LINEヤフー株式会社 決算説明会

2024年度 通期及び第4四半期

2025年5月7日

証券コード：4689

LINEヤフー

2024年度 通期及び第4四半期 決算概要

1

FY24調整後EBITDAは2桁%の増益

- FY24実績: 全社 売上収益 1.91兆円 (YoY+5.7%) / 全社 調整後EBITDA 4,708億円 (YoY+13.5%)

2

FY25は3領域に注力

1. LINE公式アカウント・ミニアプリのプラットフォーム化を推進
2. PayPayは、決済アプリからデジタル金融プラットフォームへ。企業価値顕在化のため、IPOを準備開始[1]
3. ToC向けサービスのAIエージェント化を本格始動

3

FY25は成長投資を含めても1桁後半%の増収増益を計画

- FY25ガイダンス: 全社 売上収益 2.10兆円 (YoY約+9%)
  全社 調整後EBITDA 5,000~5,100億円 (YoY+6.2~8.3%)
  調整後EPS (新定義) 25.9~26.9円[2] (YoY+4.0~7.9%[2])

4

1,500億円の自己株式取得を発表、資本効率の改善を継続

1. 本資料はLINEヤフーの2024年度業績の公表を目的としており、当社グループ各社の株式その他の有価証券について日本及びそれ以外の法域における勧誘を構成するものではありません。また、証券の売出し又は購入の申し出の勧誘を構成するものではありません。証券の募集、購入の申し出の勧誘、又は証券の売出しは、1933年証券法（その改正を含む。以下、「証券法」という。）の登録要件に従って行われます。本資料に含まれる情報は、証券法ルール135に従って記載されるものです
2. 2025年5月7日公表の自己株式取得 1,500億円を考慮後の計画値

目次

1 全社連結業績

2 セグメント別業績

3 FY25 ガイダンス

4 FY25 経営方針

目次

1 全社連結業績

2 セグメント別業績

3 FY25 ガイダンス

4 FY25 経営方針

FY24実績

メディア、コマース、戦略が増収増益。全社 調整後EBITDAはYoY+13.5%の成長

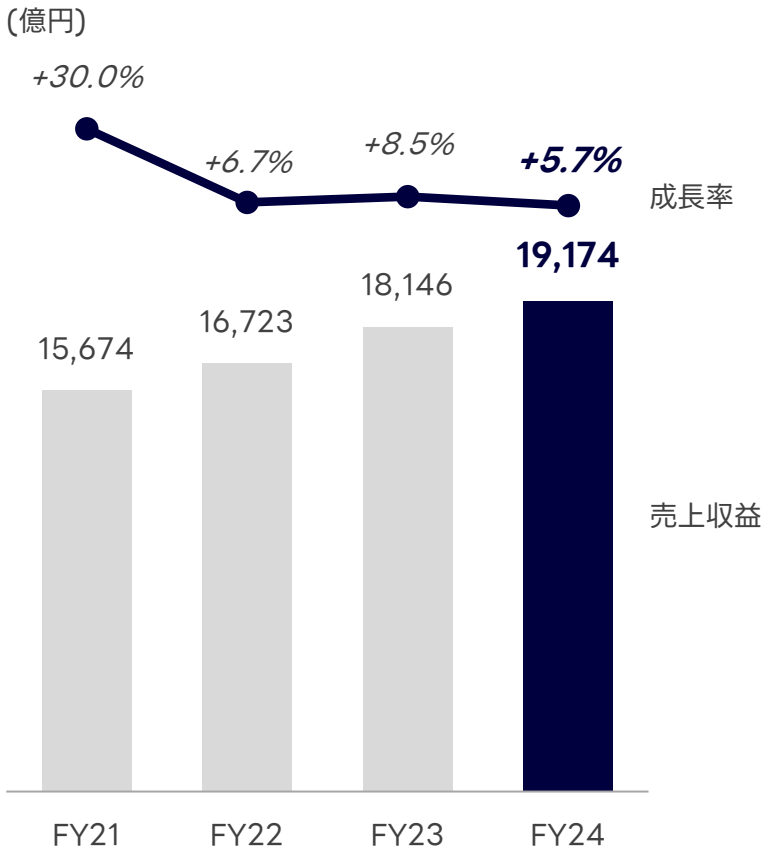
セグメント	項目	FY2023	FY2024	増減率 (YoY)
全社	売上収益	18,146 億円	19,174 億円	*+5.7 %*
	調整後EBITDA	4,149 億円	4,708 億円	*+13.5 %*
	調整後EPS[1]	22.3 円	24.9 円	*+11.7 %*
	(旧定義) 調整後EPS	18.9 円	19.6 円	*+3.8 %*
メディア	売上収益	7,021 億円	7,316 億円	*+4.2 %*
	調整後EBITDA	2,545 億円	2,839 億円	*+11.6 %*
コマース	売上収益	8,270 億円	8,483 億円	*+2.6 %*
	調整後EBITDA	1,432 億円	1,484 億円	*+3.6 %*
戦略	売上収益	2,899 億円	3,412 億円	*+17.7 %*
	調整後EBITDA	115 億円	515 億円	*+347.3 %*
その他・調整額	調整後EBITDA	55 億円	-130 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

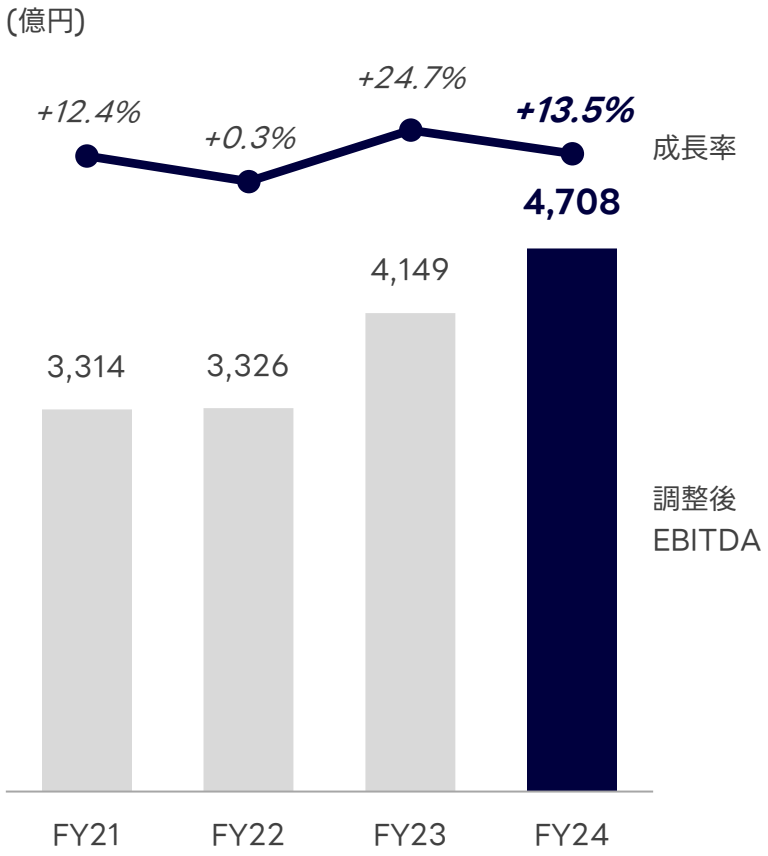
全社 業績推移

合併以降、収益性が大きく改善し、力強い利益成長を実現

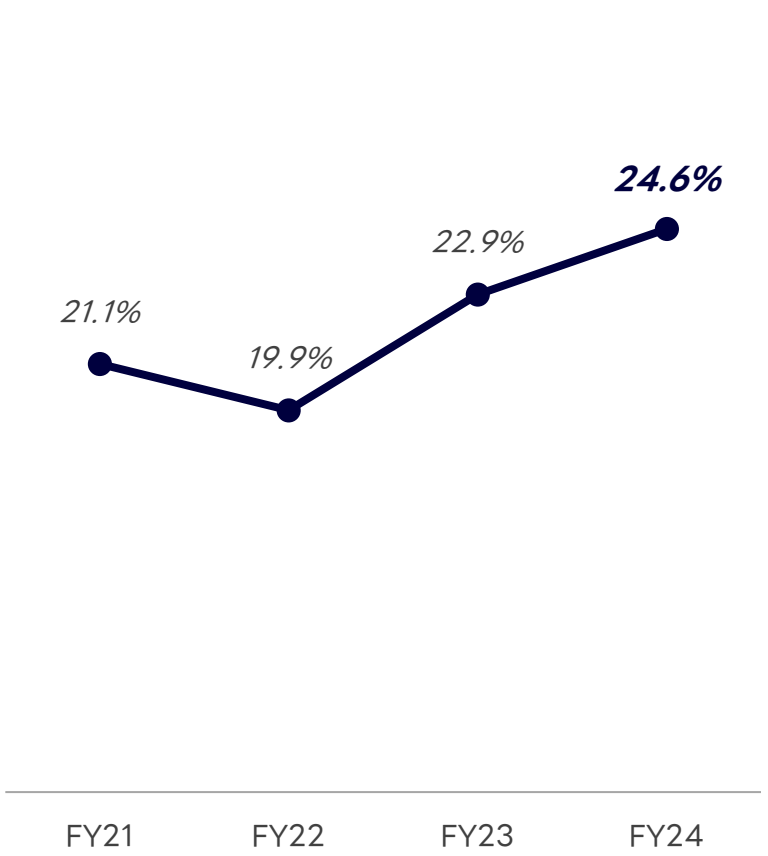
売上収益・成長率 (YoY)



調整後EBITDA・成長率 (YoY)



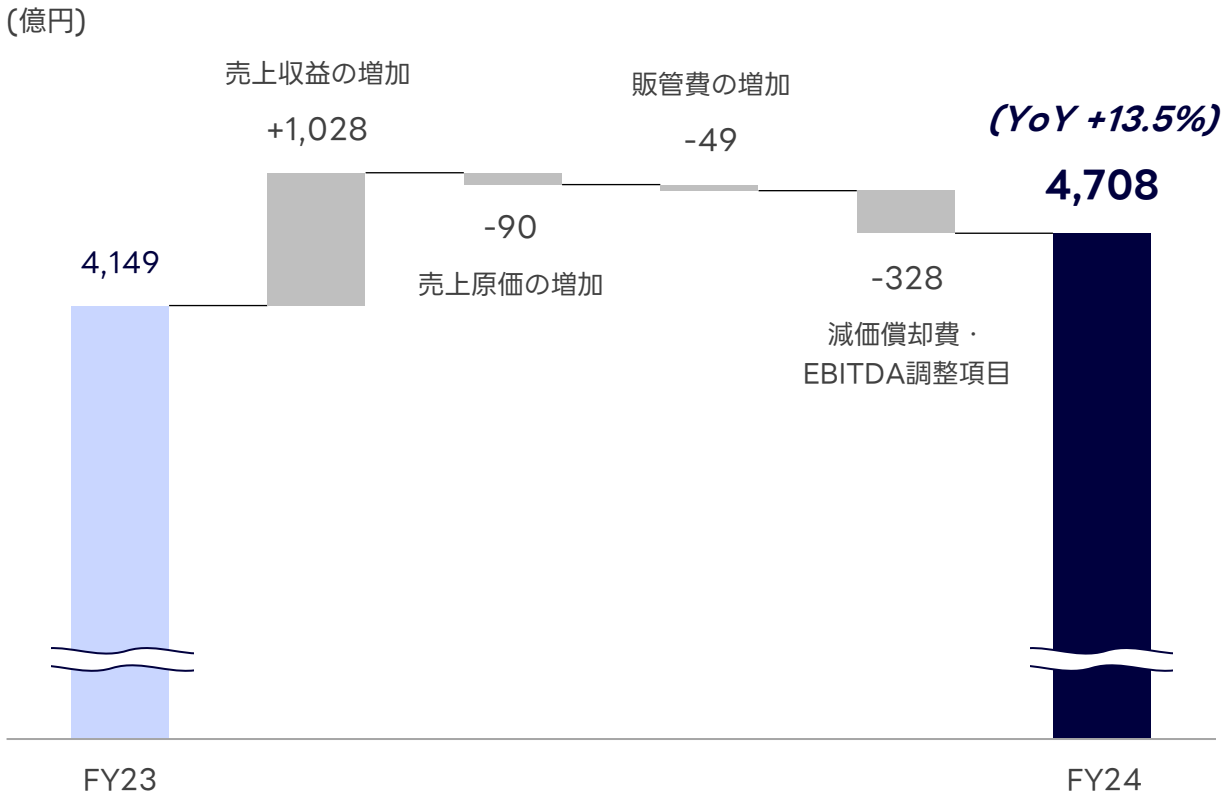
調整後EBITDAマージン



全社 業績分析

コスト最適化は落ち着いたが、各プロダクトの売上成長が牽引

調整後EBITDA[1]増減分析



売上収益: +1,028億円

- メディア (+294億円): アカウント広告が成長
- コマース (+212億円): ZOZO、アスクル、Yahoo!ショッピング、トラベル、リユースが成長
- 戦略 (+512億円): PayPay連結[2]、LINE Pay台湾、PayPay銀行が成長

売上原価: +90億円

- メディア (+56億円): dely、LINEスタンプ、ebookjapanが増加
- コマース (-0億円): アスクルが増加したものの、バリューコマース、IPXの非連結化により減少
- 戦略 (+34億円): PayPay銀行が増加

販管費: +49億円

- 販売促進・広告宣伝費 (+171億円) : 主にYahoo!ショッピング、PayPay連結[2]の販促費が増加
- その他販管費 (-121億円) : 支払手数料、ライセンス料が増加したものの、減損損失、減価償却費、業務委託費が減少

減価償却費及びEBITDA調整項目: +328億円

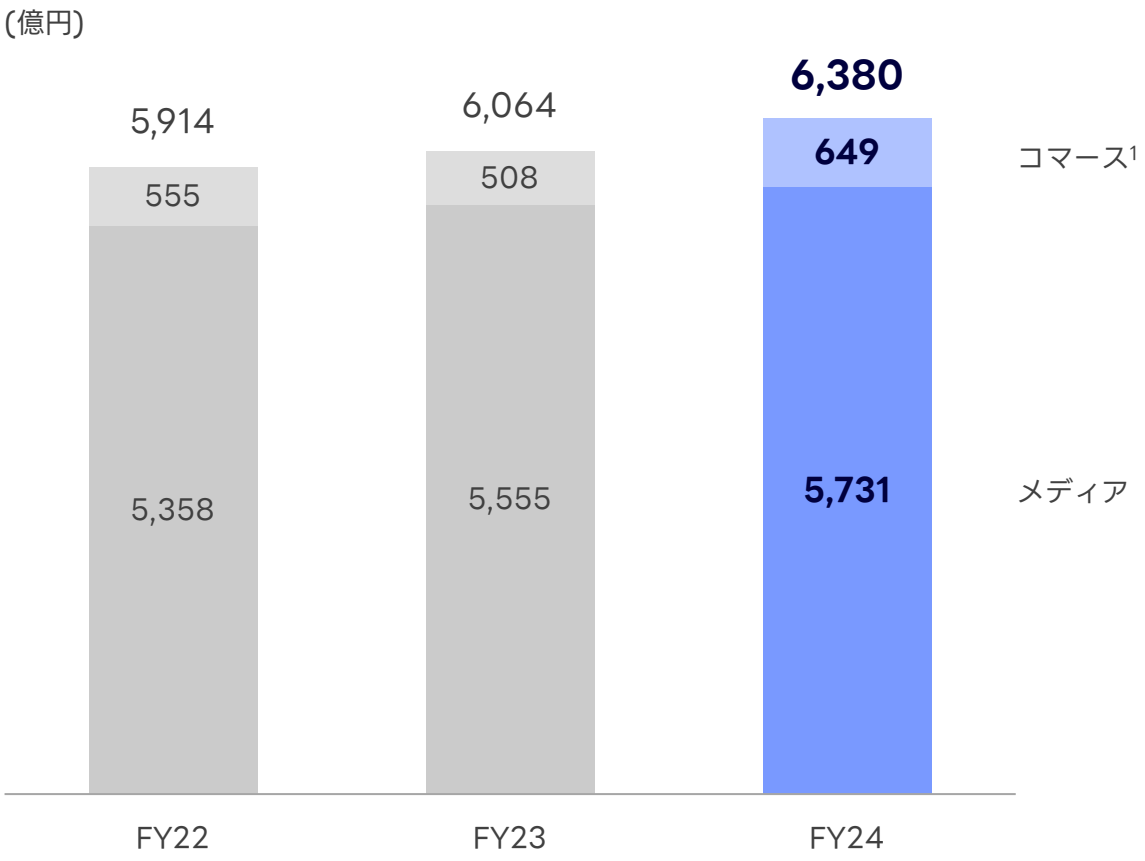
- 主に減損損失、減価償却費及び償却費が減少

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. PayPay (株) 、PayPayカード (株)、クレジットエンジン (株) の連結数値

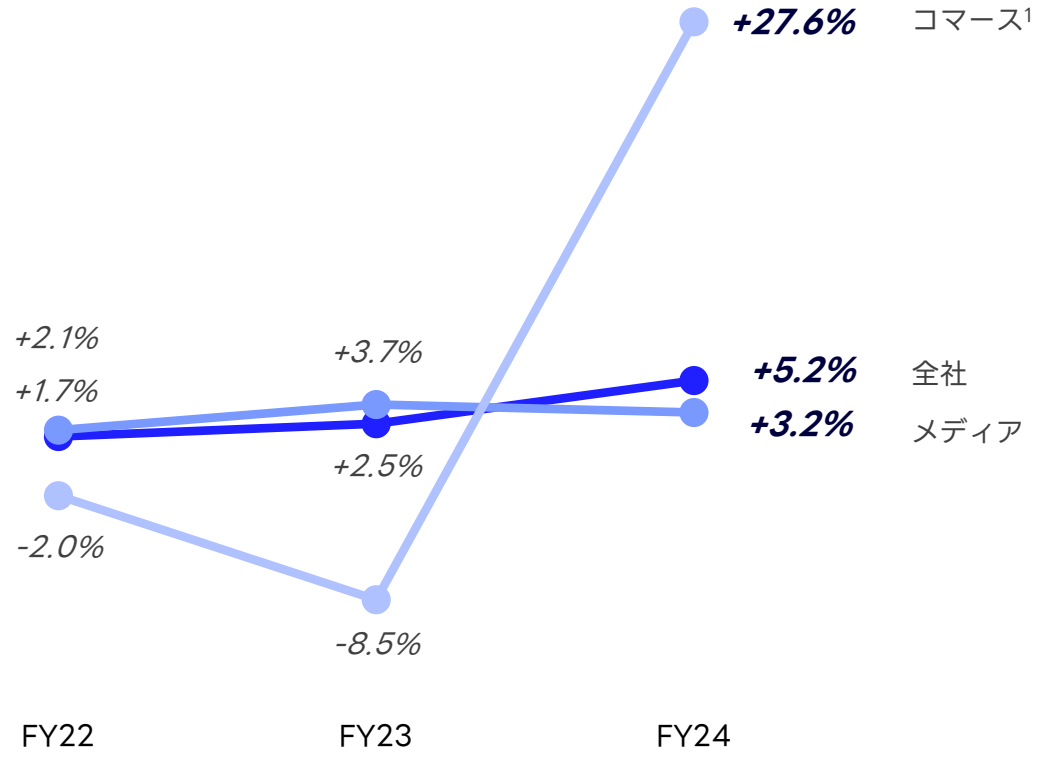
全社 広告関連売上収益

メディア広告は安定成長、ショッピング広告が大きく回復

全社 広告関連売上収益[1]



全社 広告関連売上収益 成長率 (YoY)

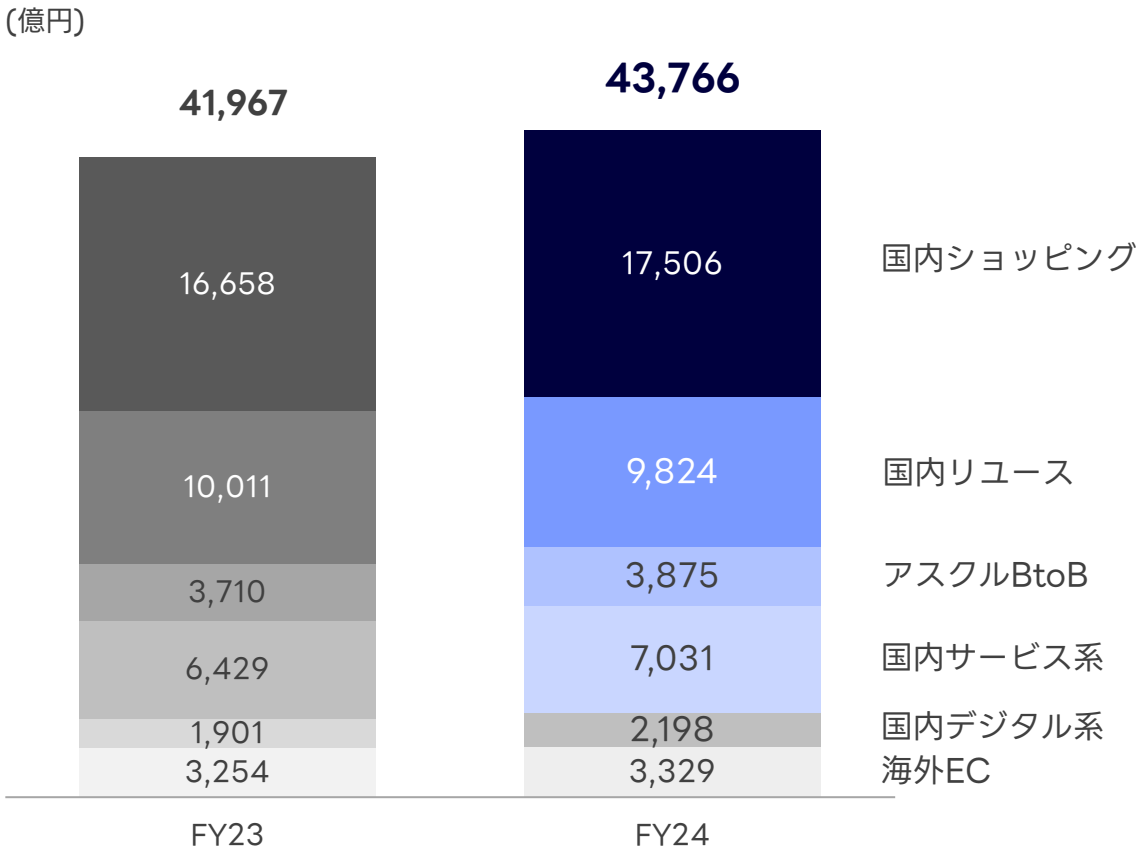


1. コマース広告の売上収益はコマース事業に計上

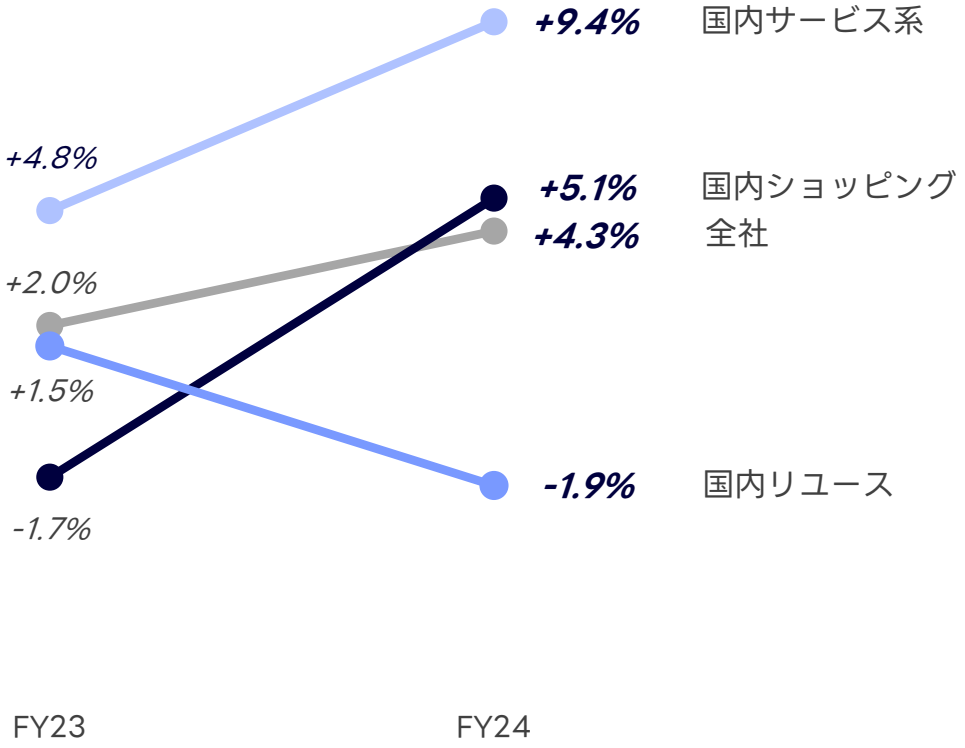
全社 eコマース 取扱高

Yahoo!ショッピングとトラベルが成長をけん引

全社 eコマース取扱高[1]



全社 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P27参照

自己株式の取得および消却

最大1,500億円の自己株取得を実施。持続的な資本効率向上を目指す

目的・方針	• 発行済株数の減少/自己資本の圧縮により調整後EPSを増加、調整後ROEを向上 • 26年3月期の1株あたり配当額 (7円) は、取得株式数分、上昇する見込み

概要

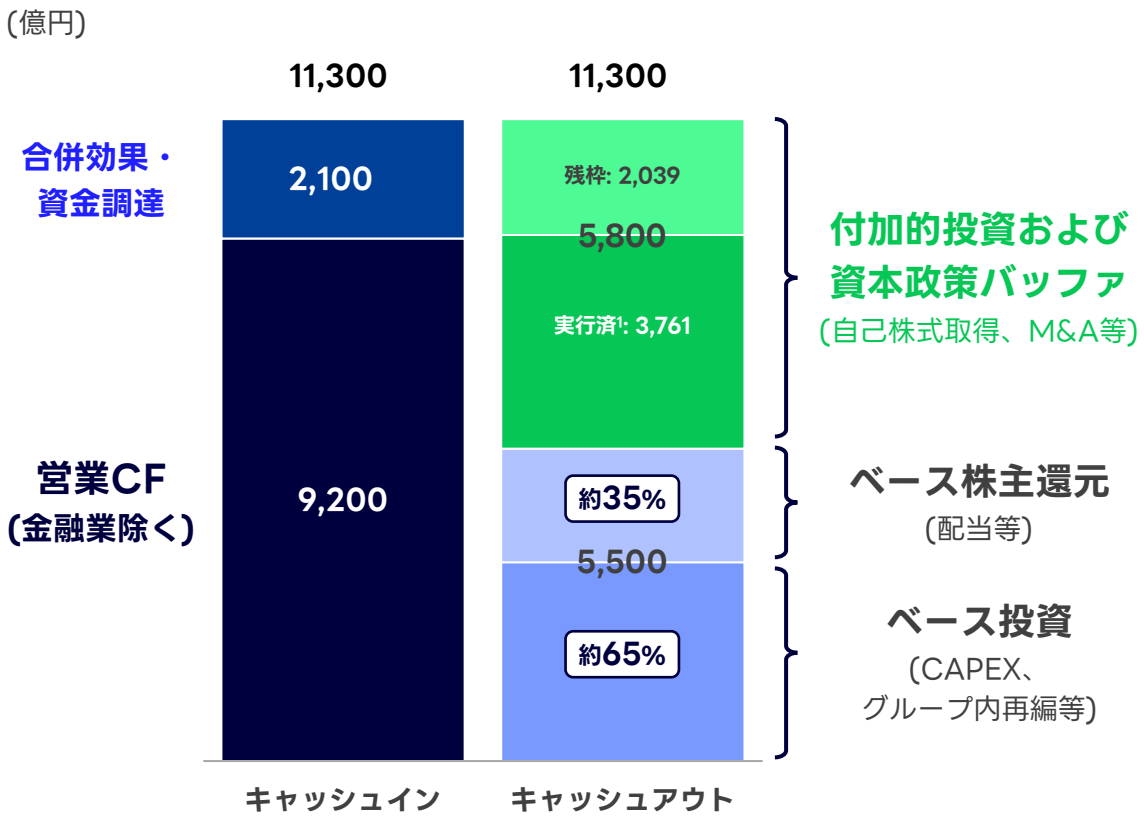
取得総額	1,500億円
手法	公開買付
買付価格	1株 533円
買付予定株数	281,425,892株 (上限)
公開買付期間	2025年5月8日～2025年6月4日
その他	・Aホールディングスとの応募契約締結済 175,750,470株 ・取得株式の大部分を消却の方針

本スライド内に記載されている公開買付けは米国内で行うことを意図されるものではありません。本説明会資料の末尾記載の重要な通知をご覧下さい

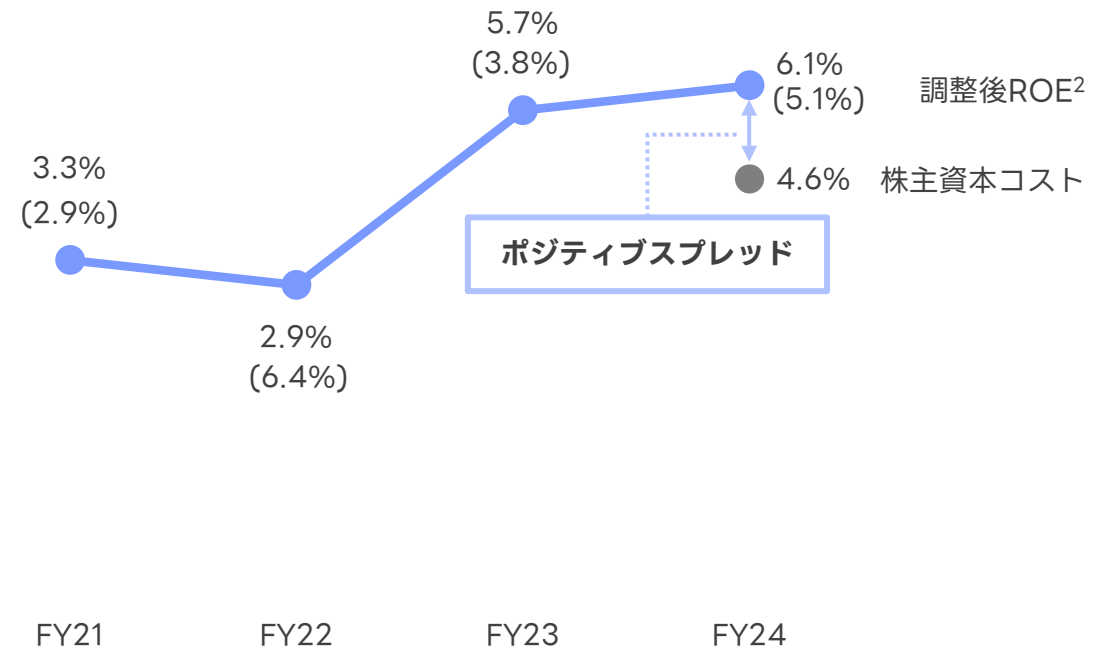
キャピタル・アロケーション、調整後ROEの推移

資本効率性改善に取組み、早期に安定的にポジティブスプレッドの拡大を目指す

キャピタル・アロケーション方針 (FY23-25累計概算値/金融業除く)



調整後ROE2



1. 自己株式取得実施: 1,500億円 (2024年8月5日~9月5日) / 1,500億円 (2025年5月8日~6月4日実施予定)、BEENOS株式取得: 540億円 (予定)、LYST LTD株式取得 約221億円
2. 括弧内は基本的ROE

目次

1 全社連結業績

2 セグメント別業績

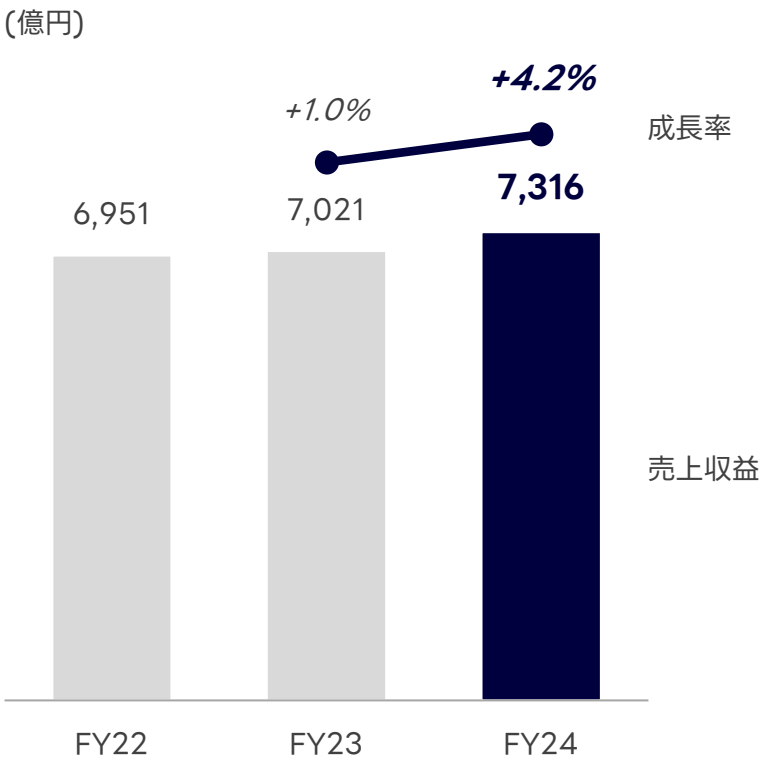
3 FY25 ガイダンス

4 FY25 経営方針

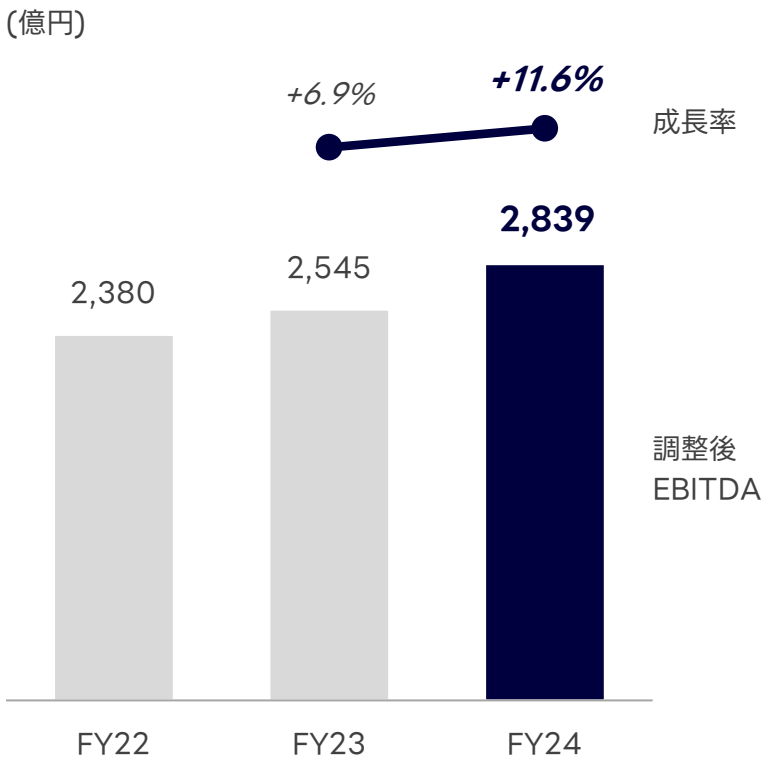
メディア事業 業績推移

利益率の高いアカウント広告が拡大し、調整後EBITDA・マージンが成長

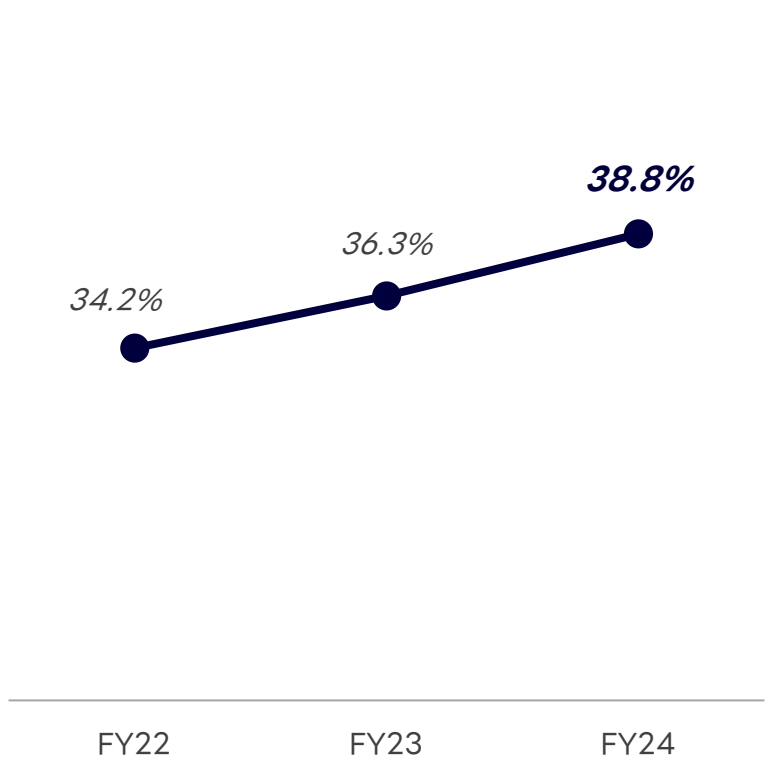
売上収益・成長率[1,2,3] (YoY)



調整後EBITDA・成長率[1,2,3] (YoY)



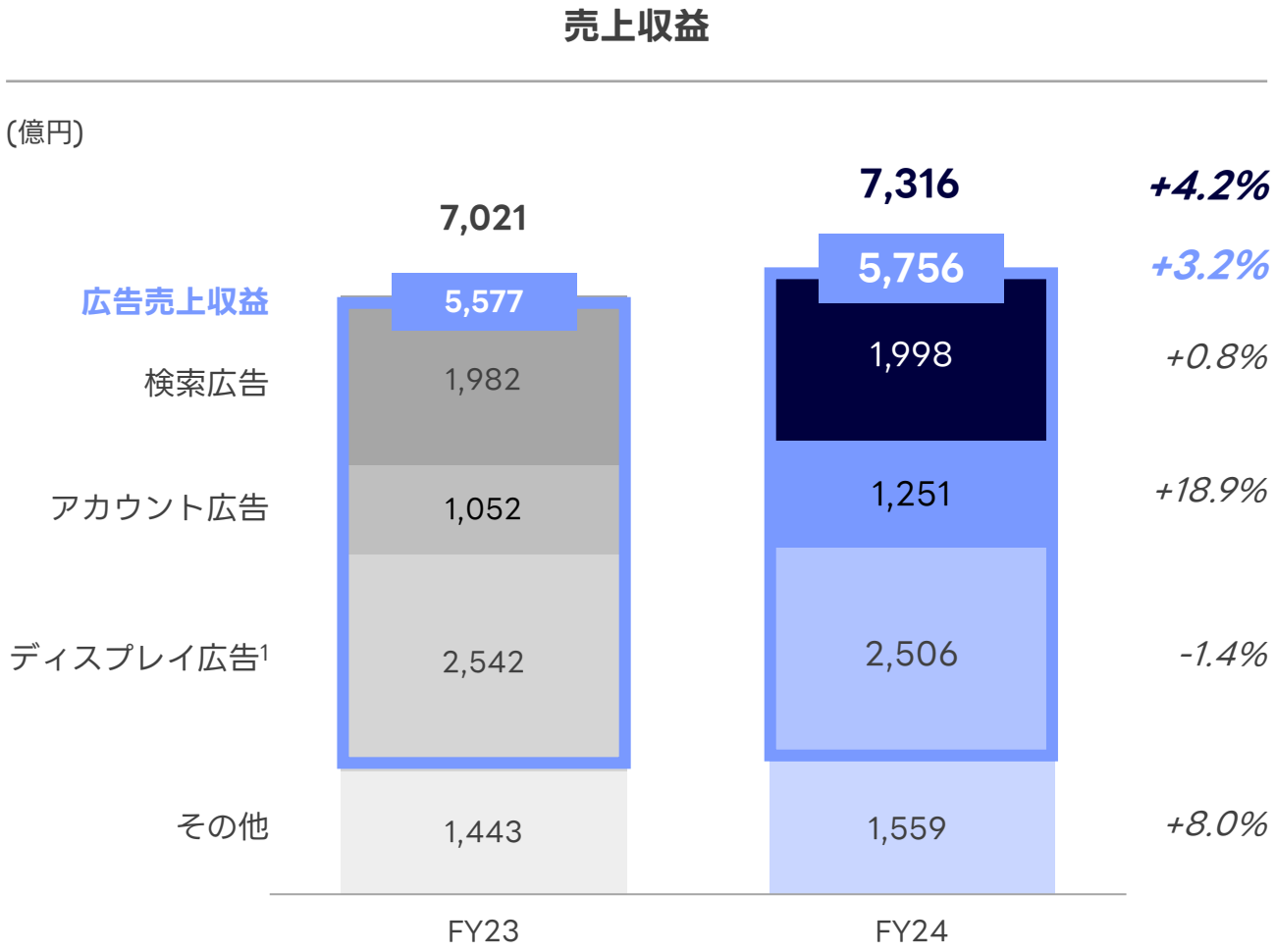
調整後EBITDAマージン[1,2,3]



1. 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. 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
3. 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

メディア事業 売上収益

アカウント広告はYoY+18.9%と大きく成長、デジタルコンテンツも好調な着地



全社 広告関連売上収益: +178億円

検索広告: +15億円

- LINEヤフー面はYoY+2.4%、パートナーサイト面はYoY-10.6%で着地

アカウント広告: +199億円

- 従量課金と有償アカウント数が拡大

ディスプレイ広告: -35億円

- LINE広告、Yahoo!広告共にインプレッション数は増加したものの、一部業種の需要が低下し減収

その他: +115億円

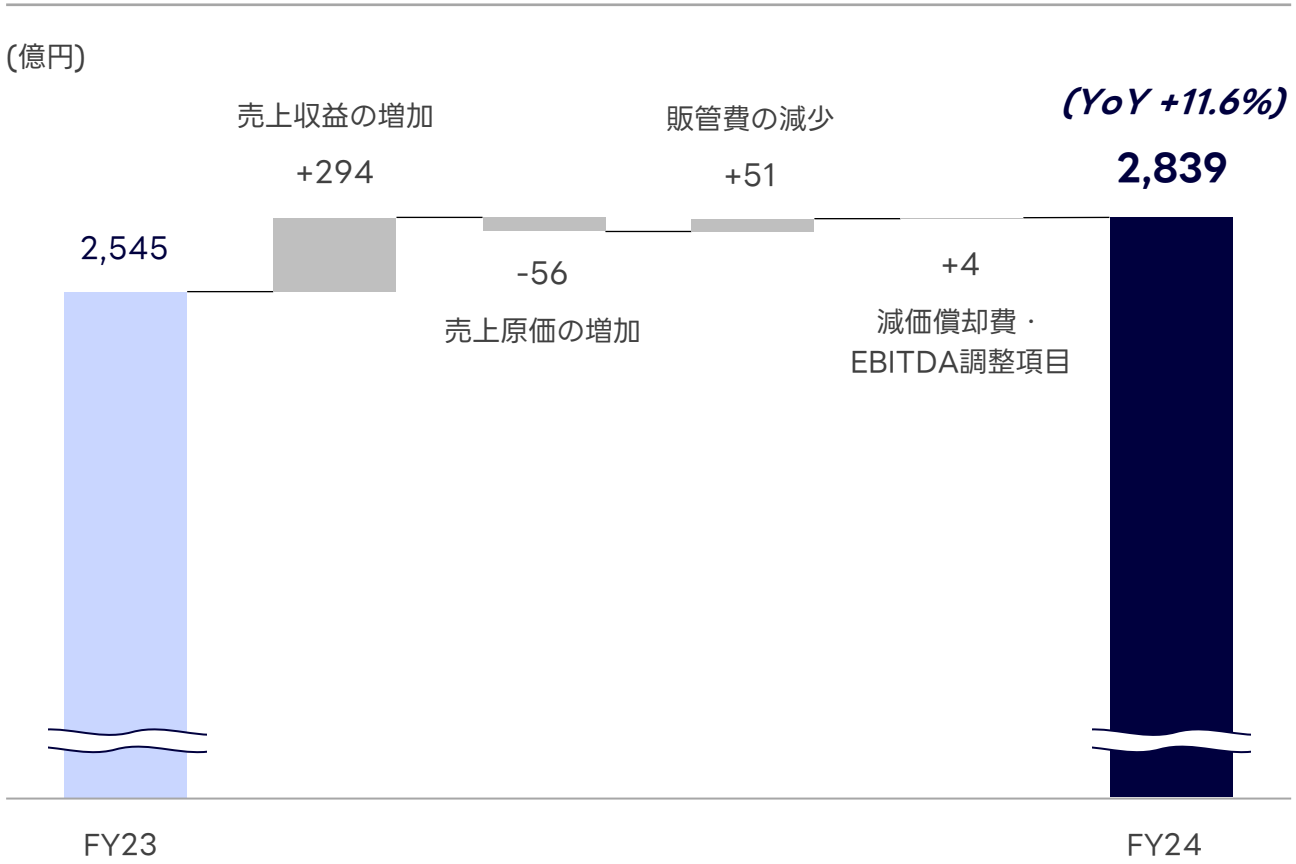
- LYPプレミアムは課金会員数の緩やかな増加と、FY23Q4に実施した販促施策費用の売上控除による一時要因解消もあり増収
- LINEスタンプも好調に推移し増収

1. ディスプレイ広告には、その他LINE広告の売上収益を含む

メディア事業 業績分析

アカウント広告の成長と販管費の抑制で利益成長

調整後EBITDA[1]増減分析



売上原価: +56億円

- 主にdely、LINEスタンプ、ebookjapanが増加

販管費: -51億円

- 販売促進・広告宣伝費 (-3億円)
- その他販管費 (-48億円)

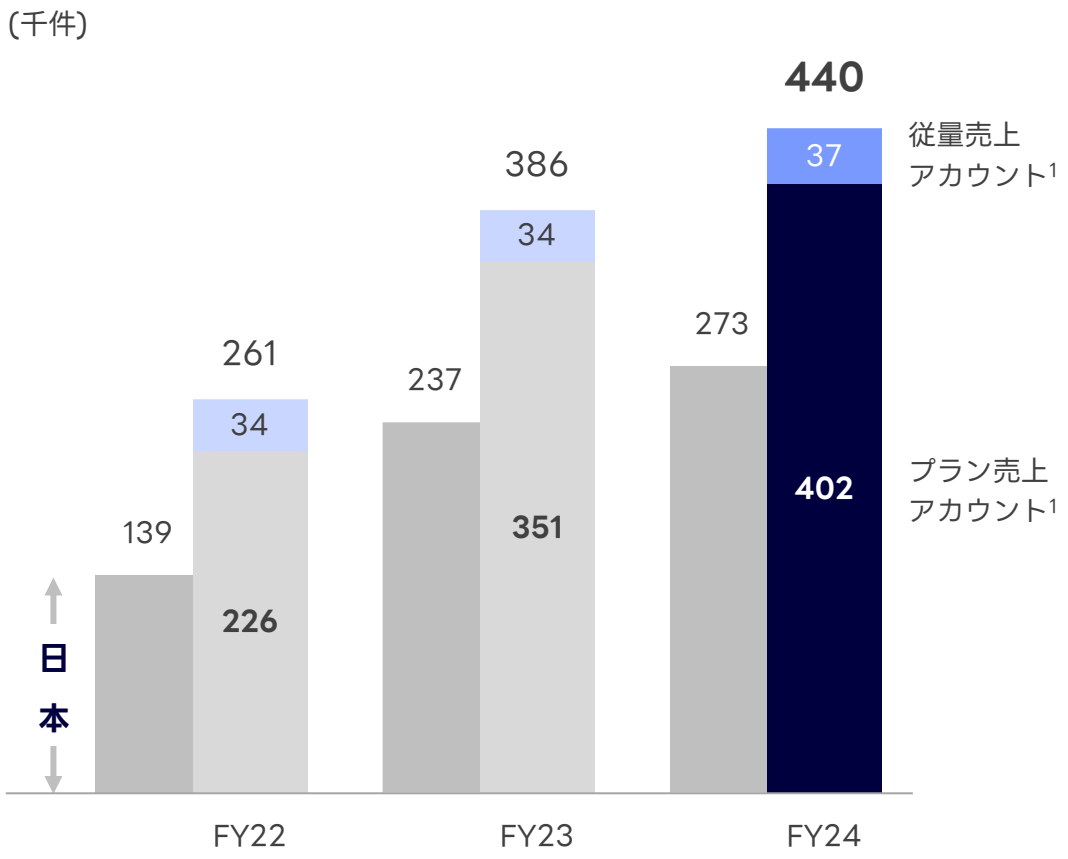
減価償却費及びEBITDA調整項目: -4億円

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

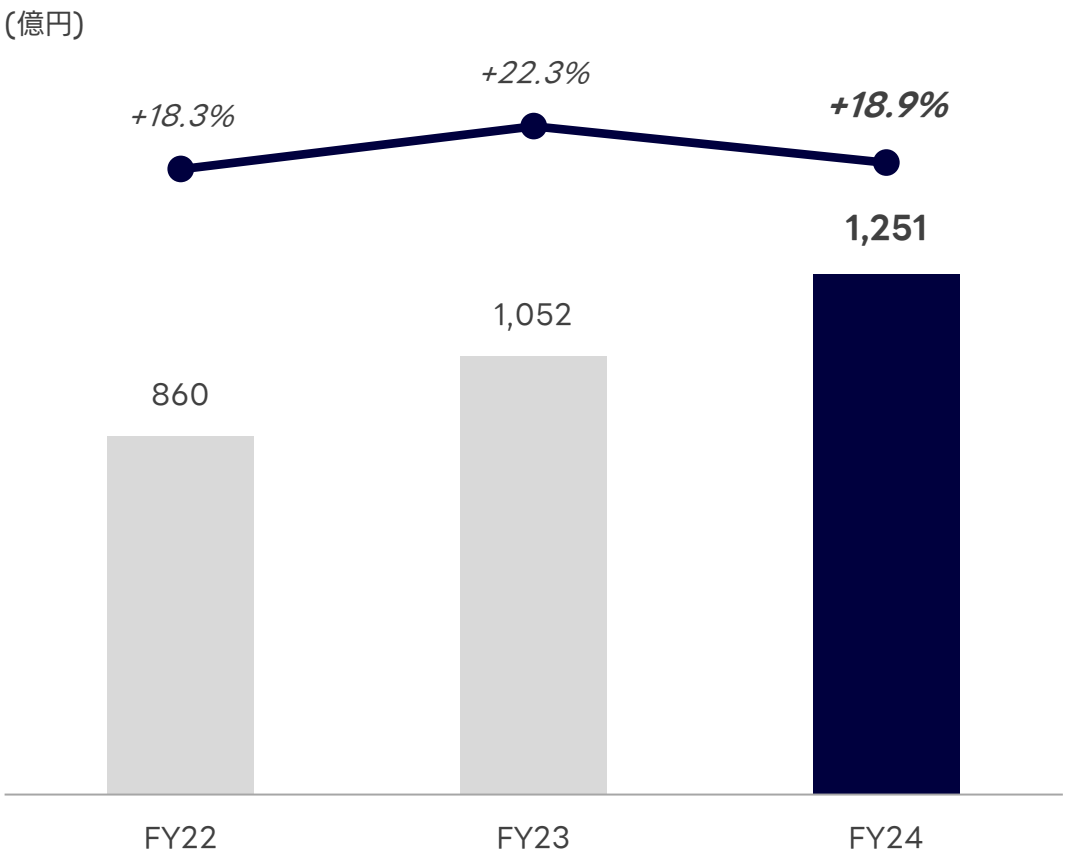
アカウント広告

従量課金売上と有償アカウント数が順調に拡大し、高い売上成長を継続

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

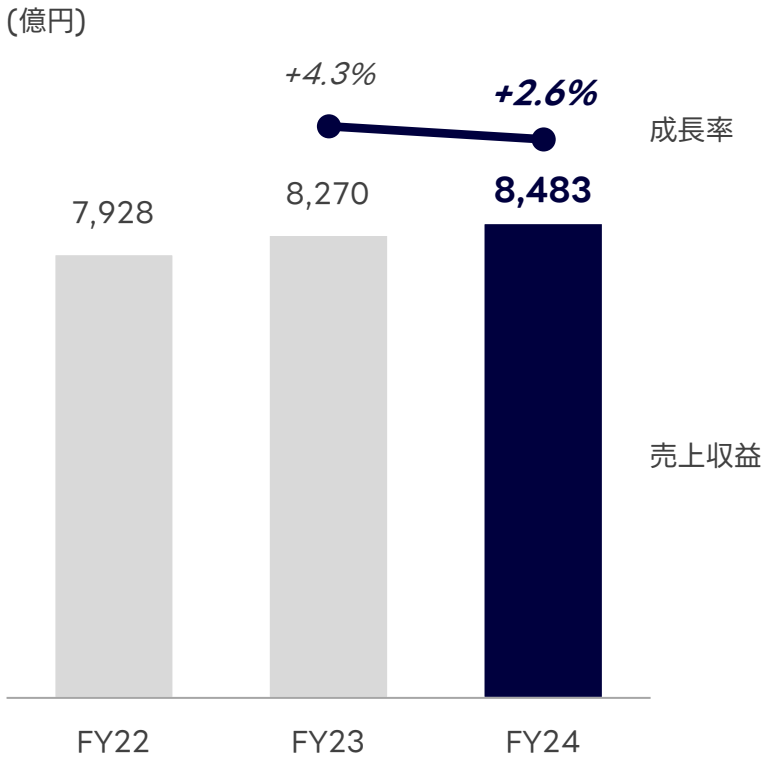


1. 各年度末時点の有償アカウント数を記載。従量売上アカウントは従量課金売上が発生しているアカウント、プラン売上アカウントは月額固定費のみ発生しているアカウントと定義

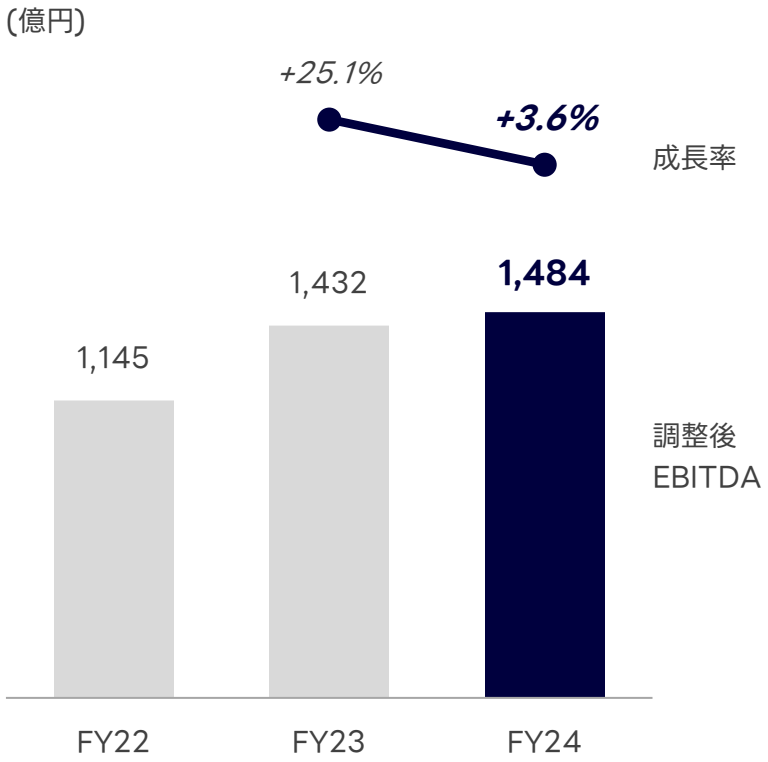
コマース事業 業績推移

子会社の選択と集中により、調整後EBITDAマージンが改善

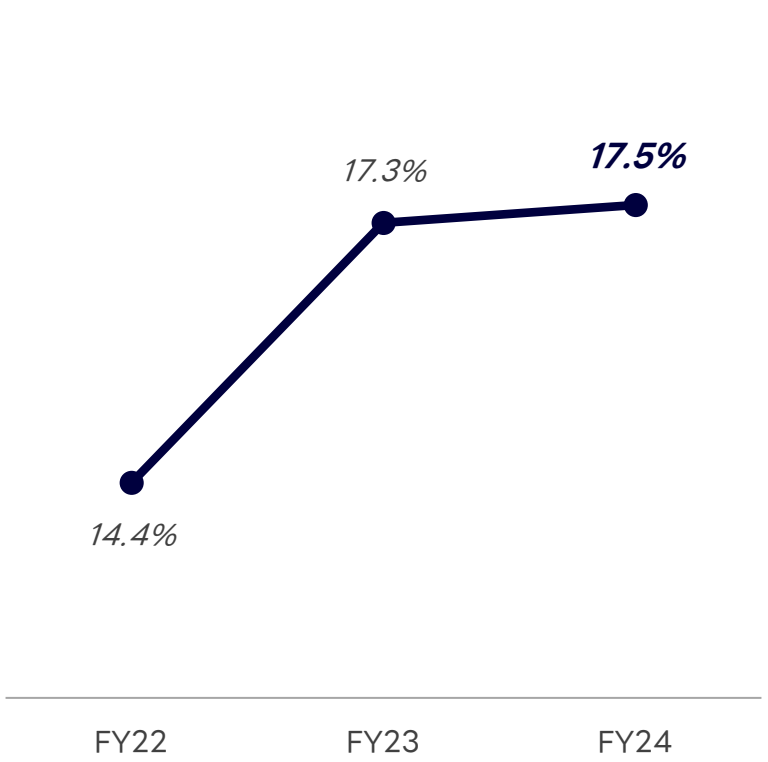
売上収益・成長率[1,2,3] (YoY)



調整後EBITDA・成長率[1,2,3] (YoY)



調整後EBITDAマージン[1,2,3]

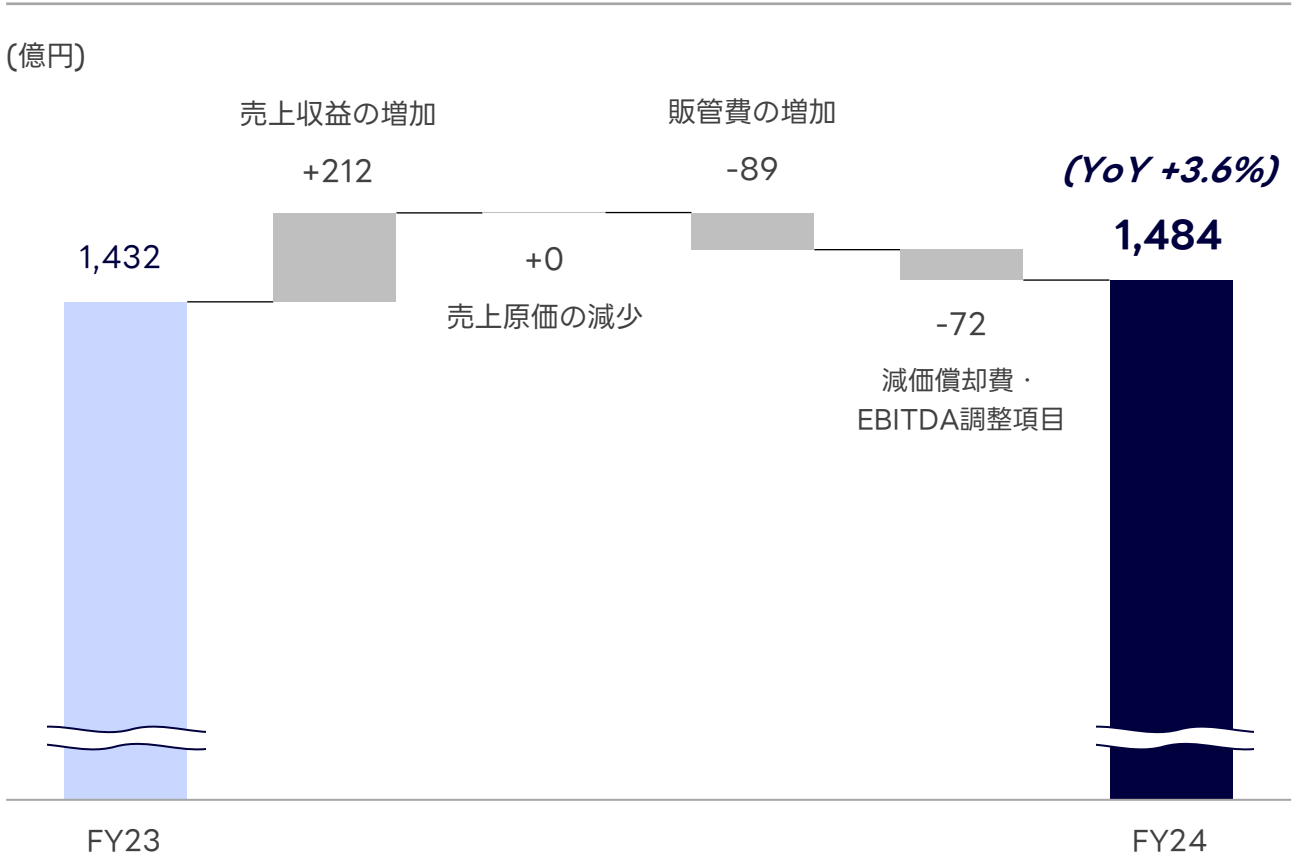


1. FY23Q3に、コマース事業に区分されていた会員サービス事業をメディア事業に移管。また、その他事業に区分されていた、メールサービスをメディア事業に移管。これに伴い、FY22、FY23Q1、Q2の業績を遡及修正
2. FY23Q3に、調整額に計上されていた、スタッフ部門、テクノロジー部門の人件費、データセンターおよび社内インフラに関わる費用を各セグメントに配賦。加えて合併に伴う、計上科目の変更を反映。これに伴い、 FY22、FY23Q1、Q2の業績を遡及修正
3. FY24Q3に、メディア事業に区分されていた一休.comレストラン、およびPayPayグルメのサービスをコマース事業に移管。これに伴いFY23、FY24Q1、Q2の業績を遡及修正

コマース事業 業績分析

前年度の一時益(94億円)の反動があるものの、各プロダクトの成長により増益

調整後EBITDA[1]増減分析



売上収益: +212億円

- ZOZO、アスクル、Yahoo!ショッピング、トラベル、リユースが増加

売上原価: -0億円

- 為替影響によりアスクルが増加したものの、バリューコマース、IPXの非連結化により減少

販管費: +89億円

- 販売促進・広告宣伝費 (+120億円): 主にYahoo!ショッピングやLINEギフト、トラベルの販促費が増加
- その他販管費 (-31億円): 主にバリューコマースやIPXの非連結化による改善

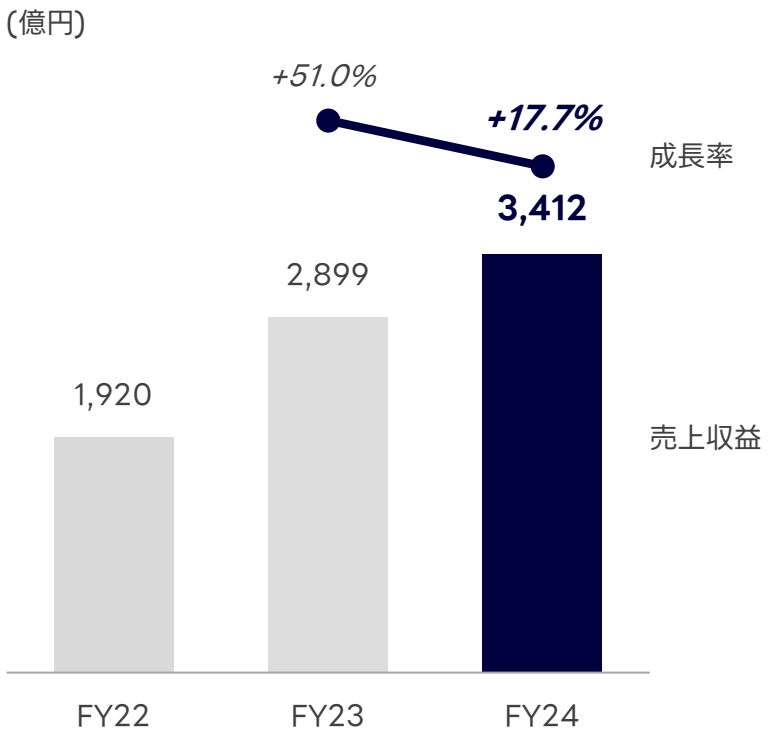
減価償却費及びEBITDA調整項目: +72億円

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

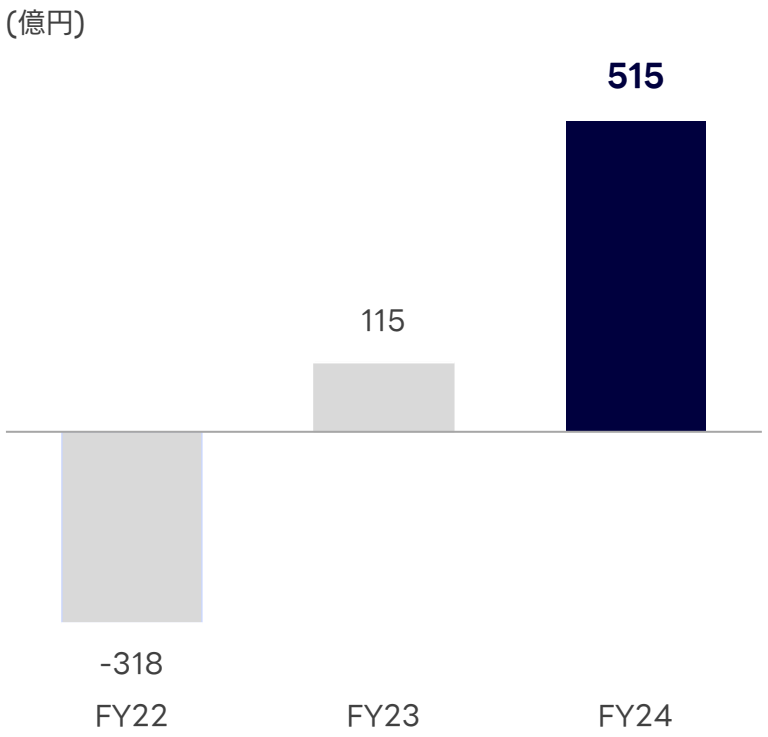
戦略事業 業績推移

PayPay連結[1]の成長で売上収益は3,000億円突破、マージンも15.1%に急成長

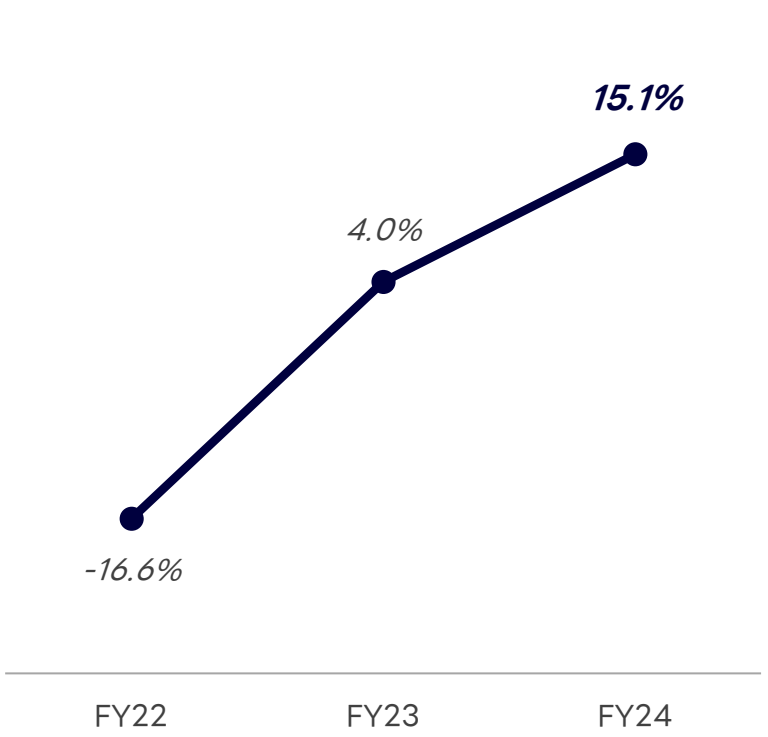
売上収益・成長率[2] (YoY)



調整後EBITDA[2,3]



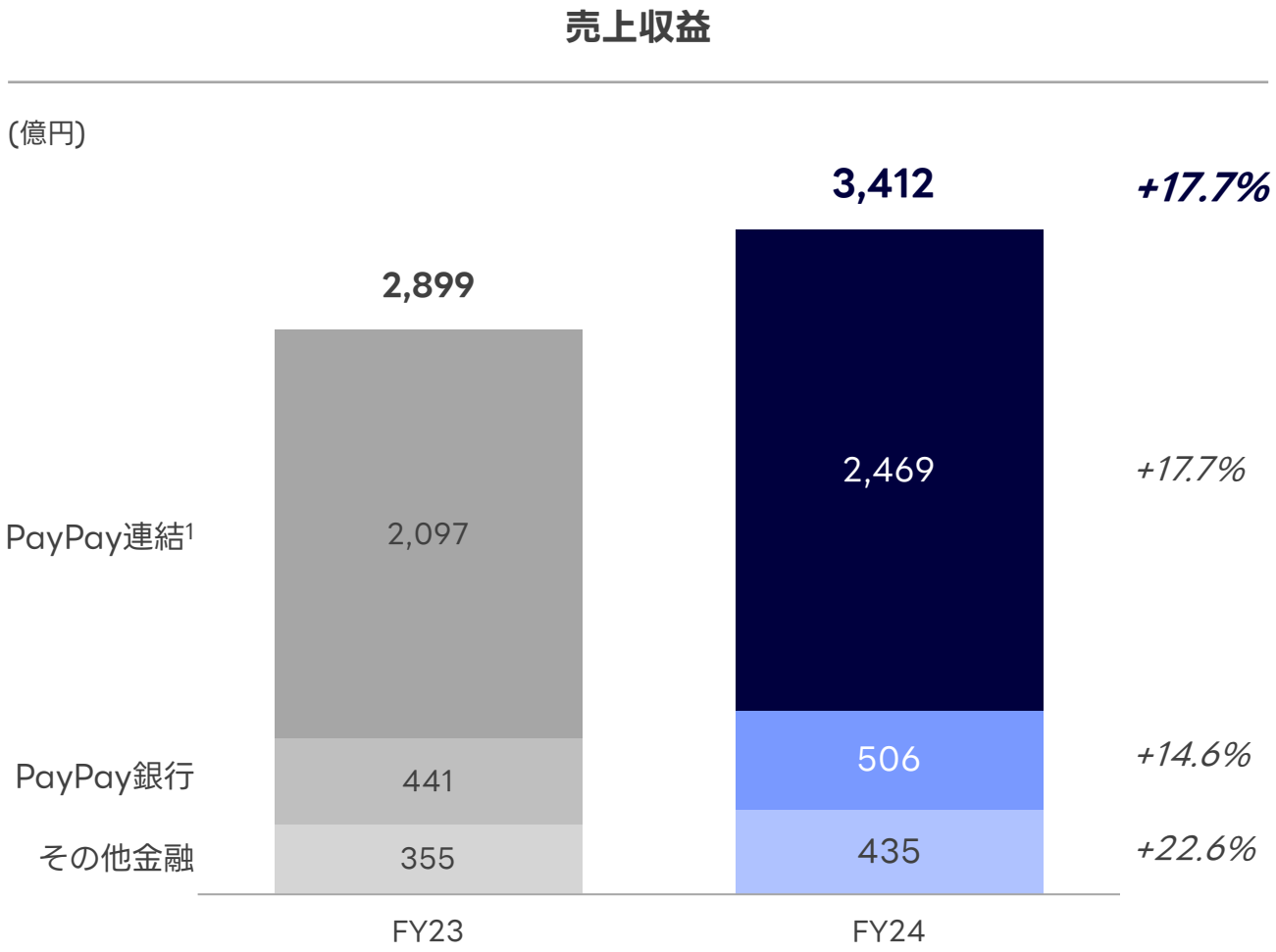
調整後EBITDAマージン[2,3]



1. PayPay (株) 、PayPayカード (株)、クレジットエンジン (株) の連結数値
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
3. 戦略セグメントで計上していたセキュリティ対策等の費用をFY24Q2で調整額（全社費用）に変更したことに伴い、FY24Q1で計上したセキュリティ対策等の費用をFY24Q2で調整額に振替処理を実施。その結果、FY24Q2の戦略事業の調整後EBITDAが約50億円増加

戦略事業 売上収益

全プロダクトが大きく成長



PayPay連結[1]: +371億円

- キャンペーン実施等による連結取扱高の成長に伴う決済手数料の収入増や、リボ残高の拡大に伴う金利収入の増加

PayPay銀行: +64億円

- 住宅ローンの順調な拡大により貸出金残高が増加

その他金融: +80億円

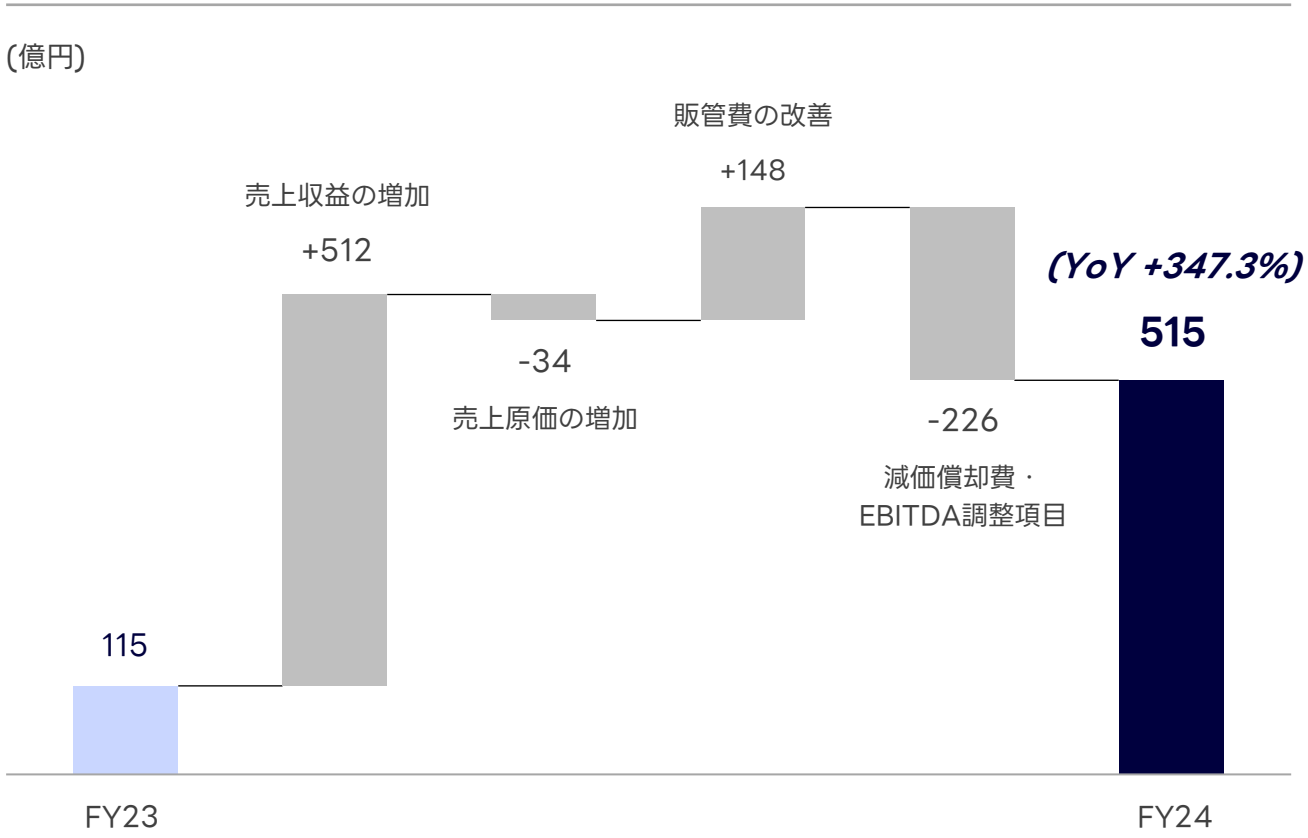
- LINE Pay台湾が成長
- LINE Creditはローン残高の拡大

1. PayPay (株) 、PayPayカード (株)、クレジットエンジン (株) の連結数値

戦略事業 業績分析

事業成長に加え、今期はコスト効率化に取り組み、利益が4.5倍に

調整後EBITDA[1]増減分析



売上原価: +34億円

- 主に金利引き上げによる調達コスト増加によりPayPay銀行が増加

販管費: -148億円

- 販売促進・広告宣伝費 (+47億円): 主にPayPay連結[2]の取扱高増加に伴うポイント費用の増加
- その他販管費 (-196億円): 主に減損損失、減価償却費、業務委託費が減少

減価償却費及びEBITDA調整項目: +226億円

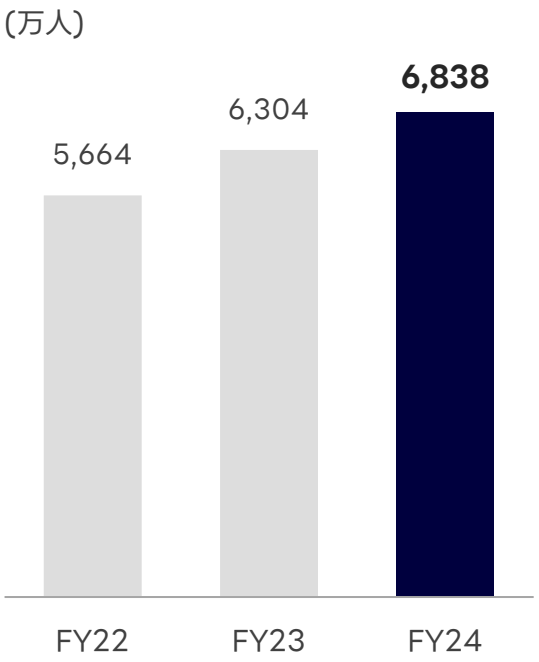
- 主に、FY23Q4の検索エンジン内製化プロジェクト関連の減損損失計上の一時要因が解消し、当該減価償却費の減少が影響

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. PayPay (株) 、PayPayカード (株)、クレジットエンジン (株) の連結数値

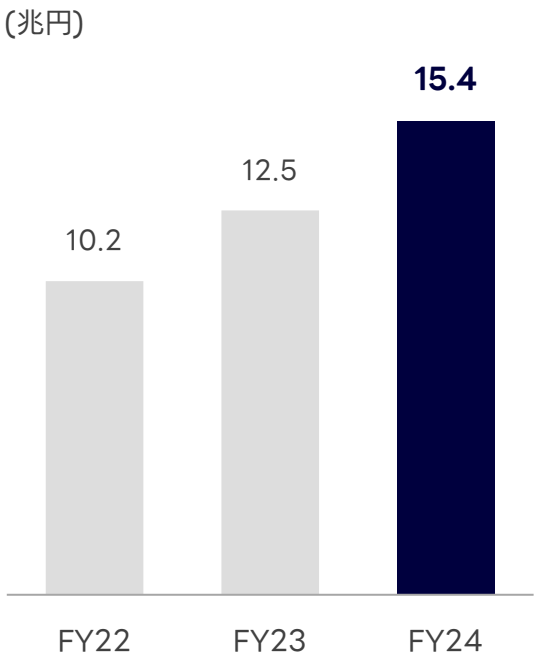
PayPay連結[1] 事業概況

取扱高拡大に加え、収益性改善により、マージンは18.3%に伸長

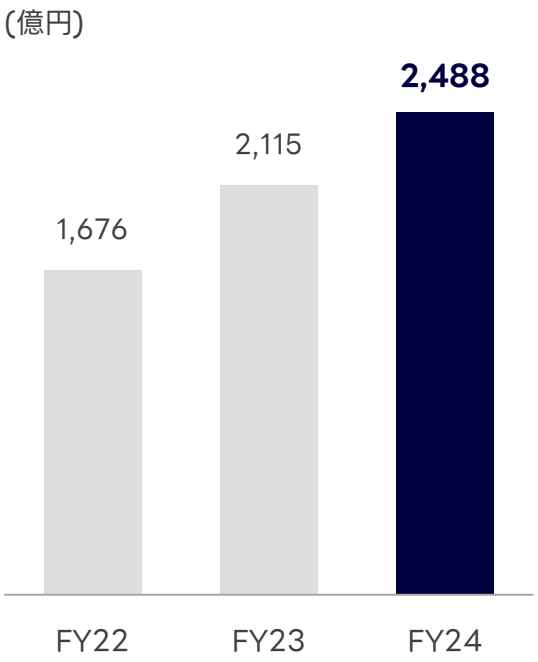
登録ユーザー数[2]



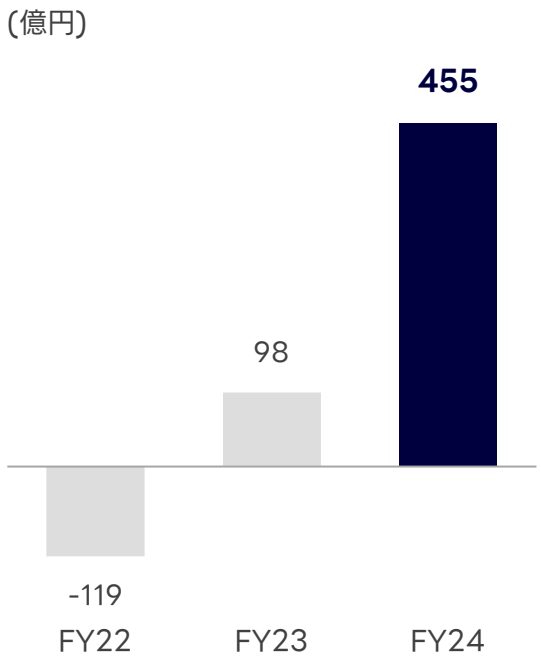
連結取扱高[3,4]



連結売上高[5]



連結EBITDA[6]



1. PayPay (株) 、PayPayカード (株)、クレジットエンジン (株) の連結数値
2. 各年度末時点のPayPayのアカウント登録済みユーザー数
3. ユーザー間での「PayPay残高」の「送る・受け取る」機能の利用は含まない。「Alipay」、「LINE Pay」等経由の決済および「PayPayクレジット(旧あと払い)」による決済を含む。PayPayカード (株) の決済取扱高をPayPay (株) の決済取扱高と合算し、PayPay (株) とPayPayカード (株) の内部取引を消去
4. 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
5. IFRS。非監査
6. EBITDAは営業利益に減価償却費および固定資産除却損を足して算出、IFRS。非監査

目次

1 全社連結業績

2 セグメント別業績

3 FY25 ガイダンス

4 FY25 経営方針

PayPayの上場について

1 上場を目指し、準備を開始

2 上場先は米国市場も視野に

3 上場後もLINEヤフーはPayPayの事業と企業価値拡大にコミット

本資料はLINEヤフーの2024年度業績の公表を目的としており、当社グループ各社の株式その他の有価証券について日本及びそれ以外の法域における勧誘を構成するものではありません。また、証券の売出し又は購入の申し出の勧誘を構成するものではありません。証券の募集、購入の申し出の勧誘、又は証券の売出しは、1933年証券法（その改正を含む。以下、「証券法」という。）の登録要件に従って行われます。本資料に含まれる情報は、証券法ルール135に従って記載されるものです

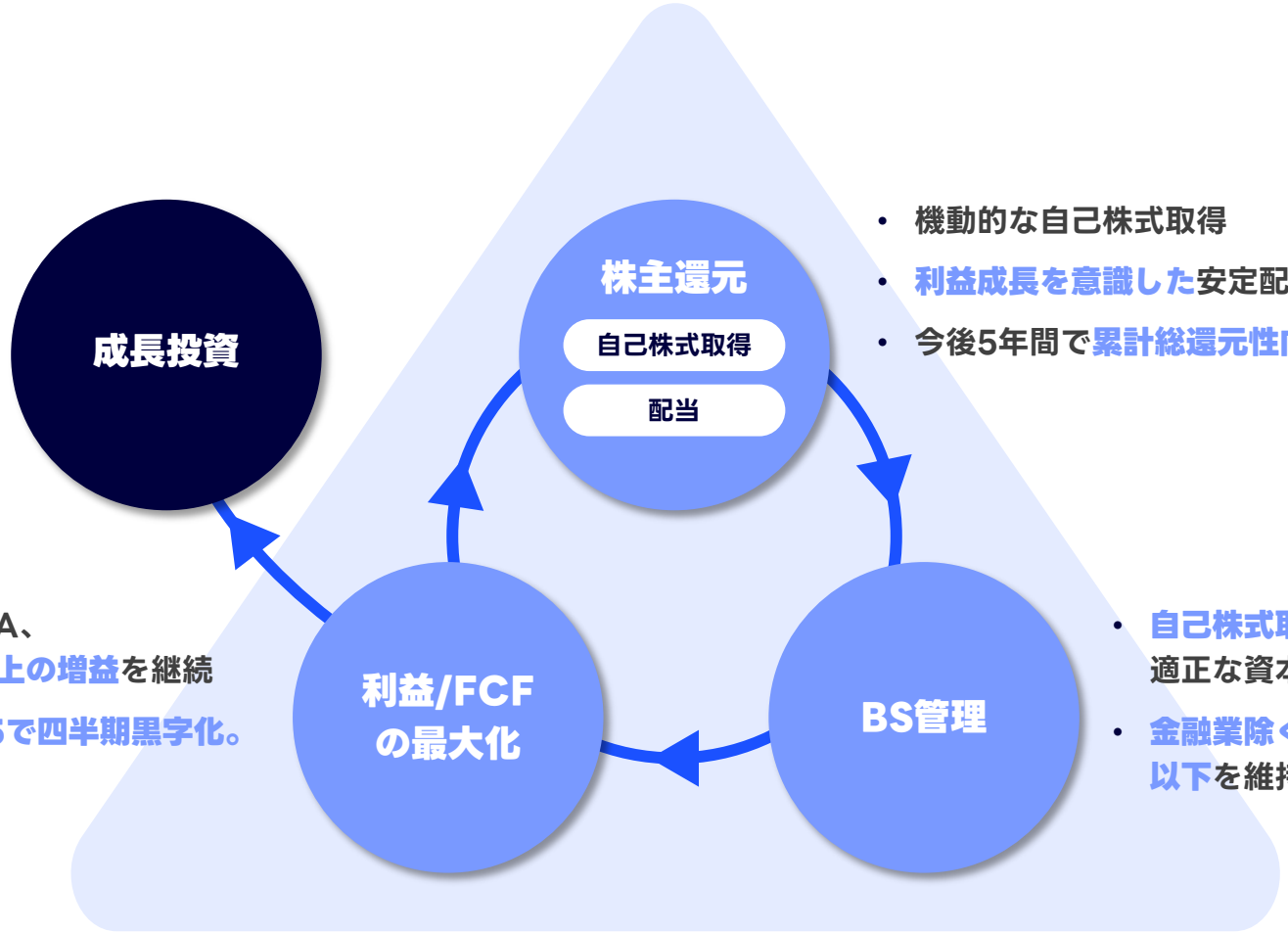
FY25 連結業績ガイダンス

全社で、1桁後半%の増収増益を計画

セグメント	項目	FY2024	FY2025	YoY
全社	売上収益	1.91 兆円	約 2.10 兆円	*約+9 %*
	調整後EBITDA	4,708 億円	5,000~5,100 億円	*+6.2~8.3 %*
	調整後EPS[1]	24.9 円	25.9~26.9 円[2]	*+4.0~7.9 %[2]*
	(旧定義) 調整後EPS	19.6 円	22.1~23.1 円[2]	*+12.4~+17.5 %[2]*
メディア	売上収益	7,316 億円	-	+1桁前半%
	調整後EBITDA	2,839 億円	2,840 億円	*+0.0 %*
コマース	売上収益	8,483 億円	-	+1桁後半%
	調整後EBITDA	1,484 億円	1,540 億円	*+3.7 %*
戦略/その他・調整額	売上収益	3,374 億円	-	+20%台前半
	調整後EBITDA	384 億円	670 億円	*+74.5 %*

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
2. 2025年5月7日公表の自己株式取得 1,500億円を考慮後の計画値

成長投資とのバランスを取りながら、FCFの最大化と株主還元を実施



- 今後 (3年) も調整後EBITDA、
  調整後EPSともに**1桁後半以上の増益**を継続
- 持分法適用関連会社は**FY25で四半期黒字化。その後は増益維持**

- 機動的な自己株式取得
- **利益成長を意識した**安定配当
- 今後5年間で**累計総還元性向70%以上**を目指す

- **自己株式取得および安定配当**を通じ、
  適正な資本・負債のサイズ、構成を実現
- **金融業除くネットレバレッジ・レシオ3倍以下**を維持 (FY24Q4時点 1.61x)

目次

1 全社連結業績

2 セグメント別業績

3 FY25 ガイダンス

4 FY25 経営方針

FY24の目標を着実に実行、調整後EBITDAは期初ガイダンスを300~400億円上回る着地

FY24の方針・目標	結果
業績・株主還元	• プロダクト成長と収益性改善により、ガイダンスを上回る利益成長 • 株主還元を強化 (自己株式取得、増配)
プロダクト強化	• 事業成長に資するM&Aを実行 (BEENOS買収) • AIエージェント導入に向け、LINEリニューアルの時期を調整
セキュリティ強化	• システム・認証基盤の分離に向けて計画通り進捗
規律あるコスト投下	• 筋肉質な体制維持によるマージン改善

今後の方針・事業の位置づけ

既存事業の更なる成長とAIエージェント化を推進

	FY25	FY26	FY27~
LINE公式アカウント LINEミニアプリ	• オプション課金などの機能を強化 • アカウント広告は高成長 (10-20%の売上成長) を目指す	LINEミニアプリのマネタイズ開始は、FY26以降を目指す (アカウント広告にも寄与)	
PayPay	• PayPay銀行とPayPay証券がPayPay傘下に • 連携強化で金融事業の成長を加速	デジタル金融プラットフォームへ	
AI	• AIを活用したプロダクトの投入 • 収益化の準備期	FY26以降の収益化を目指す	

今後(3年)も、調整後EBITDA、調整後EPS共に1桁後半%以上の持続的成長を目指す

FY25の経営方針

1 LINE公式アカウント・LINEミニアプリ

2 PayPayを中心としたデジタル金融プラットフォーム

3 AIエージェント化の推進

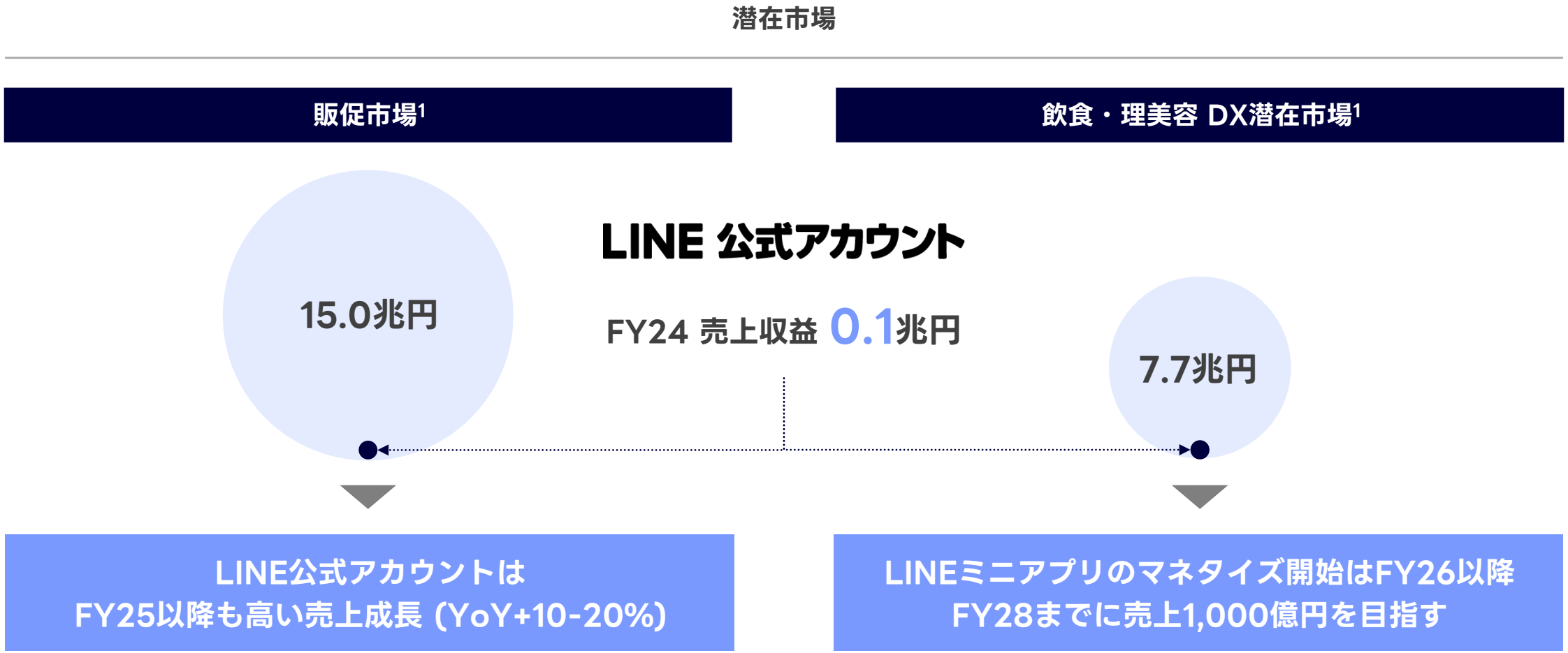
FY25の経営方針

1 LINE公式アカウント・LINEミニアプリ

2 PayPayを中心としたデジタル金融プラットフォーム

3 AIエージェント化の推進

LINE公式アカウント、LINEミニアプリの潜在市場は非常に大きい



1. 自社推計値

日本最大のビジネスID構築により横断的ビジネスプラットフォームを提供

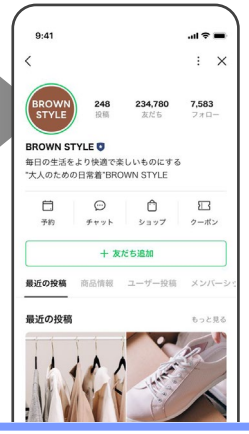
LINEヤフー

- LINE広告
- Yahoo!広告
- Yahoo!ショッピング
- LINEギフト
- Yahoo!マップ
- ⋮

LINE 公式アカウント

日本最大のビジネスID

(FY25 提供開始予定)



- 店舗情報
- クーポン
- 商品情報
- タイムライン投稿
- ユーザー投稿

LINE ミニアプリ

- 会員証
- モバイルオーダー
- 予約受付
- 順番待ち
- 販促キャンペーン
- サブスクリプション

店舗・企業・ブランドのメリット

複数サービスで横断的に広告配信・販促施策の実施が可能

当社業績への貢献期待

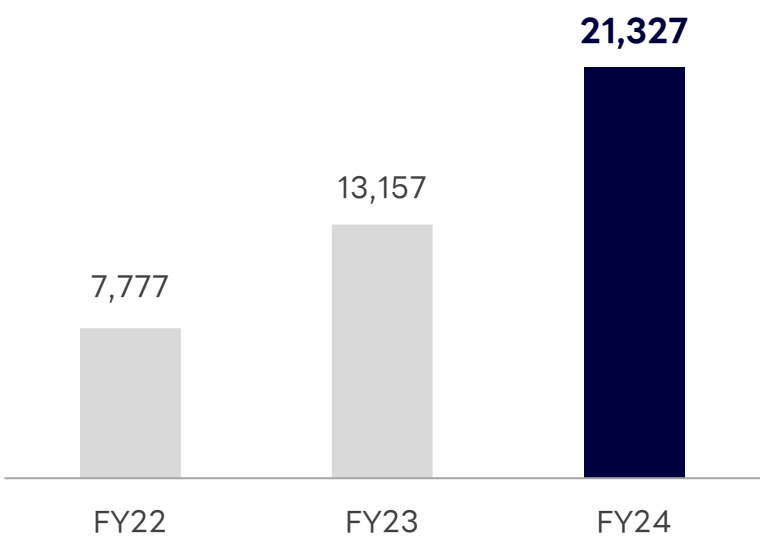
広告・販促売上増加、他のサービスの併用も促進

FY25はサービス基盤の強化をさらに推進

DXソリューションの営業強化

飲食・理美容を中心に、予約、会員証、モバイルオーダー等、ミニアプリの営業を強化

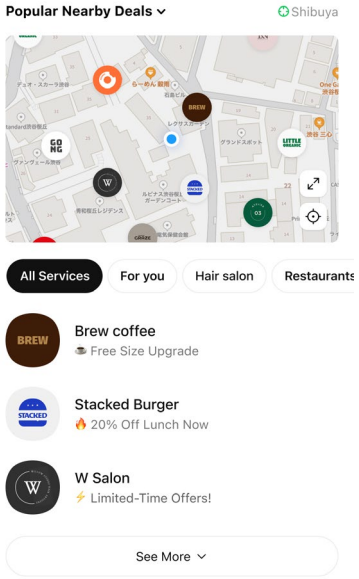
LINEミニアプリ サービス数 (件)



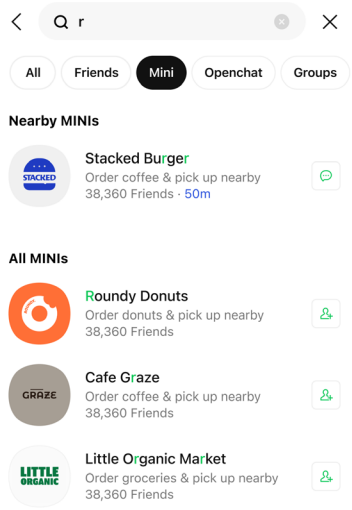
ユーザーの利用増加施策

お薦めアプリ表示や検索性向上等、LINEやYahoo! JAPANからのユーザー流入を強化

周辺ミニアプリ表示[1]



ミニアプリ検索[1]



ARPAの向上施策

- LINEミニアプリ上で決済が可能となるアプリ内課金機能やミニアプリへの広告掲載を提供予定

- LINE公式アカウント上のユーザーとのチャット機能を一層充実

チャットProオプション[2]
25年3月提供開始

月額3,000円で機能拡張

1. 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
2. 保存データの拡張・チャット管理・運用効率化機能など、より便利にLINEチャットを利用できるオプションプラン

FY25の経営方針

1 LINE公式アカウント・LINEミニアプリ

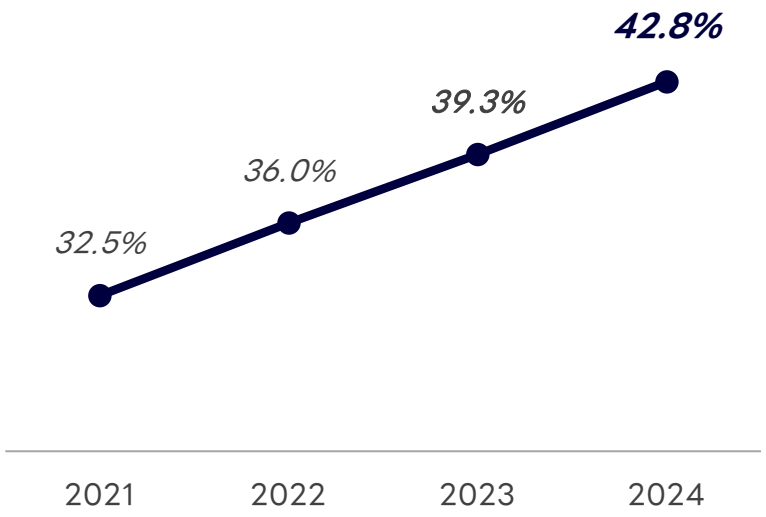
2 PayPayを中心としたデジタル金融プラットフォーム

3 AIエージェント化の推進

今後も市場拡大が見込まれ、PayPayのシェアは拡大中

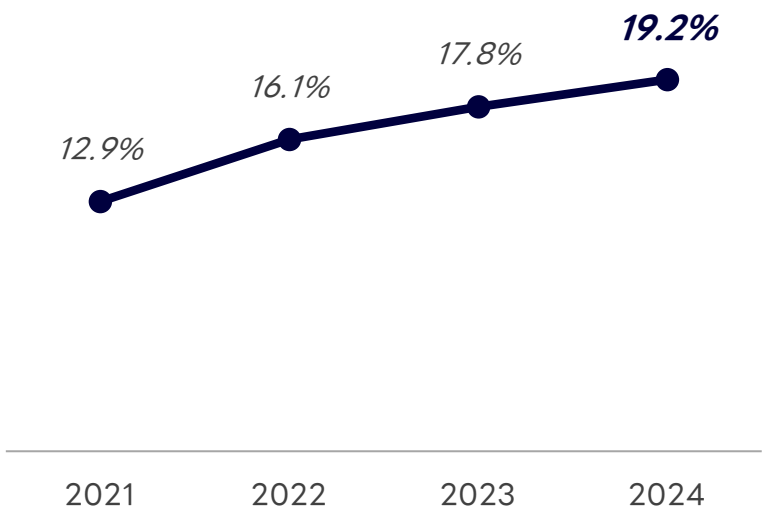
日本のキャッシュレス決済比率[1]

他国比で依然向上余地あり



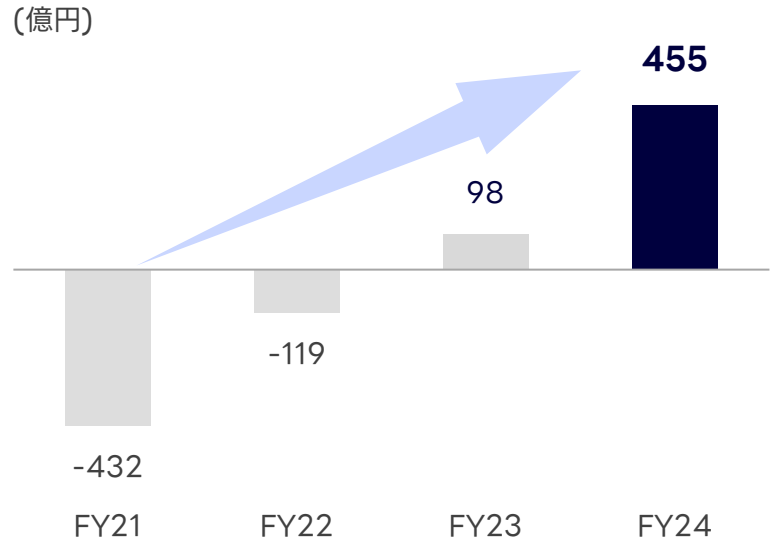
日本のキャッシュレス決済回数[2]に占めるPayPayのシェア

コード決済シェアNo.1、決済回数は順調に拡大



PayPay連結[3] EBITDA[4]

業績拡大と共にPayPayの利益も大きく成長

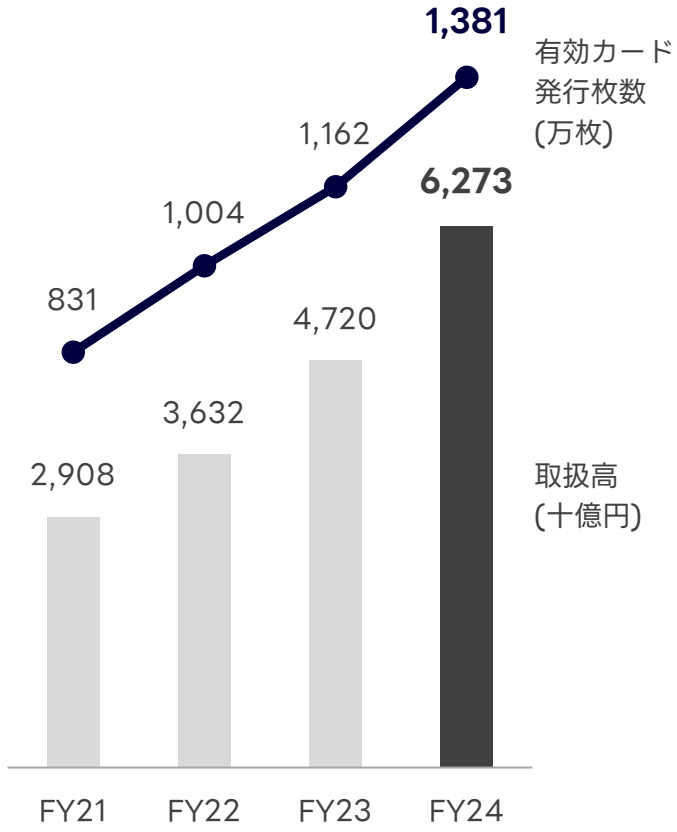


1. 経済産業省「2024年のキャッシュレス決済比率」
2. 一般社団法人日本クレジット協会公表資料「月次調査：クレジットカード動態調査」よりクレジットカードの決済回数、日本銀行公表資料「決済動向（2025年1月）」よりデビットカードと電子マネーの決済回数、一般社団法人キャッシュレス推進協議会公表資料（コード決済利用動向調査 2025年3月14日公表）よりコード決済回数を合計、PayPay調べ
3. PayPay (株) 、PayPayカード (株)、クレジットエンジン (株) の連結数値
4. EBITDAは営業利益に減価償却費および固定資産除却損を足して算出、IFRS。非監査

PayPayの基盤を活用し、各サービスの成長をさらに加速

PayPayカード取扱高・有効カード発行枚数

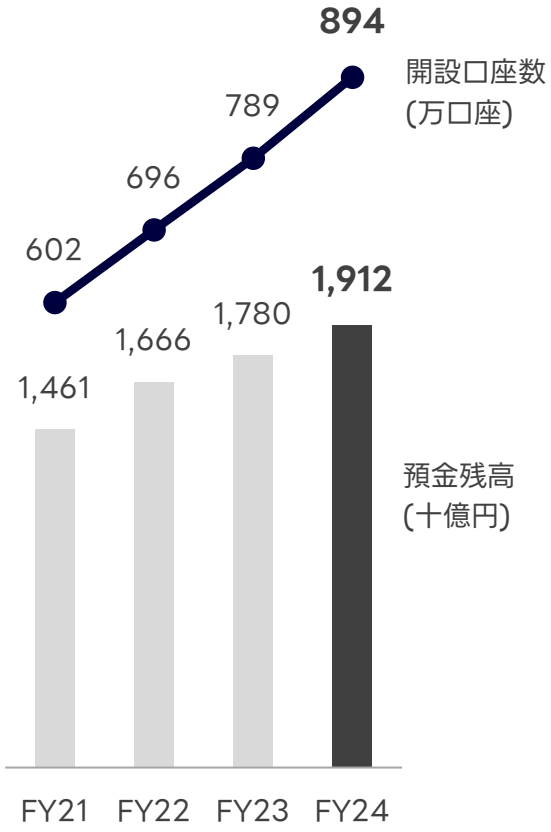
PayPayクレジット



PayPay銀行預金残高・開設口座数

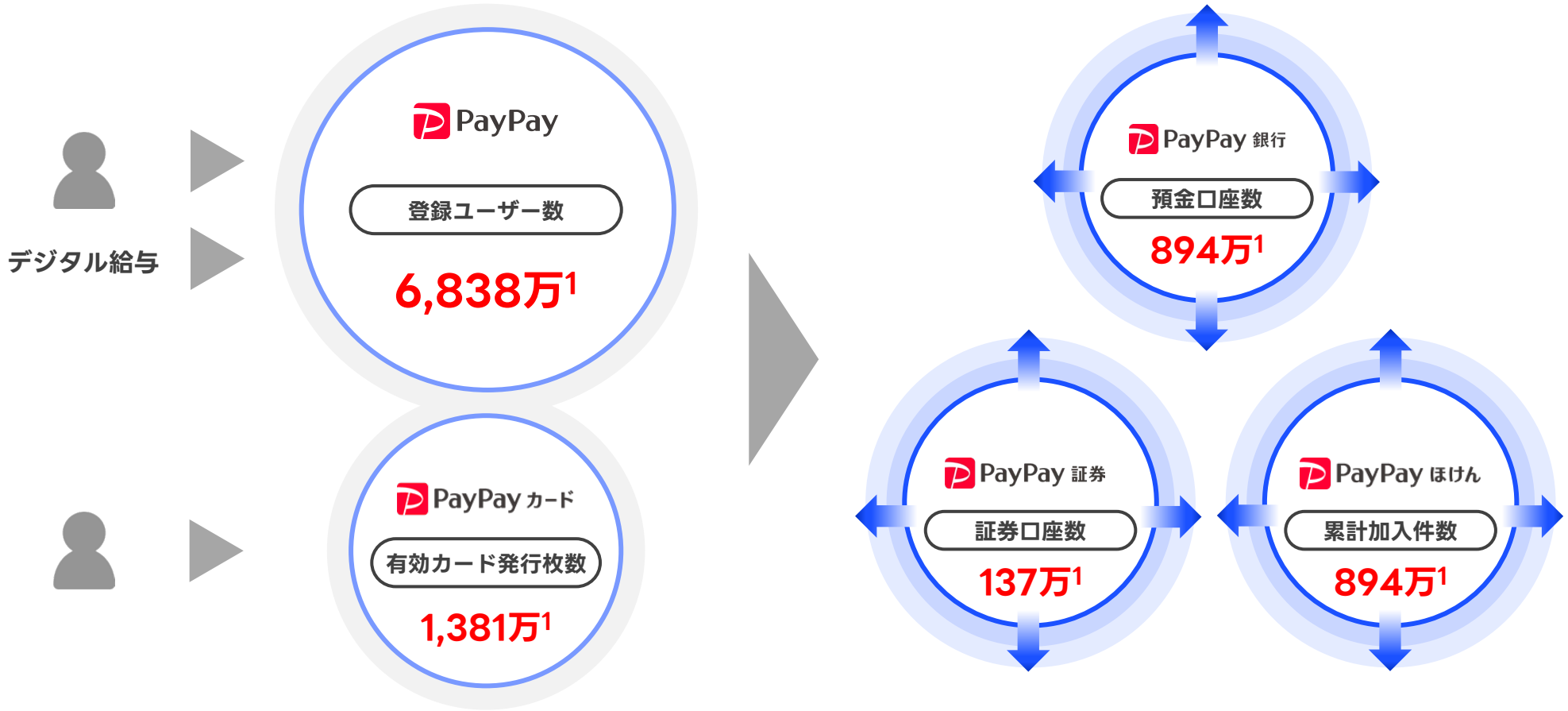
PayPay 新支払い方式 (25年4月)

「PayPay銀行残高[1]」提供開始
PayPay銀行アプリから支払い、
今後PayPayアプリから支払い可能に



1. 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

PayPayは決済アプリからデジタル金融プラットフォームへ



PayPayアプリとの連携強化で金融事業の成長が加速

1. 2025年3月末時点

FY25の経営方針

1 LINE公式アカウント・LINEミニアプリ

2 PayPayを中心としたデジタル金融プラットフォーム

3 AIエージェント化の推進

1人につき1つのAIエージェントが寄り添う時代に

1990年代	2010年代	2020年代
インターネット	スマートフォン	生成AI
検索	メッセンジャー・SNS	AIエージェント
YAHOO! JAPAN	LINE	LINEヤフー

ToC向けサービスのAIエージェント化を本格始動

FY25～
AIエージェント化

サービスへの
生成AI機能導入

AI活用による
業務効率化

サービス導入：44件[1]

LINE AI
対話型の生成AIサービス

1秒あたり
3.6件のテキスト生成[2]

Yahoo!ショッピング
生成AIによるお得な日の提案（β版）

単日の取扱高
最大111%

業務効率化プロジェクト：35件以上[3]

カスタマーサポート メール業務

メール作成
約90%自動化[4]

広告営業業務

問い合わせ対応に必要な情報収集
約70%削減[5]

1. 2023年7月～2025年5月7日における提供終了した機能も含む累計　2. 2025年4月10日～20日にLINE AIが生成（回答）した1秒あたりのテキストの件数　3. 2023年6月～2025年5月7日における進行中も含む業務効率化のプロジェクトの累計
4. 2025年3月時点。当社9サービスのうち個人情報を取り扱わないメール対応を対象として算出　5. 2025年1月～3月。対話型RAGツールの導入によって、1人あたりの作業時間が、30分/件→9分/件に短縮

圧倒的な「ユーザー」「店舗接点」「コンテンツ」

ユーザー[1]

LINE	MAU（国内） 9,800万
YAHOO! JAPAN	DUB[2] 1億700万
PayPay	登録ユーザー数 6,800万

LINEヤフー AIエージェント

店舗接点[1]

LINE 公式アカウント	アカウント数[3] 120万
PayPay	利用可能箇所[4] 1,000万以上

コンテンツ

メディア・コマース・ローカルなど
100以上のサービス

1. 2025年3月末時点
2. Yahoo! JAPANサービスを閲覧するために利用されたブラウザー数。スマートフォンにおいてブラウザーとアプリの両方を通じて閲覧した場合は重複カウント
3. 月に1度以上機能を利用している国内アカウント数
4. PayPayまたはPayPayカードが利用できるオンライン・オフラインの店舗やスポット数

日常をあらゆる場面で支えるAIエージェント

パーソナライズ

あらゆる情報を分析、
潜在ニーズも踏まえ提案

**日常生活を
フルカバー**

目覚めてから眠りにつくまで
さまざまなシーンに伴走

**コンバージョン
まで完結**

予約・購入・決済等、
ユーザーが望む行動を代行

3. AIエージェント化の推進 | 全てのサービスがエージェントに進化

ホームサービスはもとより、様々なサービスでAIを活用しAI時代のNo.1を目指す

ホームサービス[1]

LINE

YAHOO! JAPAN

各サービス エージェント[1]

ローカル

ショッピング

メッセンジャー

● ● ●

1. 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

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。

公開買付けに関する注意事項

本説明会資料に含まれる公開買付けは、直接間接を問わず、米国内において若しくは米国に向けて行われるものではなく、また、米国の郵便その他の州際通商若しくは国際通商の方法・手段（電話、テレックス、ファクシミリ、電子メール、インターネット通信を含みますが、これらに限りません。）を使用して行われるものではなく、更に米国内の証券取引所施設を通じて行われるものでもありません。上記方法・手段により、若しくは上記施設を通じて、又は米国内から本公開買付けに応募することはできません。

また、本公開買付けに係る公開買付届出書又は関連する買付書類はいずれも、米国内において若しくは米国に向けて、又は米国内から、郵送その他の方法によって送付又は配布されるものではなく、かかる送付又は配布を行うことはできません。上記制限に直接又は間接に違反する本公開買付けへの応募はお受けいたしません。

米国の居住者に対しては、また、米国内においては、有価証券又はその他資産の受付けの勧誘は行っておらず、米国の居住者が、また、米国から当社に対してこれらを送ってきたとしてもお受けできません。また、本説明会資料は、本公開買付けに対する応募の意思表示を求めることを目的とするものではありません。

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。