

LINEヤフー株式会社 決算説明会

2025年度 第1四半期

2025年8月4日

証券コード: 4689

LINEヤフー

2025年度 第1四半期 決算概要

1

全社業績は通期ガイダンスに沿って推移

- FY25Q1実績: 全社 売上収益 4,896億円 (YoY+5.7%)
全社 調整後EBITDA 1,258億円 (YoY+3.4%)

2

中長期成長に向けた取組みは進展

- LINEリニューアルを25年7月から段階的に開始、LINEミニアプリは機能・営業体制を強化
- サービスへのAI機能を順次実装、日本での生成AI普及を促進

目次

1 全社連結業績

2 セグメント別業績・トピックス

目次

1 全社連結業績

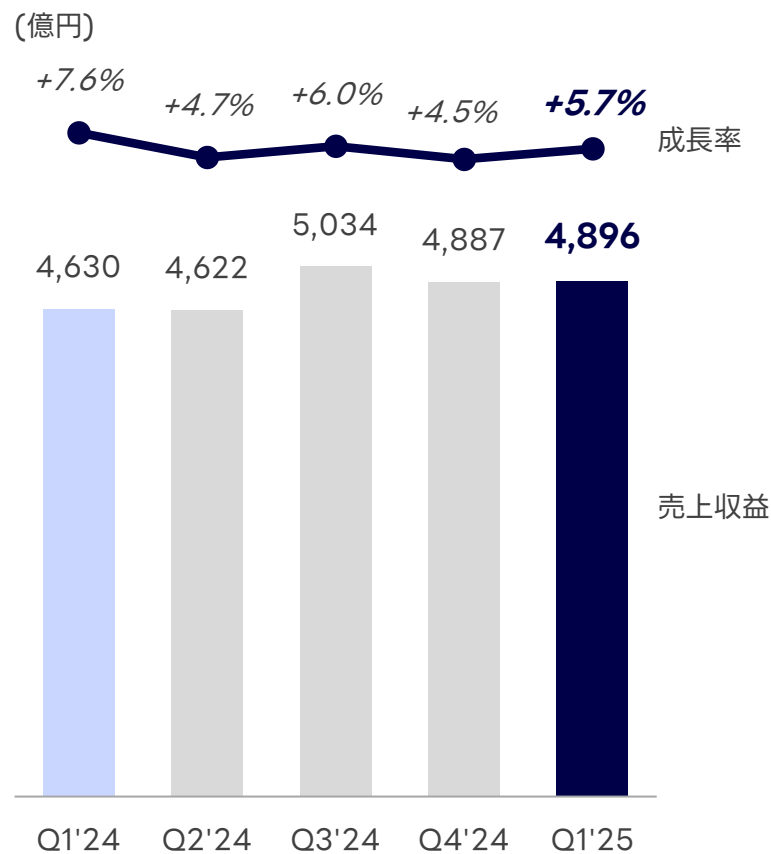
2 セグメント別業績・トピックス

通期ガイダンス達成に向けて想定内の実績で着地

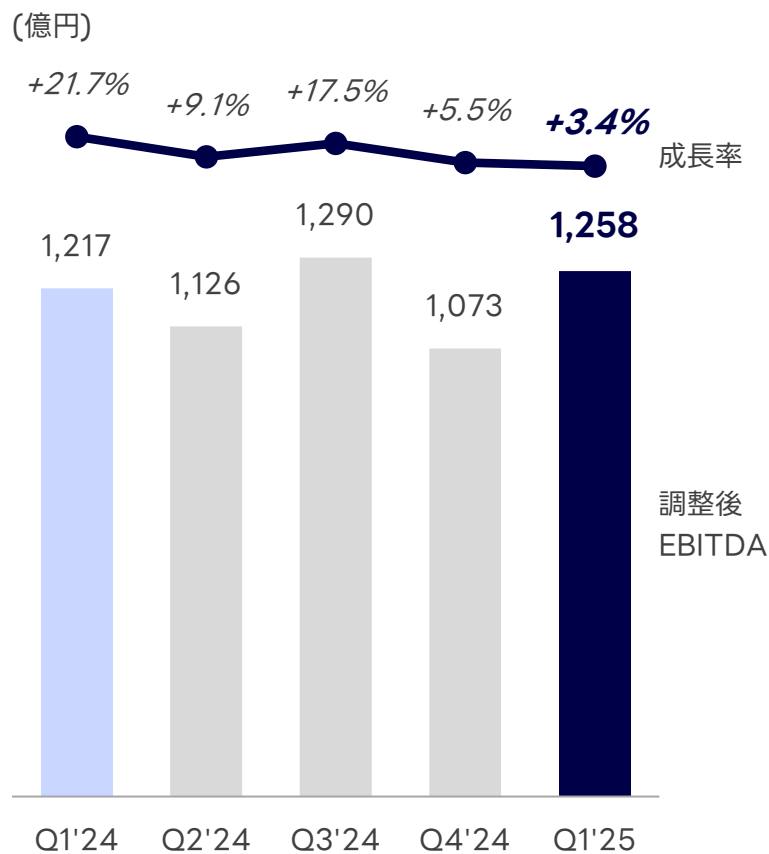
セグメント	項目	FY2025 Q1	増減率 (YoY)	ガイダンス進捗率
全社	売上収益	4,896 億円	+5.7 %	23.3 %
	調整後EBITDA	1,258 億円	+3.4 %	24.7~25.2 %
	調整後EPS	6.05 円	+7.1 %	22.5~23.4 %
メディア	売上収益	1,772 億円	+0.6 %	-
	調整後EBITDA	652 億円	-7.4 %	23.0 %
コマース	売上収益	2,159 億円	+3.5 %	-
	調整後EBITDA	371 億円	-10.5 %	24.2 %
戦略	売上収益	966 億円	+22.1 %	-
	調整後EBITDA	209 億円	+264.0 %	35.0 %
その他・調整額	調整後EBITDA	24 億円	-	

主にアカウント広告とPayPay連結が増収増益をけん引

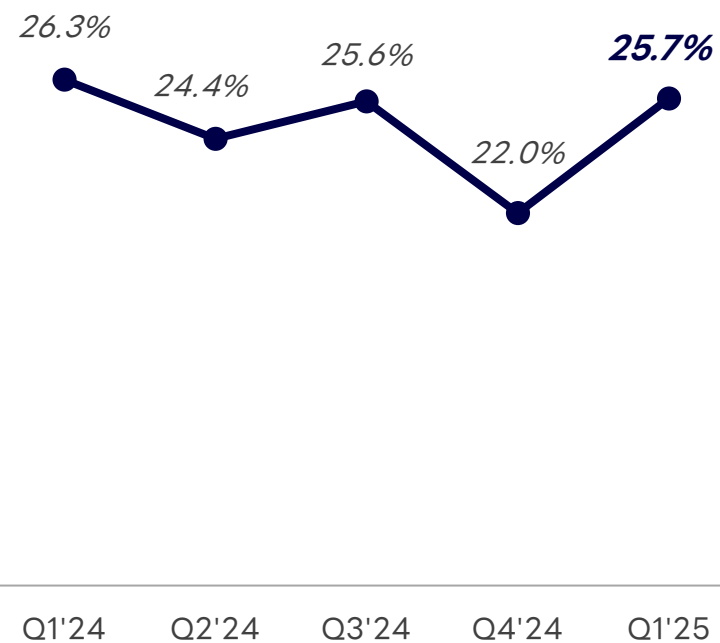
売上収益・成長率 (YoY)



調整後EBITDA・成長率 (YoY)



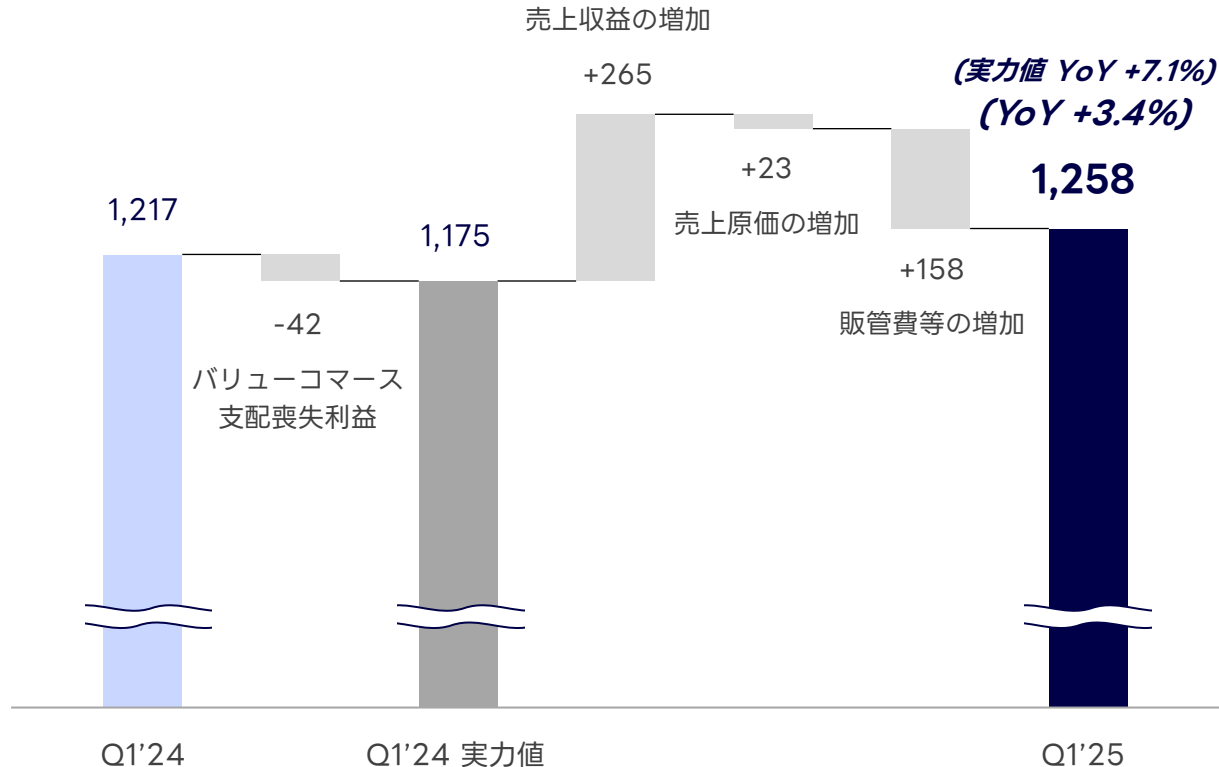
調整後EBITDAマージン



昨年度の一時益を除く実力値ではYoY+7.1%の増益

調整後EBITDA¹増減分析

(億円)



売上収益: +265億円

- メディア (+10億円): アカウント広告が成長
- コマース (+72億円): ZOZO、アスクル、Yahoo!ショッピングが成長
- 戦略 (+174億円): PayPay連結が成長

売上原価: +23億円

- メディア (-5億円): 主に検索広告が減少
- コマース (+6億円): 主にアスクルが増加
- 戦略 (+21億円): 主にPayPay銀行が増加

販管費等: +158億円

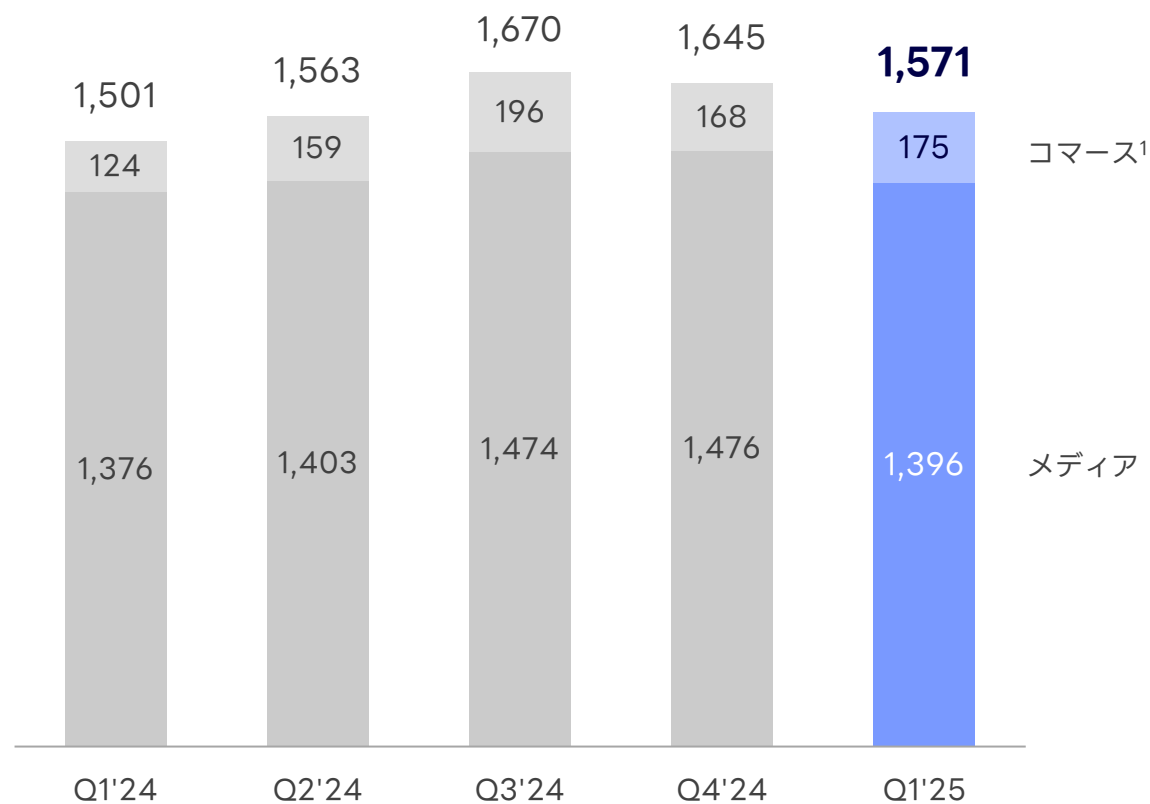
- 販売促進・広告宣伝費 (+74億円): 主にYahoo!ショッピングやYahoo!フリマ、LYPプレミアムやPayPay関連が増加
- その他販管費 (+24億円): 主に支払手数料や業務委託費、通信費が増加

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、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。2022年度第3四半期より定義を変更。減価償却費及び償却費に一部の賃借料を、EBITDA調整項目に一部ファンドの保有株式の売却損益を追加

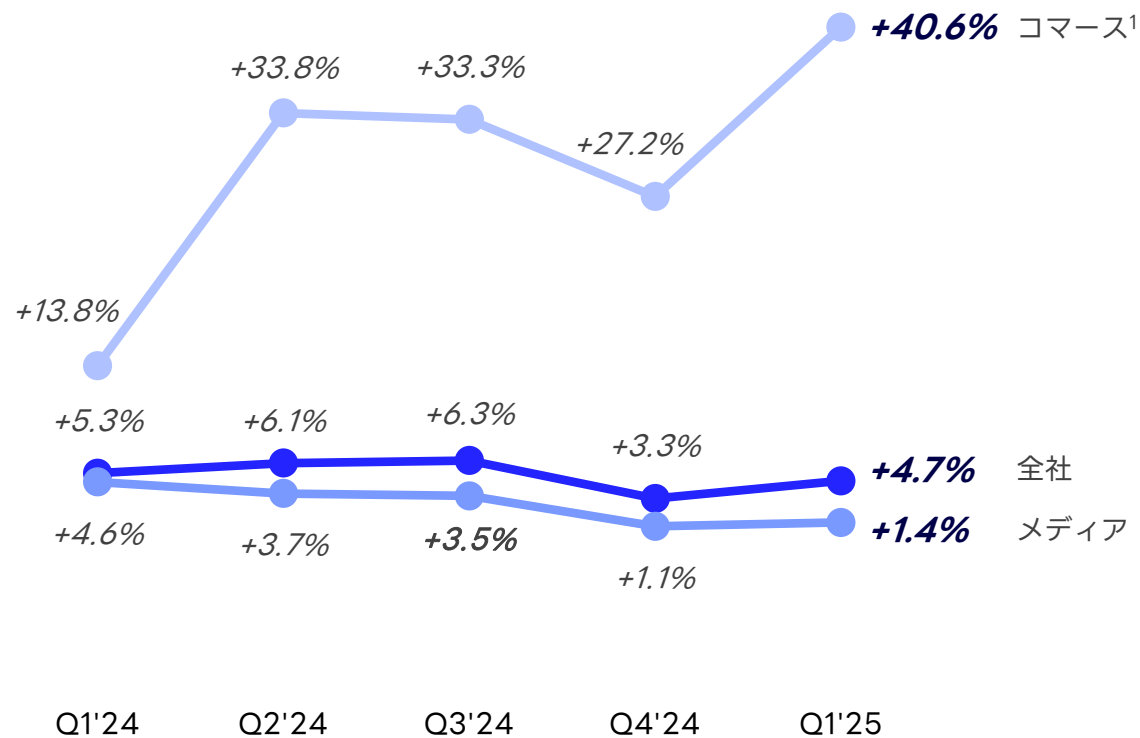
ショッピング取扱高の拡大により、コマース広告が大きく成長

全社 広告関連売上収益¹

(億円)



全社 広告関連売上収益 成長率 (YoY)

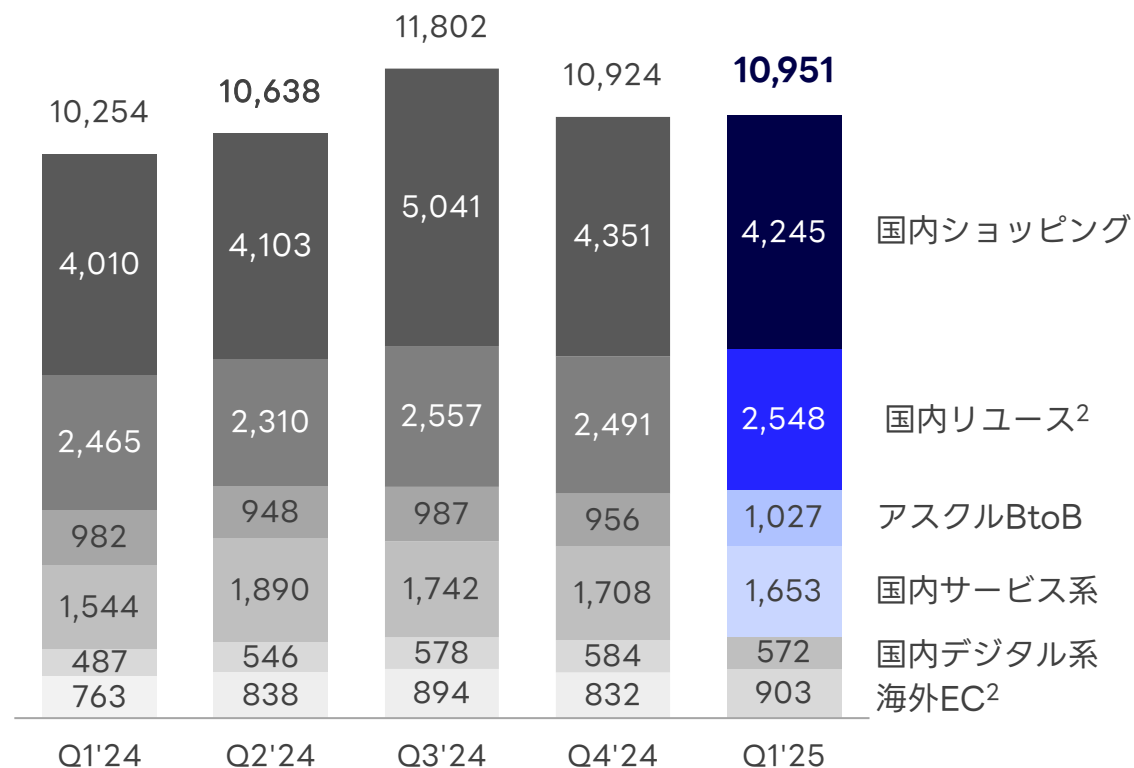


1. コマース広告の売上収益はコマース事業に計上

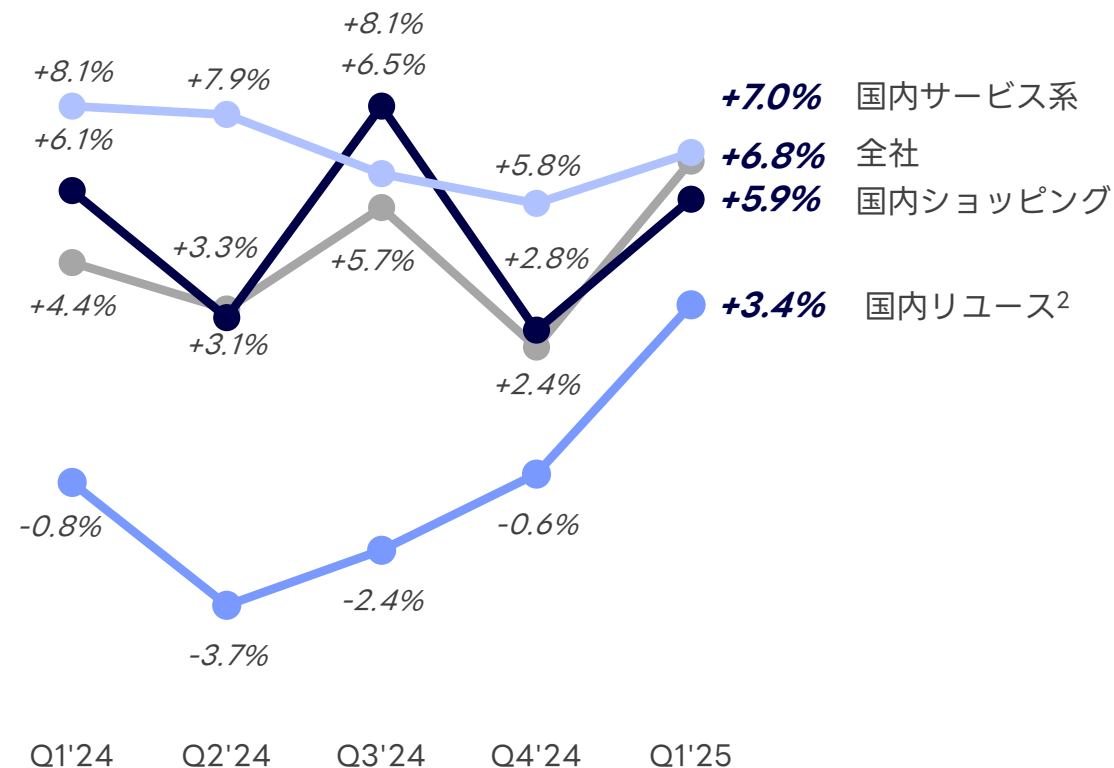
ショッピングとサービス系が成長をけん引

全社 eコマース取扱高¹

(億円)



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P26参照

2. FY25Q1より、国内リユースに「BEENOS」、海外ECに「Lyst」を含む

キャピタル・アロケーション方針に基づき、総額約1,500億円の自己株式取得・消却を実行

2025年5月7日発表分

取得株式総数	218,064,491 株
取得総額	約1,162億円
手法	公開買付
公開買付期間	2025年5月8日～2025年6月4日
消却株式総数	213,264,491 株
消却実施日	2025年7月1日

2025年6月30日発表分

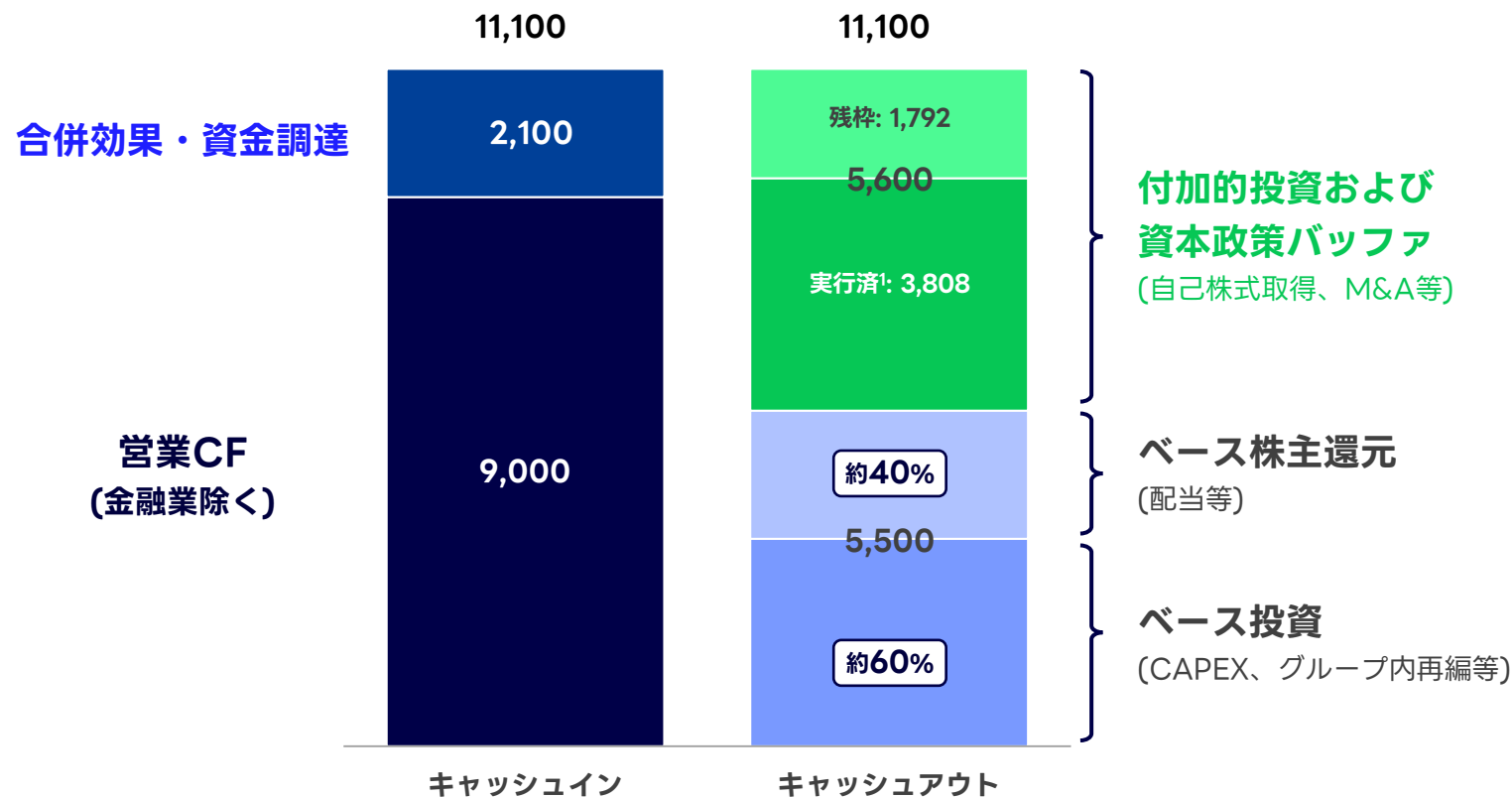
取得し得る株式総数	63,400,000 株 (上限)
取得総額	385億円 (上限)
手法	東京証券取引所における取引一任契約に基づく市場買付
買付期間	2025年7月1日～2025年9月30日
消却株式総数	本買付によって取得した自己株式の全株式数
消却実施日	2025年10月31日

成長投資と株主還元のバランスを取りながら、ポジティブスプレッドをさらに拡大

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)

株主資本コスト

(億円)



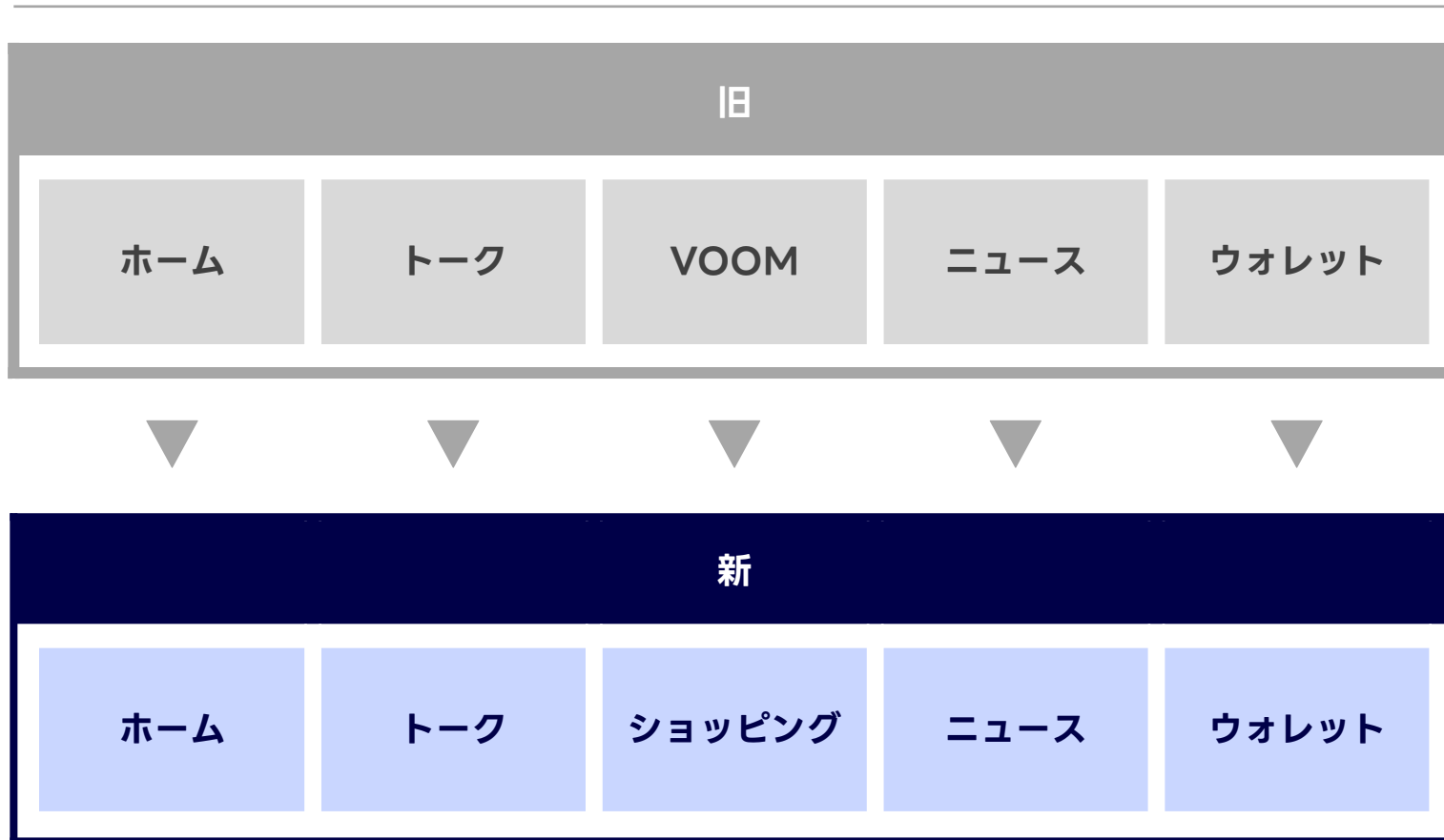
株主資本コスト
(直近1年間)

4.1~5.5%

ポジティブスプレッドの
さらなる拡大を目指す

ショッピング・ウォレットタブから順次リニューアル

タブ構成



スケジュール

ショッピングタブ

25年9月以降

一部ユーザーから段階的にリリース

ウォレットタブ

段階的に機能リリース中

その他

FY25下期以降

タブごとにリリース

コマース・ミニアプリへの導線を強化し、LINEユーザーの利用を促進

ショッピング

- LINEコマースサービス*のポータル
- 将来的にはデータ活用によりパーソナライズし、AIが商品を提案

*LINEコマース

LINEギフト (ギフト)

既存サービスを強化

LINEショッピング¹ (自己購入)

従来型モールと異なる、ユーザー属性に合わせたレコメンド型の新ECサービスを志向。グループアセットとも連携予定

期待効果

ショッピング取扱高の成長 / 日本のEC化率の向上

ウォレット

- ミニアプリにフォーカスしたUI/UXへ刷新し、ミニアプリへの導線を強化

今後の展開

初期は利用頻度が高いミニアプリを中心に掲載

幅広い業界で営業を強化し、ミニアプリ数とバリエーションを拡大

ユーザー向けキャンペーンを通じて利用を促進

ミニアプリの起点となる取組みに加え、将来的にはウォレット機能の強化も推進

期待効果

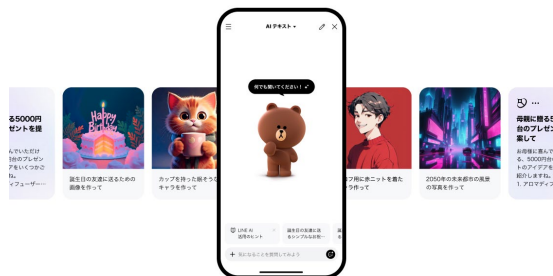
ミニアプリ利用の拡大 / 広告売上の向上

1. 2025年5月より先行公開している新しいオンラインショッピングサービス。LINEブランドカタログ (売上に応じた成果報酬が発生するアフィリエイト) とは異なり、LINEアプリ内で購入から支払いまでを完結

サービスへのAI活用を通じ、日本での生成AI普及を促進

FY25 (4~7月) 生成AIを活用した14のサービス・機能をリリース

LINE AI



LINE AIトークサジェスト



Yahoo! JAPAN AIアシスタント



Yahoo!ニュース AIトピ



Yahoo!ショッピング 商品比較・レビュー要約



Yahoo!ショッピング 商品検索サポート



Yahoo!検索 宿泊施設の口コミ要約

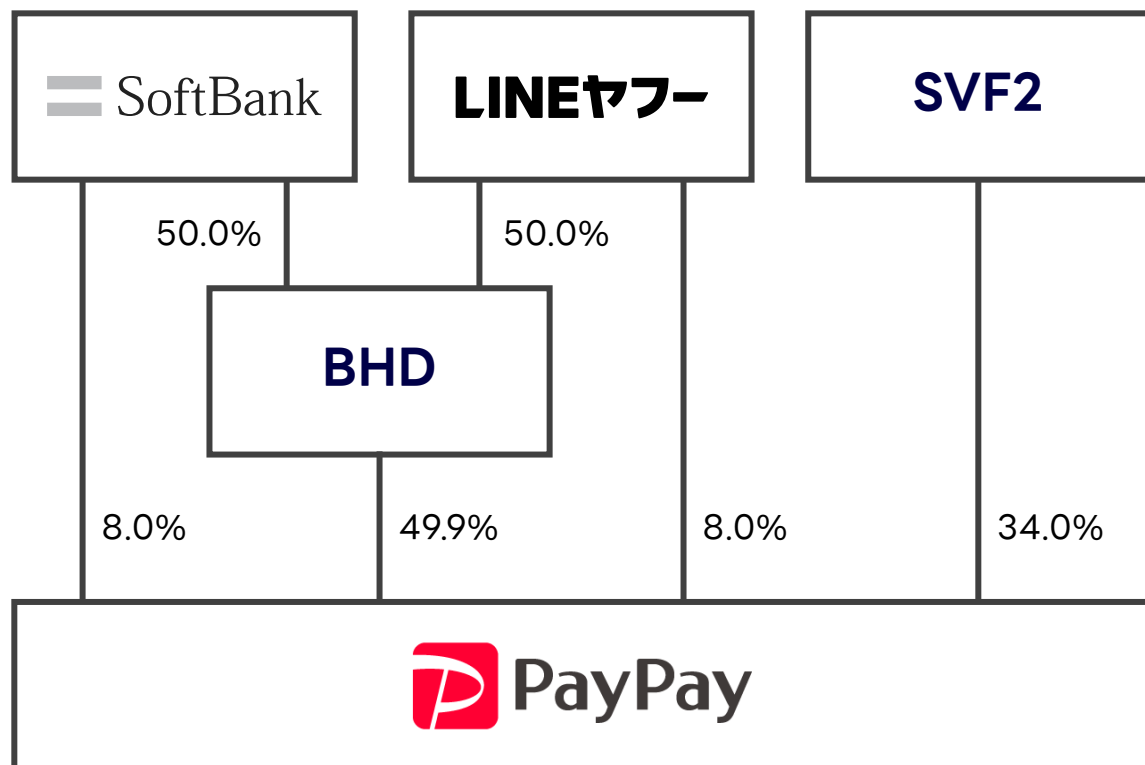


Yahoo!きっず AIでゲームづくりエーター



PayPayの上場について

PayPayの資本構成 (2025年6月30日時点)



PayPayの上場に関するLINEヤフーの考え (スタンス)

上場後も現在の資本関係 (連結) を維持



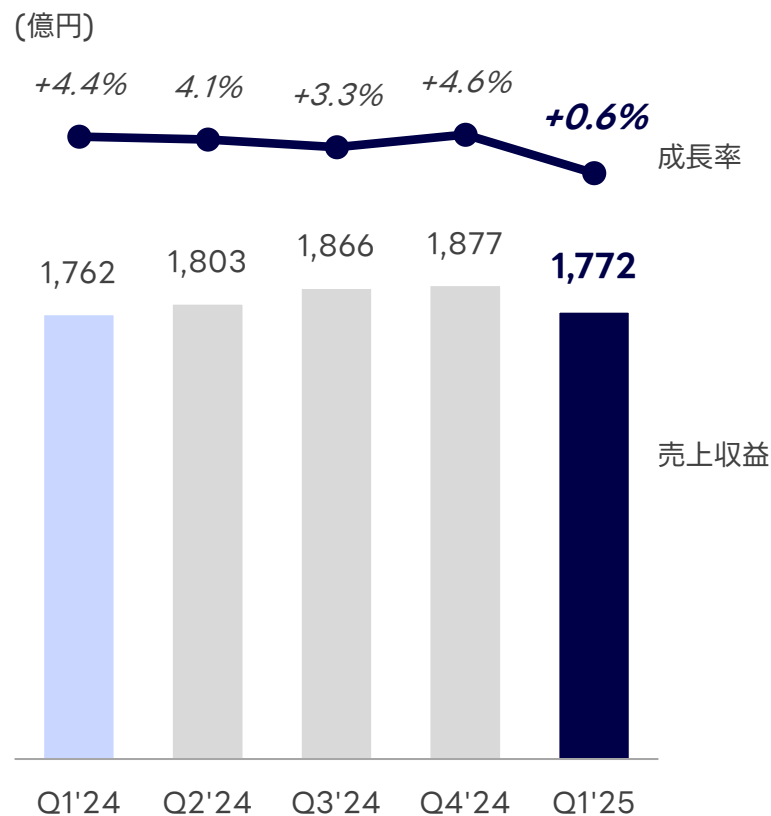
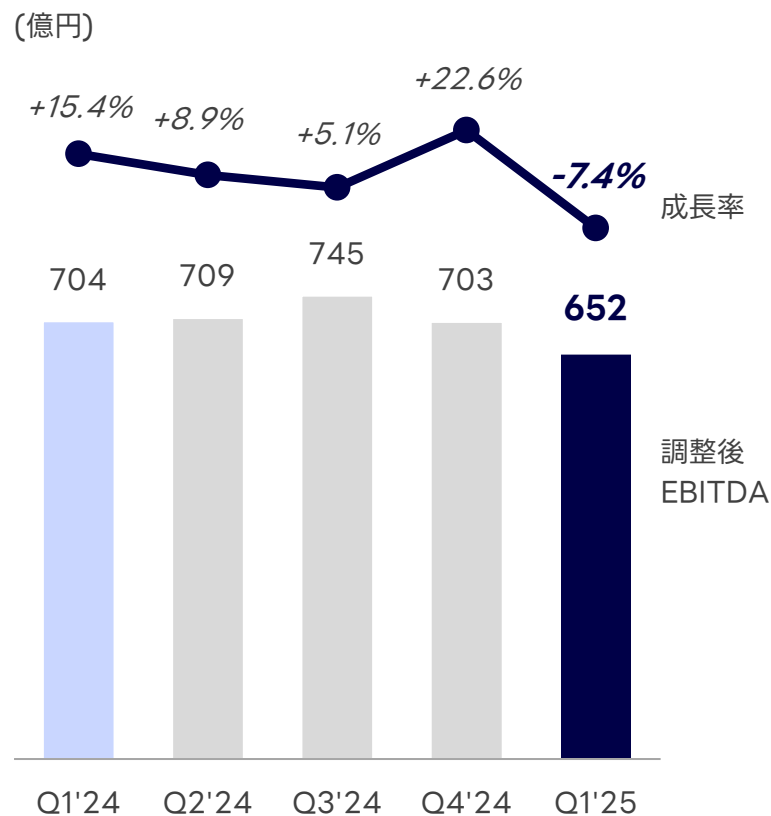
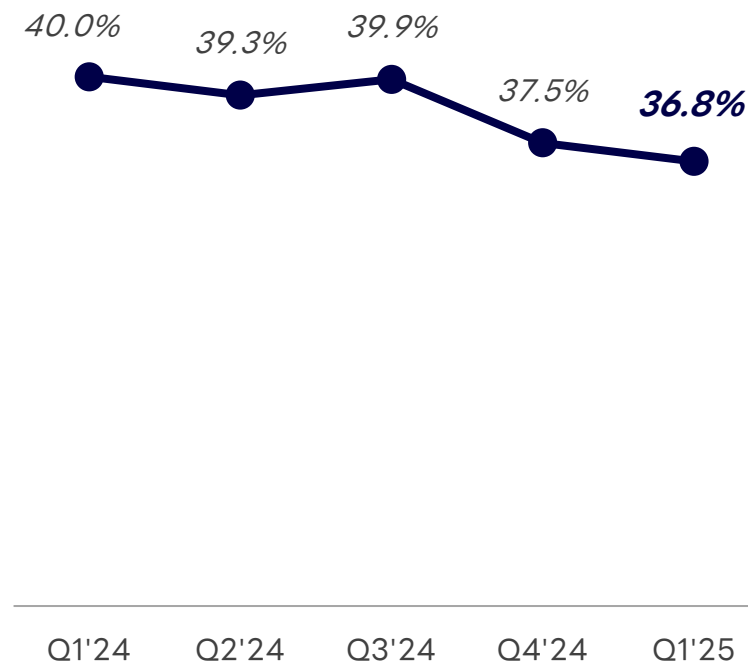
上場後も、その他ステークホルダーとともに、PayPayの事業と企業価値拡大にコミット

目次

1 全社連結業績

2 セグメント別業績・トピックス

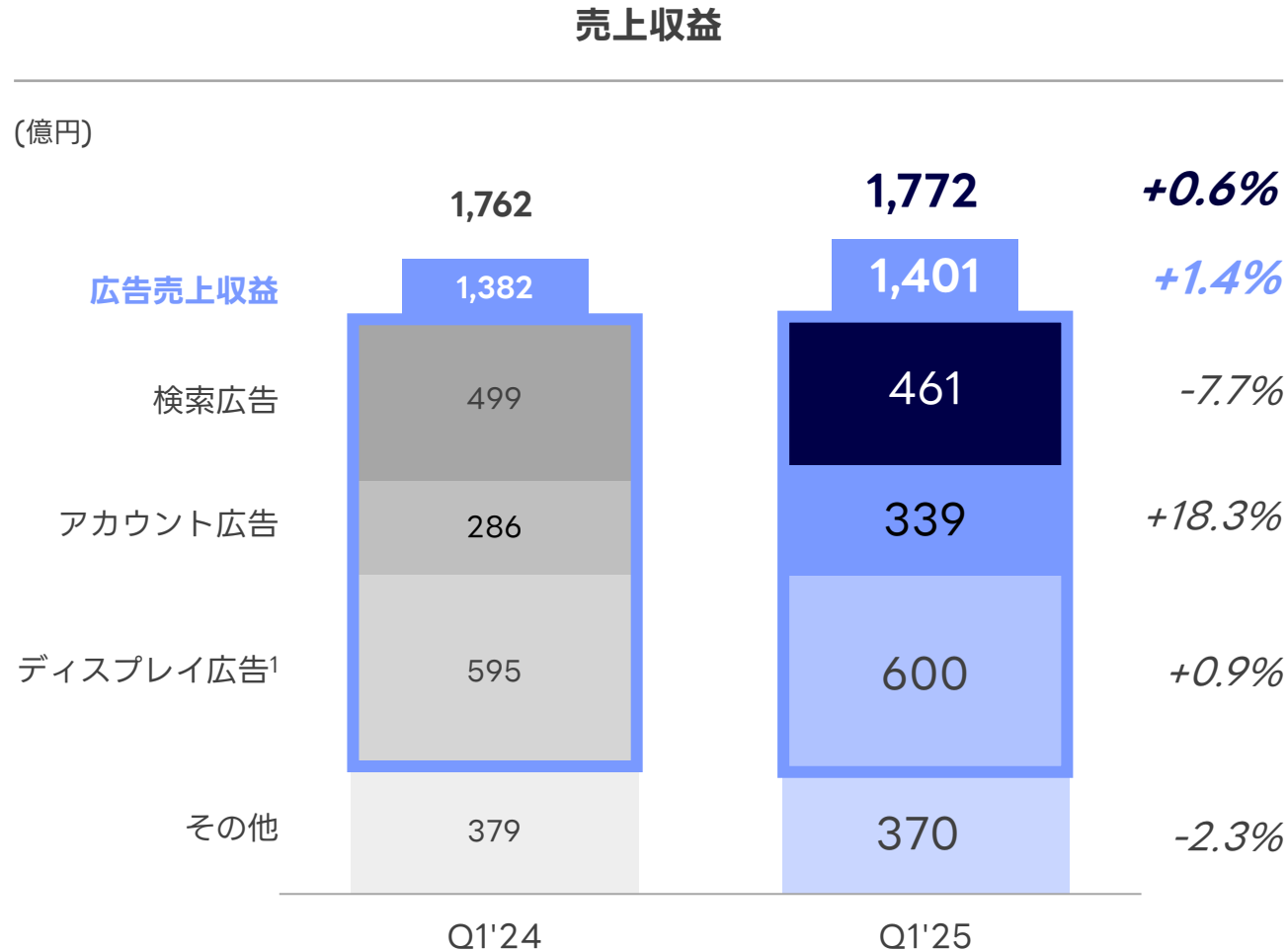
アカウント広告の成長で増収するも、販管費の増加により減益

売上収益・成長率^{1,2} (YoY)調整後EBITDA・成長率^{1,2} (YoY)調整後EBITDAマージン^{1,2}

1. 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

2. FY25Q1に、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の配賦基準を変更。これに伴い、FY24業績を遡及修正

検索広告が減収となるも、アカウント広告の成長により広告売上はプラス成長



全社 広告関連売上収益: +19億円

検索広告: -38億円

- ・ 広告需要の鈍化による影響

アカウント広告: +52億円

- ・ 有償アカウント数と従量課金が拡大

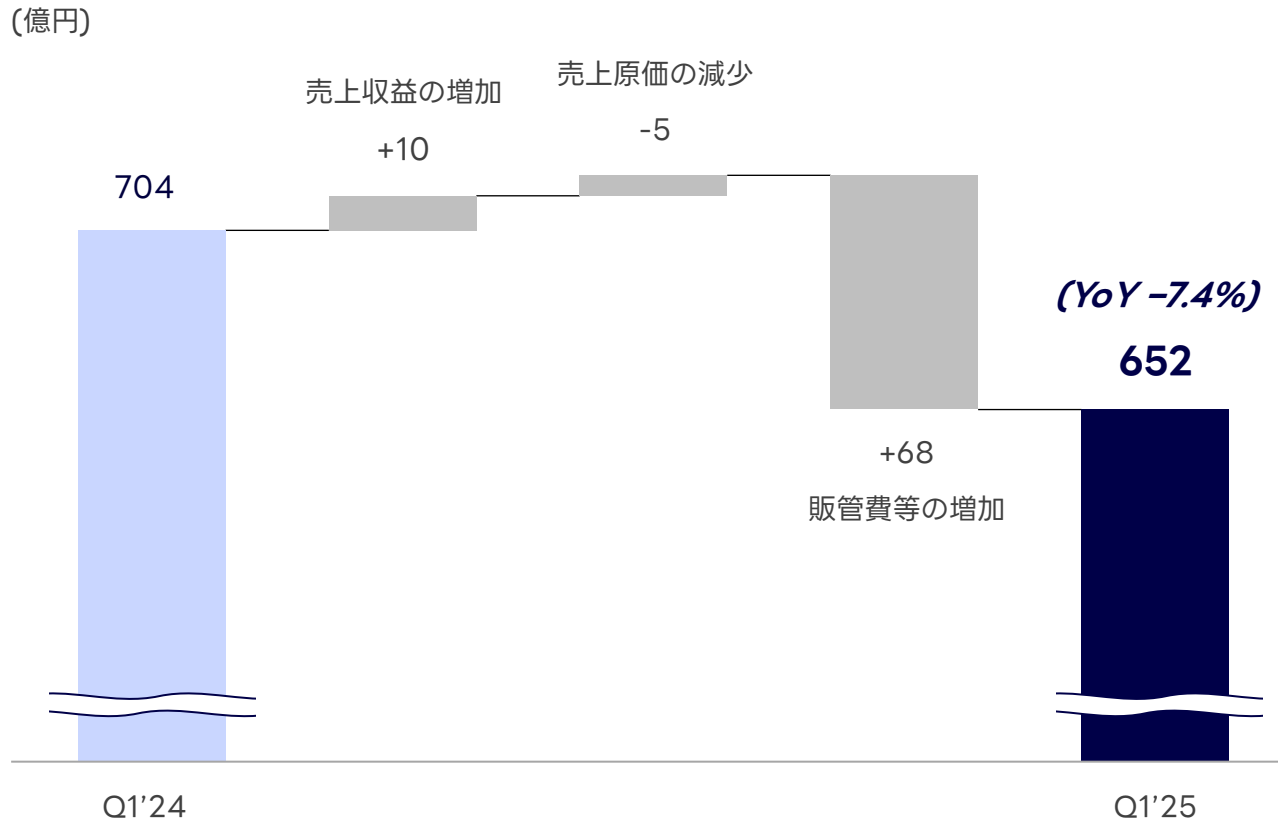
ディスプレイ広告: +5億円

- ・ インプレッション数は拡大、一部業種の出稿が伸長

その他: -8億円

増収と原価改善はあったものの、基盤構築費用の増加により減益

調整後EBITDA¹増減分析



売上収益: +10億円

- ・ アカウント広告が増加

売上原価: -5億円

- ・ 検索広告が減少

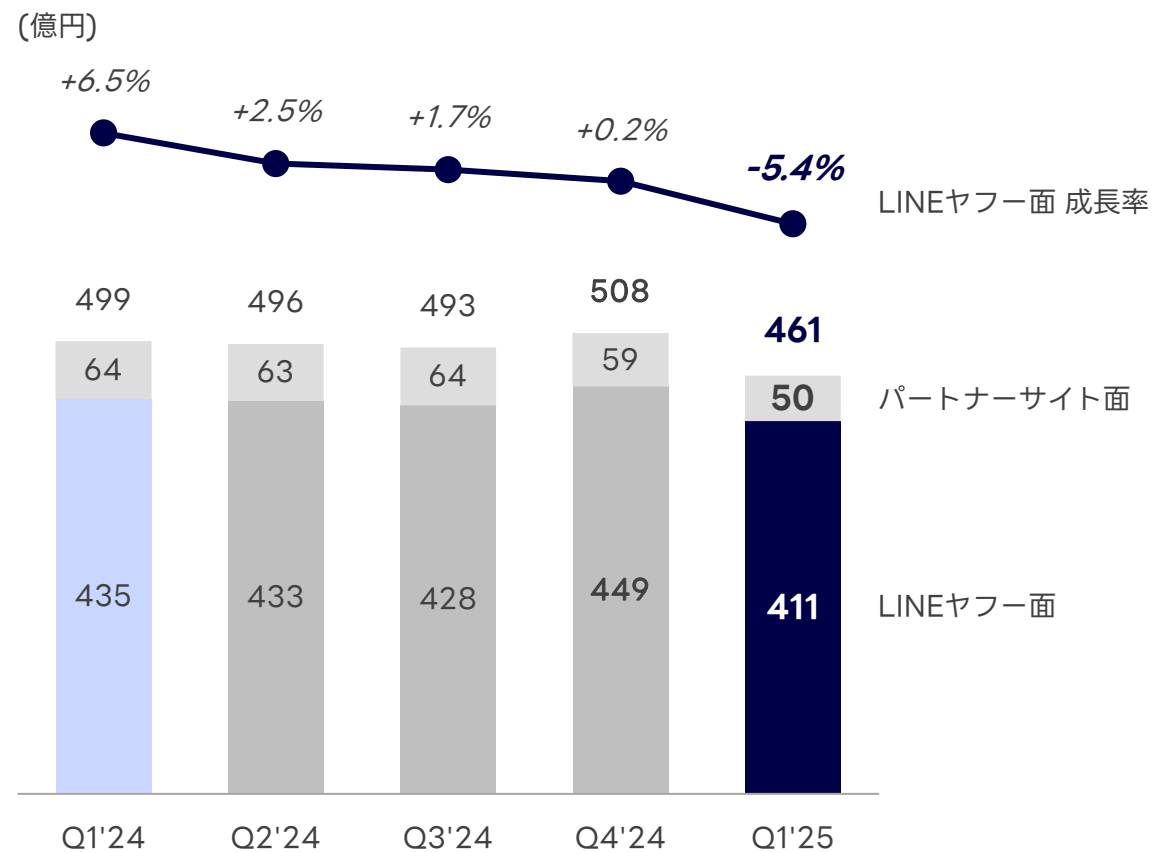
販管費等: +68億円

- ・ 販売促進・広告宣伝費 (+19億円): 主にLYPプレミアム会員が利用したポイント費用が増加
- ・ その他販管費 (+58億円): 主に広告プラットフォームの統合及びAI基盤の構築等に伴う費用の増加に加え、人件費や生成AI関連費用が増加

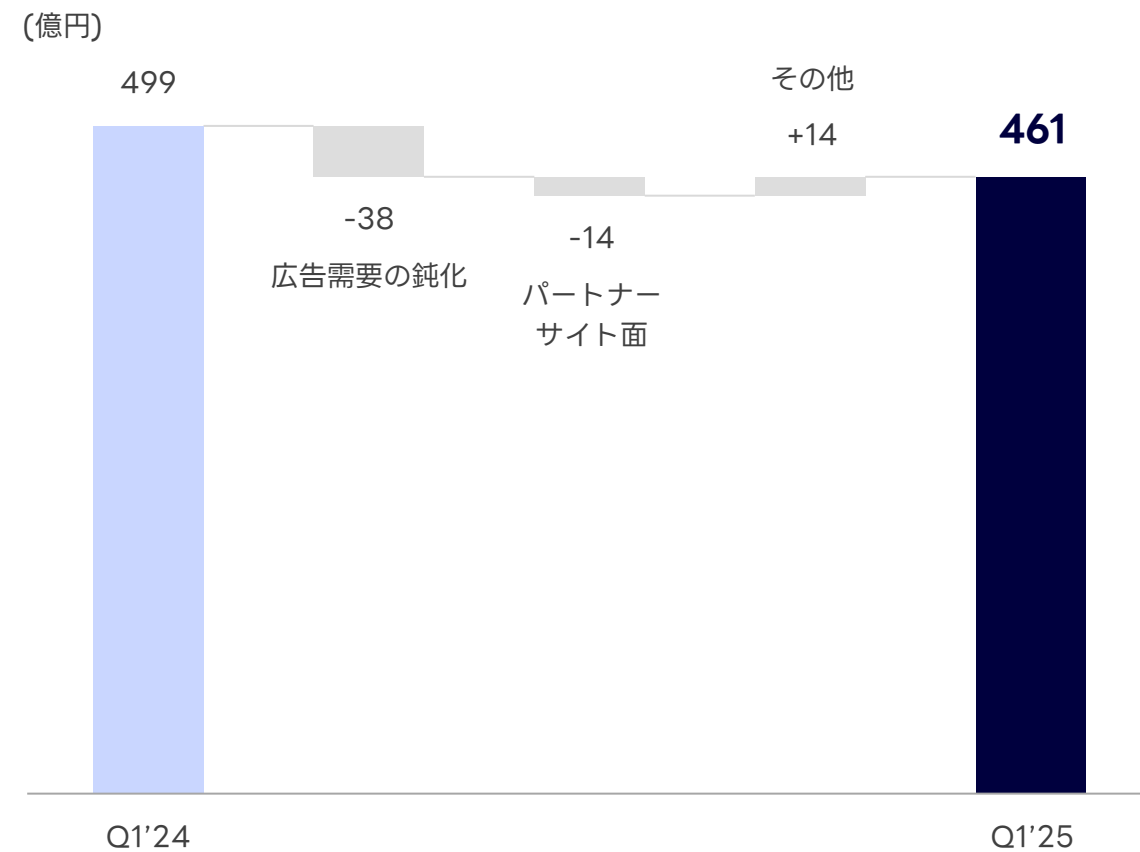
1. 調整後EBITDA: 営業利益 + 減価償却費及び償却費 ± EBITDA調整項目。EBITDA調整項目: 営業収益・費用の内、非経常かつ非現金の取引損益 (固定資産除却損、減損損失、株式報酬費用、企業結合に伴う再測定益、その他現金の流出が未確定な取引 (一時的な引当金等) 等)。また、一部ファンドの保有株式の売却損益。2022年度第3四半期より定義を変更。減価償却費及び償却費に一部の賃借料を、EBITDA調整項目に一部ファンドの保有株式の売却損益を追加

AI検索の浸透ではなく、一部業種の需要鈍化要因により減収

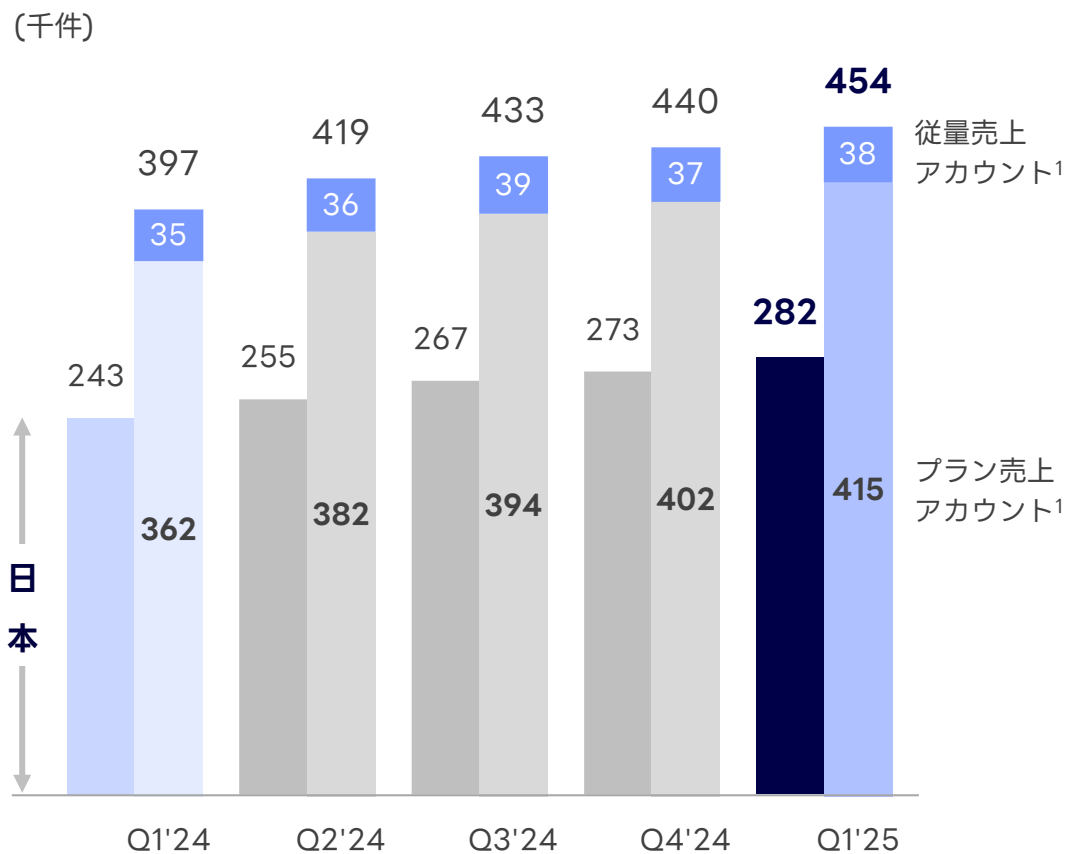
検索広告売上収益・成長率 (YoY)



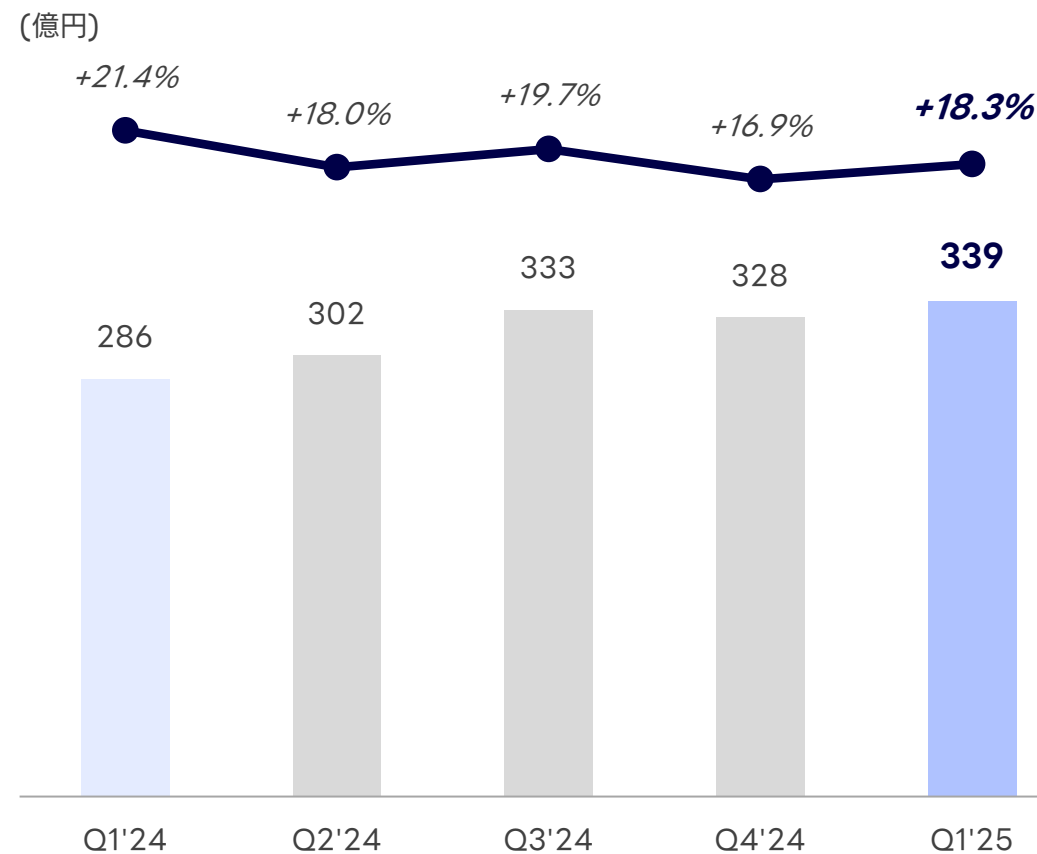
検索広告売上収益 増減要因



有償アカウント数と従量課金の拡大を背景に高成長を継続

有償LINE公式アカウント（グローバル・日本）の推移¹

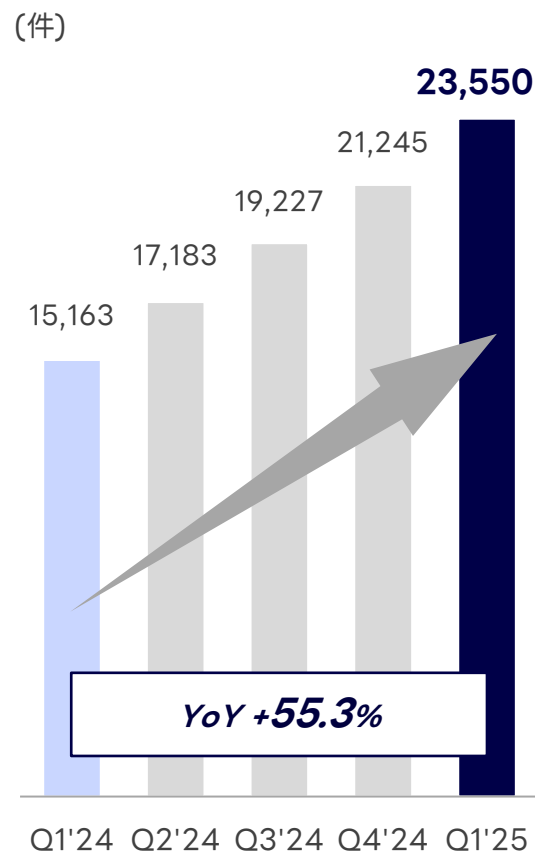
売上収益



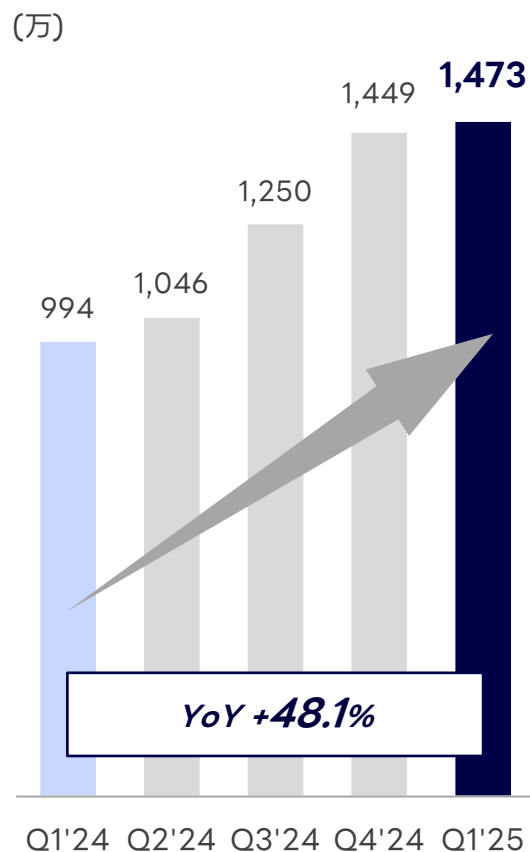
1. 各四半期末時点の有償アカウント数を記載。従量売上アカウントは従量課金売上が発生しているアカウント、プラン売上アカウントは月額固定費のみ発生しているアカウントと定義

ミニアプリの利用は順調に拡大。機能・営業を強化し利用をさらに促進

LINEミニアプリ数



LINEミニアプリ MAU



強化施策

提供機能

決済

アプリストアの決済情報を利用した決済や、ミニアプリ上に決済情報を登録して決済できる機能を提供

25年8月以降 順次提供予定¹

広告掲載

ミニアプリ内での広告掲載による収益化の機能を提供

25年7月 提供開始

オフラインストア開拓

専門子会社設立

- ・ 飲食や理美容特化の営業新会社、LINEヤフービジネスパートナーズを7月に設立
- ・ 東京・大阪に拠点を設置し、順次全国に拡大

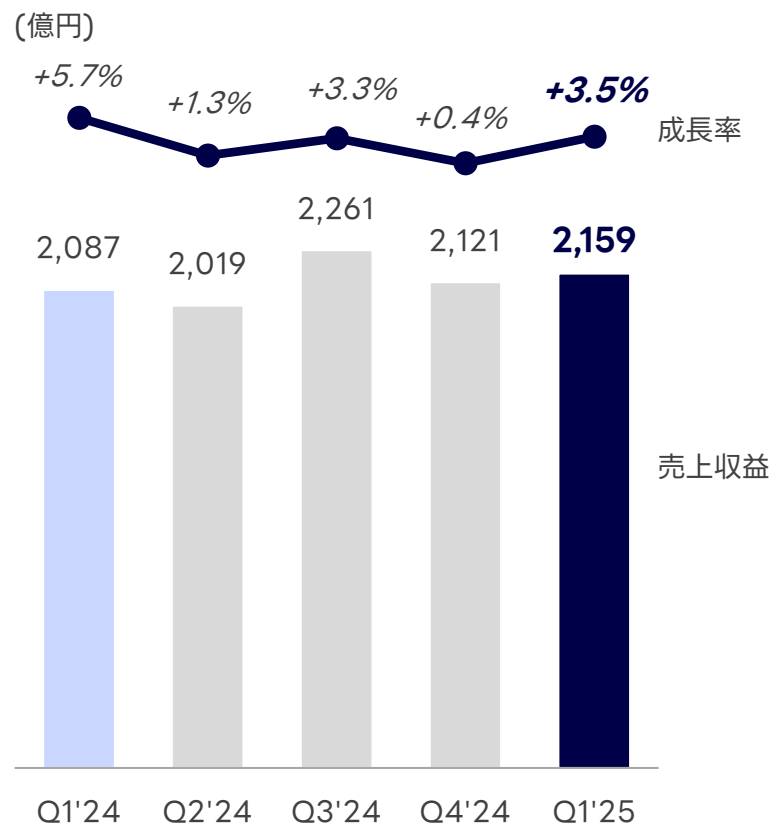
提供サービス

店舗運営の効率化、集客力向上、顧客との関係構築などのコンサルティング

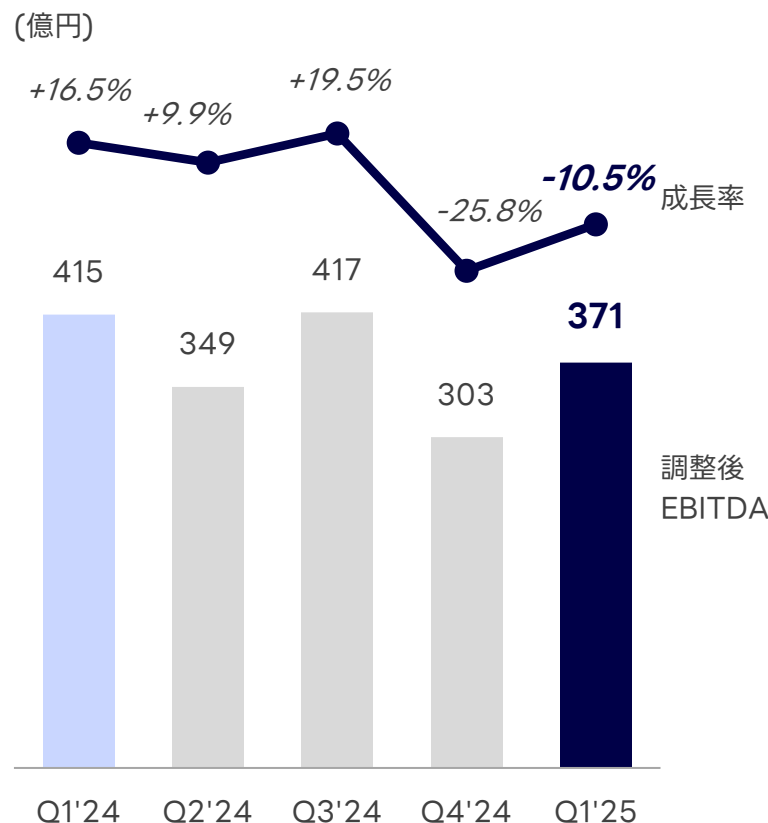
1. アプリストアの決済情報を用いた決済機能は25年8月以降に一部企業から順次提供開始。LINEミニアプリ上で登録した決済情報を用いた決済機能は26年以降提供予定

増収するも、昨年度の一時益の反動により減益

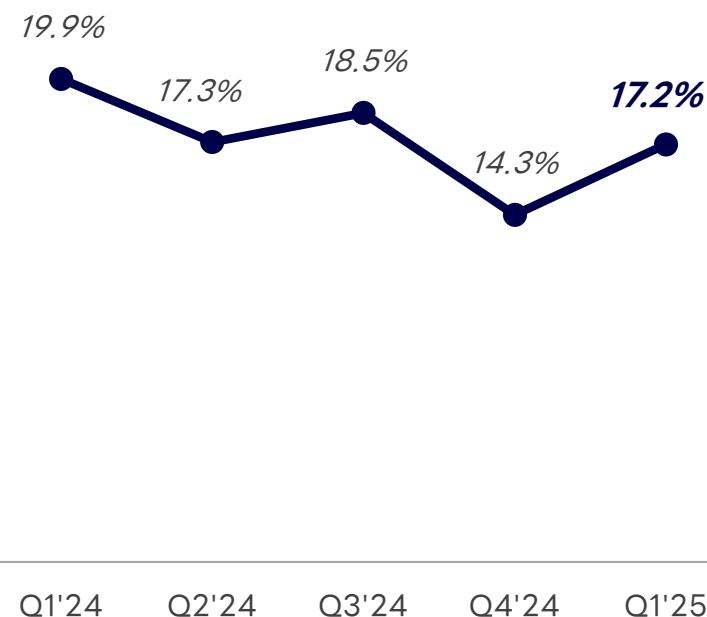
売上収益・成長率^{1,2} (YoY)



調整後EBITDA・成長率^{1,2} (YoY)



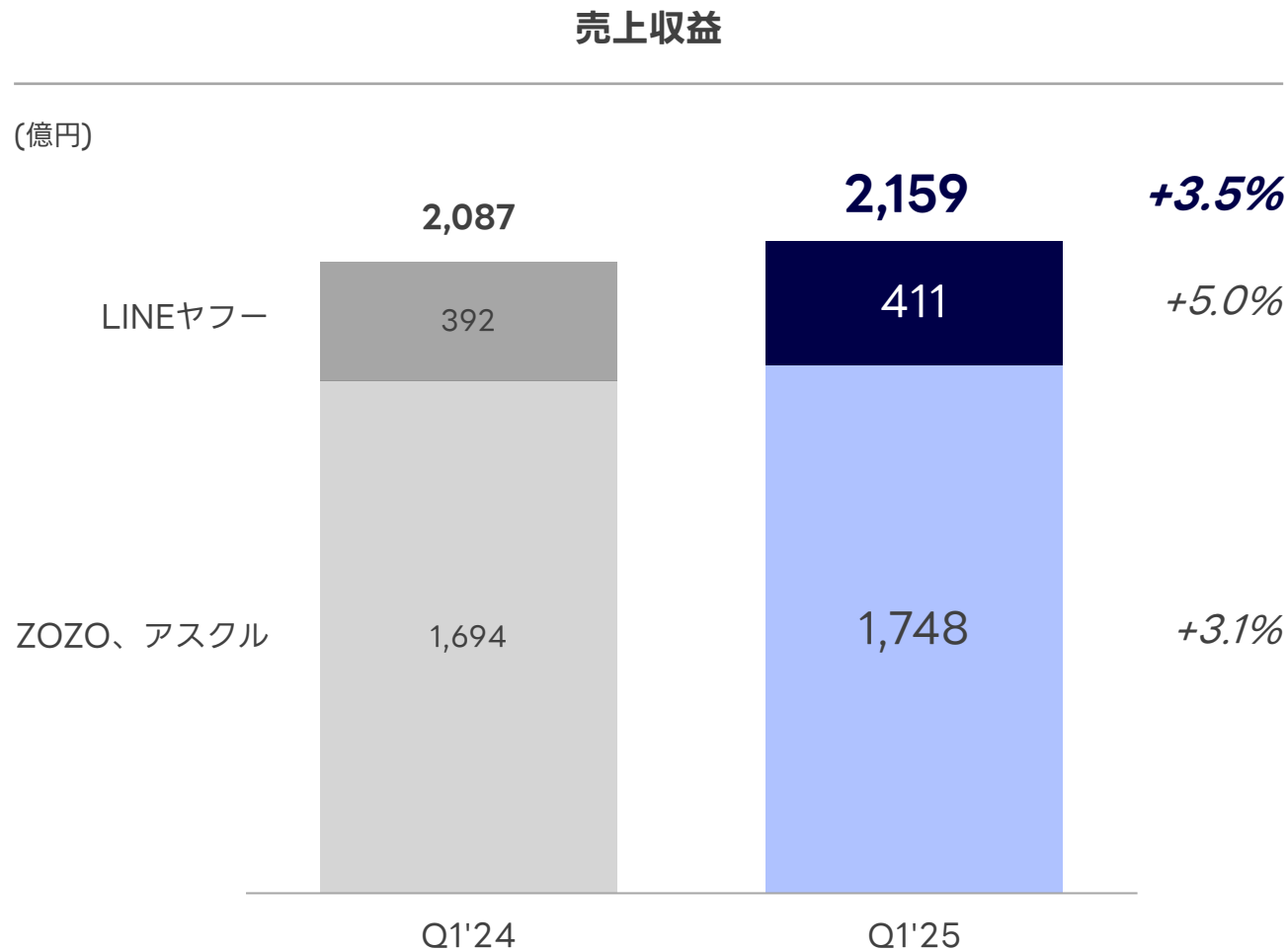
調整後EBITDAマージン^{1,2}



1. 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

2. FY25Q1に、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の配賦基準を変更。これに伴い、FY24業績を遡及修正

各プロダクトが順調に成長



LINEヤフー: +19億円

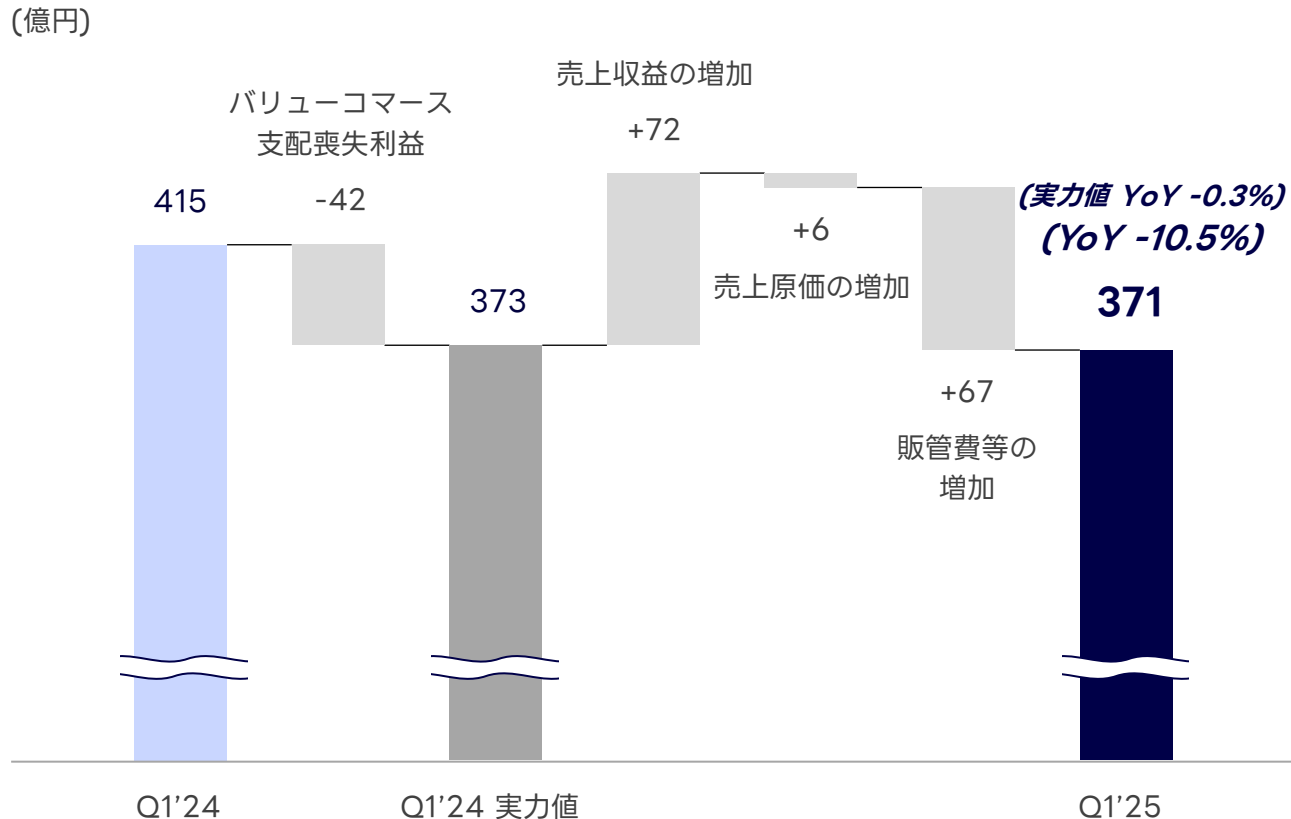
- ショッピング (-4億円): IPX (LINE Friends事業) の非連結化影響で減収。Yahoo!ショッピングは5月と6月に実施した販促施策が好調で取扱高はYoY+6.9%
- リユース (+15億円): Yahoo!オークションは利用者数が鈍化するも、Yahoo!フリマは落札者数・出品者数共に成長。FY25Q1よりBEENOSを連結化
- サービスEC (+8億円): 継続的な販促施策の実施により、トラベルの取扱高はYoY+18.9%

ZOZO、アスクル: +53億円

- ZOZO: ZOZOTOWN Yahoo!店が順調に成長
- アスクル: 飲料・食品などの生活用品カテゴリが堅調に推移

昨年の一時益を除く実力値は、YoYでフラット

調整後EBITDA¹増減分析



売上収益: +72億円

- 主にZOZO、アスクル、Yahoo!ショッピングが成長。FY25Q1よりBEENOSを連結化

売上原価: +6億円

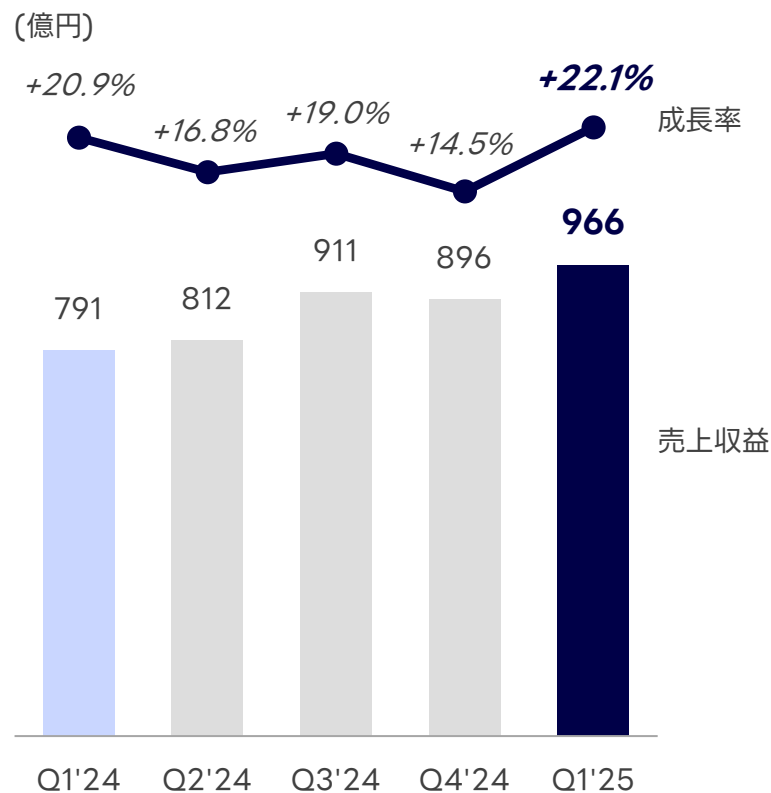
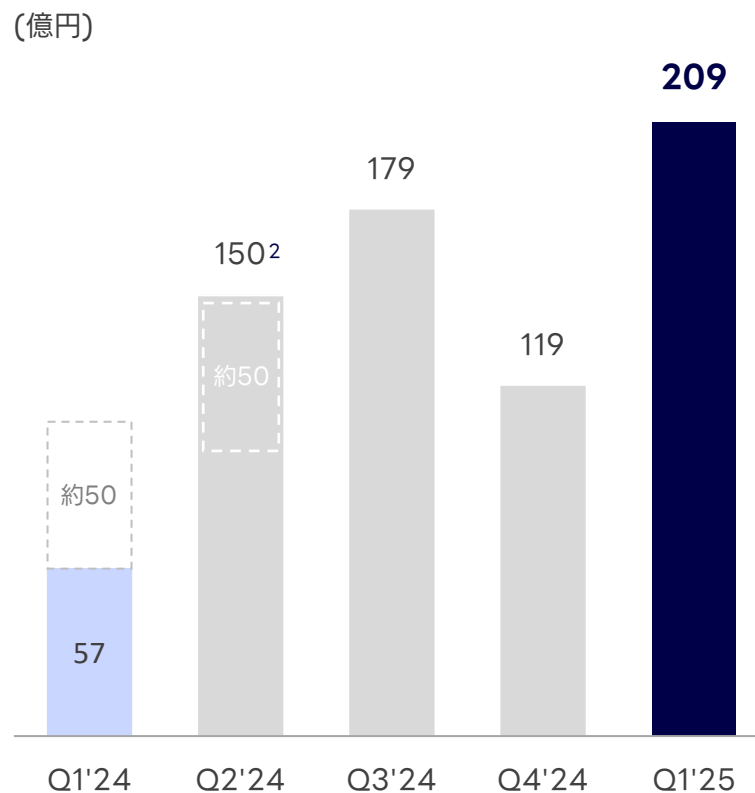
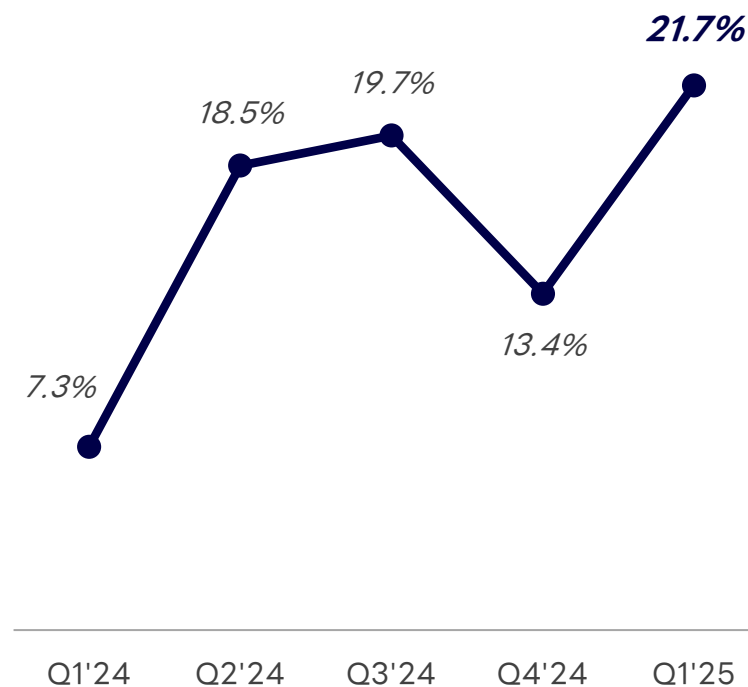
- バリューコマースやIPXの非連結化による改善はあったものの、主にアスクルが増加

販管費等: +67億円

- 販売促進・広告宣伝費 (+46億円): 主にYahoo!ショッピングやYahoo!フリマ、ZOZO、アスクルの販促費が増加
- その他販管費 (+34億円): 主にショッピング事業で業務委託費が増加

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、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。2022年度第3四半期より定義を変更。減価償却費及び償却費に一部の賃借料を、EBITDA調整項目に一部ファンドの保有株式の売却損益を追加

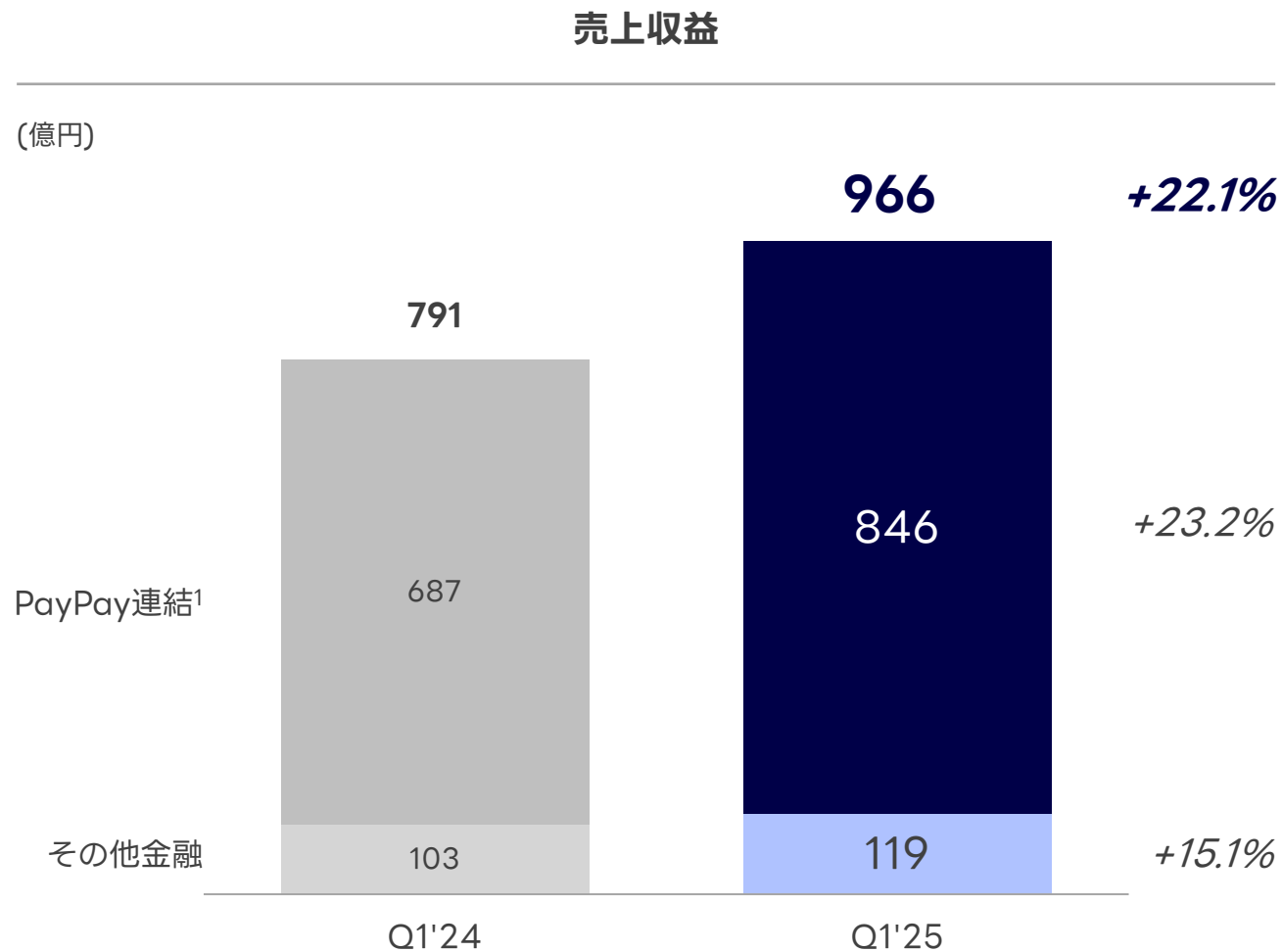
PayPay連結の成長によりYoY+22%の増収、マージンは20%超に拡大

売上収益・成長率^{1,2} (YoY)調整後EBITDA^{1,2}調整後EBITDAマージン^{1,2}

1. 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

2. FY25Q1に、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の配賦基準を変更。これに伴い、FY24業績を遡及修正

PayPayが成長をけん引、他のフィンテック事業も順調に成長



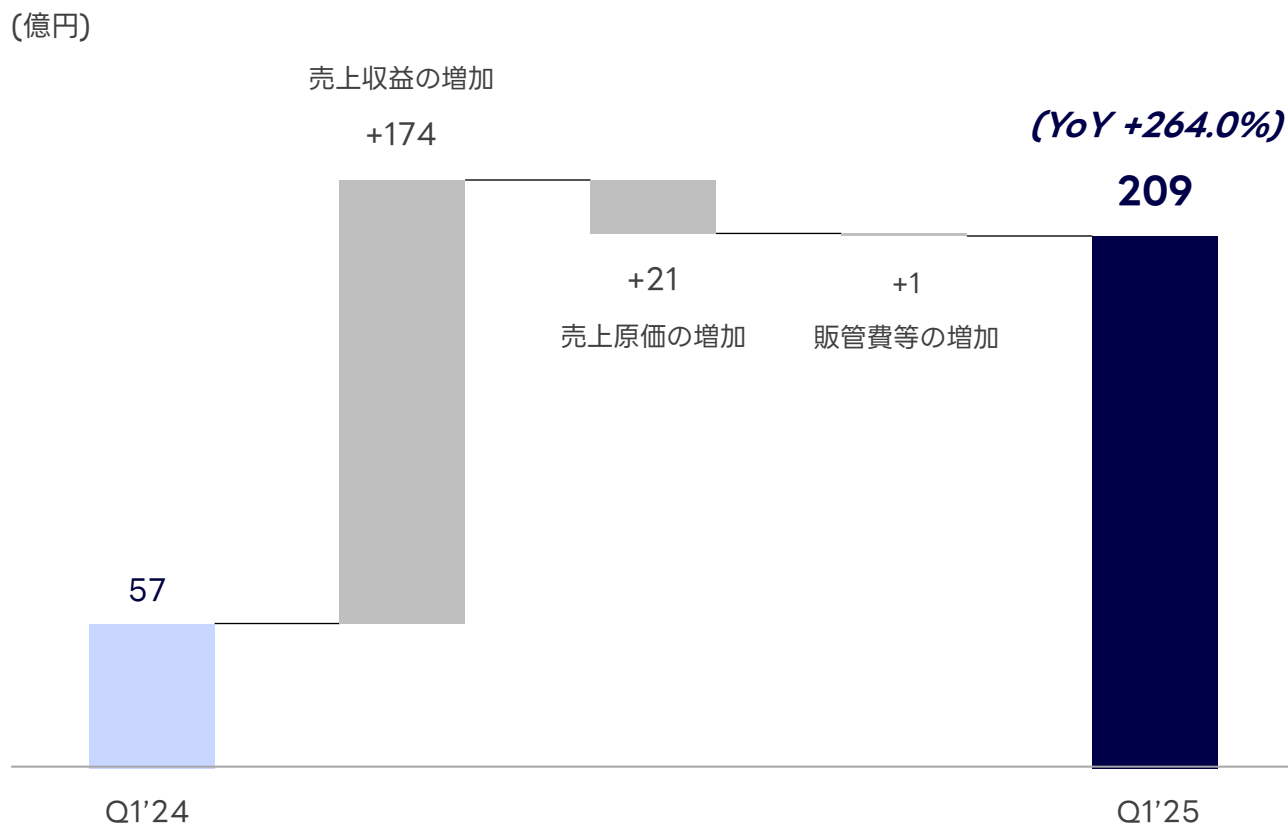
PayPay連結¹: +159億円

- PayPayは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が拡大し金利収入が増加。PayPay銀行は住宅ローンが順調に拡大し、貸出金残高が増加

その他金融: +15億円

- LINE Creditはローン残高が拡大

増収とその他販管費の改善により大幅増益

調整後EBITDA¹増減分析

売上原価: +21億円

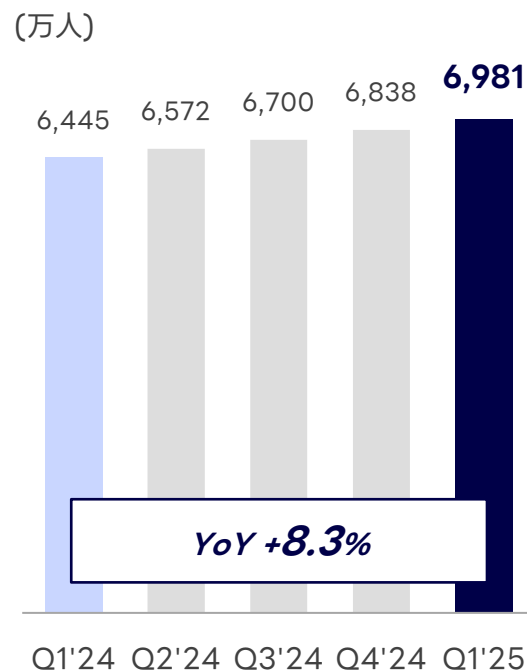
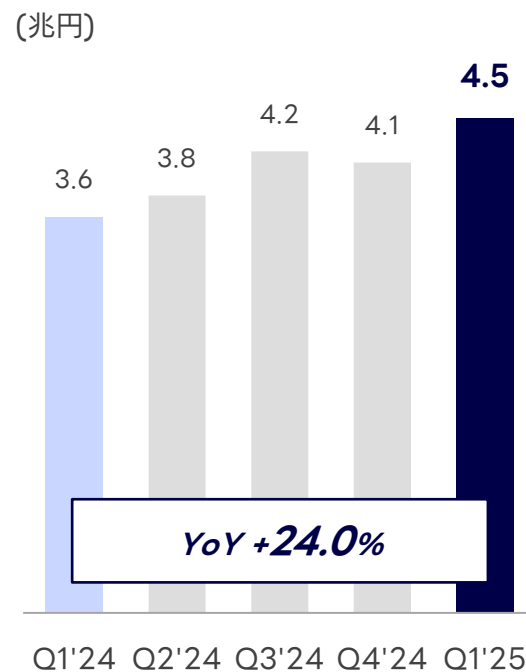
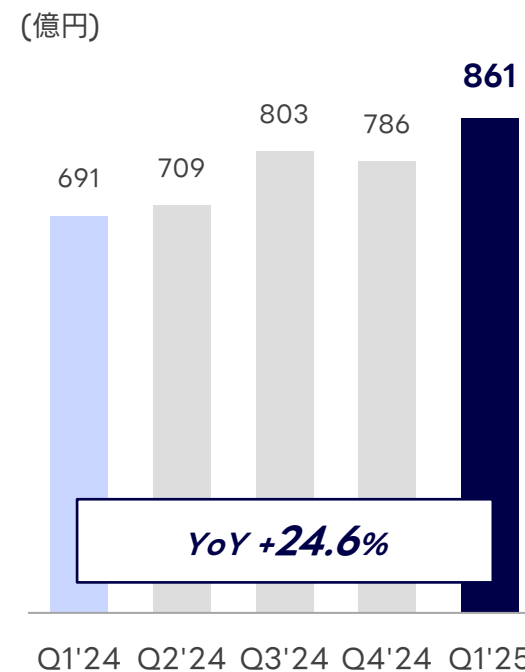
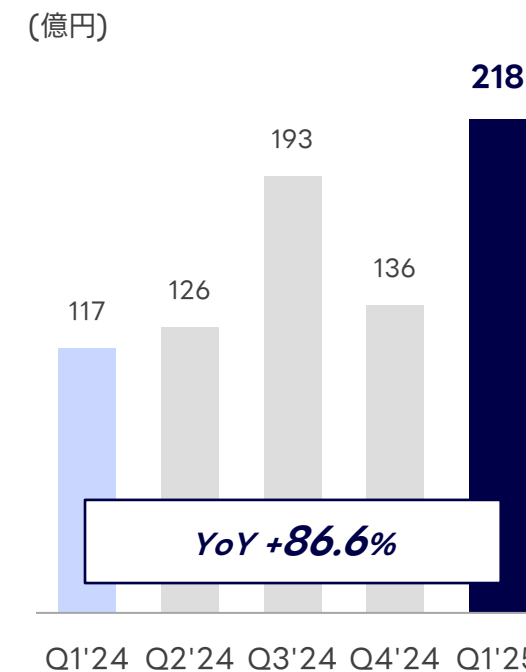
- 主に金利引き上げによる調達コスト増加によりPayPay銀行が増加

販管費等: +1億円

- 販売促進・広告宣伝費 (+12億円): 主にPayPayの取扱高増加に伴うポイント費用の増加
- その他販管費 (-25億円): 主にPayPay連結の費用増があったものの、FY24Q1に計上したLINE Pay国内サービス撤退費用の反動等により減少

1. 調整後EBITDA: 営業利益 + 減価償却費及び償却費 ± EBITDA調整項目。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。2022年度第3四半期より定義を変更。減価償却費及び償却費に一部の賃借料を、EBITDA調整項目に一部ファンドの保有株式の売却損益を追加

取扱高は引き続き高成長、PayPay連結は20%超の増収・大幅増益

登録ユーザー数¹連結取扱高²連結売上高³連結EBITDA⁴

1. 各四半期末時点のPayPayのアカウント登録済みユーザー数

2. 「PayPay残高」、「PayPayデビット」、「PayPay残高カード」、「PayPayクレジット」、「PayPayカード(物理カード)」、「VISAデビットカード」、「Alipay」、「LINE Pay」等経由の決済を含む。ユーザー間での「PayPay残高」の「送る・受け取る」機能の利用、「VISAデビットカード」のキャッシュカード機能利用時のATM引き出し金額は含まない。PayPay(株)、PayPayカード(株)、PayPay銀行(株)の決済取扱高を合算し、内部取引を消去。FY25Q1にPayPay(株)がPayPay銀行(株)を子会社化したことに伴い、FY22以降の数値を遡及修正。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

3. 持分プーリング法の適用により、PayPay銀行(株)およびPayPay証券(株)の財務諸表をFY22期初から、PayPayカード(株)の財務諸表をFY21期初からPayPay(株)に連結。IFRS。非監査

4. 持分プーリング法の適用により、PayPay銀行(株)およびPayPay証券(株)の財務諸表をFY22期初から、PayPayカード(株)の財務諸表をFY21期初からPayPay(株)に連結。EBITDAは営業利益に減価償却費、減損損失および固定資産除却損等を足して算出、IFRS。非監査

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。

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。