



ヤフー株式会社

2016年度通期および第4四半期

決算説明会

2017年4月26日

目次

- P. 4 2016年度 通期 連結業績
- P. 13 2016年度 第4四半期 連結業績
- P. 20 サービス利用動向
- P. 26 基幹事業（広告関連／オークション関連／会員サービス）
- P. 35 先行投資事業（ショッピング／クレジットカード）
- P. 44 2017年度以降の取り組み
- P. 98 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うる事項の詳細な記載は「平成29年3月期 決算短信」の「事業等のリスク」をご参照ください。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。

2016年度 通期 連結業績

2016年度 通期 業績ハイライト①



売上高	8,537 億円	前年度比 +30.9%
営業利益	1,920 億円	前年度比 -14.6%
調整後営業利益	2,050 億円 ^{*1}	前年度比 +24.1% ^{*2}
EBITDA	2,300 億円	前年度比 -10.0%
調整後EBITDA	2,431 億円 ^{*1}	前年度比 +24.0% ^{*2}
親会社の所有者に帰属する当期利益	1,365 億円	前年度比 -20.4%
希薄化後 1株当たり当期利益	23.9 円	前年度比 -20.4%
2016年度 期末配当(1株当たり)	8.86 円	前年度と同額

5 *1 2016年度第4四半期に発生したアスクル(株)の物流センター火災による損害額130億円を調整しています。

*2 2015年度第2四半期に発生したアスクル(株)の企業結合に伴う再測定益596億円、2016年度第4四半期に発生したアスクル(株)の物流センター火災による損害額130億円を調整しています。

2016年度 通期 業績ハイライト②

広告関連売上高	2,864 億円	前年度比 +7.3%	スマートフォン経由比率 50.4%
eコマース国内流通総額 ^{*1}	1.85 兆円	前年度比 +23.0%	スマートフォン経由比率 ^{*2} 46.3%
内、アスクル(株)単体におけるBtoB事業 インターネット経由売上高(取扱高)	2,126 億円		
月間アクティブユーザーID数 ^{*3}	3,898 万	前年同月比 +15.0%	
月額有料会員ID数 ^{*4}	1,773 万	前年同月比 +6.0%	

^{*1} ショッピング関連取扱高、オークション関連取扱高、アスクル(株)単体におけるBtoB事業のインターネット経由売上高(取扱高、20日締め)です。
ショッピング関連取扱高には、アスクル(株)におけるLOHACO事業の売上高(取扱高、20日締め)および(株)一休の取扱高を含んでいます。

^{*2} ショッピング関連取扱高とオークション関連取扱高におけるスマートフォン経由の取扱高比率です。

^{*3} 2017年3月中にログインしたYahoo! JAPAN ID数です。

^{*4} 2017年3月末時点の実績です。

Yahoo!プレミアム会員、Yahoo! BB利用者、Yahoo! JAPANおよび提携企業(「Yahoo!ウォレット」を通じた決済分のみ)が提供するデジタルコンテンツ・サービス等の月額有料会員の合計値です。
1IDで複数のサービスを利用した場合は、重複カウントしていません。

広告関連事業

- ・ 検索連動型広告売上高が回復
- ・ YDNインフィード型動画広告を3月より正式導入

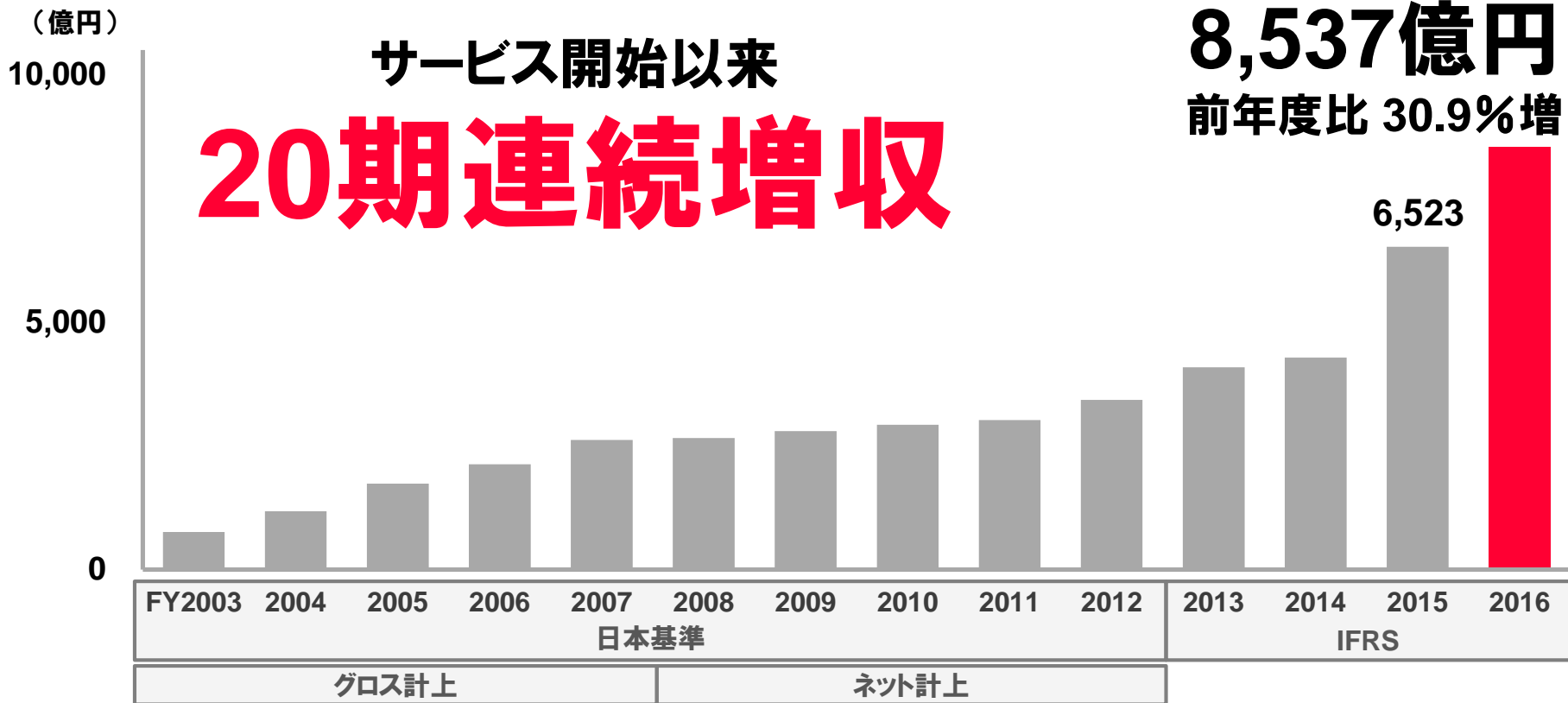
eコマース関連事業

- ・ ショッピング事業の取扱高^(*)が高成長
- ・ ショッピング広告売上高が引き続き大幅増加
- ・ 「ヤフオク!」で「フリマモード」を開始

クレジットカード事業

- ・ クレジットカード会員数と取扱高が引き続き増加

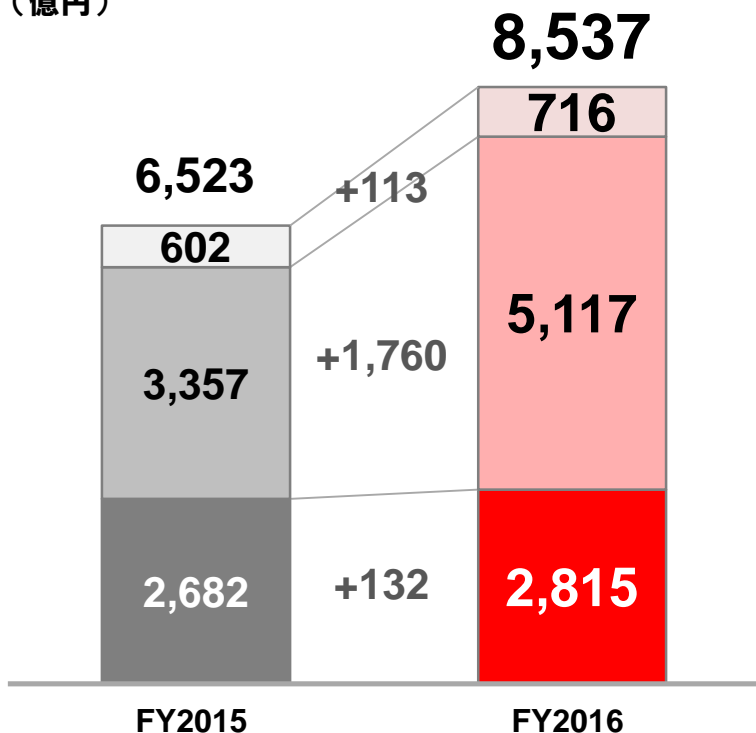
通期 売上高



8 注: 2008年度から2012年度まで、売上原価および販管費の一部の科目を差し引いた売上高のネット表示を行っています。

通期 売上高構成

(億円)



マーケティングソリューション事業

前年度比 4.9%増
広告関連売上高が成長

コンシューマ事業*

前年度比 52.4%増
アスクル(株)の連結(2015年8月~)、ショッピング広告売上高の増加

その他

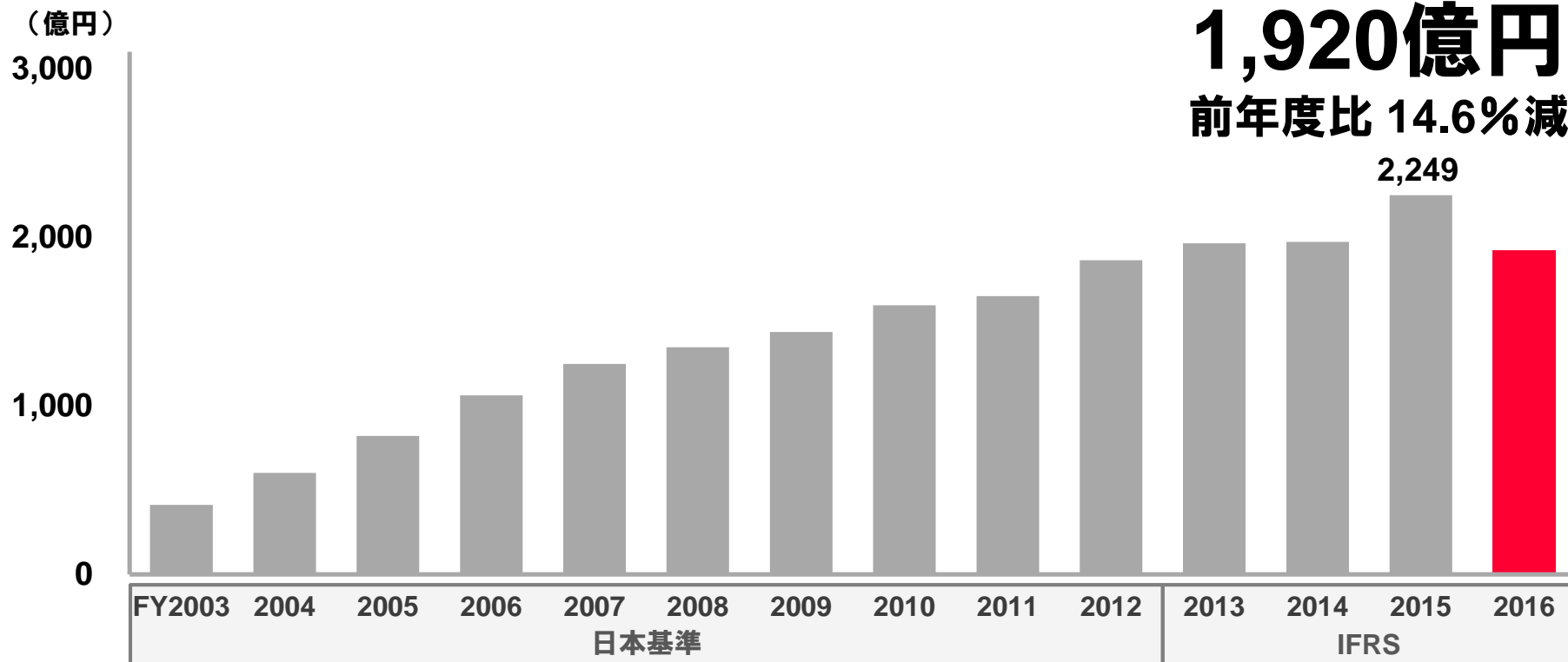
前年度比 18.8%増
決済関連売上高の増加

注1: 調整額を表示していません。

9 注2: 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。

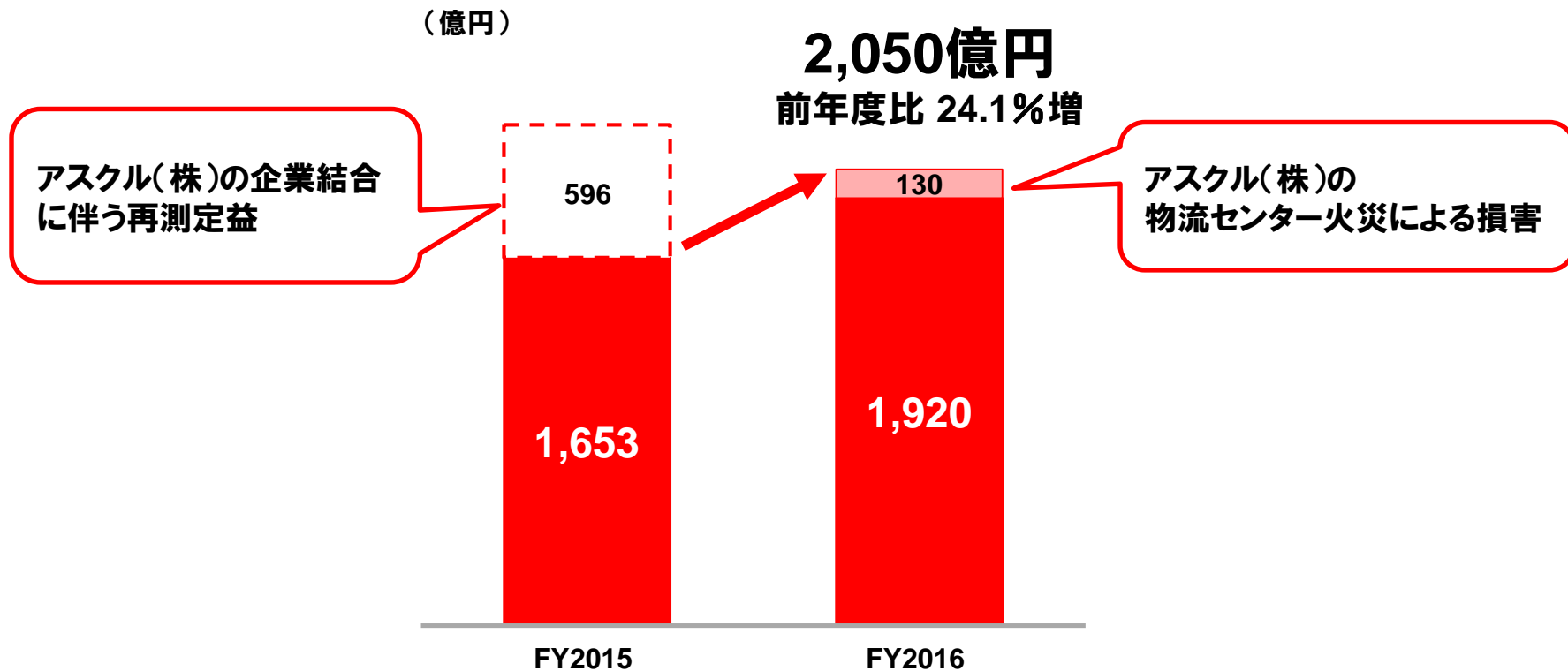
* アスクル(株)の売上高は2015年度が1,890億円、2016年度が3,331億円です。

通期 営業利益



通期 調整後営業利益

(億円)



通期 連結キャッシュフロー

- ・事業を通じて獲得したキャッシュは設備投資と株主還元を活用
- ・カード事業の運転資金を他事業と分離。社債を含めた外部調達を行う

FY2016

現金及び現金同等物
期首残高

4,491

営業活動によるCF

+1,270

- ・ 税引前利益
- ・ 法人税等の納付

投資活動によるCF

-570

- ・ 設備投資

財務活動によるCF

+805

- ・ 借入金、社債の発行

-504

- ・ FY2015分 配当金の支払
(1株当たり期末配当8.86円)

-60

- ・ その他財務活動

現金及び現金同等物
期末残高

5,430

3,000

4,000

5,000

6,000

(億円)

2016年度 第4四半期 連結業績

2016年度 第4四半期 業績ハイライト①



売上高	2,227 億円	前年同四半期比 +7.6%
営業利益	398 億円	前年同四半期比 +33.4%
調整後営業利益*	528 億円	前年同四半期比 +76.8%
EBITDA	500 億円	前年同四半期比 +26.1%
調整後EBITDA*	630 億円	前年同四半期比 +58.8%
親会社の所有者に帰属する四半期利益	317 億円	前年同四半期比 +75.8%
希薄化後 1株当たり四半期利益	5.58 円	前年同四半期比 +75.8%

2016年度 第4四半期 業績ハイライト②

広告関連売上高	786 億円	前年同四半期比 +9.6%	スマートフォン経由比率 53.1%
eコマース国内流通総額 *1	4,864 億円	前年同四半期比 +12.6%	スマートフォン経由比率 *2 51.4%
内、アスクル(株)単体におけるBtoB事業 インターネット経由売上高(取扱高)	523 億円		

*1 ショッピング関連取扱高、オークション関連取扱高、アスクル(株)単体におけるBtoB事業のインターネット経由売上高(取扱高、20日締め)です。

ショッピング関連取扱高には、アスクル(株)におけるLOHACO事業の売上高(取扱高、20日締め)および(株)一休の取扱高を含んでいます。

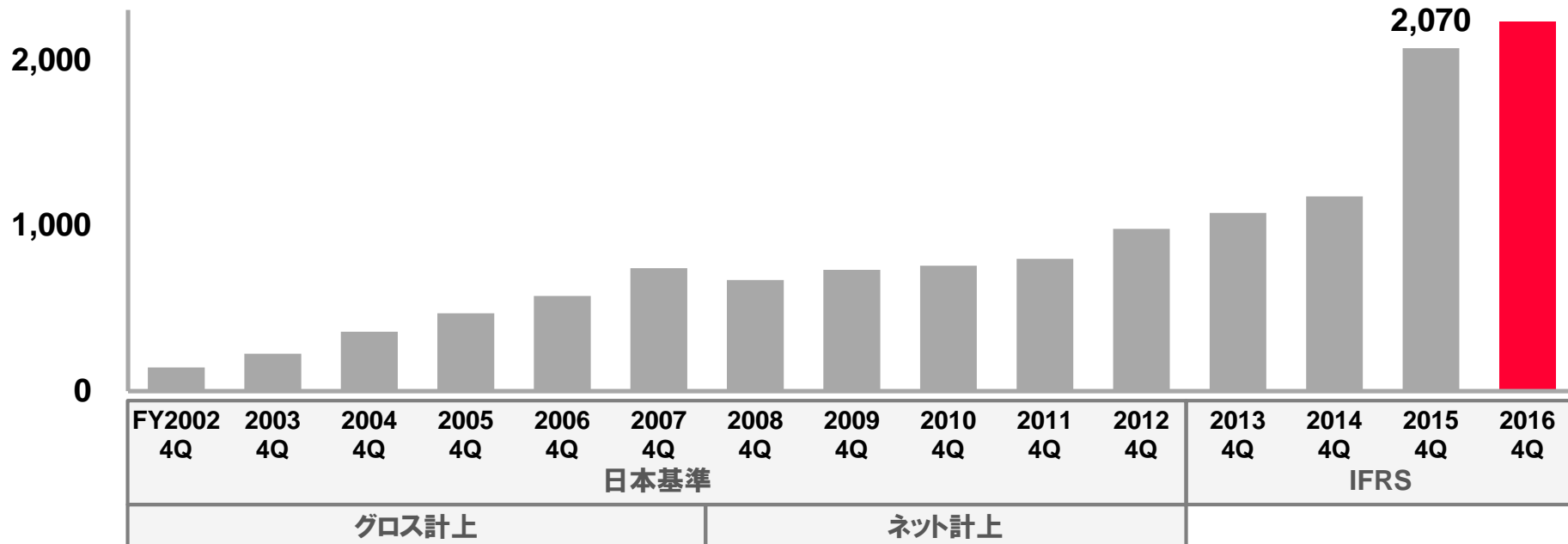
*2 ショッピング関連取扱高とオークション関連取扱高におけるスマートフォン経由の取扱高比率です。

四半期 売上高

(億円)

2,227億円

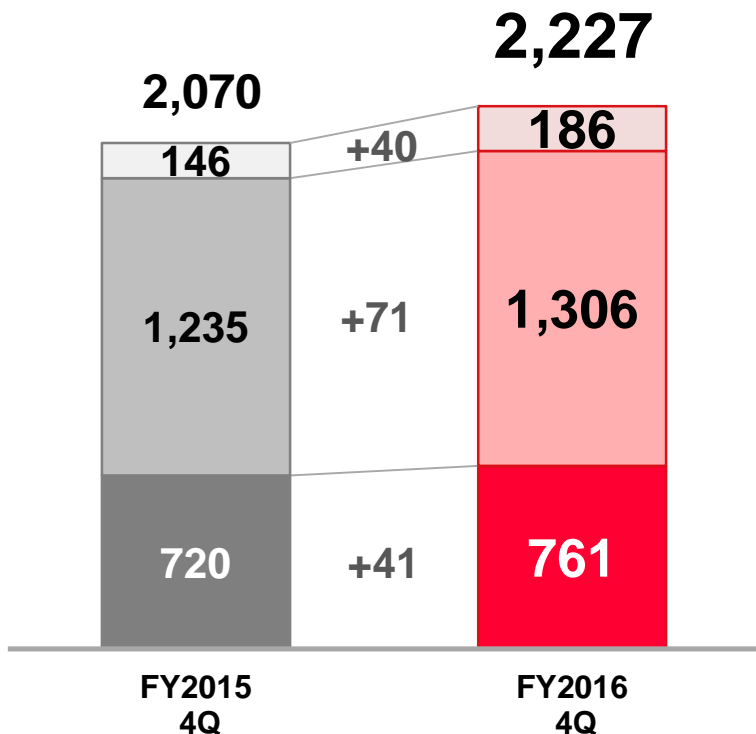
前年同四半期比 7.6%増



16 注: 2008年度から2012年度まで、売上原価および販管費の一部の科目を差し引いた売上高のネット表示を行っています。

四半期 売上高構成

(億円)



マーケティングソリューション事業

前年同四半期比 5.8%増
広告関連売上高が増加

コンシューマ事業*

前年同四半期比 5.8%増
子会社売上高、ショッピング広告売上高の増加

その他

前年同四半期比 27.7%増
決済関連売上高の増加

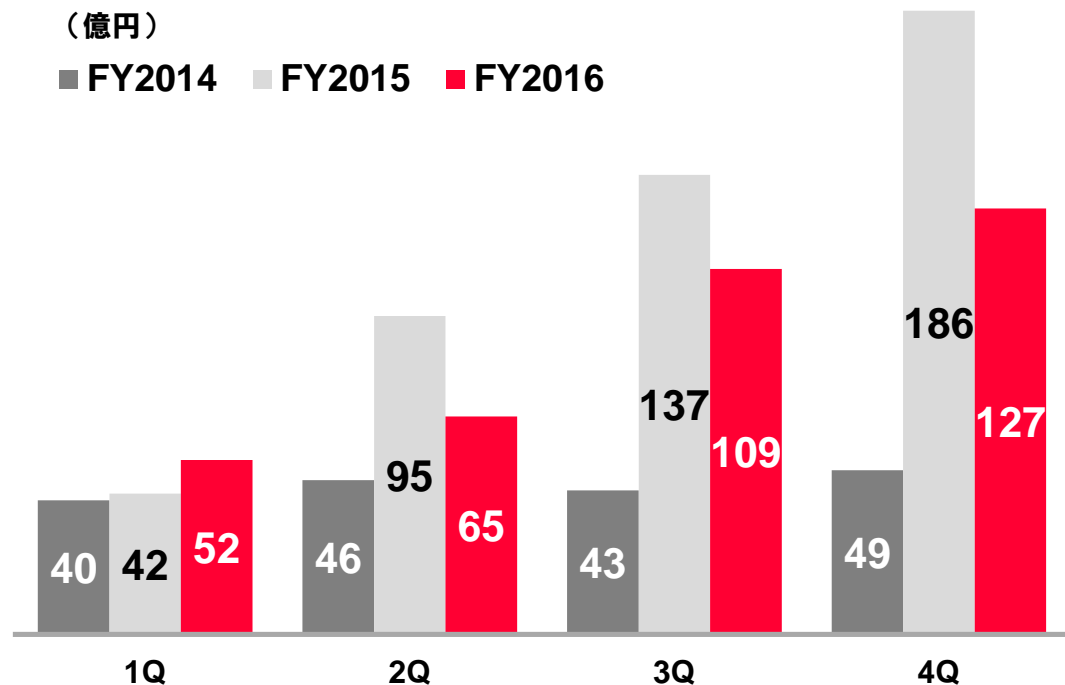
注1: 調整額を表示していません。

注2: 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。

* アスクル(株)の売上高は2015年度第4四半期が843億円、2016年度第4四半期が849億円です。

販売促進活動

効率化により、前年同四半期を下回る規模に



2016年度第4四半期^(*)内訳

ショッピング	約5割
「ヤフオク!」・会員サービス	約3割
決済金融事業	約1割
動画サービス等 ^(*)	約1割

18 *1 販売促進費、広告宣伝費の合計額です。アスクル(株)と(株)一休の連結に伴う影響額を含んでいません。

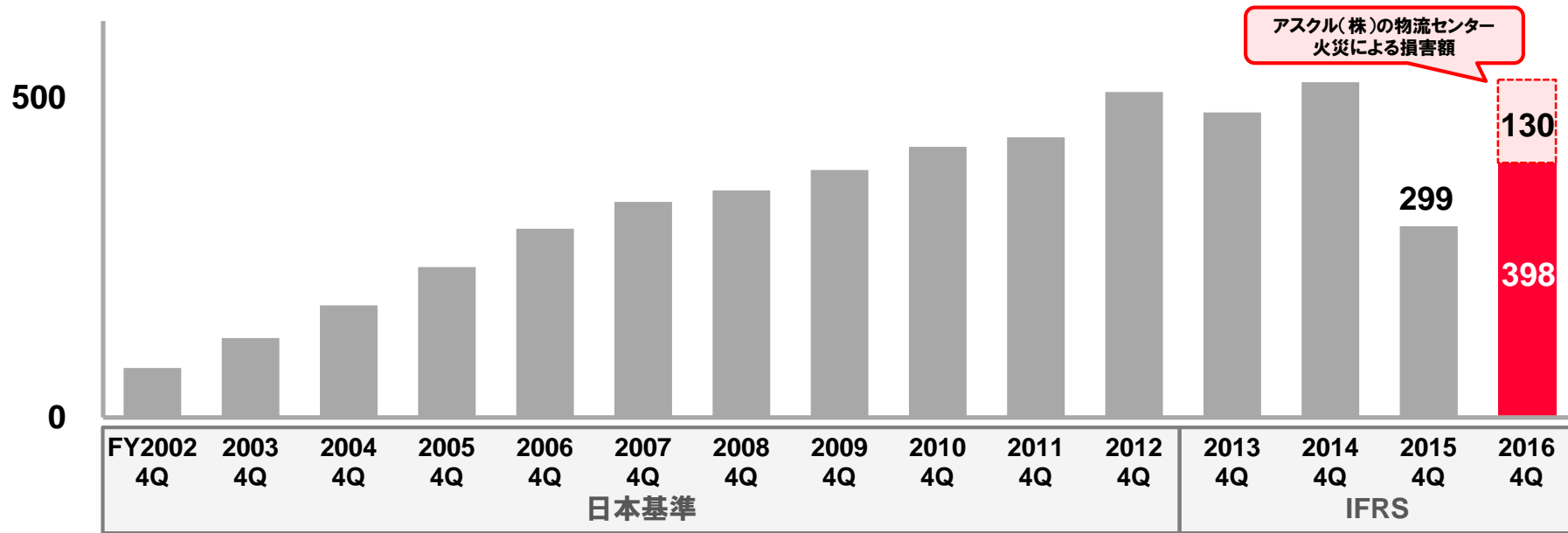
*2 動画サービスおよびその他メディアサービス等の費用を含んでいます。

四半期 調整後営業利益

(億円)

528億円

前年同四半期比 76.8%増

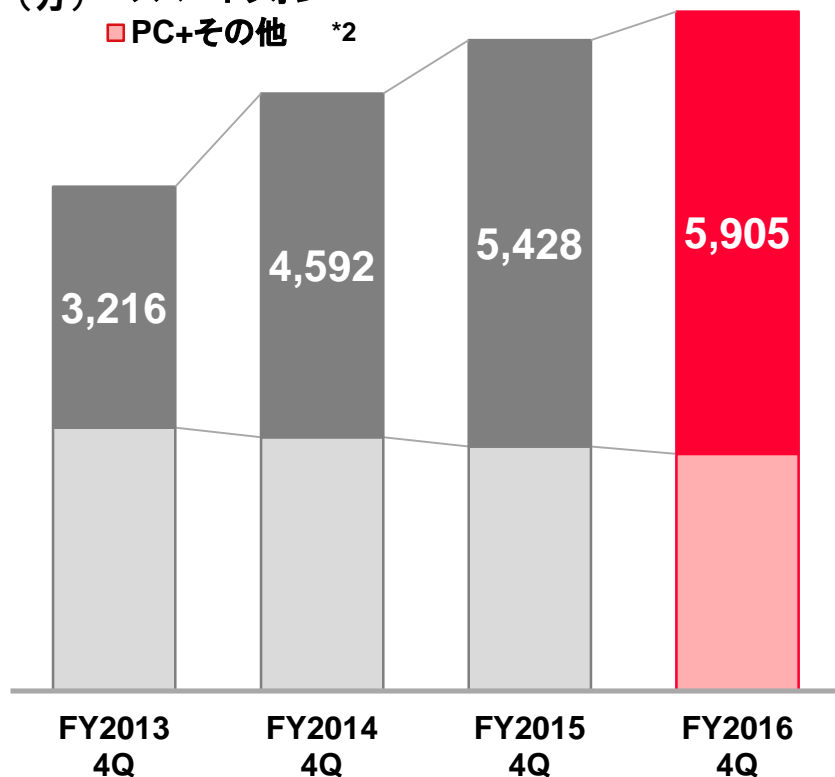


19 注: 2016年度第4四半期に発生したアスクル(株)の物流センター火災による損害額130億円を調整しています。

サービス利用動向

Daily UB(デイリーユニークブラウザー)数

(万) ■スマートフォン*1
■PC+その他*2



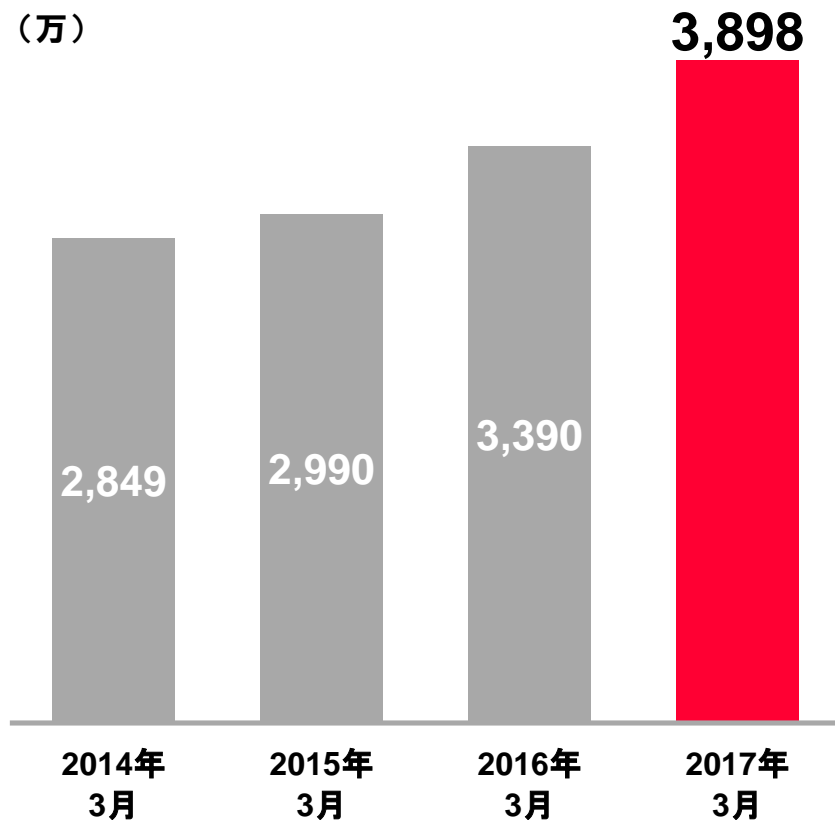
スマートフォン経由
65.1%

21 *1 アプリ、ブラウザーからの閲覧を含んだ四半期平均です。アプリ、ブラウザーの両方から閲覧した場合は、重複カウントしています。

*2 PC、タブレット、フィーチャーフォンからの閲覧を含んだ四半期平均です。

月間アクティブユーザーID数

(万)

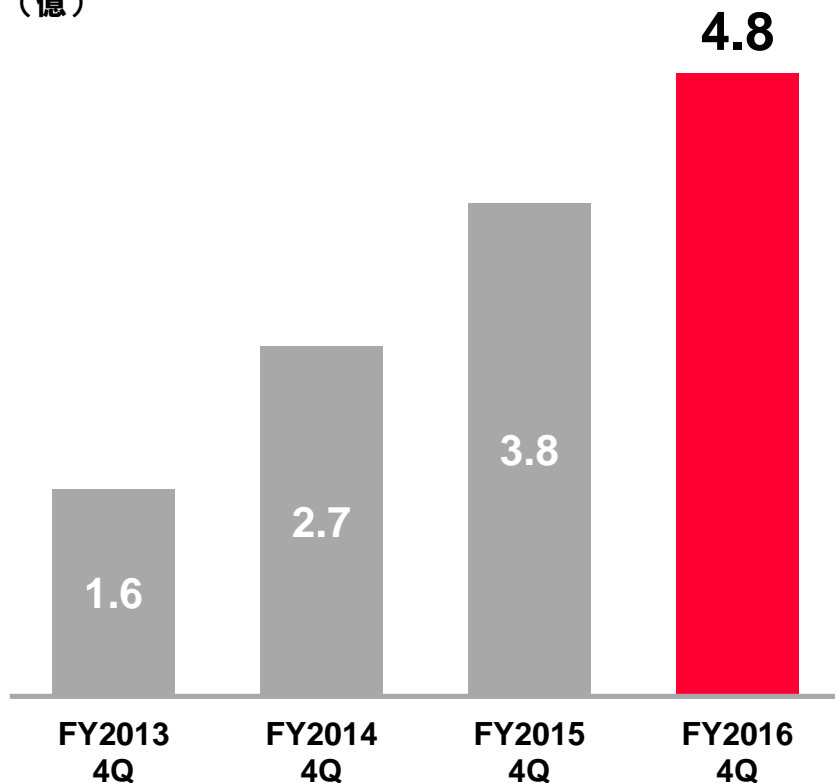


前年同月比

15.0%増

スマートフォン アプリ累計ダウンロード数*

(億)



更に拡大

1. Yahoo! JAPAN

2. LINE

3. Apple

4. Google

5. CyberAgent

2016年 日本トップパブリッシャー
総合ダウンロード ランキング*

No.1

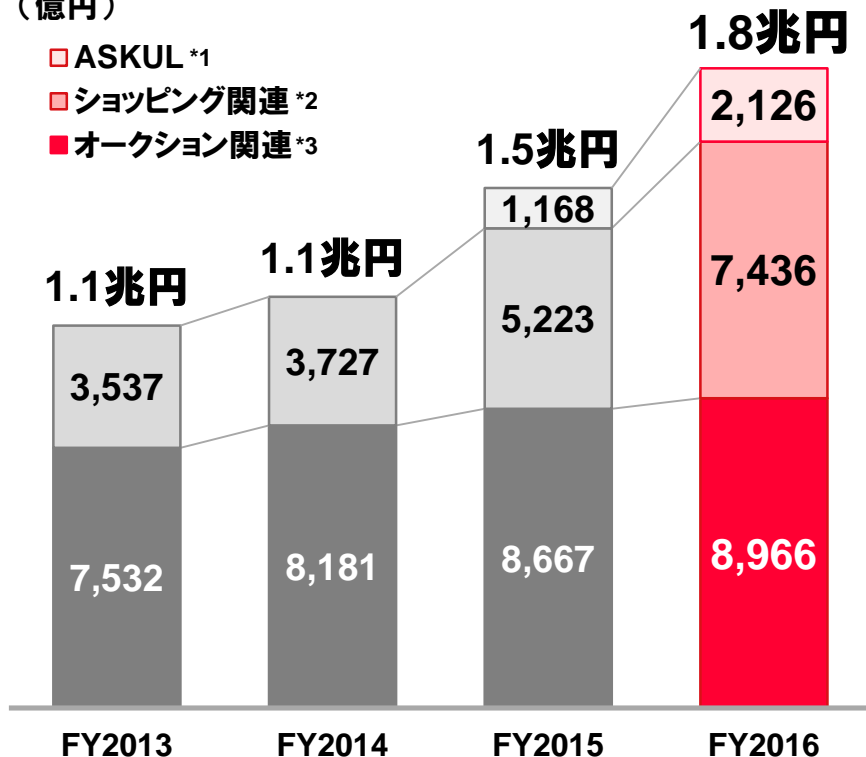
eコマース国内流通総額

(億円)

□ ASKUL *1

■ ショッピング関連 *2

■ オークション関連 *3



過去最高

*1 アスクル(株)単体におけるBtoB事業インターネット経由売上高(取扱高、20日締め)です。2015年度は、7ヶ月相当です。

*2 「Yahoo!ショッピング」、「Yahoo!トラベル」、有料デジタルコンテンツ、「LOHACO」、「Yahoo!予約 飲食店」、2015年度以降(2015年度は、2ヶ月相当)の(株)一休の取扱高等を含んでいます。過去分も遡及修正しています。

*3 「ヤフオク!」、「トレードカービュー」(<http://www.tradecarview.com/>)、「ブックオフオンライン」(<http://www.bookoffonline.co.jp/>)、2015年度以降の「Yahoo!チケット」の取扱高を含んでいます。過去分も遡及修正しています。

基幹事業

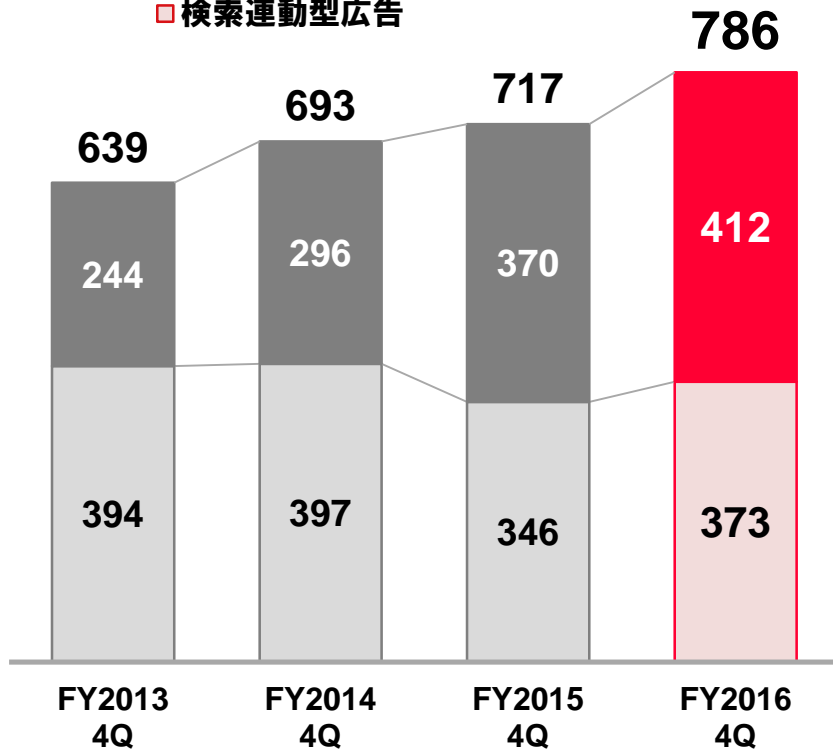
広告関連事業

オークション関連事業

会員サービス事業

広告関連売上高

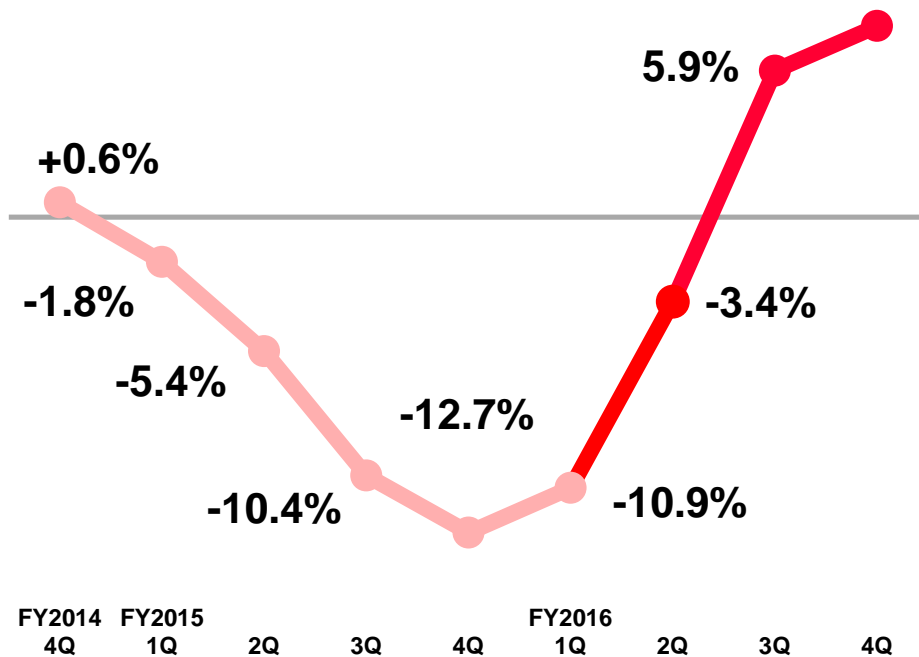
(億円) ■ ディスプレイ広告
□ 検索連動型広告



前年同四半期比
9.6%増

検索連動型広告売上高 -前年同四半期比 成長率

+7.7%

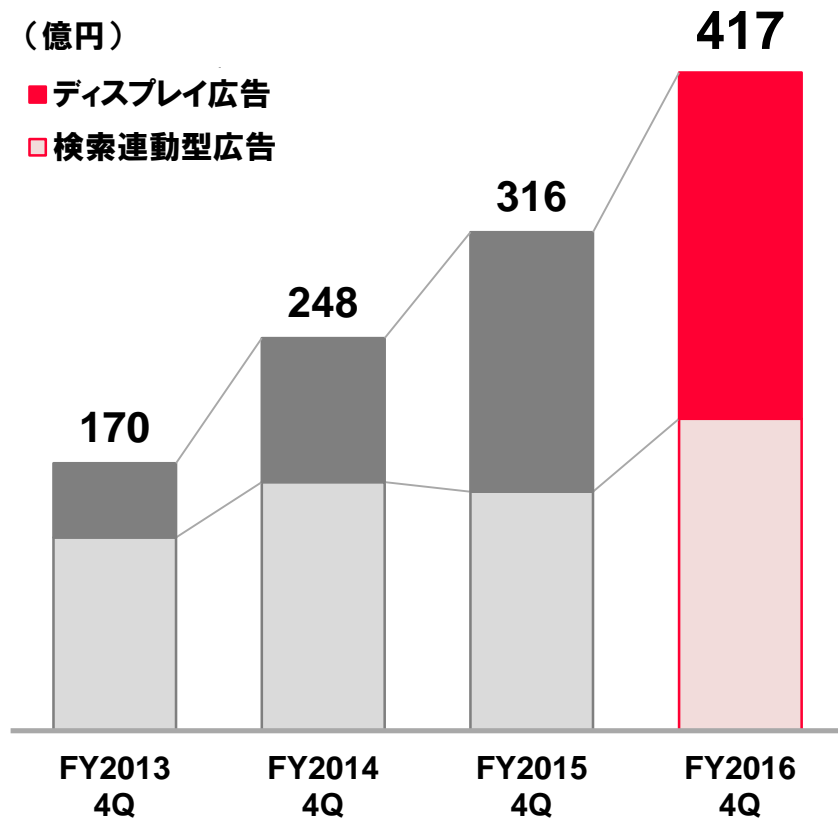


継続的な機能改善
広告出稿主の需要増

スマートフォン広告売上高

(億円)

- ディスプレイ広告
- 検索連動型広告



前年同四半期比
32.0%増



インフィード型動画広告導入 3月15日より**正式販売開始**

- YDN(Yahoo!ディスプレイアドネットワーク)で配信
- 「Yahoo! JAPAN」アプリに掲載
- 視聴課金型を採用

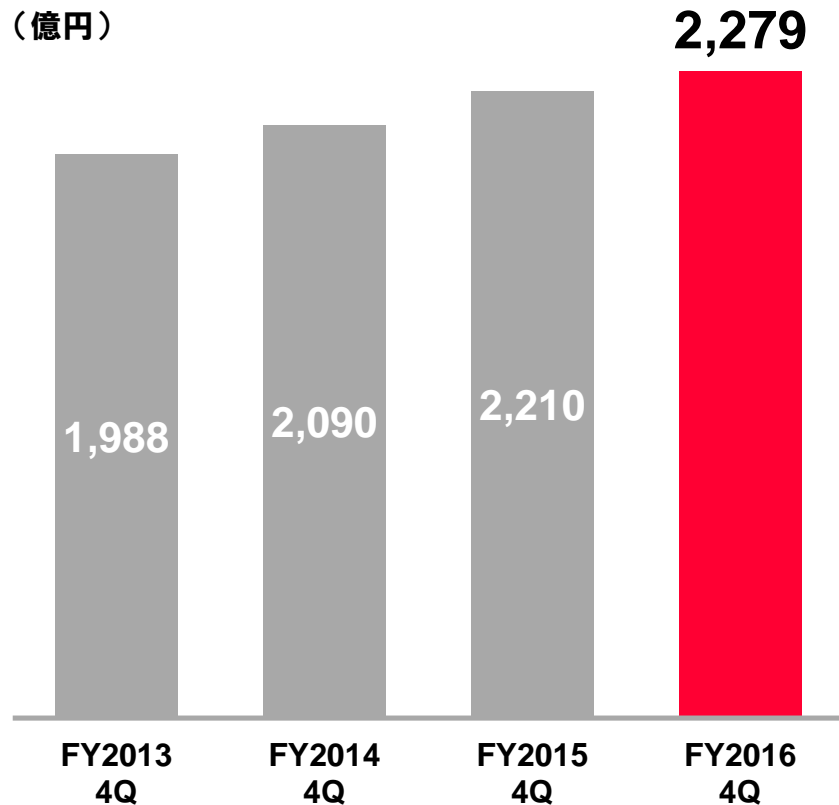
基幹事業

広告関連事業

オークション関連事業

会員サービス事業

オークション関連取扱高*



堅調に推移

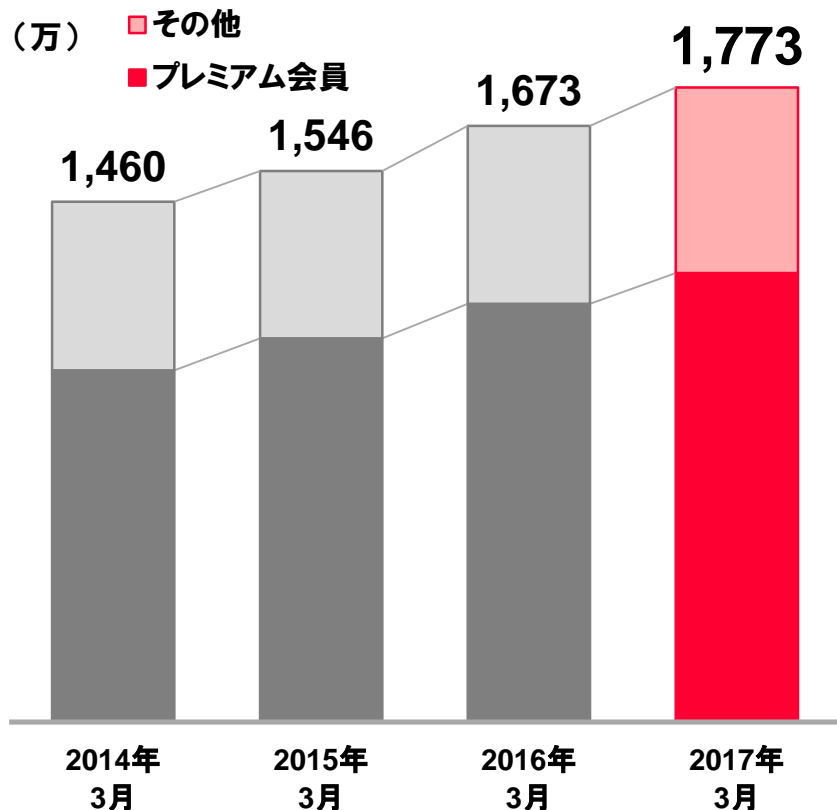
基幹事業

広告関連事業

オークション関連事業

会員サービス事業

月額有料会員ID数



「Yahoo!プレミアム」会員
前年同月比

6.0%増

注: 月末時点の実績です。

「Yahoo!プレミアム」会員、「Yahoo! BB」利用者、Yahoo! JAPANおよび提携企業(「Yahoo!ウォレット」を通じた決済のみ)が提供するデジタルコンテンツ・サービス等の月額有料会員の合計値です。1IDで複数のサービスを利用した場合は、重複カウントしています。

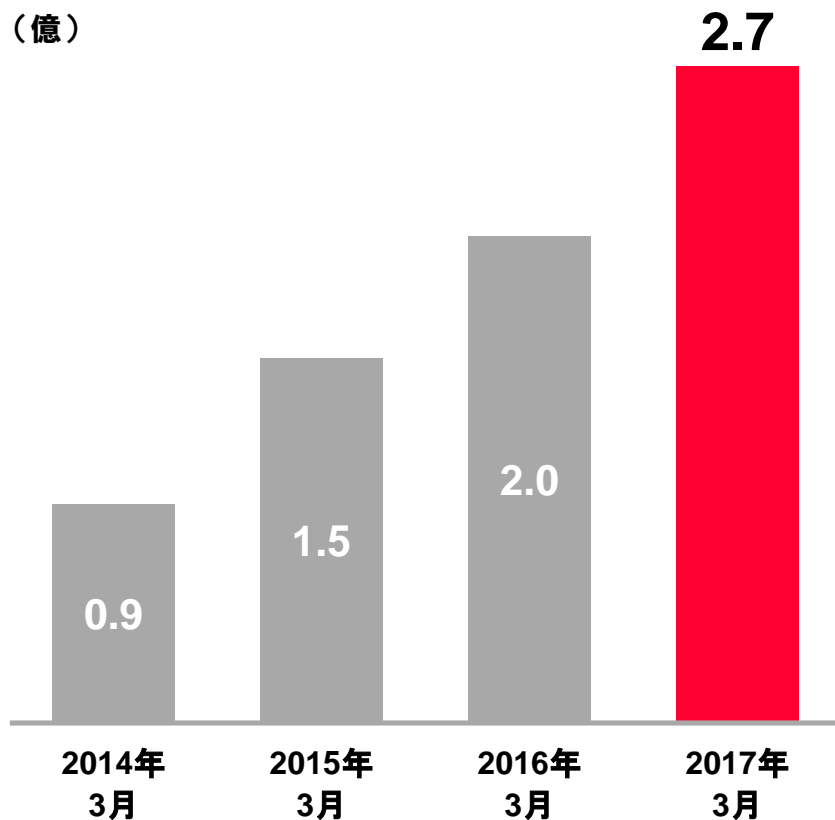
先行投資事業

ショッピング事業

クレジットカード事業

ショッピング商品数

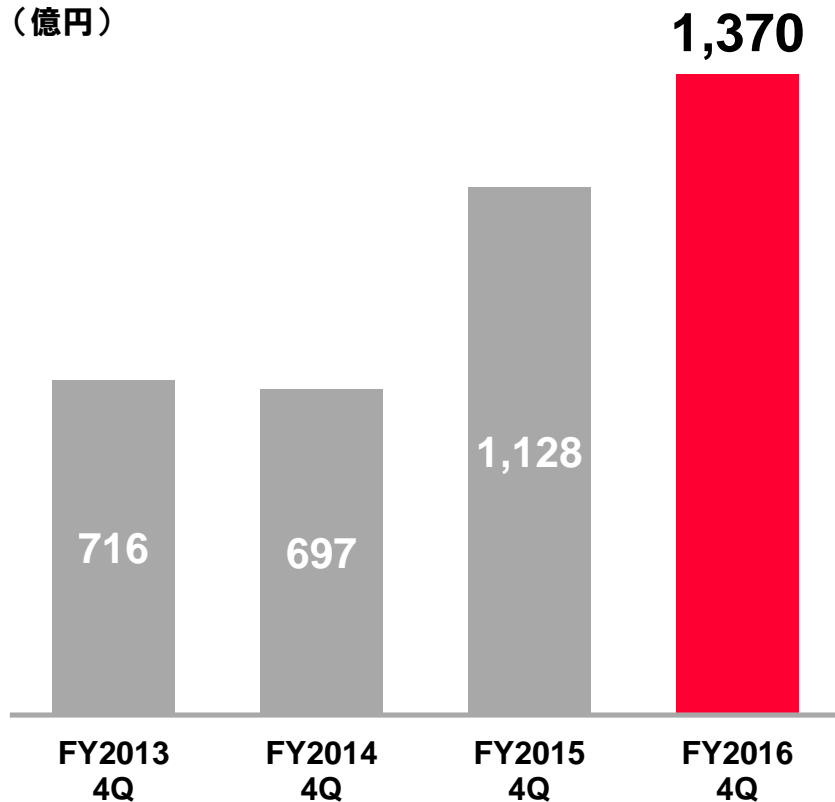
(億)



国内最多*

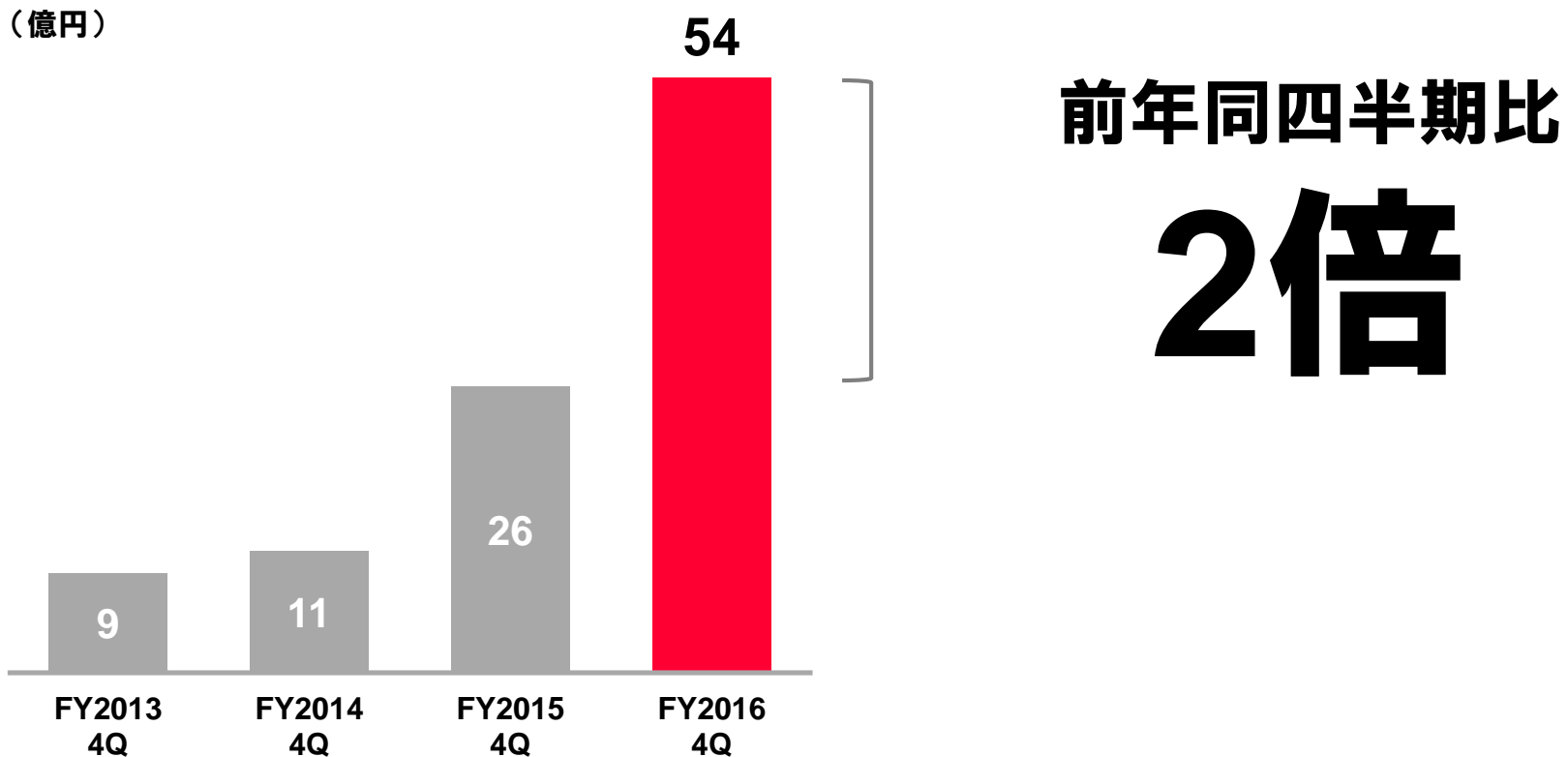
ショッピング事業取扱高

(億円)



前年同四半期比
21.4%増

ショッピング広告売上高



注: ヤフー(株)単体におけるショッピング広告売上高、バリューコマース(株)が「Yahoo!ショッピング」出店ストアに販売している「Yahoo!ショッピング」の広告商品「ストアマッチ」等の売上高、「Yahoo!ショッピング」出店ストアが掲載している検索連動型広告、YDN等の売上高の合計値です。
「Yahoo!ショッピング」出店ストアが掲載している検索連動型広告、YDN等の売上高はマーケティングソリューション事業セグメントの広告売上高に計上しています。

先行投資事業

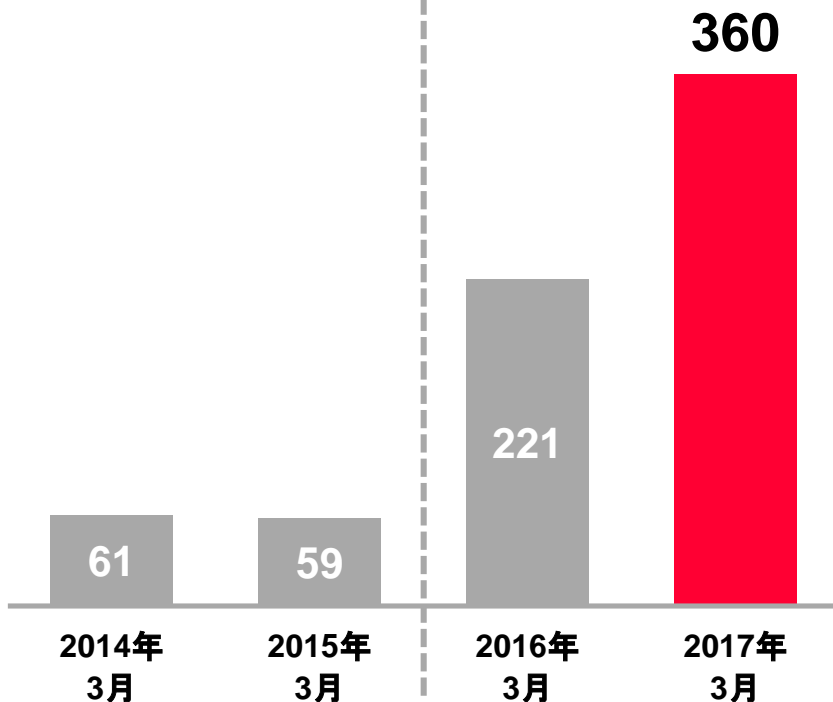
ショッピング事業

クレジットカード事業

クレジットカード有効会員数

(万)

「Yahoo! JAPANカード」発行開始

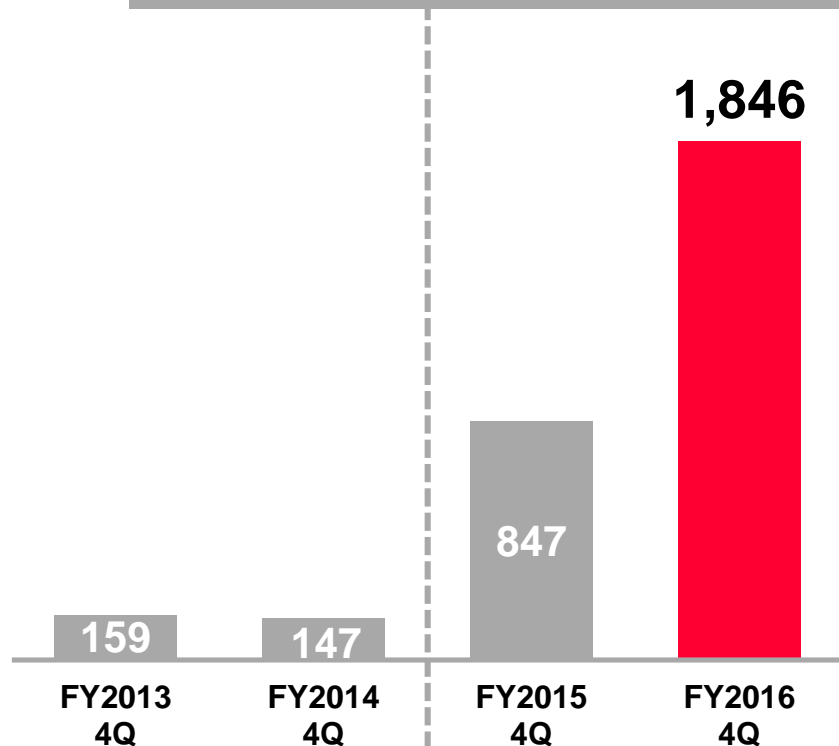


前年同月比

1.6倍

クレジットカード取扱高

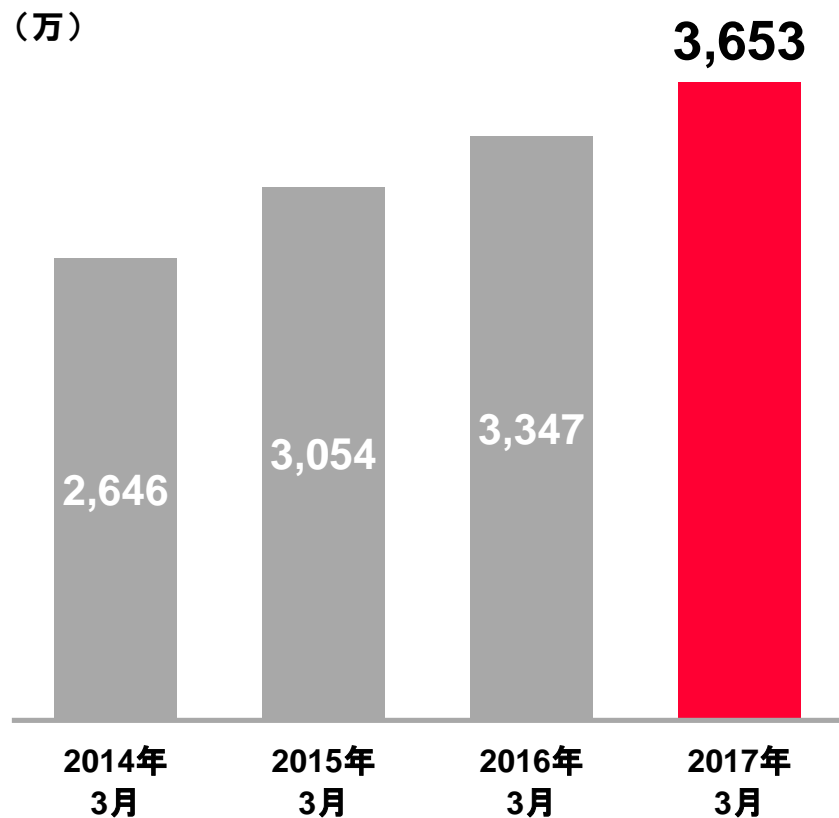
(億円) 「Yahoo! JAPANカード」発行開始



前年同四半期比

2.2倍

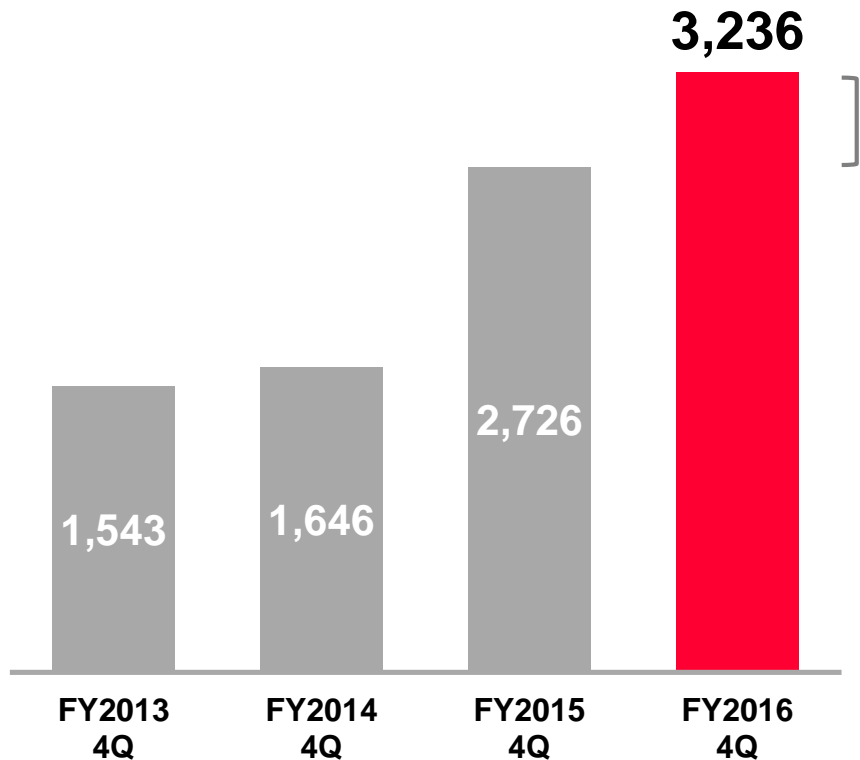
「Yahoo!ウォレット」口座数



過去最高

「Yahoo!ウォレット」取扱高

(億円)

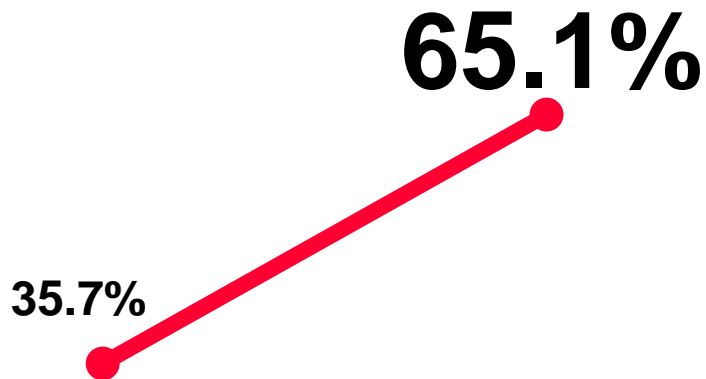


前年同四半期比
18.7%増

2017年度以降の取り組み

2012年 PCインターネット大陸から
スマートフォンインターネット大陸へ

デイリーユニークブラウザ数（スマートフォン比率）

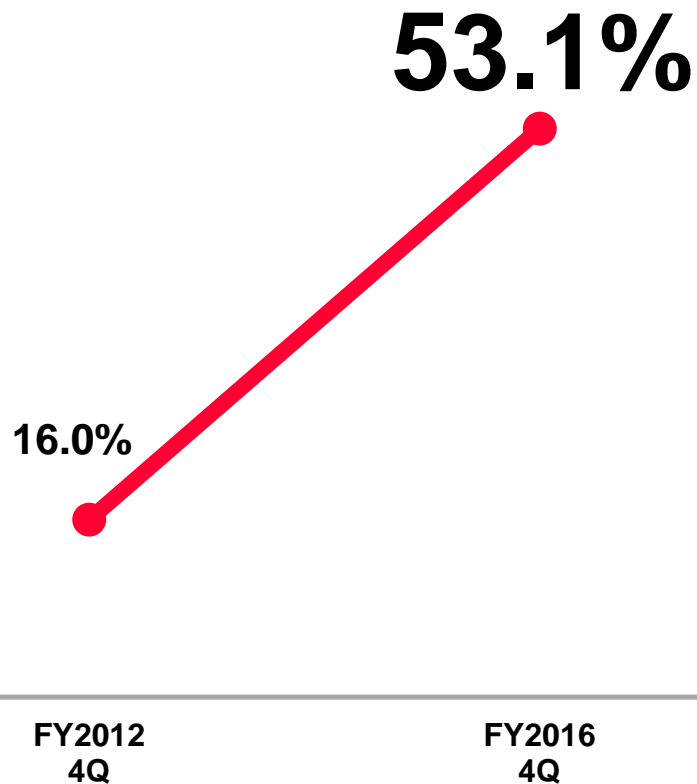


スマートフォン比率が
更に拡大

FY2012
4Q

FY2016
4Q

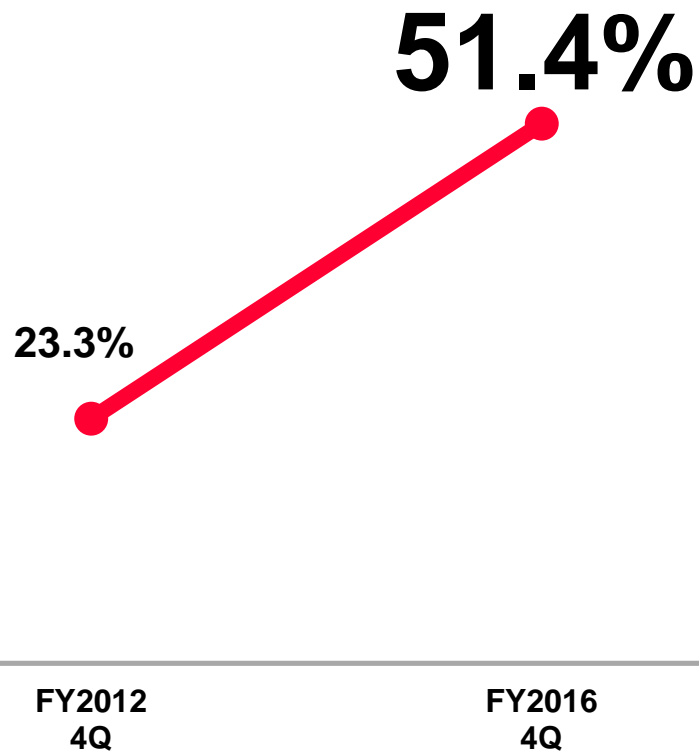
広告売上高（スマートフォン比率）



スマートフォン経由が
過半を超えた

eコマース国内流通総額^{*1}（スマートフォン比率^{*2}）

YAHOO!
JAPAN



スマートフォン経由が
過半を超えた

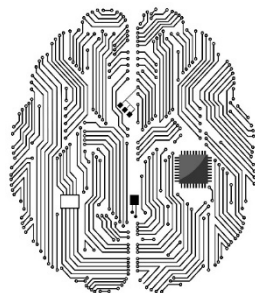
新たな挑戦

マルチビッグデータの山に登る

マルチビッグデータ ドリブンカンパニーへ



データ蓄積



データ活用

インターネットは「枠」から「人」へ

パーソナライズの精度がサービスの優劣を決める時代へ

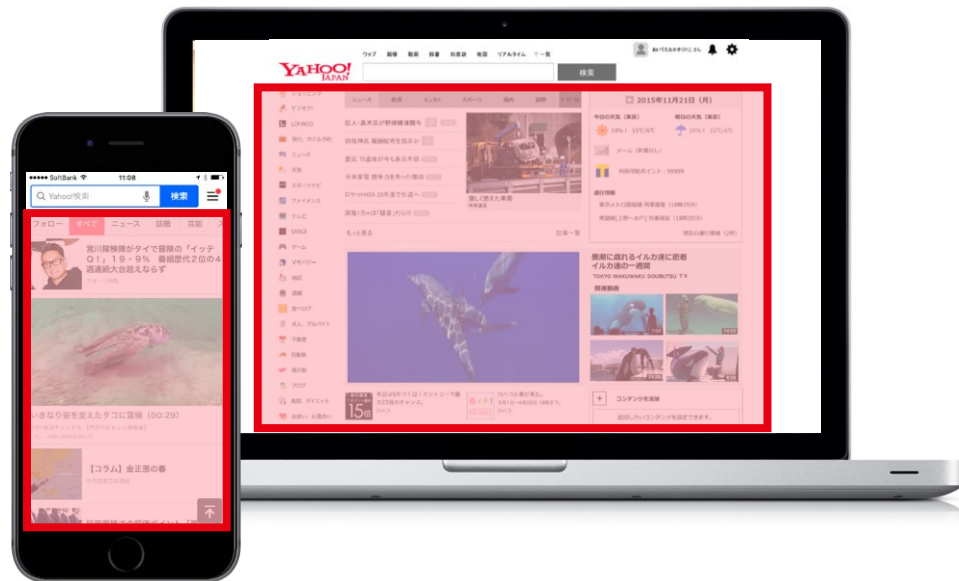
これまで

パーソナライズ領域が **数%**



これから

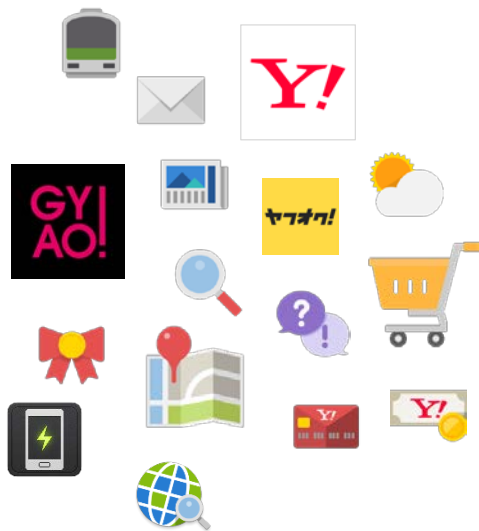
パーソナライズ領域が **ほぼ全て**



強みは幅広いサービスと日本最大級の利用者数

100を超える

サービス



「Yahoo! JAPAN ID」
月間アクティブユーザー数^{*1}

約4,000万

Yahoo! JAPAN

月間利用者数

約6,000万人^{*2}

デイリーユニークブラウザ数

約9,000万^{*3}



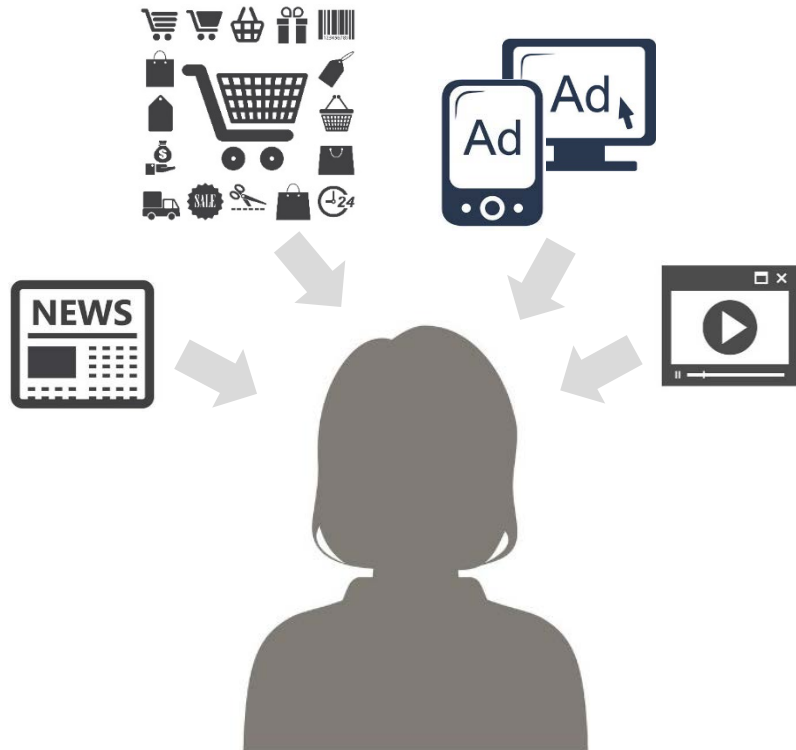
*1 2017年3月中にログインしたYahoo! JAPAN ID数です。

*2 ヤフー(株)調べ(2016年11月)

*3 2016年度第4四半期中にYahoo! JAPANサービスを開覧するために利用されたブラウザ数です。スマートフォンにおいてブラウザとアプリの両方から閲覧した場合は重複カウントしています。

マルチビッグデータ活用による更なる収益向上へ

利用者をより深く理解することで適切なコンテンツを配信



メディアのビュースルー率
広告のクリック率
eコマースのコンバージョン率
向上へ

データドリブン化を 加速するために必要なこと

マルチビッグデータの拡充

メディア、eコマース、決済金融の各事業でNo.1へ

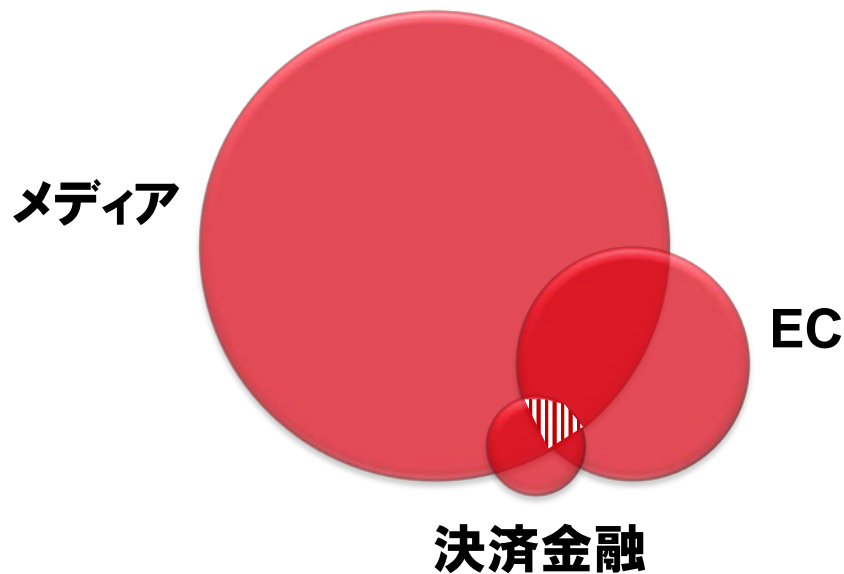
データサイエンスの強化

データによる成長のエコシステムの実現へ

現在はマルチビッグデータの「質」と「量」にばらつき

YAHOO!
JAPAN

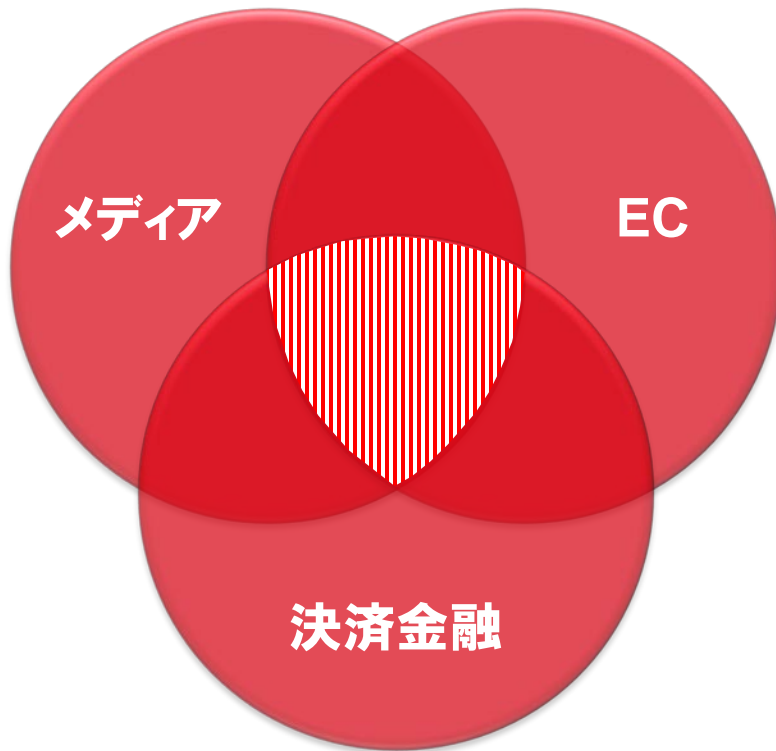
各サービスの利用者数に差がある



※イメージ図

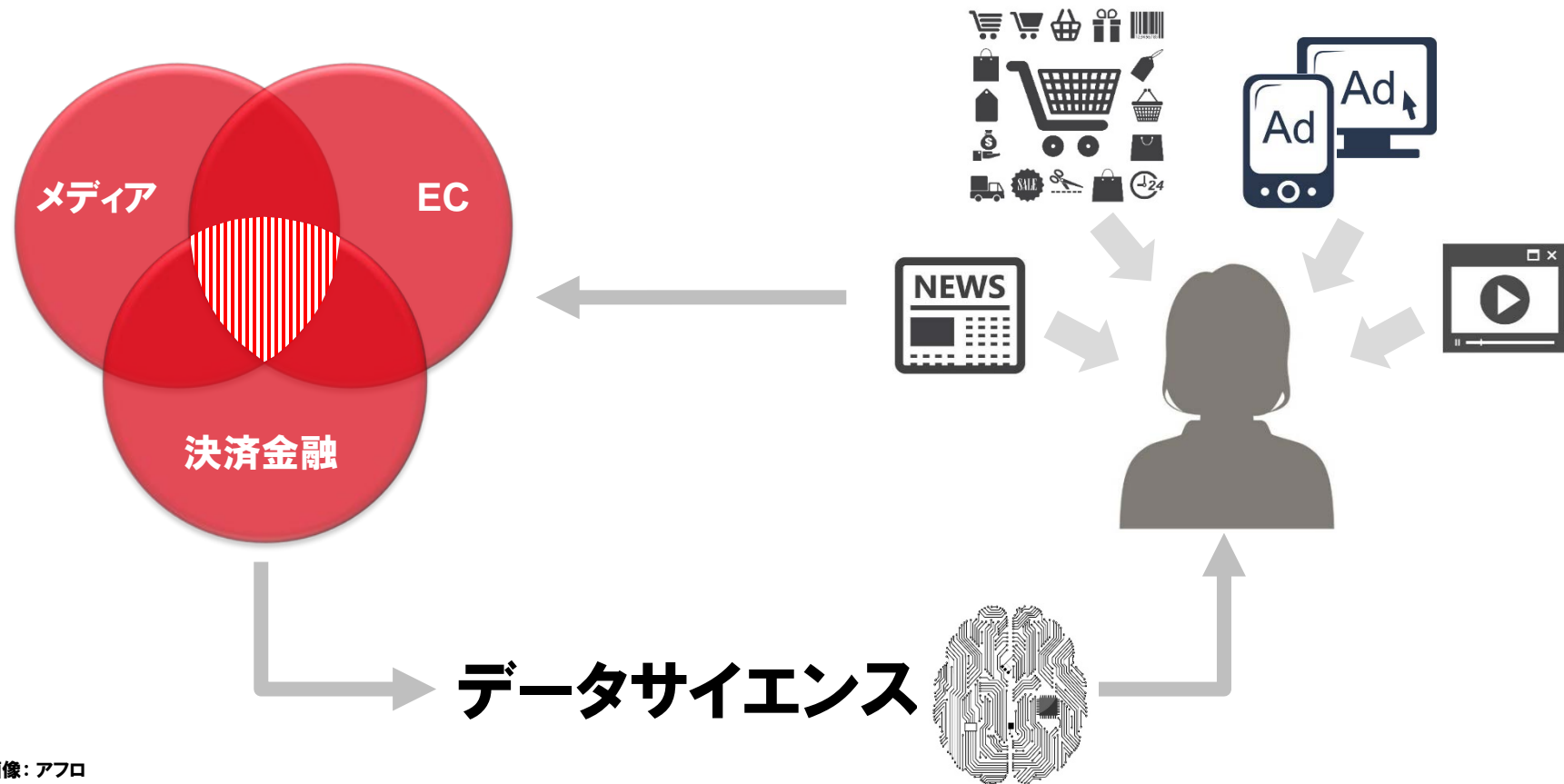
マルチビッグデータの「質」と「量」をバランスよく改善へ

サービス利用者の「重なり」を大きくする



※イメージ図

データによる成長のエコシステムの実現へ



2017年度の方針

3つの取り組み

eコマース取扱高最大化

リッチメディア化

データドリブン化

eコマース取扱高最大化

リッチメディア化

データドリブン化

これまでの実績（eコマース）

2013年10月、新たな「Yahoo!ショッピング」ビジネスモデルを発表

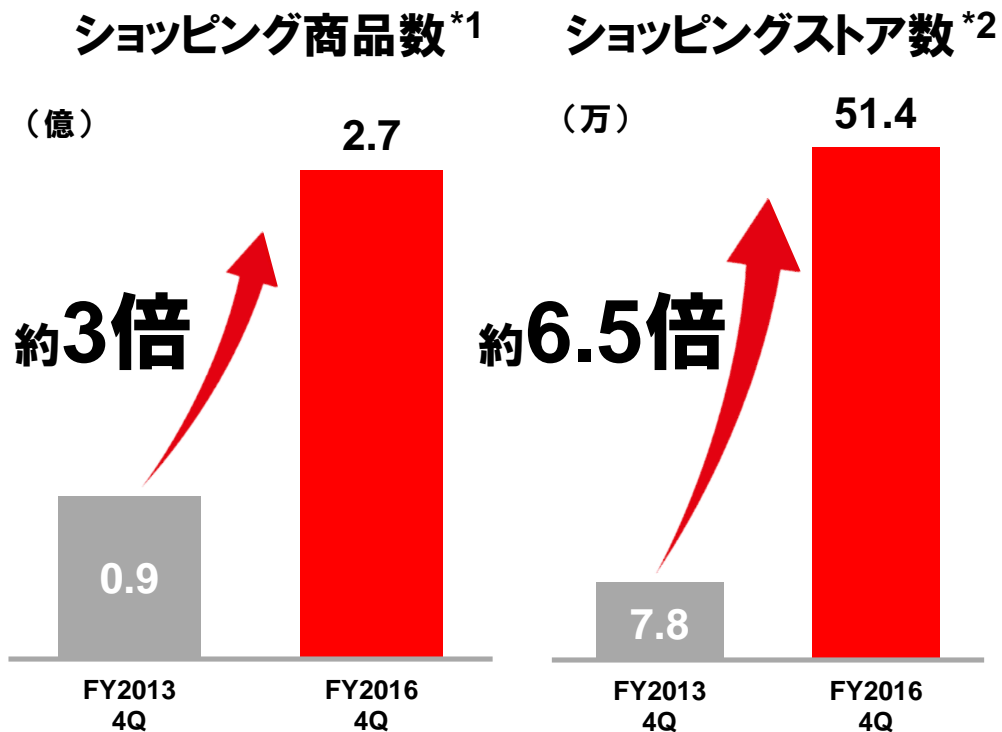
毎月の出店料

無料

売上ロイヤルティ
（システム利用料）

無料

これまでの実績（eコマース）



国内最多*3

*1 四半期末時点の実績です。「Yahoo!ショッピング」の商品数です。

*2 四半期末時点の実績です。「Yahoo!ショッピング」のストア数です。ストア数はアカウント発行ベースの数値であり、審査完了後、開店準備中の店舗を含んでいます。

*3 ヤフー(株)調べ

これまでの実績（eコマース）

ショッピング事業取扱高*1

ショッピング広告売上高*2

（億円）

1,370

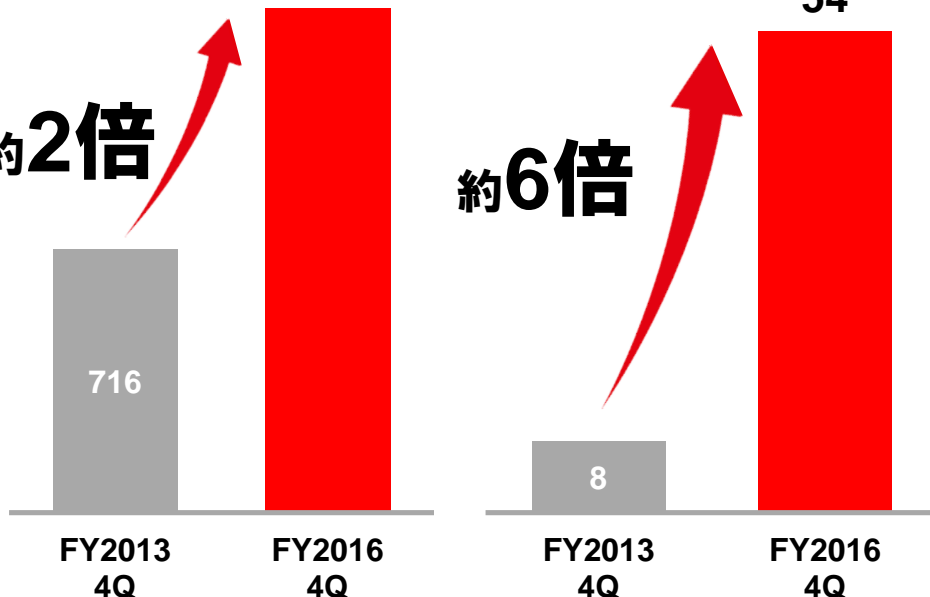
（億円）

54

約2倍

約6倍

過去最高を
更新中



*1 「Yahoo!ショッピング」、「LOHACO」の取扱高です。「LOHACO」は、アスクル(株)におけるLOHACO事業の売上高(取扱高、20日締め)です。

*2 ヤフー(株)単体におけるショッピング広告売上高、バリューコマース(株)が「Yahoo!ショッピング」出店ストアに販売している「Yahoo!ショッピング」の広告商品「ストアマッチ」等の売上高、「Yahoo!ショッピング」出店ストアが掲載している検索連動型広告、YDN等の売上高の合計値です。
「Yahoo!ショッピング」出店ストアが掲載している検索連動型広告、YDN等の売上高はマーケティングソリューション事業セグメントの広告売上高に計上しています。

eコマース戦略1.0「売り手」爆増

eコマース戦略1.0「**売り手**」爆増

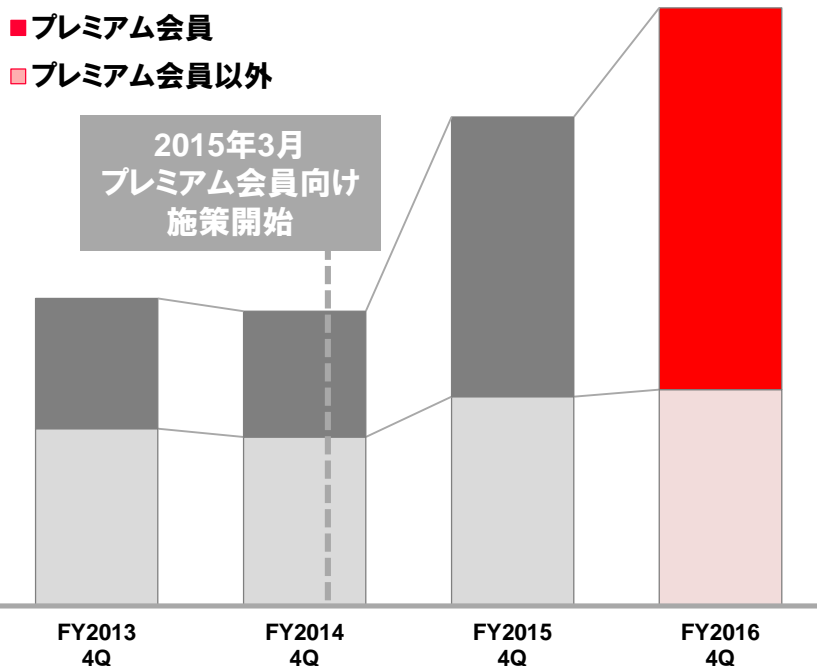


eコマース戦略2.0「**買い手**」爆増

これまでの「Yahoo!プレミアム」会員向けの施策は成功

特定顧客セグメントに特化した施策の効果に手応え

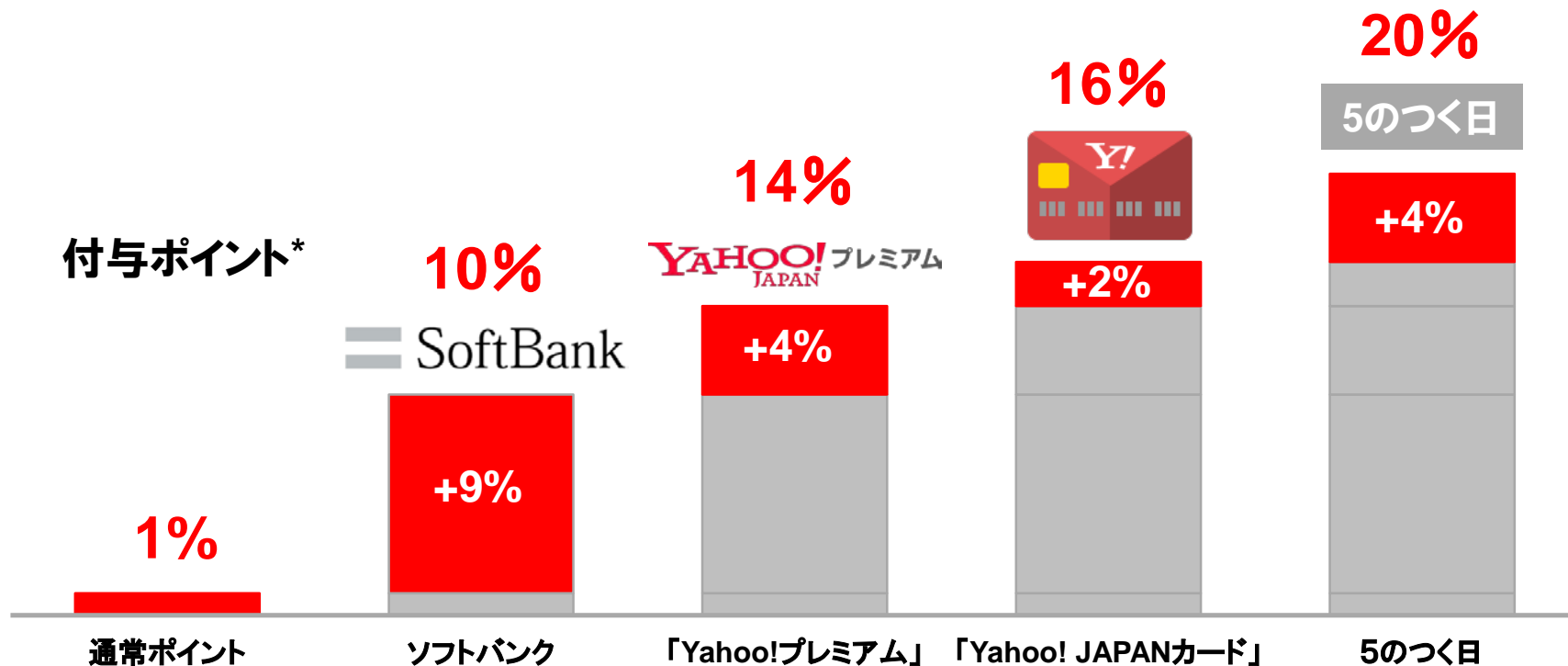
「Yahoo!ショッピング」取扱高



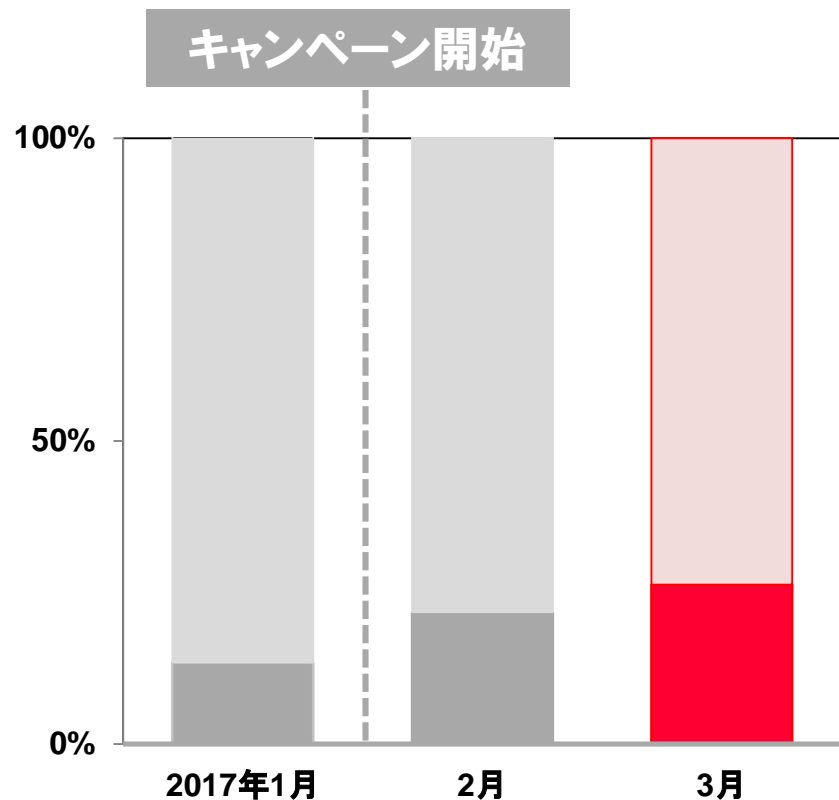
「Yahoo!プレミアム」会員
による取扱高比率

64%

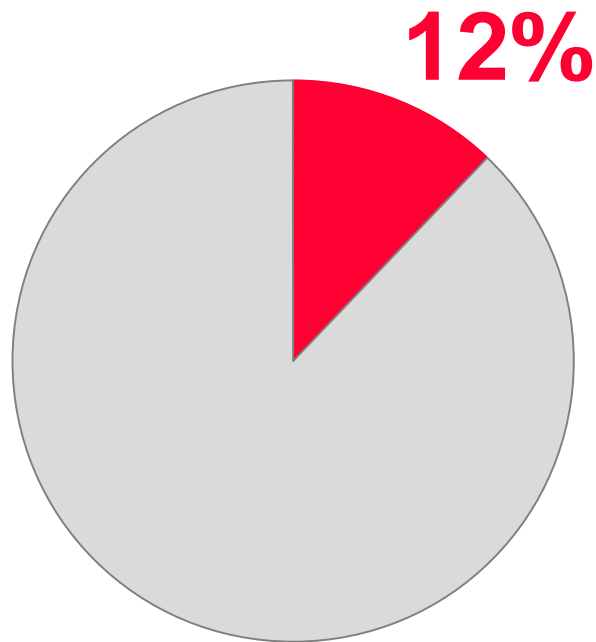
会員基盤を活用したショッピング事業への送客



ソフトバンク会員の「Yahoo!ショッピング」利用状況



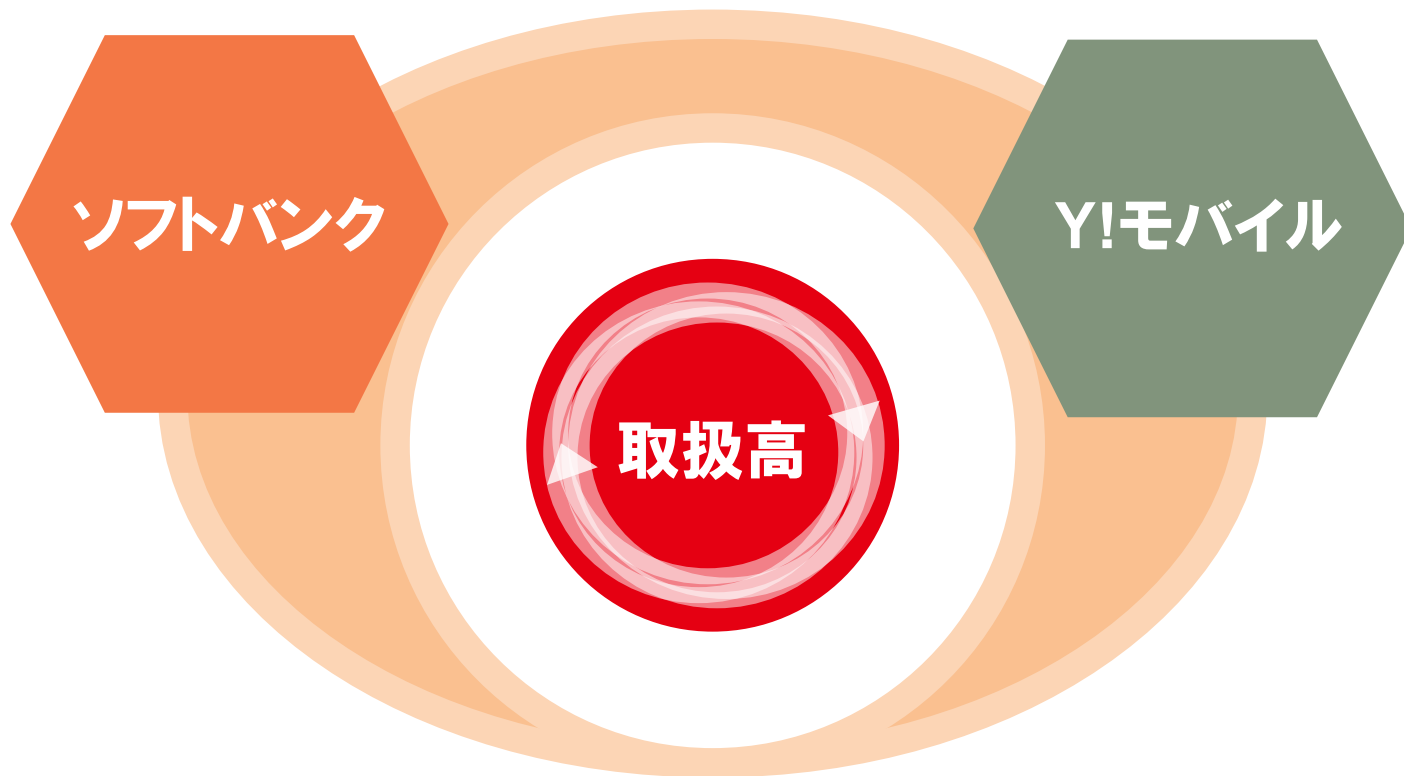
ソフトバンク会員取扱高
の割合が拡大



2017年3月

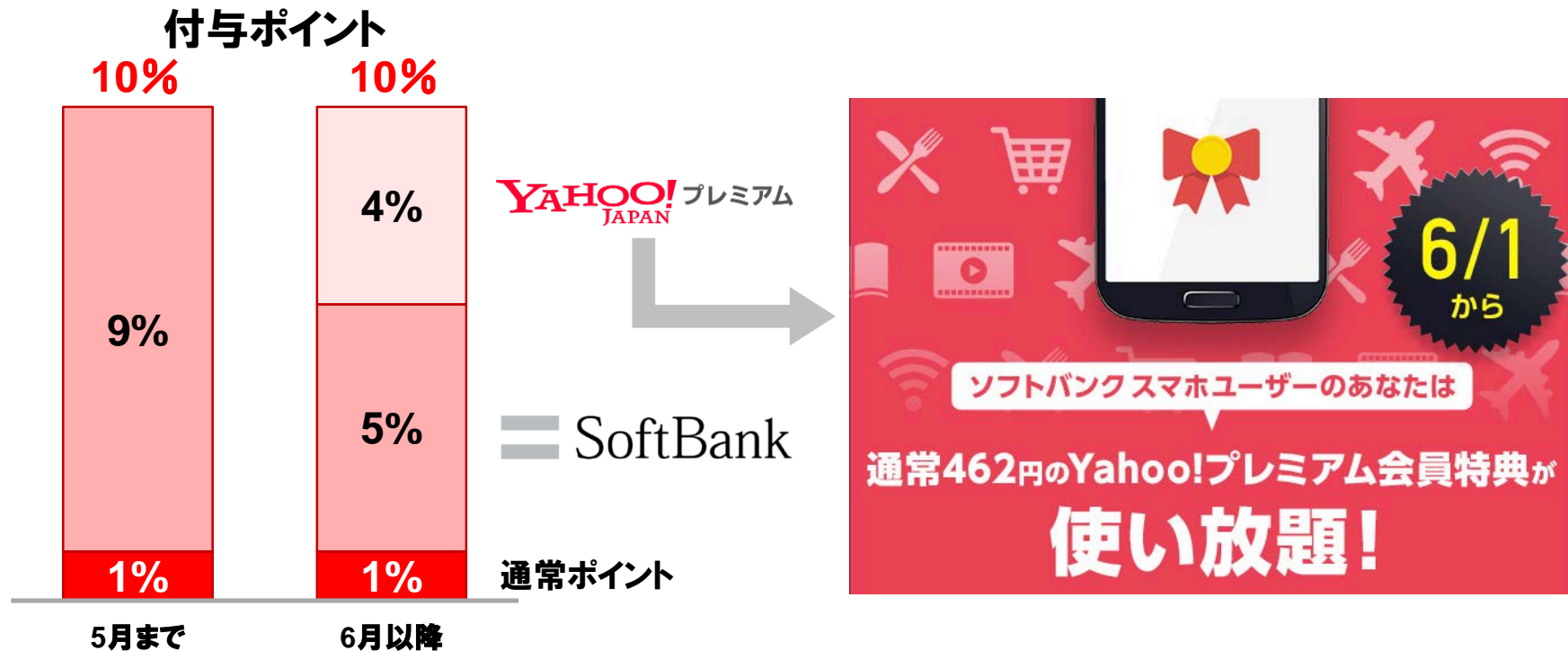
多大な 拡大余地

ソフトバンクとのシナジーを強化



ソフトバンク会員は6月以降もポイント10倍^{*1}

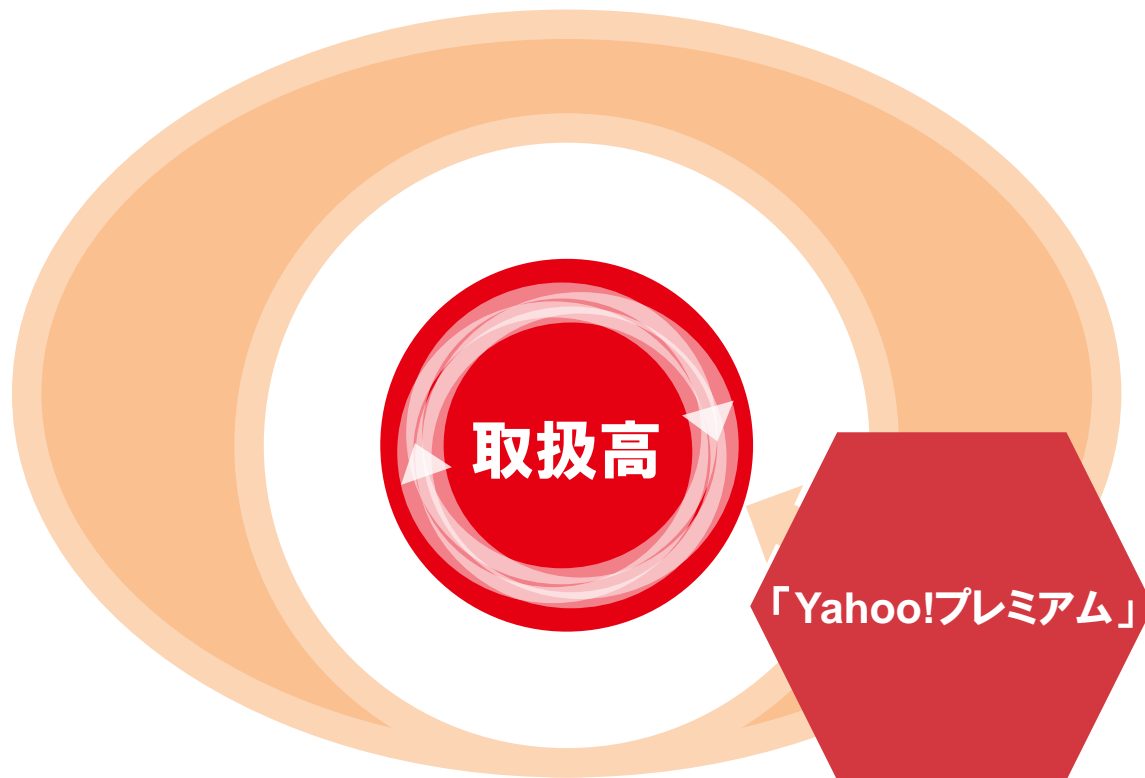
更に「Yahoo!プレミアム」の全特典をソフトバンク会員は使い放題に^{*2}



71 *1 キャンペーン開催期間中のみ付与されます。

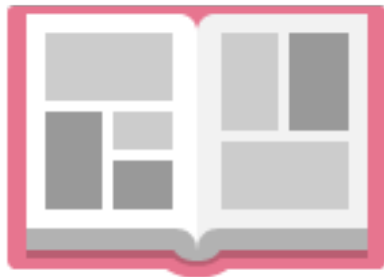
*2 「スマートログイン」の設定が必要です。

「Yahoo!プレミアム」の取り組み



「Yahoo!プレミアム」の特典を強化

YAHOO!
JAPAN



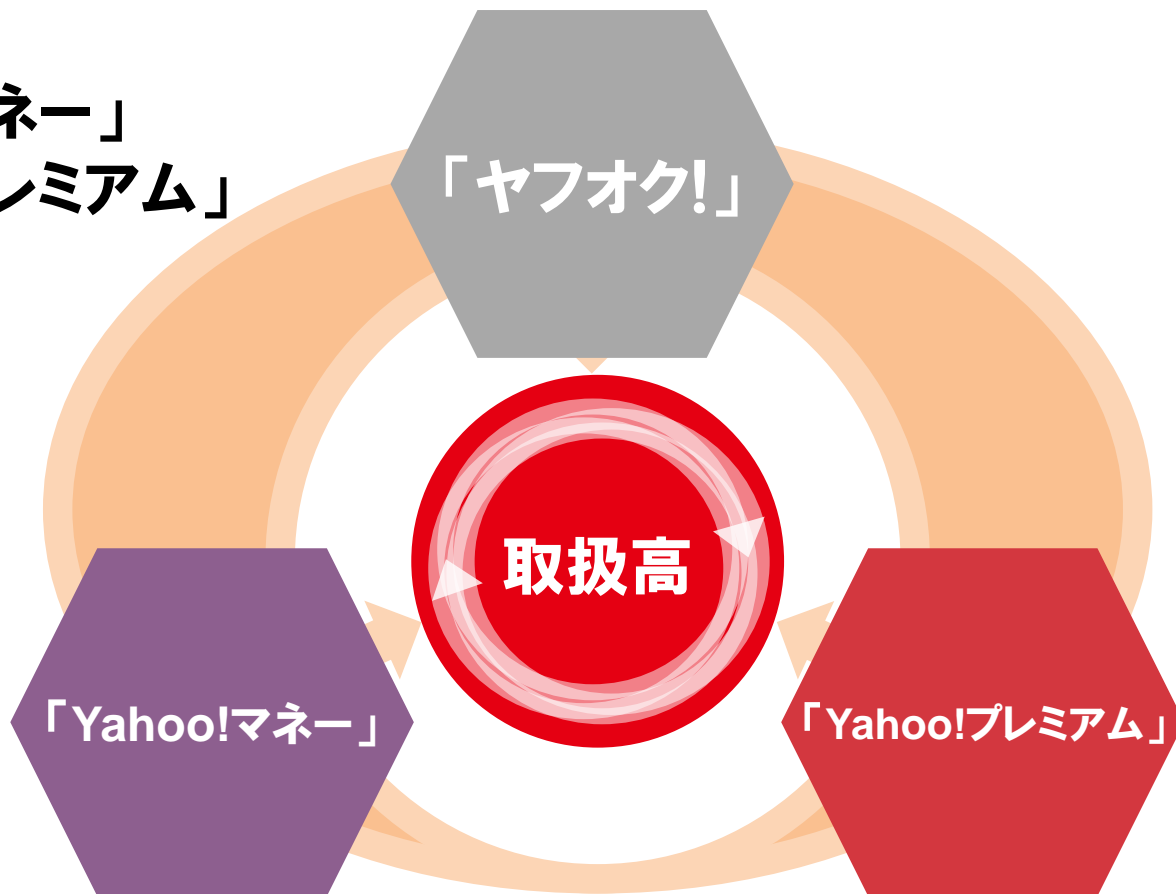
YAHOO! ブックストア
JAPAN

2017年6月1日より
動画や電子書籍
購入時にポイント

5%分を還元

eコマース戦略2.0

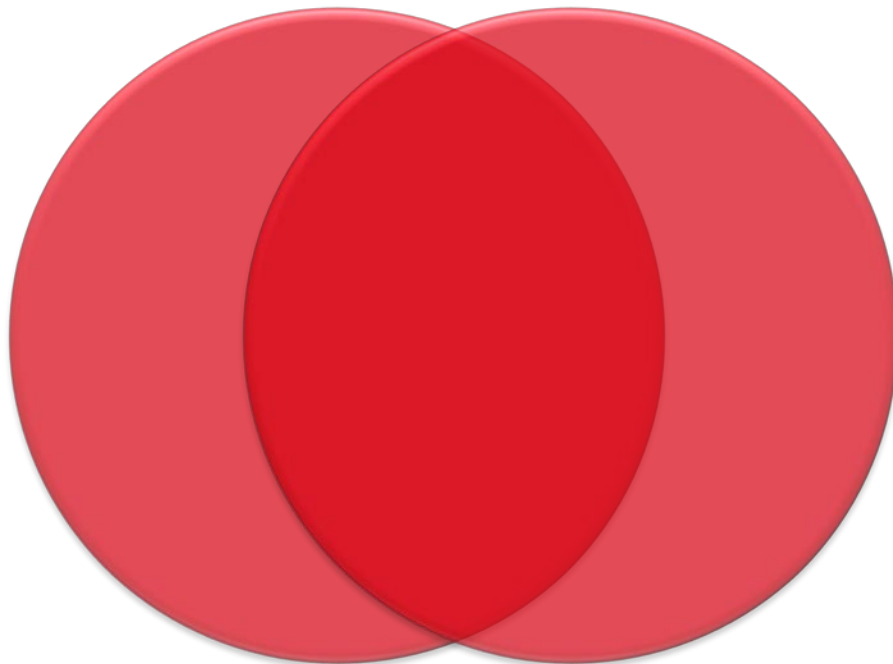
「ヤフオク!」
「Yahoo!マネー」
「Yahoo!プレミアム」
の取り組み



「ヤフオク!」利用者も「Yahoo!ショッピング」利用者へ

YAHOO!
JAPAN

2つのeコマースサービス利用者の重なりを更に大きく



※イメージ図

「ヤフオク!」と「Yahoo!マネー」での連動施策を継続



ポイント還元*と「Yahoo!マネー」利用拡大でeコマースの利用を促進

Yahoo!プレミアム特典

Yahoo!マネー
受け取り、支払いで

受け取って9%

手数料実質0円
キャンペーン

落札された金額の

8%

今すぐ設定する

最大

10%

Tポイント
プレゼント!

キャンペーン詳細

Yahoo!マネーに
チャージした額の

1%

→ 詳細はこちら

支払って1%

Yahoo!マネーでの
お支払い額の

1%

→ 詳細はこちら

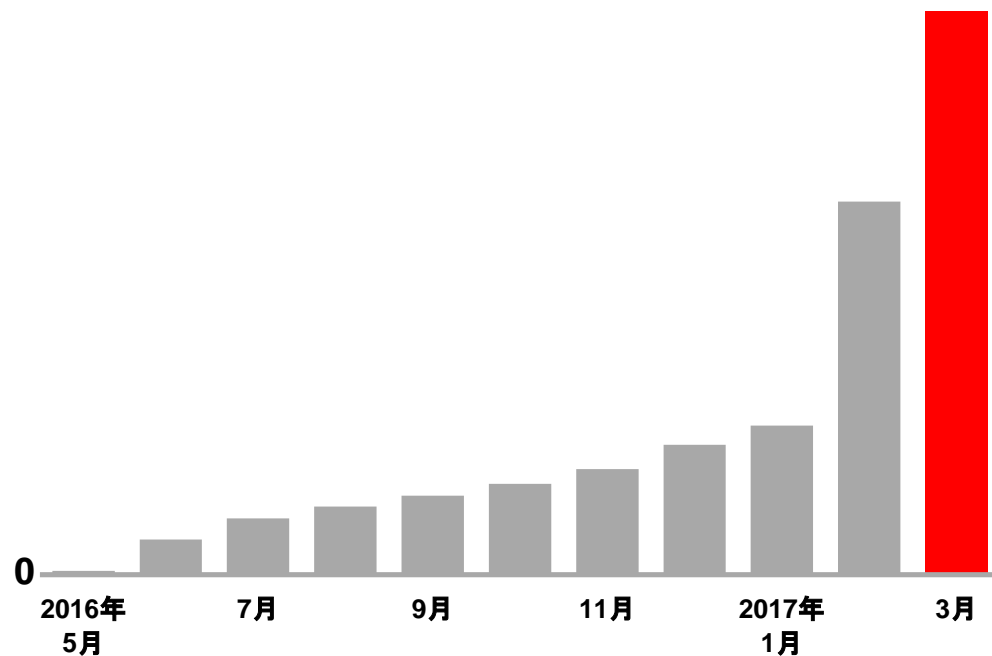
最大
10%

Tポイント進呈

(※)手数料実質0円キャンペーンの条件を満たすと自動で適用されます。

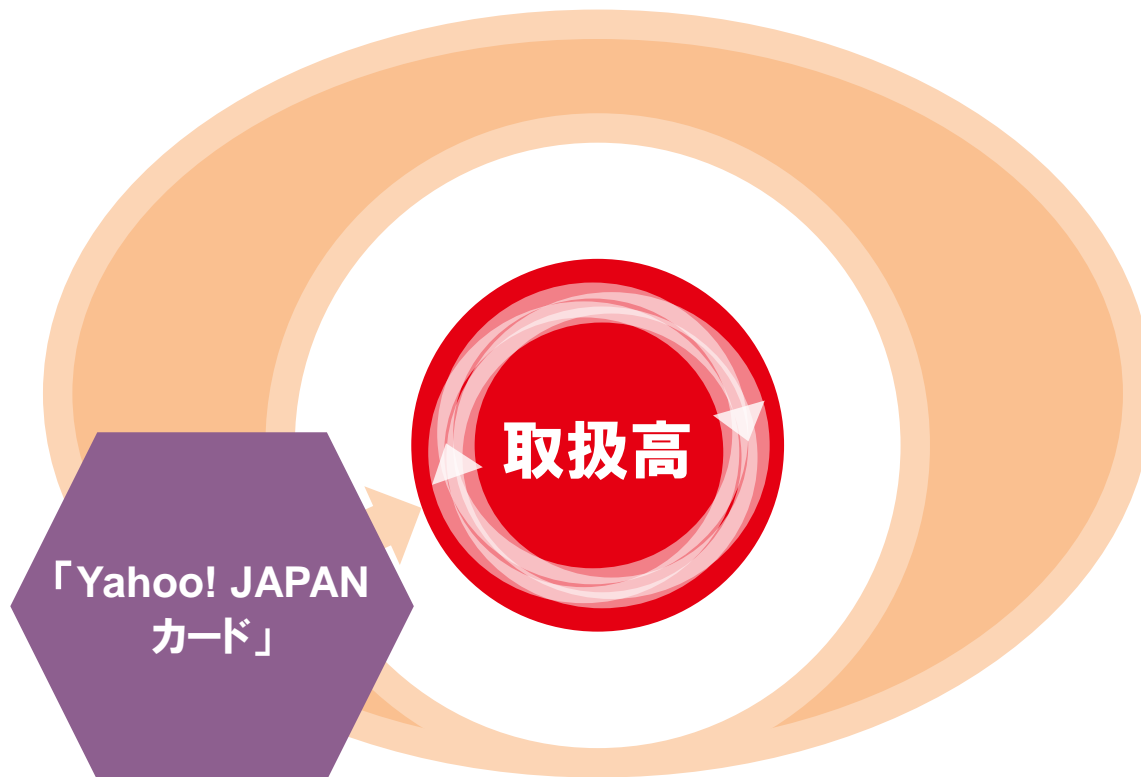
「Yahoo!マネー」残高推移

今後のeコマース取扱高成長のポテンシャルに



急速に拡大

「Yahoo! JAPANカード」の取り組み



カード新規入会キャンペーンを開催中

YAHOO!
JAPAN

入会&利用でもれなく

最大

10,000ポイント*

プレゼント

ご入会で すぐもらえる



5,000ポイント



1回利用で



5,000ポイント

申込月と翌月は さらに



どこでも3倍
ポイント

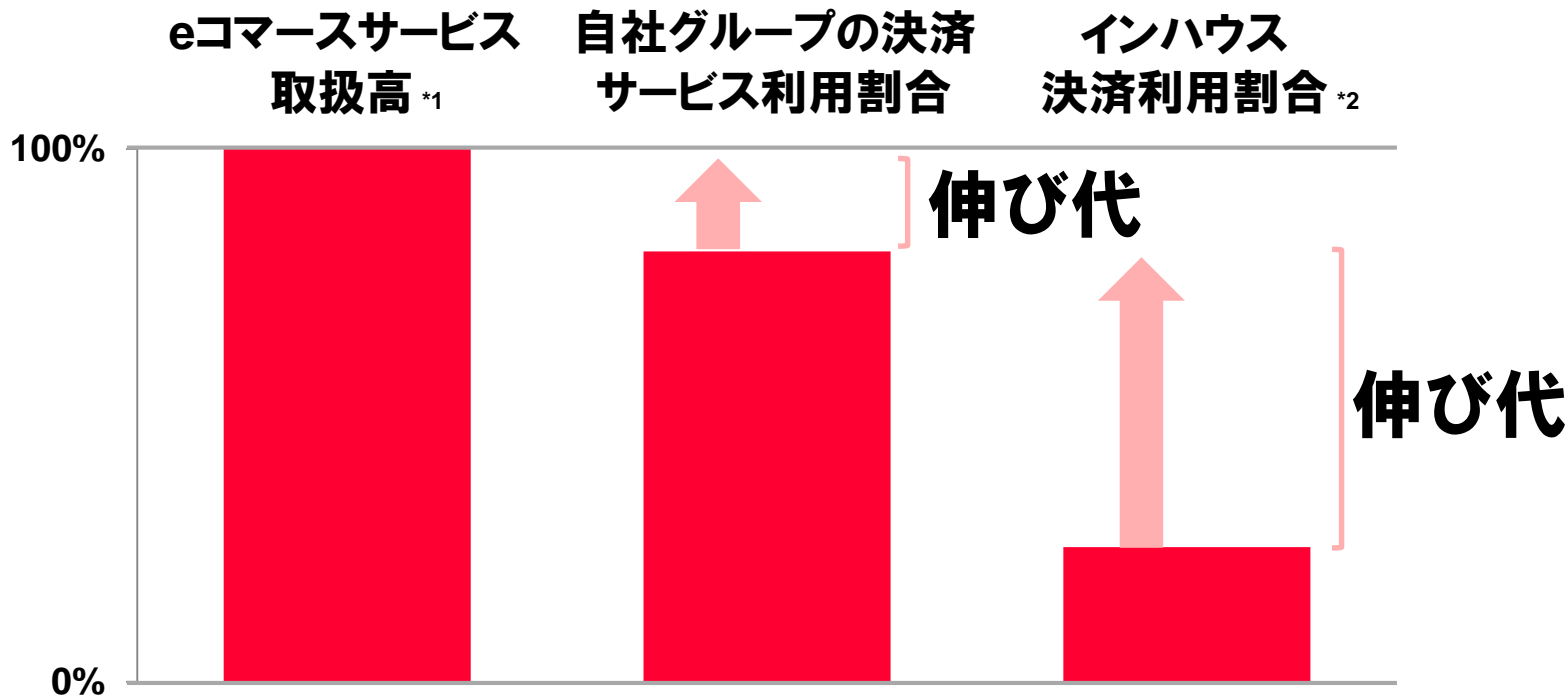
※要エントリー



年会費永年無料・Tカード一体型クレジットカード

決済金融事業の収益拡大のために

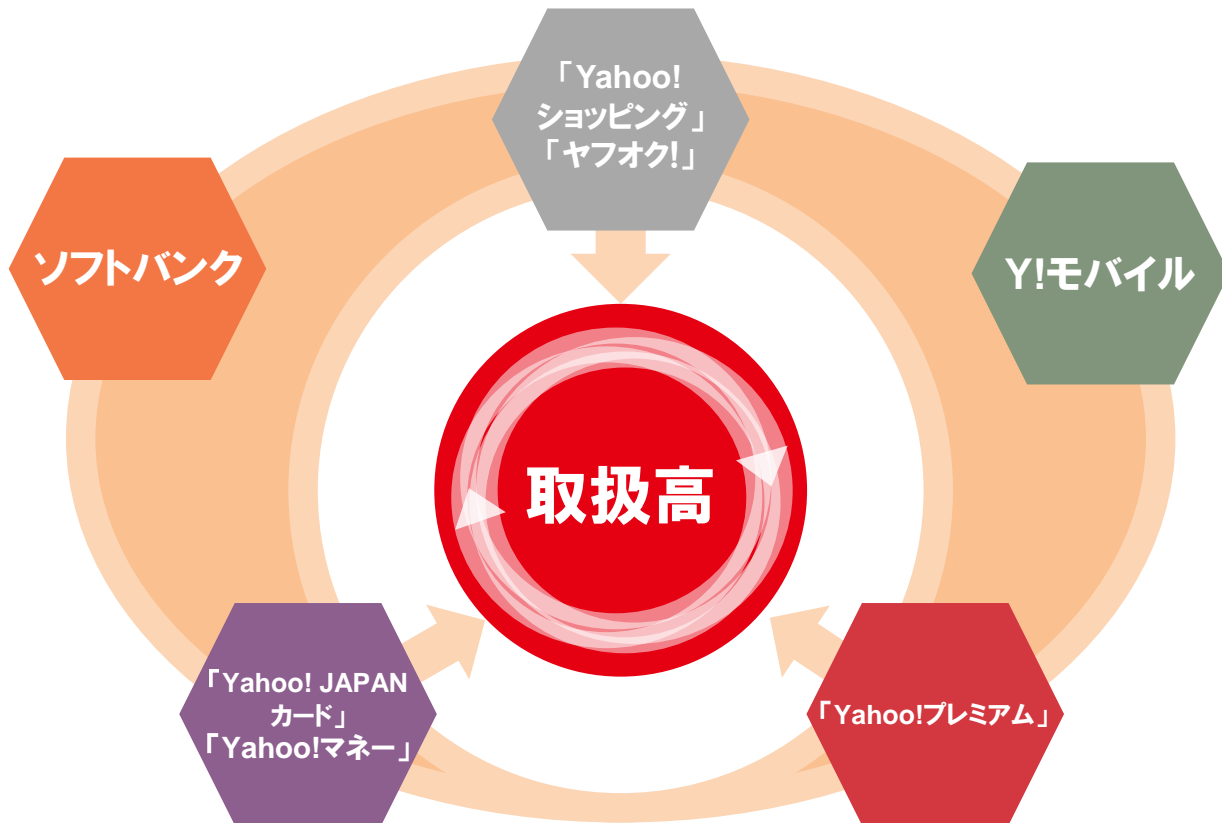
成長するeコマース事業に連動し、決済のインハウス利用を推進



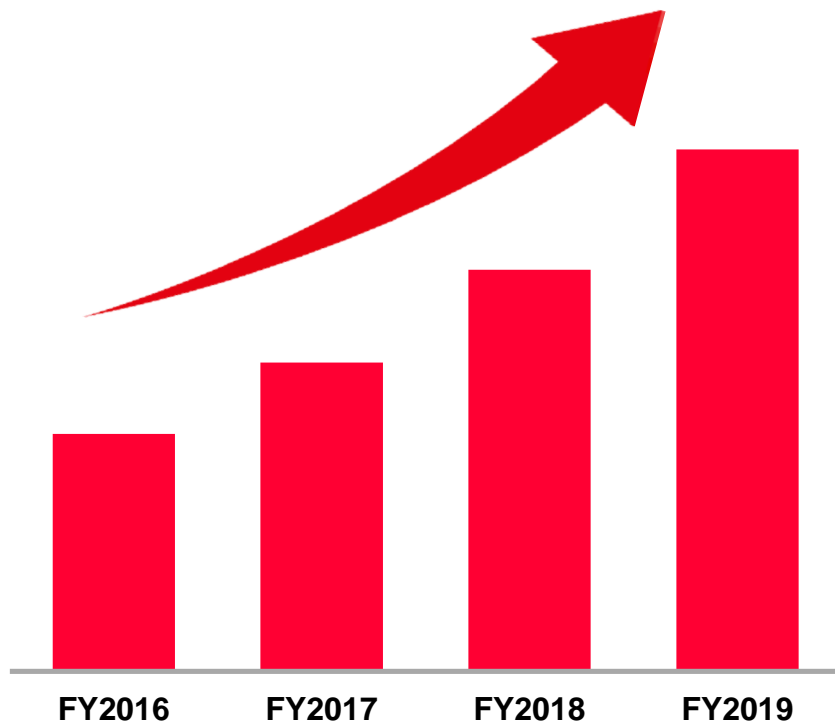
80 *1「ヤフオク!」、「Yahoo!ショッピング」、「LOHACO」の取扱高です。「LOHACO」は、アスクル(株)におけるLOHACO事業の売上高(取扱高、20日締め)です。

*2ワイジェイカード(株)、(株)ジャパンネット銀行、「Tポイント」等の利用を含んでいます。

Yahoo! JAPAN事業シナジーおよびグループシナジーを最大化



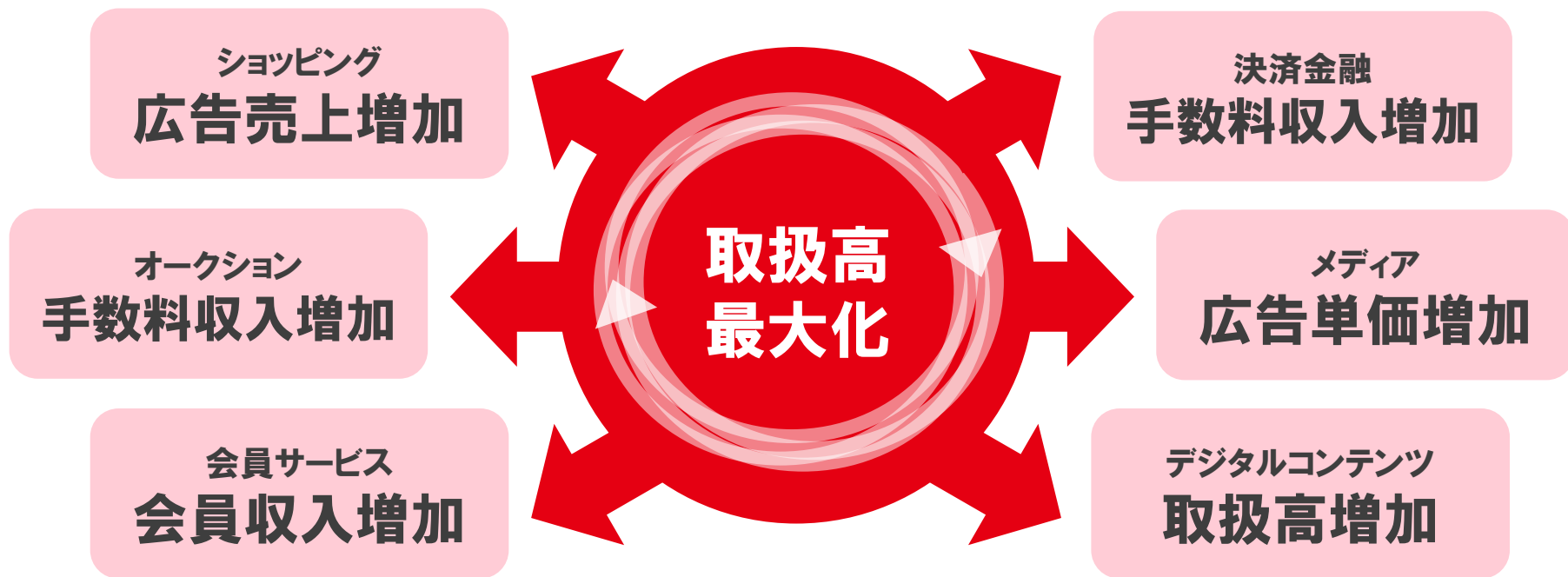
ショッピング事業取扱高の成長目標



前年度比**30%増**
の持続的成長を目指す

取扱高を最大化し複数の収益モデルへつなげる

eコマース取扱高から派生する関連事業で対価を得る



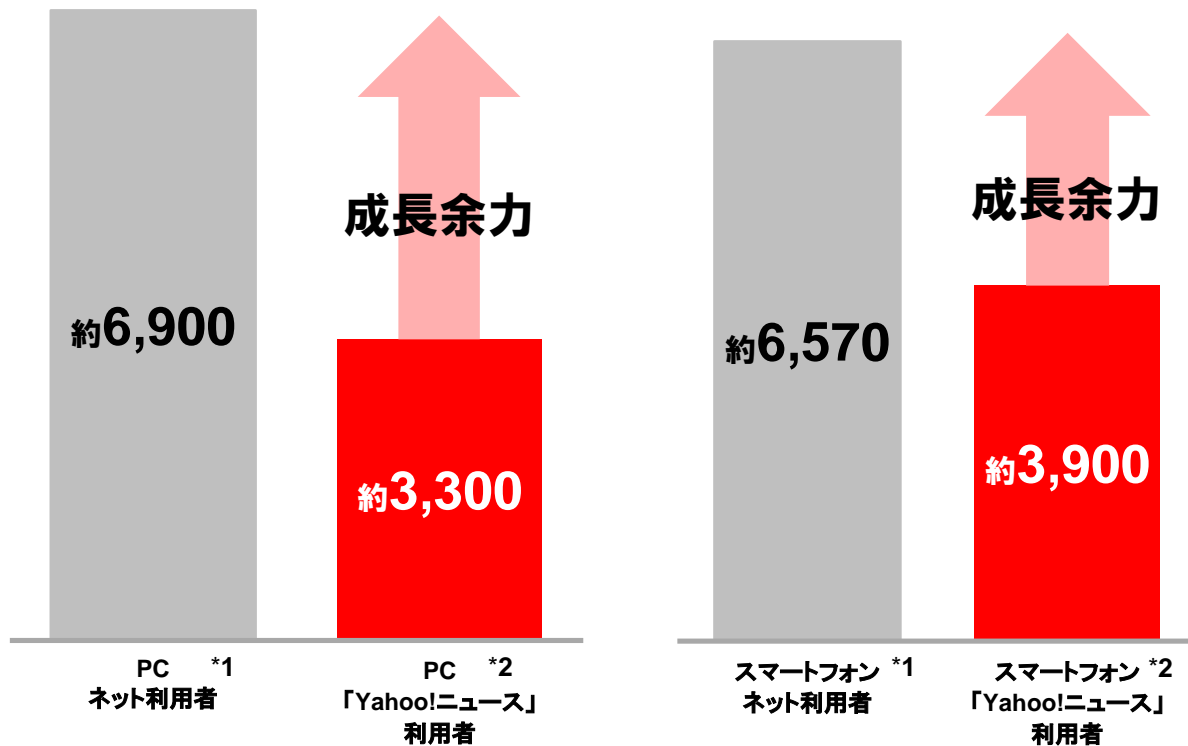
eコマース取扱高最大化

リッチメディア化

データドリブン化

「Yahoo!ニュース」利用者の状況

(万人)



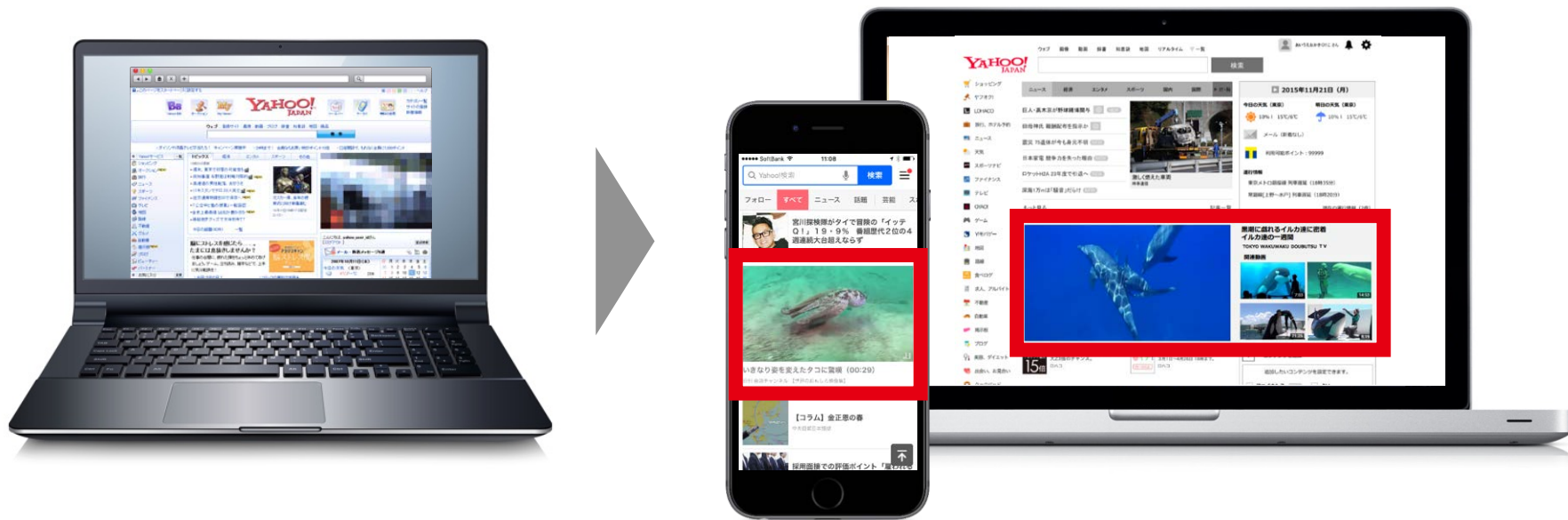
両デバイス共に
利用者数の
更なる増加を目指す

85 *1 平成28年度版情報通信白書を元にヤフー(株)が算出しています。当該端末を用いて2015年の1年間にインターネットを利用した人数です。

*2 ヤフー(株)調べ。月に一度以上「Yahoo!ニュース」に接触したことがある利用者の数を聞き取りにより算出した結果です。

動画コンテンツの更なる拡大

リッチメディア化するためにコンテンツ調達を推進



「Yahoo!ニュース 動画」開始

2017年4月18日より「日テレNEWS24」を24時間ライブ配信



動画による多様な
ニュース体験を提供

eコマース取扱高最大化

リッチメディア化

データドリブン化

データの「蓄積」から更なる「活用」へ

更にデータサイエンスの力を伸ばしていく

スマートフォン版YDN クリック率推移

2014年度第1四半期から
70%以上向上



期間	クリック率
FY14 1Q	低
FY14 3Q	中
FY15 1Q	中
FY15 3Q	高
FY16 1Q	中
FY16 3Q	高

[実例] ウェブ検索履歴からレコメンド精度向上

データを活用し注文履歴がない利用者にも適切な商品をレコメンド

従来の手法

「Yahoo!ショッピング」
注文履歴一定期間なし
(ウェブ検索履歴あり)

商品をレコメンド



ランキング

新しい手法

コマーシ意図の検索

- プロ野球速報
- スマホケース
- サングラス
- 渋谷 家賃

「Yahoo!ショッピング」
注文履歴一定期間なし
(ウェブ検索履歴あり)

注文商品を
レコメンド

注文につながるキーワードを重視

- スマホ カバー
- マウンテンバイク
- 天気 横浜
- 新宿 和食

「Yahoo!ショッピング」
注文履歴あり

注文履歴



従来比で
CTRが
4.5倍*

[実例] Yahoo! JAPANトップページ レコメンド精度向上



従来の手法

単語を利用してマッチング



記事検索エンジン



新しい手法
(ディープラーニング等の
新技術を用いた手法)

- 意味が近い形態素を含む記事の軸を共有
- 閲覧履歴を系列で認識し、利用者の興味を推定
- 一時的な興味による閲覧を履歴からブロック



記事検索エンジン



利用者滞在時間が
6.9%*伸長

データで他領域の事業を伸ばす

領域を超えたデータの利活用は、各領域の相互成長を可能にする



メディア

コンテンツ・広告ターゲティング精度の向上



EC

商品購入率の向上



決済金融

与信精度の向上

そのために技術で勝つ会社に脱皮する

常に最新の開発環境を構築・維持し続ける

モダンな開発環境へ
脱皮

最新の開発環境を
維持・継続

2017年度の業績見通し

2017年度 追加投資の見通し

各取り組みに積極投資

概算(億円)

eコマース取扱高最大化

250^{*1}

データドリブン化

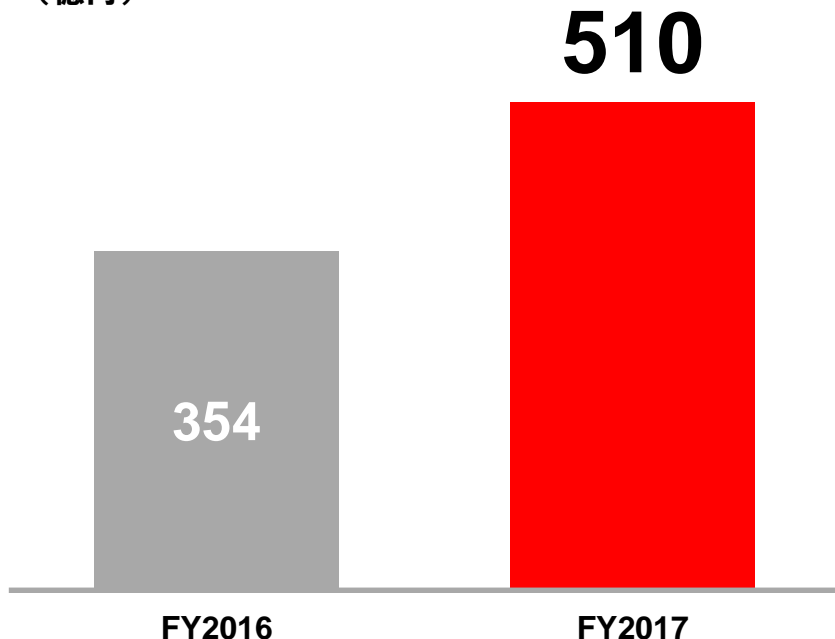
150^{*2}

95 *1 オークション関連事業およびクレジットカード事業の売上高と販売促進費を相殺することによる売上高減少に伴う利益の減少を含んでいます。

*2 設備投資額ではなく、減価償却費などの費用面での影響です。

2017年度 販売促進費の見通し (追加投資の見通しに含まれる)

(億円)



内訳^(*):

ショッピング・「ヤフオク!」 約6割

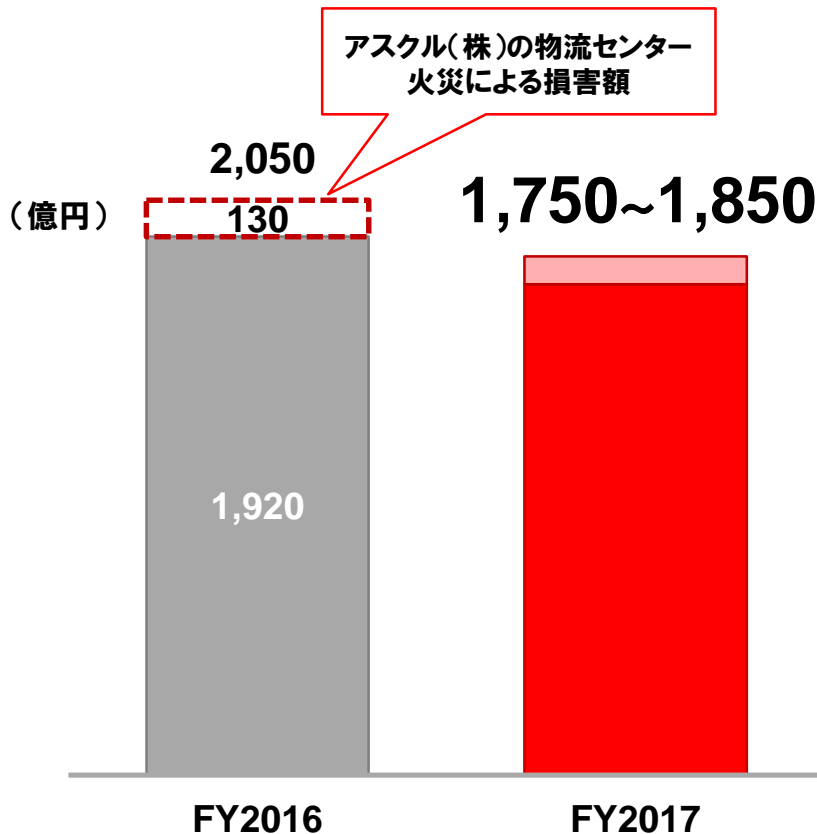
決済金融・会員サービス^(*) 約3割

メディア・その他 約1割

96 *1 販売促進費、広告宣伝費の合計額です。アスクル(株)と(株)一休を含んでいません。

*2 動画サービス等の費用を含んでいます。

2017年度 営業利益の見通し



2017年度は積極投資で
eコマース取扱高最大化
データドリブン化

補足資料

2016年度 第4四半期 各セグメントの主な商品項目

マーケティングソリューション事業

広告	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」) 検索連動型広告「スポンサードサーチ」
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	サイト制作関連等

コンシューマ事業

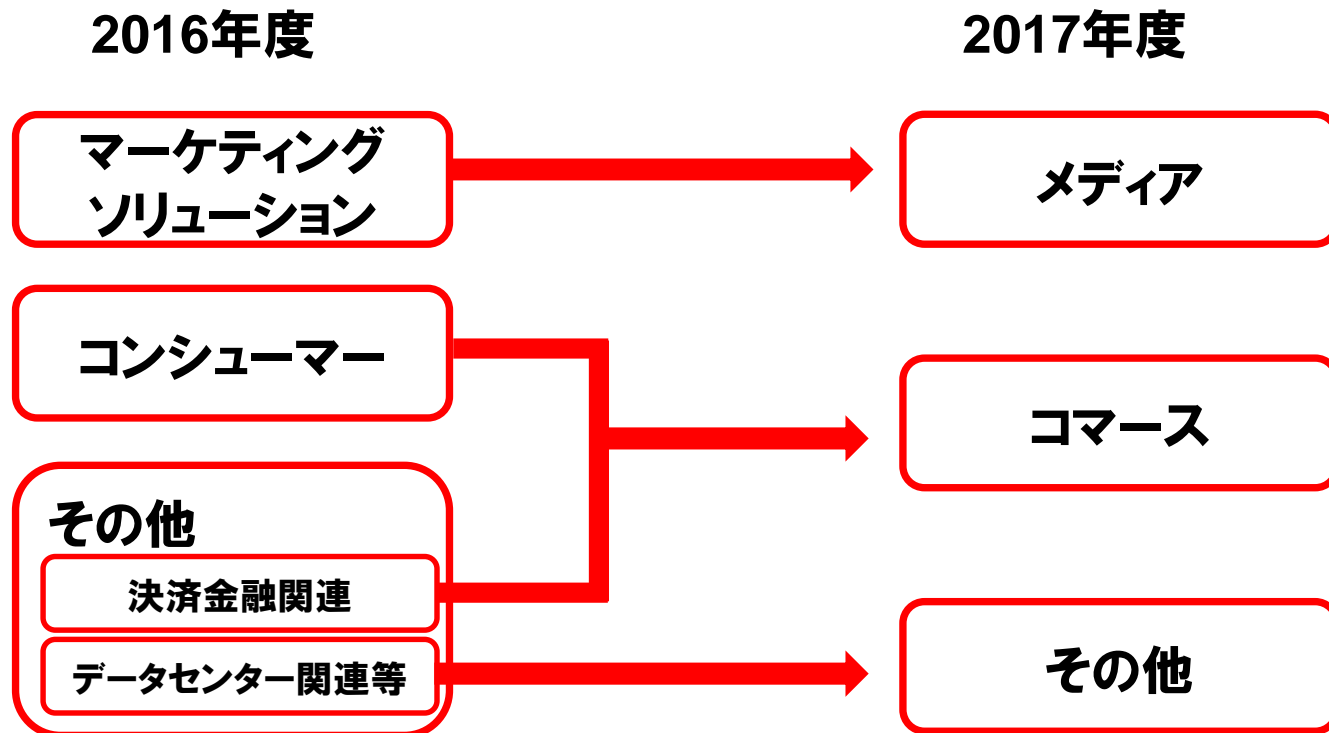
広告	ディスプレイ広告
ビジネスサービス	「ASKUL」、アフィリエイト関連、「ヤフオク!」法人向けシステム利用料、予約関連、「Yahoo!不動産」、 自動車関連等
パーソナルサービス	「Yahoo!プレミアム」、「LOHACO」、「ヤフオク!」個人向けシステム利用料、電子書籍関連、映像関連、 ゲーム関連、「Yahoo! BB」ISP料金等

その他

広告	ディスプレイ広告
ビジネスサービス	決済関連、データセンター関連、クレジットカード関連、「Yahoo!ウェブホスティング」等
パーソナルサービス	決済関連、クレジットカード関連、FX関連等

開示セグメントの変更(予定)

組織改編にともない、2017年度より開示セグメントを変更予定



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		トップページ *1
			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	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」	「Yahoo! ショッピング」 出店ストア
「PRオプション」		コンバージョン課金				

- *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。

2016年度の出資実績

出資金額合計 約240億円

主な出資案件

投資先	出資時期	議決権比率
YJテック投資事業組合	2016年5月	98.6% *1
(株)コマースニジュウイチ	2016年6月	100.0%
(株)イーブックイニシアティブジャパン	2016年9月	44.3%
アストマックス投信投資顧問株式会社	2016年10月	33.4%
ワイジェイカード(株)*2	2017年2月	65.0%
SBドライブ株式会社	2017年3月	48.6%

注: ヤフー(株)単体の実績値です。
議決権比率は、2017年3月末時点のものです。

*1 持分割合です。

*2 追加出資です。

組織図(単体ベース)

2017年4月1日現在

代表取締役社長 / CEO

副社長 / COO

マーケティング &
コミュニケーション本部

IDサービス統括本部(460)

メディア
グループ

メディアカンパニー(799)

マーケティングソリューションズ
カンパニー(1,169)

コマース
グループ

ショッピングカンパニー
(632)

ヤフオク!カンパニー(260)

パーソナルサービス
カンパニー(191)

決済金融カンパニー(266)

CTO
(Chief Technology Officer)

クリエイター人財戦略室

システム統括本部
(488)

データ&サイエンスソリューション
統括本部(357)

副社長 / CFO

コーポレートグループ

SR推進統括本部

取締役会

監査等委員会

社長室

CISO(Chief Information
Security Officer)

CDO
(Chief Data Officer)

CMO
(Chief Mobile Officer)

CSO
(Chief Strategy Officer)

内部監査室

注:()内は従業員数

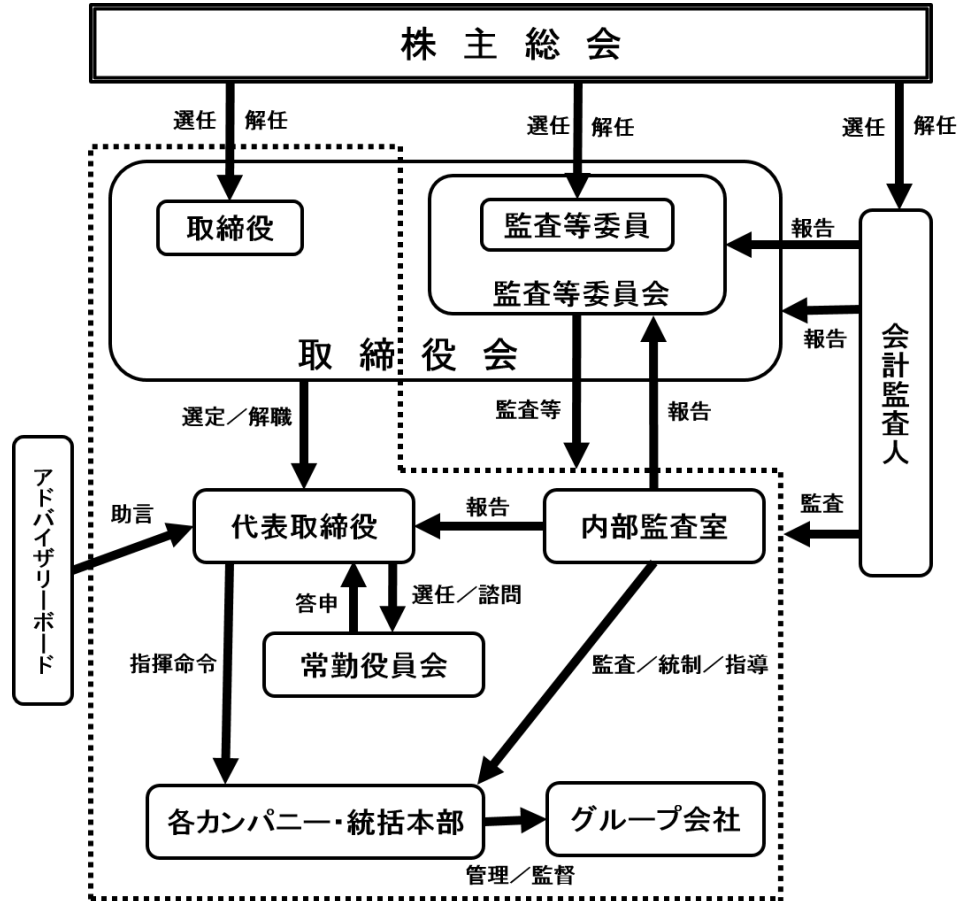
● 主な連結子会社

- ◆ (株)IDCフロンティア
- ◆ (株)イーブックイニシアティブジャパン
- ◆ (株)エコ配
- ◆ (株)GYAO
- ◆ ダイナテック(株)
- ◆ パスレボ(株)
- ◆ ファーストサーバ(株)
- ◆ ワイジェイカード(株)
- ◆ ワイズ・インシュアランス(株)
- ◆ アスクル(株)
- ◆ (株)一休
- ◆ (株)カービュー
- ◆ シナジーマーケティング(株)
- ◆ (株)ネットラスト
- ◆ バリューコマース(株)
- ◆ ワイジェイFX(株)
- ◆ YJキャピタル(株)
- ◆ ワイズ・スポーツ(株)

● 主な持分法適用会社

- ◆ アストマックス投信投資顧問(株)
- ◆ (株)ジャパンネット銀行
- ◆ BuzzFeed Japan(株)
- ◆ CRITEO(株)
- ◆ ソニー不動産(株)
- ◆ ブックオフコーポレーション(株)

コーポレート・ガバナンス体制



Y!