



ヤフー株式会社
2019年度 第1四半期
決算説明会

2019年8月2日

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「2019年3月期 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。

2019年度 第1四半期 決算説明会 トピックス

1

「Yahoo!ショッピング」取扱高

YOY 約+20% 成長

2

月間ログインユーザーID数

16四半期（4年間）連続 **YOY+ふた桁** 成長

3

クレジットカード取扱高

「PayPay」連携効果もあり **YOY+49%** 成長

4

「PayPay」

累計登録者数 順調に継続成長し、8月に **950万人突破**

月間決済回数 **1,500万回超**（6月）（参考：LINE Pay 1,370万回*）

*出典：「Monthly Transactions 13.7M times」LINE CONFERENCE 2019

5

営業利益

前年同四半期比 特殊要因の反動で想定通りの減益

通期ガイダンス進捗率は**24～26%**と計画通りに推移

1 2019年度 第1四半期 連結業績

2 事業別サマリー

3 戦略的な取り組み

4 補足資料

2019年度 第1四半期 連結業績

2019年度 第1四半期 連結業績サマリー

項目	FY2018 1Q	FY2019 1Q	前年同四半期比
売上収益	2,318 億円	2,386 億円	+2.9 %
営業利益	475 億円	361 億円	-24.0 %
EBITDA*1	600 億円	540 億円	-10.0 %
その他の営業外収益及び費用*2	6 億円	110 億円	+1,510.8 %
持分法による投資損益*3	2 億円	-59 億円	-2,930.5 %
四半期利益	326 億円	278 億円	-14.7 %
親会社の所有者に帰属する四半期利益	326 億円	273 億円	-16.2 %
希薄化後1株当たり四半期利益	5.74 円	5.40 円	-5.9 %

*1 EBITDAの増減には主にIFRS第16号「リース」適用の影響を含んでおります。

*2 PayPay(株)の持分変動利益108億円が「その他の営業外収益及び費用」に計上されています。

*3 主にPayPay(株)の影響です。

2019年度 第1四半期 連結営業利益の増減要因

第1四半期の減益は前年同四半期の特殊要因の反動で想定済み

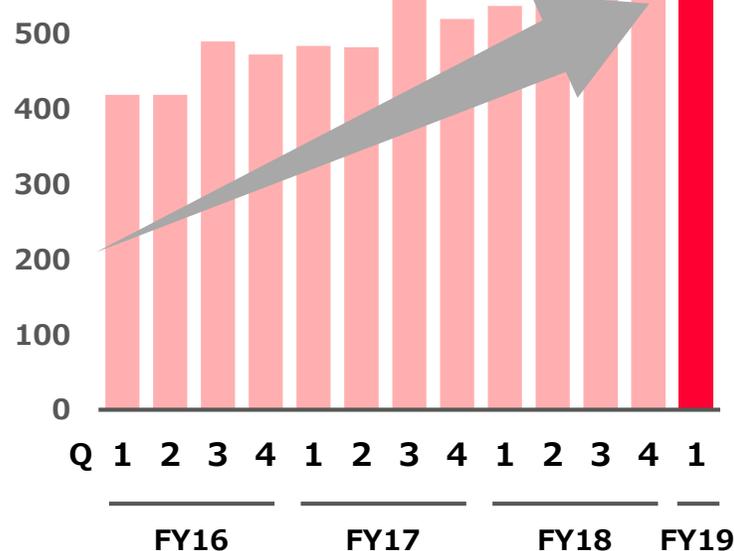
項目		金額 (億円)	主な要因
FY2018 1Q 実績		475	
前年 同四半期 差	売上収益	+67	アスクル+21億円、広告売上収益+18億円
	売上原価	-8	
	販売費及び一般管理費	-93	
	以下主な内訳 減価償却費	-56	IFRS第16号適用に伴い使用権資産償却費が増加（一方、賃借料は減少） ソフトウェアやサーバー等の増加
	販売促進費	-28	Yahoo! JAPANアプリプロモーション費用 コマース事業ポイント還元、クレジットカード会員獲得ポイント還元
	人件費	-10	新卒採用約450名（内エンジニア約7割）
	情報提供料	-8	
	業務委託費	-6	
	広告宣伝費	-5	
その他収益及び費用	-79	特殊要因：前年度第1四半期 IDCフロンティア売却益79億円	
FY2019 1Q 実績		361	

コマース・メディア・決済金融、各事業基盤が順調に拡大

eコマース取扱高

(単位：十億円)

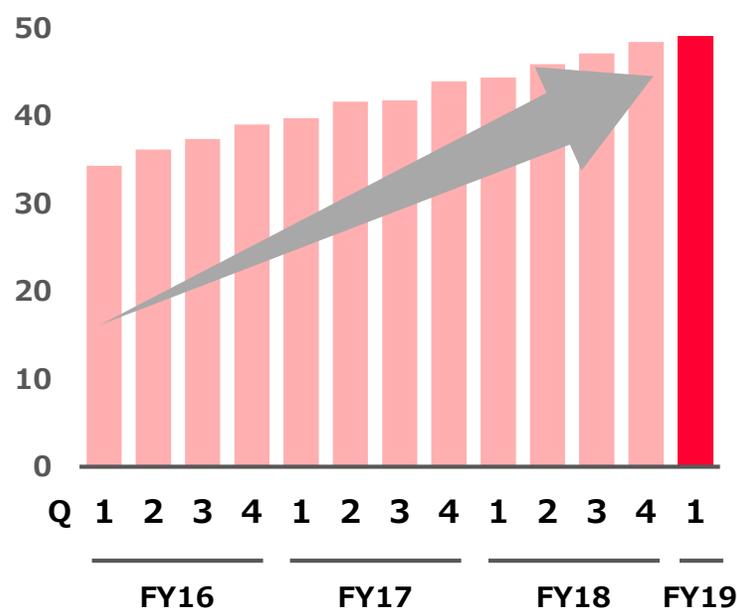
eコマース新戦略*から
2倍以上に成長



月間ログインユーザーID数

(単位：百万ID)

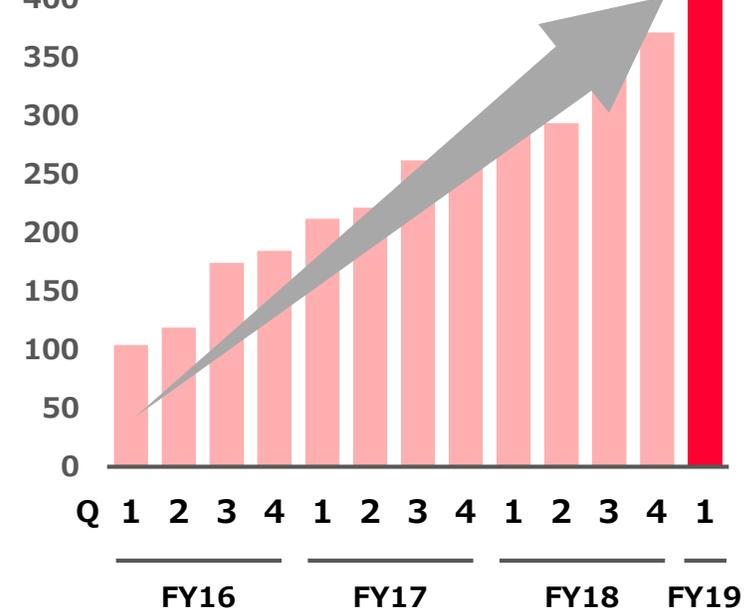
16四半期連続YOY+ふた桁成長



クレジットカード取扱高

(単位：十億円)

3年で4倍超に成長



* 2013年10月～

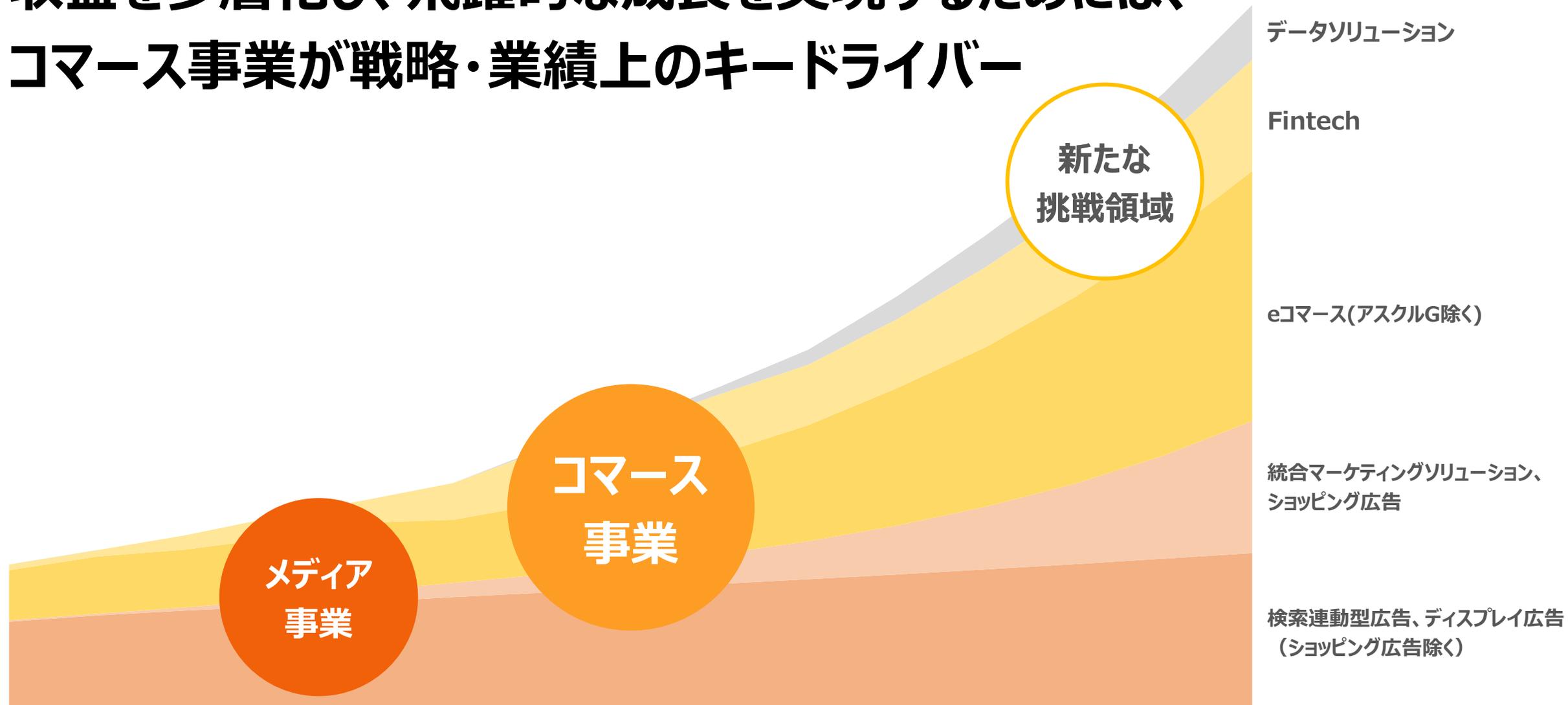
進捗状況は順調なため変更なし

項目	FY2019 通期 (予想)	前年度比	進捗率
売上収益	1兆円超	+5~7%	24%
営業利益	1,406~1,500 億円	±0~+7%	24~26%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	790~850 億円	±0~+8%	33~35%
希薄化後1株当たり 当期利益	14.8~15.9 円	±0~+8%	34~36%
1株当たり配当金	8.86 円	同額	n.a.

事業別サマリー

セグメント別売上収益の成長イメージ

収益を多層化し、飛躍的な成長を実現するためには、
コマース事業が戦略・業績上のキードライバー



コマース事業



コマースの事業基盤が 順調に成長

項目	内容
2 決済	クレジットカード取扱高が 4,000億円超 前年同四半期比 +49%
1 eコマース	ショッピング事業取扱高が 前年同四半期比 +17% の高成長を維持

2019年度 第1四半期 コマース事業 主要指標の実績

項目	金額	前年同四半期比	施策、増減要因
eコマース取扱高	5,840 億円	+8.8 %	
物販取扱高	4,756 億円	+5.4 %	
ショッピング事業取扱高	2,040 億円	+16.5 %	「Yahoo!ショッピング」は約+20%成長 「LOHACO」(Yahoo!ショッピング店含む) が 6%のマイナス成長
「ヤフオク!」取扱高	2,004 億円	+0.7 %	
物販以外取扱高	1,084 億円	+27.0 %	O2Oのトラベルが+30%強成長 飲食予約も+20%強成長
クレジットカード取扱高	4,235 億円	+48.8 %	「PayPay」連携、販促活動などによる増加

新サービス「PayPayモール」



 PayPay モール



「PayPayモール」の
掲載商品は
両方に表示

* 画像はイメージです。
写真：アフロ

 YAHOO! ショッピング
JAPAN

2019年 秋リリース

プレミアムなショッピングモール

特徴

1. 当社が定める出店基準を満たしたストアのみ
2. 商品カテゴリごとに最適化されたUI/UX
3. 返品・交換可能（商品到着から14日以内）
4. リアル在庫連携
5. 「Yahoo!ショッピング」とも連携

PayPayモール
掲載料
3%

注: 「PayPay」は、ヤフー(株)の登録商標です。



 PayPay フリマ

2019年 秋リリース

誰でも手軽に売買できる
使いやすさを追求した
スマホアプリ

特徴

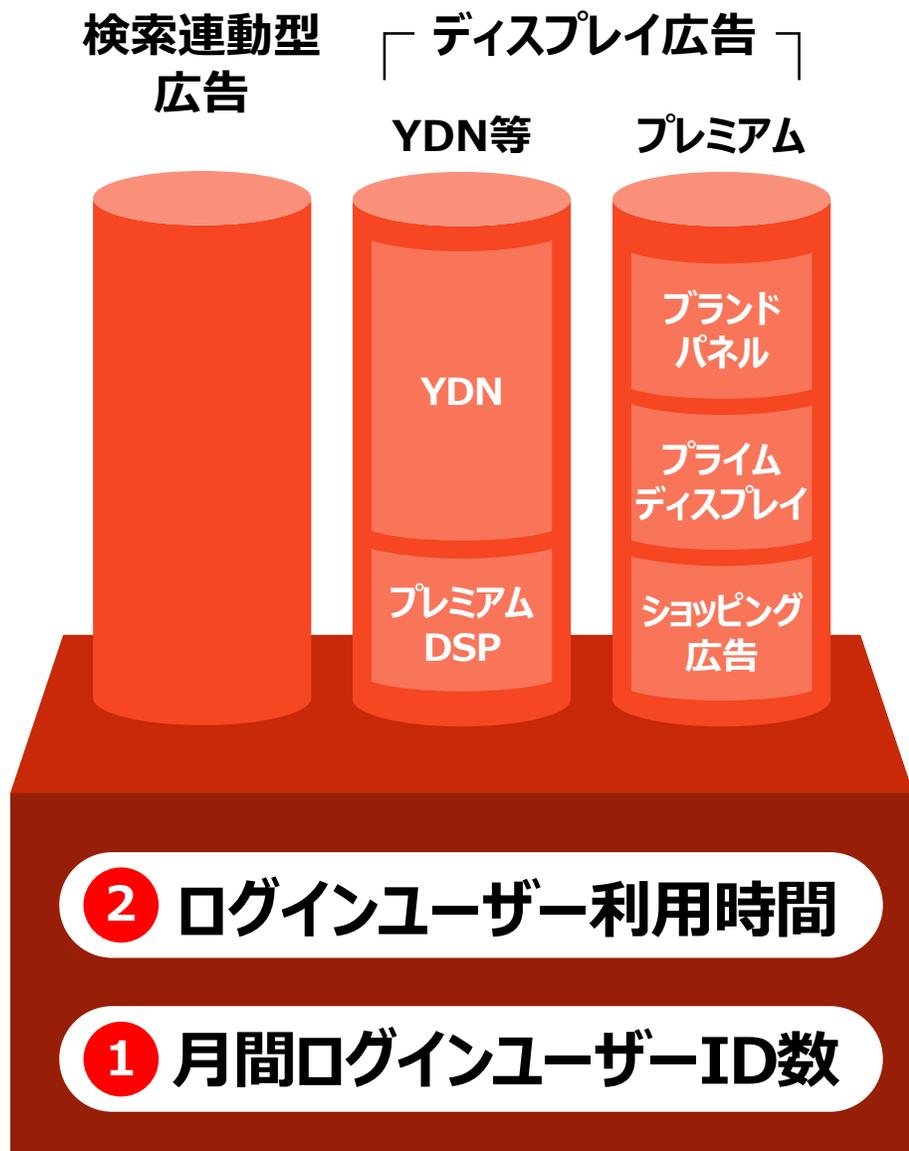
1. フリマに特化
2. 「ヤフオク!」とも連携

手数料
近日発表

新サービス「PayPayモール」「PayPayフリマ」等の取り組みで eコマース取扱高（物販）の二桁成長を目指す

項目	目標（前年度比）
eコマース取扱高（物販）	+ふた桁%
ショッピング事業取扱高	+20%
「ヤフオク!」取扱高	+ひと桁半ば%

メディア事業



基盤

メディアの顧客基盤はスマートフォンを中心に順調に成長

項目	内容
② スマートフォン経由 ログインユーザー 利用時間	前年同四半期比 +19% の成長を達成
① 月間ログイン ユーザーID数	前年同四半期比 +11% 16四半期連続ふた桁%成長

2019年度 第1四半期 広告関連売上収益の実績

項目	金額	前年同四半期比	施策、増減要因
広告関連売上収益	782 億円	+2.4 %	
検索連動型広告	401 億円	+1.6 %	<p>新たな施策「クイックリンクオプション」表示変更でCTRが向上するも、</p> <ul style="list-style-type: none"> • 昨年実施のユーザーインターフェース施策効果が一巡 • PC、タブレットが想定以上に減少 • 一部のクエリーに、マネタイズができない一時的な機会損失等の要因により一桁前半の成長率
ディスプレイ広告	380 億円	+3.1 %	
YDN等	248 億円	-6.1 %	<ul style="list-style-type: none"> • アド Fraud対策によるNonYJ*の売上収益減 • アンチトラッキングによるスマホブラウザ単価減の影響（-14億円）を受け、対前年同四半期比マイナス成長
プレミアム広告 (ショッピング広告含む)	131 億円	+26.9 %	ショッピング広告等が成長

* ヤフー以外の広告配信パートナー

背景



プライバシー保護の高まりによる
アンチトラッキング強化の動き

- ▶ リターゲティング広告配信量の減少
- ▶ 広告効果が正しく測定されない

スマホブラウザ単価の減少

広告関連売上への影響

2018年度通期広告関連売上収益
約3,250億円

検索連動型広告 約1,650億円

YDN等 約1,100億円

スマホ
ブラウザ 影響大
アプリ

PC

プレミアム広告 約500億円

広告売上収益を伸ばす短期的取り組み

1 ログイン率を高め、 Yahoo! IDベースのターゲティング を推進

2 伸びしろのある3領域に注力



動画
広告



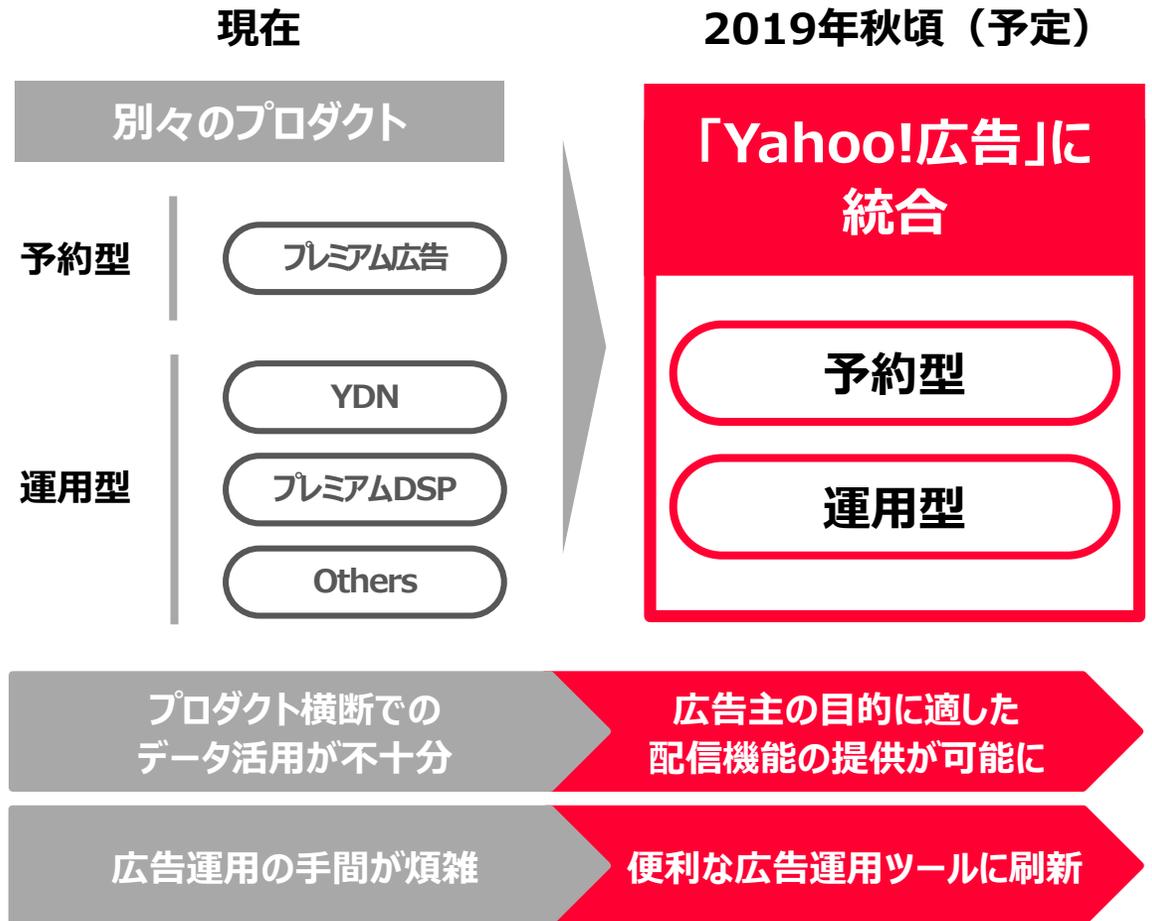
アプリ
広告



ダイナミック
広告*

* 行動履歴に応じて自動でクリエイティブをパーソナライズできる
「動的ディスプレイ広告」などの商品群

3 広告プラットフォームを統合し 広告効果を最大化



マーケティング売上収益を伸ばす中長期的な取り組み

新たな収益モデルを創出し収益基盤を多層化

 **統合マーケティングソリューション**

  **O2O**

オンラインコマース広告

テストマーケティング実施中

ヤフーグループの
eコマース
出店者向け

取扱高の拡大目的を重視

PayPayも活用した
メディア集客・決済・CRMを
一気通貫するサービス

売上収益の顕在化FY2019 4Q予定

オフラインコマース広告

β版を秋にリリース

PayPayとのクーポン、サンプリング
ソリューションを大手ドラッグストア、
コンビニと実施予定

主に
メーカー向け



商品売上の拡大目的を重視

主に
店舗向け



予約や送客等を重視

**通期は一桁前半のYoY成長率が現状での見通し。
新たな取り組みを加え、期初目標の達成を目指す**

項目	目標（前年度比）
広告関連売上収益	+ひと桁半ば～ふた桁%
検索連動型広告	+ひと桁後半%
ディスプレイ広告	+ひと桁半ば～+ひと桁後半%

戦略的な取り組み

PayPay

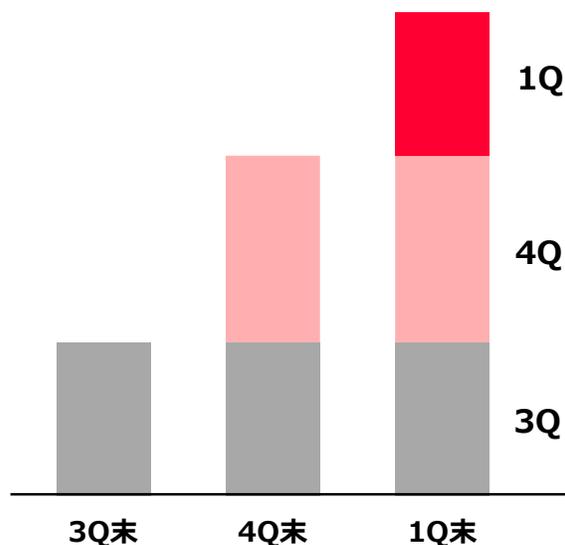
スマホ決済ビジネスの基盤が順調に拡大

登録者数



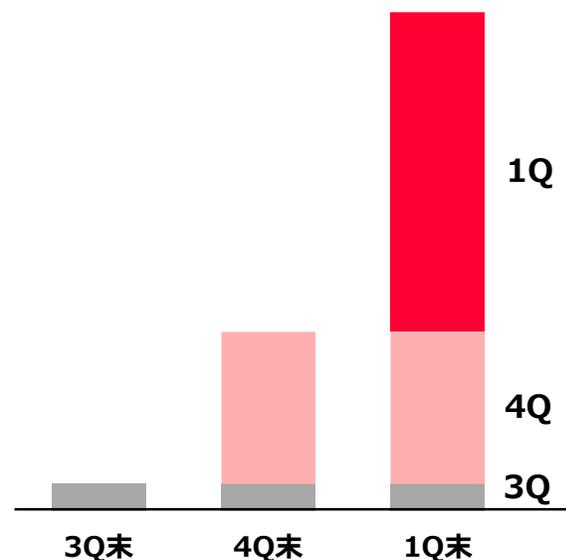
6月末累計
844万人

加盟店舗数



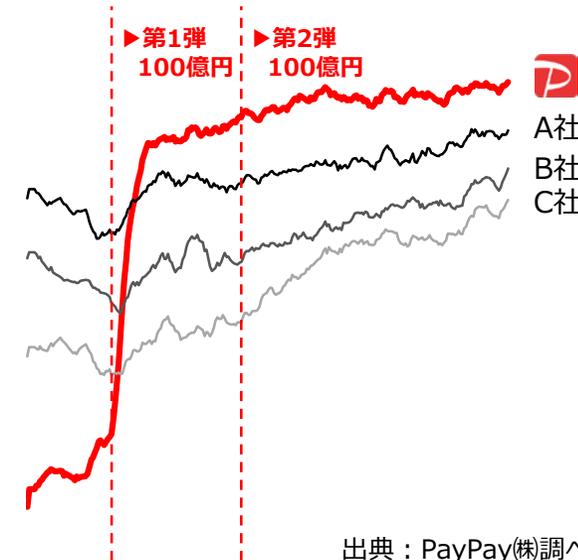
6月末累計
70万店

決済回数



6月末累計
7,409万回

認知度



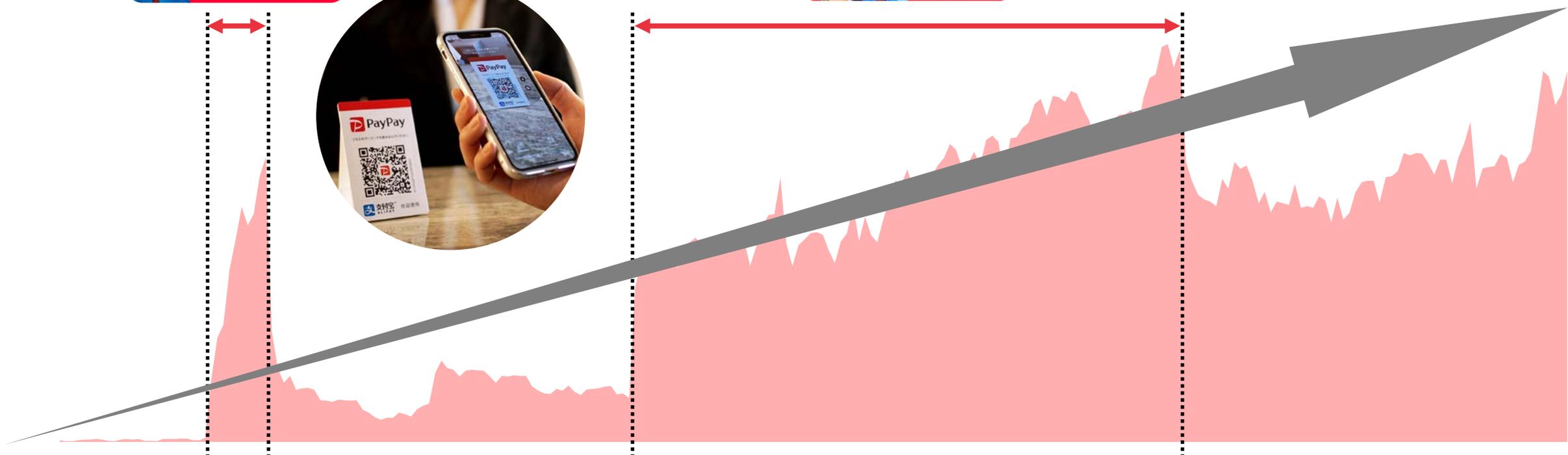
キャンペーン開始以降
No.1を維持

キャンペーン実施で決済回数が大幅増

第1弾100億円
キャンペーン



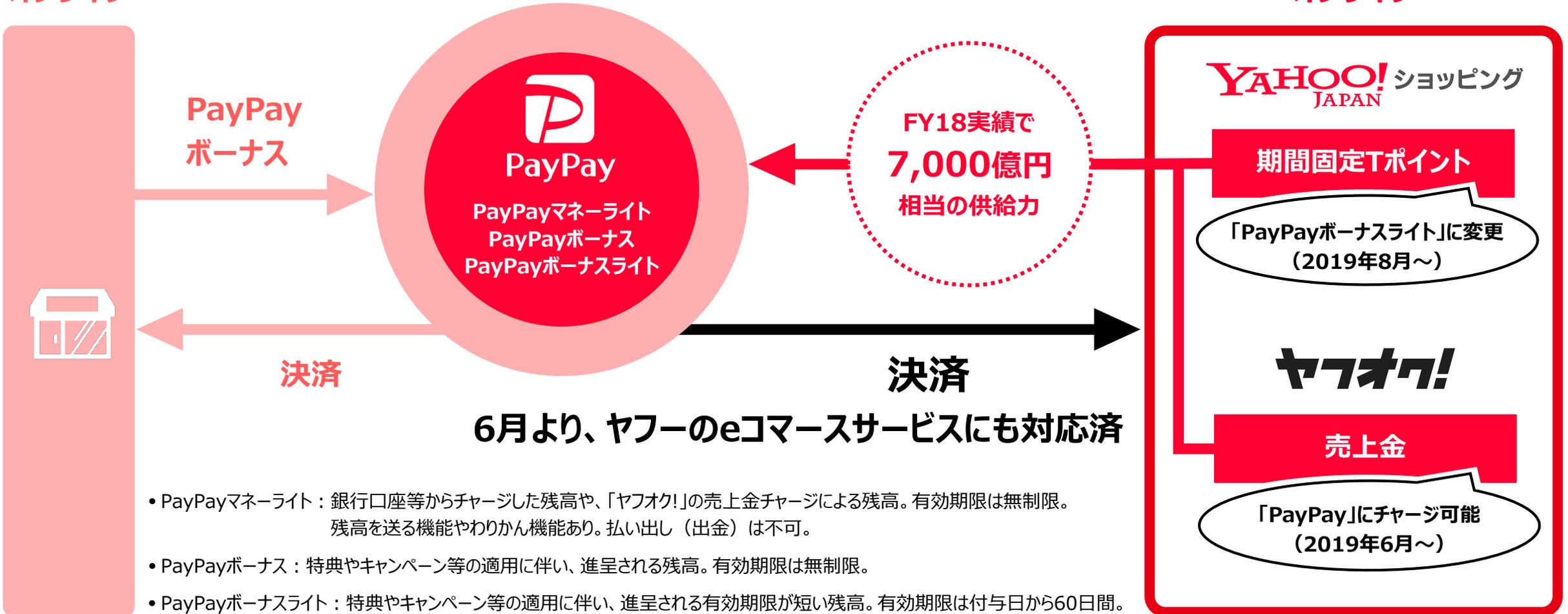
第2弾100億円
キャンペーン



決済と特典付与が、オフラインに加えオンラインでも実現

オフライン

オンライン



「PayPay」の可能性

各種キャッシュレス決済の比較

	 クレジットカード	 交通系IC	 スマホ決済
加盟店舗	<ul style="list-style-type: none">• 決済手数料が高い• 端末が必要	<ul style="list-style-type: none">• 決済手数料が高い• 端末が必要	<ul style="list-style-type: none">• 決済手数料が安い• 端末が不要 <small>*「読み取り支払い」の場合</small>
利用者	利用可能な 中小店舗が 少ない	利用可能な 中小店舗が 少ない	利用可能な 中小店舗が 広がる

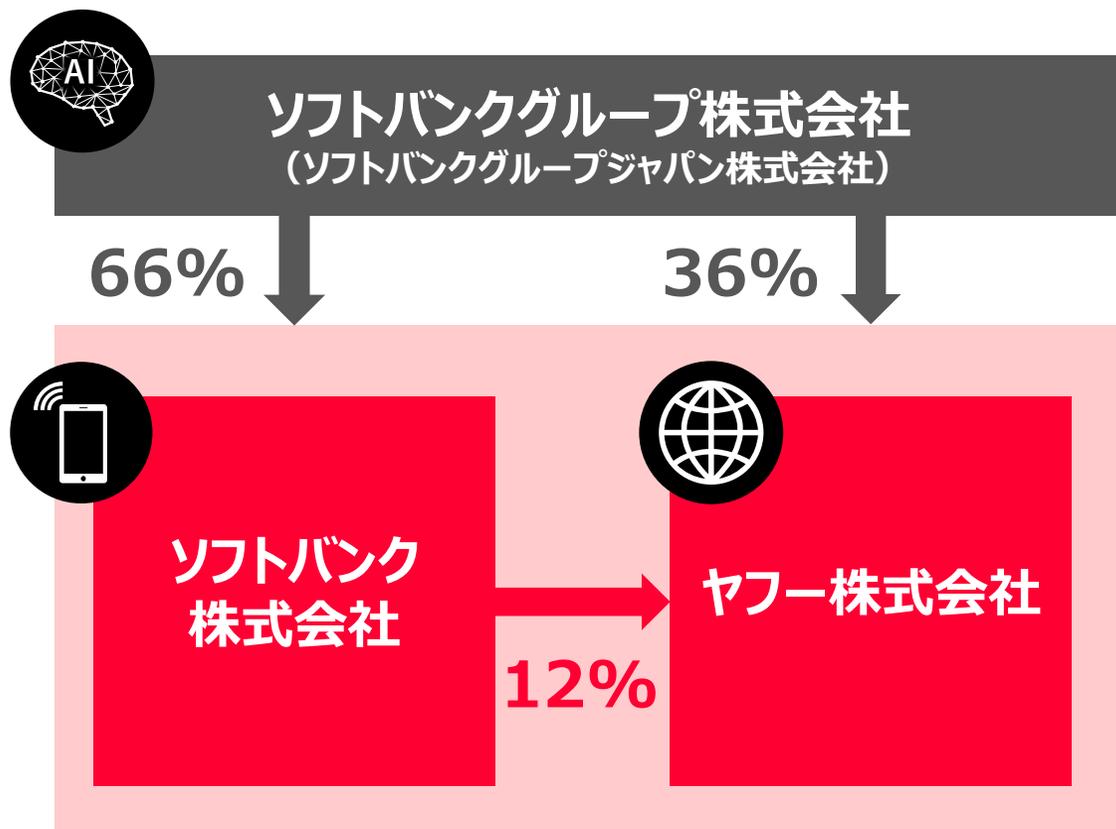
PayPayのメリット

	 短期的	 中長期的
加盟店舗	<ul style="list-style-type: none">• 決済手数料 <small>*「読み取り支払い」は、 2021年9月末まで無料</small>• 売上金の入金が迅速	<ul style="list-style-type: none">• マーケティング• データ活用• 「PayPay」による 財務アドバイス
利用者	「PayPayボーナス」 付与	<ul style="list-style-type: none">• 優れた利用体験• スーパーアプリの 利便性 <small>* 日常の決済に関連するあらゆる アクションを便利にするアプリ</small>

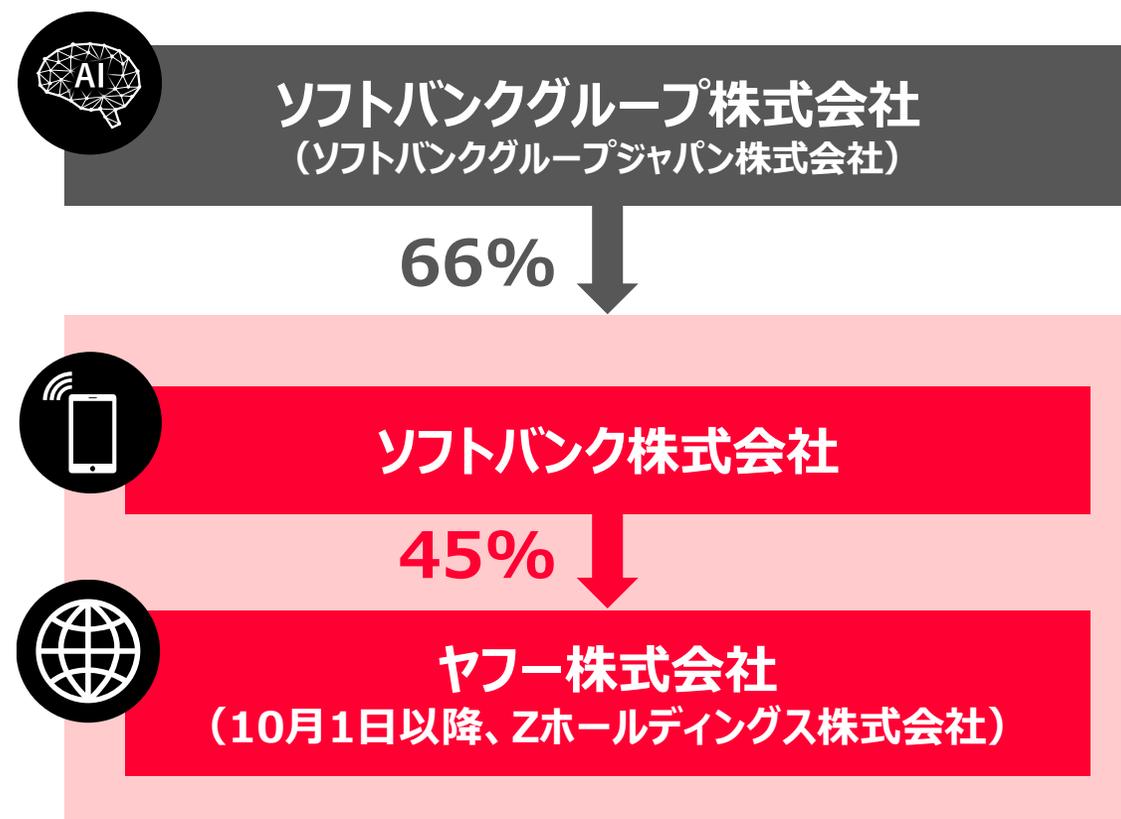
資本構成の変化

さらなる成長と企業価値向上を目指して

～2019年6月26日



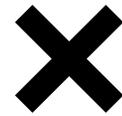
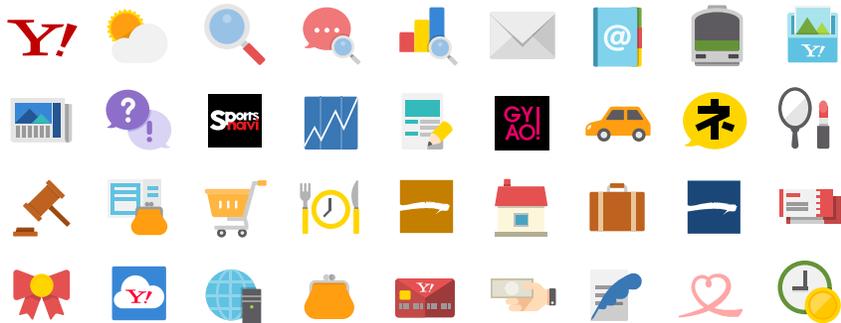
2019年6月27日～



世界的にも類を見ないほど大規模な 「情報通信グループ」で競合には真似できない未来を創る

YAHOO!
JAPAN

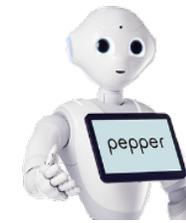
多種多様なインターネットサービス



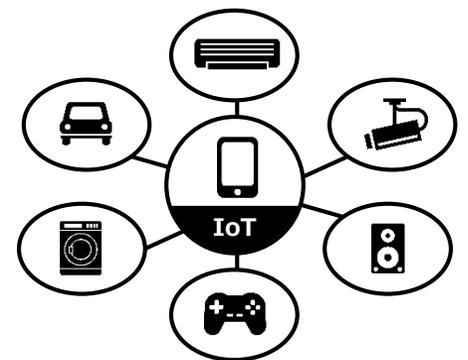
SoftBank

通信 (5G) ・スマホ・ロボット・IoT等

SoftBank 5G



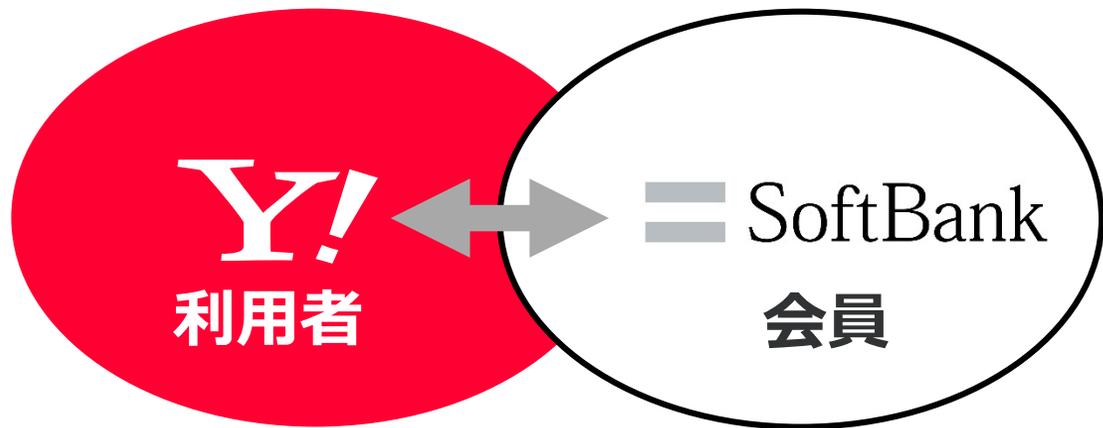
© SoftBank Robotics



のべ1億人超の利用者基盤とビッグデータ

ソフトバンクとのシナジー

これまでの実績

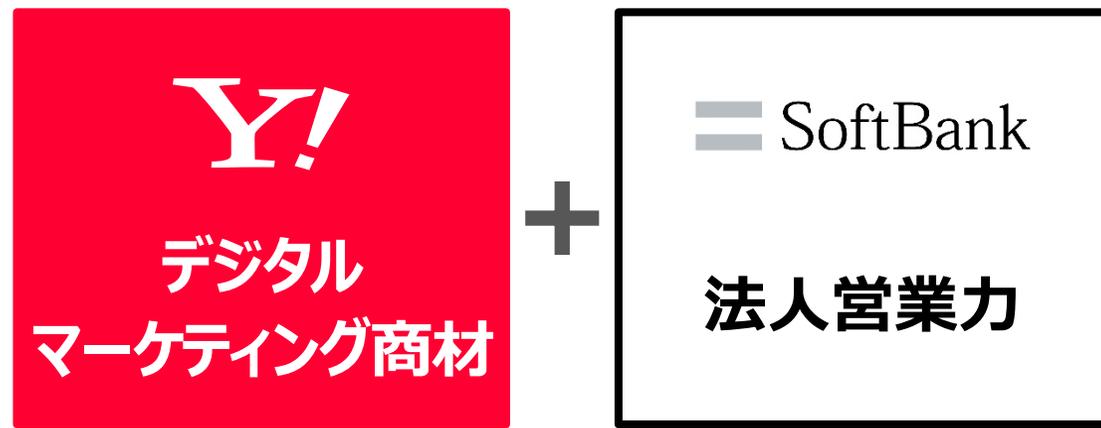


プレミアム会員連携施策
eコマース特典

eコマース取扱高



これからの取り組み



&

デジタルマーケティングにおける
連携施策

広告売上収益



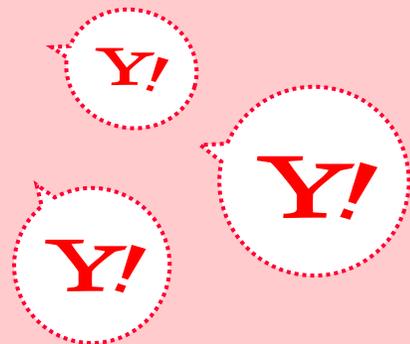
Yahoo! JAPANのサービスを通じて ユーザーの「生活」を“！”するほど「便利」にする

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

質疑応答中

YAHOO!
JAPAN