



中長期目標とKPI

top > ビジョンと戦略 > 中長期目標とKPI

全社 中期目標（経営指標）

売上収益 (FY2023 経営指標)

2兆円

調整後 EBITDA^{※1}(FY2023 経営指標)

3,900億円

格付の維持を意識した適正な財務レバレッジ

ネットレバレッジレシオ^{※2}

2.5倍～3倍水準を維持

格付の維持

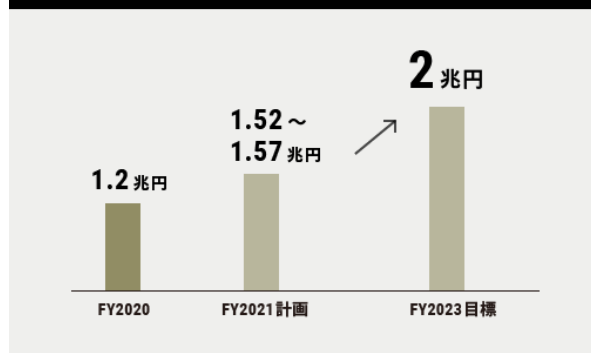
R&I: A+, JCR: AA-

※1 調整後EBITDA:営業利益+減価償却費及び償却費±EBITDA調整項目

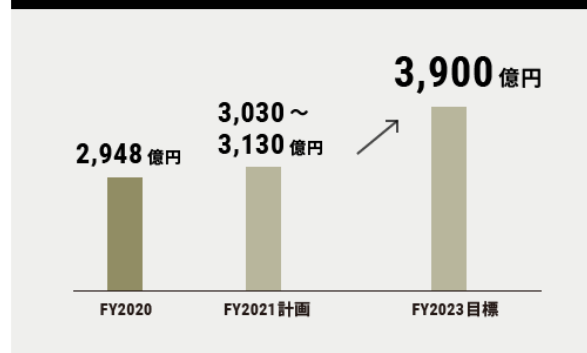
EBITDA調整項目:営業収益・費用の内、非経常かつ非現金の取引損益（固定資産除却損、減損損失、株式報酬費用、段階取得差損益、その他現金の流出が未確定な取引（一時的な引当金等）等）

※2 銀行業除く

売上収益



調整後 EBITDA



成長分野に大胆投資し、確固たるポジションを確立

1. メディア事業

フルファネルにおける「1:1」マーケティングを実現

- ▶ 販促商材も含む広告売上収益の2桁成長
- ▶ 調整後 EBITDA マージン 40-50% を目安

2. コマース事業

本質的な価値を磨き込みながら
オンライン／オフライン横断で取扱高最大化を目指す

- ▶ 2020 年代前半において EC 物販取扱高 国内 No.1
- ▶ LINE を活用したソーシャルコマースを
将来的な成長ドライバーへ

3. 戦略事業

Fintech 領域を中心に、新たな収益の柱を創出

- ▶ 売上収益 YoY+20% 以上を実現
- ▶ 将来的には調整後 EBITDA 1,000 億円規模の創出を目指す

■ LINE 統合に伴う新たな報告セグメント (FY2021 ~)

LINE 統合を踏まえ、新たな事業区分に組み換え

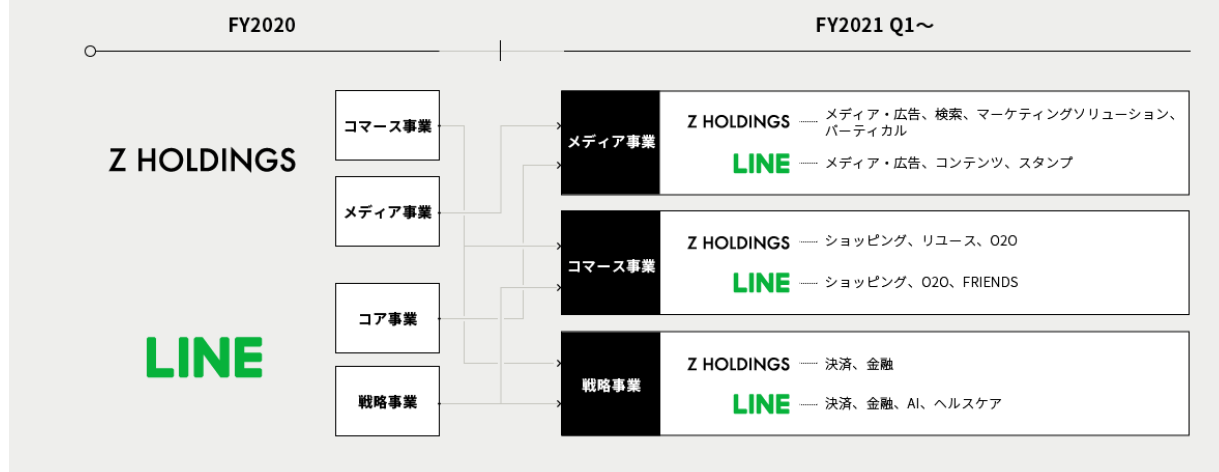
LINE 統合に伴い、FY2021 より報告セグメントを変更しました。

各事業の成長フェーズに合わせ、新たに「メディア」「コマース」「戦略」の3事業に区分しています。

- ・メディア事業：主にヤフー、LINE の広告売上、その他デジタルコンテンツで構成
- ・コマース事業：主に物販系e コマース、サービス系e コマース、その他で構成
- ・戦略事業：主にFintech 関連で構成

報告セグメントの変更

各事業の成長フェーズに合わせ、新たに「メディア」、「コマース」、「戦略」の3事業に区分



各セグメントの主な商品

メディア事業

ヤフー広告	
検索広告	Yahoo! 広告「検索広告」
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)等
	予約型広告
	Yahoo! 広告「ディスプレイ広告」(予約型)等
LINE 広告	
ディスプレイ広告	「タイムライン」、「LINE NEWS」、「トークリスト」、その他
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
その他広告	「livedoor Blog」、「LINE バイト」、その他
その他	
ヤフー	「ebookjapan」、不動産関連、「Yahoo! ロコ」、その他
LINE	「LINE スタンプ」、「LINE GAME」、「LINE 占い」、「LINE LIVE」、「LINE MUSIC」、「LINE マンガ」、その他

コマース事業

物販 EC	
ショッピング事業	「Yahoo!ショッピング」、「PayPayモール」、「ZOZOTOWN」、「LOHACO」、「チャーム」、「LINEショッピング」、「LINE FRIENDS」、「LINEギフト」
リユース事業	「ヤフオク!」、「PayPayフリマ」、「ZOZUSED」
アスクル BtoB 事業	-
サービス EC	
	「Yahoo!トラベル」、「一休トラベル」、「LINEトラベル(海外)」、その他
その他	
	プレミアム会員、ASKUL BtoB 事業 (インターネット経由以外)、バリューコマース、その他

戦略事業

フィンテック	
ワイジェイカード	-
PayPay 銀行	-
その他金融	PayPay アセットマネジメント、PayPay ほけん、マグネマックス、YJFXI、「LINE Pay」、「LINE 証券」、「LINE スコア」、「LINE ポケットマネー」、「LINE BITMAX」、その他
その他	
	AI、LINE Search、LINE ヘルスケア、その他

> セグメント別 損益計算書推移表 [📄](#)

> 統合報告ポータルサイト 業績概況