LINEヤフー株式会社 決算説明会

2025年度 通期及び第4四半期

2026年5月8日

証券コード: 4689

LINEヤフー

2025年度 通期及び第4四半期 決算説明会トピックス

1

アスクルのシステム障害の一時影響を受けつつも、増収増益

- FY25実績: 全社 売上収益 2.0兆円 (YoY+6.2%) / 全社 調整後EBITDA 4,966億円 (YoY+5.5%)
- FY25実績 (アスクル除き[1]): 売上収益 1.6兆円 (YoY+13.3%) / 調整後EBITDA 4,866億円 (YoY+12.6%)

2

AIエージェントのリリースを加速し、LINE起点の体験進化と既存サービスをAIエージェント化

3

利益成長と株主還元強化により、FY30にROE8%以上を目指す

- 来期配当は11円と大幅増配

1. FY24、FY25の実績値からアスクルを除いたベース

目次

1 全社連結業績

2 セグメント別業績

3 FY26の経営方針

目次

1 全社連結業績

2 セグメント別業績

3 FY26の経営方針

全社

FY25実績

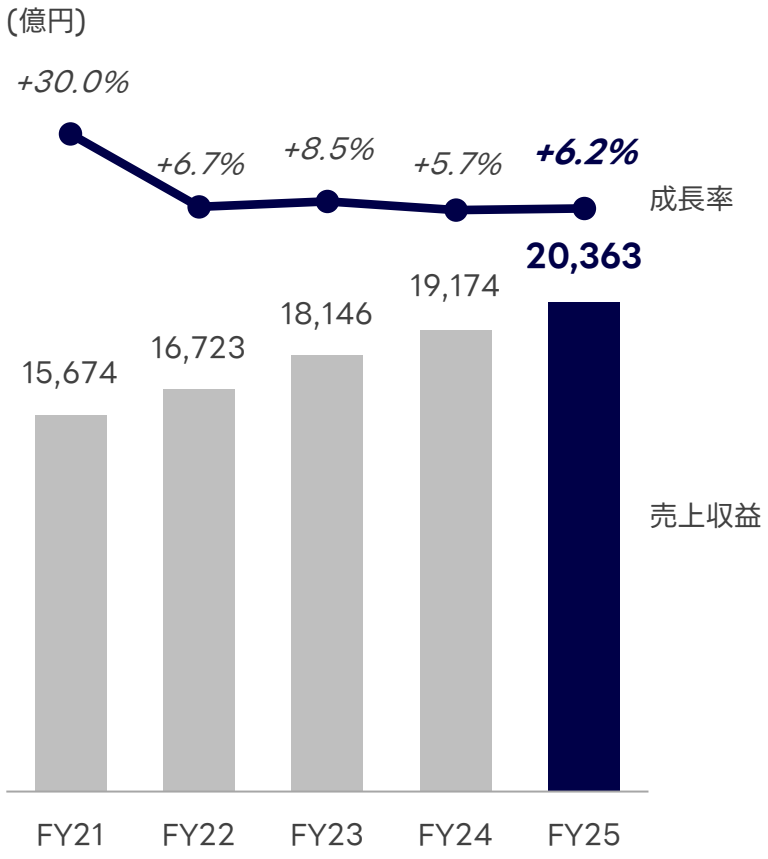
セグメント	項目	FY2024	FY2025	増減率 (YoY)
全社	売上収益	19,174 億円	20,363 億円	*+6.2 %*
	調整後EBITDA	4,708 億円	4,966 億円	*+5.5 %*
	調整後EPS[1]	24.9 円	28.7 円	*+15.3 %*
メディア	売上収益	7,321 億円	7,351 億円	*+0.4 %*
	調整後EBITDA	2,870 億円	2,806 億円	*-2.2 %*
コマース	売上収益	8,484 億円	8,576 億円	*+1.1 %*
	調整後EBITDA	1,490 億円	1,299 億円	*-12.8 %*
戦略	売上収益	3,412 億円	4,457 億円	*+30.6 %*
	調整後EBITDA	507 億円	939 億円	*+85.0 %*
その他・調整額	調整後EBITDA	-159 億円	-79 億円	-

1. 調整後EPS: 調整後当期利益/普通株式の期中平均株式数。調整後当期利益：親会社の所有者に帰属する当期利益±EPS調整項目±EPS調整項目の一部に係る税金相当額。EPS調整項目: ±EBITDA調整項目+企業結合により生じた識別可能無形資産から生じる償却費±営業外損益項目における非経常損益

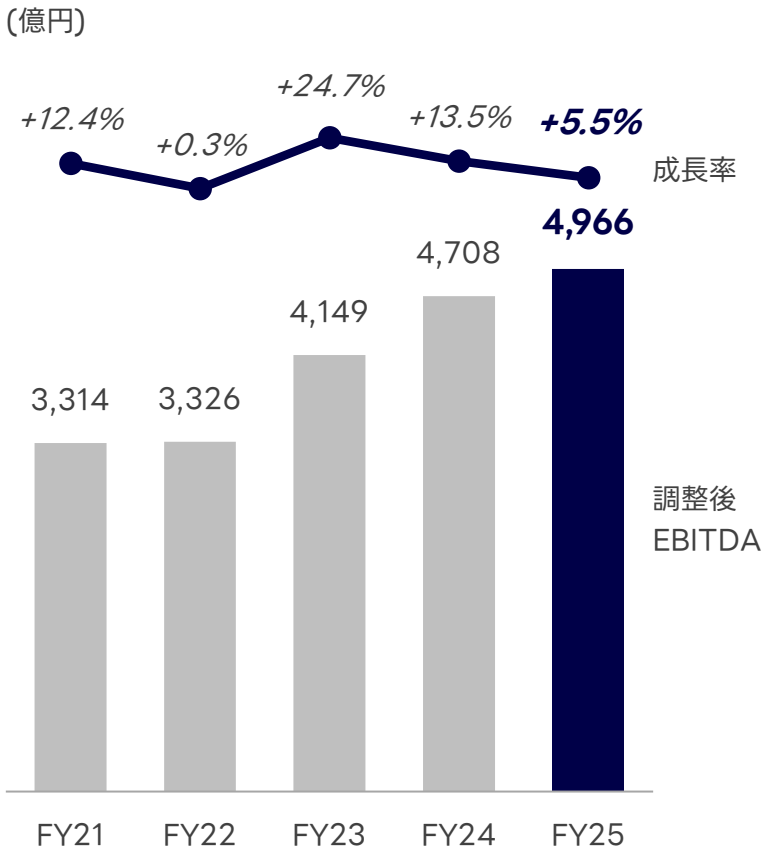
全社 業績推移

アスクルのシステム障害影響を受けつつも増収増益となり、マージンを維持

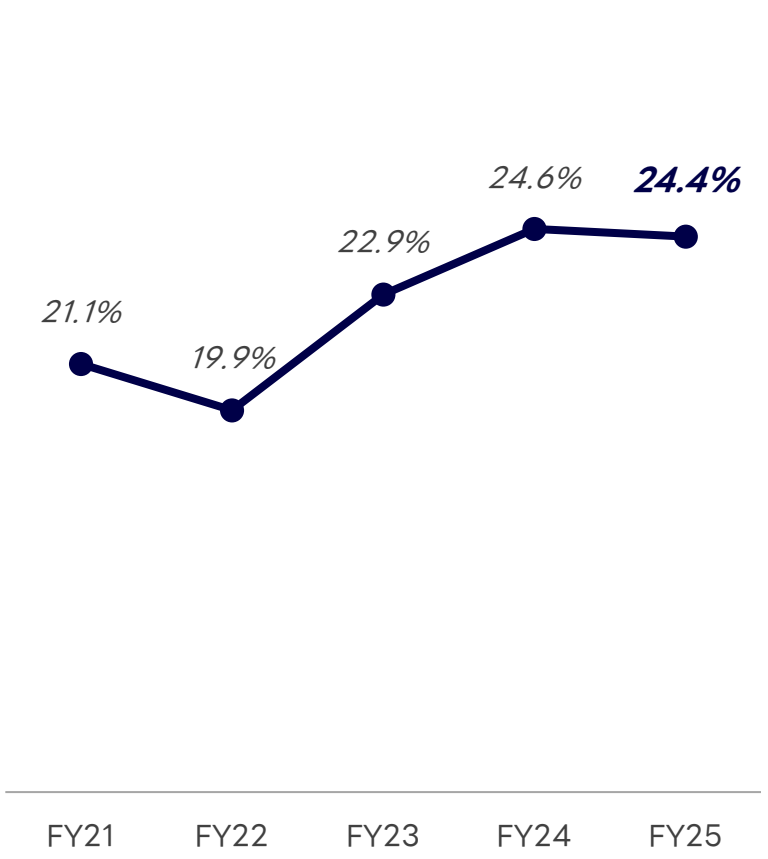
売上収益・成長率 (YoY)



調整後EBITDA・成長率 (YoY)



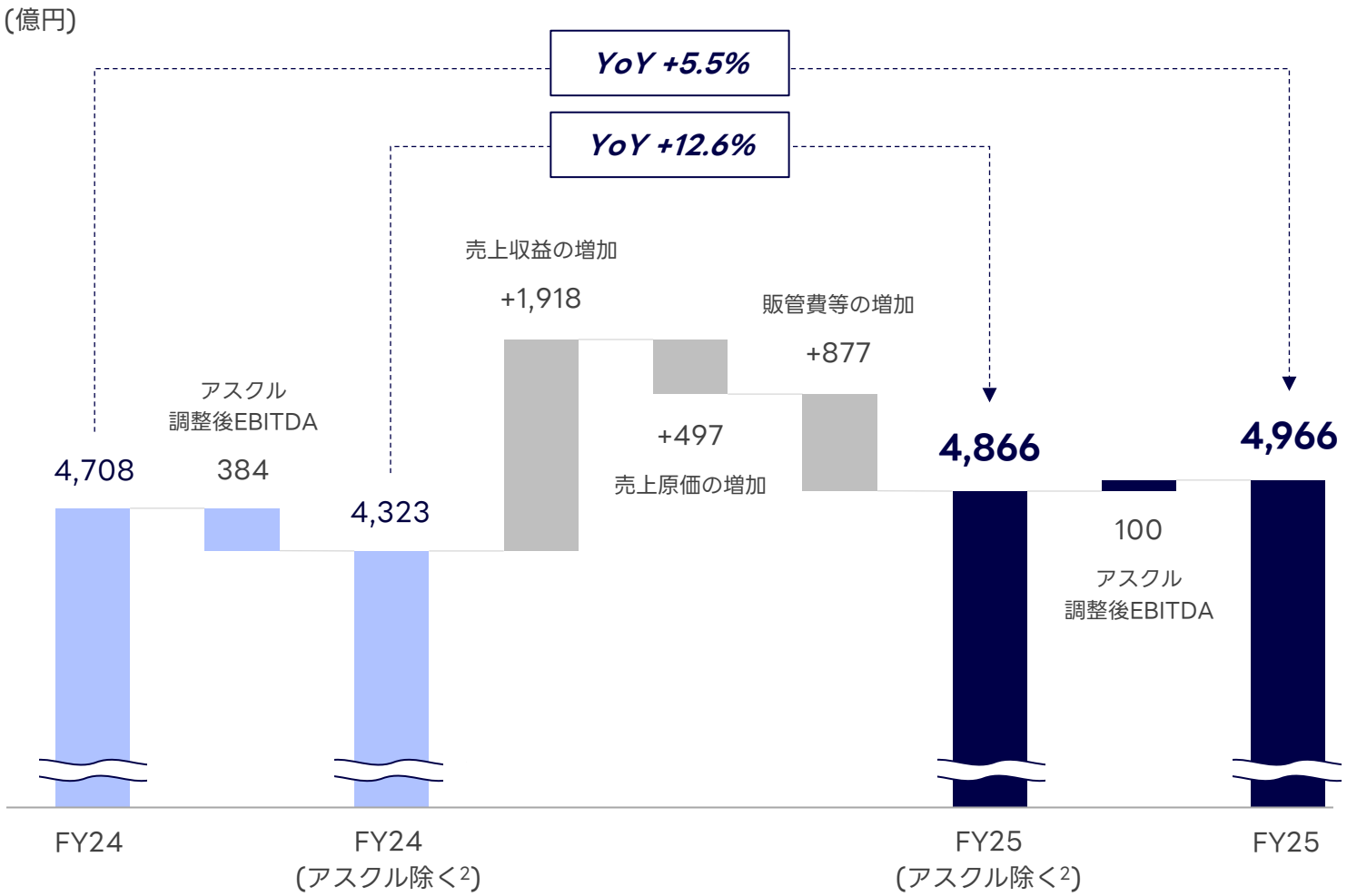
調整後EBITDAマージン



全社

全社 業績分析

調整後EBITDA[1]増減分析



売上収益: +1,918億円 (アスクル除く[2])

- メディア: +30億円
  - 検索広告: -207億円
  - アカウント広告: +193億円
  - ディスプレイ広告: +35億円
- コマース: +820億円
  - LINEヤフー: +685億円
  - ZOZO: +147億円
- 戦略: +1,045億円
  - PayPay連結: +776億円
  - LINE Bank Taiwan: +158億円

売上原価: +497億円

- メディア: -22億円
- コマース: +382億円
  - BEENOS: +71億円
  - その他: +310億円
- 戦略: +160億円
  - LINE Bank Taiwan: +78億円
  - PayPay連結: +53億円

販管費等: +877億円

- LINEヤフー
  - コマース: +279億円
  - メディア: +134億円
- PayPay連結: +303億円
- LINE Bank Taiwan: +80億円
- ZOZO: +75億円

1. 調整後EBITDA: 営業利益＋減価償却費及び償却費±EBITDA調整項目。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。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、企業結合に伴う再測定益、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. FY24、FY25の実績値からアスクル除いたベース

目次

1 全社連結業績

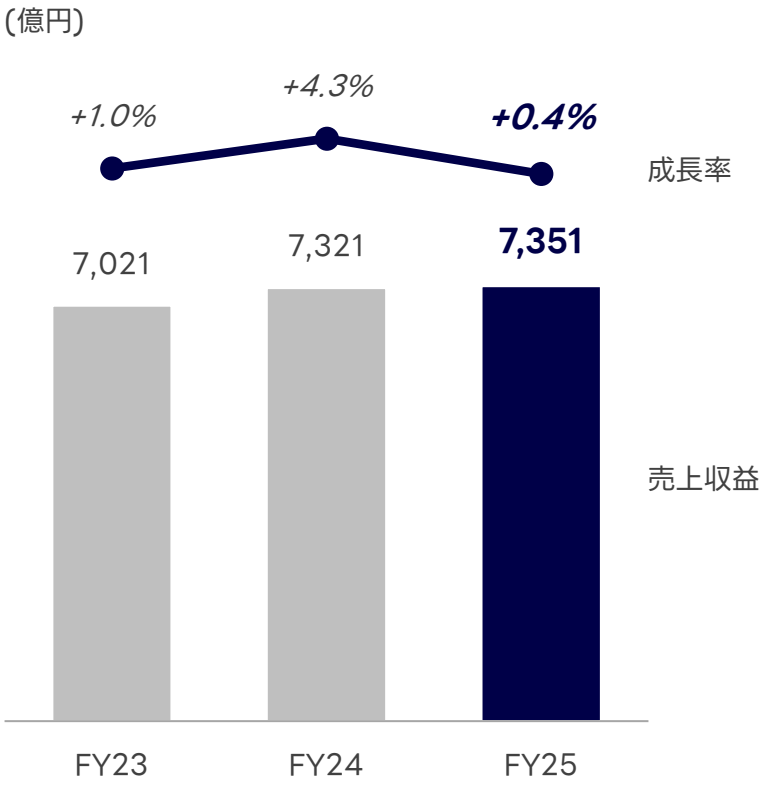
2 セグメント別業績

3 FY26の経営方針

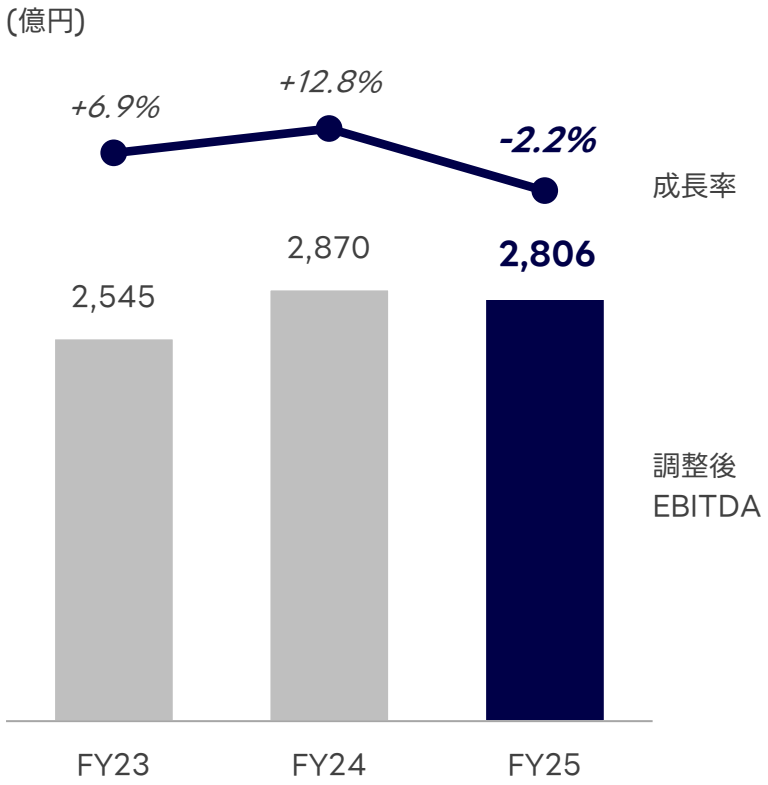
メディア事業 業績推移

アカウント広告の成長が検索広告減収を補い増収となるも、費用増により減益

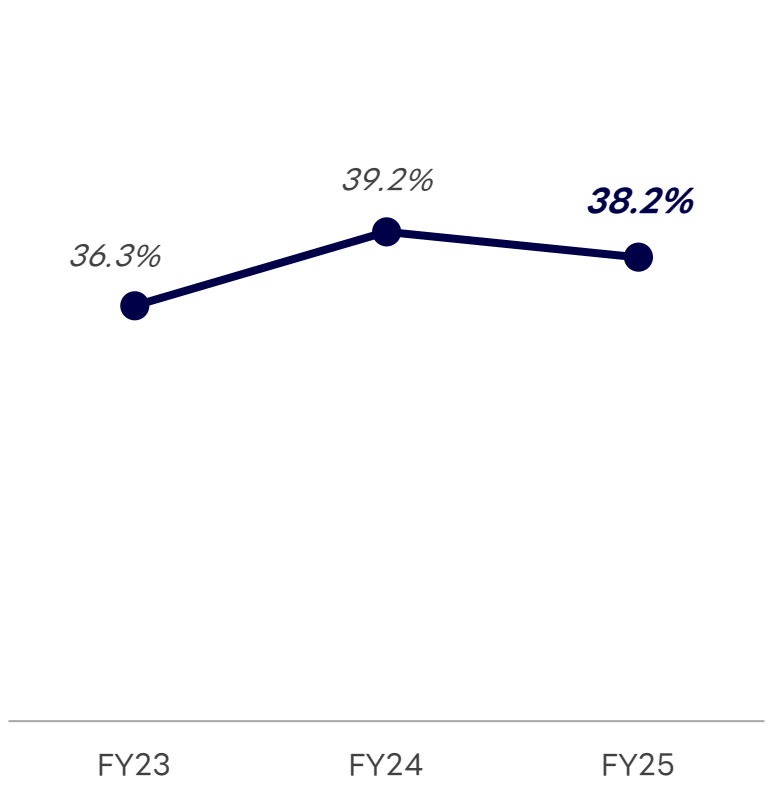
売上収益・成長率[1,2,3] (YoY)



調整後EBITDA・成長率[1,2,3] (YoY)



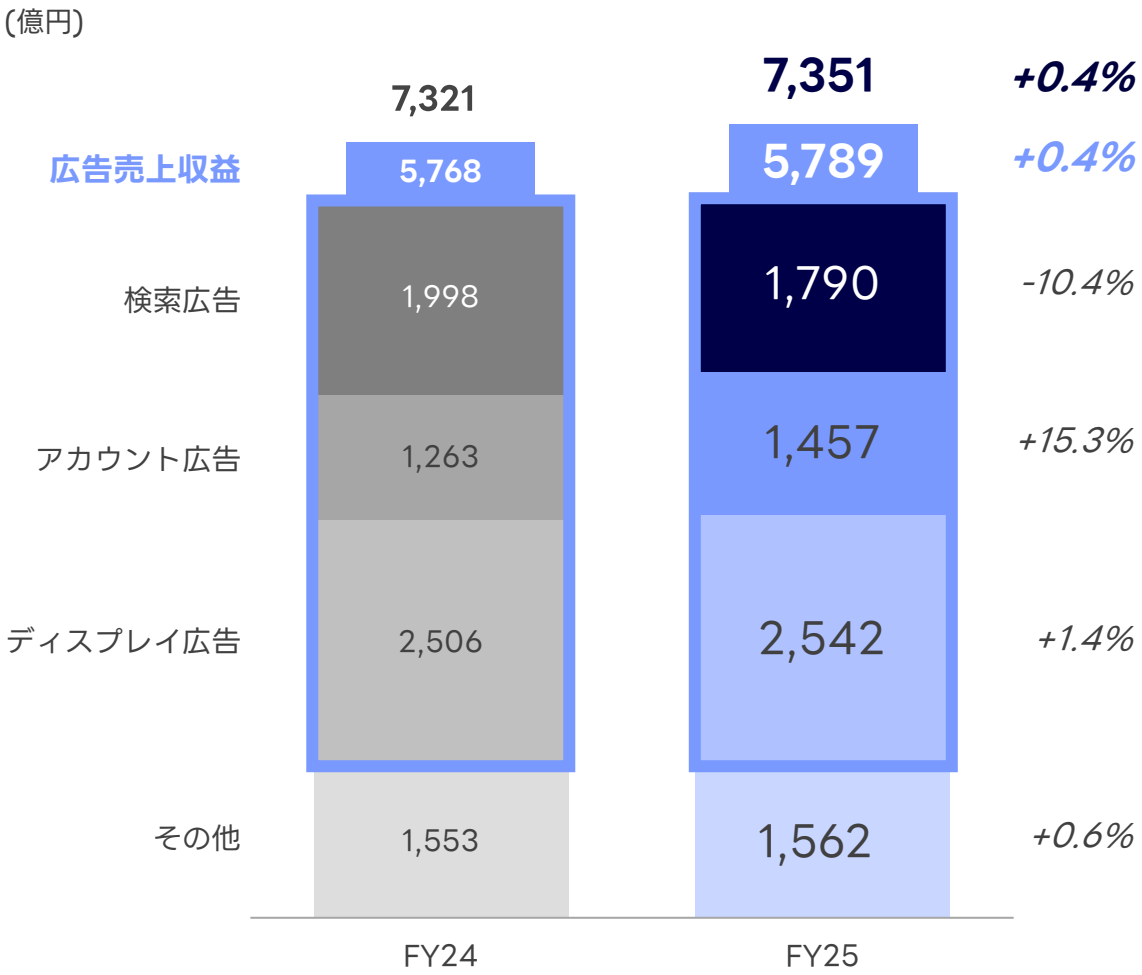
調整後EBITDAマージン[1,2,3]



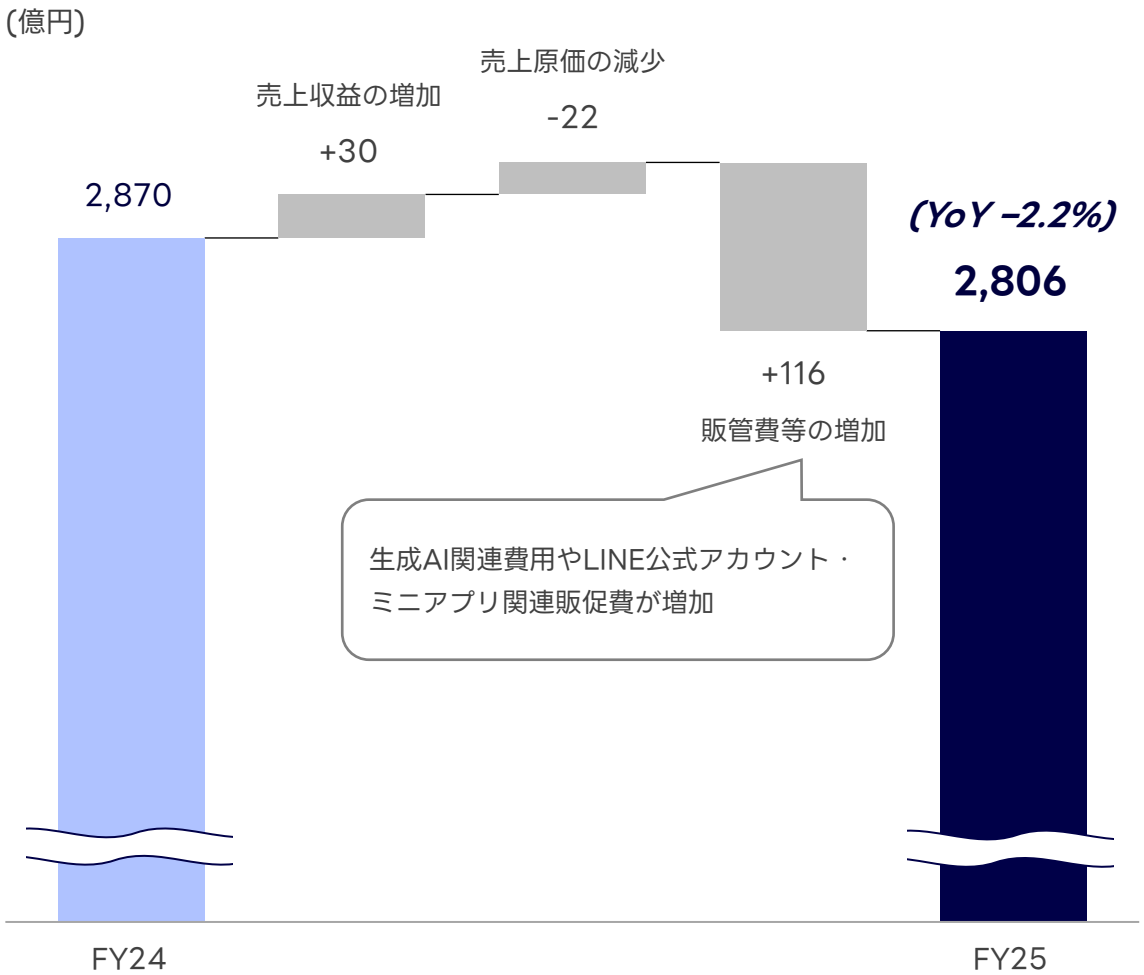
1. FY24Q3に、メディア事業に区分されていた一休.comレストラン、およびPayPayグルメのサービスをコマース事業に移管。これに伴いFY23、FY24Q1、Q2の業績を遡及修正
2. FY25Q1に、テクノロジー部門の人件費、データセンターおよび社内インフラに関わる費用の配賦基準を変更。これに伴い、FY24業績を遡及修正
3. FY25Q3に、組織再編に伴いサービスをセグメント間で移管。これに伴いFY24、FY25Q1、Q2の業績を遡及修正

メディア事業 業績分析

売上収益[1,2,3]



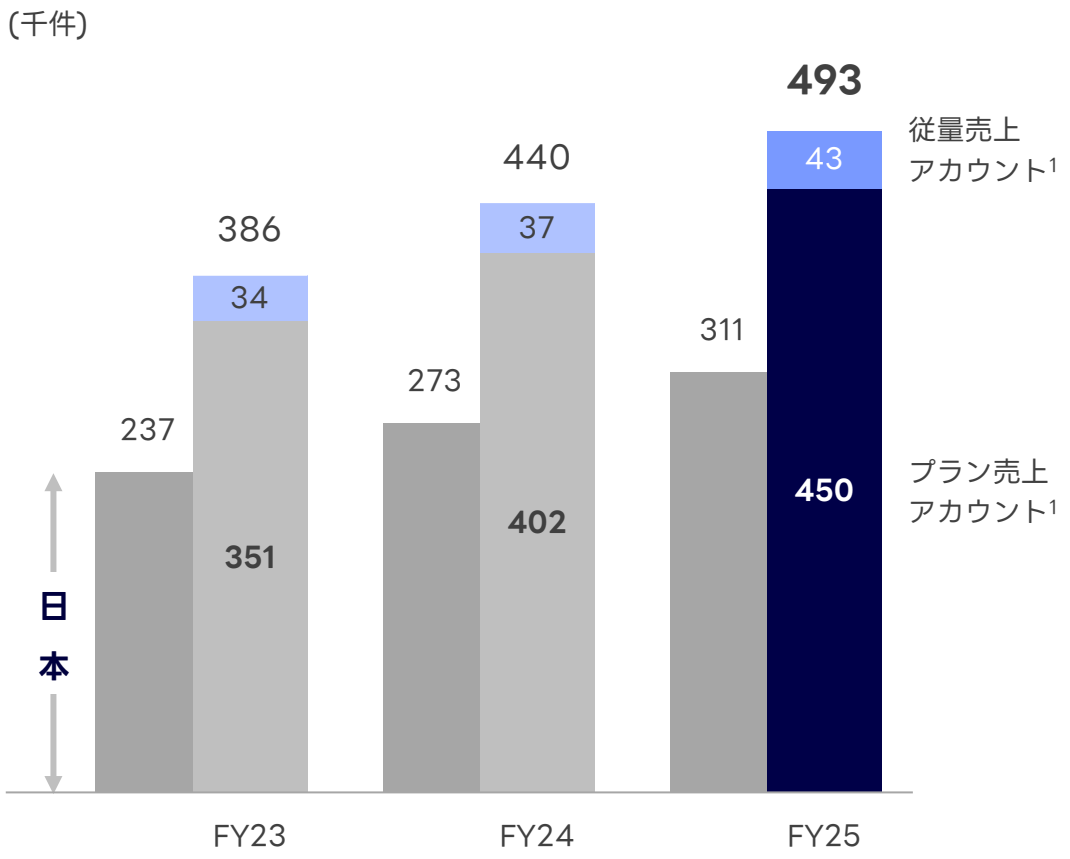
調整後EBITDA[1,2,3]



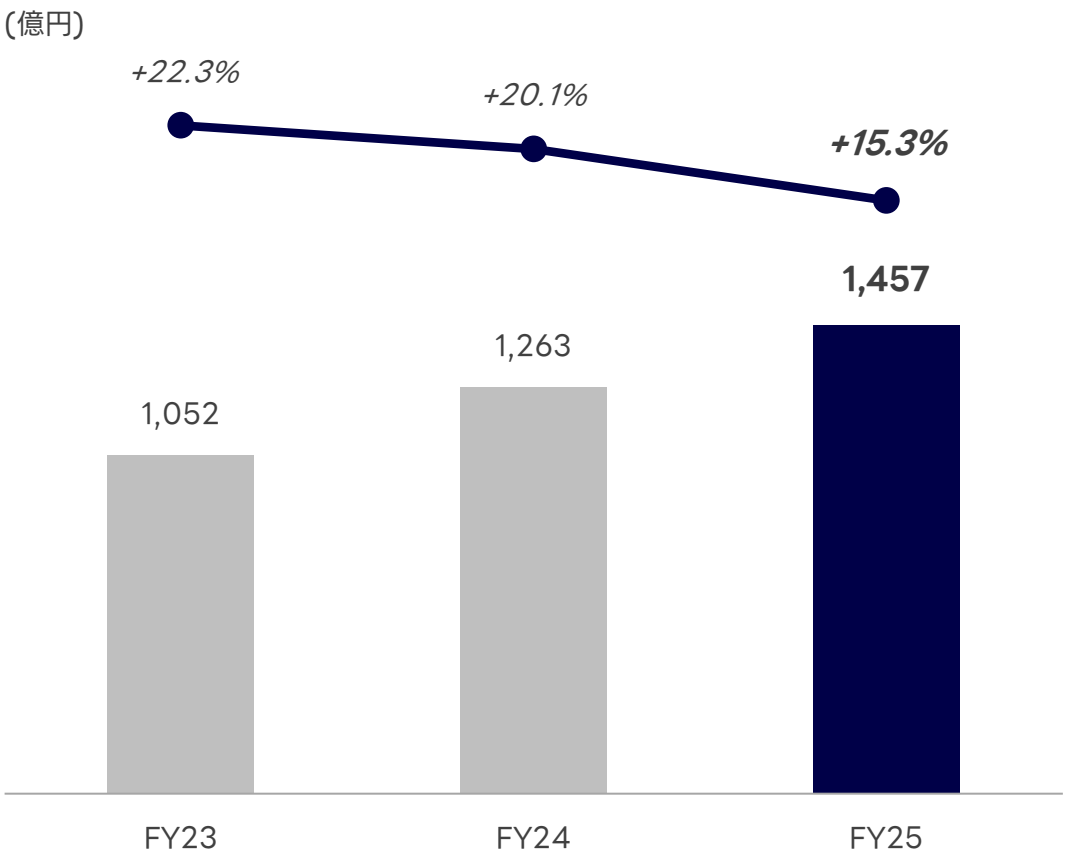
1. FY24Q3に、メディア事業に区分されていた一休.comレストラン、およびPayPayグルメのサービスをコマース事業に移管。これに伴いFY23、FY24Q1、Q2の業績を遡及修正
2. FY25Q1に、テクノロジー部門の人件費、データセンターおよび社内インフラに関わる費用の配賦基準を変更。これに伴い、FY24業績を遡及修正
3. FY25Q3に、組織再編に伴いサービスをセグメント間で移管。これに伴いFY24、FY25Q1、Q2の業績を遡及修正

有償アカウント数と従量売上が順調に拡大

LINE公式アカウント 有償アカウント数 (グローバル・日本) 推移[1]



売上収益



1. 各年度末時点の有償アカウント数を記載。従量売上アカウントは従量課金売上が発生しているアカウント、プラン売上アカウントは月額固定費のみ発生しているアカウントと定義

LINEミニアプリ

店舗とユーザーの接点となるミニアプリが成長

施策

デジタルコンテンツ課金機能

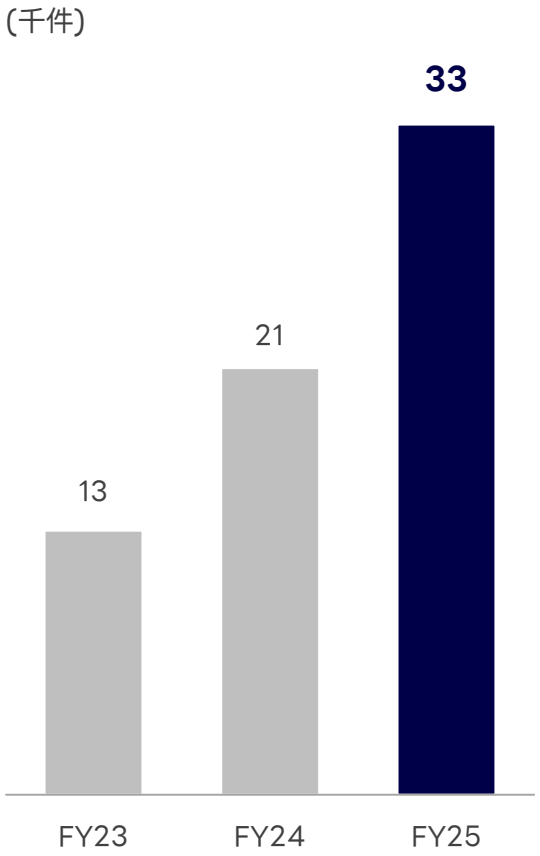
- 26年4月に本格提供開始
- LINEミニアプリ内でゲーム等のデジタルコンテンツ課金が可能に

ミニアプリタブ

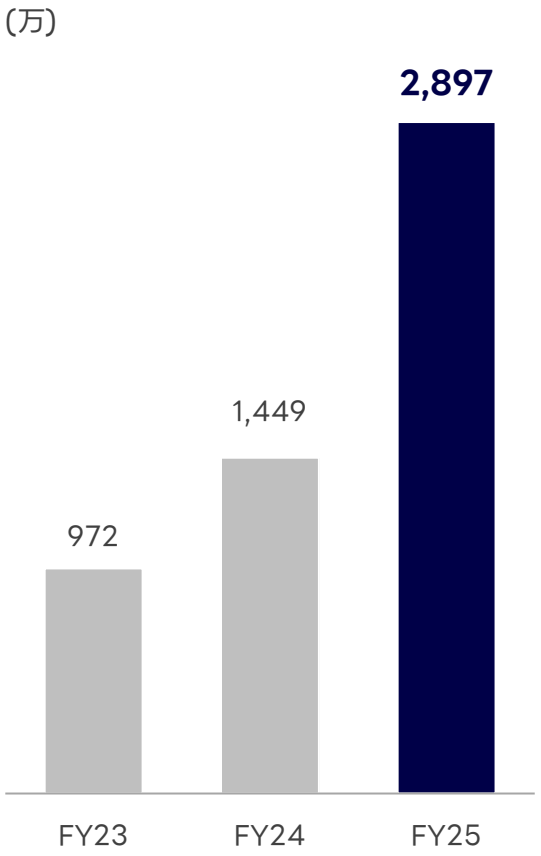
- ミニアプリへのユーザー導線を強化。MAU拡大に寄与

26年2月 提供開始

LINEミニアプリ数



LINEミニアプリ MAU



店舗DX

飲食・理美容領域で合計10万店舗の導入を目指す

飲食店向け

レストランオプション: 月額料金プラン[1]

モバイルオーダー

店舗用注文アプリ

CRM

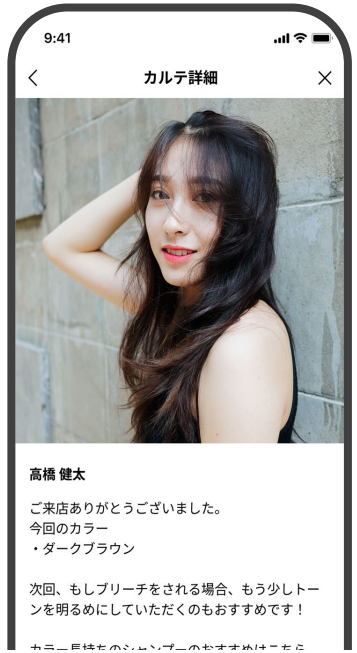
理美容業界向け

ビューティーオプション: 月額 17,500円[1]

予約システム

カウンセリング

カルテ



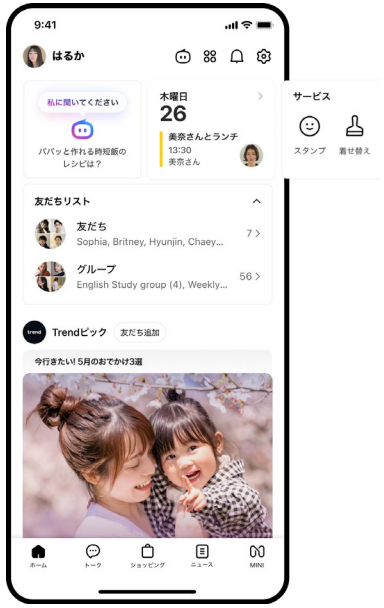
1. LINEレストランプラスは別途初期費用が発生。LINEビューティープラスは、年契約の場合は月額14,000円、複数スタッフ利用料は月額11,000円、初期サポート費用は30,000円が発生

LINEリニューアル・LYPプレミアム

LINEリニューアルと会員基盤の拡大によりマネタイズを強化

LINEリニューアル (ホームタブ)

友だちや生活に役立つ情報に加え、興味・関心のあるコンテンツを表示。Agent i との連携も開始。一部ユーザーから順次拡大中



狙い

- パーソナライズされたコンテンツを提供
- LINEユーザーのAI利用の入口を構築

効果

- 滞在時間・接触頻度の向上
- 動画も含めた広告配信機会の拡大
- AI利用の拡大

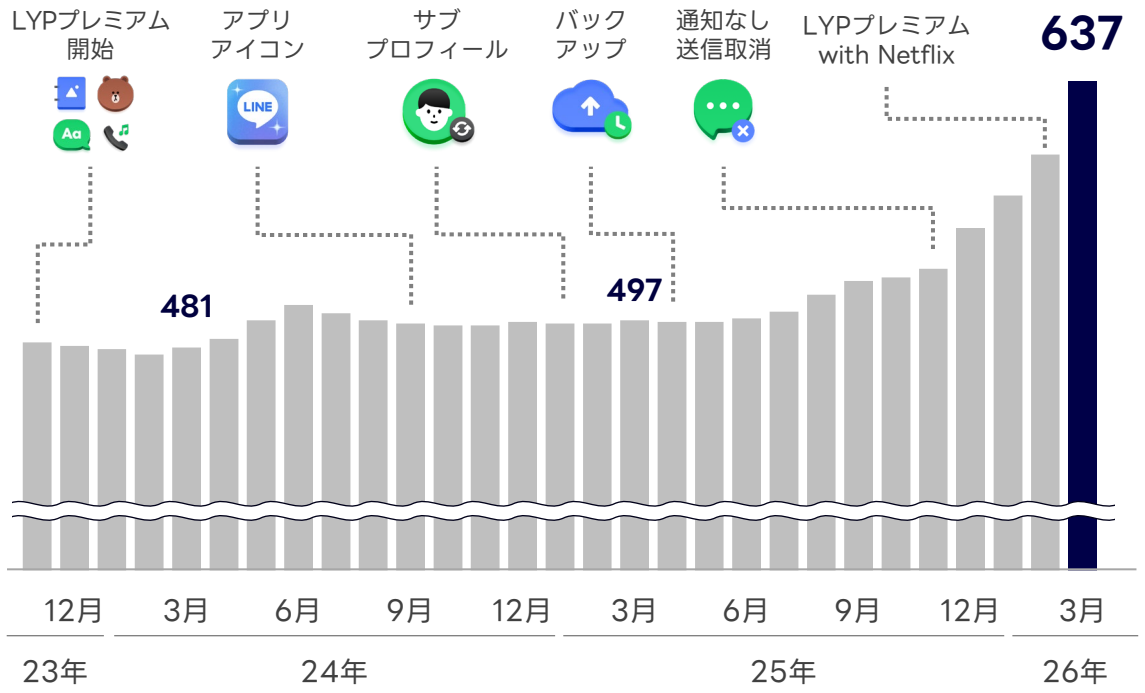
26年3月 順次提供開始

LYPプレミアム

直接会員数[1]

(万)

(YoY+28.3%)

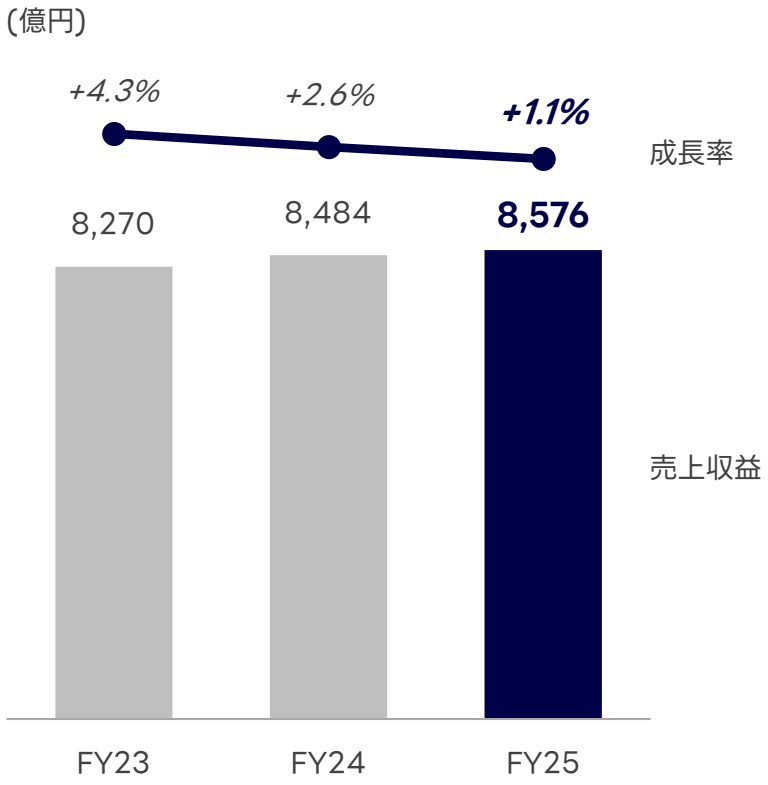


1. LYPプレミアムのアプリ版会員 (月額650円 税込) およびウェブ版会員 (月額508円 税込)。ソフトバンク・ワイモバイルのスマートフォン利用者のうち、追加料金なしでLYPプレミアムを利用している会員を除く

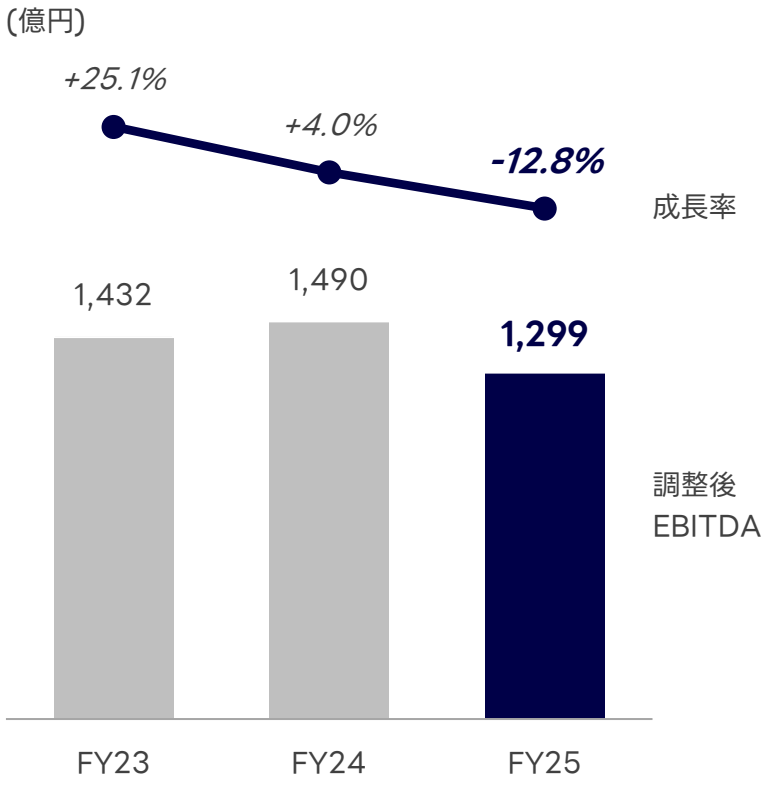
コマース事業 業績推移

アスクル影響により減益も、子会社連結化および既存事業の成長により増収

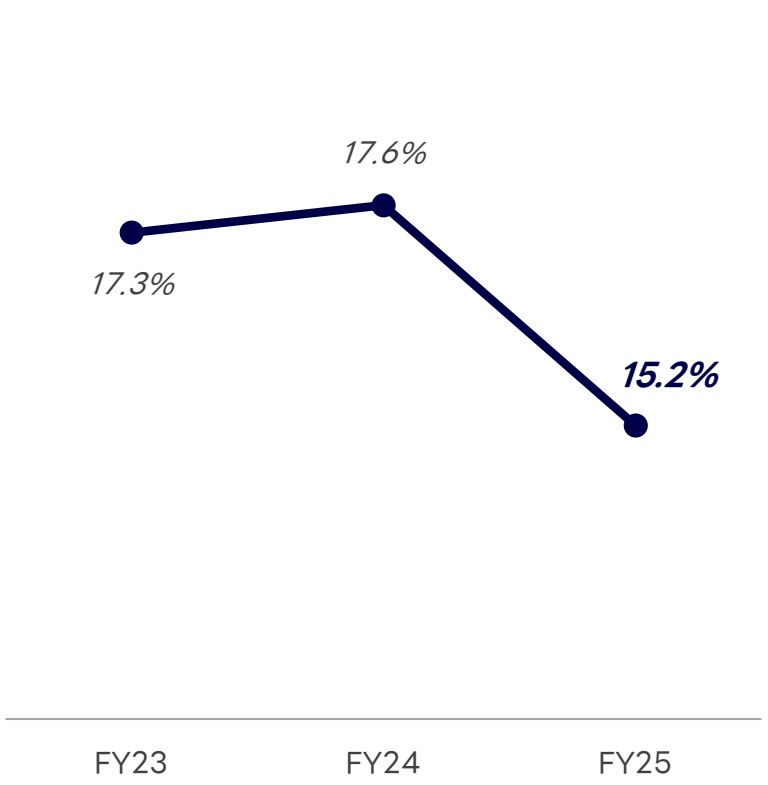
売上収益・成長率[1,2,3] (YoY)



調整後EBITDA・成長率[1,2,3] (YoY)



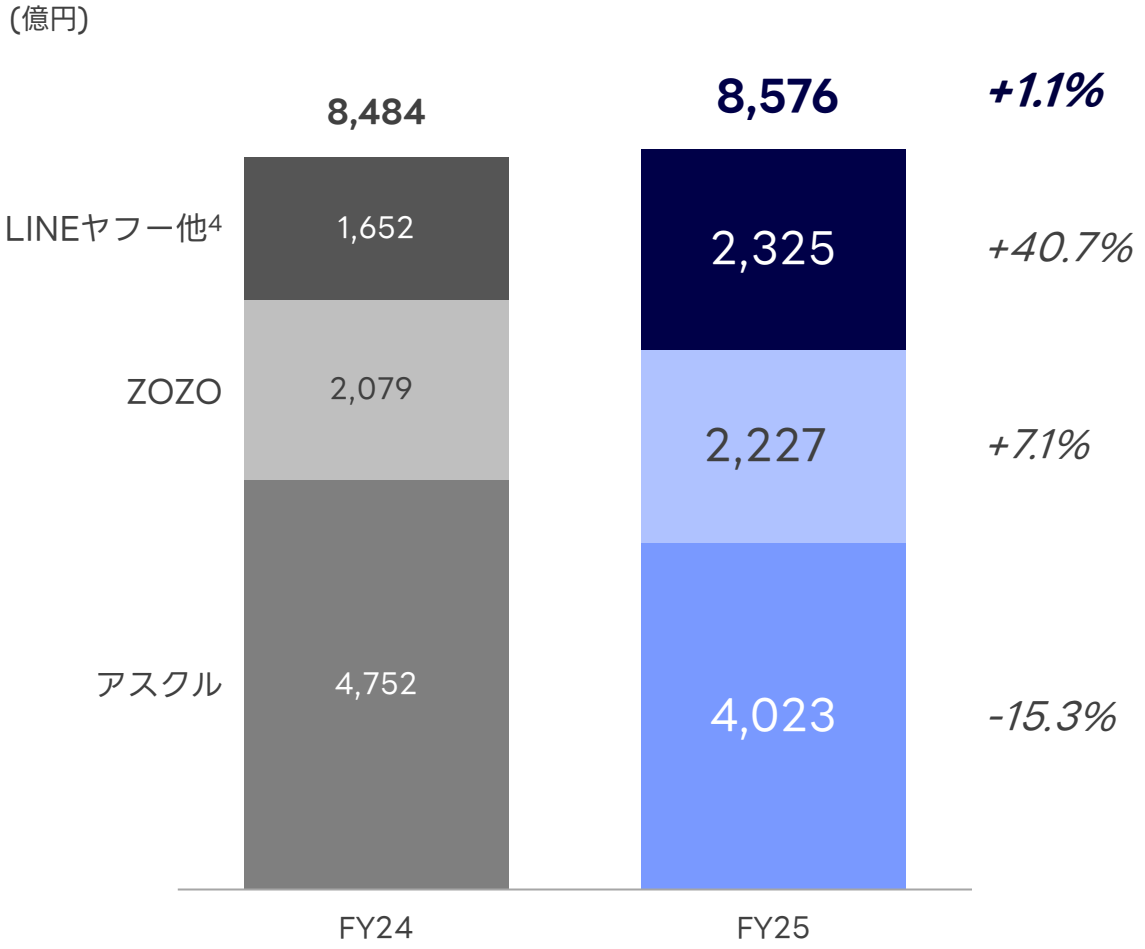
調整後EBITDAマージン[1,2,3]



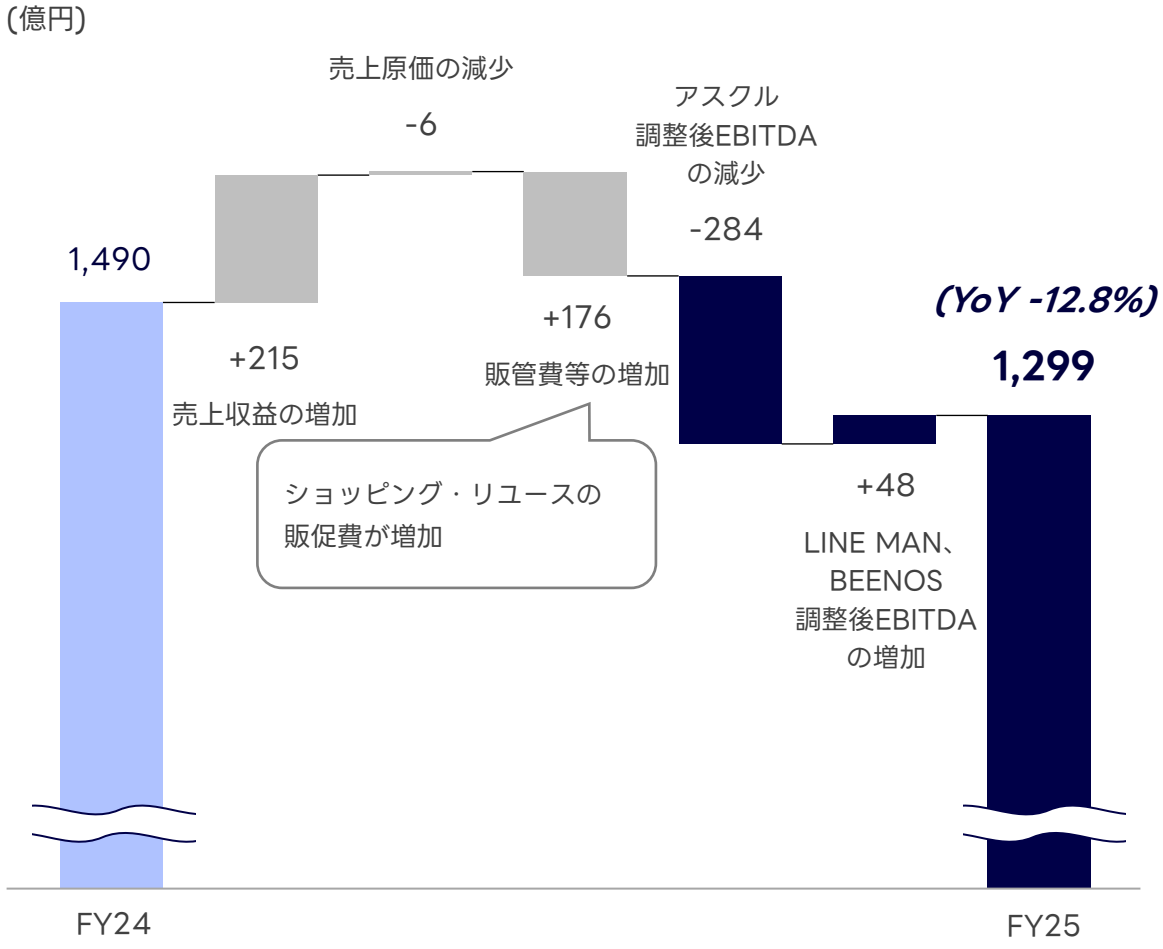
1. FY24Q3に、メディア事業に区分されていた一休.comレストラン、およびPayPayグルメのサービスをコマース事業に移管。これに伴いFY23、FY24Q1、Q2の業績を遡及修正
2. FY25Q1に、テクノロジー部門の人件費、データセンターおよび社内インフラに関わる費用の配賦基準を変更。これに伴い、FY24業績を遡及修正
3. FY25Q3に、組織再編に伴いサービスをセグメント間で移管。これに伴いFY24、FY25Q1、Q2の業績を遡及修正

コマース事業 業績分析

売上収益[1,2,3]



調整後EBITDA[1,2,3]

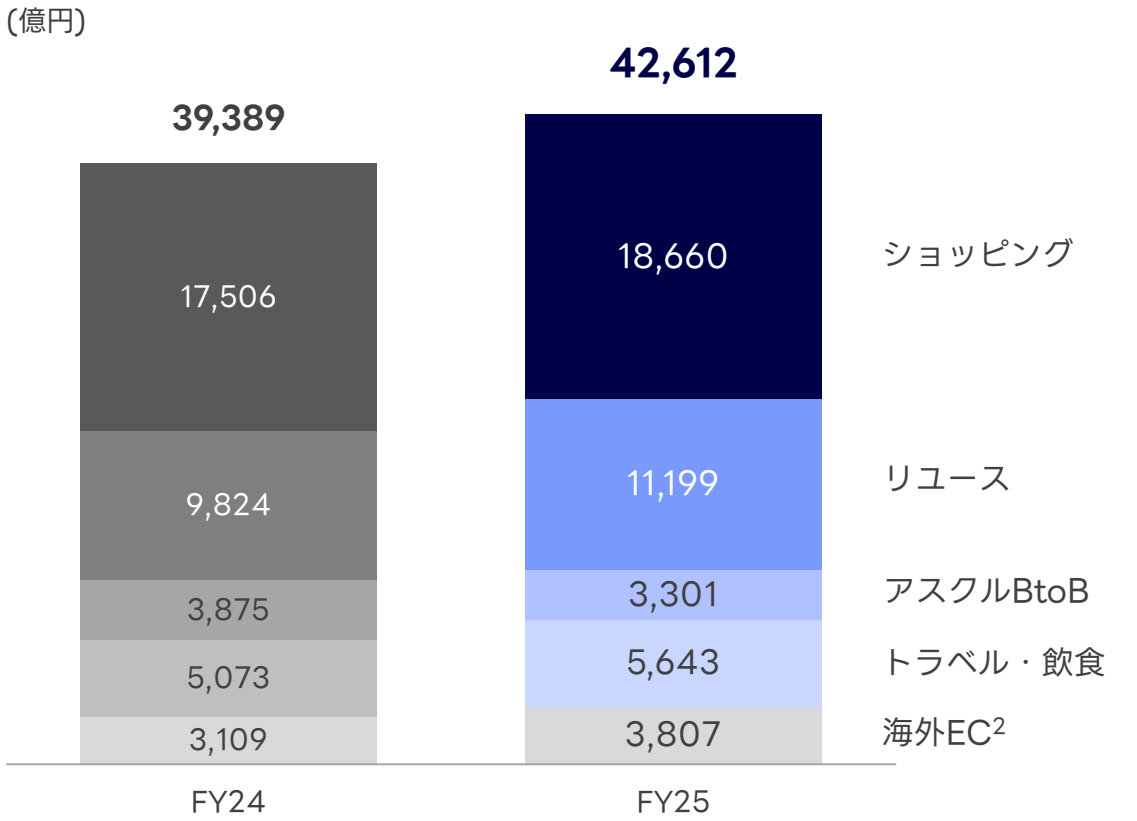


1. FY24Q3に、メディア事業に区分されていた一休.comレストラン、およびPayPayグルメのサービスをコマース事業に移管。これに伴いFY23、FY24Q1、Q2の業績を遡及修正
2. FY25Q1に、テクノロジー部門の人件費、データセンターおよび社内インフラに関わる費用の配賦基準を変更。これに伴い、FY24業績を遡及修正
3. FY25Q3に、組織再編に伴いサービスをセグメント間で移管。これに伴いFY24、FY25Q1、Q2の業績を遡及修正
4. LINE MAN、BEENOS含む

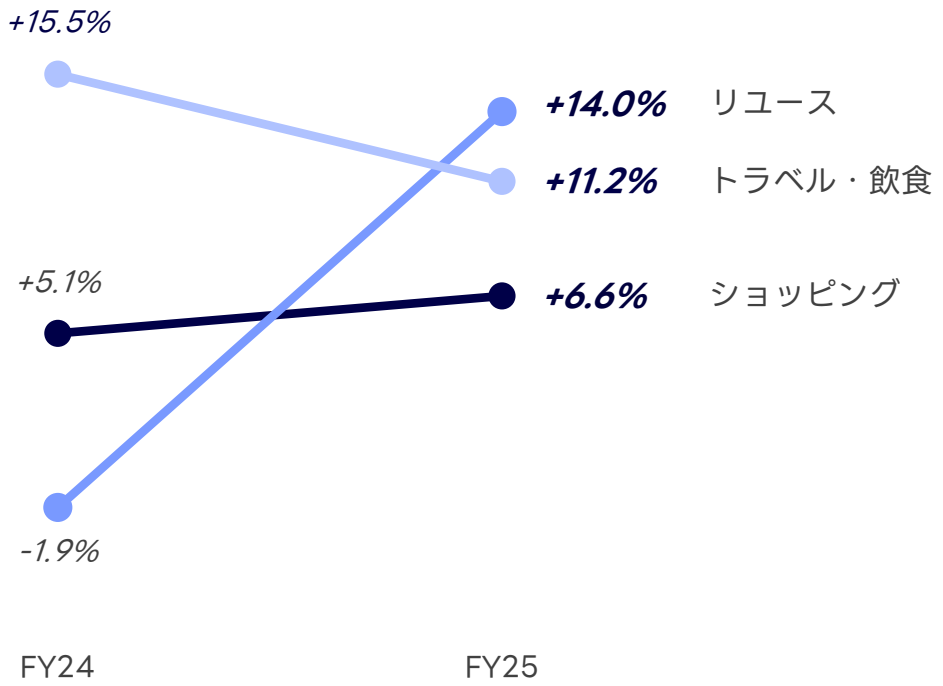
eコマース 取扱高

リユースとトラベルの成長により、取扱高は堅調に拡大

eコマース取扱高[1]



eコマース取扱高 成長率 (YoY)[1]



1. 取扱高の定義は補足資料P28参照。出前館、国内デジタル系サービス、海外デジタル系サービスを除く
2. デジタル系サービスを除く

課金モデルへの転換、プロダクト改善で両領域でAI対応を着実に推進

Yahoo!ショッピング

Yahoo!ショッピングのプラン改定 (26年9月)

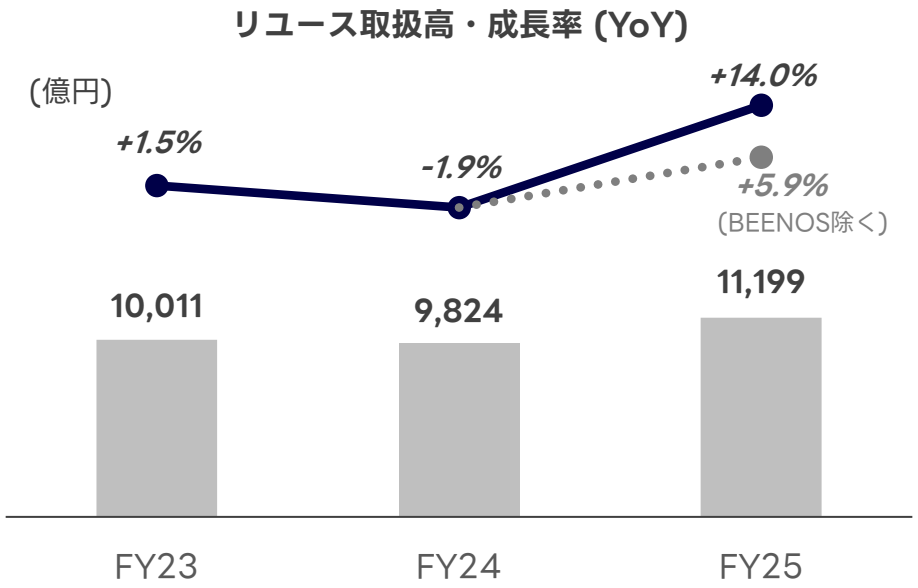
- 広告モデルから売上ロイヤリティモデルへ転換
- プラン改定により、収益性改善を見込む
- AI経由手数料も導入予定

月額システム利用料	10,000円
売上ロイヤリティ	2.5%
LINEショッピングタブ経由手数料	2~4%
AI経由手数料・新広告	導入予定

リユース

プロダクト改善によるAIマネタイズポイントの強化

- Yahoo!オークション: 良質な商品の拡充、LINE通知連携
- Yahoo!フリマ: エンタメ領域マーケティング強化、Web出品対応



AI活用による進化

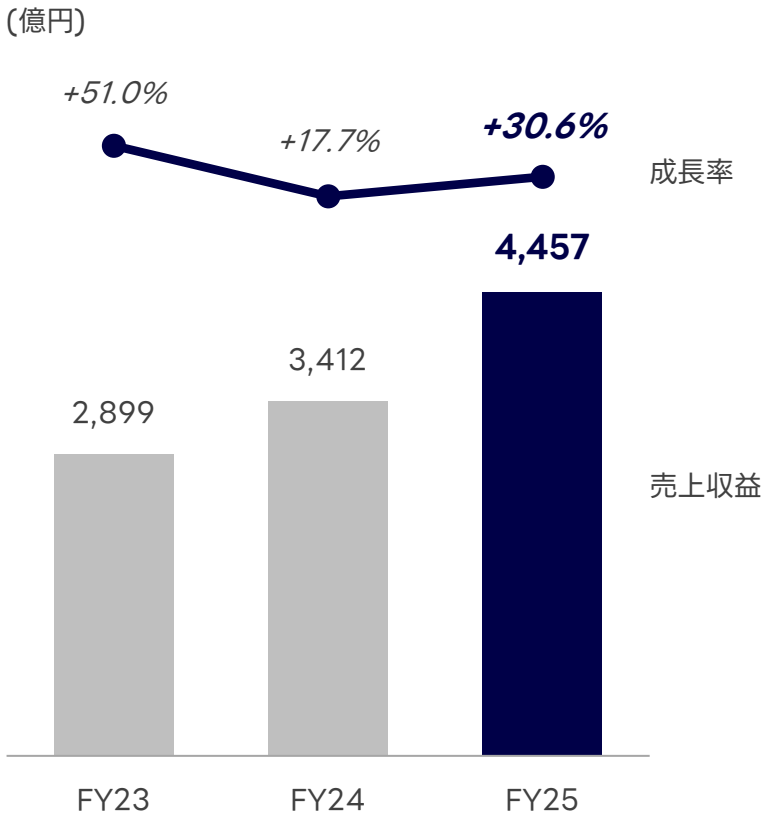
Yahoo!オークション
AIが商品文や取引メッセージから詐欺疑いを検知

Yahoo!フリマ
写真でAIが相場価格を提案

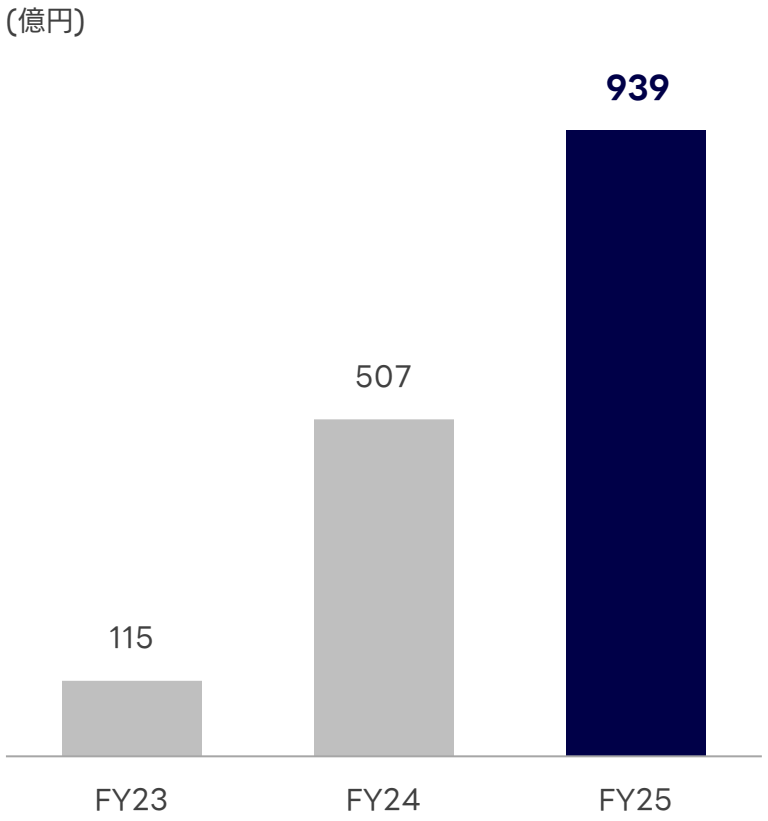
戦略事業 業績推移

高い売上成長に加えマージンがさらに高まり、利益成長が加速

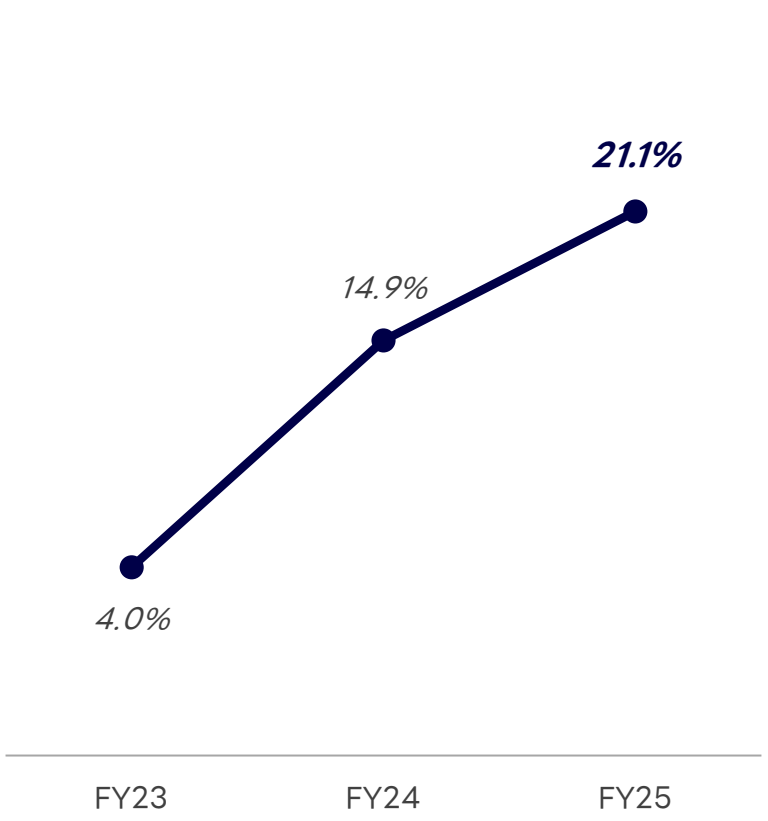
売上収益・成長率[1,2] (YoY)



調整後EBITDA[1,2]



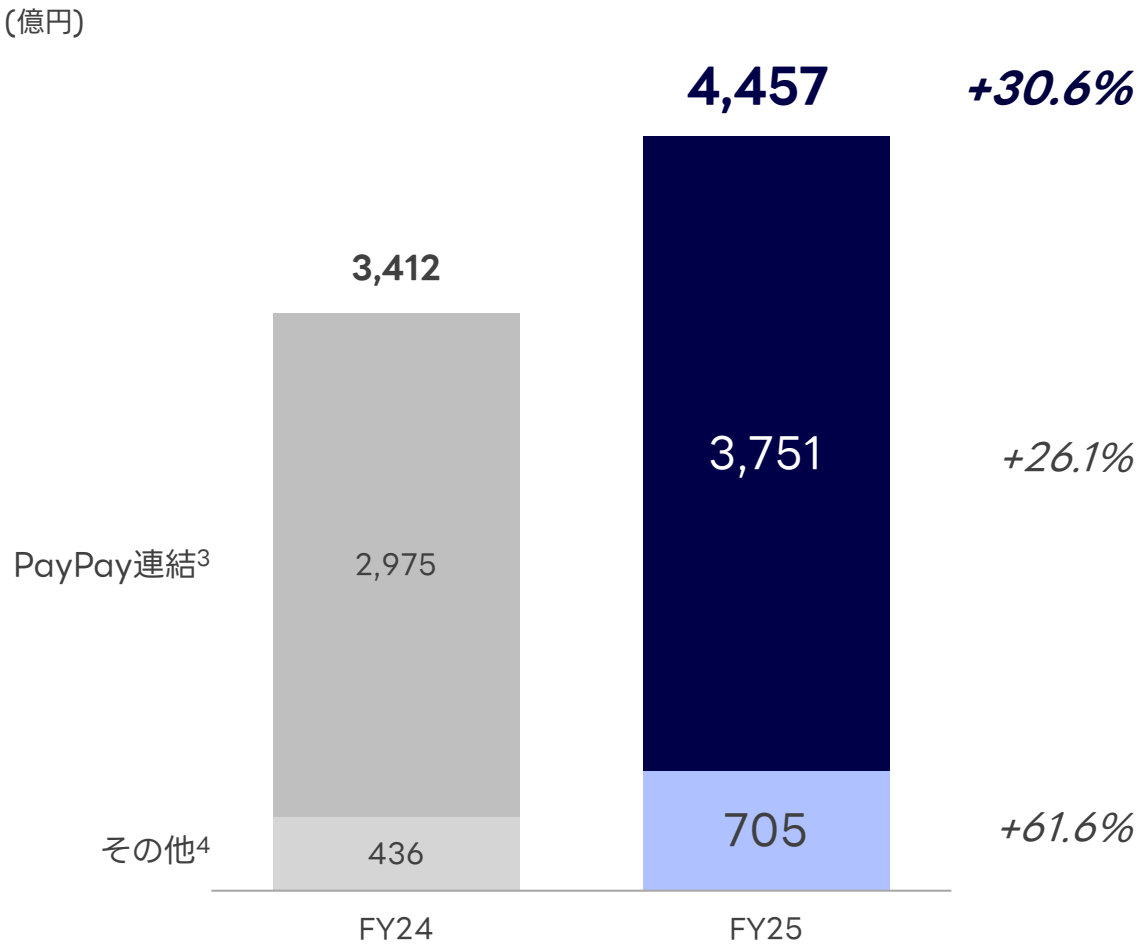
調整後EBITDAマージン[1,2]



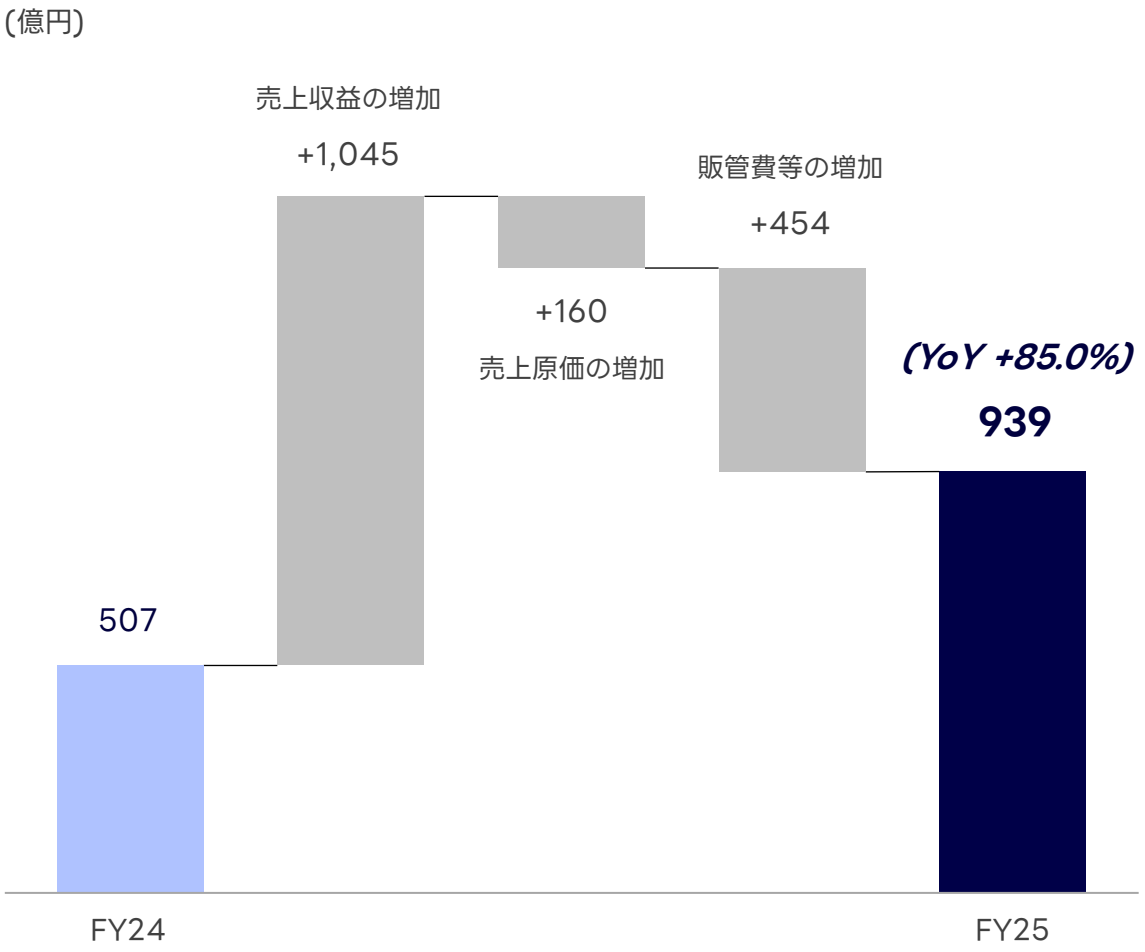
1. FY25Q1に、テクノロジー部門の人件費、データセンターおよび社内インフラに関わる費用の配賦基準を変更。これに伴い、FY24業績を遡及修正
2. FY25Q3に、組織再編に伴いサービスをセグメント間で移管。これに伴いFY24、FY25Q1、Q2の業績を遡及修正

戦略事業 業績分析

売上収益[1,2]



調整後EBITDA[1,2]

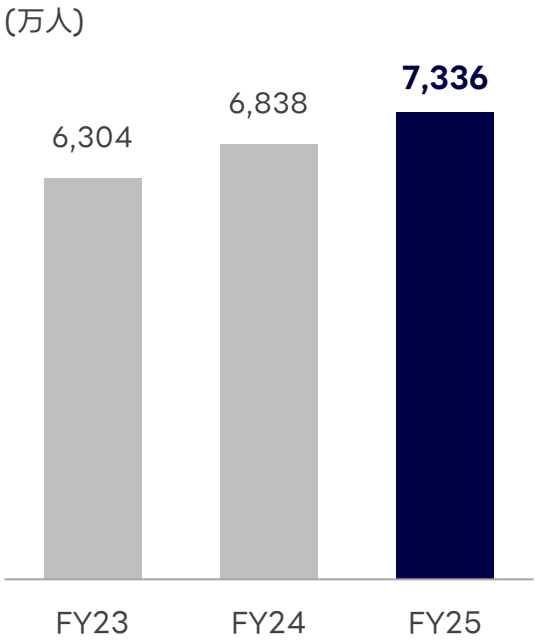


1. FY25Q1に、テクノロジー部門の人件費、データセンターおよび社内インフラに関わる費用の配賦基準を変更。これに伴い、FY24業績を遡及修正
2. FY25Q3に、組織再編に伴いサービスをセグメント間で移管。これに伴いFY24、FY25Q1、Q2の業績を遡及修正
3. FY24はPayPay (株) 、PayPayカード (株) に加えてPayPay銀行 (株) の数値を合算。FY25はPayPay証券 (株) 、クレジットエンジン (株) も含む。会社間の内部取引消去後の数値。当社にて関連するIFRS調整を行い独自に算出
4. その他金融とその他の合算

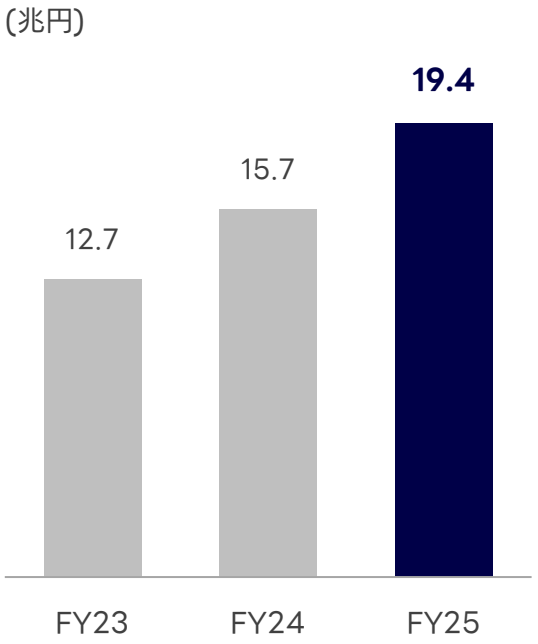
PayPay連結 事業概況

決済と金融が成長し、連結EBITDAは1,000億円超へ拡大

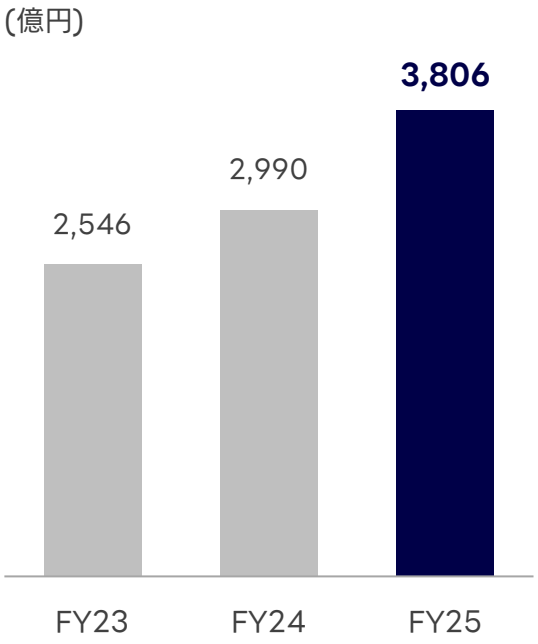
登録ユーザー数[1]



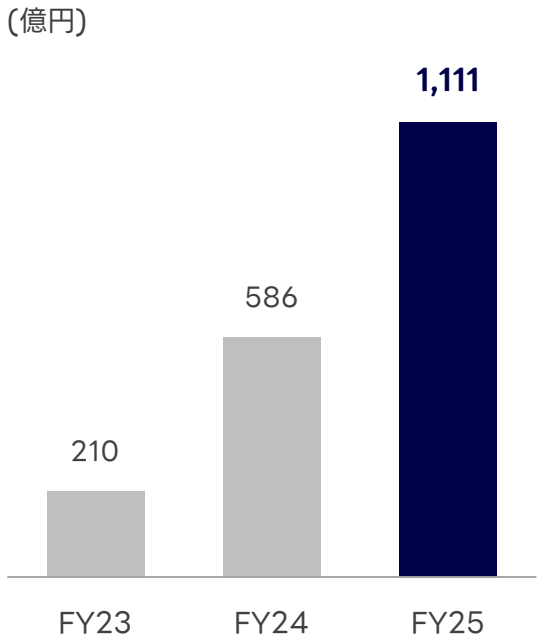
連結取扱高[2]



連結売上高[3]



連結調整後EBITDA[4]



1. 各年度末時点のPayPayのアカウント登録済みユーザー数
2. 「PayPay残高」、「PayPayデビット」、「PayPay残高カード」、「PayPayクレジット」、「PayPayカード(物理カード)」、「VISAデビットカード」、「Alipay」、「LINE Pay」等経由の決済を含む。ユーザー間での「PayPay残高」の「送る・受け取る」機能の利用、「VISAデビットカード」のキャッシュカード機能利用時のATM引き出し金額は含まない。PayPay (株)、PayPayカード (株)、PayPay銀行 (株) の決済取扱高を合算し、内部取引を消去。FY25Q1にPayPay (株) がPayPay銀行 (株) を子会社化したことに伴い、FY22以降の数値を遡及修正。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
3. 持分プーリング法の適用により、PayPay銀行 (株) およびPayPay証券 (株) の財務諸表をFY22期初から、PayPayカード (株) の財務諸表をFY21期初からPayPay (株) に連結。IFRS。非監査
4. 持分プーリング法の適用により、PayPay銀行 (株) およびPayPay証券 (株) の財務諸表をFY22期初から、PayPayカード (株) の財務諸表をFY21期初からPayPay (株) に連結。調整後EBITDAは、純利益に、法人税等、持分法による投資損失、減価償却費及び償却費、固定資産除売却損、株式に基づく報酬に係る費用、契約獲得コストの償却費、上場関連費用、M&A関連費用、ならびに全社借入金および金融資産に関連する純利息費用 (収益) を加減算して算出。持分法による投資損失には、持分法で会計処理されている共同支配企業の持分損益を含む

目次

1 全社連結業績

2 セグメント別業績

3 FY26の経営方針

FY26の経営方針

1 AIエージェント化の推進

2 株主還元と資本効率向上に向けた取組み

3 業績見通し

FY26の経営方針

1 AIエージェント化の推進

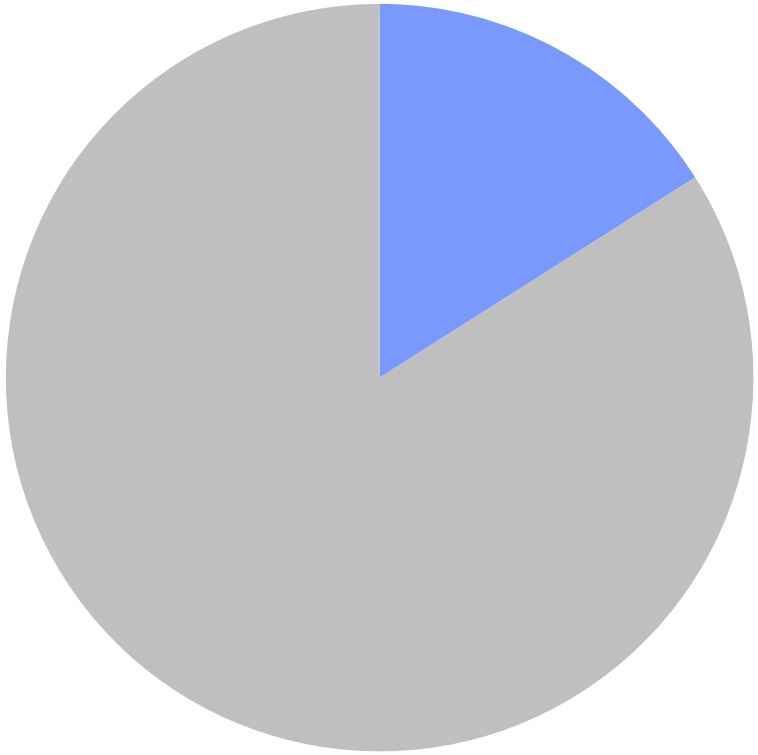
2 株主還元と資本効率向上に向けた取組み

3 業績見通し

日本における生成AIの利用実態

8割以上の人が生成AIを日常的に利用していない

日常生活におけるAI利用率[1]



生成AIを
日常的に利用している

16.0%

1. 自社調べ。生成AIに関する調査 (調査期間: 2026年1月23日～26日。調査対象：全国男女18-69歳。n＝10,000)

AI時代の変化を捉えた進化と自己変革

LINEを起点とした体験の進化

Home

日程調整

プロフィール画像生成

既存サービスのAIエージェント化

トップページ

ファイナンス

コマース

※画面は開発中のものであり、実際の仕様とは異なる可能性あり

ユーザーとクライアント両面の体験を進化

Agent i

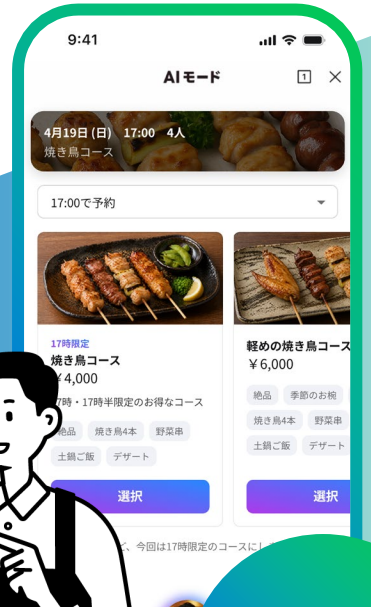
ユーザー数
1億超

LINE YAHOO! JAPAN

ユーザー

LINEヤフー

Agent i for Business



企業・店舗

ビジネスアカウント数
100万超

LINE OA
AIモード

Agent i Biz

※画面は開発中のものであり、実際の仕様とは異なる可能性あり

各サービスがエージェントに進化。順次領域を拡大

Agent i

- リリース済（β版含む） -

お買い物 / おでかけ / 天気

自動車 / 人間関係 / 仕事相談 / レシピ

- 開発中 -

ローカル / 日程調整 / 学びサポート / 子育て

ヘルスケア / 航空券手配 / 推し活 / 住まい探し

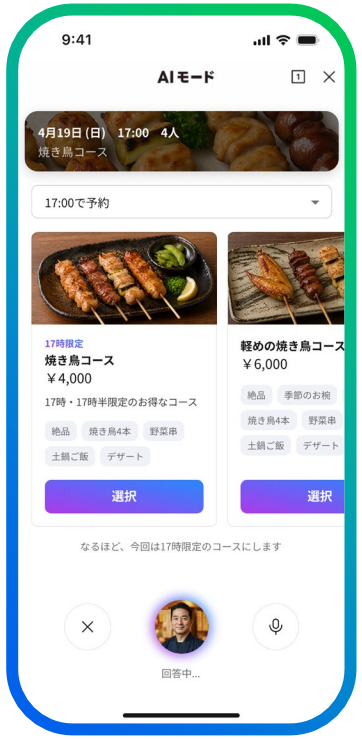
ファイナンス / マンガ / 近くのおトク / ・・・

※画面は開発中のものであり、実際の仕様とは異なる可能性あり

ミニアプリや公式アカウントにAI機能を付加し、企業DXを促進

Agent i for Business

企業・店舗



LINE OA
AIモード

Agent i Biz

- 接客 -

- AI店員
- AI販売員
- AIコンシェルジュ

- 運用・分析 -

- AIマーケター
- AIアナリスト
- AIオペレーター

※画面は開発中のものであり、実際の仕様とは異なる可能性あり

AI時代に即した新たなマネタイズモデルの展開

ユーザー課金 (FY26)

LYPプレミアム

LYPプレミアム会員

AIマネタイズの
ユーザー基盤

C向けAI課金プランの
拡張

Agent型広告 (FY26)

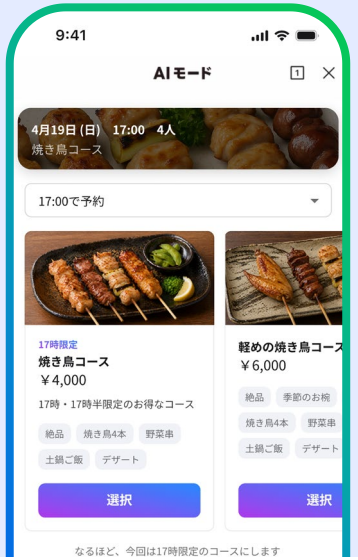
Agent i

Agent経由手数料

AI購買サポート

クライアント課金 (FY26)

LINE OA AIモード



※画面は開発中のものであり、実際の仕様とは異なる可能性あり

FY26の経営方針

1 AIエージェント化の推進

2 株主還元と資本効率向上に向けた取組み

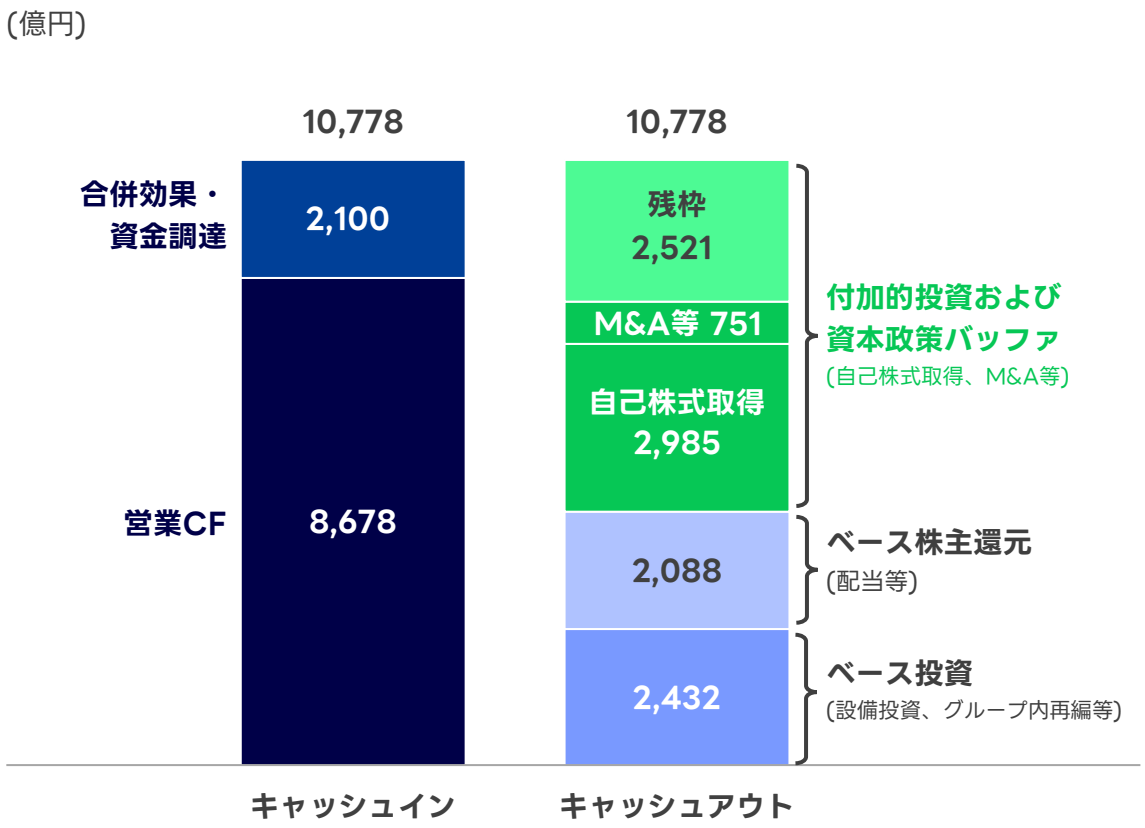
3 業績見通し

企業価値向上に向けた中期目標

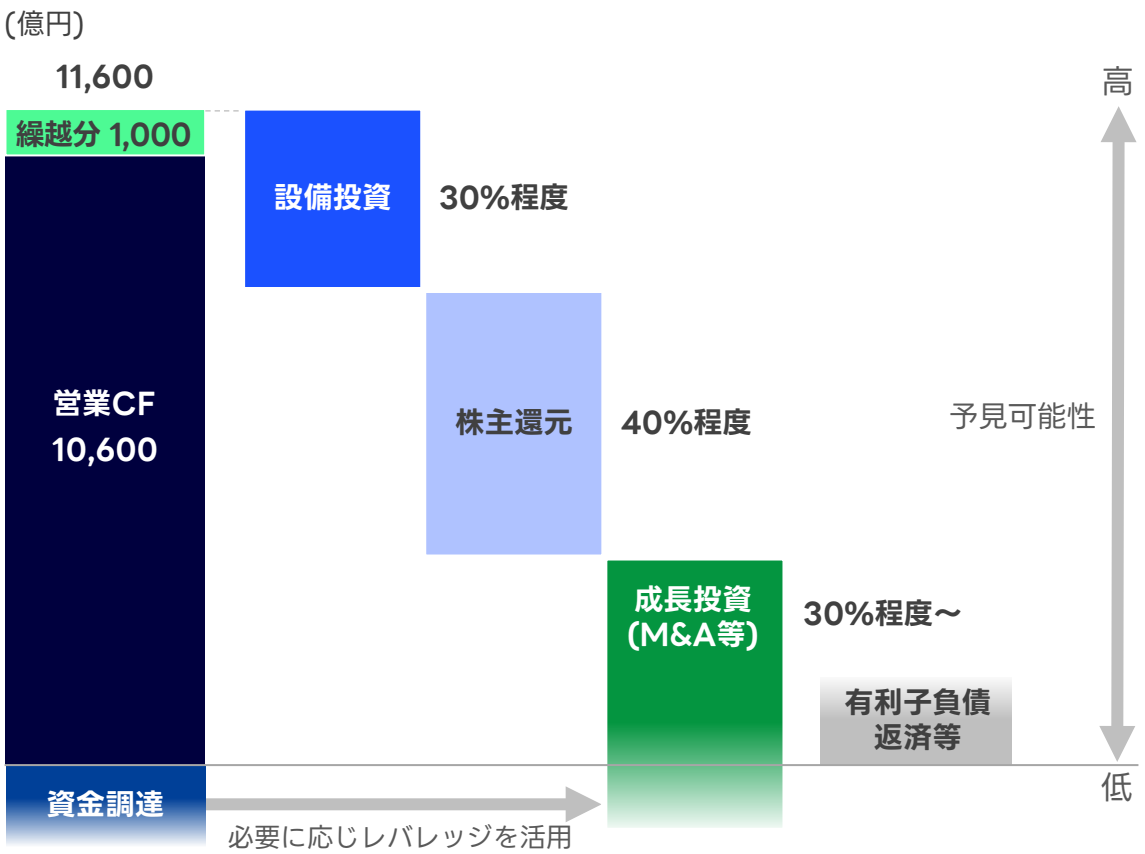
調整後EBITDA・ 調整後EPS	株主還元	ROE
+1桁後半%以上の成長	総還元性向70%以上 安定配当から 利益成長に応じた配当へ	FY30に8%以上

成長投資と株主還元を両立させ、FY30にROE 8%以上目指す

FY23~25/金融業除く



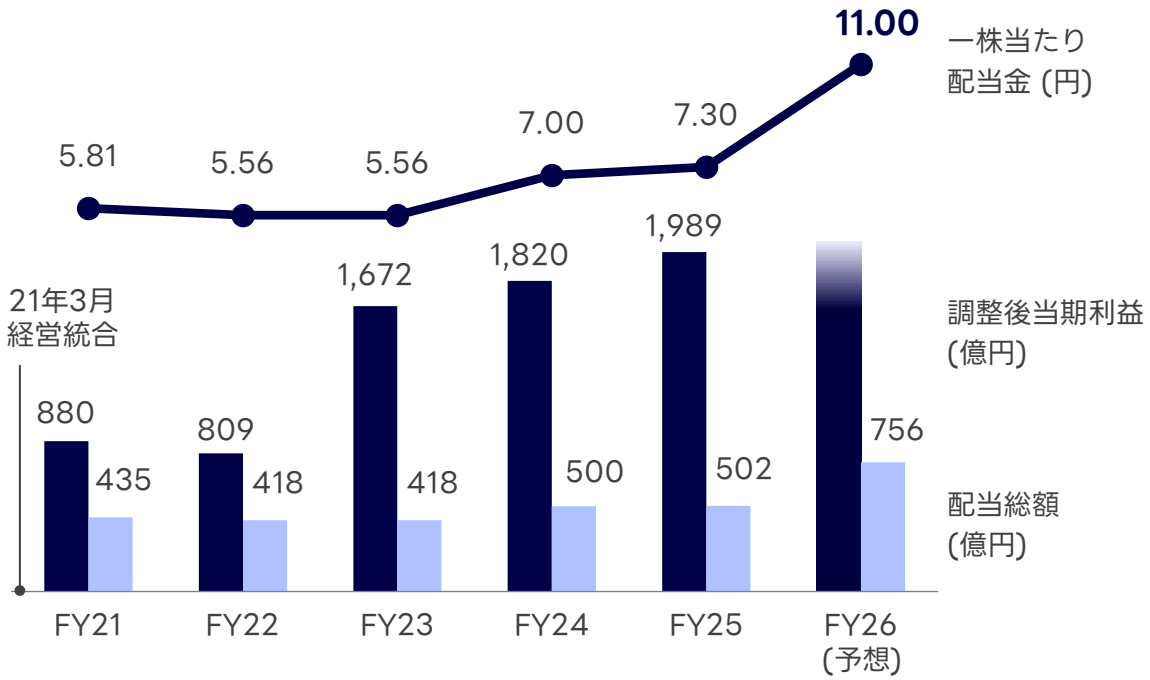
FY26~28/金融業除く



経営統合以降の増益基調を反映し、FY26は11円に大幅増配

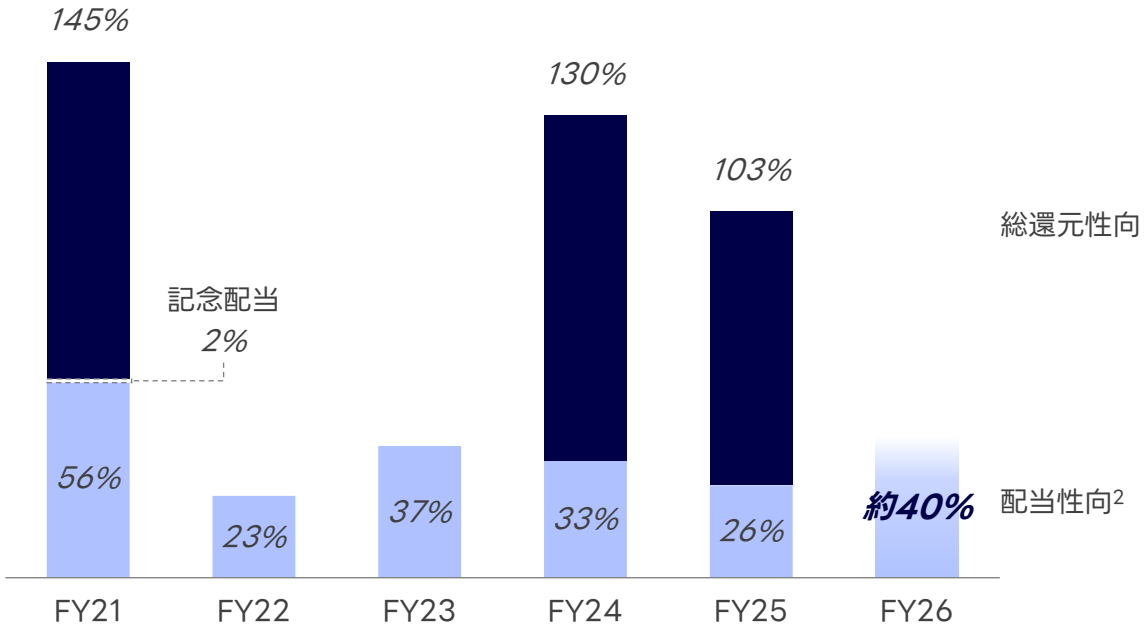
配当

安定配当から利益成長に応じた配当



総還元性向

5年累計[1] 70%以上



1. FY25~FY29の5年間
2. 親会社の所有者に帰属する当期利益に対する配当金総額の割合

FY26の経営方針

1 AIエージェント化の推進

2 株主還元と資本効率向上に向けた取組み

3 業績見通し

各セグメントが成長し、全社は2桁%の増収増益を見込む

セグメント	項目	FY2026	YoY	増減要因
全社	売上収益	2.24 兆円	*+10.0 %*	-
	調整後EBITDA	5,850 億円	*+17.8 %*	-
	調整後EPS[1]	30.0 円	*+4.4 %*	・FY25の法人所得税減少の反動により成長率は一時的に鈍化
メディア	売上収益	7,600 億円	*+3.4 %*	・アカウント広告の成長、ミニアプリへの投資が増加 ・ディスプレイ広告と検索広告は、合算で横ばい
	調整後EBITDA	2,900 億円	*+3.3 %*	
コマース	売上収益	9,000 億円	*+4.9 %*	・アスクルの回復 ・その他サービスの堅調な成長
	調整後EBITDA	1,590 億円	*+22.3 %*	
戦略	売上収益	5,890 億円	*+32.1 %*	・PayPayが成長
	調整後EBITDA	1,290 億円	*+37.3 %*	
その他・調整額	売上収益	-90 億円	-	・固定費削減
	調整後EBITDA	70 億円	-	

1. 調整後EPS: 調整後当期利益/普通株式の期中平均株式数。調整後当期利益：親会社の所有者に帰属する当期利益±EPS調整項目±EPS調整項目の一部に係る税金相当額。EPS調整項目: ±EBITDA調整項目+企業結合により生じた識別可能無形資産から生じる償却費±営業外損益項目における非経常損益

2025年度 通期及び第4四半期 決算説明会トピックス

1

アスクルのシステム障害の一時影響を受けつつも、増収増益

- FY25実績: 全社 売上収益 2.0兆円 (YoY+6.2%) / 全社 調整後EBITDA 4,966億円 (YoY+5.5%)
- FY25実績 (アスクル除き[1]): 売上収益 1.6兆円 (YoY+13.3%) / 調整後EBITDA 4,866億円 (YoY+12.6%)

2

AIエージェントのリリースを加速し、LINE起点の体験進化と既存サービスをAIエージェント化

3

利益成長と株主還元強化により、FY30にROE8%以上を目指す

- 来期配当は11円と大幅増配

1. FY24、FY25の実績値からアスクルを除いたベース

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う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、業績に影響を与えうる要素は「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 Our Users!