

YAHOO!
JAPAN

ヤフー株式会社

2018年度第3四半期 決算説明会

2019年2月4日

目次

- P. 4 2018年度 第3四半期 連結業績
- P. 11 セグメント別業績
- P. 16 モバイルペイメント
- P. 24 今後の成長に向けて
- P. 33 長期的な売上収益・営業利益について
- P. 38 補足資料

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「2019年3月期 第3四半期決算短信」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。

2018年度 第3四半期 連結業績

2018年度 第3四半期決算説明会 トピックス

1

検索連動型広告売上収益が
3四半期連続で二桁成長を達成

2

「PayPay」の累計登録者数が
サービス開始4ヶ月で400万人突破(ヤフー史上最速)

2018年度 第3四半期 業績サマリー -累計-

	FY2017 3Q累計	FY2018 3Q累計	前年同期比
売上収益	6,587 億円	7,075 億円	+7.4%
会計方針変更の影響*を除いた場合の売上収益	6,587 億円	7,224 億円	+9.7%
営業利益	1,478 億円	1,196 億円	-19.0%
EBITDA	1,795 億円	1,584 億円	-11.7%
四半期利益	1,057 億円	700 億円	-33.7%
親会社の所有者に帰属する四半期利益	1,031 億円	701 億円	-32.0%
希薄化後 1株当たり四半期利益	18.1 円	12.9 円	-28.5%

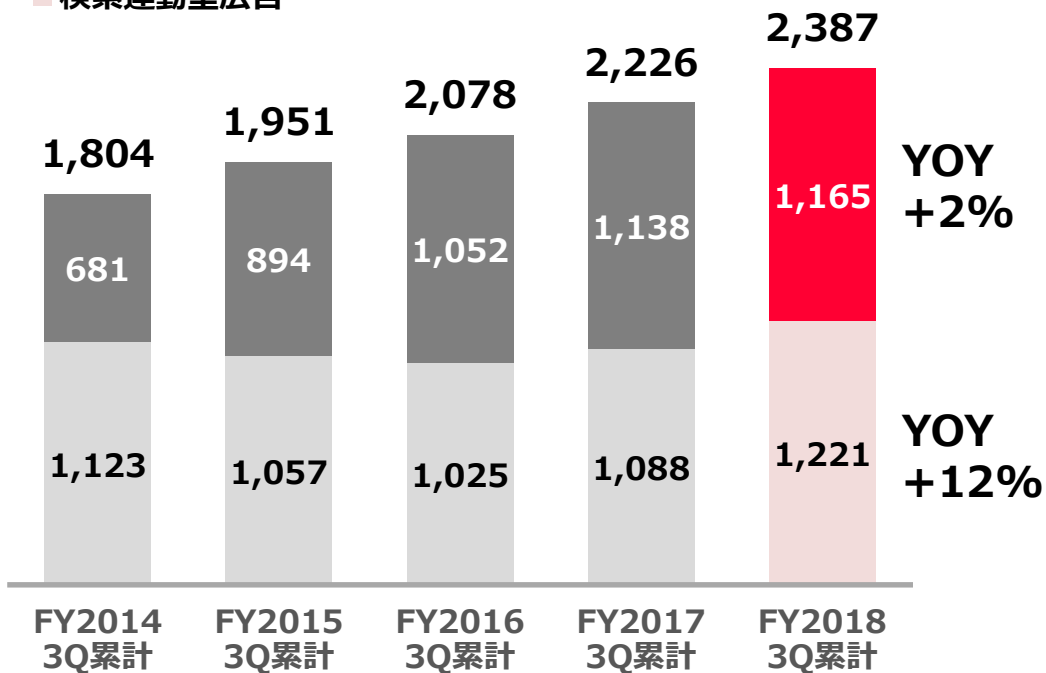
6 * 収益認識に関する会計方針の変更に伴い、2018年度から決済手数料の一部を売上収益から控除する処理に変更しています。

広告関連売上収益 推移 -3Q累計-

(億円)

■ ディスプレイ広告

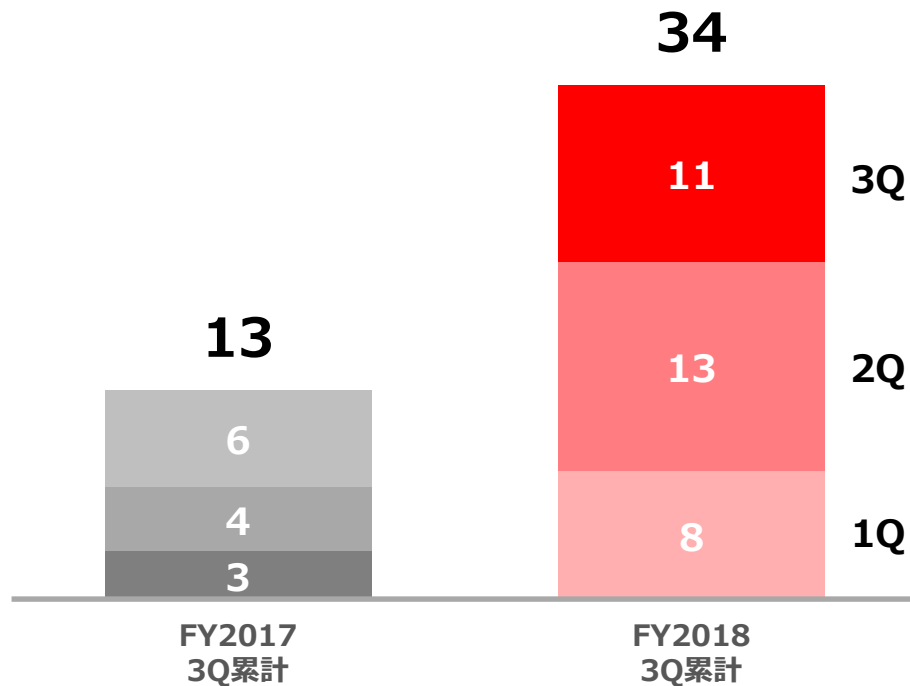
■ 検索連動型広告



前年同期比
7%増

スマートフォン動画広告売上収益 -3Q累計-

(億円)

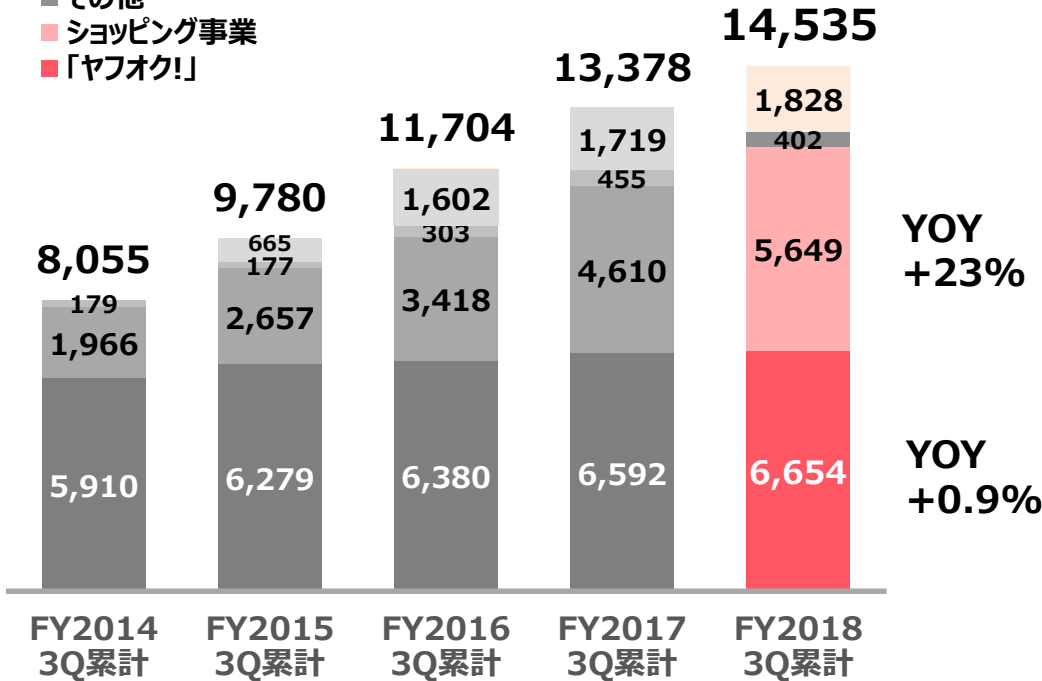


前年同期比
約2.5倍

eコマース取扱高（物販）推移 -3Q累計-

(億円)

- アスクルBtoB事業
- その他
- ショッピング事業
- 「ヤフオク！」



前年同期比

9%増

YOY
+23%

YOY
+0.9%

9 注: 「Yahoo!官公庁オークション」を含む「ヤフオク!」の取扱高、ショッピング事業取扱高、その他物販取扱高、2015年度2Q以降（2Qは1ヶ月相当）のアスクル(株)におけるBtoB事業インターネット経由売上収益（20日締め）を含んでいます。

2018年度 通期営業利益ガイダンス

変更前

1,330億円～1,430億円

変更後

1,400億円～1,430億円

修正 要因	新たな挑戦への費用(期初発表:300億円)の 消化が180億円程度となる見込み
	市況の悪化に伴う子会社での評価損計上
	広告関連売上収益の上振れ(軽微)

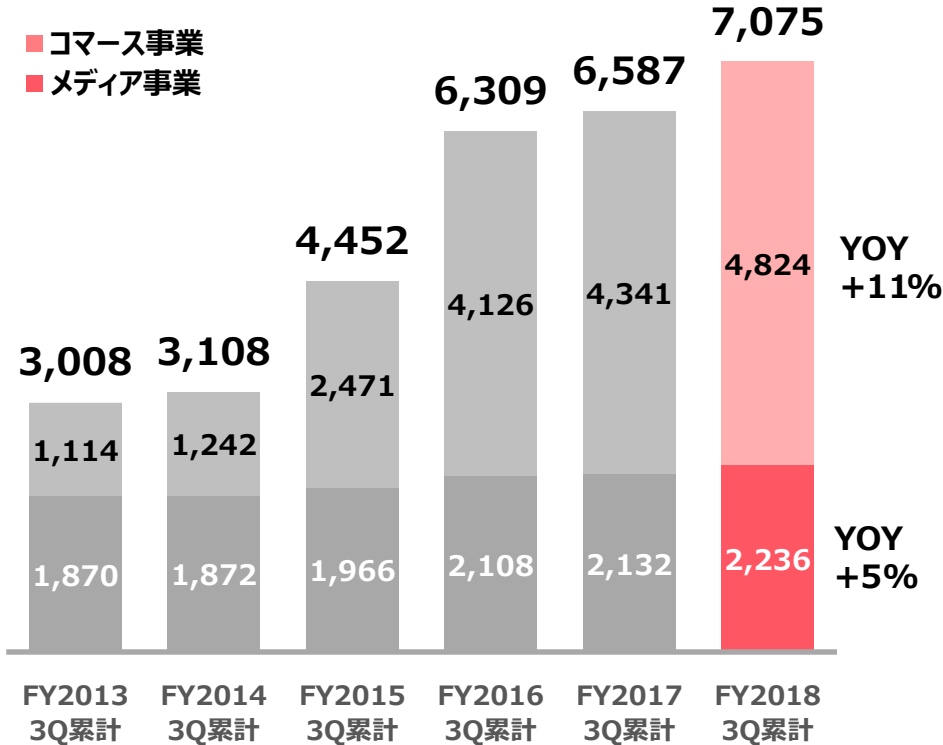
新たな挑戦 への費用	期初見込	消化見込
メディア関連	約100億円	約60億円
コマース関連	約200億円	約120億円

セグメント別業績

セグメント別売上収益 推移 -3Q累計-

(億円)

- コマース事業
- メディア事業

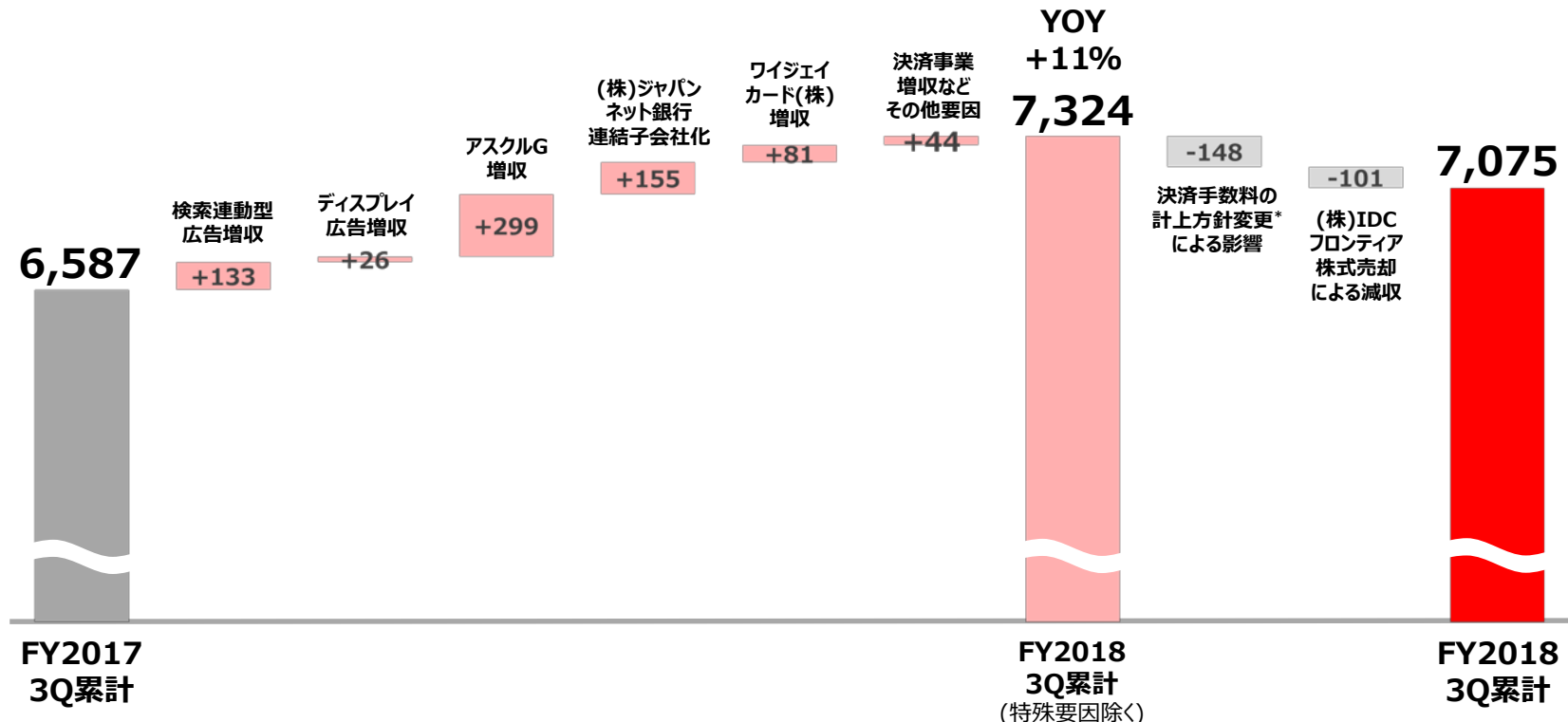


	主なイベント
FY13	<ul style="list-style-type: none"> • eコマース新戦略開始(3Q、10月)
FY15	<ul style="list-style-type: none"> • 検索連動型広告 パートナーサイト(スマートフォン)への配信停止開始(1Q) • インフィード広告提供開始(1Q、5月) • アスクル(株)連結開始(2Q、8月)
FY16	<ul style="list-style-type: none"> • 検索連動型広告売上収益の成長率がプラス転換(3Q)
FY17	<ul style="list-style-type: none"> • 検索連動型広告の売上収益増 • ソフトバンク会員との連携施策開始(1Q、6月)
FY18	<ul style="list-style-type: none"> • 検索連動型広告売上収益の成長率が10%超(1Q~3Q) • アド Fraud 対策によりYDN等の売上収益が減少(1Q~3Q)

12 注: その他事業および調整額は含まれていません。2017年度は現在のセグメントに合わせて遡及修正しています。2016年度以前は現在のセグメントにあわせた概算値です。

売上収益の増減要因 -3Q累計-

(億円)

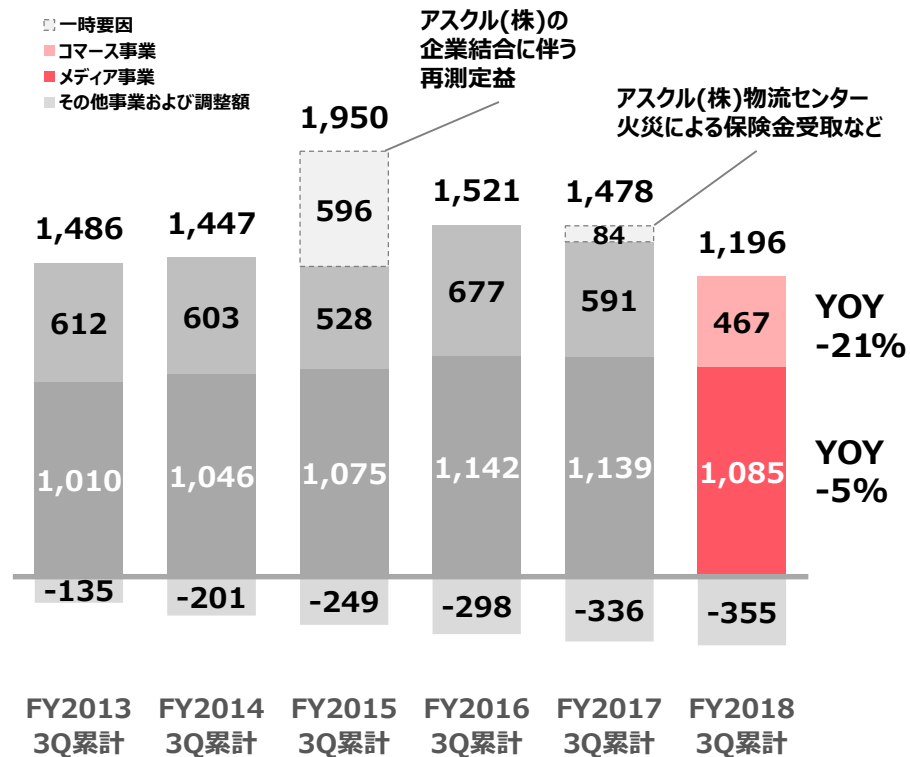


13 * 収益認識に関する会計方針の変更に伴い、2018年度から決済手数料の一部を売上収益から控除する処理に変更しています。

セグメント別営業利益 推移 -3Q累計-

(億円)

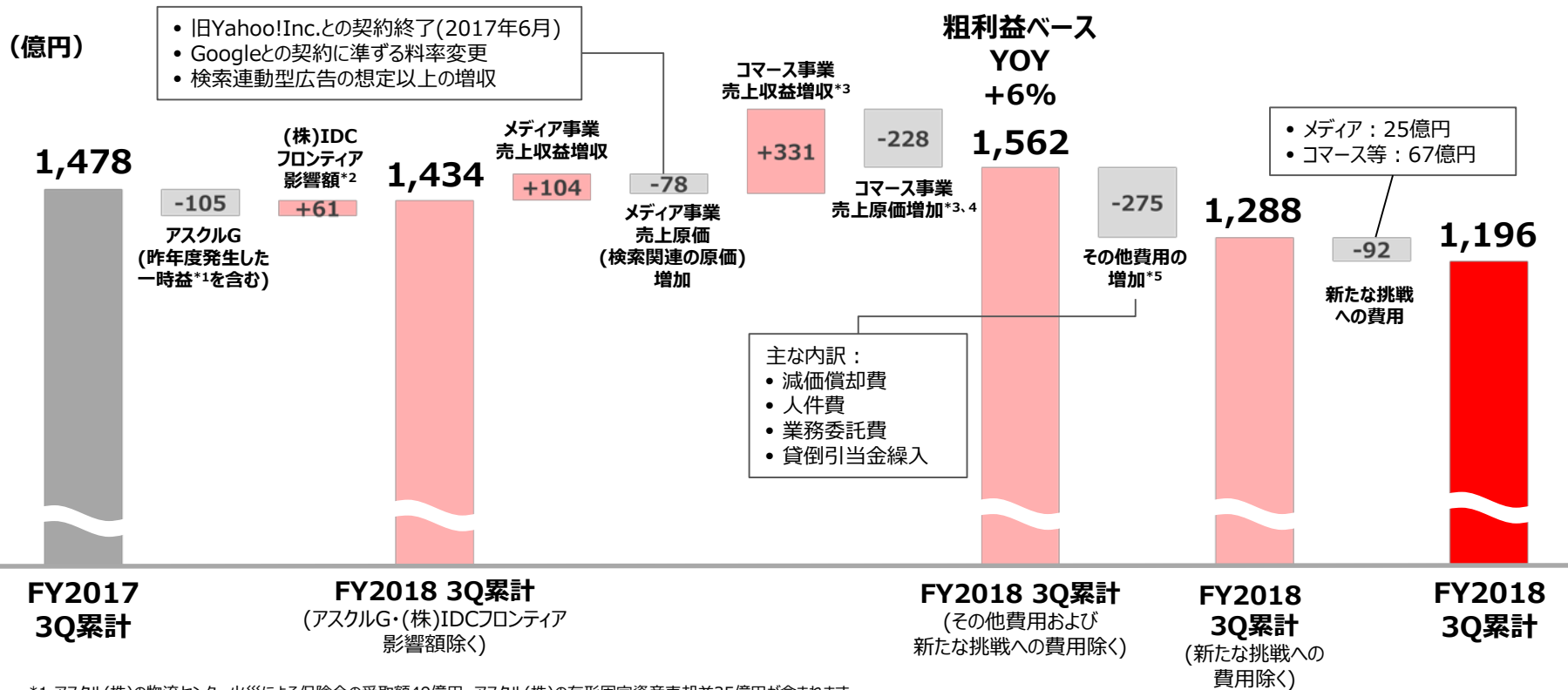
- 一時要因
- コマース事業
- メディア事業
- その他事業および調整額



	主なイベント
FY13	• eコマース新戦略開始(3Q、10月)
FY15	• 販売促進活動を強化 • 「ヤフオク!」個人出品者システム利用料改定 5%→7%(4Q、2月)
FY16	• 販売促進活動を効率化 • 「Yahoo!ショッピング」ストア負担率改定(1Q、4月) • 「ヤフオク!」ストア出品者システム利用料改定 5%→7%(1Q、4月)
FY17	• eコマース取扱高最大化、およびデータドリブン化への投資 • 検索連動型広告に関する旧Yahoo!Inc.との契約終了(1Q、6月) • アスクル(株)物流センター火災による保険金受取等49億円(1Q) • アスクル(株)の有形固定資産売却益35億円(3Q)
FY18	• 新たな挑戦への費用 • (株)IDCフロンティア株式売却益79億円(1Q)

14 注: 過去の業績および比較は現在のセグメントに合わせて遡及修正しています。
2017年度は現在のセグメントに合わせて遡及修正しています。2016年度以前は現在のセグメントにあわせた概算値です。

営業利益の増減要因 -3Q累計-



*1 アスクル(株)の物流センター火災による保険金の受取額49億円、アスクル(株)の有形固定資産売却益35億円が含まれます。

*2 (株)IDCフロンティアの株式売却益79億円が含まれます。

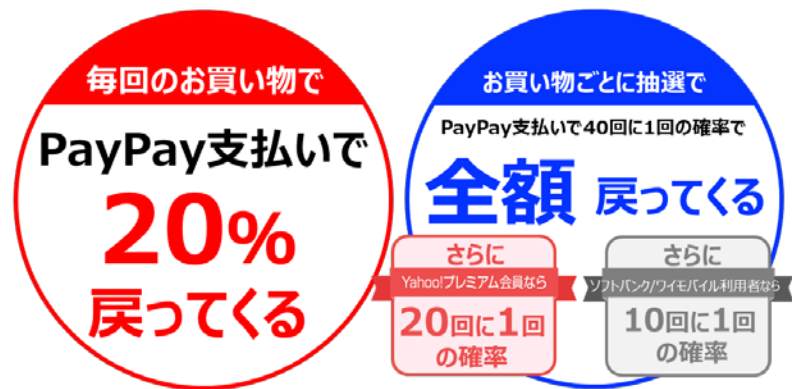
*3 収益認識に関する会計方針の変更に伴い、決済手数料の一部を売上収益から控除した影響を除いています。

*4 コマース事業における販売管理費のうち、販売促進費を含めています。

*5 アスクルGおよび(株)IDCフロンティアに関する費用を除いています。

モバイルペイメント

「100億円あげちゃうキャンペーン」を実施



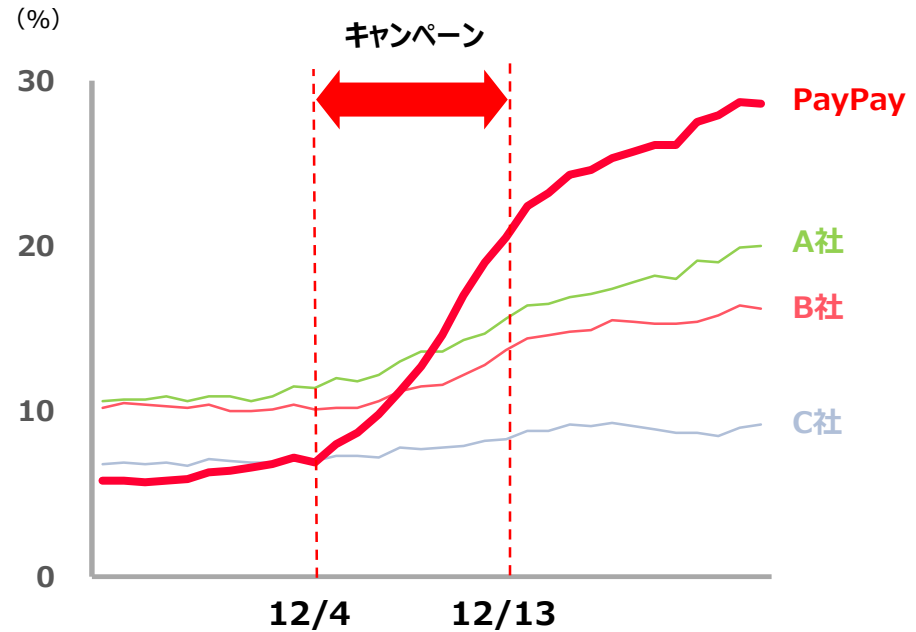
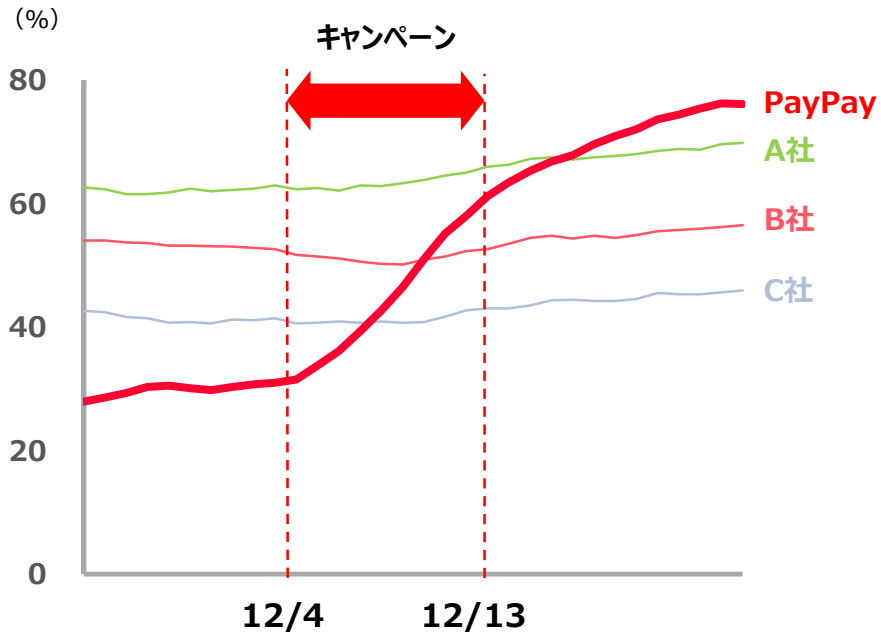
キャンペーン結果	
期間	2018年12月4日～2019年3月31日 ※予算消化により12月13日に終了
PayPayボーナス 付与完了	約115億円 ※PayPay(株)、ヤフー(株)、ソフトバンク(株)での付与額合計 ヤフー(株)、ソフトバンク(株)のキャンペーン分10億円付与を含む
PayPayボーナス 付与保留	約2億円 (1/31時点)

キャンペーンの効果 - 認知度の向上 -

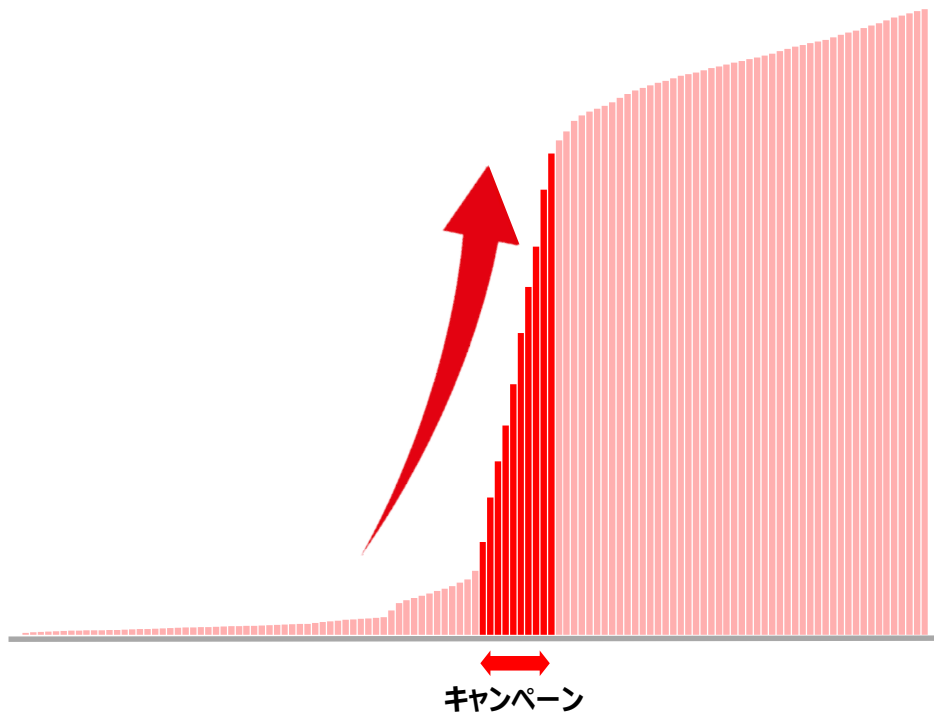
名称認知 No.1



サービス理解 No.1



キャンペーンの効果 -登録者数の急増-



ヤフー史上最速
サービス開始4ヶ月で
累計登録者数
400万人突破

キャンペーンの反省 -セキュリティ対策-

より強固なセキュリティ対策を取り入れ、安心してご利用いただけるサービスに

不正対策			導入状況
1	クレジットカード 登録時	セキュリティコード ^{*1} の入力回数を制限	済
2		本人確認認証(3Dセキュア ^{*2})を導入	済
3	決済時	クレジットカードでの決済金額を制限	済

*1 セキュリティコード: カード裏面の3桁ないし4桁の数字です。

*2 3Dセキュア: 事前にクレジットカード会社に登録したパスワードなどで本人認証を行い、不正利用やなりすましを防ぐ仕組みです。

第2弾キャンペーンを発表



第2弾 **100億円**
キャンペーン

2019年2月12日（火）9:00から開始
—— ただいま準備中 ——

最大20%※1戻ってくる!

※1 PayPay残高の付与上限は、お一人様につき「1回の支払いにおける付与上限」は1,000円相当、「キャンペーン期間中の付与上限」は50,000円相当です。

第2弾キャンペーン概要

	毎日のお買物で	お買物ごとに抽選で
 PayPay残高（銀行接続）	20%付与	10回に1回 100%付与
 Yahoo! JAPANカード	19%付与	さらに Yahoo!プレミアム 会員なら 5回に1回 100%付与
 その他のクレジットカード	10%付与	—
付与上限	1,000円相当/回 50,000円相当/期間	1,000円相当/回 20,000円相当/期間

第2弾キャンペーン実施にあたりセキュリティに関する注意喚起を再徹底

利用者の皆様には以下のご案内を徹底していく



**銀行連携利用におけるフィッシングサイトへの
注意喚起**

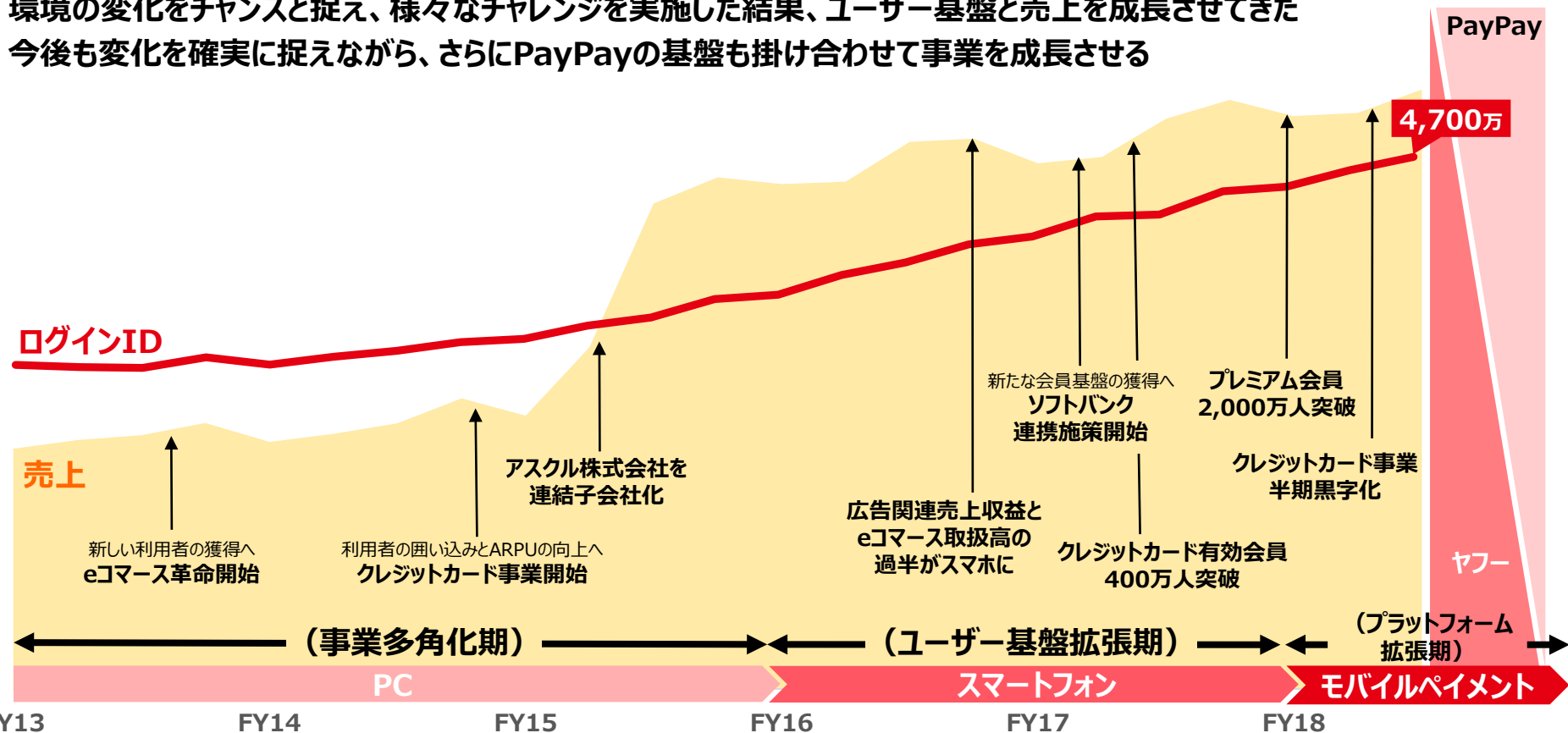


クレジットカード情報の管理に対する注意喚起

今後の成長に向けて

過去5年間の振り返りと今後

環境の変化をチャンスと捉え、様々なチャレンジを実施した結果、ユーザー基盤と売上を成長させてきた
今後も変化を確実に捉えながら、さらにPayPayの基盤も掛け合わせて事業を成長させる



ヤフーが目指すこと

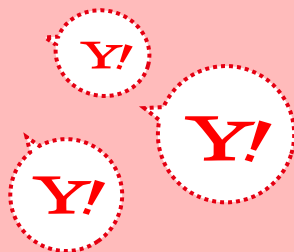
Yahoo! JAPANのサービスを通じて
ユーザーの「生活」を“！”するほど「便利」にする

オンライン上の生活



さらに便利に

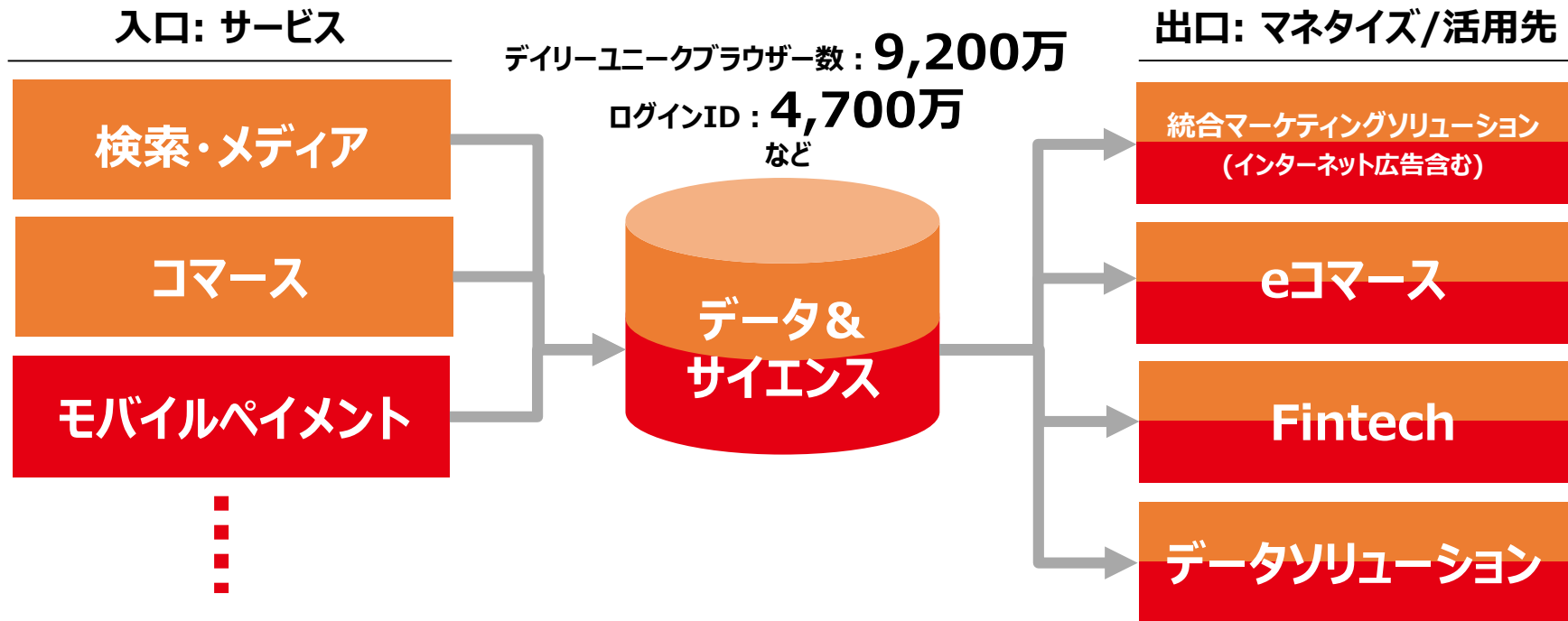
オフライン上の生活



新たに進出

マネタイズポイントの創出

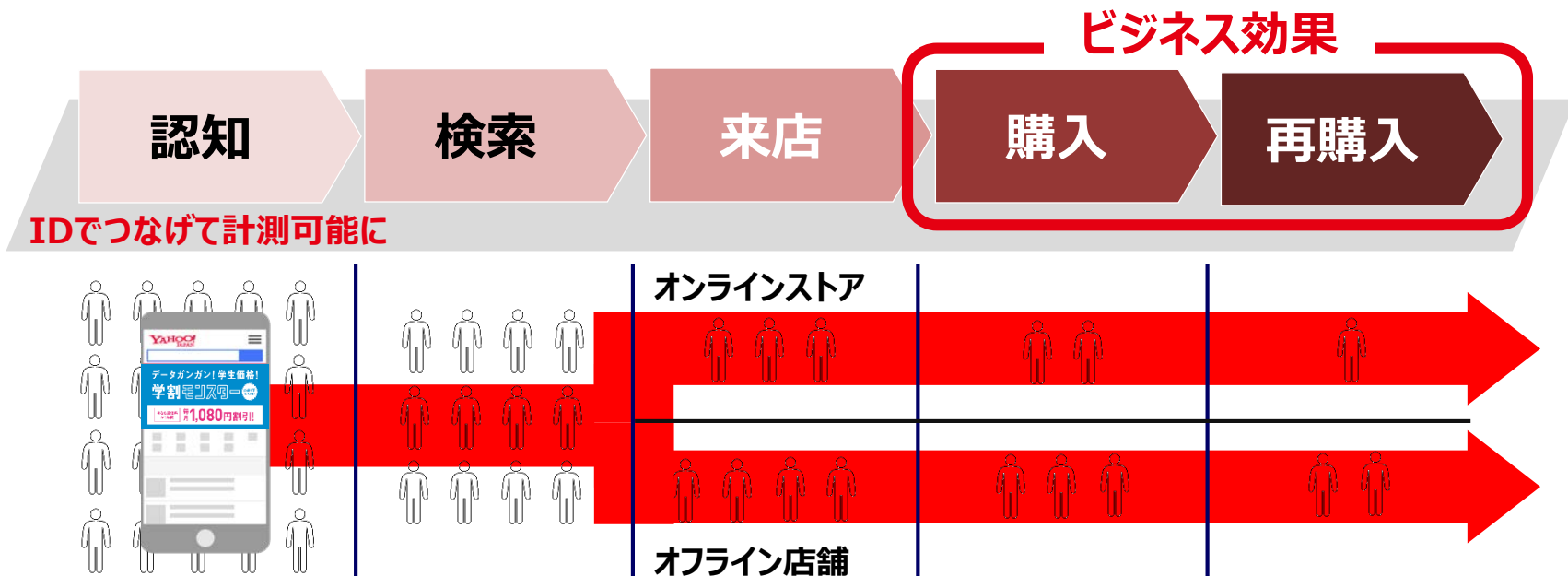
「メディアとコマース」×「オンライン&オフライン」で
利用者に価値を提供し、収益に繋げる



統合マーケティング ソリューション

統合マーケティングソリューションとは

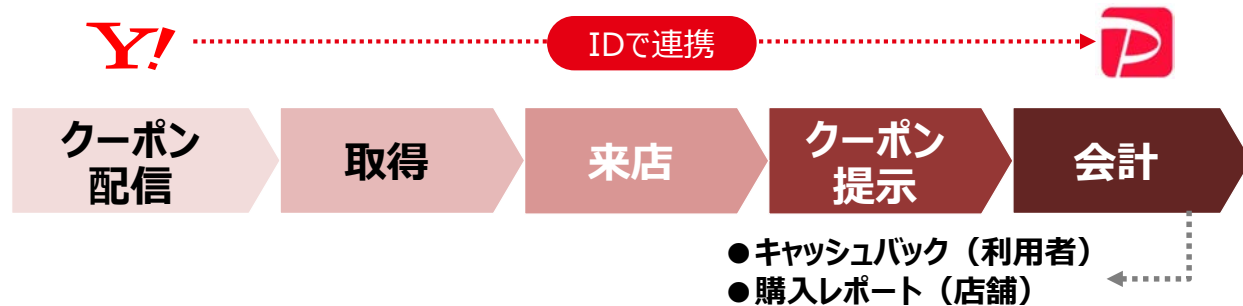
消費行動の入口から出口までを、オンライン&オフラインを問わずつなげ
ビジネス効果を可視化し、それを最大化するもの



ビジネス効果を生み出す新たなプロダクトを開発中

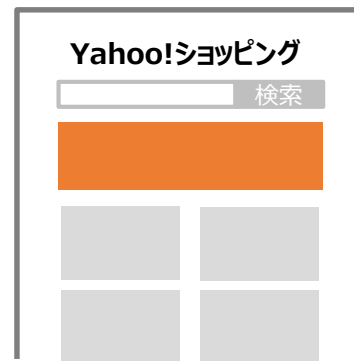
オフライン購買

- 飲食・小売店用クーポンなど



オンライン購買

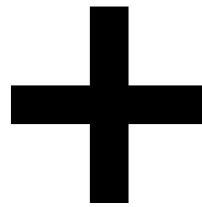
- 商品検索連動型広告
- ヘッダー掲出広告など



広告市場に加えて新たに販促市場も開拓



オンライン広告の提供
動画広告の拡充

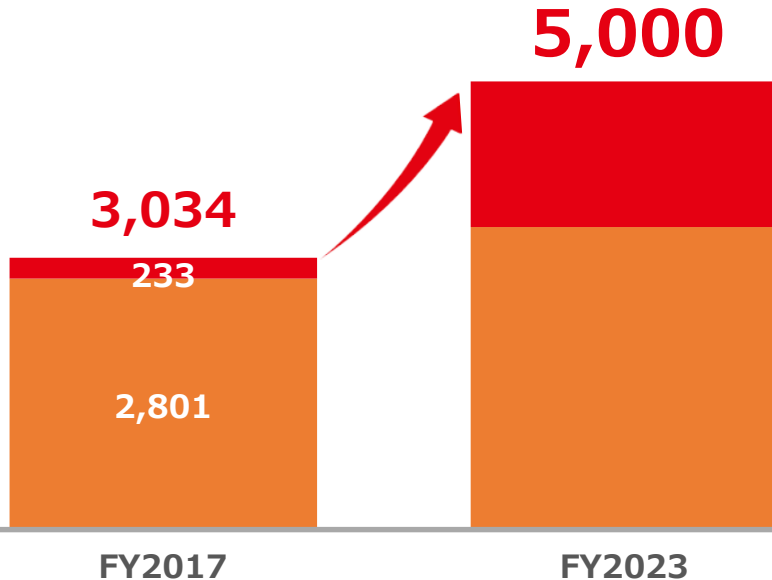


オンライン&オフラインを含め
ビジネス効果の高い
統合マーケティングソリューションを提供

売上収益見通し

(億円)

- 統合マーケティングソリューション、ショッピング広告
- 検索連動型広告、ディスプレイ広告（ショッピング広告除く）



15兆円の販促市場を取り込み

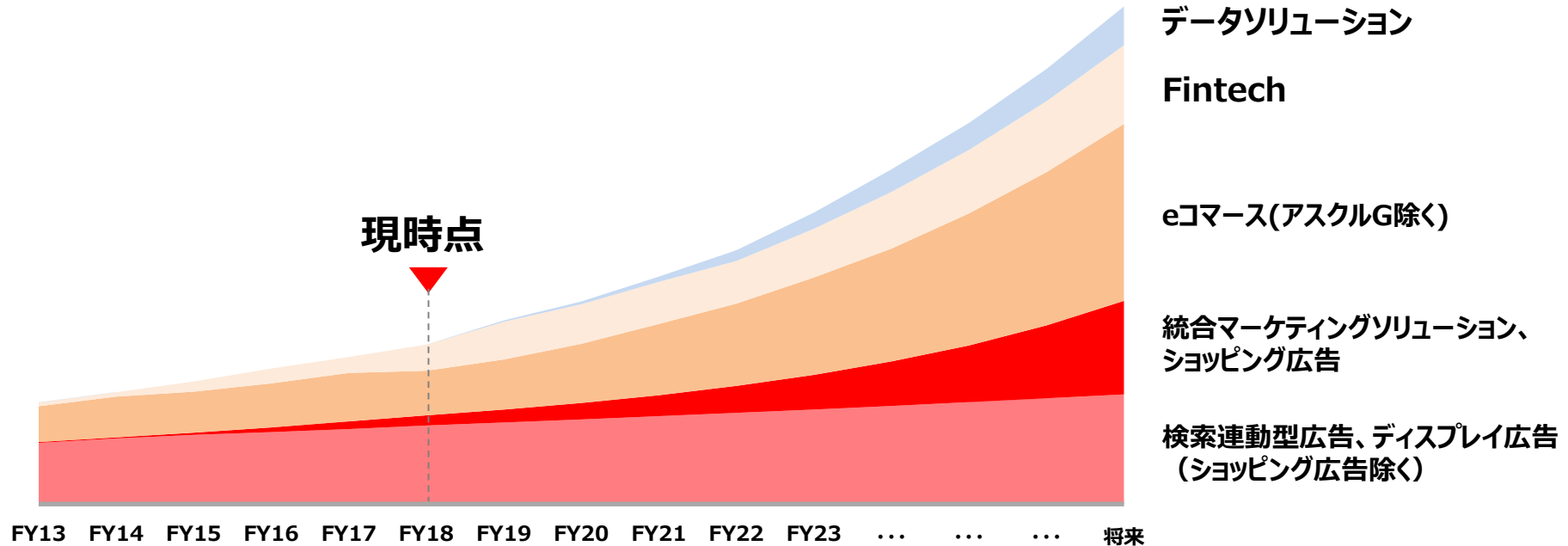
2023年度に
5,000億円
を目指す

※イメージ図

長期的な売上収益・ 営業利益について

長期的な売上収益構成のイメージ

ビジネス環境の変化を捉え、売上収益構成を大きく変えながら成長し続ける

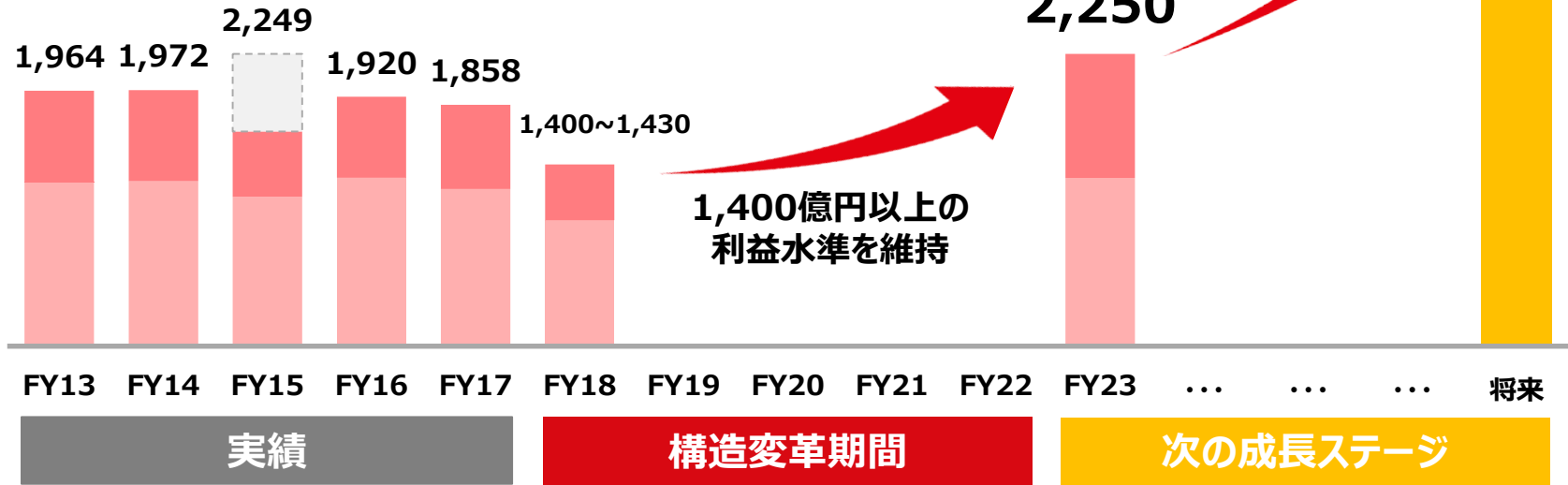


長期的な営業利益見通し

環境変化に合わせて利益構造を変え、次の成長ステージを目指す

(億円)

- アスクル再測定益
- 強化事業(ショッピング広告、統合マーケティングソリューション、決済金融、会員、ヤフオク!)
- ベース広告利益(検索連動型広告、ディスプレイ広告)



35 注: その他事業および調整額は強化事業およびベース広告利益の構成比率に応じて按分しています。
2017年度は現在のセグメントに合わせて遡及修正しています。2016年度以前は現在のセグメントにあわせた概算値です。

**ヤフーだから創れる
ヤフーにしか創れない
「未来」を創り出す**

お知らせ

「データフォレスト構想」の 記者発表

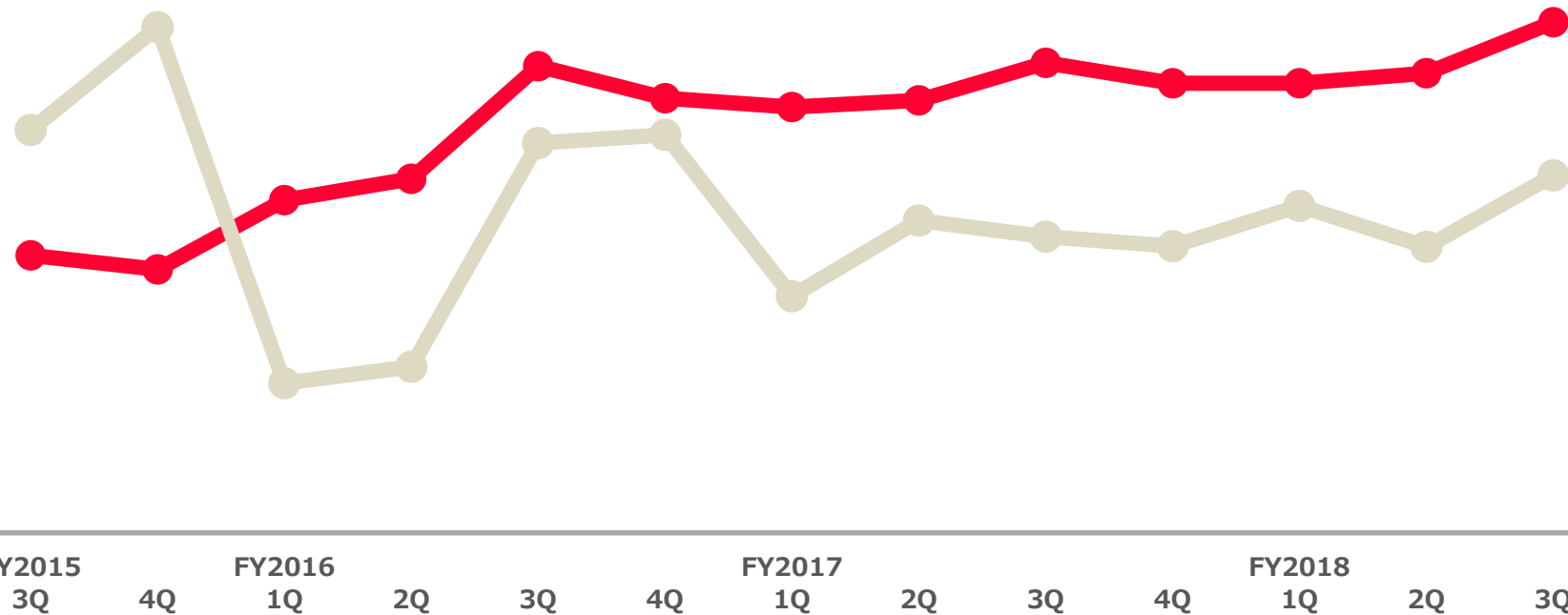
2月13日(水)にメディア向け発表予定

<https://dataforest.yahoo.co.jp/>

補足資料

「Yahoo!ショッピング」取扱高における ショッピング広告テイクレート*1およびポイント費用比率*2の推移

● ショッピング広告テイクレート ● ポイント費用比率



*1 ショッピング広告売上高÷「Yahoo!ショッピング」取扱高

*2 「Yahoo!ショッピング」関連ポイント費用÷「Yahoo!ショッピング」取扱高

各セグメントの主な商品項目

メディア事業

広告	検索連動型広告「スポンサードサーチ」 ディスプレイ広告（「Yahoo!ディスプレイアドネットワーク（YDN）」、「プレミアム広告」）
ビジネスサービス	CRM関連、メディア関連等
パーソナルサービス	動画関連等

コマース事業

広告	ディスプレイ広告（「プレミアム広告」）
ビジネスサービス	「ASKUL」、アフィリエイト関連、予約関連、「ヤフオク!」法人向けシステム利用料、決済関連、 銀行業関連、クレジットカード関連等、「Yahoo!不動産」、不動産関連
パーソナルサービス	「LOHACO」、「Yahoo!プレミアム」、「ヤフオク!」個人向けシステム利用料、クレジットカード関連、 ペット用品関連、通信キャリア関連、銀行業関連、電子書籍関連、FX関連等、決済関連
その他	銀行業関連

その他

広告	ディスプレイ広告（「プレミアム広告」）
ビジネスサービス	公金決済関連等
パーソナルサービス	「Yahoo!メール」、「Yahoo!アドレスブック」、公金決済関連等

主な広告商品

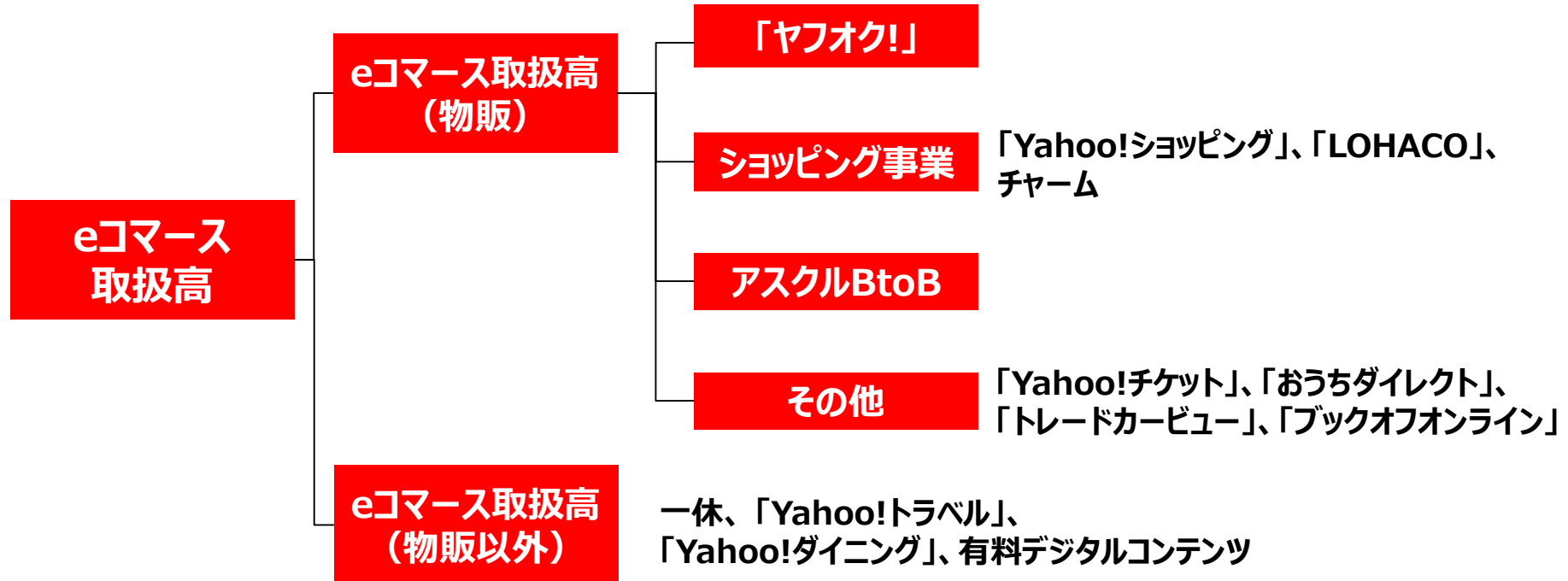
広告商品		主なフォーマット	課金方法	掲載場所	広告主タイプ	
検索連動型 広告	「スポンサードサーチ®」		テキスト	検索結果ページ	大手・中小 企業	
ディスプレイ 広告	YDN等	「Yahoo!ディスプレイ アドネットワーク (YDN)」*1	テキスト バナー	クリック課金 (運用型)*2		
			ビデオ		視聴課金 (運用型)*2	
		「Yahoo!プレミアムDSP」	バナー	インプレッション課金 (運用型)*2	トップページ*1 コンテンツページ*1	大手企業
	「プレミアム広告」	「ブランドパネル」 「プライムディスプレイ」等	リッチ (ビデオ含) バナー	インプレッション課金 (予約型)*3		
		バナー テキスト広告等	テキスト バナー	期間保証型課金等 (予約型)*3	「Yahoo! ショッピング」	
「PRオプション」	コンバージョン課金	「Yahoo! ショッピング」 出店ストア				

*1 タイムライン型のページに配信される「インフィード広告」を含んでいます。

*2 広告出稿を最適化するため自動もしくは手動で即時的に運用しています。

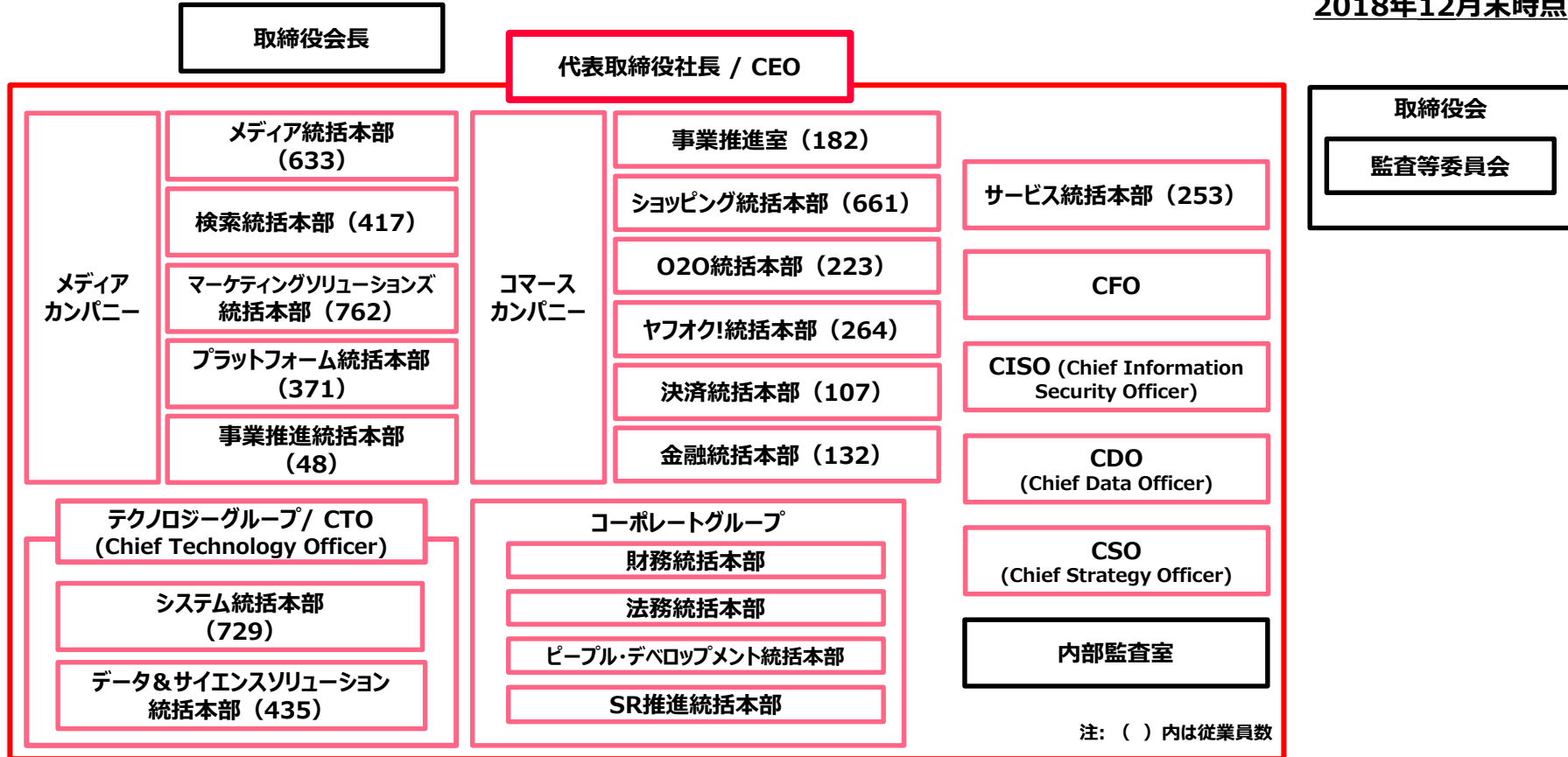
*3 事前に広告枠を指定し掲載を予約するものです。

FY18からのeコマース取扱高の定義



組織図 (単体ベース)

2018年12月末時点



主な連結子会社および持分法適用会社

2018年12月末時点

● 主な連結子会社

アスクール(株)

(株)一休

(株)カービュー

(株)クラシファイド

(株)ジャパンネット銀行

ダイナテック(株)

パスレボ(株)

ワイジェイFX(株)

YJキャピタル(株)

ワイズ・スポーツ(株)

(株)イーブックイニシアティブジャパン

(株)エコ配

(株)GYAO

シナジーマーケティング(株)

Zコーポレーション(株)

(株)ネットラスト

バリューコマース(株)

ワイジェイカード(株)

ワイズ・インシュアランス(株)

● 主な持分法適用会社

アストマックス投信投資顧問(株)

ソニー不動産(株)

PayPay(株)

CRITEO(株)

BuzzFeed Japan(株)

YAHOO!
JAPAN