



ヤフー株式会社
2014年度 第2四半期
決算説明会

2014年10月29日

目次

- P.6 四半期業績総括**
- P.21 事業の状況と取り組み**
Yahoo! JAPANの利用状況
広告事業
コンシューマ事業
決済金融 その他事業
- P.71 四半期業績 補足資料**

当社は2014年度第1四半期より国際会計基準(IFRS)を適用しています。(移行日:2013年4月1日)
2013年度についてもIFRSに準拠して表示しています。

**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27年3月期 第2四半期決算短信」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。**

2014年度第2四半期 決算サマリー

- **売上高 1,033億円**
(前年同四半期比2.5%増加)

営業利益 460億円 (同7.6%減少)

**eコマース新戦略の影響に加え、
広告、ビッグデータ関連、
セキュリティ強化のための設備投資を継続**

- **2014年度第3四半期見通し(累計)**
売上高 3,059 - 3,079億円 (前年度比1.7 - 2.4%増加)
営業利益 1,399 - 1,420億円 (同4.4 - 5.8%減少)

通期での増収増益を目指す

2014年度第2四半期 決算サマリー

- **広告関連売上高 605億円**
(前年同四半期比7.2%増加)
 - スマートフォン広告売上高成長率 73.9%
 - **新商品を投入し、持続的な成長を目指す**
- **eコマース新戦略実施後1年が経過し、**
流通総額2桁以上増加
 - **eコマース流通総額 2,811億円**
(前年同四半期比11.9%増加)
 - **スマートフォン経由eコマース流通総額成長率 45.4%**

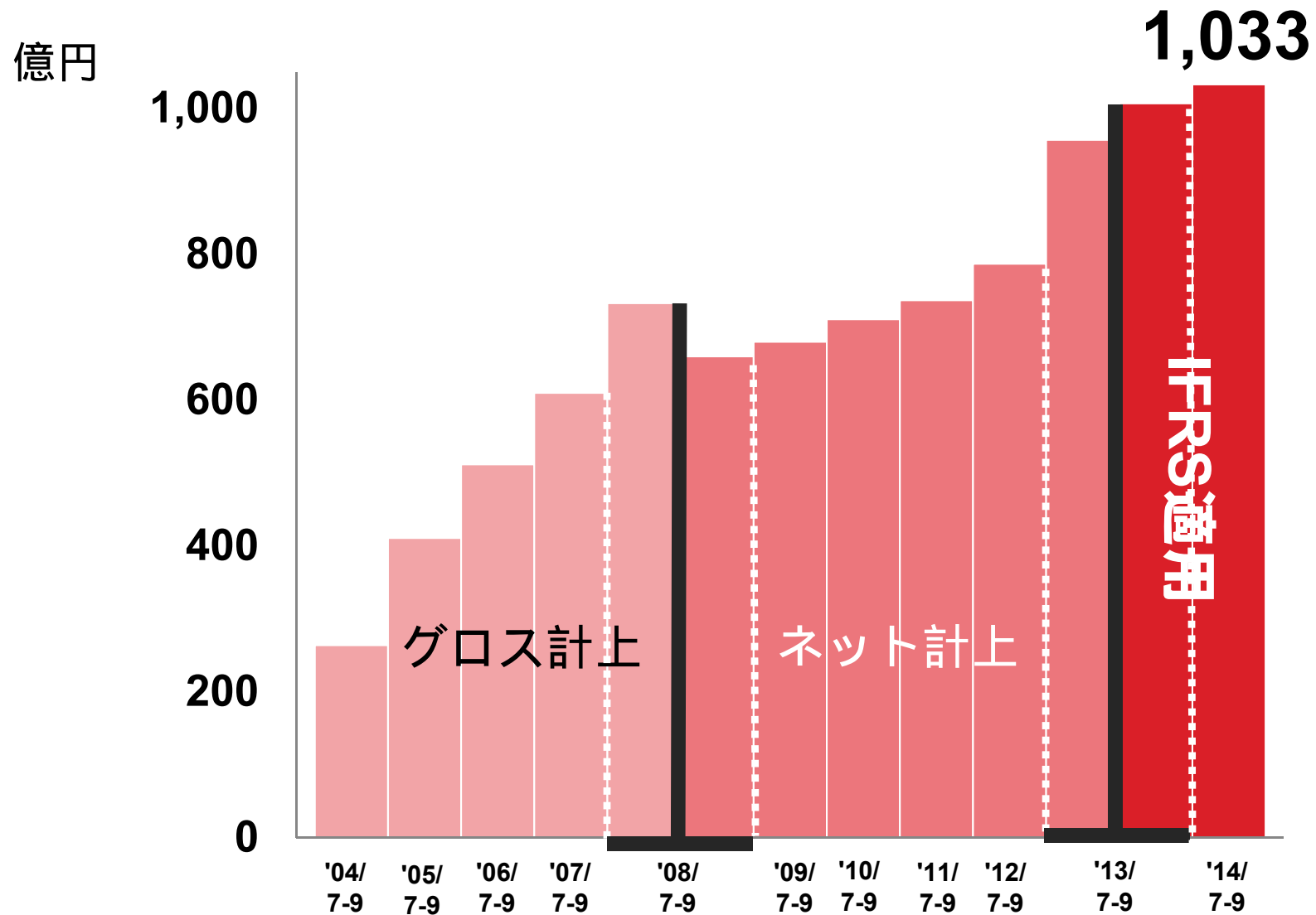
四半期業績総括

四半期業績総括

単位:億円

	2013年度 第2四半期	2014年度 第2四半期	前年 同四半期比	増減要因
売上高	1,007	1,033	2.5%	<ul style="list-style-type: none"> ・広告売上高の増加 ・eコマース新戦略による減収
営業利益	498	460	-7.6%	<ul style="list-style-type: none"> ・広告売上高の拡大に伴うTAC(Traffic Acquisition Cost)、情報提供料の増加 ・eコマース新戦略のための販売促進費の投入 ・セキュリティ強化およびビッグデータ関連の減価償却費の増加
税引前 四半期利益	497	463	-6.9%	-
四半期利益 (親会社の所有者に帰属)	312	302	-3.4%	-

四半期売上高推移

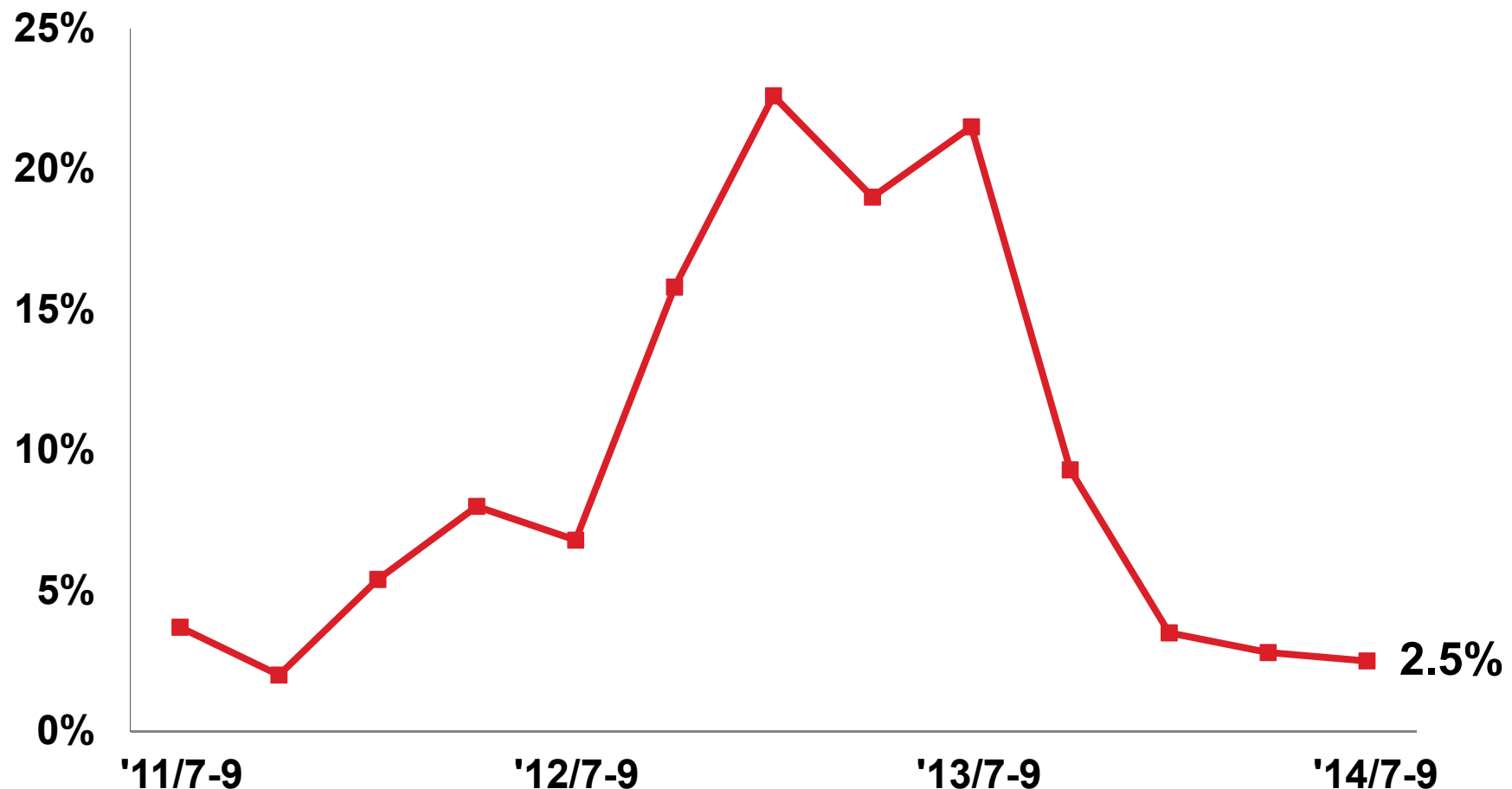


* 2014年度よりIFRSを適用しています。

* 2008年度から2013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。そのため、2008年7-9月期のグロス表示は参考値です。

四半期売上高 成長率推移(YOY)

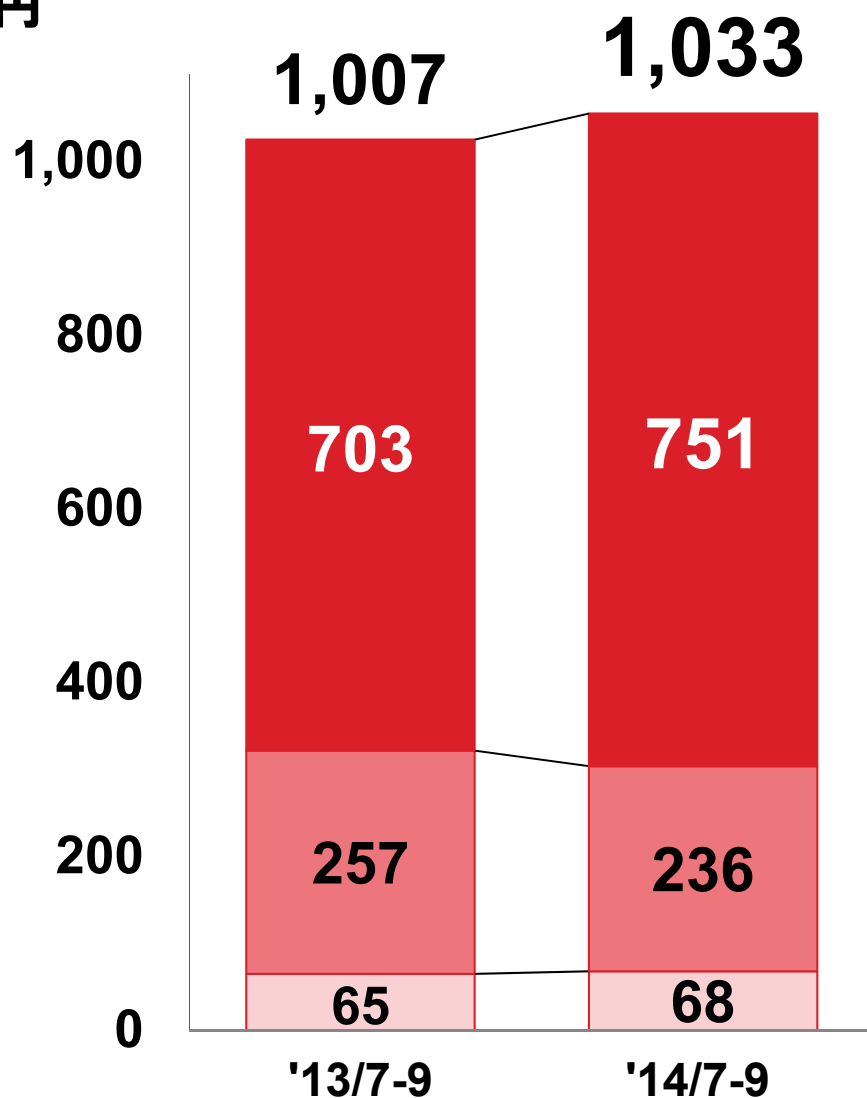
- eコマース新戦略の実施
- 広告売上高成長率の鈍化



2014年度よりIFRSを適用しています。2014年度以降の成長率はIFRSに準拠して算出しています。

四半期売上高構成

億円



**合計 +25億円
+2.5%**

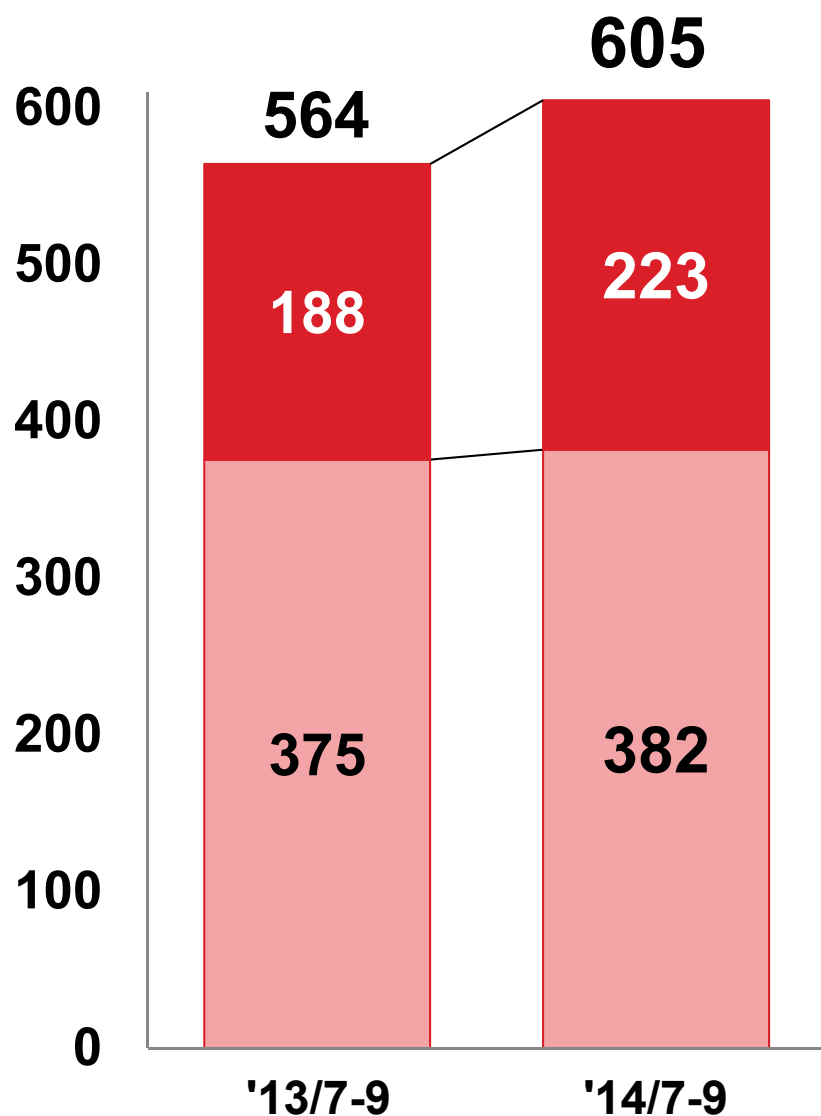
- マーケティングソリューション 事業 +6.9%**
広告売上高増加
- コンシューマ事業 -8.3%**
eコマース関連売上高減少
- その他 +4.1%**

* 調整額を表示していません。

* 過去のデータ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。

四半期 広告関連売上高

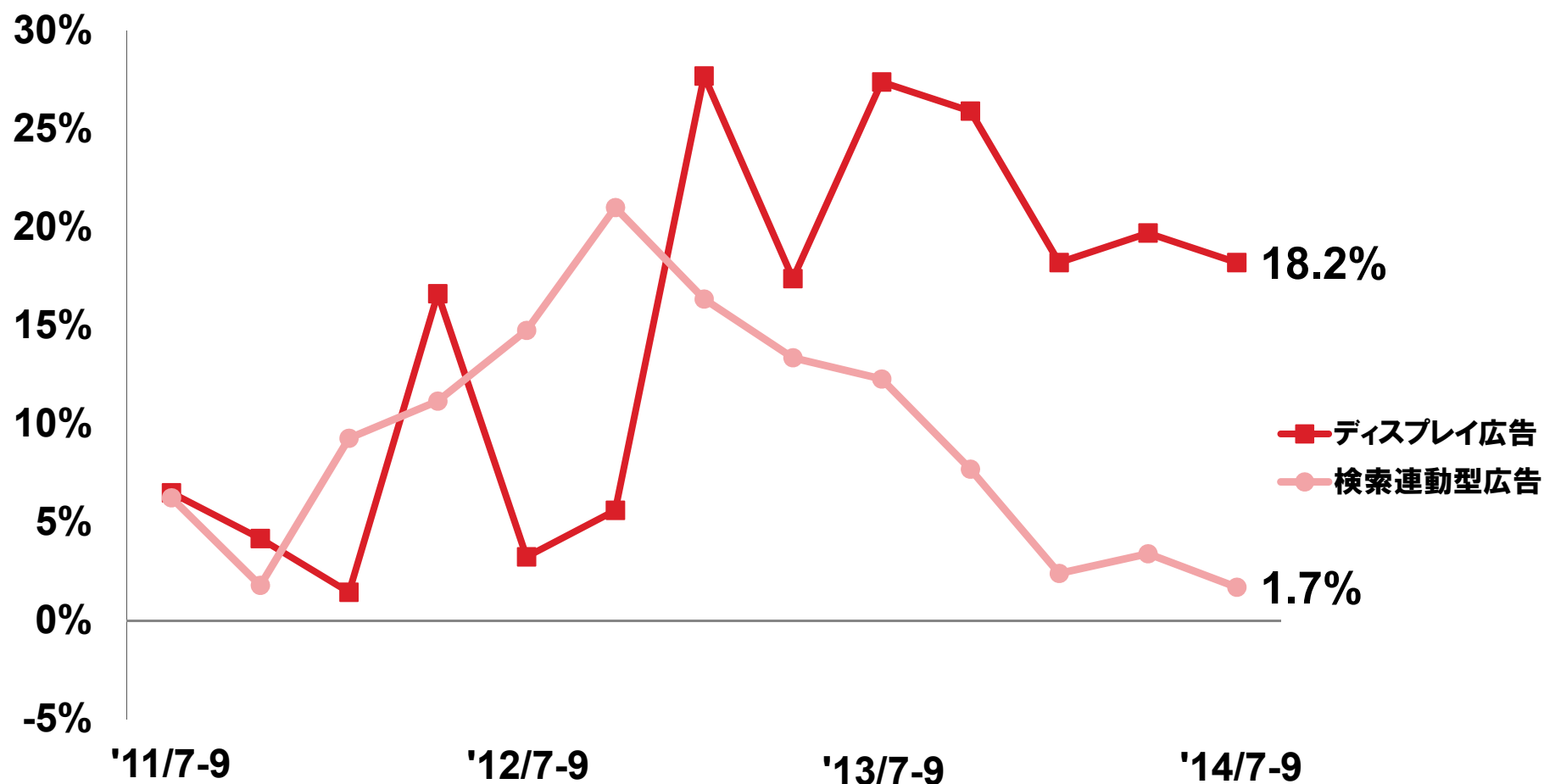
億円



**合計 +40億円
+7.2%**

- ディスプレイ広告 +18.2%**
「Yahoo!ディスプレイアドネットワーク」好調
リッチアド以外のプレミアム広告が軟調
- 検索連動型広告 +1.7%**
スマートフォン経由の売上高が増加

四半期広告関連売上高 成長率推移(YOY)

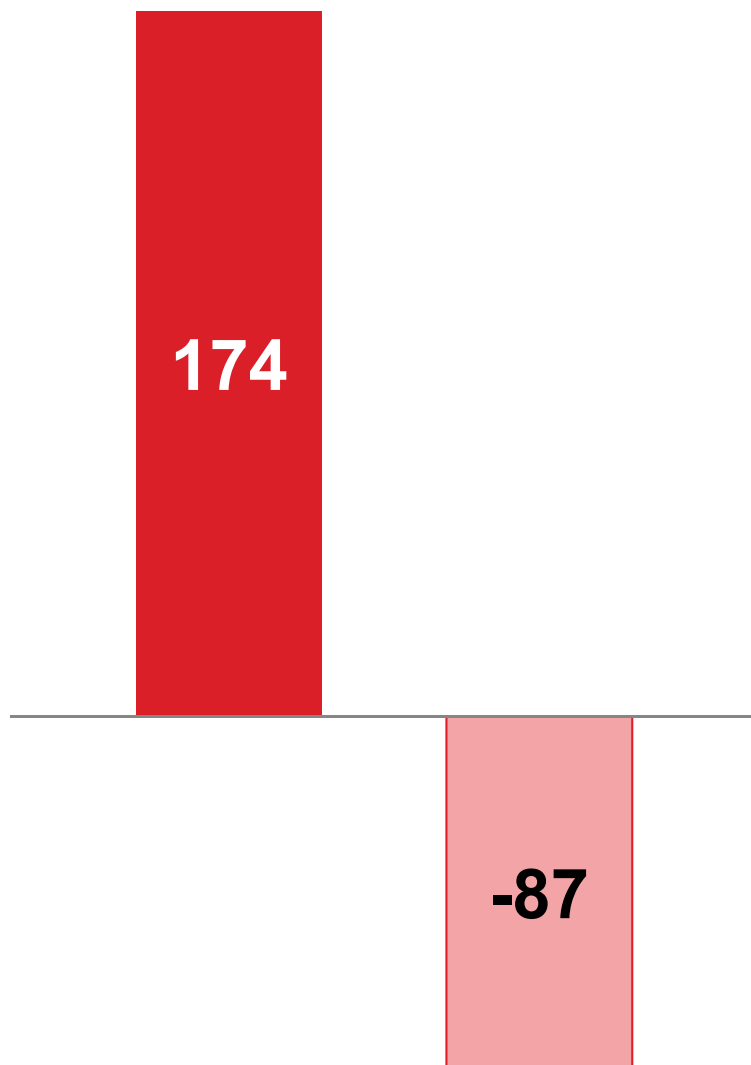


2014年度よりIFRSを適用しています。2014年度以降の成長率はIFRSに準拠して算出しています。

デバイス別 広告売上高増減

(13年度上半期-14年度上半期)

億円



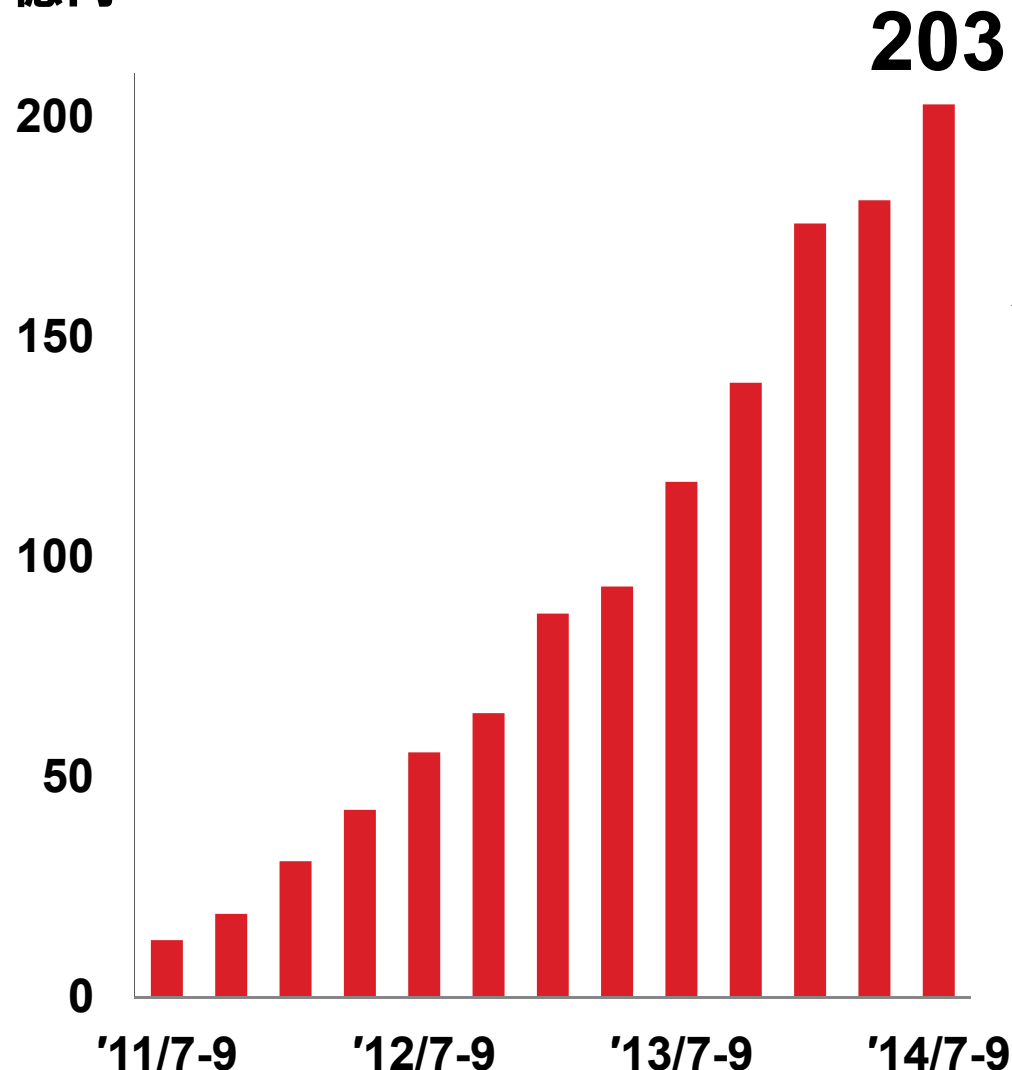
■ スマートフォン広告売上高
+174億円

※スマートフォン広告売上高は一部タブレットの広告売上高を含みます。

■ 上記以外の広告売上高
-87億円

四半期 スマートフォン広告売上高

億円



スマートフォン広告売上高
+86億円(YOY)
+73.9%

スマートフォン広告売上高比率
20.8%→33.7%

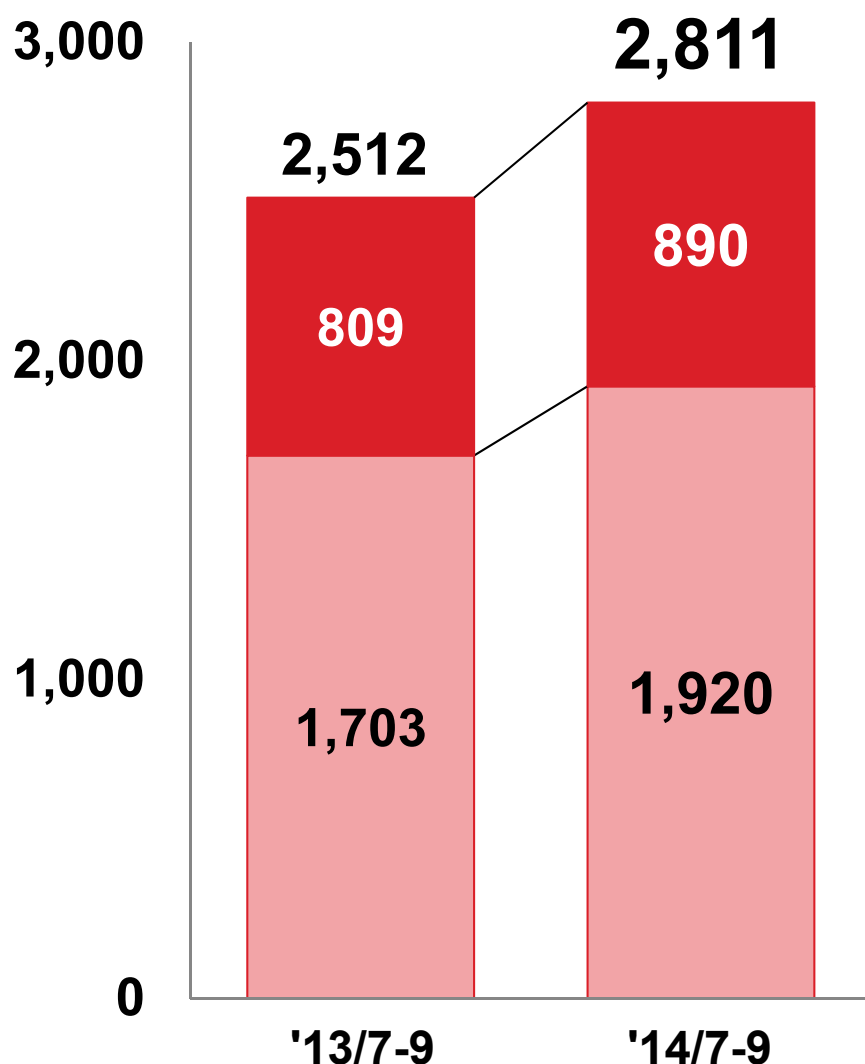
※スマートフォン広告売上高は一部タブレットの広告売上高を含みます。

2014年度よりIFRSを適用しています。
2013年度についてもIFRSに準拠して表示しています。

YAHOO!
JAPAN

四半期eコマース流通総額

億円



**合計 +298億円
+11.9%**

■ **ショッピング関連^{*1} +10.0%**

eコマース新戦略実施後、
注文数、注文単価が増加

■ **オークション関連^{*2} +12.7%**

eコマース新戦略実施後、
入札者数、落札者数、落札単価が増加

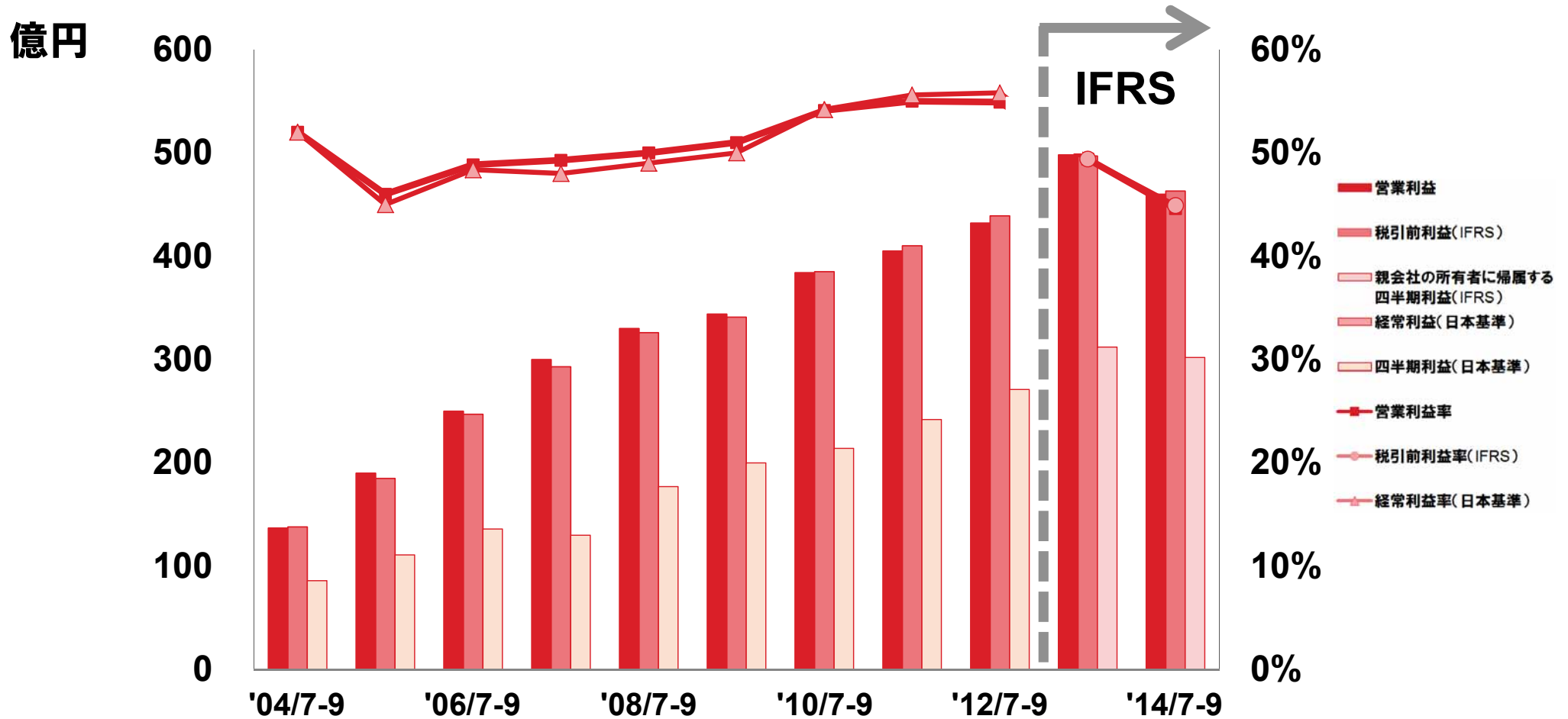
**スマートフォン経由比率
25.0%→32.5%**

2014年度第2四半期よりeコマース取扱高の定義を変更しています。決済金融関連の取扱高は含んでいません。

*1「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!飲食予約」等の取扱高を含んでいます。

*2「ヤフオク!」、「トレードカービュー」(<http://www.tradecarview.com/>)、2014年4月以降の「クロシェ」(スマートフォン向けアプリ)、2014年5月度以降の「ブックオフオンライン」(<http://www.bookoffonline.co.jp/>)の取扱高を含んでいます。

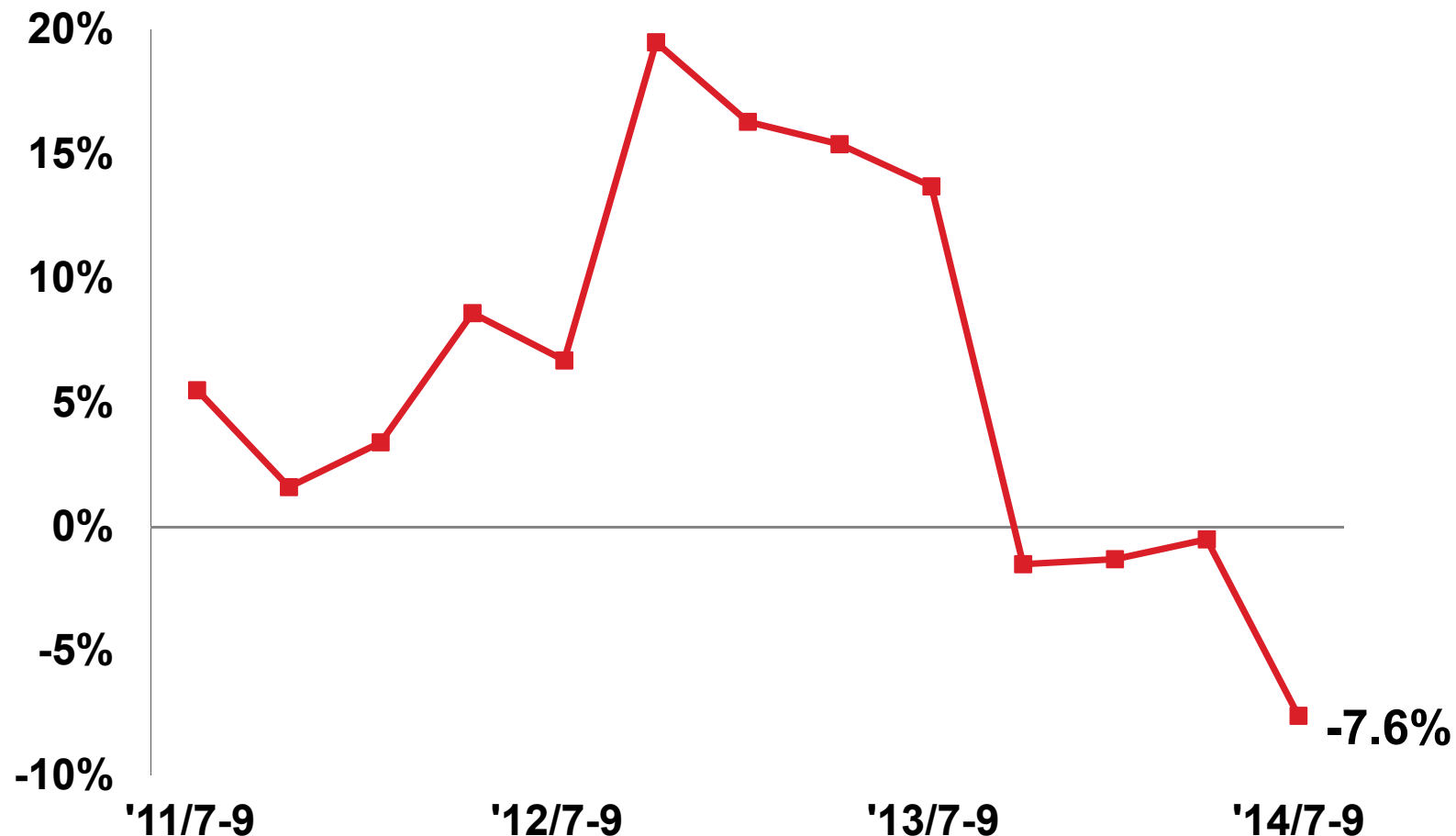
四半期利益推移



* 2013年度以降のデータはIFRSに準拠して表示しています。営業利益率はIFRSに変更したことによる影響を受けています。
 * 2008年度から2012年度の各利益率は売上高をネット表示に変更したことによる影響を受けています。

四半期営業利益 成長率推移(YOY)

eコマース新戦略の影響に加え、広告、ビッグデータ関連、セキュリティ強化のための設備投資の継続等により、費用が増加



2014年度よりIFRSを適用しています。2014年度以降の成長率はIFRSに準拠して算出しています。

2014年度上半期見通しレビュー

売上高、営業利益ともに見通しを上回った

単位:億円

	2014年度 上半期見通し (7月31日時点)	2014年度 上半期実績
売上高	2,010	2,032
営業利益	934	947

2014年度第3四半期見通し

単位:億円

	2013年度 第3四半期 実績	2014年度 第3四半期 見通し	増減要因
売上高	1,027	1,027 - 1,047	<ul style="list-style-type: none">・YDN等の売上高が増加・検索連動型広告の成長が鈍化
営業利益	498	452 - 473	<ul style="list-style-type: none">・広告売上高の拡大に伴うTAC、情報提供料の増加・セキュリティ強化およびビッグデータ関連の減価償却費の増加

2014年度第3四半期見通し(累計)

- 通期での増収増益を目指す
- 費用の削減を実施

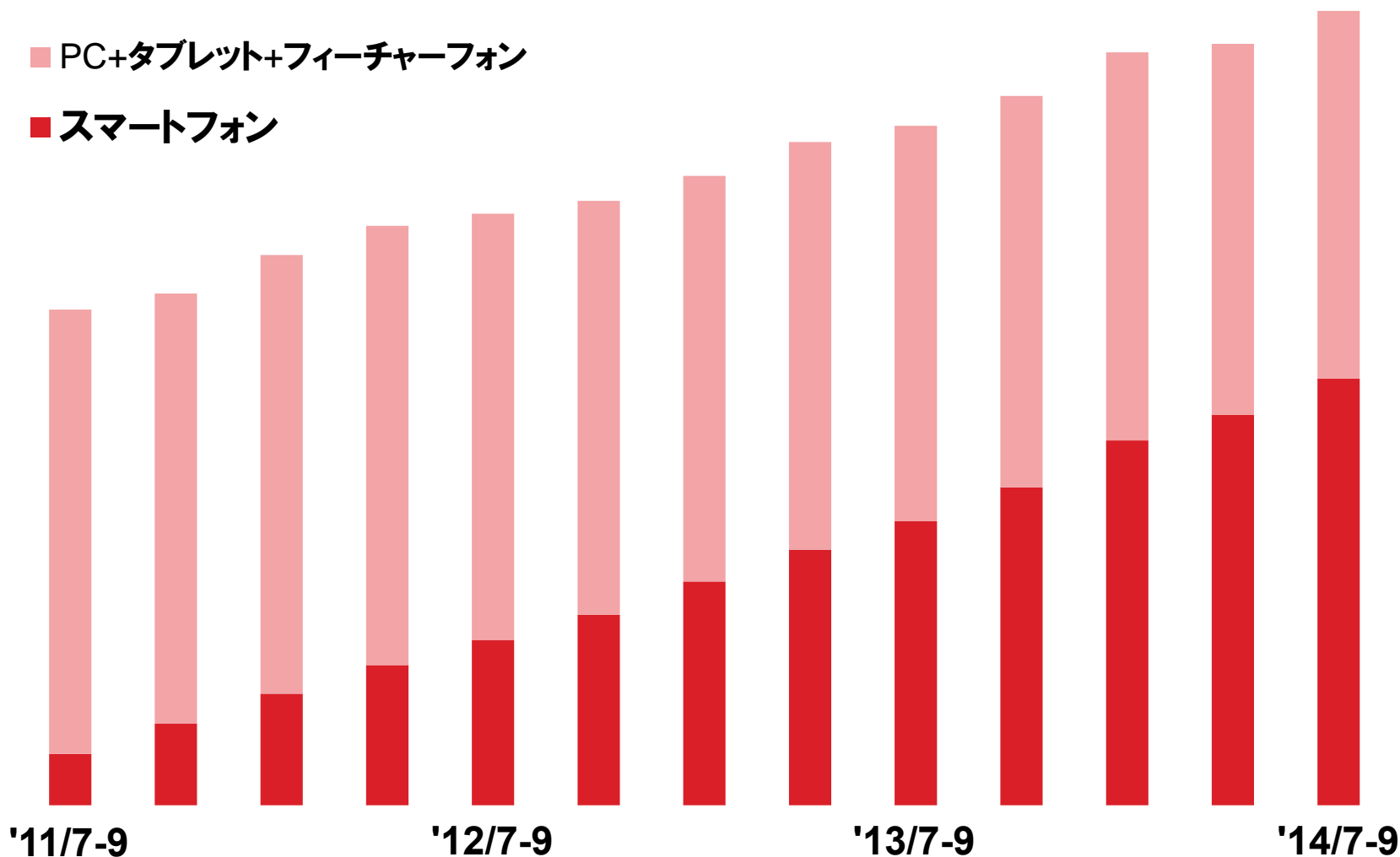
単位:億円

	2013年度 第3四半期 実績(累計)	2014年度 第3四半期 見通し(累計)
売上高	3,008	3,059 - 3,079
営業利益	1,486	1,399 - 1,420

Yahoo! JAPANの 利用状況

**スマートフォン時代でも
利用されているか？**

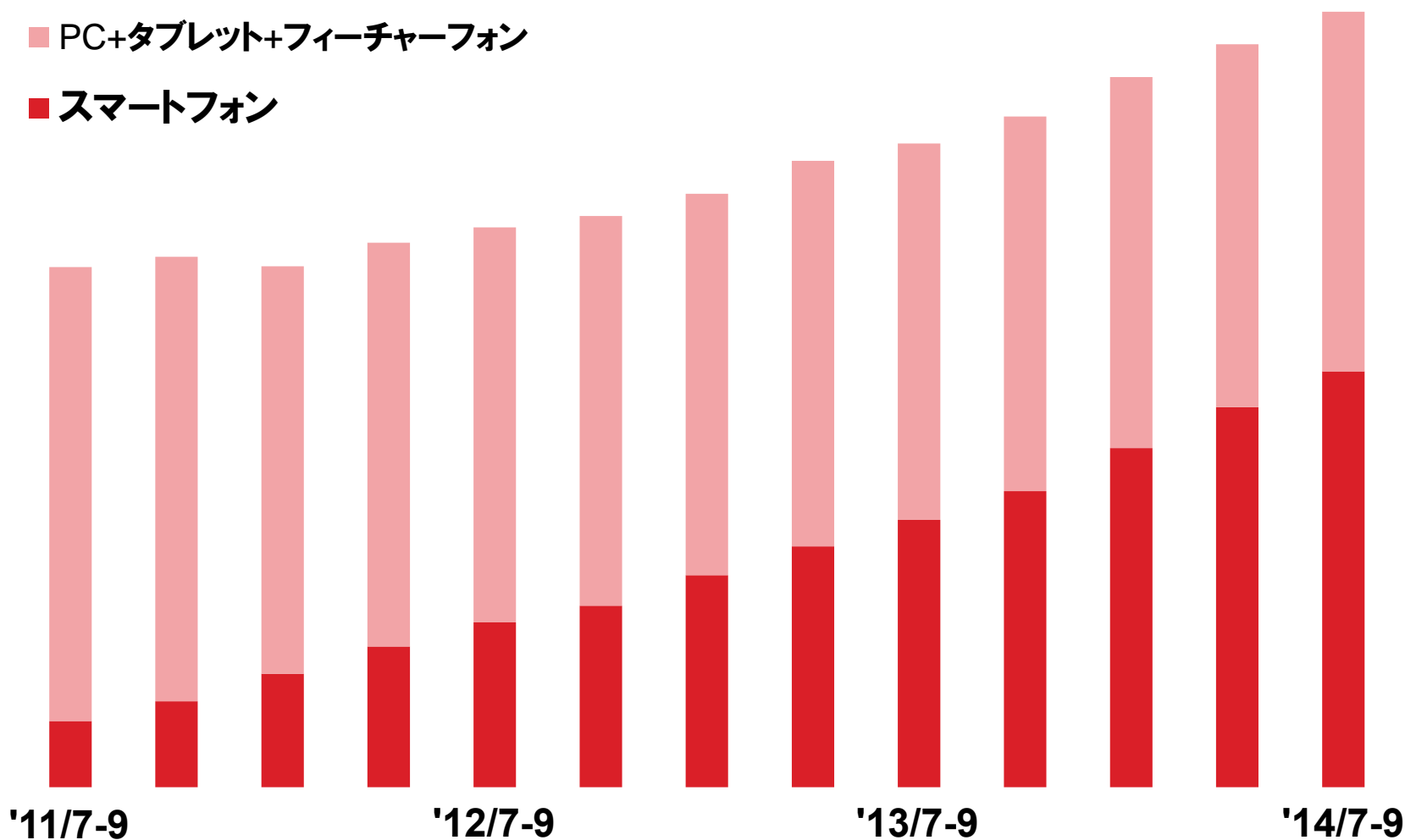
上位20サービスのDUB*が 順調に推移



出典: ヤフー(株)社内データ

*DUB=Daily Unique Browser

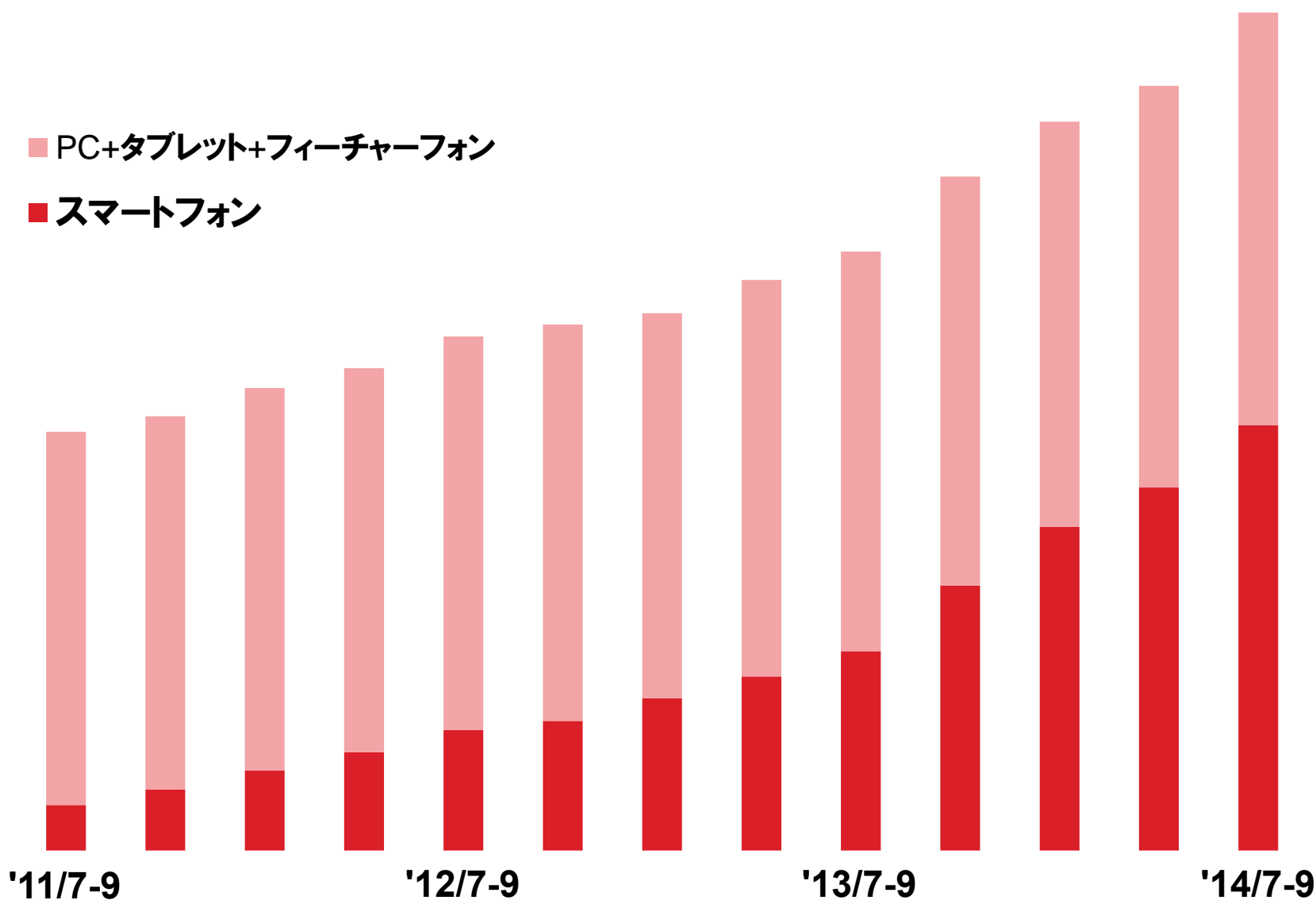
全サービスのDUB*数増加



出典: ヤフー(株)社内データ

*DUB=Daily Unique Browser

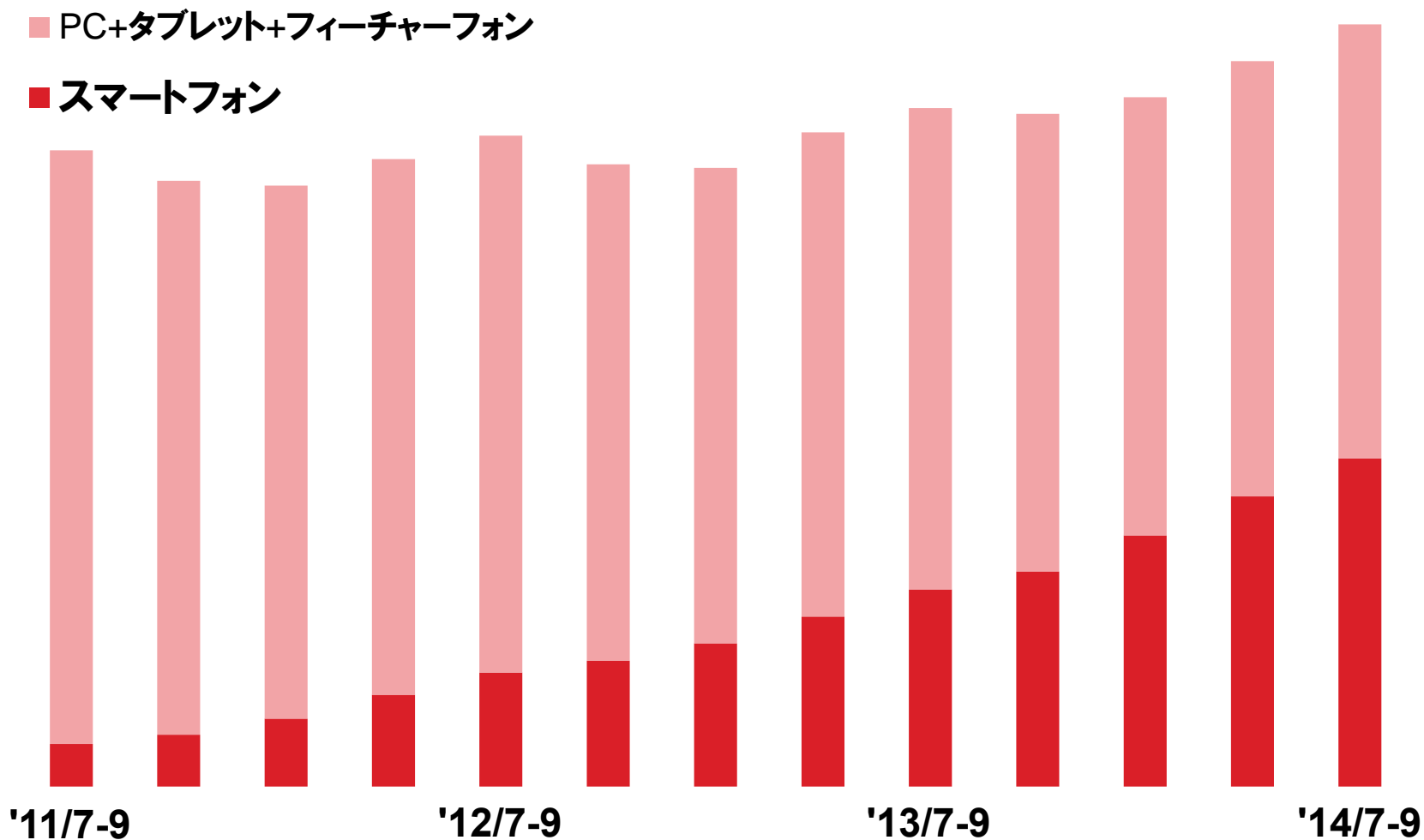
MUB* 数も順調に増加



出典: ヤフー(株)社内データ

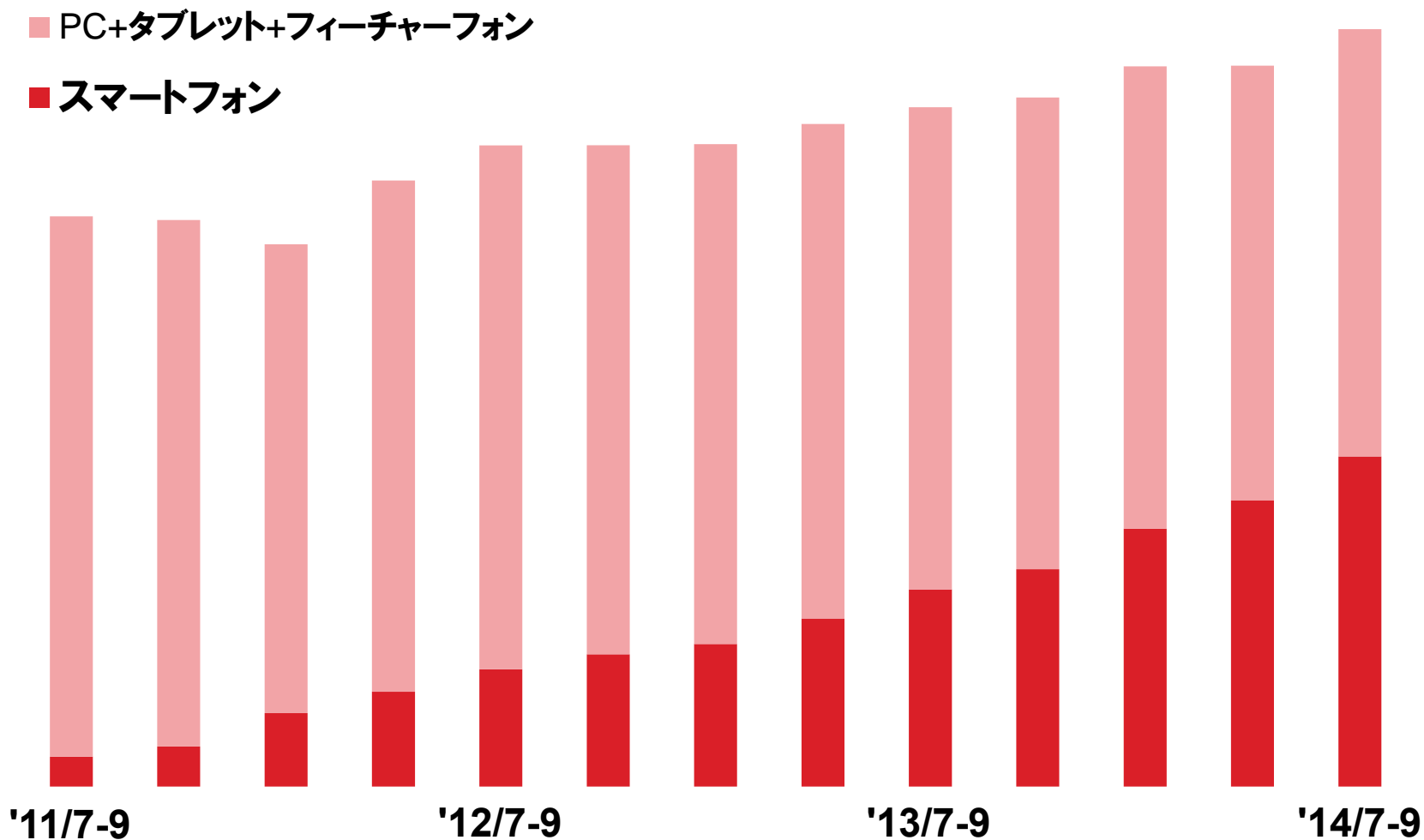
*MUB=Monthly Unique Browser

PV数 増加傾向



出典: ヤフー(株)社内データ

検索数も増加

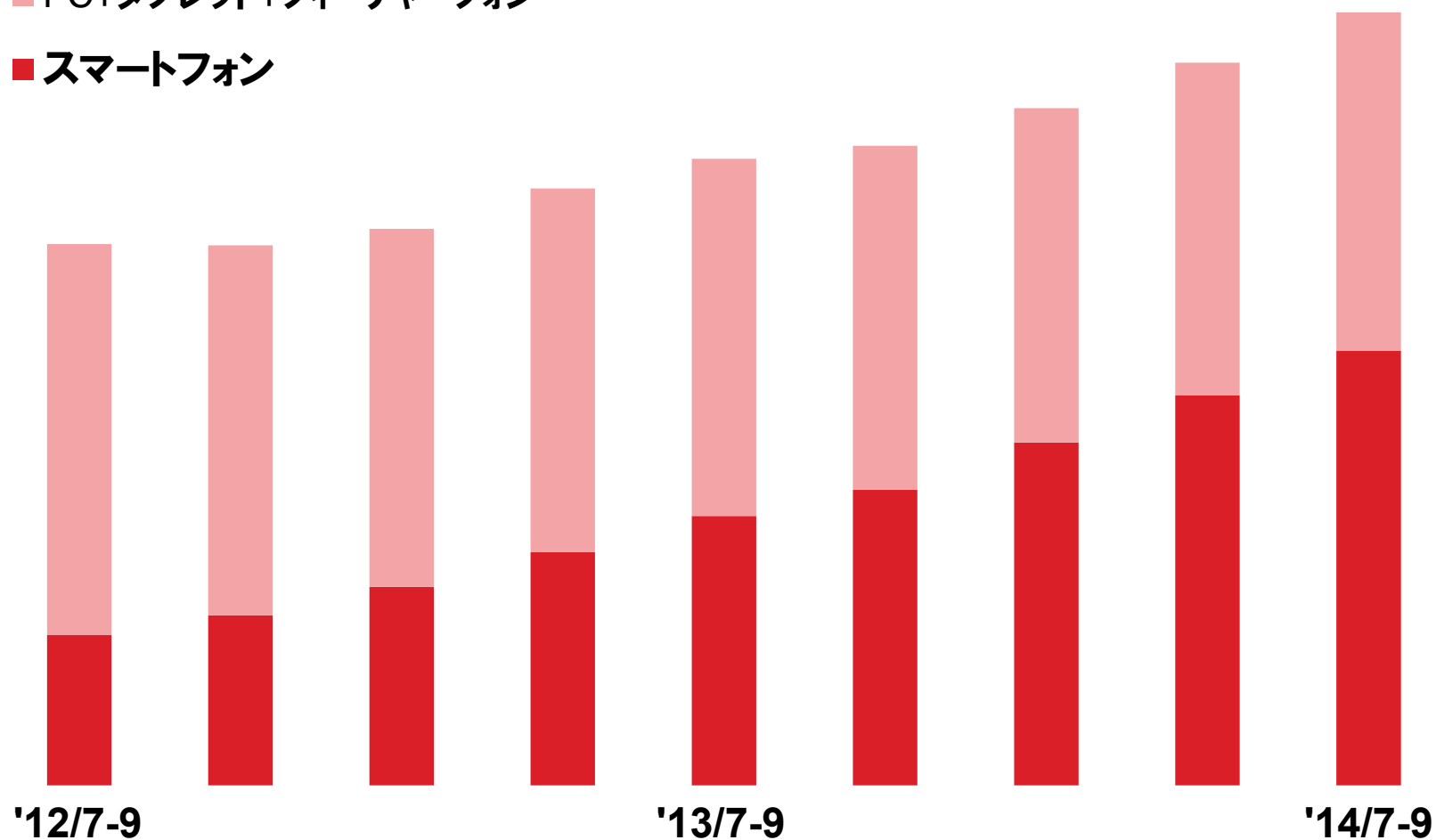


出典: ヤフー(株)社内データ

利用回数も増加

■ PC+タブレット+フィーチャーフォン

■ スマートフォン

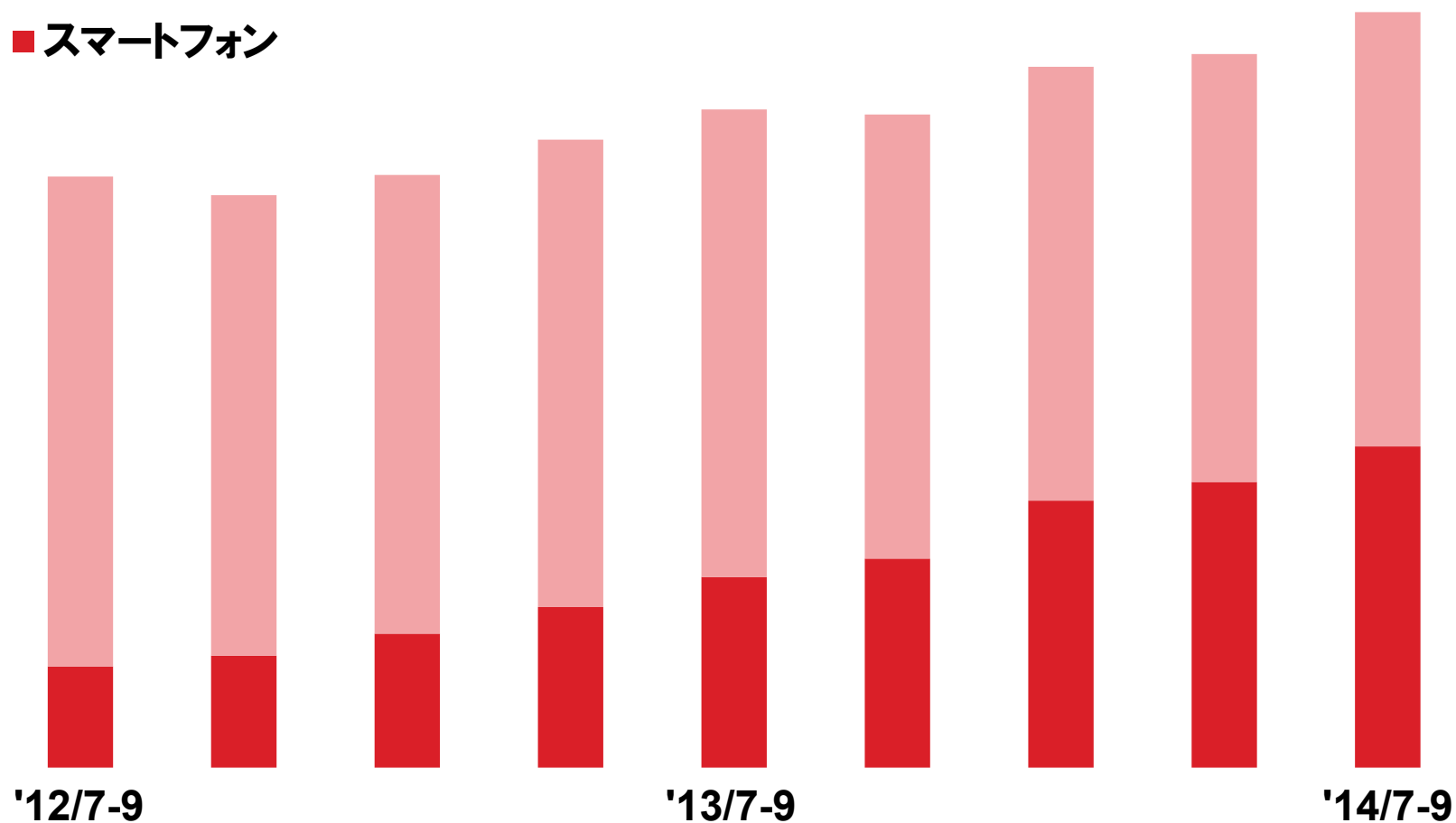


出典: ヤフー(株)社内データ

利用時間も増加している

■ PC+タブレット+フィーチャーフォン

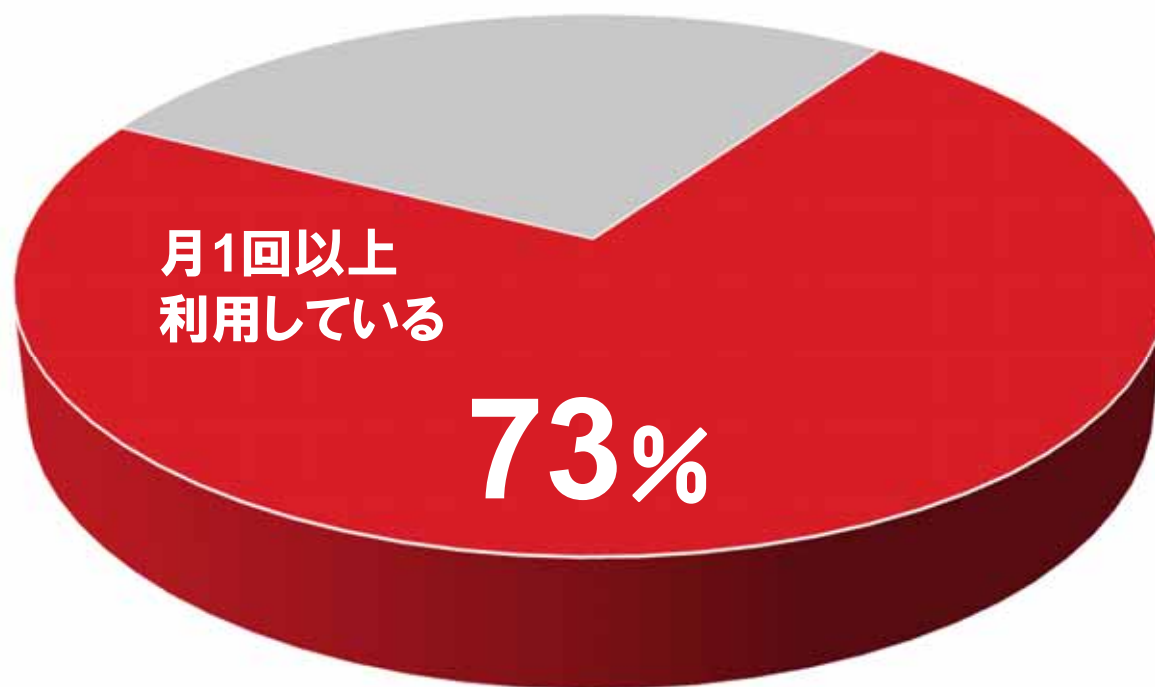
■ スマートフォン



出典: ヤフー(株)社内データ

スマートフォン利用者の**73%**が Yahoo! JAPANのサービスを利用

スマートフォンにおいて
「Yahoo! JAPAN」の
32のサービスのいずれかを
「月1回以上利用している」と
回答した利用者の割合(注)



(注)出典:ビデオリサーチインタラクティブ「Smart Device Contents Report」2014年9月データを元に作成。

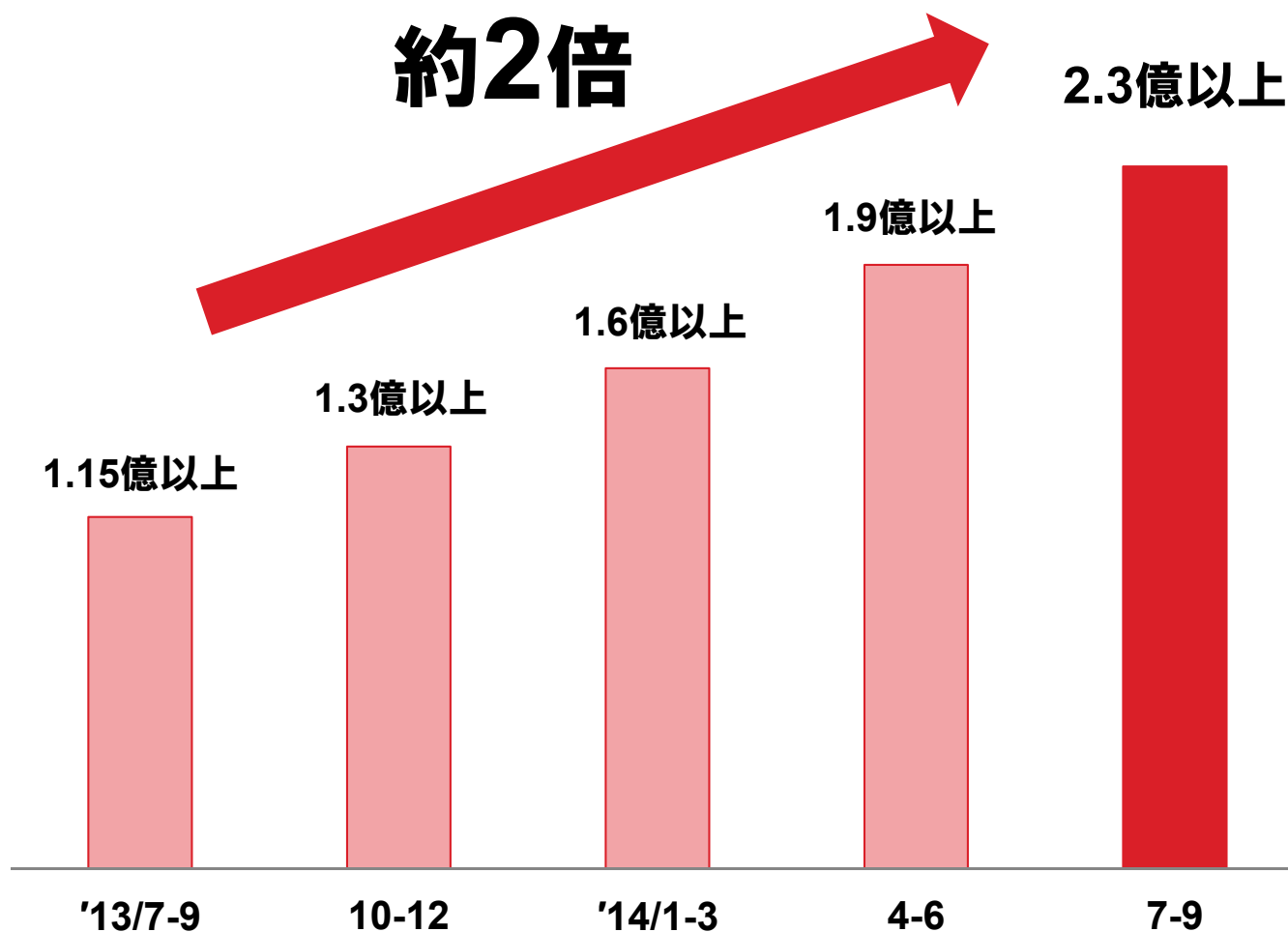
73%は上記調査で選択肢に挙がったYahoo! JAPAN、Yahoo!検索/Yahoo! Search、音声検索(Yahoo! JAPAN)、Yahoo!スマホガイド、Yahoo!トピックス/ヘッドライン/ニュース、R25、sportsnavi.com、Yahoo!スポーツ、Yahoo!天気、Yahoo!地図、Yahoo!乗換案内(Yahoo!路線情報含む)、Yahoo!防災情報、Yahoo!テレビ、Yahoo!ブックストア、GyaO!、Yahoo!映画、Yahoo!ロコ(グルメ情報)、Yahoo! BEAUTY、Yahoo!ファイナンス、DECOPIC、Yahoo! Chocotle、Yahoo!知恵袋、Yahoo!メール、Yahoo!ボックス、Yahoo!辞書、Yahoo!ショッピング、LOHACO、Yahoo!オークション(ヤフオク!)、Yahoo!トラベル、Yahoo!チケット、カービュー、Yahoo!プレミアム for SoftBankの32サービスのいずれかを「月1回以上利用している」と回答した人の非重複計の割合。

本資料・データの無断転載はご遠慮ください。

YAHOO!
JAPAN

iOS+Androidアプリ累計ダウンロード数

2億3千万DL達成



「Yahoo!カーナビ」 リリース後、約3週間で**100万DL**達成

おかげさまで **150万** DL 達成!!

「こんなにできて **無料** なんだ」
Yahoo! カーナビ始まる。

App Store
無料アプリ
総合ランキング
(2014.8.1現在) **第1位**

Google Play
交通カテゴリー
無料ランキング
(2014.8.4現在) **第1位**

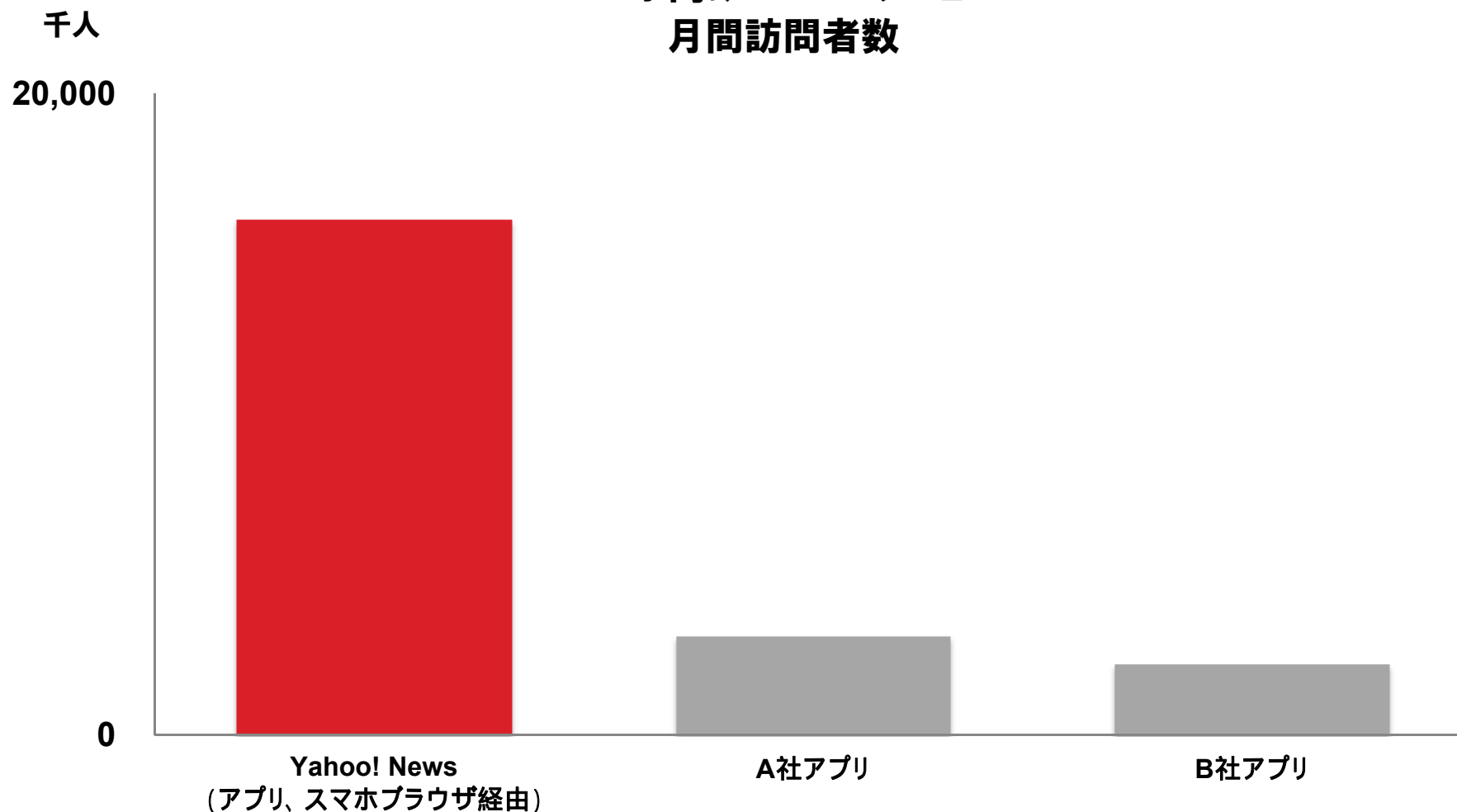
Available on the
App Store

ANDROID APP ON
Google play

- 無料カーナビアプリで初めてVICSに対応し、渋滞や交通規制情報をリアルタイムで提供
- ルート案内に加え駐車場の満車・空車や価格を含むガソリンスタンドの情報を提供

「Yahoo!ニュース」 スマートフォンで圧倒的な強さ

スマホ向けニュースサービス
月間訪問者数



出典: Nielsen Mobile NetView 2014年7月(スマートフォンからのアクセス)

Yahoo!ニュース:「Yahoo News Websites」(Channelレベル/アプリ含む)、A社:「SmartNews」、B社:「グノシー」(いずれもApplicationレベル)

スマートフォン、タブレット版 「トップページ」リニューアルテスト実施

スマホ、タブレットに最適な 「進化したポータル」の実現に向け試行



広告による収益化

既存商品に加えて 新商品を継続的に投入し 持続的な成長を目指す

1997年
ディスプレイ広告
販売開始

2002年
検索連動型広告
販売開始

2011、2012年
検索連動型広告
YDN
システム改善

2013年～
YDN
成長を牽引

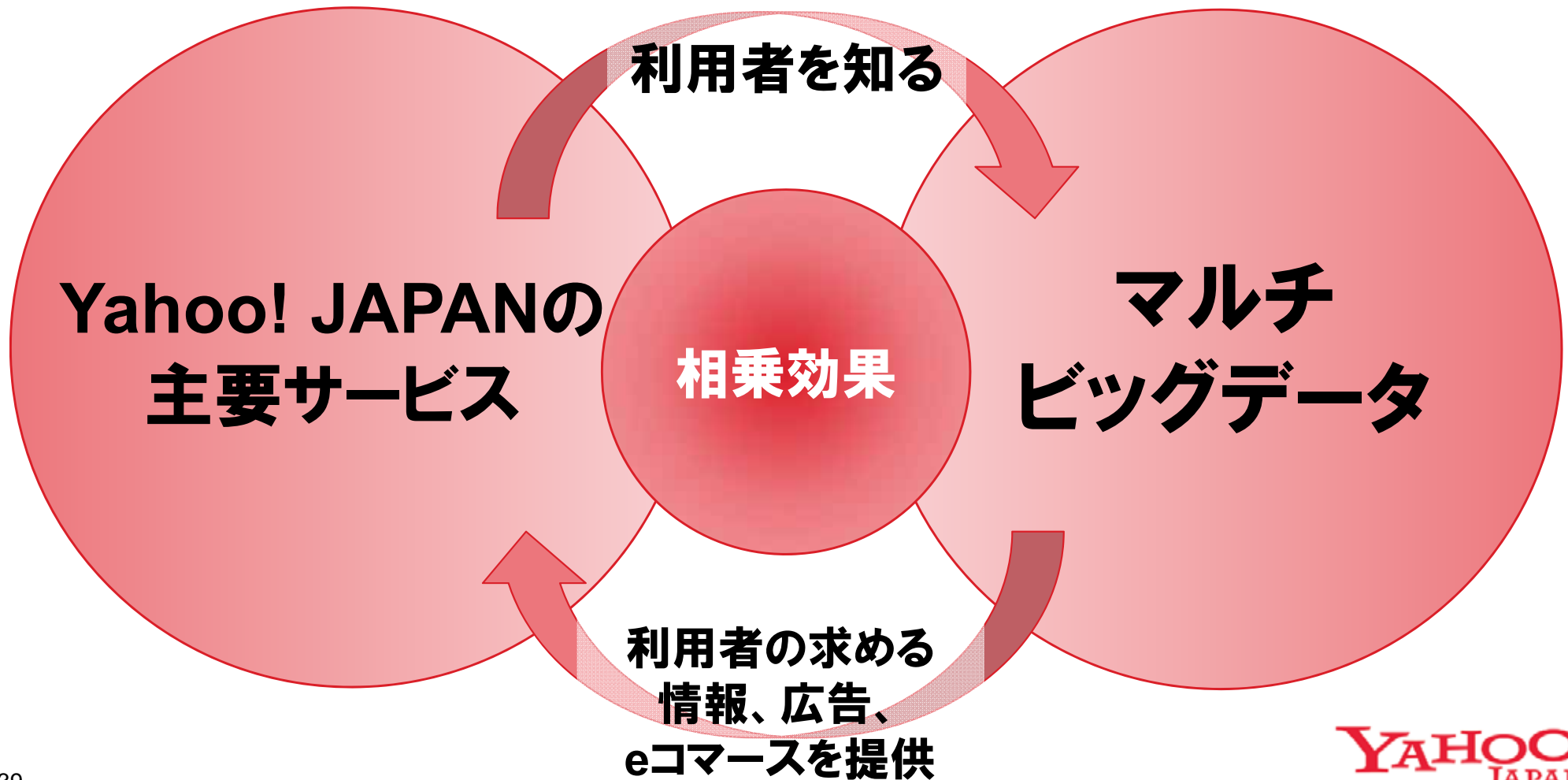
成長のドライバーとなりうる 5つの新商品

- ① **データソリューション広告**
(Yahoo!プレミアムDSP等)
- ② **ビデオ広告**
- ③ **コマース広告**
- ④ **アプリ広告**
- ⑤ **タイムライン広告**

成長のドライバーとなりうる 5つの新商品

- ① データソリューション広告
(Yahoo!プレミアムDSP等)
- ② ビデオ広告
- ③ コマース広告
- ④ アプリ広告
- ⑤ タイムライン広告

Yahoo! JAPANは世界一、 日本のインターネット利用者を理解している マルチビッグデータカンパニーへ



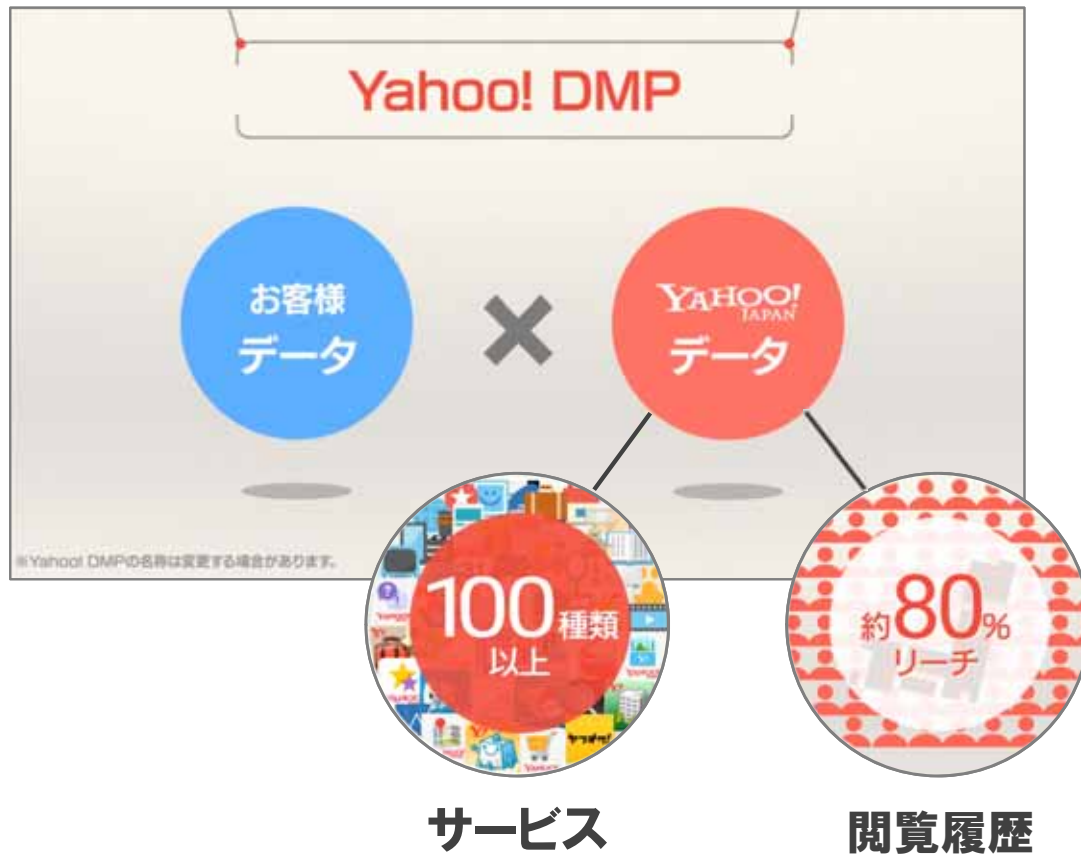
「Yahoo!プレミアムDSP」

- 大手広告主約130社が利用
- 売上高 前四半期比 2倍以上



「Yahoo! DMP」の提供開始

(データ・マネジメント・プラットフォーム)



- 企業が保有するデータとYahoo! JAPANのマルチビッグデータをリアルタイムに分析・活用
- 「Yahoo!プレミアムDSP」を通じて、マッチング精度の高い広告配信が可能

シナジーマーケティング(株)の 連結子会社化

- 公開買い付けを実施し、
同社株式94.5%を取得
- 将来的に同社のCRM*関連サービスと
「Yahoo! DMP」を連携し、
企業のマーケティング活動を
ワンストップで行える環境の提供を目指す

* カスタマー・リレーションシップ・マネジメント、顧客関係管理

成長のドライバーとなりうる 5つの新商品

- ① データソリューション広告
(Yahoo!プレミアムDSP等)
- ② **ビデオ広告**
- ③ コマース広告
- ④ アプリ広告
- ⑤ タイムライン広告

ビデオ広告

- 視聴完遂率の高いインストリーム広告、リーチが広いインスクロール広告とも好調
- 動画視聴回数 前年同四半期比80%増加
- 売上高 前四半期比1.5倍以上



成長のドライバーとなりうる 5つの新商品

- ① データソリューション広告
(Yahoo!プレミアムDSP等)
- ② ビデオ広告
- ③ **コマース広告**
- ④ アプリ広告
- ⑤ タイムライン広告

「Yahoo!ショッピング」の出店者向け プロモーション広告を提供開始

「Yahoo!ショッピング」のリーチと
標準設定されたタグを利用した
プロモーション広告(検索連動型広告、YDN)の
配信が可能



成長のドライバーとなりうる 5つの新商品

- ① データソリューション広告
(Yahoo!プレミアムDSP等)
- ② ビデオ広告
- ③ コマース広告
- ④ アプリ広告
- ⑤ タイムライン広告

アプリ広告、タイムライン広告の 配信テストを実施



アプリのインストールを
目的とした広告、
タイムライン形式の
コンテンツ向け広告など
スマートデバイスに
最適な広告のテストを実施

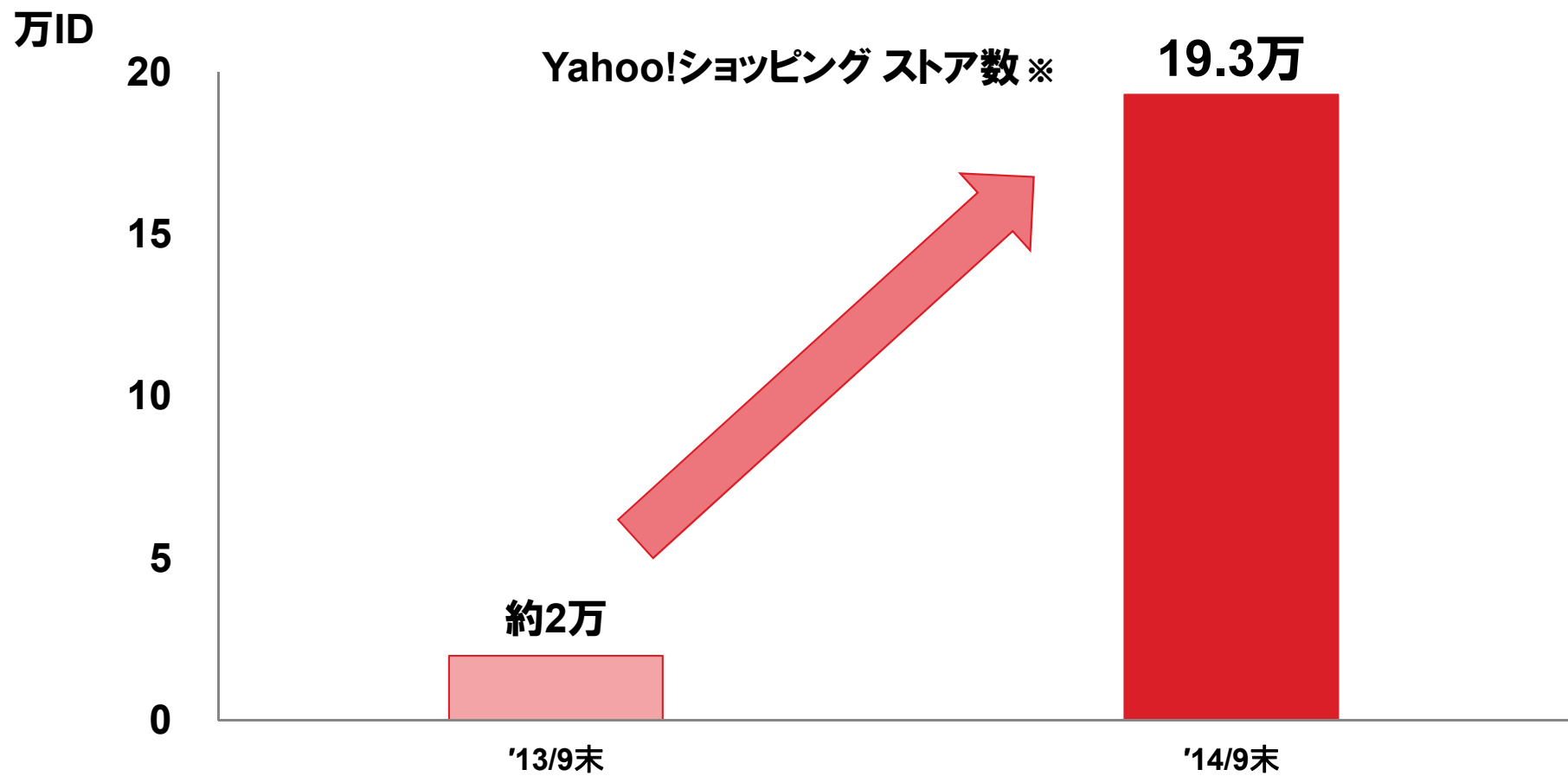
コンシューマ事業

eコマース新戦略の 実施から1年



**「Yahoo!ショッピング」
は変わったのか？**

ストア数 **約10倍**の19万以上に



※法人、個人を含むアカウント発行ベース。審査完了後、開店準備中の店舗含む。

商品数 5割以上増加し、1.2億点突破



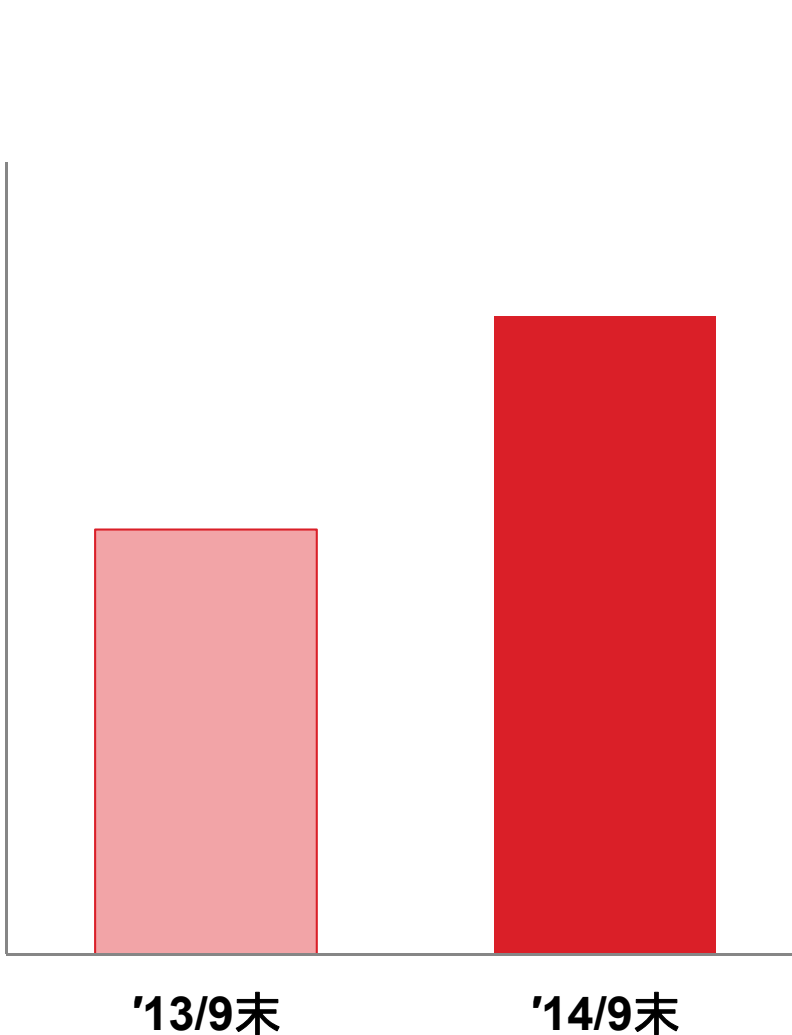
百万点

150

100

50

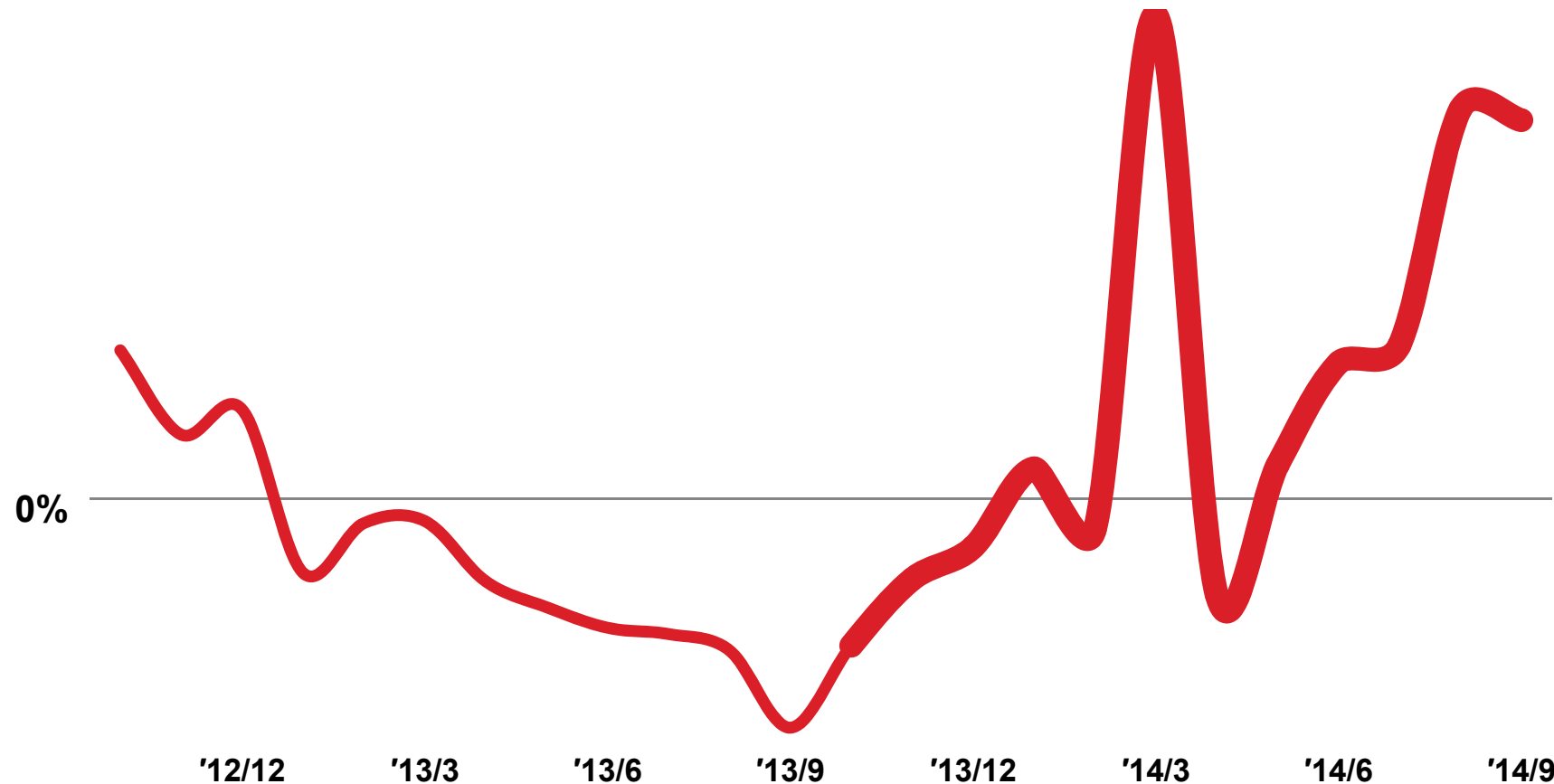
0



新戦略実施後、注文数 増加傾向

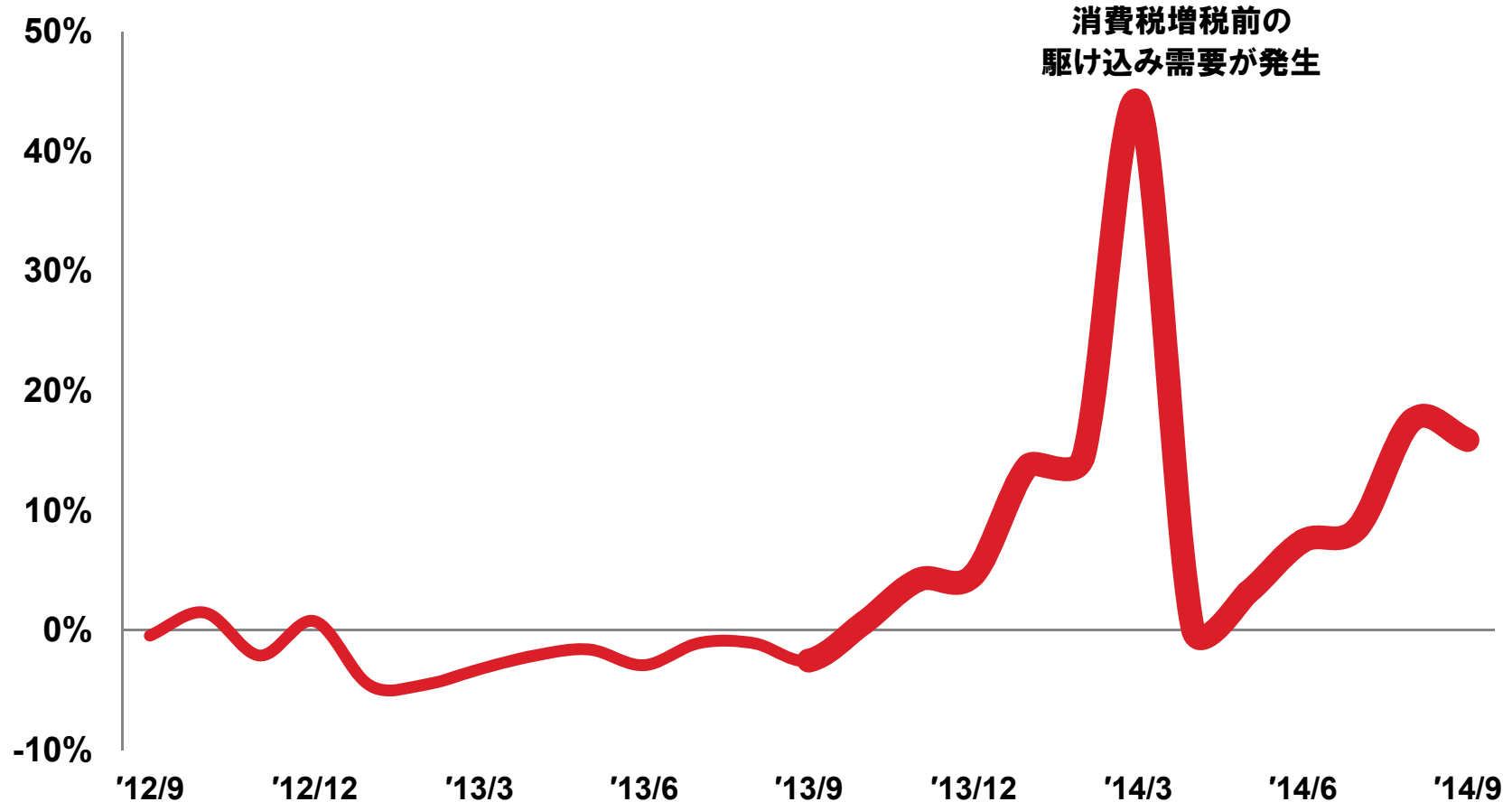
Yahoo!ショッピング
前年同月比 注文数成長率

消費税増税前の
駆け込み需要が発生

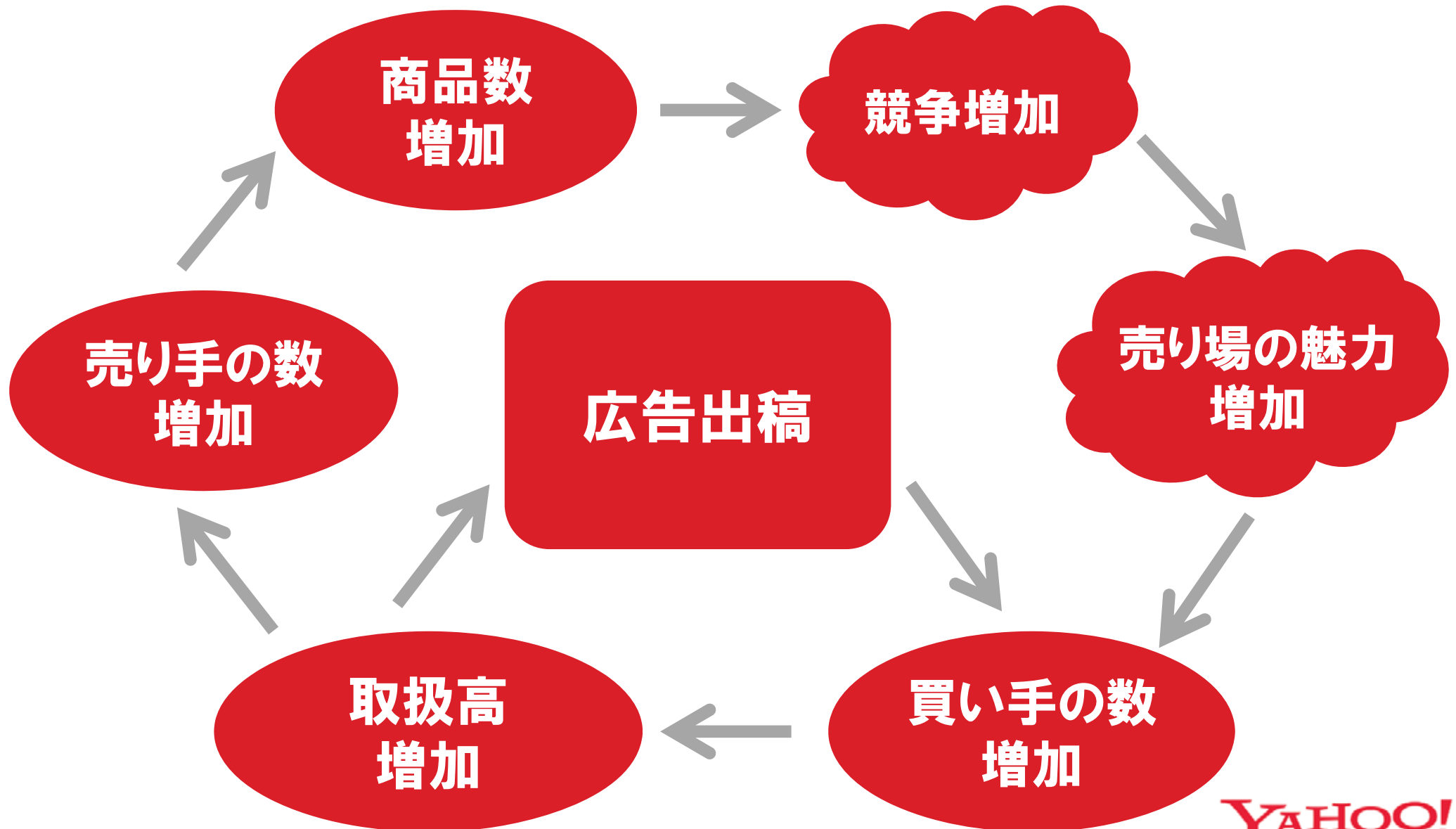


取扱高も回復基調に

Yahoo!ショッピング、LOHACO
前年同月比 取扱高成長率



取扱高を増加させ、 将来的には広告売上高を拡大する





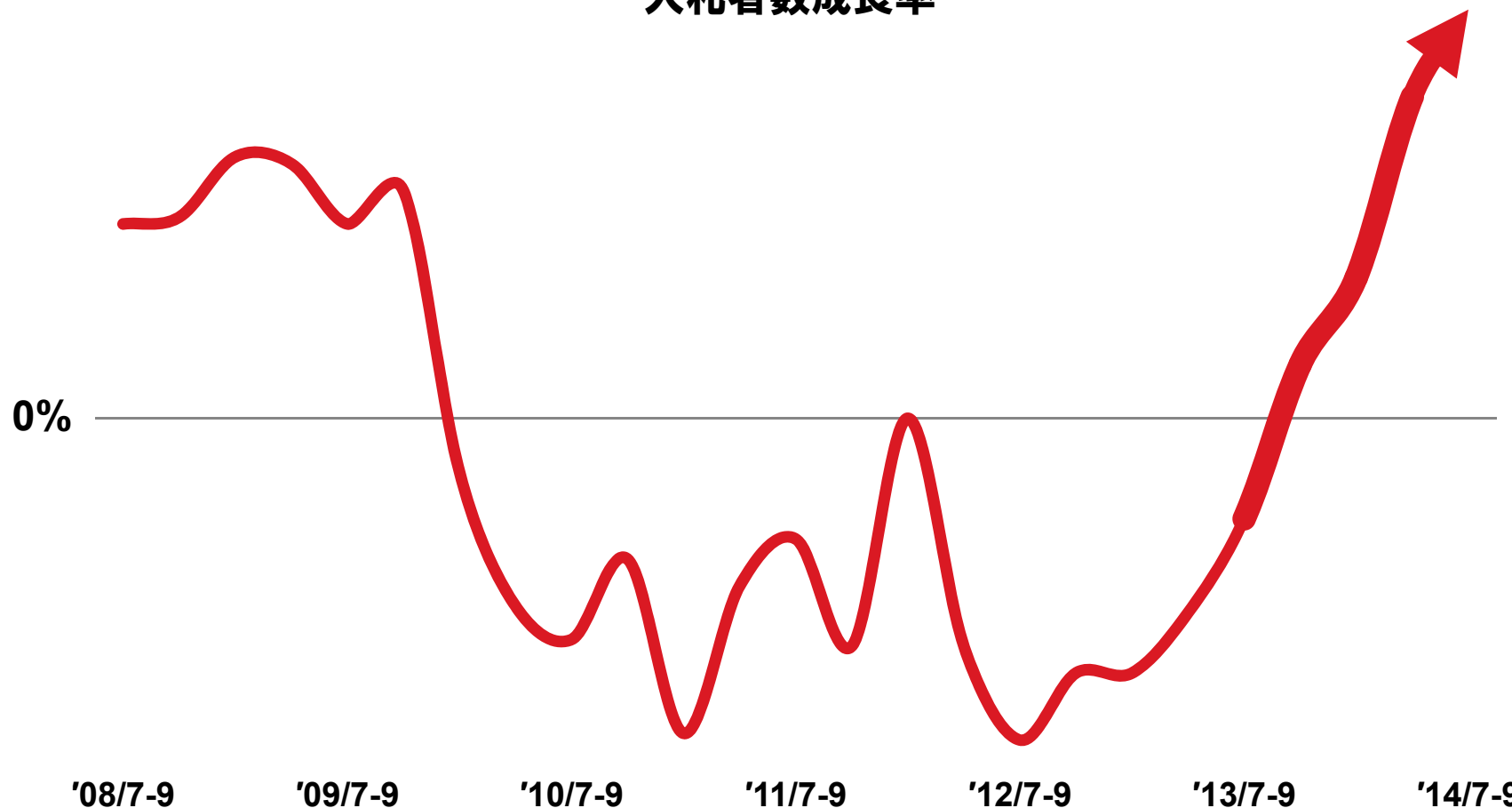
「ヤフオク！」

は変わったのか？

ヤフオク!

新戦略実施後、入札者数増加

ヤフオク! 前年同四半期比
入札者数成長率



YAHOO!
JAPAN

ヤフオク!

取扱高の成長が加速し、増加を継続

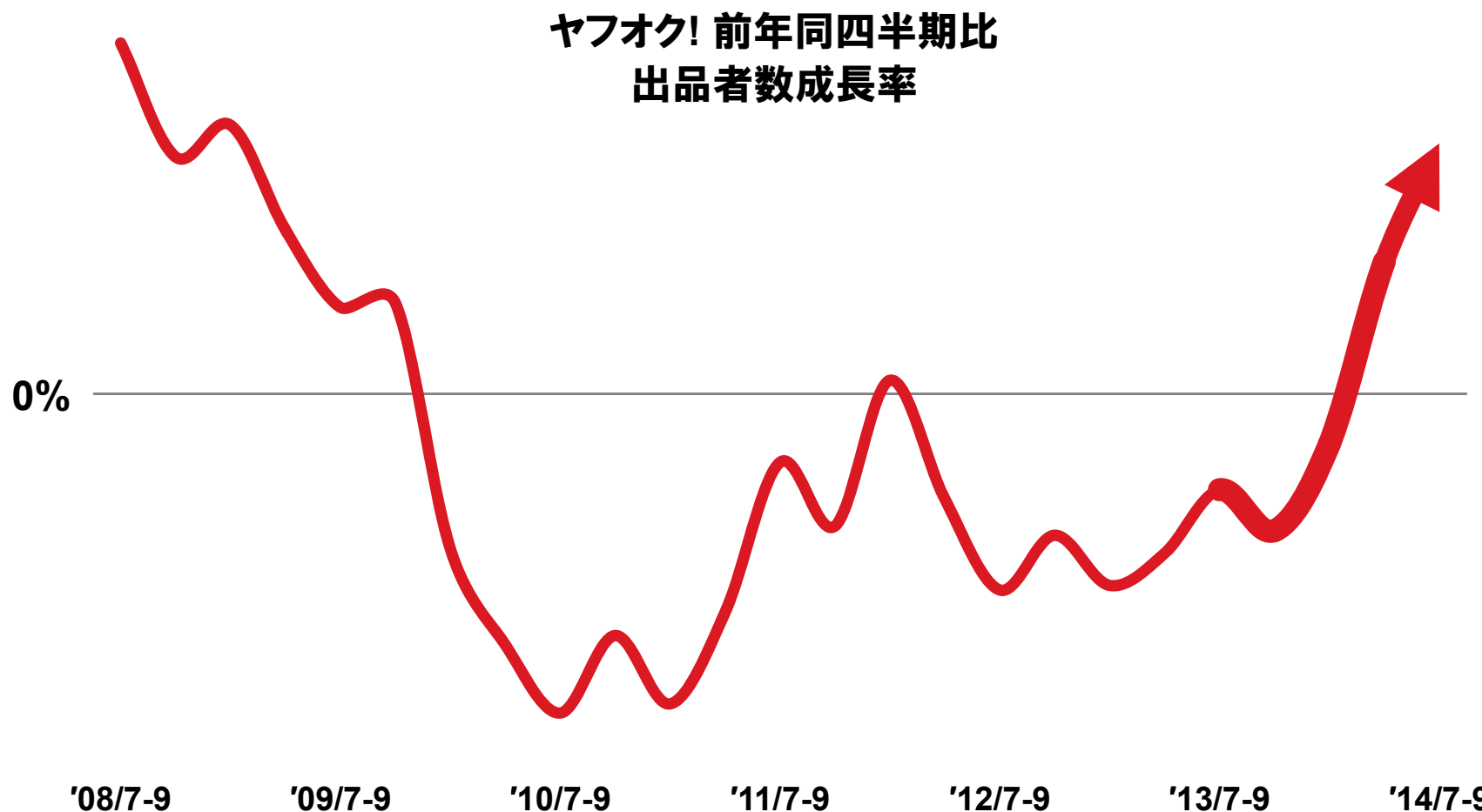


「ヤフオク!」、2012年12月以降の「トレードカービュー」(<http://www.tradecarview.com/>)、2014年4月以降の「クロシェ」(スマートフォン向けアプリ)、2014年5月度以降の「ブックオフオンライン」(<http://www.bookoffonline.co.jp/>)の取扱高を含んでいます。

YAHOO!
JAPAN

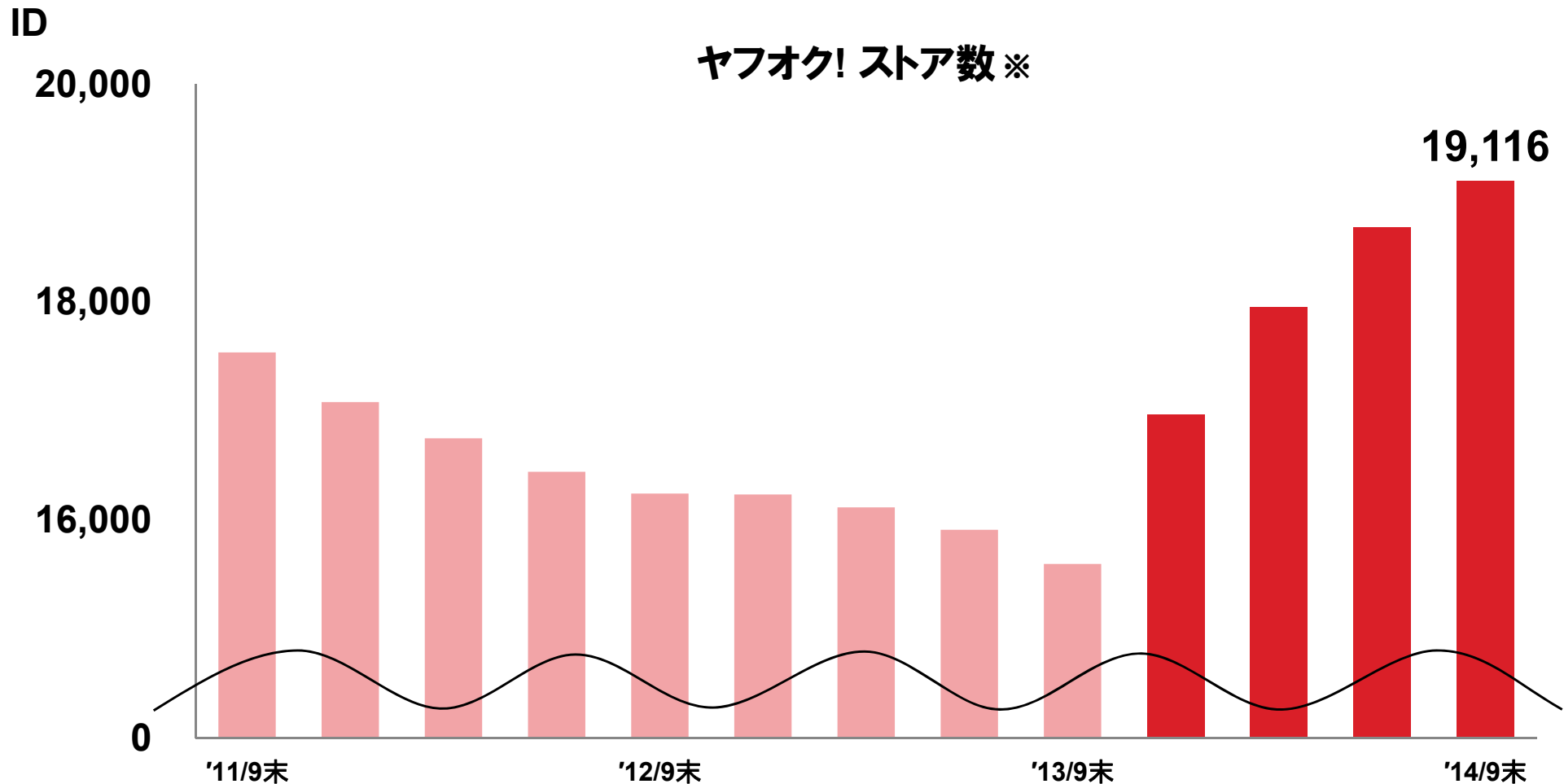
ヤフオク!

出品者数 約5年ぶりに2四半期連続で 前年同四半期比増加



ヤフオク!

減少していたストア数が増加傾向に



※アカウント発行ベース。審査完了後、開店準備中の店舗含む。

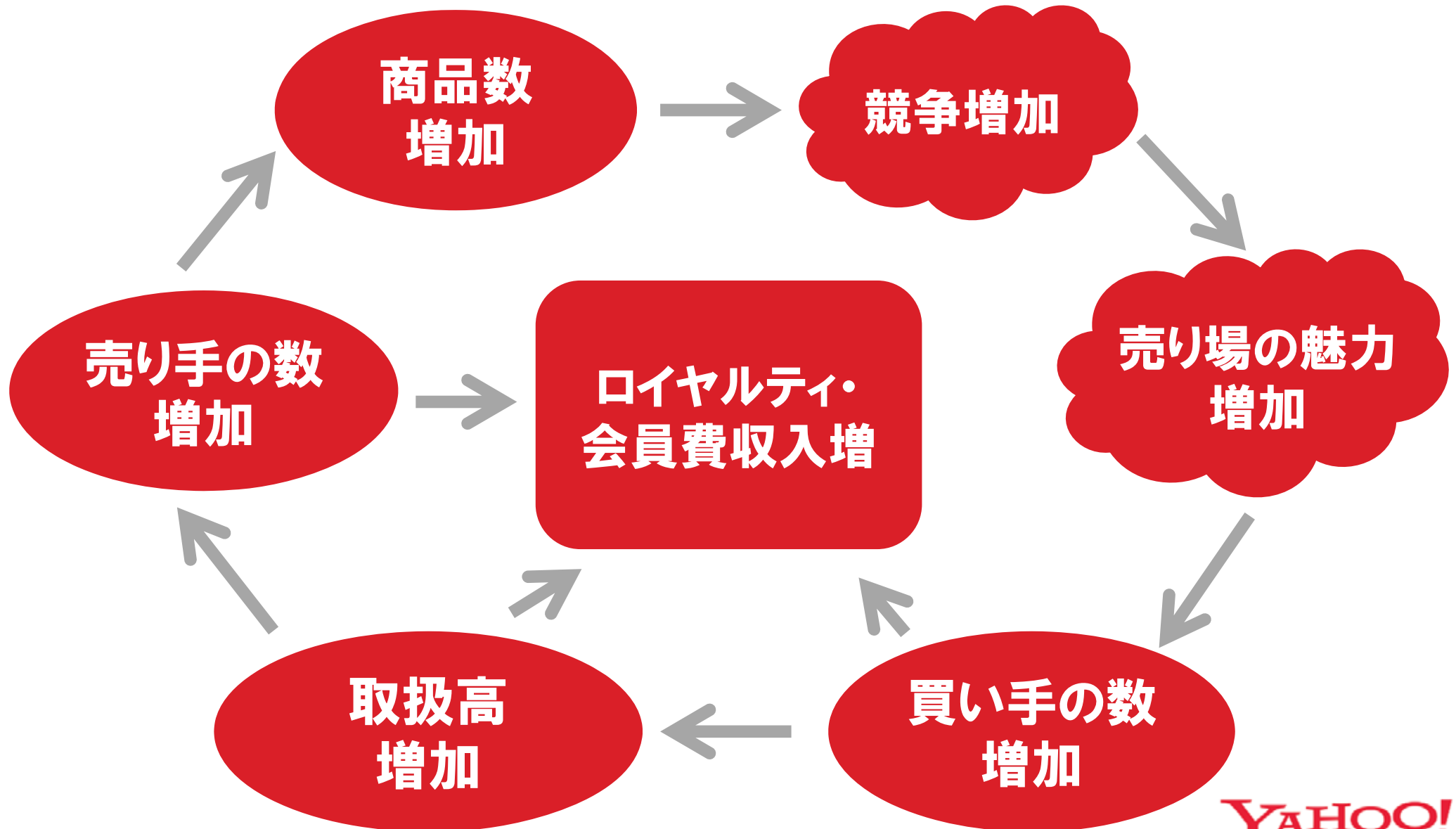
「ヤフOFF! フラッグシップストア 渋谷センター街」オープン



- 「ヤフオフ!出品窓口」を設置
持ち込んだ商品を
スタッフが代行出品し、
落札金額の受け取りが可能
- 毎月3冊まで店内の本が無料
(Yahoo!プレミアム会員特典、108円のものに限る)

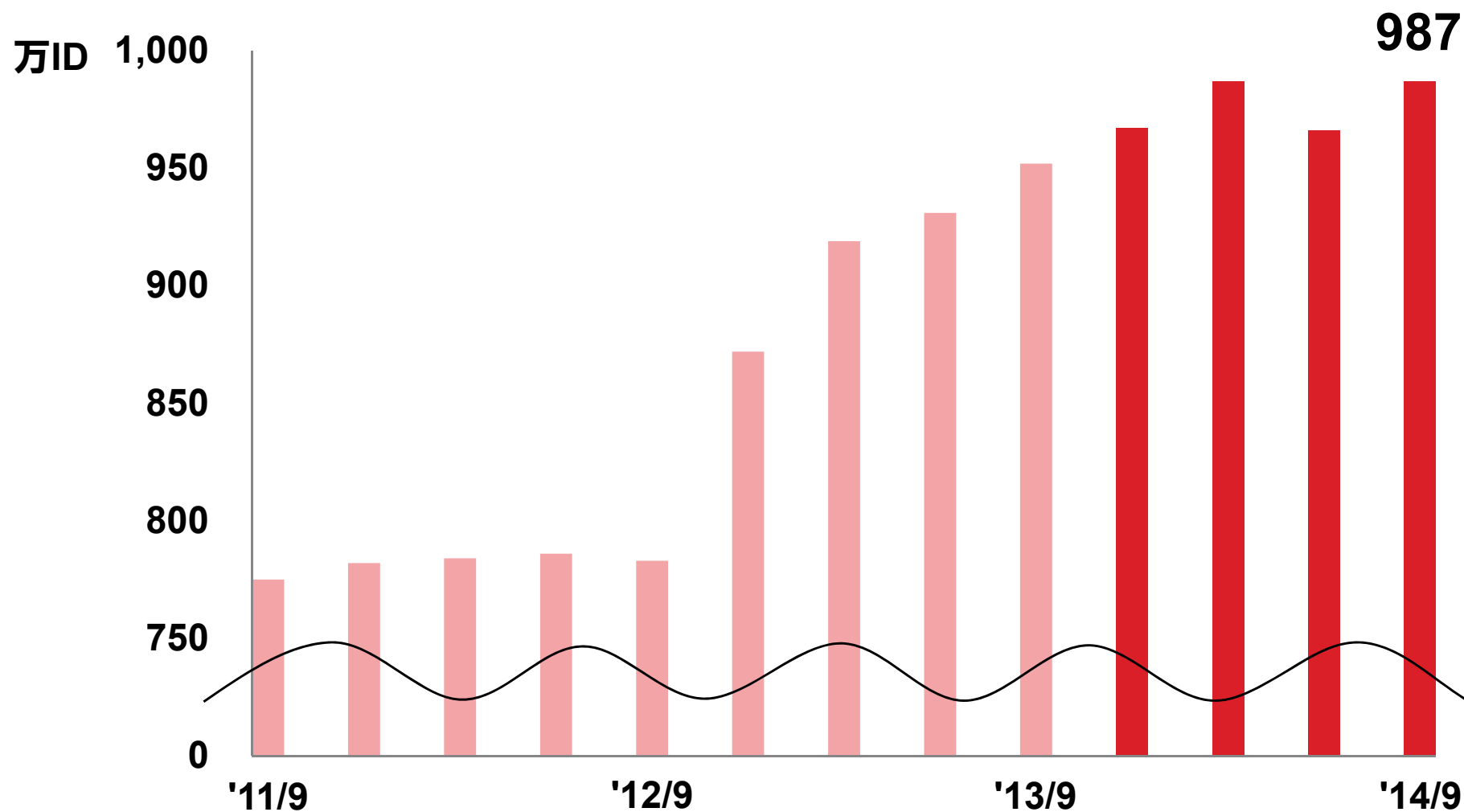
取扱高を増加させ、 ロイヤルティ・会員費収入を拡大する

ヤフオク!



プレミアム会員

新戦略実施後の減少が懸念されたが、 チャンネルの多様化により、会員数増加

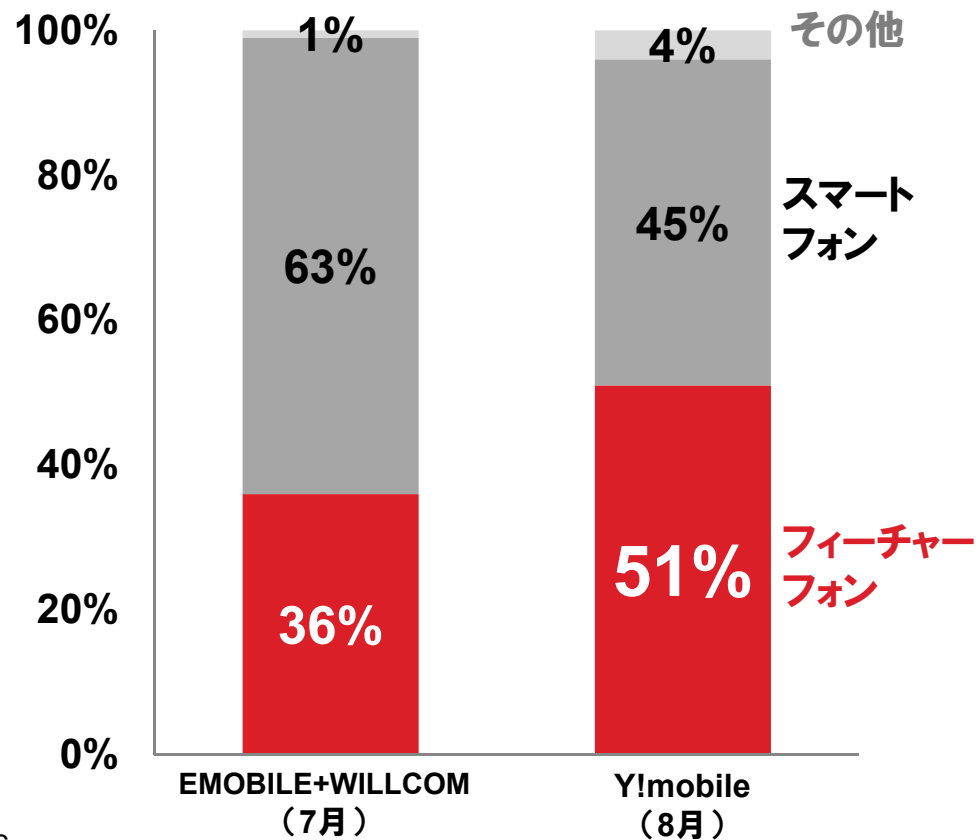


ワイモバイル(株)との販売提携

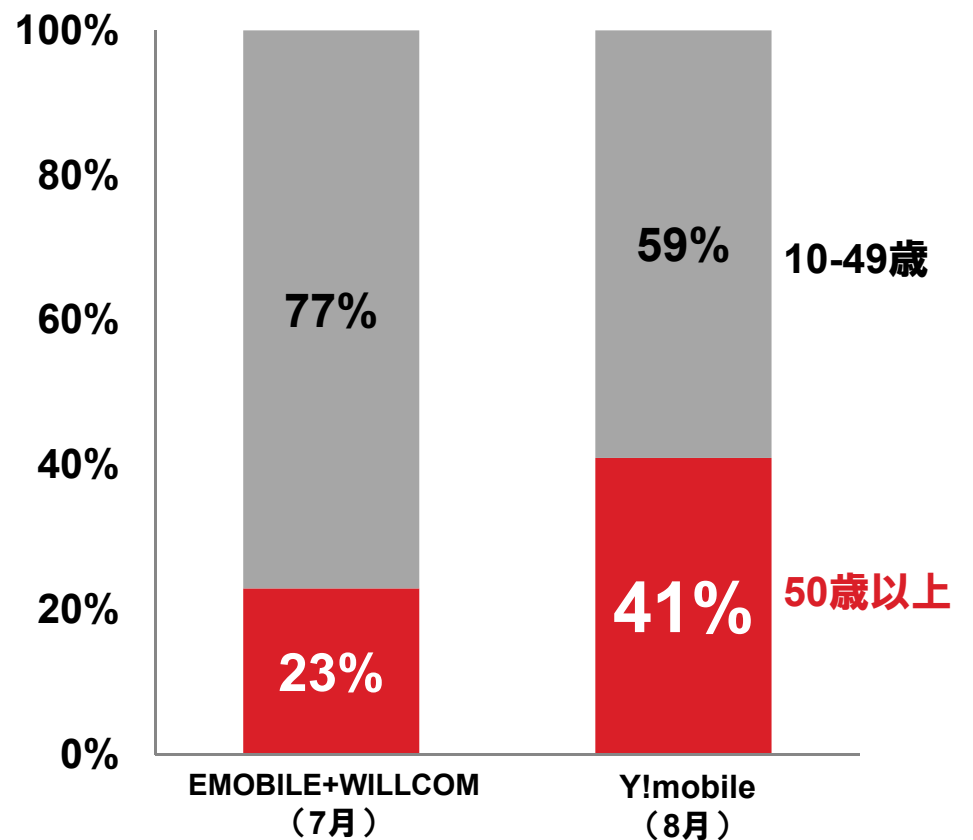
従来のフィーチャーフォン利用者や 50歳以上の加入者の割合が拡大

Y!mobile スマートフォン新規加入者(他社からのMNP利用者)の属性分布

【従来の使用端末】



【年齢】



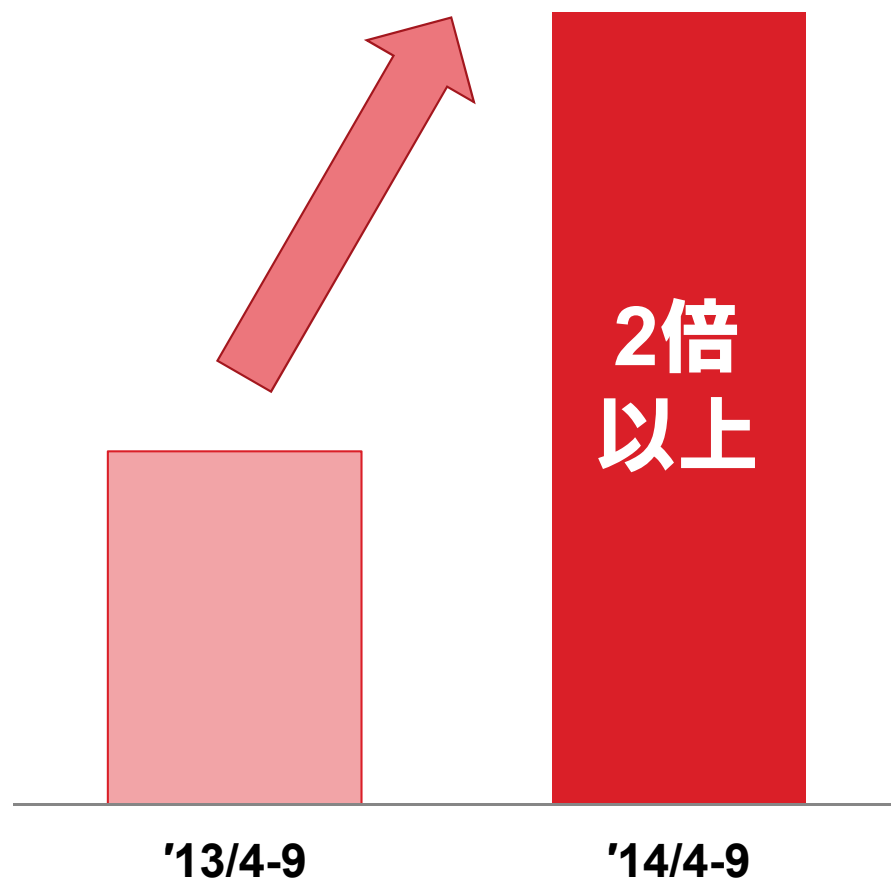
決済金融 その他事業

Tポイントと連携した O2O送客施策が本格稼働 リアル店舗で購入後、 Yahoo! JAPANで くじ引きができる施策を実施



「Yahoo!公金支払い」

取扱高 前年度比**2.2倍**に拡大



- 全国約1,800のうち約2割の350自治体で利用可能
- 対応自治体数の拡大、ふるさと納税の活況等により増加

201X年3月期までに

営業利益3,300億円

201X年度までに

流通総額国内No.1

目次

- P.72 四半期業績**
- P.86 事業データ**
- P.88 組織・人員・関連会社**

**当社は2014年度第1四半期より国際会計基準(IFRS)を適用しています。(移行日:2013年4月1日)
2013年度についてもIFRSに準拠して表示しています。**

2014年度第2四半期損益計算書

	2013年度 第2四半期	2014年度 第2四半期	前年同四半期比 増減率
売上高（億円）	1,007	1,033	2.5%
売上原価（億円）	183	207	13.3%
売上総利益（億円）	824	825	0.1%
販管費等（億円）	326	364	11.8%
営業利益（億円）	498	460	-7.6%
その他の営業外収益及び費用（億円）	2	2	-14.1%
持分法による投資損益（億円）	-2	0	-
税引前四半期利益（億円）	497	463	-6.9%
四半期利益（億円）	315	304	-3.2%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益（億円）	312	302	-3.4%
希薄化後EPS（円）* **	5.43	5.30	-2.4%
希薄化後株式数（百万株）* ***	5,752	5,694	-1.0%

* 2013年10月1日付で普通株式1株を100株に分割する株式分割を実施し、過去分についても遡及して修正しています。

** 希薄化後EPSは親会社の所有者に帰属する四半期利益を用いて算出しています。

*** 希薄化後株式数は自己株式を除いています。

ご参考：2013年度第2四半期損益計算書 主要項目のIFRSと日本基準の比較

日本基準		IFRS		主な変更内容	単位：億円
売上高	957	売上高	1,007	広告のTAC (Traffic Acquisition Cost)、 決済手数料等をグロス表示	
売上原価	122	売上原価	183		
売上総利益	834	売上総利益	824	<ul style="list-style-type: none"> ・のれんの償却停止 ・その他収益、費用(営業外、特別損益項目から組み替え) ・固定資産償却方法の変更 	
販管費	341	販管費等	326		
営業利益	492	営業利益	498		
営業外収益	2	その他の営業外収益	2	営業外損益から組み替え	
営業外費用	4	その他の営業外費用	0		
特別利益	1	持分法による投資損益	-2		
特別損失	4	税引前四半期利益	497	のれんの償却停止	
税金等調整前四半期純利益	487	法人所得税	182		
法人税等	182	四半期利益	315		
少数株主損益調整前四半期純利益	305				

2014年度第2四半期セグメント別収益内訳

単位:億円

	売上高	主な内訳		売上原価	販管費等	営業利益	営業利益率
マーケティングソリューション事業	751	広告	599	179	185	385	51.3%
		ビジネスサービス	114				
		パーソナルサービス	37				
		社内売上	0				
コンシューマ事業	236	広告	8	5	98	131	55.7%
		ビジネスサービス	37				
		パーソナルサービス	179				
		社内売上	10				
その他	68	広告	0	24	27	16	23.4%
		ビジネスサービス	20				
		パーソナルサービス	40				
		社内売上	7				
調整額	-22	広告	-2	-2	52	-72	-
		ビジネスサービス	-1				
		パーソナルサービス	-				
		社内売上	-18				
総合計	1,033			207	364	460	44.6%

2014年度第2四半期の各セグメントに含まれる 主な商品項目

マーケティングソリューション事業

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(興味関心連動型広告(YDN)、プレミアム広告)
ビジネスサービス	データセンター関連、アフィリエイト関連、「Yahoo!不動産」、自動車関連、 「インディバル求人」、「Yahoo!ウェブホスティング」等
パーソナルサービス	有料デジタルコンテンツ、映像関連、「Yahoo!パートナー」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	「ヤフオク!」法人向けシステム利用料、「Yahoo!トラベル」、「Yahoo! BB」インセンティブ等
パーソナルサービス	「Yahoo!プレミアム」、「ヤフオク!」個人向けシステム利用料、「Yahoo! BB」ISP料金、 「Yahoo!メール」等

その他

広告	ディスプレイ広告
ビジネスサービス	クレジットカード関連、決済関連等
パーソナルサービス	FX関連、クレジットカード関連、決済関連、「Yahoo!ファイナンス」等

* 2014年度第2四半期において、「Yahoo!メール」をはじめとする一部のサービスが従来と異なるカンパニーに所属することとなったため、
主な商品項目がセグメント間で移動しました。

2014年度第2四半期 販管費、その他の収益及び費用推移

単位:億円

主な前年同四半期比増減要因

	13/2Q	14/1Q	14/2Q	構成比	前四半期比 増減率	前年 同四半期比 増減率
人件費	113	111	114	31.5%	3.2%	1.0%
業務委託費	39	47	45	12.5%	-2.7%	16.1%
販売促進費	37	33	40	11.2%	23.9%	10.1%
減価償却費	26	29	34	9.4%	16.9%	28.6%
情報提供料	19	25	29	8.0%	15.9%	50.9%
ロイヤルティ	27	27	27	7.7%	3.0%	0.6%
賃借料・水道光熱費	18	22	23	6.5%	6.6%	26.6%
通信費	15	14	14	4.0%	2.0%	-6.1%
維持管理費	7	8	9	2.5%	7.1%	28.2%
ライセンス料	3	6	6	1.8%	6.6%	94.5%
広告宣伝費	2	7	5	1.6%	-23.7%	119.4%
租税公課	3	3	3	1.0%	9.6%	-5.6%
旅費交通費	1	2	2	0.7%	16.9%	43.6%
販売手数料	2	2	2	0.7%	0.8%	10.4%
什器備品費	0	1	2	0.6%	78.0%	137.5%
その他販管費等	5	-24	1	0.3%	n.a.	-78.6%
販管費等合計	326	316	364	100.0%	15.3%	11.8%

サービス等の運営委託費の増加

eコマース関連のプロモーション費用の増加

サーバ等設備の増加

検索システムにかかわる費用の増加

オフィスの一部移転にかかわる費用の増加

* 販管費等合計にはその他収益、その他費用を含めています。

2014年度第2四半期財政状態計算書

主な科目	2014年3月末	2014年9月末	増減	主な増減要因	単位:億円
<資産>					
流動資産	6,587	6,656	69		
現金及び現金同等物	4,823	4,853	29		
営業債権及びその他の債権	1,603	1,607	3		
その他の金融資産・流動資産	159	195	36		
非流動資産	1,912	2,189	277		
有形固定資産	601	622	20	シナジーマーケティング(株)の連結子会社化	
のれん	158	207	49		
無形資産	178	220	41	社内開発ソフトウェアの増加	
持分法で会計処理されている投資	343	601	257		
その他の金融資産・非流動資産	506	451	-55	(株)ジャパンネット銀行の無議決権株式の転換、ブックオフコーポレーション(株)の株式取得	
資産合計	8,499	8,846	346		
<負債>					
流動負債	2,183	2,128	-55		
営業債務及びその他の債務	1,425	1,459	34		
未払法人所得税	456	338	-118	法人税等の納付	
非流動負債	39	41	1		
負債合計	2,222	2,169	-53		
<資本>					
親会社の所有者に帰属する持分	6,196	6,589	393		
資本金	82	82	0		
資本剰余金	38	39	0		
利益剰余金	5,980	6,394	413	親会社の所有者に帰属する四半期利益の計上	
自己株式	-5	-13	-7		
その他の包括利益累計額	100	87	-13		
非支配持分	80	87	7		
資本合計	6,277	6,677	400		
負債及び資本合計	8,499	8,846	346		

2014年度第2四半期キャッシュ・フロー計算書

主な項目	2014年度 第2四半期	主な増減要因	単位:億円
営業活動によるキャッシュ・フロー	550		
税引前四半期利益	463		
減価償却費	41		
営業債権・債務及びその他の債権・債務の増減額	15		
その他流動負債の増減額	26		
投資活動によるキャッシュ・フロー	-127		
有形固定資産の取得による支出	-41		
無形固定資産の取得による支出	-12		
投資の取得による支出	-10		
子会社の取得による支出	-68	シナジーマーケティング(株)の株式取得	
財務活動によるキャッシュ・フロー	-8		
キャッシュ・フロー増減額	416		

2014年度第2四半期 マーケティングソリューション事業

■ 検索連動型広告「スポンサードサーチ」

- スマートフォン経由の検索数の増加に伴い、スマートフォン経由の売上高が前年同四半期比で大きく伸長。
- 「スポンサードサーチ」全体の売上高は前年同四半期比で1.7%増加。

■ ディスプレイ広告

(興味関心連動型広告「Yahoo!ディスプレイアドネットワーク」(YDN)、プレミアム広告)

- YDNの売上高が前年同四半期比で大きく伸長。
- プレミアム広告において、「トップインパクト」などブランディング効果の高い広告商品(リッチアド)の売上高が引き続き伸長。
- ディスプレイ広告全体の売上高は前年同四半期比で18.2%増加。

単位:億円

マーケティングソリューション事業	2013年度 第2四半期	2014年度 第2四半期	前年同四半期比 増減率
売上高	703	751	6.9%
営業利益	370	385	4.1%

YAHOO!
JAPAN

2014年度第2四半期 コンシューマ事業

■「ヤフオク!」

- ストア出店料等の無料化により、ストア数、出品数が増加。
5,000円以上の入札に必須となっていた「Yahoo!プレミアム」への登録を免除したことに伴い、新規入札者、落札数が増加したほか落札単価も上昇し、取扱高が前年同四半期比で1割以上増加。

■「Yahoo!ショッピング」

- ストア出店料とロイヤルティの無料化に加え、利用促進を目的とした販売促進費の投入により、売上高および営業利益が前年同四半期比で減少。
一方、新戦略の実施により、「Yahoo!ショッピング」のストア数、商品数は大幅に拡大。
取扱高が前年同四半期比で1割以上増加。

■「Yahoo!プレミアム」

- 2014年9月末のプレミアム会員ID数は987万IDとなった。

単位:億円

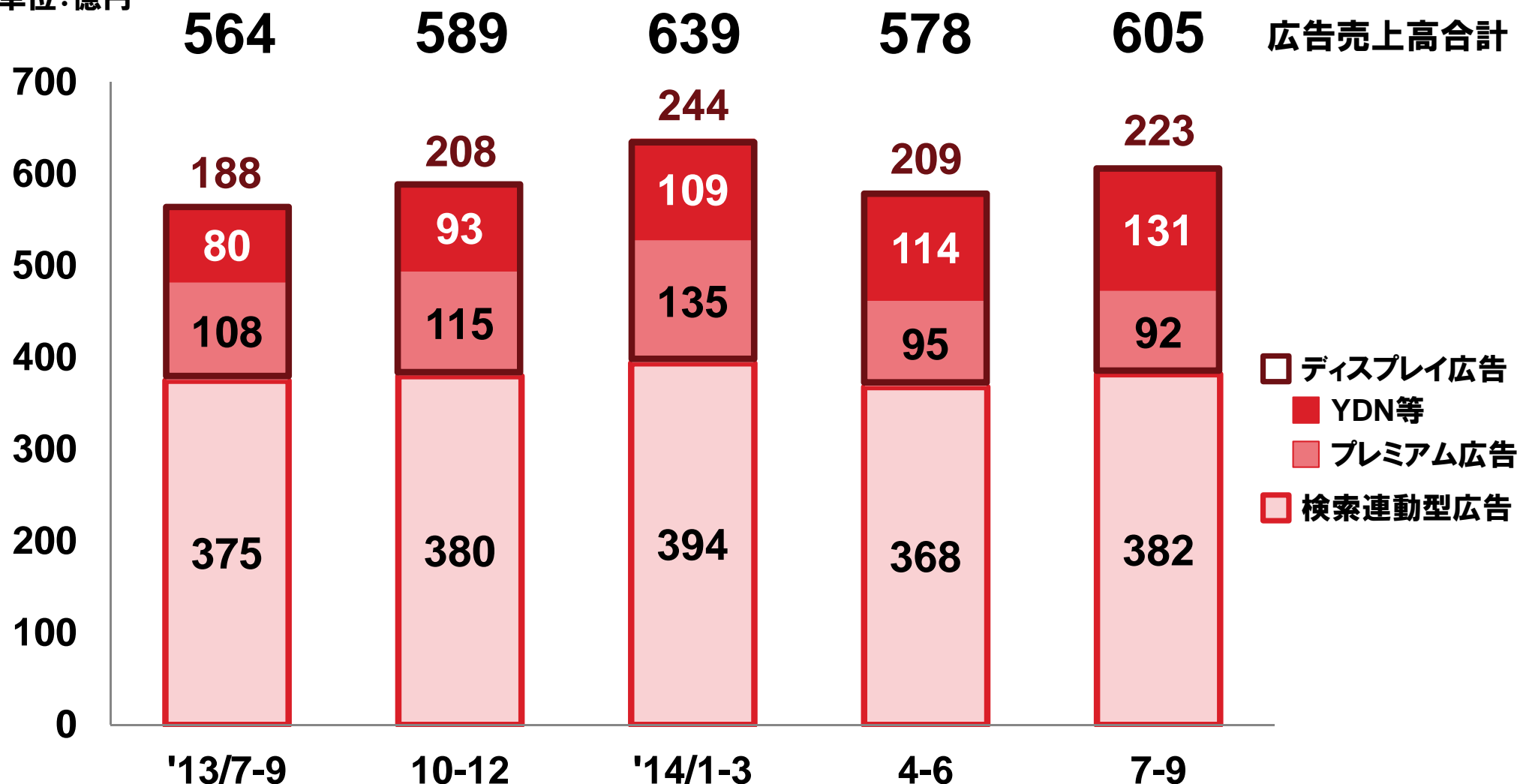
コンシューマ事業	2013年度 第2四半期	2014年度 第2四半期	前年同四半期比 増減率
売上高	257	236	-8.3%
営業利益	170	131	-22.8%

主な広告商品

広告商品 (主な用途)		主な フォーマット	課金 システム	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」 (販売促進)		テキスト	クリック課金型 運用方式	検索結果 ページ	大手・ 中小企業
ディスプレイ 広告	YDN等	興味関心連動型広告 「Yahoo!ディスプレイ アドネットワーク」(YDN) (販売促進)	テキスト・画像	トップページ コンテンツ ページ	大手企業
		プレミアムDSP (販売促進)	画像		
		プレミアム広告 (ブランド価値向上)	画像・動画		

広告商品別売上高推移

単位:億円



* 2014年度よりIFRSを適用しています。2013年度についてもIFRSに準拠して表示しています。

「スポンサードサーチ」売上高の業界別シェア

広告売上高の増加額(前年同四半期比)が大きかった業界

- 総合通販、小売
- 金融、保険
- 食品、飲料、嗜好品

広告売上高の減少額(前年同四半期比)が大きかった業界

- インターネット、情報処理サービス
- 医療、福祉サービス
- 人材サービス、求人

	13/2Q	3Q	4Q	14/1Q	2Q
旅行、交通	12.2%	9.6%	9.9%	10.5%	12.2%
金融、保険	9.7%	9.2%	10.1%	10.0%	10.0%
総合通販、小売	5.5%	7.1%	6.0%	6.0%	6.3%
不動産	6.5%	6.0%	7.7%	5.9%	6.1%
人材サービス、求人	5.4%	5.3%	5.2%	5.2%	5.0%
教育、資格	4.8%	4.6%	5.5%	4.8%	4.5%
医療、福祉サービス	4.9%	4.6%	4.5%	4.7%	4.4%
食品、飲料、嗜好品	3.9%	3.9%	3.7%	4.1%	4.3%
ファッション、アクセサリ	4.5%	5.3%	4.4%	4.3%	4.2%
インテリア、リフォーム、住宅設備	4.0%	4.3%	4.3%	4.3%	4.1%
インターネット、情報処理サービス	4.6%	5.1%	4.3%	4.6%	4.0%
家電、情報機器、カメラ	3.0%	3.3%	3.2%	3.1%	3.2%
その他	31.0%	31.7%	31.2%	32.5%	31.7%
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

YDN売上高の業界別シェア

広告売上高の増加額(前年同四半期比)が大きかった業界

- 金融、保険
- 不動産
- 美容健康サービス、用品

	13/2Q	3Q	4Q	14/1Q	2Q
金融、保険	23.8%	22.7%	21.6%	21.9%	18.9%
食品、飲料、嗜好品	9.6%	10.2%	7.6%	10.0%	8.8%
不動産	8.2%	7.9%	10.8%	8.5%	8.1%
化粧品、トイレタリー、日用品	9.7%	8.9%	6.9%	8.2%	7.9%
人材サービス、求人	6.3%	5.9%	6.1%	5.9%	5.5%
旅行、交通	4.5%	3.5%	3.7%	4.0%	4.7%
教育、資格	5.5%	4.5%	5.7%	4.0%	4.2%
美容健康サービス・用品	2.7%	3.0%	2.4%	3.1%	4.2%
自動車、輸送用機器	2.9%	2.8%	3.2%	2.7%	3.5%
インターネット、情報処理サービス	1.7%	2.4%	2.4%	2.4%	3.3%
結婚、恋愛、冠婚葬祭	2.5%	2.5%	2.5%	2.7%	3.2%
趣味、レジャー	1.3%	1.8%	2.7%	2.9%	3.0%
その他	21.3%	23.9%	24.4%	23.7%	24.7%
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

* 一部売上高は業界分類されていません。

プレミアム広告売上高の業界別シェア

広告売上高の増加額(前年同四半期比)が大きかった業界

- 移動体通信サービス
- インターネット情報サイト、メールサービス
- 自動車、関連品(輸送用機器)

広告売上高の減少額(前年同四半期比)が大きかった業界

- 金融、保険、証券(含消費者金融)
- 不動産、建設
- 交通、レジャー

	13/2Q	3Q	4Q	14/1Q	2Q
自動車、関連品(輸送用機器)	11.3%	10.8%	12.9%	10.7%	14.6%
移動体通信サービス	5.0%	4.6%	6.1%	4.9%	9.4%
不動産、建設	11.9%	9.6%	11.5%	9.7%	9.1%
交通、レジャー	10.8%	10.3%	10.0%	11.4%	8.2%
金融、保険、証券(含消費者金融)	10.9%	10.7%	10.7%	9.1%	7.7%
食品	8.1%	7.7%	7.4%	8.4%	7.1%
化粧品、トイレタリー	9.0%	7.5%	6.2%	11.2%	6.8%
飲料、嗜好品	4.0%	4.0%	5.6%	7.4%	5.7%
エンターテインメント系ソフト	2.7%	1.0%	1.3%	2.9%	4.3%
インターネット情報サイト、メールサービス	1.3%	3.1%	1.6%	1.1%	3.4%
コンピュータ、コンピュータ関連、事務機器	2.3%	5.1%	3.8%	2.0%	3.4%
家電、AV機器(電気製品)	1.6%	3.1%	2.7%	2.8%	2.3%
その他	21.1%	22.5%	20.2%	18.4%	18.0%
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

* eコマース関連広告の業界別売上高の算出が不可能になったため、2013年度第3四半期以降の構成比は同売上高を除外して算出しています。過去分についても、遡及して修正しています。

四半期事業データ ①

項目（四半期期中平均）	2013年7-9月	2014年7-9月	前年同四半期比 増減率
月間総ページビュー数（百万PV）	55,618	62,483	12.3%
スマートフォン月間ページビュー数（百万PV）（1）	16,153	26,903	66.5%
Daily UB（1日あたりユニークブラウザ）数（百万ブラウザ）（2）	61.04	73.54	20.5%
スマートフォンDaily UB数（百万ブラウザ）（1）（2）	25.34	39.43	55.6%
月間アクティブユーザーID数（百万ID）（3）	27.54	28.29	2.7%
Yahoo!プレミアム会員ID数（四半期末）（百万ID）	9.52	9.87	3.7%

(1) スマートフォン月間ページビュー数・Daily UB数には、iPhone/iPod、Androidスマートフォン（画面サイズ7インチ未満）、WindowsPhoneを通じて閲覧されたページビュー・ブラウザが含まれ、iPad、Androidタブレット等を通じて閲覧されたページビュー・ブラウザは含まれていません。

また、アプリを通じたアクセスの一部は含まれていません。

(2) Yahoo! JAPANサービスを閲覧するために利用されたブラウザ数。スマートフォンにおいてブラウザとアプリの両方を通じて閲覧した場合には重複カウントとなります。

(3) 各月中にログインしたYahoo! JAPAN ID数。

四半期事業データ ②

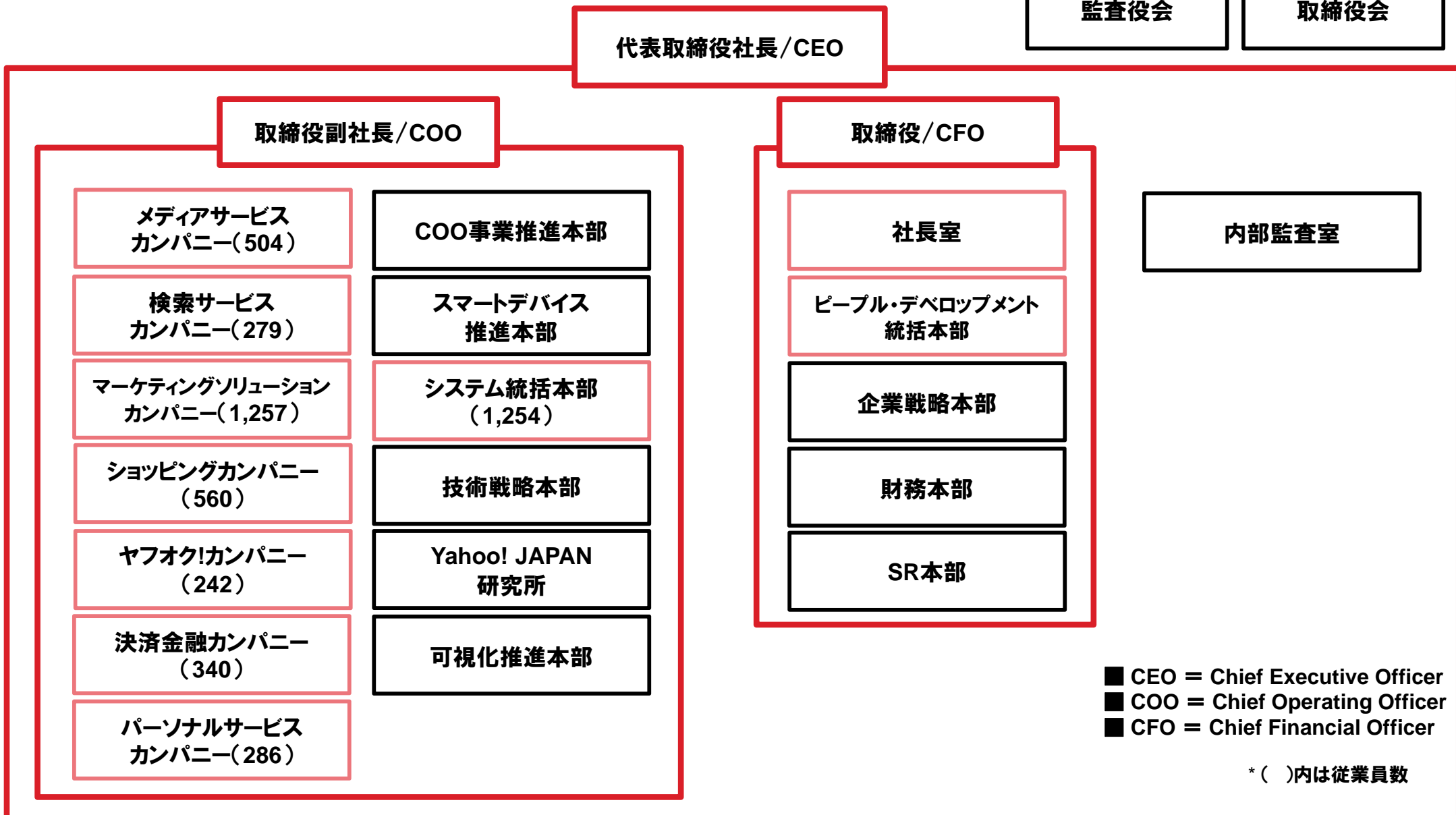
項目（四半期合計）	2013年7-9月	2014年7-9月	前年同四半期比 増減率
オークション関連取扱高（億円）（1）	1,703	1,920	12.7%
ショッピング関連取扱高（億円）（2）	809	890	10.0%
eコマース流通総額 （オークション関連+ショッピング関連取扱高）（億円）	2,512	2,811	11.9%
スマートフォン経由eコマース流通総額（億円）	628	914	45.4%
「ヤフオク!」ストア数（四半期末）（ID）（3）	15,600	19,116	22.5%
「Yahoo!ショッピング」ストア数（四半期末）（ID）（3）	19,932	193,085	9.7倍

(1) 2014年度第2四半期より定義を変更しています。「ヤフオク!」、「トレードカービュー」(<http://www.tradecarview.com/>)、2014年4月以降の「クロシェ」(スマートフォン向けアプリ)、2014年5月度以降の「ブックオフオンライン」(<http://www.bookoffonline.co.jp/>)の取扱高を含んでいます。

(2) 2014年度第2四半期より定義を変更しています。「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!飲食予約」等の取扱高を含んでいます。決済金融関連の取扱高は含んでいません。

(3) 「ヤフオク!」ストア数、「Yahoo!ショッピング」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。

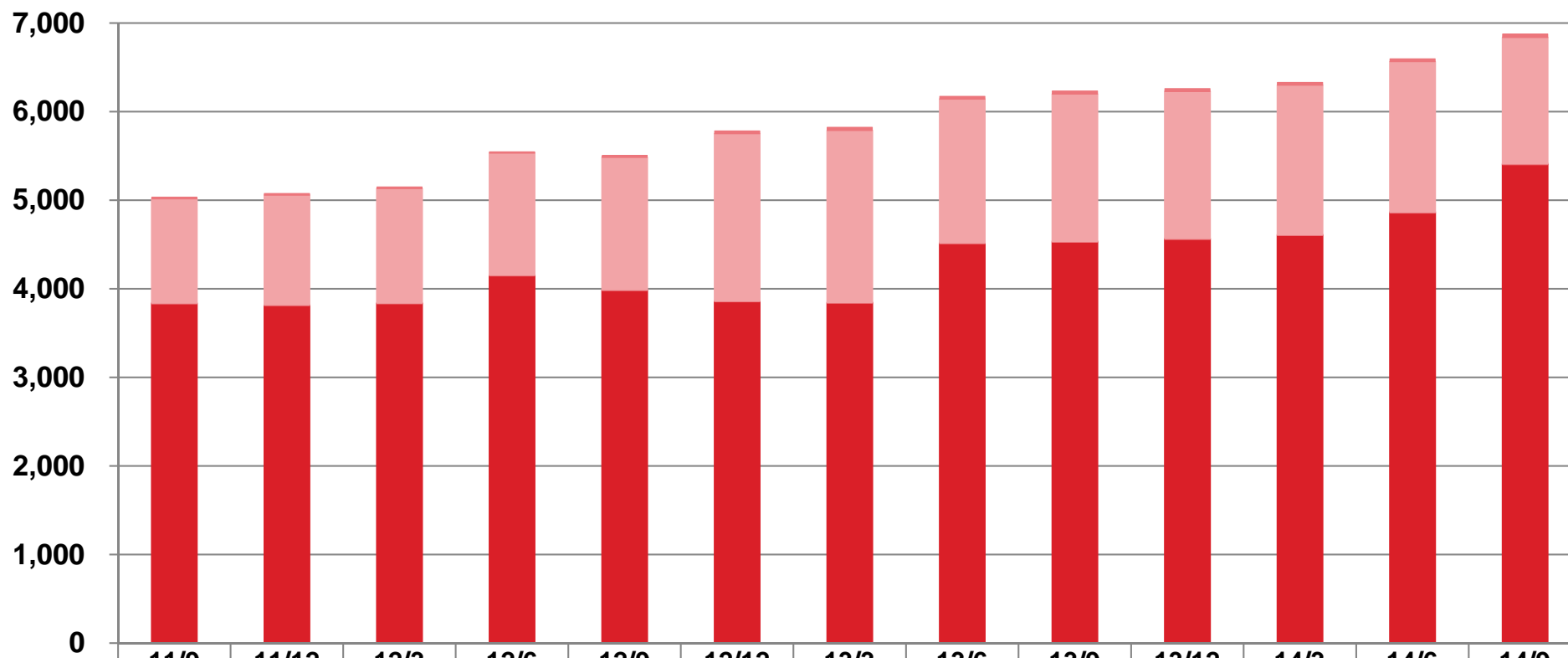
組織図(単体ベース)



役職員数推移

(四半期末人員数)

単位:人



*上記の従業員数は出向者を含んでいます。

主な連結子会社および持分法適用会社一覧

(2014年9月末時点)

● 当四半期末の主な連結子会社

- ◆ (株)IDCフロンティア
- ◆ オセニック(株)
- ◆ (株)GYAO
- ◆ (株)クロコス
- ◆ シナジーマーケティング(株) **NEW!**
- ◆ バリューコマース(株)
- ◆ ワイジェイFX(株)
- ◆ ワイズ・インシュアランス(株)
- ◆ (株)インディバル
- ◆ (株)カービュー
- ◆ (株)Qubitalデータサイエンス
- ◆ (株)コミュニティファクトリー
- ◆ (株)ネットラスト
- ◆ ファーストサーバ(株)
- ◆ YJキャピタル(株)
- ◆ ワイズ・スポーツ(株)

● 当四半期末の主な持分法適用会社

- ◆ アスクル(株)
- ◆ (株)ジャパンネット銀行
- ◆ (株)カカオジャパン
- ◆ ブックオフコーポレーション(株)



当グループのIR情報は、以下のURLをご参照ください。
<http://ir.yahoo.co.jp/>