAME」、「LINE占い」、「LINE MUSIC」、「LINEマンガ」、「LINE Search」、「LYPプレミアム会員」、「ebookjapan」、不動産関連、「Yahoo!ロコ」、「Yahoo!メール」、その他

## 主な広告商品 (LINE広告)

項目	主な課金方法	掲載場所 / 商品概要	広告主タイプ
<b>アカウント広告</b>			
—	—	—	—
LINE公式アカウント	月額固定費用・従量課金	友だち追加したユーザーへのメッセージ配信	大手・中小企業、自治体
LINEプロモーションスタンプ	定額料金・従量課金	企業のプロモーションとして利用可能なユーザー向けの無料スタンプ	大手・中小企業、自治体
LINEで応募	基本費用・追加オプション費用	LINEを活用した店頭販促ソリューション	大手・中小企業
<b>ディスプレイ広告</b>			
—	—	—	—
LINE VOOM	クリック課金・表示課金	「LINE VOOM」タブ	大手・中小企業
LINE NEWS	クリック課金・表示課金	「ニュース」タブ	大手・中小企業
トークリスト	クリック課金・表示課金	「トークリスト」最上部	大手・中小企業
Talk Head View (予約型)	期間保証型課金	「トークリスト」最上部に動画広告を配信	大手企業、自治体
Talk Head View Custom (運用型)	表示課金	「トークリスト」最上部に動画広告を配信	大手企業、自治体



## 主な広告商品 (Yahoo!広告)

項目	主な課金方法	掲載場所	広告主タイプ
検索広告	クリック課金	検索結果ページ	大手・中小企業
ディスプレイ広告	—		
運用型	—		
Yahoo!広告 「ディスプレイ広告」(運用型)	クリック課金 視聴課金	トップページ コンテンツページ パートナーサイト	大手・中小企業
ショッピング広告 (運用型)	コンバージョン課金	「Yahoo!ショッピング」	「Yahoo!ショッピング」 出店ストア
予約型	—		
Yahoo!広告 「ディスプレイ広告」(予約型)	ビューアブルインプレッション課金 期間保証型課金等	トップページ コンテンツページ	大手企業、自治体
ショッピング広告 (予約型)	期間保証型課金等	「Yahoo!ショッピング」	「Yahoo!ショッピング」 出店ストア

**コマース事業**



## 業績概況(P/L) : コマース事業

(百万円)

	FY2022 Q3 <sup>1,2,3</sup>	FY2023 Q3 <sup>1,2,3</sup>	YoY
<b>売上収益</b>	<b>211,632</b>	<b>217,403</b>	<b>+2.7%</b>
<b>LINEヤフー</b>	<b>43,468</b>	<b>39,871</b>	<b>-8.3%</b>
ショッピング事業	25,646	22,994	-10.3%
リユース事業	10,614	9,517	-10.3%
サービスEC事業	7,113	7,070	-0.6%
その他	94	288	+205.9%
<b>ZOZO、アスクル<sup>4</sup></b>	<b>168,164</b>	<b>177,532</b>	<b>+5.6%</b>
<b>売上原価</b>	<b>94,053</b>	<b>96,928</b>	<b>+3.1%</b>
<b>販管費</b>	<b>104,977</b>	<b>104,257</b>	<b>-0.7%</b>
販売促進費・広告宣伝費	25,372	24,025	-5.3%
その他販管費	79,605	80,231	+0.8%
<b>その他収益及び費用</b>	<b>-</b>	<b>1,003</b>	<b>N/A</b>
<b>調整後EBITDA/マージン</b>	<b>32,630 (15.4%)</b>	<b>34,619 (15.9%)</b>	<b>+6.1%</b>

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

4. FY23Q1より定義変更し、「APMRO」、「FEEDデンタル」を含む

## コマース事業セグメントの主なサービス・商品

項目	内訳
LINEヤフー	—
ショッピング事業	「Yahoo!ショッピング」、「LINE ショッピング」、「LINE FRIENDS」、「LINEギフト」、「MySmartStore」、「Yahoo!マート by ASKUL」、「LIVEBUY」、海外EC（「LINE SHOPPING (台湾・タイ)」、「GIFTSHOP」、「EZ STORE」、「QUICK EC」、「MyShop」、その他）
リユース事業	「Yahoo!オークション」、「Yahoo!フリマ」
サービスEC事業	「Yahoo!トラベル」、「一休トラベル」、「LINEトラベル (台湾)」、その他
その他	その他
ZOZO、アスクル	—
ZOZO	「ZOZOTOWN」、「ZOZOUSED」、その他
アスクル <sup>1</sup>	アスクルBtoB事業（「ASKUL」、「SOLOEL ARENA」、「APMRO」、「FEEDデンタル」、その他）、「LOHACO」、「チャーム」、その他
その他	「バリューコマース アフィリエイト」、「バリューポイントクラブ」、「ストアーズ・アールエイト」、「ストアマッチ」、「ピースペース」、その他

1. FY23Q1より定義変更し、「APMRO」、「FEEDデンタル」を含む

## 開示KPI：eコマース取扱高の定義

項目	主なサービス・商品
eコマース取扱高	—
国内物販系取扱高	—
ショッピング事業	「Yahoo!ショッピング」、「ZOZOTOWN」、「LOHACO」、「チャーム」、「LINEショッピング」、「LINEギフト」、「LINE FRIENDS」、「MySmartStore」、「Yahoo!マート by ASKUL」、「LIVEBUY」
リユース事業	「Yahoo!オークション」、「Yahoo!フリマ」、「ZOZOUSED」
アスクルBtoB事業 (インターネット経由) <sup>1</sup>	「ASKUL」、「SOLOEL ARENA」、「APMRO」、「FEEDデンタル」等
国内サービス系取扱高	「一休.com」、「Yahoo!トラベル」、「Yahoo!ロコ <sup>2</sup> 」、「出前館」、「LINE PLACE」
国内デジタル系取扱高	「ebookjapan」、「LINEマンガ」、「LINE MUSIC」、「LINEスタンプ」、「LINE GAME」、「LINE占い」、その他有料デジタルコンテンツ
海外EC取扱高	「LINE SHOPPING (台湾・タイ)」、「GIFTSHOP」、「EZ STORE」、「QUICK EC」、「MyShop」、「ZOZOFIT <sup>3</sup> 」、「LINE FRIENDS」、「LINEトラベル (台湾)」、「LINE MAN」、「LINEスタンプ <sup>2</sup> 」、「LINE GAME <sup>2</sup> 」、「DOSI <sup>4</sup> 」

1. FY23Q1より定義変更し、「APMRO」、「FEEDデンタル」を含む

2. 当該サービスの収益は、メディア事業セグメントに計上

3. FY23Q1より「ZOZOFIT」の取扱高を含む

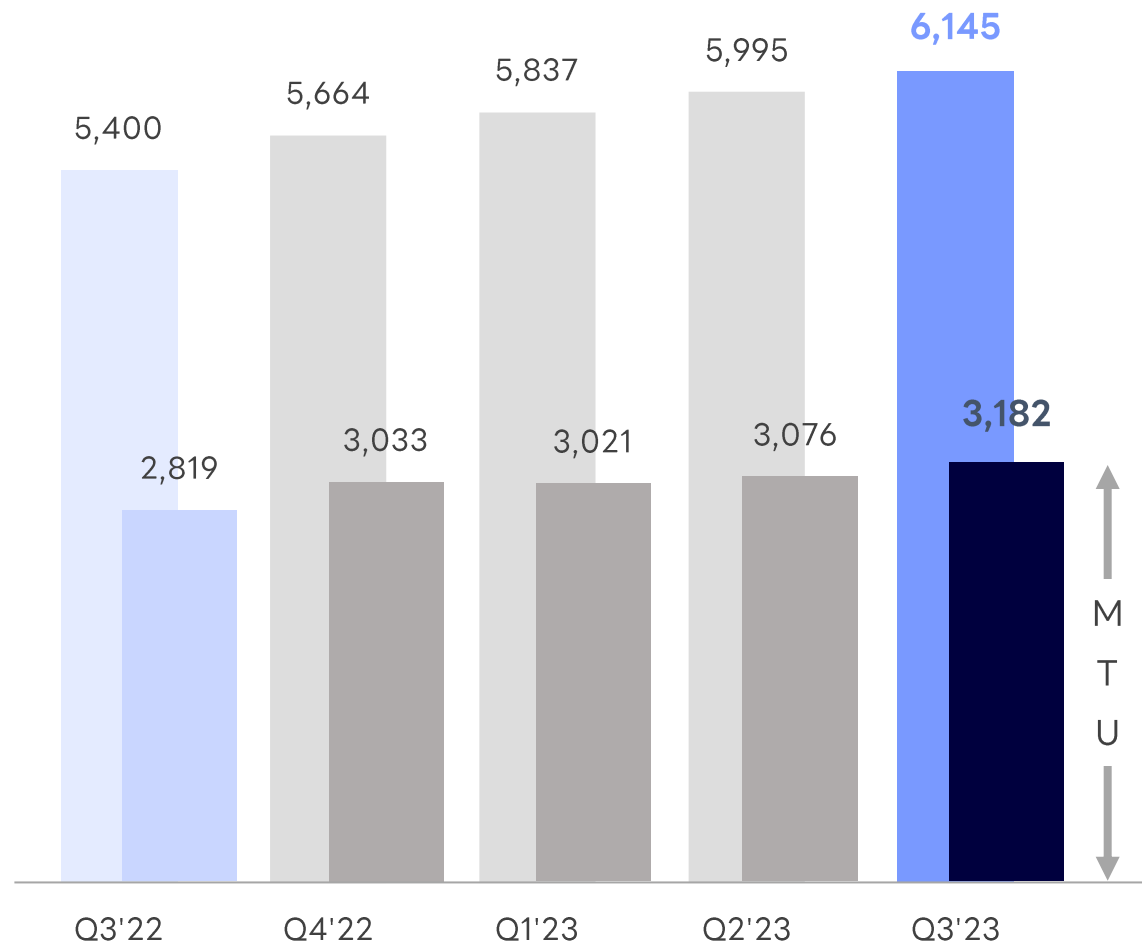
4. グローバルNFTプラットフォーム。当該サービスの収益は、戦略事業セグメントに計上

# 戰略事業

---

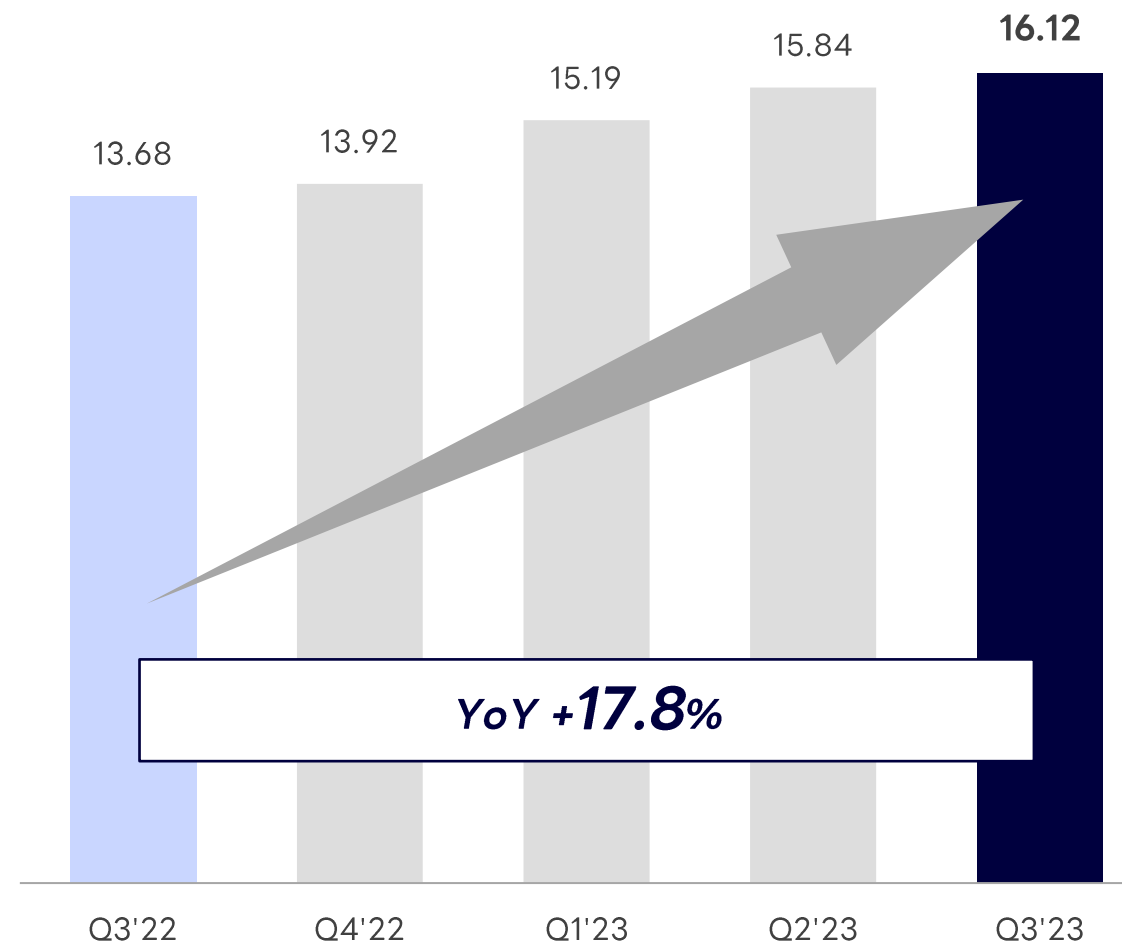
## 登録ユーザー数<sup>1</sup>・MTU<sup>2</sup>(単体)

(万人)



## 決済回数<sup>3</sup>(単体)

(億回)



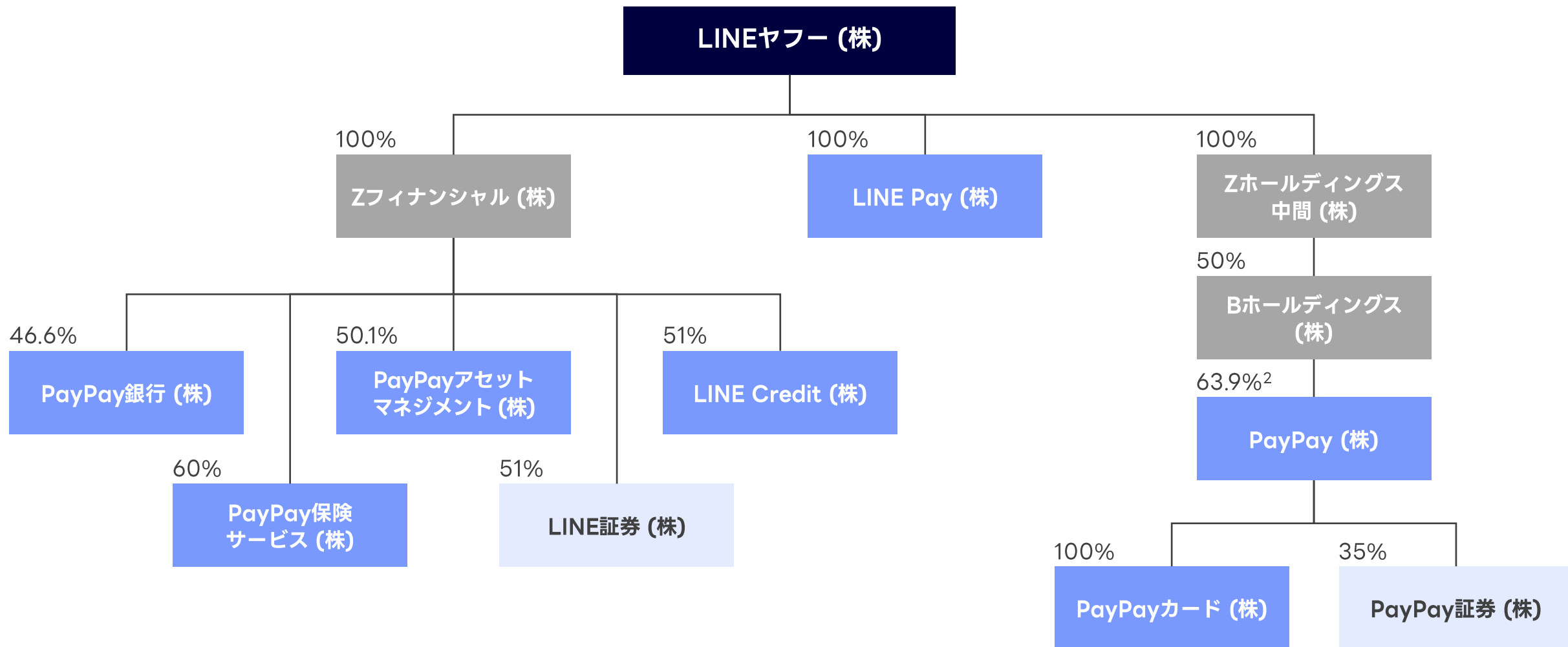
1. 各四半期末月時点のPayPayのアカウント登録済みユーザー数

2. MTU (Monthly Transaction Users): 1か月に1回以上、決済を行ったユニークユーザー数。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。「Alipay」、「LINE Pay」等経由の決済を含む。各四半期末の実績値

3. 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。FY21Q4以降、「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

# 国内金融事業の資本構成<sup>1</sup>

■ 連結子会社    ■ 持分法適用会社    ■ 中間持株会社



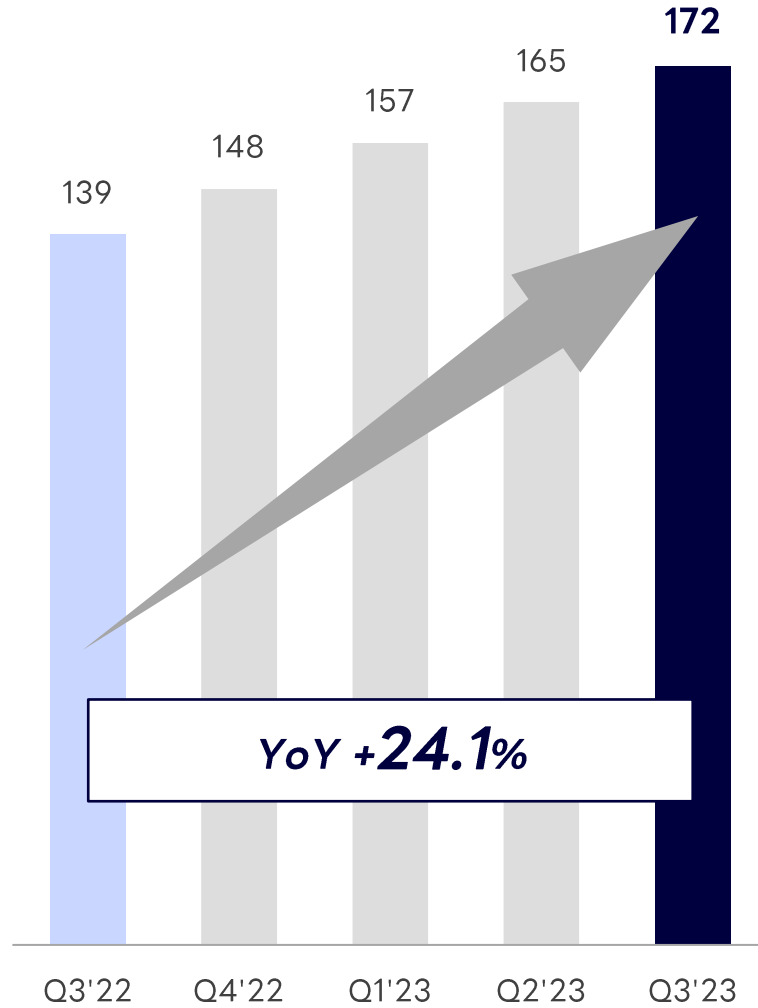
1. 議決権所有割合

2. Bホールディングス (株) 保有分の57.9%とLINEヤフー (株) 保有分の5.9%を合算



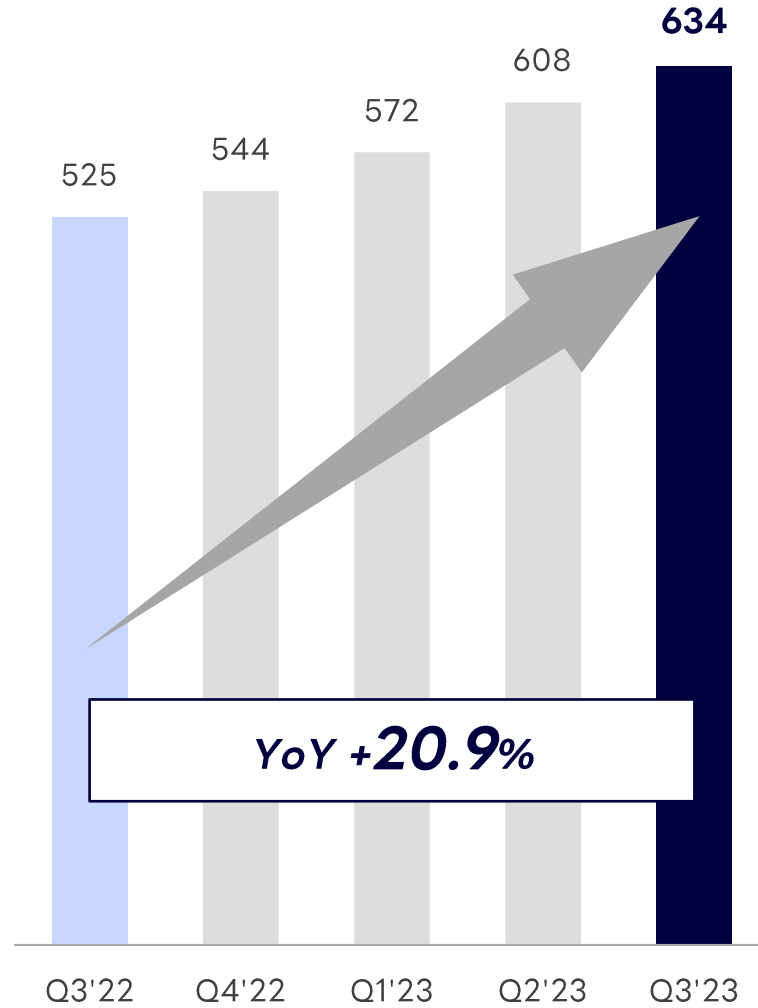
LINE Bank (台湾) ユーザー数

(万)



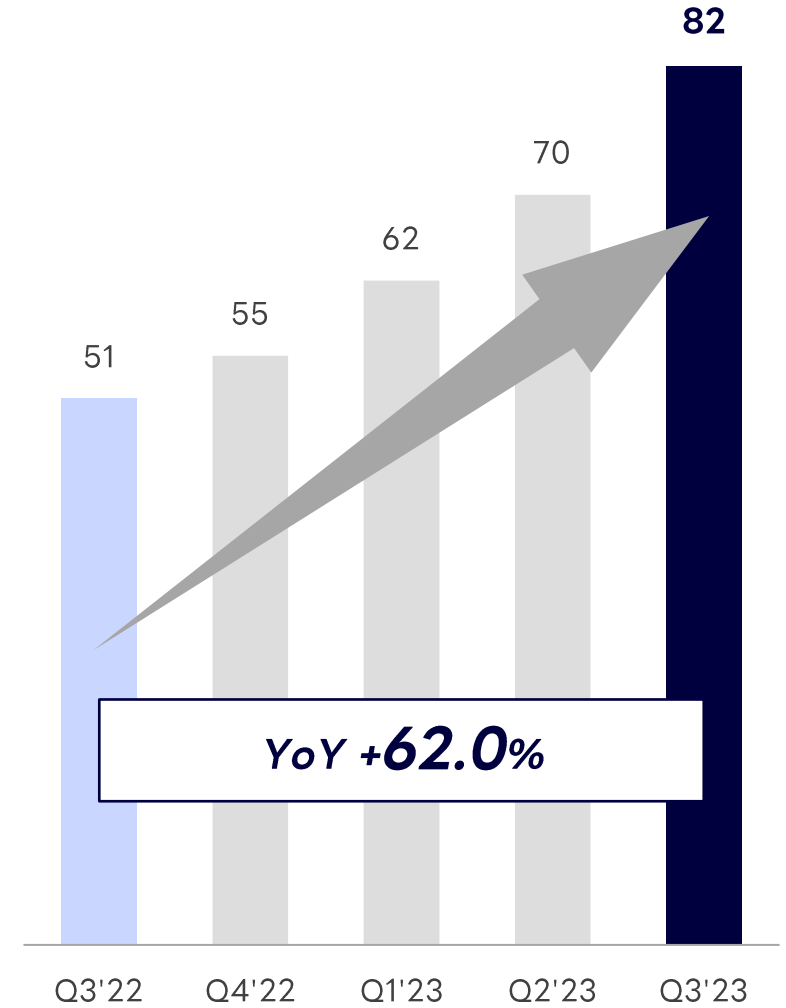
LINE BK (タイ) ユーザー数

(万)



LINE Bank (インドネシア) ユーザー数

(万)



## 業績概況(P/L) : 戦略事業

(百万円)

	FY2022 Q3 <sup>1,2</sup>	FY2023 Q3 <sup>1,2</sup>	YoY
<b>売上収益</b>	<b>65,174</b>	<b>76,593</b>	<b>+17.5%</b>
<b>Fintech</b>	<b>64,869</b>	<b>76,527</b>	<b>+18.0%</b>
PayPay連結 <sup>3</sup>	46,993	55,505	+18.1%
PayPay銀行 <sup>4</sup>	10,437	11,702	+12.1%
その他金融 (LINE Fintech等)	7,438	9,319	+25.3%
<b>その他戦略事業</b>	<b>304</b>	<b>65</b>	<b>-78.4%</b>
<b>売上原価</b>	<b>4,209</b>	<b>4,152</b>	<b>-1.3%</b>
<b>販管費</b>	<b>72,678</b>	<b>79,689</b>	<b>+9.6%</b>
販売促進費・広告宣伝費	18,894	17,231	-8.8%
その他販管費	53,784	62,457	+16.1%
<b>その他収益及び費用</b>	<b>147,321</b>	<b>-</b>	<b>-100.0%</b>
<b>調整後EBITDA/マージン</b>	<b>-5,517 (-8.5%)</b>	<b>3,511 (+4.6%)</b>	<b>N/A</b>

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

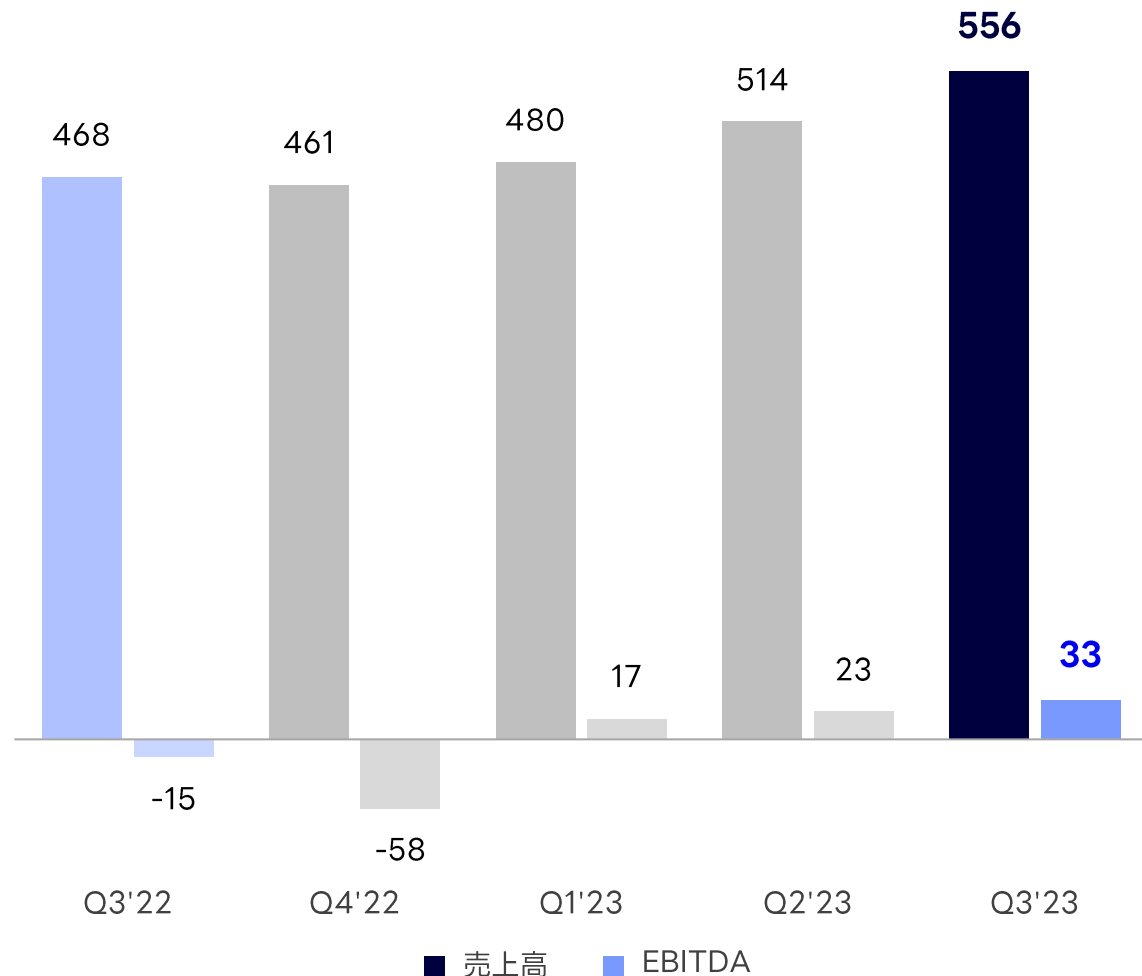
2. FY23Q3に、調整額に計上されていた、スタッフ部門、テクノロジー部門の人員費、データセンターおよび社内インフラに関わる費用を各セグメントに配賦。加えて合併に伴う、計上科目の変更を反映。これに伴い、FY22、FY23Q1、Q2の業績を遡及修正

3. 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. 当社にて日本基準単体数値から関連するIFRS調整を行い独自に算出

## 連結売上高<sup>1</sup>・EBITDA<sup>2</sup> (IFRS基準)

(億円)



## 連結財政状態計算 (IFRS基準)

(億円)

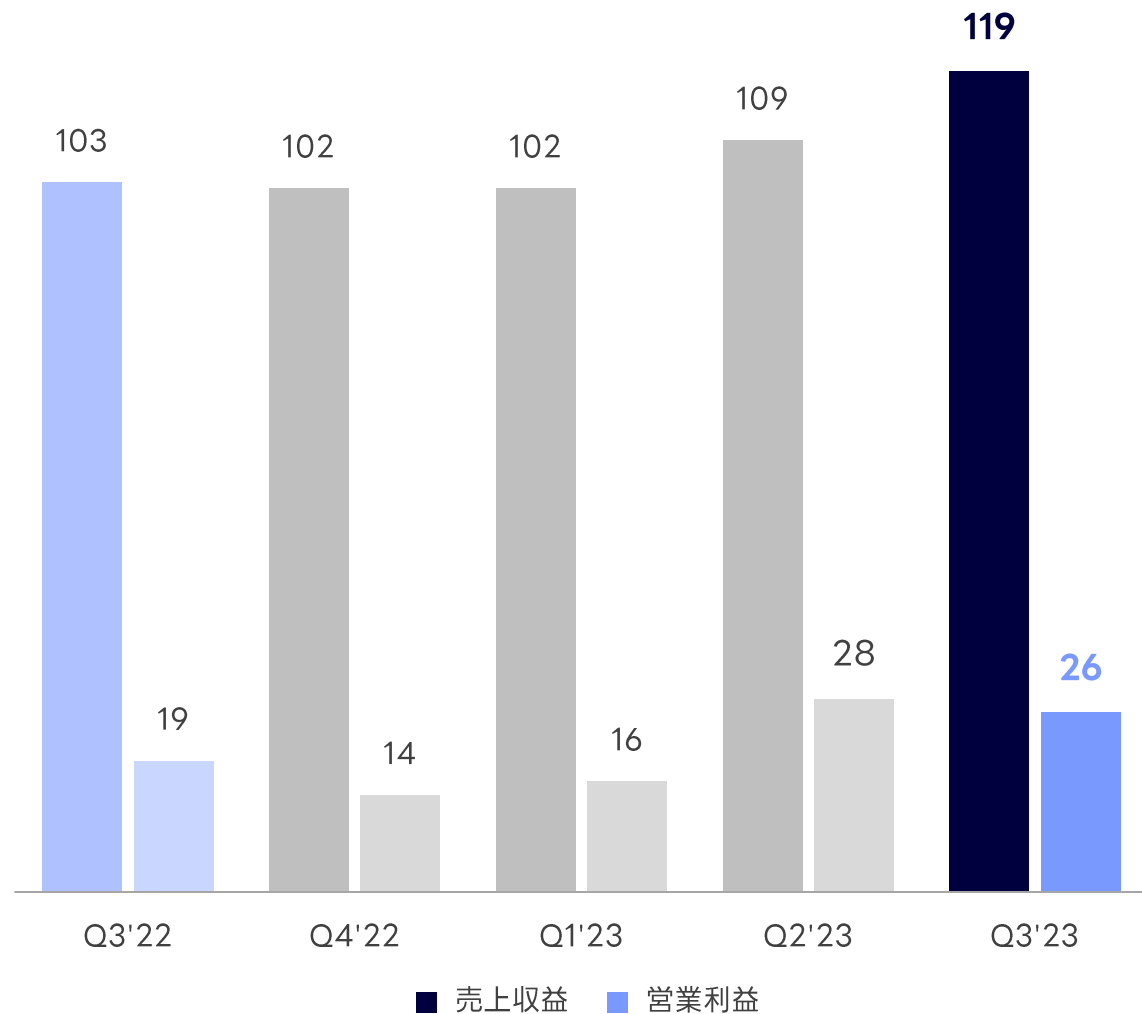
	FY2023 Q2	FY2023 Q3	差額
<b>資産</b>	<b>16,251</b>	<b>18,788</b>	<b>+2,536</b>
現金及び預金	4,739	6,043	+1,303
その他資産	11,511	12,745	+1,233
<b>負債</b>	<b>15,698</b>	<b>18,252</b>	<b>+2,554</b>
有利子負債	5,834	6,438	+603
その他負債	9,864	11,814	+1,950
<b>純資産</b>	<b>552</b>	<b>535</b>	<b>-17</b>

1. 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

2. 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

## 売上収益・営業利益 (IFRS単体) <sup>1</sup>

(億円)



## 財政状態計算書 (日本基準) <sup>1</sup>

(億円)

	FY2023 Q2	FY2023 Q3	差額
<b>資産</b>	<b>19,087</b>	<b>20,584</b>	<b>+1,497</b>
現金・現金同等物	2,586	3,636	+1,050
営業債権・その他債権	235	259	+23
銀行事業の有価証券	7,131	7,755	+624
有形固定資産	18	23	+5
無形資産	100	97	-3
<b>負債</b>	<b>17,771</b>	<b>19,243</b>	<b>+1,471</b>
営業債務・その他債務	196	190	-6
銀行事業の預金	16,933	17,965	+1,032
有利子負債	568	1,019	+451
<b>資本</b>	<b>1,315</b>	<b>1,341</b>	<b>+25</b>

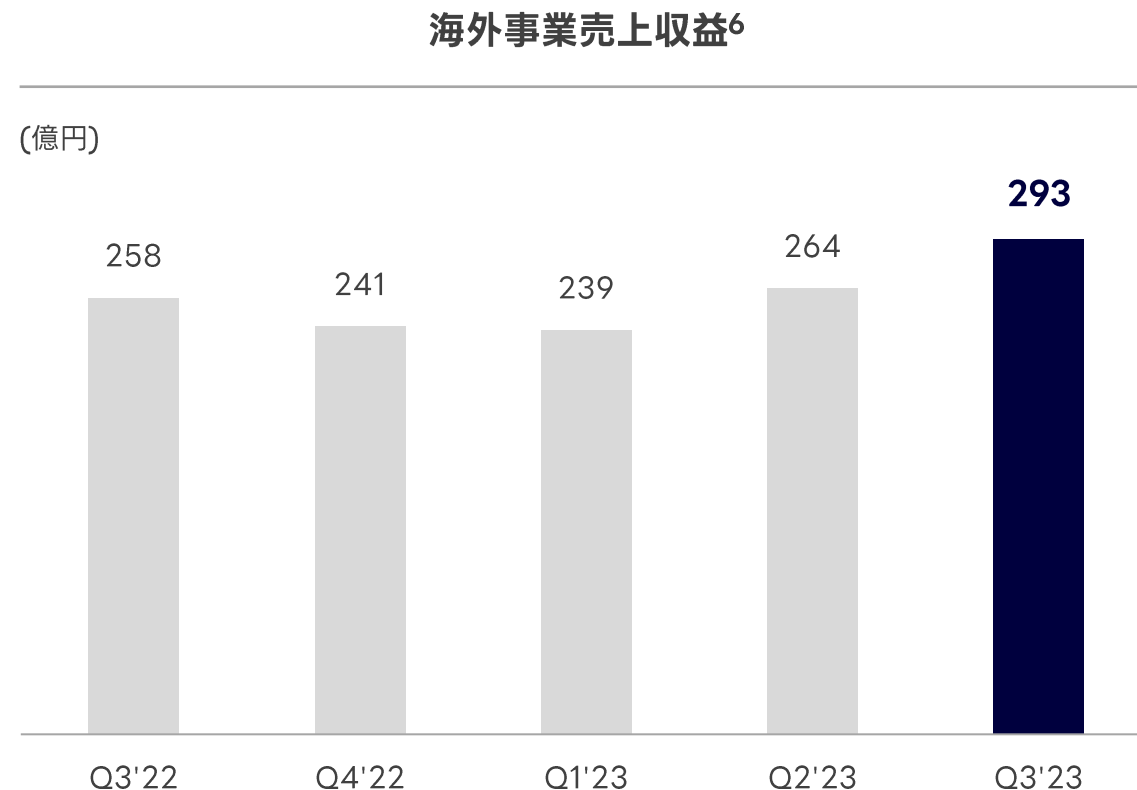
1. LINEヤフーグループ内の内部取引消去前の数値。売上収益・営業利益は、日本基準の単体数値から、関連するIFRS調整を行い独自に算出

項目	内訳
Fintech	—
PayPay連結	PayPay、PayPayカード
PayPay銀行	—
その他金融	PayPayアセットマネジメント、「PayPayほけん」、「LINE Pay」、「LINEスコア」、「LINEポケットマネー」、「LINE BITMAX」、「LINE FX」、「DOSI」、その他
その他	その他

**海外事業**

---

台湾、タイ、インドネシアを中心としたアジア諸国・地域において、圧倒的なリーチとシェア  
メッセンジャーを基盤とした広告、スタンプ、ゲーム事業を中心に収益を創出



1. 2023年12月末時点  
 2. 2023年12月末時点の人口。内務省の公表データより引用  
 3. 2022年の人口。内務省の公表データより引用  
 4. 2023年6月末時点の人口。内務省の公表データより引用  
 5. 台湾、タイのデータは各国および地域における2022年の市場調査データに基づく  
 6. 現地決算数値を期首からの平均為替レートにて円換算

**非財務**

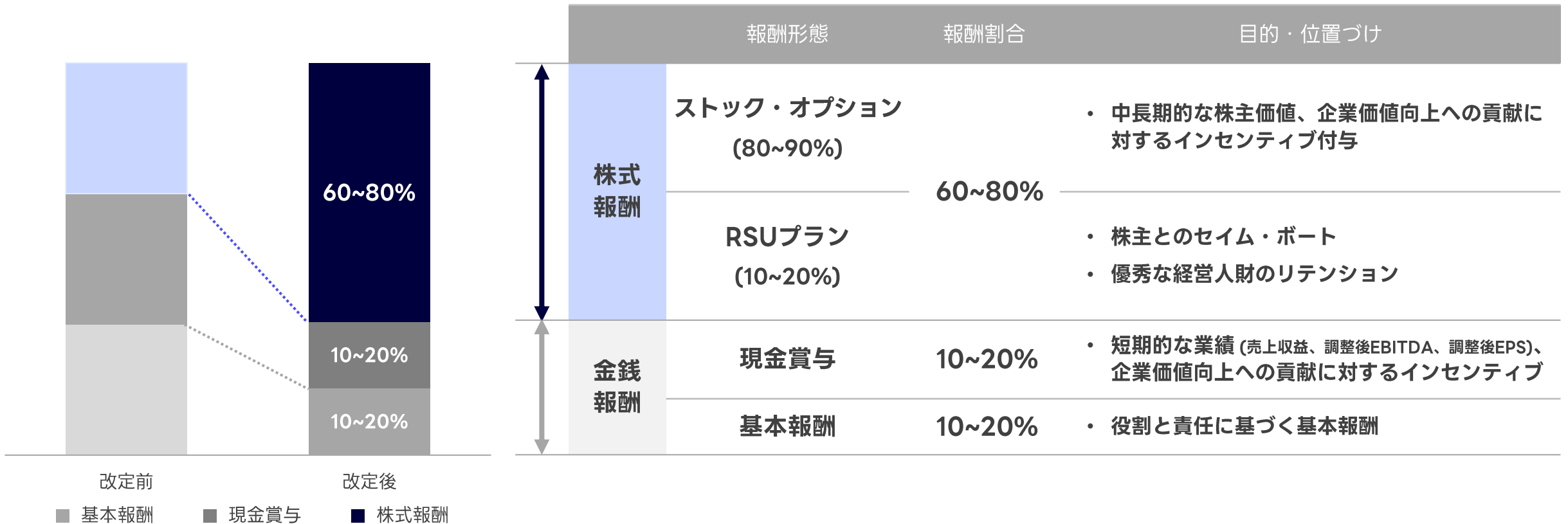
---



## 報酬ポリシーおよび役員報酬制度

2022年度以降の新役員報酬制度では、中長期インセンティブとしての株式報酬比率を高く設定  
株主との利害共有意識 (セიმ・ボート) を醸成し、持続的な成長を通じた企業価値の向上を目指す

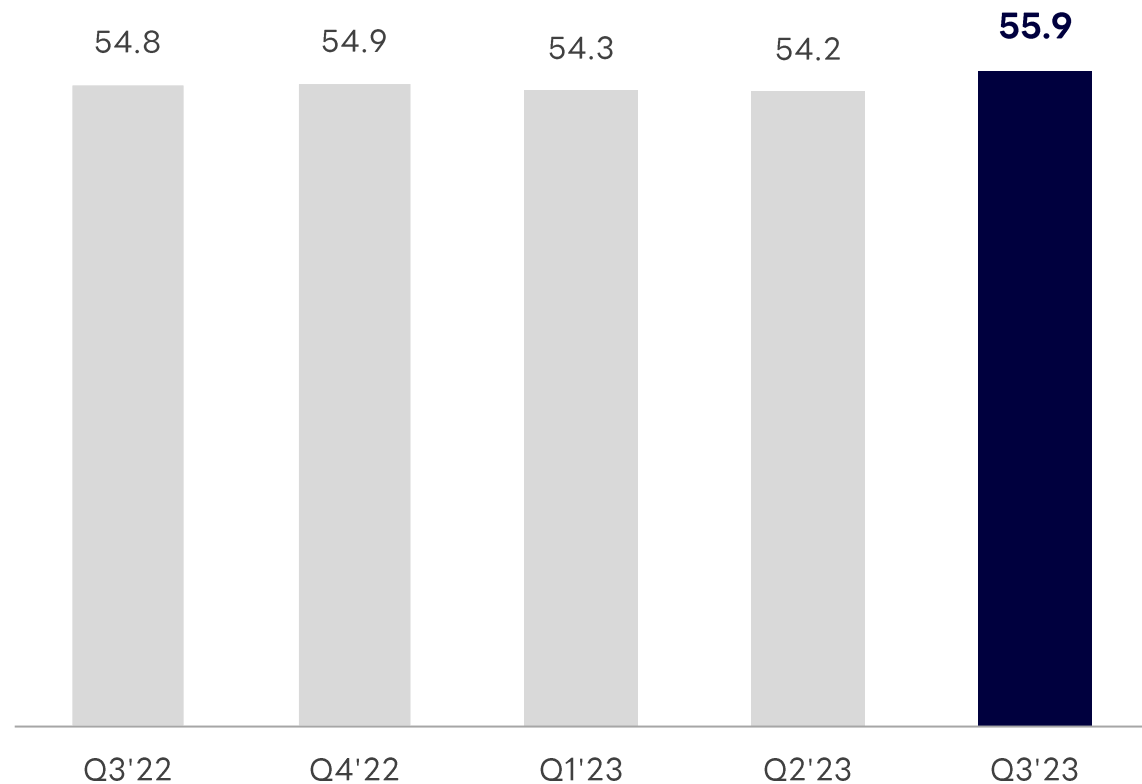
取締役報酬制度の改定<sup>1</sup>



1. 監査等委員である取締役を除く

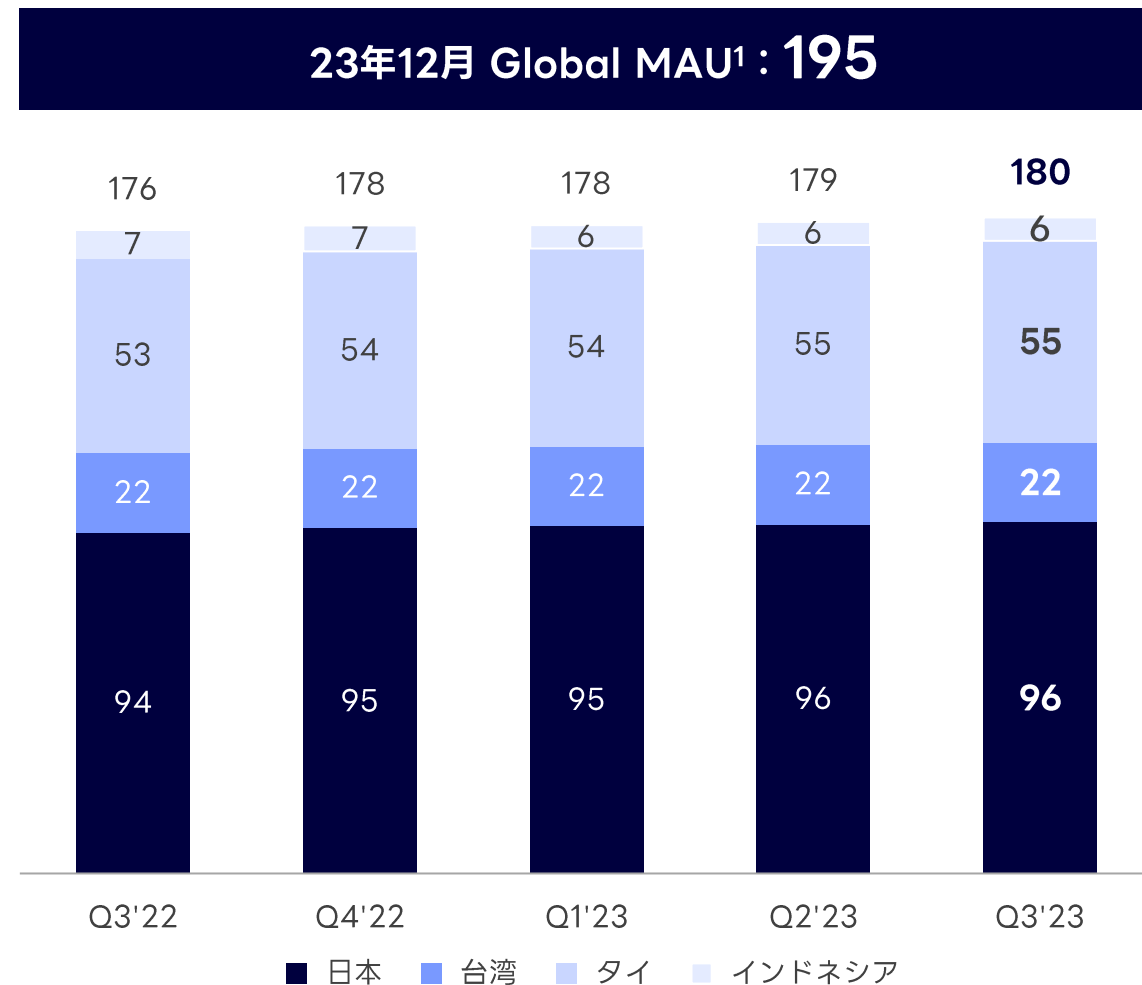
ヤフー 月間ログインユーザーID数

(百万)



LINE 月間アクティブユーザー数

(百万)



1. 主要4カ国・地域を含む世界におけるユーザー数の合計

# 投資判断に有用な財務・非財務情報を随時更新



## マネジメントメッセージ

- CEOメッセージ
- CFOメッセージ

## ビジョン・価値創造

- ミッション
- 私たちの強み
- 価値創造のプロセスとマテリアリティ
- 価値創造の軌跡
- 事業ポートフォリオ

## 成長戦略

- 成長戦略
- メディア事業
- コマース事業
- 戦略事業
- 財務ハイライト
- 財務諸表ヒストリカルデータ
- 連結財政状態計算書 (IFRS)
- 連結損益計算書 (IFRS)

## サステナビリティ

- サステナビリティの取り組み
- 環境
- 社会
- ガバナンス
- ESGデータ集
- SDGsへの対応
- 健康経営
- ESG格付評価
- ガイドライン対照表
- 特集：  
企業はリスクリングとどう向き合うべきか。  
Zアカデミアの取り組み

## コーポレートガバナンス

- ガバナンスの変遷
- 独立社外取締役インタビュー
- 役員一覧
- ガバナンス体制
- 実効性評価
- 報酬制度

## 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。