

平成21年3月期 第1四半期決算短信

平成20年7月25日

上場取引所 東 JQ

上場会社名 ヤフー株式会社
 コード番号 4689 URL <http://www.yahoo.co.jp>
 代表者 (役職名) 代表取締役社長 (氏名) 井上 雅博
 問合せ先責任者 (役職名) 取締役最高財務責任者 (氏名) 梶川 朗
 四半期報告書提出予定日 平成20年8月8日

TEL 03-6440-6000

(百万円未満切捨て)

1. 平成21年3月期第1四半期の連結業績(平成20年4月1日～平成20年6月30日)

(1) 連結経営成績(累計)

(%表示は対前年同四半期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		四半期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
21年3月期第1四半期	65,557		32,898		32,412		19,158	
20年3月期第1四半期	56,687	15.1	29,670	23.7	28,527	24.3	16,204	22.7

	1株当たり四半期純利益	潜在株式調整後1株当たり四半期純利益
	円 銭	円 銭
21年3月期第1四半期	317.50	317.09
20年3月期第1四半期	267.95	267.57

(2) 連結財政状態

	総資産		純資産		自己資本比率		1株当たり純資産	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円 銭	円 銭
21年3月期第1四半期	318,507		224,625		69.7		3,722.81	
20年3月期	369,660		250,672		67.1		4,100.94	

(参考) 自己資本 21年3月期第1四半期 221,930百万円 20年3月期 248,107百万円

2. 配当の状況

(基準日)	1株当たり配当金				
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	年間
	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭
20年3月期				104.00	104.00
21年3月期					
21年3月期(予想)					

(注)配当予想の当四半期における修正の有無 無

配当予想につきましては未定です。

3. 平成21年3月期の連結業績予想(平成20年4月1日～平成21年3月31日)

(注)連結業績予想数値の当四半期における修正の有無 無

通期の業績予想の開示に代えて翌四半期の業績予想を開示しております。詳細は2ページをご参照下さい。

4. その他

(1) 期中における重要な子会社の異動(連結範囲の変更を伴う特定子会社の異動) 無

(2) 簡便な会計処理及び四半期連結財務諸表の作成に特有の会計処理の適用 無

(3) 四半期連結財務諸表作成に係る会計処理の原則・手続、表示方法等の変更(四半期連結財務諸表作成のための基本となる重要な事項等の変更)に記載されるもの

会計基準等の改正に伴う変更 有
 以外の変更 有

(注)詳細は、7ページ【定性的情報・財務諸表等】 4.その他をご覧下さい。

(4) 発行済株式数(普通株式)

期末発行済株式数(自己株式を含む)	21年3月期第1四半期	60,502,816株	20年3月期	60,502,022株
期末自己株式数	21年3月期第1四半期	889,080株	20年3月期	1,932株
期中平均株式数(四半期連結累計期間)	21年3月期第1四半期	60,342,795株	20年3月期第1四半期	60,476,734株

業績予想の適切な利用に関する説明、その他特記事項

1. 本資料に記載されている業績予想については、当社および当グループが現時点で入手可能な情報から得られた判断に基づいて作成しておりますが、リスクや不確実性を含んでおります。業績予想に関連する事項については、7ページ【定性的情報・財務諸表等】 3. 連結業績予想に関する定性的情報をご参照下さい。

2. 当連結会計年度より「四半期財務諸表に関する会計基準」(企業会計基準第12号)及び「四半期財務諸表に関する会計基準の適用指針」(企業会計基準適用指針第14号)を適用しております。また、「四半期連結財務諸表規則」に従い四半期連結財務諸表を作成しております。

平成21年3月期第2四半期連結累計期間の業績予想（平成20年4月1日～平成20年9月30日）

(%表示は、対前年同四半期増減率)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	1株当たり 当期純利益
	百万円 %	百万円 %	百万円 %	百万円 %	百万円 %
第2四半期連結累計期間	130,857 ～134,157	64,798 ～66,698	63,962 ～65,862	37,558 ～38,708	622円42銭 ～641円48銭

(注) 連結業績予想数値の当四半期における修正の有無 : 無

本資料に記載されている業績予想については、当社および当グループが現時点で入手可能な情報から得られた判断に基づいて作成しておりますが、リスクや不確実性を含んでおります。業績予想に関連する事項については、7ページ【定性的情報・財務諸表等】3. 連結業績予想に関する定性的情報をご参照下さい。

【定性的情報・財務諸表等】

1. 連結経営成績に関する定性的情報

当連結会計年度より「四半期財務諸表に関する会計基準」（企業会計基準第12号）及び「四半期財務諸表に関する会計基準の適用指針」（企業会計基準適用指針第14号）を適用しております。

(1) 平成21年3月期 第1四半期ハイライト

■当第1四半期の売上高は655億円(*)、営業利益は328億円（前年同四半期比10.9%増）、経常利益は324億円（前年同四半期比13.6%増）、四半期純利益は191億円（前年同四半期比18.2%増）となりました。

(*)当第1四半期より、従来、売上原価に計上していた当社のパートナーである他のサイト運営会社に支払うTAC（Traffic Acquisition Cost）や販売費及び一般管理費に計上していた販売代理店等に支払う手数料について売上高から控除する方法（純額表示、ネット表示）に変更しました。売上高の会計処理の変更に関しましては、8ページ4.(3)④売上高の会計処理の変更をご覧下さい。なお、当第1四半期の売上高を従来どおりの方法（グロス表示）で算出した場合は725億円となります。

売上高を純額表示（ネット表示）した場合および従来どおりの方法（グロス表示）で算出した場合は、それぞれ下表のとおりとなります。

	ネット表示による売上高	前年同 四半期比	グロス表示による売上高	前年同 四半期比
広告事業	336億円	37.4%増	393億円	60.6%増
ビジネス サービス事業	140億円	0.5%減	143億円	1.9%増
パーソナル サービス事業	178億円	1.2%減	188億円	3.9%増
合計	655億円	15.6%増	725億円	27.9%増

■広告事業においては、利用者の行動履歴を基にした配信を行う行動ターゲティング広告が前年同四半期比で大幅に売上を拡大したほか、主力商品である「プライムディスプレイ」についても売上が伸びました。検索連動広告は、オーバーチュア(株)の連結子会社化に加えて、オープン化の一環である当グループ以外の媒体での採用も増加し、前年同四半期比で売上が大きく伸びました。モバイル広告においても検索連動広告の伸びにより好調に推移しました。

■ビジネスサービス事業では、「Yahoo!不動産」の売上が掲載件数の拡大により前年同四半期比で好調に推移したものの、景気全般の減速感に伴う企業の人材採用意欲の低下などにより「Yahoo!リクナビ」の売上が減少しました。「Yahoo!ショッピング」、「Yahoo!オークション」においては、引き続き新規ストアの獲得に努めた結果、平成20年6月末のストア数は合計で32,061店舗と前年同月末と比べて3,693店舗（13.0%増）増加し、テナント料および手数料収入も順調に推移したほか、特にモバイル経由のコマース取扱高が大きく増加しました。

■パーソナルサービス事業では、「Yahoo!オークション」において、出品数の増大に向けたさまざまな施策を実施し、モバイルからの利用も拡大しましたが、システム利用料収入は微減となりました。「Yahoo!プレミアム」においては、会員の付加価値向上に努めた結果、Yahoo!プレミアム会員ID数が初めて700万IDを突破しました。また、新たな取り組みとしてインターネット以外のサービスも含めた外部パートナーとの会員特典の連携を開始しました。有料コンテンツの売上は「Yahoo!パートナー」、「Yahoo!コミック」を中心に大きく伸びました。

■従来のコンテンツ連動広告に比べて優れた性能を持つ「インタレストマッチ™」を平成20年秋より本格的に展開します。

■地球環境保護活動の一環として、カーボンニュートラルへの取り組みを開始するとともに、Yahoo! JAPAN利用者向けに「Yahoo!カーボンオフセット」の提供を開始しました。

(2) セグメント別の四半期の概況

事業区分の内容

事業区分	主要サービス
広告事業	インターネット広告による売上、またはそれに付随する売上。 <ul style="list-style-type: none"> ・ディスプレイ広告（バナー広告、テキスト広告、メール広告）、企画広告制作費 ・検索連動広告 等
ビジネスサービス事業	広告以外の法人向けビジネスによる売上。 <ul style="list-style-type: none"> ・「Yahoo!リクナビ」、「Yahoo!不動産」、「Yahoo!自動車」等の情報掲載料 ・「Yahoo!オークション」、「Yahoo!ショッピング」のテナント料・手数料 ・「Yahoo! BB」新規獲得インセンティブ・継続インセンティブ ・「Yahoo!リサーチ」、ビジネスエクスプレス、「Yahoo!ウェブホスティング」等の売上
パーソナルサービス事業	個人向けビジネスによる売上。 <ul style="list-style-type: none"> ・「Yahoo!オークション」のシステム利用料 ・「Yahoo!プレミアム」の売上 ・「Yahoo! BB」のISP料金、コンテンツ料金 等

<広告事業の四半期の概況>

当四半期における広告事業は、景気全般が減速し広告市況へ与える影響が大きくなりつつあるなか、広告会社との連携をより一層強め広告主のニーズに沿った提案を行い広告出稿の獲得に努めました。

特に利用者の行動履歴を基にした配信を行う行動ターゲティング広告が前年同四半期比で大幅に売上を拡大したほか、利用者の属性やエリア情報を組み合わせたデモグラフィック行動ターゲティング広告やエリア行動ターゲティング広告の出稿も順調な伸びを示しました。この結果、行動ターゲティング広告全体として不動産・建設、金融・保険・証券、交通・レジャー、自動車・関連品、化粧品・トイレタリー、食品関連の企業からの出稿が大きく伸びました。また、主力商品である「プライムディスプレイ」については、行動ターゲティング広告での配信量が増加し売上拡大につながったほか、ネットワーク化による広告掲載も進展しました。Yahoo! JAPANトップページに掲載される「ブランドパネル」も前年同四半期と比較し堅調に推移しているほか、動画広告配信機能を組み込むことでより高いブランディング効果を目的とする広告主のニーズに応えられる「ブランドパネルインターネットCMプラス」の評価も高まっています。

検索連動広告は、広告掲載企業の増加や品質インデックスと入札単価を考慮した広告掲載による効果があったほか、オーバーチュア(株)の連結子会社化に加えて、オープン化の一環である当グループ以外の媒体での採用も増加し、前年同四半期と比較して大幅に売上が拡大しました。なお、検索サービスの利用や広告掲載企業数は順調に推移しましたが、景気の減速に伴い大手広告主を中心に投稿意欲の低下が見られ、前四半期比では売上が微減となりました。モバイル広告の売上に関しては、検索連動広告の伸びにより好調に推移しました。

注目の広告企画につきましては、トヨタ自動車(株)の協賛による地球環境をテーマとした「Yahoo! JAPAN アースプロジェクト」や、トヨタ自動車(株)、全日本空輸(株)、(株)資生堂などの協賛によるハイクオリティー雑誌20誌が参加するウェブサイト「X BRAND presented by Yahoo! JAPAN」などが話題となりました。

以上の結果、当四半期の広告事業の売上高は336億円となりました。

<ビジネスサービス事業の四半期の概況>

当四半期におけるビジネスサービス事業は、「Yahoo!不動産」において引き続き掲載情報の獲得に注力し前年同四半期比で売上が好調に推移したものの、景気全般の減速感に伴う企業の人材採用意欲の低下などにより「Yahoo!リクナビ」の売上が前年同四半期と比べ減少しました。「Yahoo!ショッピング」、「Yahoo!オークション」においては、「2007年 年間ベストストア」に輝いたストアの特集を掲載するなどストア出店の魅力の訴求に注力したほか、引き続き新規ストアの獲得にも努めた結果、平成20年6月末現在の「Yahoo!ショッピング」、「Yahoo!オークション」の合計ストア数は32,061店舗と前年同月末と比べて3,693店舗(13.0%増)増加しました。これに伴い、テナント料および手数料収入が順調に推移しました。また、母の日・父の日など季節の販促特集を展開して利用の拡大に努めた結果、「Yahoo!オークション」、「Yahoo!ショッピング」、「Yahoo!トラベル」、「Yahoo!チケット」を合計したコマース取扱総額は2,377億円(前年同四半期比2.9%増)となり、特にモバイル経由のコマース取扱高は前年同四半期と比べて大幅に拡大しました。リサーチ関連の売上については、ヤフーバリューインサイト(株)との連携を強め、前年同四半期と比べ微増となりました。

以上の結果、当四半期のビジネスサービス事業の売上高は140億円となりました。

(コマース関連データ)

・「Yahoo!ショッピング」ストア数等

	平成19年6月	平成20年6月
ショッピングドメイン・ユニークブラウザ数	1,504万ブラウザ	—
ショッピングストア・ユニークブラウザ数	1,693万ブラウザ	—
ショッピング・ユニークブラウザ数	—	2,119万ブラウザ
ストア数(月末)	15,248店舗	16,705店舗

(注) 平成20年6月より、「Yahoo!ショッピング」のサービス全体にアクセスしたユニークブラウザ数をショッピング・ユニークブラウザ数としています。

・ショッピング関連取扱高

	平成19年4月～平成19年6月	平成20年4月～平成20年6月
1日平均取扱高	543百万円	583百万円

(注) 上記金額は、「Yahoo!ショッピング」、「Yahoo!トラベル」、「Yahoo!チケット」の取扱高合計となります。上記金額は不正注文によるものおよびキャンセル分を除いています。

・「Yahoo!オークション」出品数等

	平成19年6月	平成20年6月
オークション・ユニークブラウザ数	3,145万ブラウザ	3,527万ブラウザ
平均総出品数	1,495万件	1,479万件
ストア数(月末)	13,120店舗	15,356店舗

・「Yahoo!オークション」取扱高等

	平成19年4月～平成19年6月	平成20年4月～平成20年6月
1日平均新規出品数	89.9万件	99.7万件
1日平均取扱高	1,994百万円	2,028百万円
1件当たりの平均落札額	5,433円	5,099円
1日当たりの平均落札率	24%	22%

(注) 1日平均取扱高はキャンセル等発生前の数字です。

<パーソナルサービス事業の四半期の概況>

当四半期におけるパーソナルサービス事業は、「Yahoo!オークション」において、「Yahoo!ポイント」と連動した販促企画やPC版・モバイル版でのさまざまな出品無料キャンペーンを実施するなど取引機会の拡大に努め、特に出品者ID数の増加につながりました。取扱高については、不調が続いていた自動車、オートバイカテゴリが前年同四半期に比べプラスに転じるなど回復傾向がみられましたが、システム利用料収入は微減となりました。「Yahoo!プレミアム」においては、引き続き会員価値の向上に努めた結果、平成20年6月末のYahoo!プレミアム会員ID数は706万IDと前年同月末に比べて89万ID(14.6%増)増加し、初めて700万IDを突破しました。更に、プレミアム会員限定で(株)USENの動画配信サイト「Video Complex」の月額会員費割引や(株)第一興商「ビッグエコー」のカラオケ室料の割引など、外部パートナーとの会員特典の連携を開始しました。有料コンテンツの売上については、前年同四半期と比べ「Yahoo!パートナー」、「Yahoo!コミック」、「Yahoo!縁結び」が大きく伸びたほか、「Yahoo!メール」、「Yahoo!占い」なども順調に推移しました。

以上の結果、当四半期のパーソナルサービス事業の売上高は178億円となりました。

なお、(要約)四半期連結損益計算書および<当四半期の連結損益計算書のポイント>は16ページを参照して下さい。

2. 連結財政状態に関する定性的情報

(財政状況について)

流動資産は、前連結会計年度末に比べて30.1%減少し、114,899百万円となりました。これは、現金及び預金が46,328百万円、売掛金が2,638百万円、繰延税金資産が1,721百万円減少したことなどによります。

固定資産は、前連結会計年度末に比べて0.8%減少し、203,608百万円となりました。これは、投資有価証券が2,237百万円減少したことなどによります。

この結果、総資産は、前連結会計年度末に比べて13.8%減少し、318,507百万円となりました。

流動負債は、前連結会計年度末に比べて17.0%減少し、73,870百万円となりました。これは、買掛金が1,823百万円、未払法人税等が16,840百万円それぞれ減少したことなどによります。

固定負債は、前連結会計年度末に比べて33.3%減少し、20,011百万円となりました。これは、長期借入金が10,000百万円減少したことなどによります。

この結果、負債合計は、前連結会計年度末に比べて21.1%減少し、93,882百万円となりました。

純資産合計は、前連結会計年度末に比べて10.4%減少し、224,625百万円となりました。これは、自己株式が38,155百万円増加したことなどによります。

なお、(要約)四半期連結貸借対照表および<当四半期の連結貸借対照表のポイント>は18ページを参照して下さい。

(キャッシュ・フローについて)

営業活動による資金の増加は、法人税等の支払があったものの、利益等の増加により、当四半期は5,446百万円となりました。

当四半期の投資活動においては、主にサーバー等設備の取得およびソフトウェアの取得による支出があったことにより1,877百万円の支出となりました。

当四半期の財務活動においては、主に自己株式の取得、長期借入金の返済および配当金の支払等により49,897百万円の支出となりました。

なお、(要約)四半期連結キャッシュ・フロー計算書および<当四半期の連結キャッシュ・フロー計算書のポイント>は21ページを参照して下さい。

3. 連結業績予想に関する定性的情報

業績見通しにつきましては、当グループを取り巻く事業環境が短期的に大きく変動する傾向にあり、通期の業績予想について信頼性の高い数値を算出することは、極めて困難であると考えております。

当グループの収益・費用の予想にあたっては、経営上の指標としている利用者の各種サービス利用状況等が重要な前提条件となっておりますが、インターネットを取り巻く環境の変化は激しく、それら指標の伸び率・変動率について一定の条件を設けることが困難であるため、四半期ごとに行っている業績発表に併せて次四半期の業績見通しのみを業績予想の範囲をもって公表いたします。なお、実際の業績が、公表された業績予想の範囲に対し大きく異なる可能性があります、その場合には、速やかに業績予想の修正を公表することといたします。

なお、下記の「平成21年3月期 第2四半期連結累計期間業績見通し」は、平成21年3月期第1四半期の実績値に第2四半期の業績見通しを加算したものとなっております。

平成21年3月期 第2四半期連結業績見通し(平成20年7月1日～平成20年9月30日)

連結売上高	65,300百万円	～	68,600百万円
連結営業利益	31,900百万円	～	33,800百万円
連結経常利益	31,550百万円	～	33,450百万円
連結四半期純利益	18,400百万円	～	19,550百万円

平成21年3月期 第2四半期連結累計期間業績見通し(平成20年4月1日～平成20年9月30日)

連結売上高	130,857百万円	～	134,157百万円
連結営業利益	64,798百万円	～	66,698百万円
連結経常利益	63,962百万円	～	65,862百万円
連結当期純利益	37,558百万円	～	38,708百万円

4. その他

(1) 期中における重要な子会社の異動（連結範囲の変更を伴う特定子会社の異動）

該当事項はありません。

(2) 簡便な会計処理及び四半期連結財務諸表の作成に特有の会計処理の適用

該当事項はありません。

(3) 四半期連結財務諸表作成に係る会計処理の原則・手続、表示方法等の変更

① 当連結会計年度より「四半期財務諸表に関する会計基準」（企業会計基準第12号）及び「四半期財務諸表に関する会計基準の適用指針」（企業会計基準適用指針第14号）を適用しております。また、「四半期連結財務諸表規則」に従い四半期連結財務諸表を作成しております。

② 棚卸資産の評価に関する会計基準の適用

たな卸資産については、従来、主として原価法によっておりましたが、当第1四半期連結会計期間より「棚卸資産の評価に関する会計基準」（企業会計基準第9号 平成18年7月5日）が適用されたことに伴い、主として原価法（貸借対照表価額については収益性の低下に基づく簿価切下げの方法）により算定しております。

当該変更に伴う損益に与える影響はありません。

③ リース取引に関する会計基準の適用

所有権移転外ファイナンス・リース取引については、従来、賃貸借取引に係る方法に準じた会計処理に

よっておりましたが、「リース取引に関する会計基準」(企業会計基準第13号(平成5年6月17日(企業会計審議会第一部会)、平成19年3月30日改正))及び「リース取引に関する会計基準の適用指針」(企業会計基準適用指針第16号(平成6年1月18日(日本公認会計士協会 会計制度委員会)、平成19年3月30日改正))が平成20年4月1日以後開始する連結会計年度に係る四半期連結財務諸表から適用することができることになったことに伴い、当第1四半期連結会計期間からこれらの会計基準等を適用し、通常の売買取引に係る会計処理によっております。

また、所有権移転外ファイナンス・リース取引に係るリース資産の減価償却の方法については、リース期間を耐用年数とし、残存価額を零として算定する方法によっております。

なお、リース取引開始日が適用初年度前の所有権移転外ファイナンス・リース取引については、通常の賃貸借取引に係る方法に準じた会計処理を引き続き採用しております。

当該変更に伴う損益に与える影響は軽微であります。

④ 売上高の会計処理の変更

従来、売上原価に計上していた当社のパートナーである他のサイト運営会社に支払うTAC(Traffic Acquisition Cost)や販売費及び一般管理費に計上していた販売代理店等に支払う手数料について、当第1四半期連結会計期間より、売上高から控除する方法(純額表示)に変更いたしました。当該変更は、パートナーサイトを通じた事業機会拡大を図るオープン化戦略を展開し収益の多様化を図る中、当社とパートナーや代理店との役割分担およびリスク負担をあらためて検討した結果、売上高を純額で表示することがより合理的であると判断したことによります。当該変更により、変更を行わなかった場合に比べ、当第1四半期連結会計期間の売上高は6,963百万円、売上原価は3,793百万円、販売費及び一般管理費は3,170百万円、それぞれ少なく計上されており、その結果、売上総利益は3,170百万円少なく計上されております。営業利益、経常利益および税金等調整前四半期純利益への影響はありません。

なお、セグメント情報に与える影響については、当該箇所に記載しております。

5. 四半期連結財務諸表

(1) 四半期連結貸借対照表

(単位：百万円)

	当第1四半期連結会計期間末 (平成20年6月30日)	前連結会計年度末に係る 要約連結貸借対照表 (平成20年3月31日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	66,698	113,027
売掛金	34,192	36,831
たな卸資産	※1 192	※1 240
その他	15,565	16,306
貸倒引当金	△1,749	△2,095
流動資産合計	114,899	164,310
固定資産		
有形固定資産	※2 16,391	※2 16,623
無形固定資産		
のれん	2,940	2,525
その他	11,667	11,277
無形固定資産合計	14,608	13,803
投資その他の資産		
投資有価証券	161,684	163,922
その他	10,966	11,019
貸倒引当金	△42	△18
投資その他の資産合計	172,608	174,922
固定資産合計	203,608	205,349
資産合計	318,507	369,660
負債の部		
流動負債		
買掛金	4,797	6,620
短期借入金	20,020	20,000
未払法人税等	12,313	29,154
その他	36,739	33,201
流動負債合計	73,870	88,976
固定負債		
長期借入金	20,000	30,000
その他	11	10
固定負債合計	20,011	30,010
負債合計	93,882	118,987
純資産の部		
株主資本		
資本金	7,372	7,366
資本剰余金	2,453	2,447
利益剰余金	249,476	236,605
自己株式	△38,183	△28
株主資本合計	221,119	246,390
評価・換算差額等		
その他有価証券評価差額金	811	1,716
評価・換算差額等合計	811	1,716
新株予約権	147	116
少数株主持分	2,547	2,449
純資産合計	224,625	250,672
負債純資産合計	318,507	369,660

(2) 四半期連結損益計算書
(第1四半期連結累計期間)

(単位：百万円)

	当第1四半期連結累計期間 (自平成20年4月1日 至平成20年6月30日)
売上高	65,557
売上原価	6,946
売上総利益	58,611
販売費及び一般管理費	※1 25,713
営業利益	32,898
営業外収益	
受取利息	48
受取補償金	71
その他	95
営業外収益合計	215
営業外費用	
支払利息	139
持分法による投資損失	369
その他	191
営業外費用合計	700
経常利益	32,412
特別利益	
投資有価証券売却益	696
その他	12
特別利益合計	709
特別損失	
投資有価証券消却損	※2 17
特別損失合計	17
税金等調整前四半期純利益	33,105
法人税、住民税及び事業税	12,287
法人税等調整額	1,490
法人税等合計	13,778
少数株主利益	167
四半期純利益	19,158

(3) 四半期連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

当第1四半期連結累計期間

(自 平成20年4月1日

至 平成20年6月30日)

営業活動によるキャッシュ・フロー	
税金等調整前四半期純利益	33,105
減価償却費	2,508
のれん償却額	200
貸倒引当金の増減額(△は減少)	△321
ポイント引当金の増減額(△は減少)	104
役員賞与引当金の増減額(△は減少)	△151
投資有価証券売却損益(△は益)	△696
持分法による投資損益(△は益)	369
売上債権の増減額(△は増加)	2,883
仕入債務の増減額(△は減少)	△1,811
その他の流動資産の増減額(△は増加)	△818
その他の流動負債の増減額(△は減少)	△241
未払消費税等の増減額(△は減少)	△711
その他	81
小計	34,499
法人税等の支払額	△29,052
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,446
投資活動によるキャッシュ・フロー	
有形固定資産の取得による支出	△2,327
無形固定資産の取得による支出	△889
投資有価証券の取得による支出	△20
投資有価証券の売却による収入	1,016
その他	341
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,877
財務活動によるキャッシュ・フロー	
長期借入金の返済による支出	△10,000
株式の発行による収入	13
自己株式の取得による支出	△33,324
配当金の支払額	△6,303
その他	△283
財務活動によるキャッシュ・フロー	△49,897
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△46,328
現金及び現金同等物の期首残高	113,027
現金及び現金同等物の四半期末残高	※ 66,698

当連結会計年度より「四半期財務諸表に関する会計基準」(企業会計基準第12号)及び「四半期財務諸表に関する会計基準の適用指針」(企業会計基準適用指針第14号)を適用しております。また、「四半期連結財務諸表規則」に従い四半期連結財務諸表を作成しております。

(4) 継続企業の前提に関する注記

該当事項はありません。

(5) セグメント情報

【事業の種類別セグメント情報】

当第1四半期連結累計期間(自 平成20年4月1日 至 平成20年6月30日)

	広告事業 (百万円)	ビジネス サービス事業 (百万円)	パーソナル サービス事業 (百万円)	計 (百万円)	消去又は全社 (百万円)	連結 (百万円)
売上高	33,683	14,001	17,897	65,582	(24)	65,557
営業利益	17,790	5,562	12,793	36,146	(3,247)	32,898

(注) (1) 事業区分の方法
事業は、市場性を考慮した売上集計単位により区分しております。

(2) 事業区分の内容

事業区分	主要サービス
広告事業	インターネット広告による売上、またはそれに付随する売上。 ・ ディスプレイ広告 (バナー広告、テキスト広告、メール広告)、 企画広告制作費 ・ 検索連動広告 等
ビジネスサービス事業	広告以外の法人向けビジネスによる売上。 ・ 「Yahoo!リクナビ」、「Yahoo!不動産」、「Yahoo!自動車」等の情報掲載料 ・ 「Yahoo!オークション」、「Yahoo!ショッピング」のテナント料・手数料 ・ 「Yahoo! BB」新規獲得インセンティブ・継続インセンティブ ・ 「Yahoo!リサーチ」、ビジネスエクスプレス、「Yahoo!ウェブホスティング」等の売上
パーソナルサービス事業	個人向けビジネスによる売上。 ・ 「Yahoo!オークション」のシステム利用料 ・ 「Yahoo!プレミアム」の売上 ・ 「Yahoo! BB」のISP料金、コンテンツ料金 等

(3) 【定性的情報・財務諸表等】 4. その他 (3) 四半期連結財務諸表作成に係る会計処理の原則・手続、表示方法等の変更 ④売上高の会計処理の変更」にも記載があるとおり、従来、売上原価に計上していた当社のパートナーである他のサイト運営会社に支払うTAC (Traffic Acquisition Cost) や販売費及び一般管理費に計上していた販売代理店等に支払う手数料について、当第1四半期連結会計期間より、売上高から控除する方法 (純額表示) に変更いたしました。この変更により、当第1四半期連結会計期間の売上高は前連結会計年度と同一の方法によった場合に比べ、広告事業が5,699百万円、ビジネスサービス事業が328百万円、パーソナルサービス事業が936百万円減少しております。なお、セグメント別の営業利益に与える影響は軽微であります。

【所在地別セグメント情報】

当第1四半期連結累計期間(自 平成20年4月1日 至 平成20年6月30日)

本邦以外の国または地域に所在する連結子会社および在外支店がないため、該当事項はありません。

【海外売上高】

当第1四半期連結累計期間(自 平成20年4月1日 至 平成20年6月30日)

海外売上高は連結売上高の10%未満であるため、海外売上高の記載を省略しております。

(6) 株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記

当社は、当第1四半期連結会計期間において、平成20年5月23日開催の取締役会における自己株式の取得決議に基づき、自己株式の取得を行いました。この結果、主にこの影響により、当第1四半期連結会計期間において、自己株式が38,155百万円増加し、当第1四半期連結会計期間末において38,183百万円となっております。

注記事項

(四半期連結貸借対照表関係)

項目	当第1四半期連結会計期間末 (平成20年6月30日)	前連結会計年度末 (平成20年3月31日)																
※1 たな卸資産	<table> <tr><td>商品</td><td>0百万円</td></tr> <tr><td>製品</td><td>22百万円</td></tr> <tr><td>仕掛品</td><td>25百万円</td></tr> <tr><td>貯蔵品</td><td>144百万円</td></tr> </table>	商品	0百万円	製品	22百万円	仕掛品	25百万円	貯蔵品	144百万円	<table> <tr><td>商品</td><td>0百万円</td></tr> <tr><td>製品</td><td>30百万円</td></tr> <tr><td>仕掛品</td><td>28百万円</td></tr> <tr><td>貯蔵品</td><td>180百万円</td></tr> </table>	商品	0百万円	製品	30百万円	仕掛品	28百万円	貯蔵品	180百万円
商品	0百万円																	
製品	22百万円																	
仕掛品	25百万円																	
貯蔵品	144百万円																	
商品	0百万円																	
製品	30百万円																	
仕掛品	28百万円																	
貯蔵品	180百万円																	
※2 有形固定資産の減価償却累計額	26,978百万円	25,641百万円																
3 貸出コミットメント	<p>当社においては、クレジットカード業務に附帯するキャッシング業務を行っております。当該業務における貸出コミットメントに係る貸出未実行残高は次のとおりであります。</p> <table> <tr><td>貸出コミットメントの総額</td><td>15,973百万円</td></tr> <tr><td>貸出実行残高</td><td>1,047百万円</td></tr> <tr><td>差引額</td><td>14,925百万円</td></tr> </table>	貸出コミットメントの総額	15,973百万円	貸出実行残高	1,047百万円	差引額	14,925百万円	<p>当社においては、クレジットカード業務に附帯するキャッシング業務を行っております。当該業務における貸出コミットメントに係る貸出未実行残高は次のとおりであります。</p> <table> <tr><td>貸出コミットメントの総額</td><td>14,885百万円</td></tr> <tr><td>貸出実行残高</td><td>943百万円</td></tr> <tr><td>差引額</td><td>13,942百万円</td></tr> </table>	貸出コミットメントの総額	14,885百万円	貸出実行残高	943百万円	差引額	13,942百万円				
貸出コミットメントの総額	15,973百万円																	
貸出実行残高	1,047百万円																	
差引額	14,925百万円																	
貸出コミットメントの総額	14,885百万円																	
貸出実行残高	943百万円																	
差引額	13,942百万円																	

(四半期連結損益計算書関係)

当第1四半期連結累計期間 (自 平成20年4月1日 至 平成20年6月30日)	
※1 主な販売費及び一般管理費 貸倒引当金繰入額	190百万円
※2 投資有価証券消却損 当社が子会社を合併する際に、子会社の新株予約権者より当社が買取った新株予約権を消却したものであります。	

(四半期連結キャッシュ・フロー計算書関係)

当第1四半期連結累計期間 (自 平成20年4月1日 至 平成20年6月30日)	
※ 現金及び現金同等物の四半期末残高と四半期連結貸借対照表に掲記されている科目の金額との関係	
	(平成20年6月30日現在)
現金及び預金勘定	66,698百万円
現金及び現金同等物計	66,698百万円

(1株当たり情報)

1 1株当たり純資産額

当第1四半期連結会計期間末 (平成20年6月30日)		前連結会計年度末 (平成20年3月31日)	
1株当たり純資産額	3,722.81円	1株当たり純資産額	4,100.94円

(注) 1株当たり純資産額の算定上の基礎

項目	当第1四半期連結会計期間末 (平成20年6月30日)	前連結会計年度末 (平成20年3月31日)
四半期連結貸借対照表の純資産の部の合計額(百万円)	224,625	250,672
普通株式に係る純資産額(百万円)	221,930	248,107
差額の内訳(百万円)		
新株予約権	147	116
少数株主持分	2,547	2,449
普通株式の発行済株式数(株)	60,502,816	60,502,022
普通株式の自己株式数(株)	889,080	1,932
1株当たり純資産額の算定に用いられた普通株式の数(株)	59,613,735	60,500,089

2 1株当たり四半期純利益及び潜在株式調整後1株当たり四半期純利益

当第1四半期連結累計期間 (自平成20年4月1日 至平成20年6月30日)	
1株当たり四半期純利益	317.50円
潜在株式調整後1株当たり四半期純利益	317.09円

(注) 1株当たり四半期純利益及び潜在株式調整後1株当たり四半期純利益の算定上の基礎

項目	当第1四半期連結累計期間 (自平成20年4月1日 至平成20年6月30日)
1株当たり四半期純利益	
四半期連結損益計算書上の四半期純利益(百万円)	19,158
普通株式に係る四半期純利益(百万円)	19,158
普通株主に帰属しない金額(百万円)	—
普通株式の期中平均株式数(株)	60,342,795
潜在株式調整後1株当たり四半期純利益	
四半期純利益調整額(百万円)	—
普通株式増加数(株)	77,337
(うち新株引受権)	(55,217)
(うち新株予約権)	(22,120)
希薄化効果を有しないため、潜在株式調整後1株当たり四半期純利益の算定に含まれなかった潜在株式について前連結会計年度末から重要な変動がある場合の概要	—

(重要な後発事象)

当第1四半期連結会計期間
 (自 平成20年4月1日
 至 平成20年6月30日)

自己株式の取得および消却決議について

平成20年5月23日開催の取締役会の自己株式の取得決議に基づき、当第1四半期連結会計期間以降、取得した株式数および取得価額は以下のとおりであります。

・取得した株式の数	329,414株
・取得価額	13,817百万円

当該株式の取得により、平成20年5月23日開催の取締役会決議による自己株式の取得は終了いたしました。その結果、当該取得期間を通じて取得した株式の総数および取得総額は以下のとおりであります。

・取得した株式の総数	1,210,000株
・取得総額	51,639百万円

また、当社は平成20年7月25日開催の取締役会において、会社法第178条の規定に基づき、自己株式を消却することを決議いたしました。

(1) 消却の理由	資本効率の向上と株主還元
(2) 消却の方法	利益剰余金からの減額
(3) 消却する株式の種類	普通株式
(4) 消却する株式の数	1,218,494.44株
(5) 消却の時期	平成20年8月8日
(6) 消却後の発行済株式総数	59,284,577.68株

「参考資料」

(1) (要約)四半期連結損益計算書

(単位：百万円)

科 目	前年同四半期 (平成20年3月期 第1四半期)	当四半期 (平成21年3月期 第1四半期)	増 減		前四半期 (平成20年3月期 第4四半期)
	金額	金額	金額	増減率(%)	金額
売上高	56,687	65,557	8,869	15.6	74,224
売上原価	2,406	6,946	4,539	188.6	11,087
売上総利益	54,281	58,611	4,330	8.0	63,137
販売費及び一般管理費	24,610	25,713	1,102	4.5	29,375
人件費 ※1	5,067	6,139	1,072	21.2	6,230
業務委託費 ※2	3,738	4,286	547	14.7	4,160
減価償却費 ※3	2,061	2,364	302	14.7	2,807
通信費	2,067	2,220	152	7.4	2,189
ロイヤルティ	1,610	1,958	348	21.6	2,169
賃借料・水道光熱費 ※4	919	1,756	837	91.1	1,845
販売促進費 ※5	1,050	1,436	386	36.8	1,278
情報提供料	1,247	1,342	94	7.6	1,343
販売手数料 ※6	2,665	1,023	△ 1,641	△ 61.6	3,075
維持管理費	604	557	△ 46	△ 7.8	506
広告宣伝費	254	318	64	25.1	347
租税公課	257	289	32	12.7	324
支払手数料 ※6	1,104	216	△ 888	△ 80.4	1,442
のれん償却額	372	200	△ 172	△ 46.1	360
貸倒引当金繰入額 ※7	546	190	△ 355	△ 65.1	343
その他 ※8	1,042	1,410	368	35.4	949
営業利益	29,670	32,898	3,227	10.9	33,761
営業外収益	115	215	100	86.9	327
営業外費用	1,257	700	△ 557	△ 44.3	1,238
経常利益	28,527	32,412	3,885	13.6	32,850
特別利益	2	709	707	—	△ 2
特別損失	2	17	14	535.6	2,988
税金等調整前四半期純利益	28,527	33,105	4,577	16.0	29,859
法人税・住民税及び事業税	11,215	12,287	1,072	9.6	15,131
法人税等調整額	970	1,490	520	53.7	△ 1,634
少数株主利益	137	167	30	22.5	188
四半期純利益	16,204	19,158	2,953	18.2	16,174

※会計処理の変更

従来、売上原価に計上していた当社のパートナーである他のサイト運営会社に支払うTAC (Traffic Acquisition Cost) や販売費及び一般管理費に計上していた販売代理店等に支払う手数料について、当第1四半期連結会計期間より、売上高から控除する方法(純額表示)に変更いたしました。

<当四半期の連結損益計算書のポイント>

売上高

当四半期の売上高は、純額表示への変更による減少がありましたが、主に広告事業の売上が増加したことにより、前年同四半期と比べて増加しました。

売上原価

当四半期の売上原価が前年同四半期と比べて増加したのは、主にオーバーチュア(株)を連結子会社にしたことによるものです。

販売費及び一般管理費

※1. 人件費

当四半期末における当グループの役職員数(重複者除く)は、4,164名と前年同四半期末と比べて745名増加(21.8%増)しました。

※2. 業務委託費

当四半期の業務委託費の主なものは、派遣・常駐社員等にかかる費用、パーソナルサービス売上に係る決済業務に伴う費用ならびにカード事業の運営委託費用です。

また、当四半期の業務委託費が前年同四半期と比べて増加したのは、派遣・常駐社員にかかわる費用が増加したことによるものです。

※3. 減価償却費

当四半期の減価償却費が前年同四半期と比べて増加したのは、主にサーバー等設備の増加およびソフトウェアの増加によるものです。

※4. 賃借料・水道光熱費

当四半期の賃借料・水道光熱費が前年同四半期と比べて増加したのは、主に前年同四半期においてオフィス移転に伴う一時的な減少があったことによるものです。

※5. 販売促進費

当四半期の販売促進費が前年同四半期と比べて増加したのは、主にポイント費用や検索連動広告にかかわる費用が増加したことによるものです。

※6. 販売手数料・支払手数料

当四半期の販売手数料・支払手数料が前年同四半期と比べて減少したのは、代理店手数料および決済関係手数料を売上高から控除する方法(純額表示)に変更したことによるものです。

※7. 貸倒引当金繰入額

当四半期の貸倒引当金繰入額が前年同四半期と比べて減少したのは、主に個人向け債権の回収率改善によるものです。

※8. その他

当四半期のその他の主なものは、製造原価からの振替費用、事務用品費および什器備品費などです。

営業外損益

当四半期の営業外収益の主なものは受取利息です。また、営業外費用の主なものは、持分法による投資損失および支払利息です。

特別損益

当四半期の特別利益の主なものは投資有価証券売却益です。

法人税等

当四半期の法人税等の負担率は、41.6%となりました。

少数株主利益

少数株主利益は子会社の損益額を当社以外の株主に反映させたものです。

四半期純利益

当四半期の1株当たり四半期純利益は317円50銭です。

(2) (要約)四半期連結貸借対照表

(単位：百万円)

科 目	前年同四半期末 (平成20年3月期 第1四半期末)	当四半期末 (平成21年3月期 第1四半期末)	増 減		前四半期末 (平成20年3月期 第4四半期末)
	金額	金額	金額	増減率(%)	金額
【資産の部】					
流動資産					
現金及び預金 ※1	55,373	66,698	11,325	20.5	113,027
受取手形及び売掛金 ※2	28,372	34,192	5,820	20.5	36,831
たな卸資産	147	192	45	30.5	240
繰延税金資産	3,210	2,584	△ 626	△ 19.5	4,305
その他 ※3	8,783	12,981	4,197	47.8	12,000
貸倒引当金	△ 2,455	△ 1,749	705	△ 28.7	△ 2,095
流動資産合計	93,431	114,899	21,467	23.0	164,310
固定資産					
有形固定資産					
建物付属設備	3,378	3,066	△ 312	△ 9.3	3,175
工具器具備品	12,829	13,292	463	3.6	13,394
その他	32	32	0	0.6	53
有形固定資産合計	16,240	16,391	150	0.9	16,623
無形固定資産					
ソフトウェア	10,798	11,638	839	7.8	11,247
のれん	3,687	2,940	△ 746	△ 20.2	2,525
その他	32	29	△ 3	△ 10.2	30
無形固定資産合計	14,518	14,608	89	0.6	13,803
投資その他の資産					
投資有価証券 ※4	165,856	161,684	△ 4,171	△ 2.5	163,922
繰延税金資産	3,411	4,750	1,338	39.2	3,898
その他	5,984	6,216	231	3.9	7,120
貸倒引当金	△ 23	△ 42	△ 18	80.5	△ 18
投資その他の資産合計	175,228	172,608	△ 2,619	△ 1.5	174,922
固定資産合計	205,987	203,608	△ 2,379	△ 1.2	205,349
資産合計	299,419	318,507	19,088	6.4	369,660

(単位：百万円)

科 目	前年同四半期末 (平成20年3月期 第1四半期末)	当四半期末 (平成21年3月期 第1四半期末)	増 減		前四半期末 (平成20年3月期 第4四半期末)
	金額	金額	金額	増減率(%)	金額
【負債の部】					
流動負債					
買掛金 ※5	915	4,797	3,881	423.9	6,620
短期借入金	20,120	20,020	△ 100	△ 0.5	20,000
未払金 ※6	10,888	16,933	6,044	55.5	13,744
未払法人税等	11,429	12,313	884	7.7	29,154
ポイント引当金	2,173	2,396	223	10.3	2,292
その他 ※7	11,249	17,409	6,159	54.8	17,164
流動負債合計	56,776	73,870	17,094	30.1	88,976
固定負債					
長期借入金 ※8	40,000	20,000	△ 20,000	△ 50.0	30,000
その他	10	11	0	4.1	10
固定負債合計	40,010	20,011	△ 19,999	△ 50.0	30,010
負債合計	96,787	93,882	△ 2,905	△ 3.0	118,987
【純資産の部】					
株主資本					
資本金 ※9	7,215	7,372	157	2.2	7,366
資本剰余金	2,296	2,453	157	6.9	2,447
利益剰余金 ※10	190,281	249,476	59,195	31.1	236,605
自己株式 ※11	△ 28	△ 38,183	△ 38,155	—	△ 28
株主資本合計	199,764	221,119	21,355	10.7	246,390
評価・換算差額等	1,025	811	△ 214	△ 20.9	1,716
新株予約権	44	147	102	228.6	116
少数株主持分 ※12	1,796	2,547	750	41.8	2,449
純資産合計	202,631	224,625	21,993	10.9	250,672
負債純資産合計	299,419	318,507	19,088	6.4	369,660

<当四半期の連結貸借対照表のポイント>

資産の部

- ※1. 現金及び預金が前年同四半期末と比べて増加しているのは営業活動による収入によるものです。なお、前四半期末と比べて大幅に減少しているのは、主に自己株式の取得および法人税等の支払いによるものです。
- ※2. 受取手形及び売掛金が前年同四半期末と比べて増加しているのは、広告事業の売上の増加によるものです。
- ※3. 流動資産のその他が前年同四半期末と比べて増加しているのは、主に「Yahoo! JAPANカード」や「Yahoo!かんたん決済」にかかわる債権が増加したことによるものです。
- ※4. 投資有価証券が前年同四半期末と比べて減少しているのは、主にバリューコマース(株)株式の減損に伴う減少によるものです。

負債の部

- ※5. 買掛金が前年同四半期末と比べて増加しているのは、主にオーバーチュア(株)を連結子会社にしたことによるものです。
- ※6. 未払金が前年同四半期末と比べて増加しているのは、主に自己株式取得に伴う未払金を計上したことによるものです。
- ※7. 流動負債のその他が前年同四半期末と比べて増加しているのは、主にオーバーチュア(株)の前受金および「Yahoo!かんたん決済」の預り金が増加したことによるものです。
- ※8. 長期借入金が前年同四半期末と比べて減少しているのは、返済によるものです。

純資産の部

- ※9. 資本金が前年同四半期末と比べて増加しているのは、ストック・オプションの行使によるものです。
- ※10. 利益剰余金が前年同四半期末と比べて増加しているのは、当期純利益の増加によるものです。
- ※11. 自己株式が前年同四半期末と比べて増加しているのは、主に当四半期において取締役会決議に基づく自己株式の取得を実施したことによるものです。
- ※12. 少数株主持分が前年同四半期末と比べて増加しているのは、連結子会社の利益の増加によるものです。

(3) (要約)四半期連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	前年同四半期 (平成20年3月期 第1四半期)	当四半期 (平成21年3月期 第1四半期)
区 分	金額	金額
I. 営業活動によるキャッシュ・フロー		
1 税金等調整前四半期純利益	28,527	33,105
2 減価償却費	2,192	2,508
3 売上債権の減少額	1,912	2,883
4 仕入債務の減少額	△ 106	△ 1,811
5 その他営業活動によるキャッシュ・フロー	185	△ 2,186
小 計	32,710	34,499
6 法人税等の支払額	△ 27,856	△ 29,052
営業活動によるキャッシュ・フロー	4,854	5,446
II. 投資活動によるキャッシュ・フロー		
1 有形固定資産の取得による支出	△ 2,569	△ 2,327
2 無形固定資産の取得による支出	△ 1,315	△ 889
3 投資有価証券の取得による支出	△ 5,001	△ 20
4 投資有価証券の売却による収入	—	1,016
5 その他投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 19,249	341
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 28,135	△ 1,877
III. 財務活動によるキャッシュ・フロー		
1 長期借入金の返済による支出	△ 10,000	△ 10,000
2 自己株式の取得による支出	—	△ 33,324
3 配当金の支払額	△ 5,805	△ 6,303
4 その他財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 248	△ 269
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 16,053	△ 49,897
IV. 現金及び現金同等物の減少額	△ 39,334	△ 46,328
V. 現金及び現金同等物の期首残高	75,212	113,027
VI. 連結除外に伴う現金及び現金同等物の減少額	△ 504	—
VII. 現金及び現金同等物の期末残高	35,373	66,698

<当四半期の連結キャッシュ・フロー計算書のポイント>

営業活動によるキャッシュ・フロー

営業活動による資金の増加は、法人税等の支払があったものの、利益等の増加により、当四半期は5,446百万円となりました。

投資活動によるキャッシュ・フロー

当四半期の投資活動においては、主にサーバー等設備の取得およびソフトウェアの取得による支出があったことにより、1,877百万円の支出となりました。

財務活動によるキャッシュ・フロー

当四半期の財務活動においては、主に自己株式の取得、長期借入金の返済および配当金の支払により、49,897百万円の支出となりました。

6. その他の情報

(1) 事業部別活動報告

<検索事業部>

・主なサービス

「Yahoo!検索」「Yahoo!ブログ検索」「Yahoo!商品検索」「Yahoo!検索ランキング」「Yahoo!辞書」「Yahoo!翻訳」「Yahoo!知恵袋」「Yahoo!カテゴリ」「Yahoo!ブックマーク」

検索事業部では、当四半期において、検索サービスのソーシャルメディア化、Everywhere化、オープン化の推進に努めました。前四半期に提供を開始した法人サイトのサイト内検索サービス「サイトサーチ」の導入を推進し、さまざまなメディアや自治体で採用されるなど、オープン化に注力しました。また、「Yahoo!知恵袋」において、質問ページに回答締切までの残り時間などを表示するリニューアルを行ったほか、モバイル版「Yahoo!知恵袋」(チエモバ)の表示画面を改善するなど、利便性の向上に努めました。更に、Yahoo!プレミアム会員に「Yahoo!検索」の利用日数に応じて「Yahoo!ポイント」を進呈するキャンペーンを継続したほか、ウェブサイト管理者が検索の表示状況等を確認できる「サイトエクスプローラー」を公開し、引き続き検索品質の改善を行うなど、Yahoo! JAPANの検索機能の利用の促進と機能の強化に努めました。

<オークション事業部>

・主なサービス

「Yahoo!オークション」「Yahoo!宅配」「Yahoo!なんでも交換」

オークション事業部では、当四半期において、毎月10回まで出品システム利用料が無料になるキャンペーンや、1,000円以上の落札に対し「Yahoo!ポイント」をプレゼントする企画を実施するなど、取引機会の拡大に努めたほか、出品時の画像アップロード画面をリニューアルするなど、利便性の向上にも努めました。また、独立行政法人 産業技術総合研究所との共同研究による、フィッシング対策技術を搭載したブラウザの公開テスト「お試し版Yahoo!オークション『新技術公開テスト用』」を開始したほか、「Yahoo!オークション」における補欠落札者を狙った詐欺対策として、入札履歴表示方法を変更しYahoo! JAPAN IDの一部を非表示にするなど、不正利用の防止に向けた施策を実施しました。更に、全国の「道の駅」のストアが集合した特設サイト「Yahoo!オークション 日本全国道の駅特産品巡り」を公開するなど、インターネットを通じた地域経済の活性化を推進しました。

<会員サービス事業部>

・主なサービス

「Yahoo!プレミアム」「Yahoo!BB」「Yahoo!保険」「Yahoo!証券窓口」「Yahoo!外為」「Yahoo!パートナー」「Yahoo!縁結び」「Yahoo!デリバー」「Yahoo!携帯ショップ」「Yahoo!新着ナビ」

会員サービス事業部では、当四半期において、「Yahoo!プレミアム」をはじめとする会員登録制サービスの新規会員の獲得および既存会員の満足度の向上に努めました。「Yahoo!プレミアム」では、(株)USENの動画配信サイト「Video Complex」の月額会員費や(株)第一興商「ビッグエコー」のカラオケ室料を割引にするなど、外部パートナーとの会員特典の連携を開始したほか、「Yahoo!コミック」において、プレミアム会員限定で対象作品を100ページ以上無料で読める「メガ立ち読み」のタイトル数を増やすなど、会員価値の向上を図りました。なお、当四半期において、Yahoo!プレミアム会員ID数が初めて700万IDを突破しました。また、「Yahoo!携帯ショップ」において、BBフォンとソフトバンク携帯電話との通話料が無料となる「ホワイトコール24」のプロモーションを実施したほか、「Yahoo!外為」から(株)ジャパンネット銀行の「JNB-FX」口座を開設すると「Yahoo!ポイント」をプレゼントするキャンペーンを行うなど、サービスの拡充に努めました。

・Yahoo!プレミアム会員ID数

平成19年6月	平成20年6月
616万ID	706万ID

<メディア事業部>

・主なサービス

「Yahoo!ニュース」「Yahoo!ファイナンス」「Yahoo!スポーツ」「Yahoo!天気情報」「Yahoo!テレビ」「Yahoo!動画」「Yahoo!ビデオキャスト」「Yahoo!災害情報」「Yahoo!みんなの政治」「Yahoo!みんなのトピックス」「Yahoo!トレンドワード」「Yahoo!ログール」「Yahoo!ズバリ予想」

メディア事業部では、当四半期において、引き続き利用者・広告主の双方に支持されるコンテンツやサービスの企画・開発に注力しました。「Yahoo!ファイナンス」では、トップページならびに「株・投資」、「お金」の各コンテンツのトップ画面のリニューアルを行ったほか、有料課金コンテンツの「ロイター銘柄レポート」においてYahoo!プレミアム会員割引を開始するなど、利便性を向上させました。また、「Yahoo!スポーツ」では、Jリーグのスポーツ振興くじ「toto」のコンテンツを充実させたほか、MLB日本語公式ライセンスサイト「MAJOR.JP」においてYahoo!プレミアム会員限定の動画を配信するなど、サービスの拡充を図りました。更に、「Yahoo!動画」において、(株)USENの動画配信サイト「Video Complex」と提携を開始するなど、外部パートナーとの相互利用の促進に努めました。

<ライフスタイル事業部>

・主なサービス

「Yahoo!リクナビ」「Yahoo!自動車」「Yahoo!ドライブ」「Yahoo!ミュージック」「Yahoo!映画」「Yahoo!レンタルDVD」「Yahoo!チケット」「Yahoo!ライブトーク」「Yahoo!ファンクラブ」「Yahoo! FASHION」「Yahoo! BEAUTY」「Yahoo! ウェディング」「Yahoo!家電ナビ」「Yahoo!ボックス」「Yahoo!コミック」「Yahoo!ゲーム」「Yahoo!占い」「Yahoo!着メロ」「Yahoo!ペット」「Yahoo!セカンドライフ」

ライフスタイル事業部では、当四半期において、生活に密着した専門性・趣味性の高いサービス分野における更なるソーシャルメディア化を推進しました。日本全国の地図データをプラットフォームとして、ドライブ前の「ドライブルートの情報収集」から、ドライブ後の「ドライブルートの作成」や「クチコミ情報の投稿」まで、「情報収集」と「情報の発信・共有」両面のニーズに対応する機能を充実させたドライブ・ツーリングに関する新サービス「Yahoo!ドライブ」を公開しました。また、「Yahoo!占い」では「Yahoo!プロフィール」に登録した情報を元に利用者の基本性格や恋愛行動パターンを導き出す「占いカルテ」の提供を開始するなど、ソーシャルメディア化に努めました。更に、国内有数のハイクオリティー雑誌20誌が参加する高品質かつ利便性の高い情報を発信するウェブサイト「X BRAND presented by Yahoo! JAPAN」を公開するなど、サービスの拡充を図りました。

<ショッピング事業部>

・主なサービス

「Yahoo!ショッピング」「Yahoo!懸賞」

ショッピング事業部では、当四半期において、「Yahoo!ショッピング」のEverywhere化、オープン化の推進に努めました。いつでもどこでも「Yahoo!ショッピング」を楽しめるよう、フルハイビジョンテレビ向けのインターネットサービス「Yahoo! JAPAN for AQUOS」で「売れ筋商品ランキング」を公開しました。また、(株)ニワンゴと協業し、「ニコニコ動画」内でショッピングも楽しめる「ニコニコ市場」に「Yahoo!ショッピング」を追加するなど、オープン化に努めました。更に、母の日・父の日など季節の販促企画を積極的に展開したほか、「Yahoo!ポイント」のキャンペーンを実施するなど、利用の拡大に努めました。引き続きストアの獲得に努め、平成20年6月末現在のストア数は16,705店舗と、前年同月末に比べて1,457店舗(9.6%増)増加しました。

<地域サービス事業部>

・主なサービス

「Yahoo!不動産」「Yahoo!地図」「Yahoo!地域情報」「Yahoo!路線情報」「Yahoo!道路交通情報」「Yahoo!電話帳」「Yahoo!グルメ」「Yahoo!クーポン」「Yahoo!チラシ情報」「Yahoo!ステップアップ」「Yahoo!インターネット検定」「Yahoo!みんなの検定」「Yahoo!ヘルスケア」

地域サービス事業部では、当四半期において、地域生活に関連した情報の網羅性の向上、投稿情報の活用による豊富なサービスの提供と利用者の行動に合わせた情報の充実、モバイル向けサービスの充実に注力しました。「Yahoo!地図」では「周辺検索機能」などを改善し、目的に合った最新の地図と豊富な地域・生活圏情報が簡単にすばやく入手できるリニューアルを行い、利便性の向上に努めました。また、「Yahoo!グルメ」のデザインを一新し、飲食店の検索結果に写真やクーポン内容等を載せたほか、メニューやクチコミの詳細ページを新設するなど、掲載情報の充実に努めました。更に、「Yahoo!みんなの検定」を、「Yahoo!プロフィール」と連携するソーシャルメディア機能を追加した正式版として公開し、動画の使用を可能にするなど検定作成の自由度を高め、ソーシャルメディア化と利便性の向上に努めました。

<ソーシャルネット事業部>

・主なサービス

「Yahoo!メール」「Yahoo!カレンダー」「Yahoo!ブリーフケース」「Yahoo!フォト」「Yahoo!グループ」「Yahoo!メッセージャー」「Yahoo!アバター」「Yahoo!プロフィール」「Yahoo!ブログ」「Yahoo!Days」「Yahoo!ジオシティーズ」「Yahoo!掲示板」「Yahoo!投票」「Yahoo!ポッドキャスト」

ソーシャルネット事業部では、当四半期においても、Yahoo! JAPANのソーシャルメディア化を牽引するべく、引き続き関連サービスの付加価値向上と各サービスの連携に注力しました。「Yahoo!ブログ」では、「Yahoo!知恵袋」に投稿された知識からブログに関する疑問や質問を解決できる機能を追加したほか、「Yahoo!プロフィール」と連携し、「プロフィールバッジ」の表示やメッセージの送信、友だち登録機能を追加するとともに、「Yahoo!アバター」と共同で「Yahoo!ポイント」などが当たるキャンペーンを実施するなど、ソーシャルメディア化を推進しました。また、教育機関向けウェブメールサービス「Yahoo!メール Academic Edition」では、新たに2校の導入が開始されました。更に、バージョンアップを行った「Windows版Yahoo!メッセージャー バージョン9.0(ベータ版)」では、会話中の動画や画像の共有を簡単にしたほか、ボイスメッセージのメールでの受信を可能にするなど、機能の拡充を図りました。

<モバイル事業部>

・主なサービス

「モバイル版Yahoo! JAPAN」「Yahoo!コンテンツストア」「Yahoo!投稿アプリ」「Yahoo!マチモバ」

モバイル事業部では、当四半期において、「Yahoo!ケータイ」ならびに、iモード/EZweb向け「モバイル版Yahoo! JAPAN」について、引き続き顧客満足度の向上とサービスの充実に努めました。「Yahoo!ケータイ」トップページを大幅にリニューアルし、人気のサービスをより見やすく使いやすく配置したほか、最新的话题を文字情報と画像で表示するなど、利便性の向上に努めました。また、アップル社の「iPhone TM 3G」および「iPod(R) touch」の発売に向けて、Yahoo! JAPANの100以上のサービスを最適化するなど対応準備を行い、Everywhere化の更なる推進にも注力しました。更に、携帯電話だけでゲーム・アバター・コミュニティサイトが楽しめる「キラキラストリート」を公開するなど、サービスの充実に努めました。

・ページビューの推移

	平成19年6月	平成20年6月
Yahoo!モバイルページビュー数	2,718百万PV	3,790百万PV
1日平均Yahoo!モバイルページビュー数	90百万PV	126百万PV

<事業推進本部>

・主なサービス

「Yahoo!かんたん決済」「Yahoo!ネットバンキング」「Yahoo!ポイント」「Yahoo!カード」「Yahoo!公金支払い」「Yahoo!トラベル」「Yahoo!ビジネストラベル」「Yahoo!リサーチ」「ビジネスエクスプレス」「Yahoo!ウェブホスティング」「Yahoo!オンビジネス」

(決済関連)

「Yahoo!公金支払い」に対応する自治体が14自治体となり、「ふるさと寄付」など取扱いの税金や各種料金の種類が増加したほか、モバイル対応を開始し、インターネットの公共利用の拡大に努めました。また「Yahoo! JAPANカードSuica」、「Yahoo! JAPANカード」の会員獲得に注力したほか、提携カードを通じて「Yahoo!ポイント」を「Suica」にチャージできるようにするなど、利便性の向上を図りました。更に、商品到着後に決済を行う「代金支払い管理サービス」を、「Yahoo!かんたん決済」においても利用可能にするなど、抜本的な詐欺対策の強化を推進しました。

(トラベル関連)

「Yahoo!トラベル」、「Yahoo!ビジネストラベル」において、トップページの全面リニューアルを行い、宿泊やツアーの検索が容易にできるようにしたほか、クチコミ情報の充実やホテルのランキングを載せるなど、利便性の向上とソーシャルメディア化を図りました。また、ゴールデンウィークや夏休みシーズンに合わせた観光地の特集を多数公開し、旅の情報の更なる充実に努めました。

(リサーチ関連)

「Yahoo!リサーチ」において、ヤフーバリューインサイト(株)との連携を強化し、引き続きモニター数の拡大と属性の多様化に努めた結果、平成20年6月末現在の登録モニター数は約177万人となり、リサーチ専門のモニターとして国内最大の規模を維持しています。

(その他)

事業者向けポータルサイト「Yahoo!オンビジネス」において、動画対応などサービス内容を更に充実させ、企業への導入を推進した結果、登録企業数が15,000社を超えました。

フルハイビジョンテレビ向けのインターネットサービス「Yahoo! JAPAN for AQUOS」の提供を開始し、高画質・大画面でのインターネットサービスを誰でも簡単に楽しめるようにするなど、サービスの拡充に努めました。

<サービス統括部>

・主なサービス

「Yahoo! JAPANトップページ」「Yahoo!ツールバー」「My Yahoo!」「Yahoo!ウィジェット」「Yahoo!ボランティア」「Yahoo!きつず」「Yahoo!あんしんねっと」「Yahoo!デベロッパーネットワーク」「Yahoo!ニュースレーター」「Yahoo!メルマガ」「Yahoo! JAPANヘルプセンター」「Yahoo!ダウンロードセンター」

サービス統括部では、当四半期において、(財)日本オリンピック委員会オフィシャルパートナーとして北京オリンピック日本代表選手団を応援する特集サイト「北京オリンピック日本代表選手団にエールを送ろう!」を公開しました。また、「Yahoo!ウィジェット」では、パソコン向けのワンセグチューナーとYahoo! JAPANのサービスを連携させワンセグ放送の楽しみ方を広げる「ワンセグウィジェット」の提供を開始するなど、機能の拡充に努めました。更に「Yahoo!きつず」において、人気のアニメ「ポケットモンスター」の夏休み映画公開に先駆け、映画のストーリーを「Yahoo!コミック」で先読みできる企画などを掲載したほか、「ホテルを見にいこう!ホテル特集2008」では、全国の観察スポットの紹介やホテルと自然環境について考察するレポートを掲載するなど、子どもや家族が楽しくインターネットを使えるサービスの提供に努めました。

(ご参考)

<Yahoo! JAPAN全体のページビュー等の推移>

	平成19年6月	平成20年6月
月間総ページビュー数	39,013百万PV	43,988百万PV
1日平均月間総ページビュー数	1,300百万PV	1,466百万PV
Yahoo! JAPANユニークブラウザ数	15,042万ブラウザ	17,611万ブラウザ
Yahoo! JAPANアクティブユーザーID数	1,967万ID	2,202万ID

- (注) 1 Yahoo! JAPANユニークブラウザ数は各月中に当社サービスにアクセスしたブラウザ数です。
2 Yahoo! JAPANアクティブユーザーID数は各月中にログインしたYahoo! JAPAN ID数です。

<当四半期に公開・拡充したサービスの内容>

月日	サービスの公開・拡充の内容
4月4日	・検定型CGMサービス「Yahoo!みんなの検定」正式版を開始。
5月9日	・(株)ニワゴの「ニコニコ動画」と協業し各種コンテンツ、サービスの提供を開始。
5月12日	・総合ドライブ・ツーリングサービス「Yahoo!ドライブ」を公開。
5月14日	・(株)USENの動画配信サイト「Video Complex」で提携を開始。
5月29日	・フルハイビジョンテレビ向けインターネットサービス「Yahoo! JAPAN for AQUOS」の提供を開始。
6月10日	・「Yahoo!ウィジェット」にてワンセグ放送と連動し新しいテレビの楽しみ方を提案する「ワンセグウィジェット」を公開。
6月17日	・「Yahoo!占い」、SNS機能がついた「占いカルテ」の提供を開始。
6月23日	・国内有数のハイクオリティ雑誌20誌が参加するウェブサイト「X BRAND presented by Yahoo! JAPAN」を公開。

<当四半期の社会貢献活動>

当グループはインターネット企業として、インターネット社会の健全な発展のためにさまざまな貢献活動を行っています。当グループの社会貢献活動の考え方と実績のご報告は、
<http://forgood.yahoo.co.jp/>からご覧いただけます。また、上記サイトからご覧いただける「Yahoo! JAPAN サステナビリティレポート 2008」(<http://csr.yahoo.co.jp/>)では、当グループの社会的責任について「企業として」「いつもそこにあるために」「社会に貢献するために」の3つの観点からさまざまな取り組みを紹介しています。
なお、当四半期における当グループの主な社会貢献活動は以下のとおりです。

[ボランティア活動]

「インターネット募金」では、現在、「Yahoo!ウォレット」(壁紙購入)と「Yahoo!ポイント」の2通りの方法による募金を行っております。平成16年のインターネット募金サービス開始以来、平成20年3月末までにお客様から寄せられた募金の累計金額が1億円を突破しました。
なお、当四半期に新たに実施した主なインターネット募金は以下のとおりです。(順不同)
－日本赤十字社の“中国大地震救援金”、“ミャンマー・サイクロン災害救援金”、“平成20年 岩手・宮城内陸地震義援金”
－ジャパン・プラットフォームの“ミャンマー・サイクロン被災者支援”
－国土緑化推進機構の“緑の募金”

[チャリティー活動]

社会貢献の一環として「Yahoo!オークション」において、継続的にチャリティーオークションを開催し、その落札金額を全額寄付しています。当四半期も、オセロの松嶋尚美さんデザインの“世界に1台のQカー”や、やなせたかしさんの“直筆イラスト入サイン色紙”など、著名人やスポーツ選手による多数のオークションを開催し、実施総数は825件、落札金額は合計で29,126,096円となりました。

チャリティーオークションの主な寄付先は以下のとおりです。(順不同)

- －臓器移植患者とその家族を支援する「日本移植支援協会」
- －スポーツや音楽を通じて臍帯血治療の認知度を高め、血液の難病に苦しむ人たちを支援している「First Aid ～さいしょの絆～」
- －障がい者スポーツの団体、選手を支援する「日本パラリンピック支援機構」
- －九州を中心に日本の野球発展・普及に対する支援活動を通じ社会貢献を行う「ホークスジュニアアカデミー」
- －世界的な地球環境保全団体グリーンクロスインターナショナルの日本支部「(財)グリーンクロスジャパン」

[その他]

- ・乳がんの早期発見・早期診断・早期治療の大切さを伝える「ピンクリボンキャンペーン2008」を公開し、「第4回ピンクリボンデザイン大賞」の作品応募要項を掲載。(平成20年5月12日～)
- ・HIVについての正しい知識や相談窓口の紹介、メッセージの投稿や募金の受付等を行う「レッドリボンキャンペーン2008」を公開。(平成20年6月2日～)
- ・Yahoo! JAPANが行う環境啓発活動のポータルサイト「Yahoo! JAPAN アースプロジェクト」を公開し、地球・自然環境について音声や動画で紹介するとともに、北海道洞爺湖サミットの最新情報などを掲載。(平成20年6月2日～)

(2) 事業等のリスク

当グループ（以下「ヤフー」）の業績は、今後起こり得る様々な要因により大きな影響を受ける可能性があります。

以下には、本書提出時点での事業展開上のリスク要因となる可能性があると考えられる主な事項を記載してあります。またヤフーでコントロールできない外部要因や事業上のリスクとして具体化する可能性は必ずしも高くないとみられる事項を含め、投資家の投資判断上重要と考えられる事項については積極的に開示しています。ヤフーは、これらのリスク発生の可能性を認識したうえで、その発生の予防および発生時の対応に努力する方針ですが、経営状況および将来の事業についての判断は、以下の記載事項を慎重に検討したうえで行われる必要があると考えています。また、以下の記載は当社株式への投資に関連するリスク全てを網羅するものではありません。

I 市場動向・競合環境に係わるリスク

① 経済・市場・利用者動向に係わるリスク

(イ) ヤフーのビジネスはインターネット関連市場の拡大に依存しています

日本におけるインターネットの普及は平成7年頃から本格化し、ブロードバンドの進展やモバイル端末の進歩によりインターネット利用者数および利用時間は継続的に増加しています。ヤフーの事業は直接間接にインターネットに関連しているため、インターネット上の情報通信または商業利用が今後も広く普及し、利用者数ならびに利用時間が増加するとともに利用者にとって快適な利用環境が実現・維持されることが、事業の発展にとって基本的な条件となります。

しかし、将来的に利用者数の飽和や利用時間の低迷の可能性、インターネット利用を制約する規制や利用者への新たな課金が行われる可能性、インターネット利用者の増加や利用水準の高度化に対応した新しいプロトコルや技術標準の開発・適用等が適切に行われない可能性等、インターネット関連市場の継続的な拡大には、不透明な面があります。

(ロ) インターネットが主要メディアとしての地位を維持・拡大できるかどうかは不確実です

インターネットを利用した広告事業は、日本国内においてはヤフーの事業開始とともに本格化しました。株式会社電通の発表によると、平成19年における年間のインターネット広告費は広告市場全体の8.6%を占め、主要メディアであるテレビ、新聞に次ぐ市場規模にまで成長しています。

ヤフーでは、媒体としての価値を高めるため、各サービスの内容を充実させるとともに、主にディスプレイ広告においては、広告主や広告会社等各種関係者のインターネット広告に関する理解・評価を高められるよう、定期的にセミナーを開催する等の方法により啓発活動を実施し、広告主層の拡大・安定化に努めてまいります。また、主に検索連動広告については、利用者の求めている情報と掲載される広告内容とのマッチング精度の向上に努め、利用者および広告主双方にとってメリットのある媒体となるよう努めております。

しかしながら、インターネットが他の主要メディアと伍して事業性のある広告媒体として定着するかどうかは不明確な部分があり、今後市場が期待以上に成長しない可能性や、成長のスピードが遅くなる可能性があり、期待した広告収入を得ることができず、ヤフーの業績に影響を与える可能性があります。

(ハ) インターネットの広告や情報掲載ビジネスは短期的な景気動向の影響を受ける可能性があります

広告事業は一般的に景気動向の影響を非常に受けやすく、特に不景気になった場合、各企業は広告にかかわる支出を優先的に削減する傾向があります。また、インターネット広告事業は歴史が短く、米国など日本に先行する海外の市場の影響を受けやすい面があります。また、広告主との契約による広告掲載期間は通常比較的短期間であること、インターネットの利用および広告主の広告支出需要には季節的な変動があること等により、ヤフーの広告売上は潜在的に短期変動する要素があります。

インターネットでの情報掲載ビジネスも、景気動向の影響を強く受けます。特に求人系サービスでは、景気動向に先行して企業が求人数を調整する傾向があるため、情報掲載料収入は景気動向の影響を強く受ける可能性があります。

その一方で費用は人件費、賃借料等の固定的な支出が多く、売上変動に応じた支出の調整が困難であるため、ヤフーの収益には潜在的な変動性があります。

(ニ) ヤフーがモバイル広告の領域において、PCと同等の地位を獲得できない可能性があります

今後は携帯電話等のモバイル端末への広告配信が活発化するものと見込まれます。ヤフーとしても従来のパソコンを介したサービスに加え、モバイル端末からもサービスが利用できるように対応していますが、インターネットのモバイル端末での利用が大きく拡大した場合、パソコンからのサービス利用と同等の利用者数や利用時間を獲得できず、全体としてヤフーのシェアが低下

する可能性があります。その場合、広告主からの出稿の伸びが鈍化し、ヤフーの業績に影響を与える可能性があります。

(ホ) 企業によるインターネットの商用利用が期待通りに普及しない可能性があります

情報掲載ビジネスにおいては、株式会社リクルートとの共同展開による求人情報サイト「Yahoo!リクナビ」を筆頭に、サイトのユーザビリティと圧倒的な集客力やブランド力等を背景に市場を拡大させてまいりました。また、営業体制を整備し「Yahoo!オークション」、「Yahoo!ショッピング」へのストア誘致を積極的に行っており、今後も出店数を増加させコマース収入の拡大に努めてまいります。

こうした取り組みにもかかわらず、企業によるインターネットの商業利用が期待通りに普及せず、情報掲載ビジネスにおける旧来のメディア(新聞、雑誌、折込広告などの紙媒体等)からのインターネットへのシフトが期待通りに進展しなかったり、オークション、ショッピングサイトの利用者が増加せず取扱高が期待通りに拡大しなかったり、出店店舗が期待通り獲得できないなどの理由により、市場が拡大しない可能性があります、ヤフーの業績に影響を与える可能性があります。

(ヘ) ヤフーの収益は、ブロードバンド市場の変化による影響を受ける可能性があります

ブロードバンドプロバイダサービス「Yahoo! BB」は、ヤフーとソフトバンクBB株式会社の共同でサービスを提供しております。「Yahoo! BB」では主にDSLサービスを中心に低廉かつ高速なサービスを提供しております。

しかしながら、最近では通信技術の進歩により、ブロードバンド市場はDSLサービスからさらに高速伝送が可能な光ファイバーを用いたFTTHサービスへのシフトが進んでいます。ソフトバンクBB株式会社では、既存サービスに加えて、FTTHを利用した新ブロードバンド総合サービス「Yahoo! BB 光」の提供を開始するなど、新たな会員の獲得を図っていますが、結果として期待通りの会員数を獲得できなかったり、既存顧客が他社サービスへシフトするなど、当初に期待した通りの売上が得られない、または予想以上の費用が発生する等の理由により、ヤフーの収益に影響を与える可能性があります。

(ト) ヤフーの収益は、有料会員サービスの利用者数の変化の影響を受ける可能性があります

インターネット利用者は、ブロードバンドの進展により急速に増加し、それに伴い有料会員サービスの市場も拡大し、今後も引き続き成長していくものと考えられます。しかしながら、将来的には日本におけるブロードバンドやモバイル端末の普及が飽和し、利用者の増加が頭打ちになることが予想されます。ヤフーではそのような状況に備えるべく、日頃より各種サービスの顧客満足度を向上させ、利用度を高めるような様々な施策を実施していますが、将来的には「Yahoo!オークション」への参加や様々な特典を享受できる「Yahoo!プレミアム」、「Yahoo! BB」の有料会員数が従来通り伸びないおそれがあり、ヤフーの発展に影響を与える可能性があります。

(チ) 有料コンテンツをインターネット経由で購入するという消費行動が定着しない可能性があります

ヤフーではブロードバンドの普及に伴い可能となった大容量の動画や音楽など、インターネット利用者のニーズに合った様々な有料コンテンツを配信しています。今後も利用者の増加とともに、インターネットによる有料コンテンツの利用が増加していくものと思われませんが、インターネット上での有料コンテンツ配信が利用者の生活に浸透しなかったり、パソコン以外のデバイスによる有料コンテンツの利用が一般的になり、それらにヤフーが参入できない場合などは、期待通りの収益を上げられない可能性があります。

② 競争環境に係わるリスク

(イ) ヤフーの各サービスには競争が存在するため、今後もインターネット業界において優位性を発揮し続けられるかどうかは不確実です

ヤフーのサービスはポータルサイトとしての位置づけを主軸に、サイトなどの検索を始め、ニュースなど各種情報提供、メールなどのツールの提供、ショッピングなどのEC(eコマース)、決済関連など、インターネットを通じ多数のサービスを提供しており、それぞれのサービスにおいての競争は多数存在しております。

このような環境のもと、ヤフーが当業界において優位性を発揮し、一定の地位を確保・維持できるか否かについては不確実な面があります。また、競争の結果、価格競争や、顧客獲得に係わる費用の増大に伴う利益低下の可能性があるほか、広告会社や情報提供者に対して支出する販売手数料や情報提供料等の増加を余儀なくされる可能性があります、ヤフーの業績に影響を与える可能性があります。

また、当業界においては、設立間もない企業による新興サービスが利用者の支持を集め急速に広まる事があります。ヤフーでは、利用者の意見や動向を捉え、利用者の支持を集めることができるサービスをリリースしていく所存ですが、新興の企業やサービスがヤフーのサービスに対す

る競合となる可能性や、競争優位性を発揮する為の新規サービスの開発に費用がかかり、ヤフーの業績に影響を与える可能性があります。

現在、主な競合といたしましては、米国や欧州においてシェアの高い「Google」（グーグル株式会社）などが考えられます。

③ 技術動向に係わるリスク

(イ) インターネット関連業界の技術革新のスピードは速く、技術革新に対して適切に対応できなかった場合、ヤフーのビジネスに大きな影響がでる可能性があります

コンピュータ関連技術の変革は著しく、インターネット関連分野においてもマルチメディア対応の新言語、新技術等が逐次開発されています。ヤフーが提供するサービスはこれらのインターネット関連技術を基盤としていますが、技術革新の速さ、業界標準および顧客ニーズの変化、新技術・新サービスの相次ぐ登場等がインターネット関連業界の特徴となっています。

これらに対応し競争力を維持するために、インターネット先進国である米国でヤフーと同様の事業を営んでいるヤフー・インクと緊密に協調し、これらの技術を自社のサービスに活用すべく技術開発を進めていますが、ヤフーおよびヤフー・インクの新技术への対応が遅れた場合、ヤフーの提供するサービスが陳腐化し、競合他社に対する競争力が低下する可能性があります。また、ローカライズにかかわる作業による支出の増加や、米国よりも日本の技術が先行した場合などに備えた体制への対応等、ヤフー独自の開発負担も今後ますます増加していくものと思われま

II 法的規制・制度動向に係わるリスク

① 法的規制に係わるリスク

(イ) インターネット業界に関係する法的規制により、当業界およびヤフーに影響が及ぶ可能性があります

近年、日本国内においてはインターネット上の情報の閲覧や投稿、商取引に起因した事件等が報道され、それに伴いインターネットを用いた情報流通等に何らかの法的規制をかけようとする動きが見られます。ヤフーは、安心安全で利便性の高いインターネット環境を実現するために、各種法令を遵守するとともに、関係各所と協力し各種施策や啓蒙活動等を実施しております。

しかしながら、インターネットによる情報流通や、当業界に影響のある何らかの法令等が新たに成立ないしは改正された場合、ヤフーのサービス内容等への影響や、法令を遵守するための費用が増加する可能性があります、また、インターネット業界全体に影響を与える可能性があります。

(ロ) ヤフーはプロバイダ責任法を遵守する義務があり、その内容によっては事業が制約される可能性があります

平成14年5月から「特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限および発信者情報の開示に関する法律」（プロバイダ責任法）が施行されました。この法律は従来の民法上の不法行為責任の範囲を明確にしたものに過ぎず、インターネット上で情報の流通を仲介する事業者の責任を加重するものではありません。しかしながら、この法律の成立をきっかけにして、情報の仲介者に対してより積極的に責任を追及すべきだという社会的な動きが生ずる可能性があり、新たな法律の制定やあるいは何らかの自主的なルール化が行われることにより、ヤフーの事業が制約される可能性があります。

(ハ) ヤフーは電気通信事業法を遵守する義務があり、その内容によっては事業が制約される可能性があります

ヤフーはインターネットを利用した情報通信サービスを運営するために、電気通信事業法および関連する省令等を遵守する義務を負いますが、これらの法令および省令が変更された場合にはヤフーの事業が制約される可能性があります。

(ニ) 青少年ネット規制法の成立により、インターネット業界の発展に影響がでる可能性があります

ヤフーでは、設立当初よりインターネットの健全な発展に貢献するよう各種対策等を行ってきており、未成年者を有害情報から保護する目的で、「Yahoo!きっず」の運営や「Yahoo!あんしんねっと」の提供等の対策を講じてきております。平成20年6月に「青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備等に関する法案」（青少年ネット規制法）が可決されましたが、現時点での当法令の内容とヤフーのビジネス内容から、事業への影響は軽微であると考えております。しかしながら、当法令は表現の自由への制約やフィルタリングの発展の阻害等の課題が多く、日本国内のインターネット業界の発展に影響を与える可能性があり、結果的にヤフーの業績に影響が出る可能性があります。

- (ホ) オークションサービスに対して法的規制が行われた場合、ヤフーの収益に影響を与える可能性があります

現在「Yahoo!オークション」においては、違法な物の出品や詐欺等が報告されています。ヤフーは、既にブランド品出品者に対し、特定商取引法上の事業者該当すると判断した出品者に対しては、事業者としての表示義務を順守するよう誘導し、順守状況が芳しくない場合には、IDの削除措置を取っています。また同じインターネットオークション事業者である株式会社ディー・エヌ・エー、および楽天株式会社と共同で「インターネットオークション自主ガイドライン」を策定し実施しているほか、「インターネット知的財産権侵害品流出防止協議会」の幹事会社として対策を積極的に行っています。また利用者向けの啓発ページとして「知的財産権保護ガイド」を設置し、著作権、肖像権、商標権などを解説することで、出品者だけでなく落札者への啓発活動も行っております。

しかしながら、これらの施策が功を奏さず、今後も違法出品や詐欺等が報告されるようであれば、インターネット上の取引そのものを規制するような法律が制定される可能性があり、その内容によっては、「Yahoo!オークション」への参加者の減少によるシステム利用料収入減少や、「Yahoo!プレミアム」への登録者数が減少し、ヤフーの業績に影響を与える可能性があります。

- (ヘ) ソーシャルメディア型サービスに対して法的規制が行われた場合、ヤフーの各サービスに対して影響を与える可能性があります

ソーシャルメディア型サービスは、利用者からの投稿によって、コンテンツの掲載やコミュニケーションが図られるため、他人の所有権、知的財産権、名誉、プライバシーその他の権利等の侵害が生じる可能性があります。ヤフーでは、これらの権利等の侵害に係わる投稿を禁止しており、著作権保護の観点からパトロールによる違法コンテンツのチェックや、利用者からの違法コンテンツの報告、権利者からの削除依頼などを速やかに受け付け、対応を行っております。

しかしながら、これらの施策が功を奏さず、今後違法投稿が多数報告され、社会問題等になるようであれば、インターネット上の利用者投稿サービスを規制するような法律が制定される可能性があり、その内容によっては、ヤフーの各サービスに影響を与える可能性があります。

- (ト) 金融系サービスに係わる法改正が行われた場合、ヤフーの各サービスに対して影響を与える可能性があります

ヤフーでは、決済関連サービスとして「Yahoo! JAPANカード」、ならびに会員向けサービスとして「Yahoo!証券窓口」(金融商品仲介)を提供しております。

「Yahoo! JAPANカード」においては、クレジットカードの自社発行を行いキャッシングなどの融資機能を提供することから、「貸金業の規制等に関する法律」(貸金業規制法)、ならびに「利息制限法」の適用を受けています。このためヤフーは貸金業規制法に基づき、関東財務局に貸金業登録を行っています。貸金業規制法の上限金利を利息制限法の上限金利まで引き下げる法改正により、利息制限法に定められた利息の上限金利を超過する部分に対して、不当利得として返還を請求される場合がありますが、これらによるヤフーの受ける影響は軽微なものと考えております。なお、ヤフーは法律施行前の平成20年5月に金利の引き下げを完了しており、また同月現在で当該返還請求は0件となっております。

「Yahoo!証券窓口」(金融商品仲介)においては、金融庁の監督のもと、金融商品取引法や日本証券業協会の規則等の規制を受けています。このためヤフーは金融商品取引法に基づき、内閣総理大臣に金融商品仲介業の登録を行っています。これらの法律や規制を遵守し業務を運営していく所存ですが、ヤフーの自主努力にもかかわらず法律や規制に違反していると認定された場合、登録取消等の行政処分が課される可能性があります。またこれらの規制については、将来強化される可能性があり、その場合にはコンプライアンス体制やシステム対応の強化、再整備等により費用が増加し、ヤフーの収益に影響を与える可能性があります。

- (チ) ヤフーのビジネスは、法的規制に限らず、政府や省庁、地方自治体等からの指導や要請等の影響を受ける可能性があります

前述の法的規制の適用に限らず、政府や省庁、地方自治体等が行う指導や要請等に基づき、業界各社がインターネット上での情報流通やビジネスを自主規制することにより、ヤフーのサービスや業績に影響を及ぼす可能性があります。

② 訴訟等によるリスク

- (イ) ヤフーはオークション詐欺の被害者から、損害賠償請求を求められる可能性があります

ヤフーでは、より健全なオークションサイトを目指し、安全性の向上を目的とした対応として、平成12年9月からのエスクローサービス(注1)の導入、平成13年5月からの有償での本人確認制度の導入、平成16年7月からの郵便物の送付による出品者の住所確認の導入、平成17年11月から

不正利用検知モデルの導入、平成19年7月から「受け取り後決済サービス」(注2)を実施しました。また、違法出品の排除を行うパトロールチームの設置や、警察関係機関・著作権関係団体との提携を通じて、常に犯罪に関わる情報の提供やサービスの改善を図り、リスクの軽減に努めています。しかしながら、これらの諸施策の実施にもかかわらず、今後も違法行為が発生する可能性があり、ヤフーの責任の有無にかかわらず、ヤフーに対して訴訟を起こされる可能性があります。実際に集団訴訟により損害賠償請求が提起されており、その動向によってはヤフーのブランドイメージが損なわれ、業績に影響を及ぼす可能性があります。さらに、違法行為防止のためのシステム開発や管理体制を整えるための費用が増大し収益に影響が出る可能性もあります。

また、利用者が違法行為等により損害を被った場合には、一定金額までの補償金を、ヤフーが被害を受けた利用者に支払う補償制度を実施しています。これにより、費用が増加する可能性があります。

(注1) エスクローサービスとは、出品者と落札者の間に業者が入り、「落札代金」と「商品」の流れを取り持つサービスです。取引当事者は当該サービスを利用することで、たとえば振込後に商品が届かない不安や振込がなされない心配などが解消されます。

(注2) 「受け取り後決済サービス」は、商品未着トラブルの撲滅に向けた抜本的な詐欺対策として、落札者が出品者への代金の支払いを、商品の受け取り後に支払う事が出来るサービスです。

(ロ) ヤフーは所属金融商品取引業者から、損害賠償請求を求められる可能性があります

ヤフーは、「Yahoo!証券窓口」(金融商品仲介)において、所属金融商品取引業者(注)の管理のもと、ヤフーが作成する「勧誘方針」や「勧誘ガイドライン」に沿って口座開設や金融商品取引の勧誘を行います。ヤフーは、勧誘行為を行うにあたっては所属金融商品取引業者に十分な事前確認を求めますが、ヤフーが勧誘を行った結果、その内容が顧客に誤解を与えて損失を被らせた場合は、その内容や状況によっては顧客への補償等を一時的に行った所属金融商品取引業者から損害賠償を求められる可能性があります。

(注) 所属金融商品取引業者とは、ヤフーと金融商品仲介業における業務委託契約を締結した金融商品取引業者のことです。

(ハ) インターネット上の広告内容やリンク先ホームページ等について、関係者や行政機関等からヤフーに対してクレームや勧告、損害賠償を請求される可能性があります

ヤフーは、広告内容および広告バナーのリンク先ホームページに関して、独自の掲載基準である「広告審査基準」を設定し、日本国内の法令に抵触しないよう自主的な規制を行っています。また、広告主との間の約款によって、広告内容に関する責任の所在が広告主にあることを確認しています。さらにヤフーの検索サービスに登録するホームページについては、登録や削除の権利をヤフーで有し、ホームページの内容については全責任がホームページ作成者に帰属することを明示する等、登録ホームページ作成者との間の約款において、法令遵守に関して周知徹底を図っています。また、利用者が自由に情報発信できる掲示板やブログ、オークション等のサービスについては、違法または有害な情報の発信の禁止と全責任が利用者に帰属する旨を約款に明記するとともに、削除の権利をヤフーで保有し、約款に違反した情報を発見した場合には削除をしています。

以上のように、ヤフーは自主的な規制によって違法または有害な情報の流通禁止やプライバシー保護について配慮しており、また、ヤフーのサービスの利用者に対して、インターネットの閲覧やインターネット上への情報発信は利用者の責任において行うべきものであり、ホームページ等の閲覧や利用に伴う損害に関してヤフーは責任を負わない旨を掲示しています。しかし、これらの対応が十分であるとの保証はなく、ヤフーが掲載する広告、リンク先の登録ホームページの内容、掲示板への投稿内容、オークションへの出品に関して、サービスの利用者もしくはその他の関係者、行政機関等から、クレームや勧告を受けたり、損害賠償を請求される可能性があります。その場合、利用者からの信頼が低下して利用者数や利用時間が減少したり、サービスの停止を余儀なくされる可能性があります。

(ニ) 第三者の責任に帰すべき領域に関して、ヤフーが損害賠償請求等を求められる可能性があります

顧客との関係においては、「ヤフーと提携する第三者の提供するサービス領域」および「ヤフーの提供するサービス領域」について顧客が錯誤・混同することのないよう、利用規約や約款等をヤフーサイト上に掲載することにより、顧客の理解と同意を求める等の方策をとっています。しかしながら、これらの方策が功を奏さず、本来第三者の責任に帰すべき領域についてヤフーが顧客より損害賠償等を求められる可能性があり、その場合にはヤフーに相応の費用が発生したりブランドイメージが損なわれる等により、ヤフーの業績に影響を与える可能性があります。

「Yahoo!オークション」においては、出品される商品・サービスの選択、掲載の可否、入札の

当否、売買契約の成立および履行等についてはすべて利用者の責任で行われ、ヤフーが責任を負わない旨を記載しています。また同様に「Yahoo!ショッピング」においても、各店舗の活動内容、各店舗の取扱商品・サービスおよび各店舗ページ上の記載内容、各利用者の各店舗取扱商品・サービスの購入の可否ならびに配送に関する損害、損失、障害についてはヤフーが責任を負わない旨を掲載しています。これらのサービスの内容に関して、サービスの利用者および関係者からのクレームや損害賠償等の訴訟を起こされる可能性があり、その結果として、金銭的負担の発生やヤフーのブランドイメージが損なわれる等の理由により、ヤフーの事業に影響を及ぼす可能性があります。さらに、国際裁判管轄に関する条約により、国外の利用者との関係で、国外での法的紛争に発展する可能性があります。

- (ホ) 他社の保有する特許権・著作権等の知的財産権を侵害したとして、他社からクレームを受けたり損害賠償を請求される可能性があります

ヤフーでは知的財産を重要な経営資源と考えており、専門のチームを設置し特許の調査や出願、社内への啓蒙活動などを行っております。

特許権は範囲が不明確であることから特許紛争の回避のために行うヤフー自身の特許管理の費用が膨大となり、ヤフーの収益に影響が出る可能性があります。また、インターネット技術に関する特許権の地域的な適用範囲については不明確であり、国内の特許のみならず、海外の特許が問題となる可能性は否定できません。

また、ヤフーが提供するサービスが他社の著作権等の知的財産権を侵害したり、ヤフー内において業務で使用するソフトウェア等が他社の権利を侵害したりすることについて、社内規則や社内教育などにより防止に努めています。しかしながら、結果的にこうした問題が起きてしまう可能性があります。その場合、損害賠償等の訴訟を起こされたり、多額のロイヤルティの支払いを余儀なくされたり、サービスの一部を提供できなくなる可能性があります。

③ その他法制度に係わるリスク

- (イ) ヤフーではシステム開発やコンテンツ制作等を業務委託や外注している場合があり、下請法に抵触するような事態が発生した場合、ヤフーに対する信用が失墜する可能性があります

ヤフーでは下請法について従業員の入社時および入社後も定期的に研修を実施し、下請法を遵守し業務・取引を行うよう教育活動を行っております。しかしながら、これらの取り組みにもかかわらず下請法の法令に抵触する事態が発生した場合、ヤフーに対する信用が失墜し業績に影響を与える可能性があります。

- (ロ) 会計基準および税制の変更が行われた場合、ヤフーの損益に影響が出る可能性があります

近年、会計基準に関する国際的なルール整備の流れがある中で、ヤフーは、退職給付会計、金融商品会計などの各種会計基準の変更に対して適切かつ速やかな対応を行ってきました。しかしながら、将来において会計基準や税制の大きな変更があった場合には、ヤフーの損益に影響が出る可能性があります。

III 自然災害・有事に係わるリスク

- ① 自然災害等により、ヤフーの業務が中断ないしは継続不能となる可能性があります

ヤフーの事業は、地震、火災等の自然災害や、それらに伴う建造物の破損、停電、回線故障等の事故の影響を受けやすく、またヤフーのネットワークのインフラおよび人的資源は東京に集中しています。ヤフーでは、事故の発生やアクセスの集中にも耐えうるようにシステムの冗長化やデータセンターの二重化、分散化などの環境整備を進めるとともに、こうした事故等の発生時には、速やかにかつ適切に全社的対応を行うよう努めておりますが、事前に想定していなかった原因・内容の事故である等何らかの理由により、事故発生後の業務継続、復旧がうまく行かず、ヤフーの事業、業績、ブランドイメージ等に影響が出る可能性があります。

- ② 有事の際には、ヤフーの業務が中断ないしは継続不能となる可能性があります

通常国際政治状況・経済環境の枠組みを大きく変えるような国際紛争・テロ事件等の勃発といった有事の際には、ヤフーの事業に大きな影響があるものと考えられます。

具体的には、これら有事の影響により、ヤフーサイトの運営が一時的に制限されてその結果広告配信が予定通り行えない状況となったり、広告主の事情による広告出稿の取止め・出稿量減少・出稿期間の延長が発生した場合や、「Yahoo! BB」のアクセスインフラが断絶状態に陥ったり、利用者がヤフーの有料サービスを利用できなくなった場合等により、売上が減少する可能性があります。また特別の費用負担を強いられる可能性があります。また、米国やその他の国・地域との通信や交通に障害が発生した場合には、ヤフー・インクからのヤフーへのサポート体制や業務提携先との連携に支障が生じる等の理由により、事業運営ならびに収益に影響を与えるリスクがあります。最悪の場合、事業

所が物理的に機能不全に陥るような事態となったり、ヤフーの事業に極めて関連の強い企業（ヤフー・インクとその関連企業、ソフトバンク株式会社とその関連企業、その他のアクセスサービスプロバイダ）が同様の状況に陥るようなことがあれば、ヤフーのいくつかのサービスの継続が不可能となる可能性もあります。

IV 事業運営に係わるリスク

① 経営方針・事業戦略に係わるリスク

(イ) ヤフーの戦略が、マーケットニーズ等の変化に応じて迅速かつ柔軟に策定・推進できない場合、競争上の優位性が損なわれる可能性があります

ヤフーでは、目標とする経営指標のうち、特に利用者数と利用者1人当たりの利用時間の増加を目指し、「ソーシャルメディア化」、「Everywhere化」、「地域・生活圏情報の充実」、「オープン化」の4つの戦略を推進しております。これらの戦略はマーケットやパートナーのニーズ、技術や競合の動向の変化に応じて迅速かつ柔軟に変更していく所存です。

しかしながら、これらの戦略がマーケットやパートナーのニーズ、技術や競合の動向の変化に応じて迅速かつ適切に変更できない、もしくは、戦略の推進が遅延する等の理由により、競争上の優位性が損なわれる可能性があります。

② 技術開発・改良に係わるリスク

(イ) 顧客のニーズを満たすため研究開発に取り組んでいますが、的確に顧客ニーズを捉えられなかったり、研究開発が失敗や遅延する可能性があります

ヤフーは、インターネット利用者の増加・多様化に対応するため、新たな戦略やビジネスを開発し、顧客のニーズを満たすコンテンツやサービスを提供することで、ヤフーの競争優位性を維持していきたいと考えています。その一環として平成19年4月1日に「Yahoo! JAPAN研究所」を設立いたしました。これらに必要な研究開発費用については相応の支出を見込んでおりますが、開発までに要する時間等の面で競争力の低下を招く可能性や、予想以上に費用が発生してしまう可能性があります。

この業界は参入者も多く競争の激しい市場であると共に、技術革新が常態である、変化のスピードが速い、提供するサービスのライフサイクルが短い等の特性を有しています。そのため、ヤフーとしては、専門知識・技術を有する複数のスタッフの採用や、実績のある外部業者との協業により、業務の効率化を図り、常に市場ニーズの変化に迅速に対応可能となるようサービス企画・システム開発体制を整備していく所存であります。しかしながら、研究開発が失敗・遅延する、費用が多くかかる、顧客ニーズを捉えられず効果が見込めない等により、期待通りの収益を得られない可能性や、これらの開発に資源が集中することにより、他サービスの開発・運営に支障をきたす可能性があります。また、技術上・運営上の問題を原因として、ヤフーに対し損害賠償が求められる可能性があります。

さらに、携帯電話等のモバイル端末を通じたインターネット利用への対応を実施していますが、そのための開発費等の支出によりヤフーの収益を圧迫する可能性があります。

(ロ) 提供しているサービスの継続的な改善が適切に行われなかった場合、ヤフーのサービスが陳腐化する可能性があります

インターネット業界は技術や市場の変化が激しく、新しいサービスも次々と誕生してきています。そのような状況の中、ヤフーのサービスが競争優位性を維持向上していくためには、ユーザーエクスペリエンスを絶えず向上することが重要と考えています。ユーザーエクスペリエンスの向上には、利用者とサービスの接点である表示や操作に係わる視認性やデザイン、操作性の向上に始まり、検索などの応答結果が利用者の求めている情報や好みにどれだけ近いかという情報のマッチング精度の向上、結果の応答速度やフィーリングの向上など多岐にわたる継続的な改善を必要とします。

ヤフーではこれらのサービスの改善に対する投資を継続的に行う必要があり、これらの投資が適切に行われなかった場合には、サービスの競争優位性やブランドイメージの低下につながる可能性や、サービス改善への費用の増加に伴い、業績に影響を及ぼす可能性があります。また、サービスの改善やリニューアルにあたっては、それによる効果について事前に十分な調査やテストを行っておりますが、期待していた効果とは逆に利用者の減少やページビューの低下を引き起こす可能性もあり、広告販売等への影響から業績に影響を及ぼす可能性があります。

(ハ) 設備投資の計画策定や実行が適切に行われなかった場合、サービスの品質が低下したり、逆に過剰投資で費用が増加する可能性があります

ヤフーでは、今後予想される事業規模の拡大に伴い、顧客ニーズに合った良質なサービスを提

供していくために、継続的な設備計画を有しています。インターネットの利用者層がさらに拡大し、そのブロードバンド化・ユビキタス化が促進されることによって、より多くのアクセスの集中や短時間で大量のデータ送受信に十分に対応可能なネットワーク関連設備を逐次整備充実していく必要があります。また大量の通信トラフィックをスムーズにコントロールするためのシステムやネットワークの構築や、決済機能や顧客情報の管理のためのセキュリティ面の強化、利用者からの問い合わせの増加・多様化に適切に対応するためのシステムの強化充実等、今後は従来にも増して大規模な設備投資をタイミングよく実施していく必要性がより高まるものと予想されます。加えて、業容拡大に必要なオフィススペースの確保・拡充のための設備投資も継続的に必要となるものと勘案されます。

これらの設備投資の実行に関しては、費用対効果の検証を十分に行い、システム開発ならびに機器購入にかかる費用の適正化に注力することにより、必要以上の資金支出を発生させないよう留意しています。

ヤフーは今後の業績拡大により、かかる費用ならびに資金支出の増加を吸収するのに十分な利益を計上し営業キャッシュフローを獲得できるものと考えていますが、設備投資の効果が十分でなかったり、効果が遅れて現れたりした場合には、ヤフーの利益ならびにキャッシュフローに影響を及ぼす可能性があります。またインターネット関連業界では技術革新や顧客ニーズの変化が著しいことから、投資した設備の利用可能期間も当初想定より短くなってしまいう可能性があり、その結果、会計方針の変更により償却期間が短縮され、年度当たりの減価償却費負担が現状よりも高水準で推移することや、既存設備の除却等により通常の水準を超える一時的な損失が発生する可能性があります。

- (二) 多様なインターネット接続端末のそれぞれに適切にサービスを提供できなかった場合、ヤフーの事業の発展に影響がでる可能性があります

近年、インターネットにアクセスできる情報端末の種類は増え、パソコンをはじめ、携帯電話、ゲーム機、テレビ、カーナビ、PDAなど、パソコン以外の情報端末によるインターネットへの接続環境が整いつつあります。それに伴いヤフーのサービスへの接触機会を増やし、サービスの利用度を高めていく施策として、パソコンのみならず携帯電話やゲーム機、テレビ、カーナビなど様々なデバイスからのインターネット利用を促進する「Everywhere化」を推進しており、これらを推進するにあたり、次のようなリスクが存在すると考えられます。

様々なデバイスへヤフーのサービスを提供する為には、それらのデバイスを開発している企業との協力のもと、デバイスへの情報伝達の規格にヤフーが参入できる必要があります。よって、その規格への参入が出来なかった場合には、そのデバイスに対してのサービス提供ができなくなる可能性があります。

各デバイスからヤフーサイトへの接続の容易さは競争力の重要な要素の一つです。例えば、ソフトバンクモバイル株式会社の携帯電話では「ヤフーボタン」を設置することにより、ヤフーサイトへの接続を容易にしております。携帯電話だけでなく、他の様々なデバイスにおいてもこのような接続性を確保できるよう各社と協力していく所存ですが、各デバイスにおいてこのような接続性を確保できない場合、ヤフーの競争力が低下する可能性があります。また、接続性の確保において予想以上の費用がかかることにより、ヤフーの業績に影響を及ぼす可能性があります。

それぞれのデバイスには固有の特徴、例えば画面表示の大きさや入力装置の違いなどがあります。「Everywhere化」においては、それらに応じてヤフーサイトを最適化し、情報提供を行う所存ではありますが、最適化に予想以上の時間を要する可能性や、各デバイス専用に構築された他社のサービスに比べ見劣りし、競争力が低下する可能性があります。また、その最適化に予想以上の費用がかかることにより、ヤフーの業績に影響を及ぼす可能性があります。

- (ホ) 広告商品の多様化に適切に対応できない場合、広告事業の売上に影響を与える可能性があります

インターネットメディアにおいては、様々な広告手法による新たな広告商品が出現しています。ヤフーでは、掲載期間や掲出インプレッション数を保証した広告商品や、オーバチュア株式会社との提携により運営するスポンサーサイト(検索連動広告)、バリューコマース株式会社との提携により運営するアフィリエイト広告(成果報酬広告)など、広告主のニーズに合わせた各種広告商品を開発し販売しております。

最近では、利用者の行動履歴を基に広告配信を行う「行動ターゲティング広告」や、行動履歴に加え検索履歴やYahoo! JAPAN内の特定ページの閲覧履歴、広告主サイトの訪問履歴、利用者の属性(年齢、性別)、エリア情報などとの掛け合わせにより、さらにきめ細かな広告配信を行う「カスタム行動ターゲティング広告」、各媒体の広告スペースを合わせて配信し各媒体単体では到達できない広いリーチをもった広告商品である「アド・ネットワーク」、広告掲載場所のページの

内容を解析し、ページの内容に応じた広告を配信する「コンテンツ連動広告」など新たな広告手法による商品を開発し、リリースしております。しかし、今後の更なるインターネット広告手法の進化に対応できない場合、広告収入の減少が見込まれるほか、新たな広告商品の開発費用の負担や、新しい手法による広告商品を取扱っている企業との提携による費用が嵩み、ヤフーの業績に影響を与える可能性があります。

③ 新規事業、新規サービスに係わるリスク

(イ) ヤフーは事業内容の多様化を進めて参りますが、これらの新規事業が収益に貢献しない可能性があります

ヤフーでは、その事業基盤をより強固なものとし、良質なサービスを提供することを目的として、今後も事業内容の多様化や新規事業への取り組みをさらに進めていく予定ですが、これらを実現するためには、人材の採用・設備の増強・研究開発費の発生等の追加的な支出が発生する可能性があります。

また、これらの事業が安定して収益を生み出すにはしばらく時間がかかることが予想されるため、結果としてヤフー全体の利益率が一時的に低下する可能性があります。

同様に、これらの事業が必ずしもヤフーの目論見通りに推移する保証はなく、その場合には追加的な支出分についての回収が行えず、ヤフーの業績に大きな影響を与える可能性があります。

④ 提供しているサービスに係わるリスク

(イ) 検索サービス等は、ヤフー・インク等に開発・運用・保守を依存しています

ヤフーでは、オーバーチュア株式会社との提携により運営する検索連動広告の売上が堅調に拡大しており、広告売上全体に対する割合が高くなってきています。検索サービスおよび検索連動広告のプラットフォームはヤフー・インク等で開発・運用・保守されており、オーバーチュア株式会社はそのプラットフォームを利用した広告商品（検索連動広告およびコンテンツ連動広告）の日本における営業・販売活動を行っております。また、検索サービス以外にも一部のサービスにおいてヤフー・インクに開発・運用・保守を依存しているサービスがあります。

そのため、ヤフーとヤフー・インクとの関係の変動やヤフー・インクの運営に何らかの支障が生じた場合、ヤフーの業績やサービスの継続自体に重大な影響を与える可能性があります。

また、最近では検索連動広告がそのクリック数で報酬が決定されることを悪用し、不正にクリック数を増やし、広告主に過剰な広告料金を負担させるという詐欺行為が問題になっています。米国では、その被害に遭った広告主が、集団でこのような広告商品を提供している企業に対して訴訟を提起するという事態が実際に発生しています。今後、ヤフーならびにオーバーチュア株式会社に対し同様の訴訟を起こされる可能性があります、その場合ブランドイメージが損なわれ、業績に影響を及ぼす可能性があります。

(ロ) 一部の広告商品では掲載インプレッション数等を保証しており、それを満たせなかった場合には補填等を行う必要があります

ヤフーの広告商品には、掲載期間と掲出インプレッション数を保証しているものが多く、その期間の長さや掲出頻度などにより広告料金を設定しております。しかしながら、インターネットとの接続環境に問題が生じたような場合や、システムに支障が生じた場合などの理由により、広告を掲載するのに必要なインプレッション数を確保できない場合は、掲載期間延長や広告掲載補填等の措置を講じなければならない等、ヤフーの広告売上に影響を及ぼす可能性があります。

また、広告主の出稿ニーズはあるもののそれに合わせたサービスを提供できない場合、ヤフーの収益獲得機会の損失につながると同時に広告主の出稿意欲の減退を招くことになり、ヤフーの広告売上に影響を与える可能性があります。

(ハ) 動画系サービスや大容量広告の利用増加により、インターネット回線に対する費用や各種インフラ設備に対する投資が増加する可能性があります

ヤフーでは「Yahoo!動画」や「Yahoo!ビデオキャスト」といった動画を配信するサービスを行っております。動画系サービスは文字と静止画像だけのサービスに比べインターネット回線の容量を多量に消費します。また、広告においてもブランドパネルやプライムディスプレイと呼ばれる広告商品等は、動画広告やインタラクティブな広告を配信することが可能であり、同様にインターネット回線の容量を多量に消費します。これらのサービスは今後ますます利用が増加すると考えており、それに伴いインターネット回線に対する費用の増加や、配信に必要なサーバー等の設備に対する投資が増加する可能性があります。

⑤ コンプライアンスに係わるリスク

(イ) コンプライアンス対策が有効に機能する保証はなく、コンプライアンス上の問題が発生する可能性があります

ヤフーでは、企業価値の持続的な増大を図るにはコンプライアンスが重要であると認識しております。そのためヤフーではコンプライアンスに関する諸規程を設け、全役員および全従業員が法令、定款などを遵守するための規範を定め、その徹底を図るため、イントラネット上に諸規程を明示し、定期的な社内研修を実施しております。

しかしながら、これらの取り組みにもかかわらずコンプライアンス上のリスクを完全に回避できない可能性があり、法令等に抵触する事態が発生した場合、ヤフーのブランドイメージならびに業績に影響を与える可能性があります。

⑥ 管理・運営体制に係わるリスク

(イ) 業容拡大に伴い適切に人的資源が確保できない場合、または過剰に確保した場合、ヤフーの事業の発展に影響がでる可能性があります

ヤフーでは、今後の業容拡大による広告営業や技術開発のための人員増強・体制強化に加えて、インターネット利用者増加に伴うホームページ登録作業の増加、コミュニティーサービスやショッピングサービスの運用・管理のためのサポート、ならびに有料サービスについての課金管理・カスタマーサポート等、業務の多様化に対応するための増員も必要になります。

このような業務の拡大に対して適切かつ十分な人的・組織的な対応ができない場合は、ヤフーのサービスの競争力の低下ならびに利用者や、「Yahoo!ショッピング」や「Yahoo!オークション」等の各店舗等とのトラブルや事業の効率性等に支障が生じる可能性があります。

また、人員の増強については業績等を勘案し注意深く行っていますが、これに伴い、人件費や賃借料等固定費が増加し、利益率の低下を招く可能性があります。

(ロ) 社内のキーパーソンが退職した場合、ヤフーの事業の発展に影響がでる可能性があります

ヤフーの事業の発展は、役職員、特にキーパーソンの継続的な勤務に依存している部分があります。キーパーソンには、代表取締役、取締役を始め、各部署の代表者からなる経営会議メンバーが含まれており、それぞれが業務に関して専門的な知識・技術を有しています。これらのキーパーソンがヤフーを退職し、ヤフーが適格な後任者の任命や採用に失敗した場合、事業の継続、発展に影響が生じる可能性があります。

また、ヤフーの人事施策の一環として採用しているストックオプションは、一部の役職員に付与されていますが、株式市場の状況によっては有効に作用せず、役職員のモチベーション低下、さらには人材の流出を招く可能性があります。

(ハ) 競争優位性を確保するために知的財産権の保護を推進していますが、その費用対効果が十分でない可能性があります

ヤフーの保有している知的財産権は競争優位性を発揮する為の重要な要素の一つであると考えており、著作権や特許、商標やデザイン、ドメインネームなどを生み出し、所有し、保護していく必要があると考えております。ヤフーのサービスの多くは、著作権等の権利を含むコンテンツ情報を利用者に提供し、利用者はコンテンツ情報を利用規約の範囲内にて活用することが可能となっております。

しかしながら、利用者がコンテンツに付随する権利や利用規約の範囲を超えてコンテンツデータを利用等した場合、ヤフーのブランドイメージ低下などの不利益を被る可能性や、それらの行為からヤフーの権利を保護する為の費用の増加によりヤフーの業績に影響を与える可能性があります。また、これらの権利を有効活用する為には費用が発生する場合があります、費用対効果が十分でないために権利が十分に活用できない可能性があります。

(ニ) ヤフーは多数の個人・法人顧客との取引を行っているため、決済処理や問い合わせ対応等で費用が増加する可能性があります

ヤフーの事業規模の拡大や、検索連動広告・有料会員サービス・有料課金コンテンツ等への取り組みの強化により、ヤフーでは、不特定多数の個人・法人顧客からの直接収益の機会が徐々に大きくなってきています。これら不特定多数の顧客への対応として、専門の担当チームを組成することにより管理体制の強化を図ったり、新たなシステムの導入により業務の効率化を図る等の手段をとっています。しかしながら、これらの施策にもかかわらず、小口債権の増加とこれに伴う未回収債権の増加、クレジットカード決済に伴うトラブルの増加、債権回収コストの増加等、決済ならびに債権回収に関するリスクが増加する可能性があります。

また、顧客からの問い合わせも、従来はサービス利用に関するものがその中心でしたが、代金支払に関するもの、サービスや商品の返品・交換に関するもの、ヤフーから第三者に委託してい

る内容(物流・決済等)に関するもの等へと、質的・量的に拡大する可能性があります。ヤフーでは、これら顧客からの問い合わせに適切に対応できるよう、スタッフの増強、組織管理体制の強化充実、業務の標準化・システム化の推進による効率化等を常に進めています。しかしながら、これらの施策充実に伴う費用の増大により、ヤフーの収益に影響を与える可能性があります。加えて、これらの施策にもかかわらず顧客の満足度が十分に得られない可能性も否定できず、その場合にはブランドイメージが損なわれる等の理由により、ヤフーの収益に影響を与える可能性があります。

V 関連当事者との関係に係わるリスク

① 主要株主に係るリスク

(イ) 親会社の方針転換や、主要株主の構成変更により、ヤフーの事業に多大な影響を与える可能性があります

ヤフーはソフトバンク株式会社を親会社として、ヤフー・インクの提供する「Yahoo!」ブランドでのインターネットポータルサービスの日本における事業を行っており、ソフトバンク株式会社やヤフー・インク等の関連当事者との関係は良好です。今後とも、関連当事者各社とは良好な関係を続けていく所存ですが、各社の事業戦略方針の変更や、重要な関連当事者(とりわけ親会社をはじめとする資本上位会社)の変更等に伴い、ヤフーのサービスや各種契約内容への影響や、関連当事者間の変化が生じる可能性があります。その場合、ヤフーのビジネスに多大な影響を及ぼす可能性があります。

(ロ) ソフトバンク・グループ内の企業とヤフーの間で事業の競合がおこる可能性があります

ヤフーはソフトバンク株式会社と共同で「Yahoo! BB」や動画コンテンツサービス、携帯電話事業などを戦略的に進めておりますが、ソフトバンク株式会社がヤフーのサービスと競合する会社に出資、提携した場合には、将来ソフトバンク・グループ内において事業が競合することも考えられます。ヤフーとしては、それらの会社との連携を検討するなどの対応を行って行く所存ですが、ヤフーの事業に何らかの影響を及ぼす可能性があります。

(ハ) ヤフー・インクとのライセンス契約は、ヤフーの事業にとって重要な契約であり、契約内容の変更等が行われた場合にはヤフーの事業に多大な影響を与える可能性があります

ヤフーは、設立母体のひとつであるヤフー・インクとの間に次の内容の契約を締結しています。ヤフーが提供する情報検索サービス等に関連する商標、ソフトウェア、ツール等(以下、商標等)のほとんどは同社が所有するものであり、ヤフーは同社より当該商標等の利用等の許諾を得て事業を展開しています。従って、当該契約はヤフー事業の根幹にかかわる重要な契約と考えられ、当該契約内容の変更等が行われた場合には、ヤフーの事業や収益に多大な影響を与える可能性があります。

契約の名称	ヤフー・ジャパン ライセンス契約 (YAHOO! JAPAN LICENSE AGREEMENT)
契約締結日	平成8年4月1日
契約期間	平成8年4月1日～(期限の定めなし) 但し、当事者の合意による場合、一方当事者の債務不履行、もしくは破産等を原因として本契約が解除される場合、ヤフー・インクが競合するとみなす企業等により当社株式の3分の1以上が買収された場合、または合併、買収等によりヤフー・インクおよびソフトバンク株式会社が存続会社において議決権の過半数を維持できない場合(但し、ヤフー・インクの同意がある場合を除く)においては本契約は終了する。
契約相手先	ヤフー・インク
主な内容	① ヤフー・インクの当社に対する下記のライセンスの許諾 <ul style="list-style-type: none"> ・日本市場のためにカスタマイズされローカライズされたヤフー・インクの情報検索サービス等(以下、日本版情報検索サービス等という)の使用複製等にかかる非独占的権利 ・ヤフー・インクの商標等の日本における利用等にかかる非独占的権利 ・ヤフー・インクの商標等の日本における出版に関する利用等にかかる独占的権利 ・日本版情報検索サービス等の開発、商業利用、プロモーション等にかかる全世界における独占的権利 ② 当社が追加する日本固有のコンテンツのヤフー・インクに対する全世界における利用にかかる非独占的権利の許諾(無償) ③ 当社のヤフー・インクに対するロイヤルティの支払い (注) ロイヤルティの計算方法 $\{(\text{連結売上高}) - (\text{広告販売手数料}^*) - (\text{取引形態の異なる連結子会社における売上原価等})\} \times 3\%$ *広告販売手数料は連結ベース

(ニ) 「Yahoo!」ブランドは全世界展開をしているため、ヤフーは事業展開等において制約を受ける場合があります

ヤフーでは「Yahoo!」ブランドの確立と普及が、利用者と広告主をひきつけヤフーの拡大を図る上で極めて重要であると考えています。インターネットサイトの爆発的な増加および参入障壁の低さから、ブランド認知度の重要性は今後一層増加していくと思われます。特に他社との間で競争が激しくなってきた場合、「Yahoo!」ブランドを確立し認知度を高めるための支出をより増やすことが必要となる可能性があります。

ブランド確立のための努力は海外のYahoo!グループ各社と協調し全世界的に進めている部分がありますが、ヤフーでは海外グループ各社の努力の成否について保証することはできません。海外グループ会社がブランドの確立・普及に失敗した場合、それに影響を受けヤフーのブランド力が弱まる可能性もあります。また、ヤフーは海外グループ会社との契約の中で、排他的条項を認めているものがあります。その有効期間中、ヤフーが特定の広告等を掲載できないことがあります。またブランドに関する権利の中核となる商標については全世界的にヤフー・インクが出願、登録、維持を行っており、ヤフーが日本で独自に必要な分野において商標登録がなされていない可能性があります。

また、ドメイン名についてもヤフーが必要とするドメイン名が第三者に取得され、希望するド

メイン名が使用できない可能性や、「Yahoo!」もしくはヤフーの提供しているサービス名に類似するドメイン名を第三者に取得され不正競争や嫌がらせ目的で使用される可能性があり、その結果、ヤフーのブランド戦略に影響を与えたり、ブランドイメージが損なわれる可能性もあります。

② 連結グループに係わるリスク

(イ) ヤフーの連結グループ運営が適切に行えない場合、業績に影響を与える可能性があります

ヤフーの子会社・関連会社については、その規模は様々で、内部管理体制の水準もその規模に応じて様々なものとなっています。各社ともに、現状の業容の拡大に応じて適宜必要な人員の確保・組織体制の強化を図っていく方針ですが、これが適時に実現できない場合、グループの業績に支障をきたす可能性があります。

また、各社サービスの運営にあたっては、ヤフーのサービスならびにネットワークシステムとの連携、ヤフーからの人的支援等が不可欠となっており、現在はヤフーの関連する部門が各社との連携を密にしてその支援を実施していますが、ヤフーならびに子会社・関連会社各社の業容拡大等によりこれらの連携・支援を十分に行うことが困難な状況となる可能性もあり、その場合には各社の業務運営に影響を及ぼす可能性があります。

(ロ) オーバーチュア株式会社との業務提携契約の変更等が行われた場合にはヤフーの事業に多大な影響を与える可能性があります

検索連動広告等のサービスを提供する為に、オーバーチュア株式会社との間に次の内容の契約を締結しています。検索連動広告はヤフーの重要な収益の柱の一つであるため、当該契約内容の変更等が行われた場合には、ヤフーの収益に多大な影響を与える可能性があります。

契約会社名	ヤフー株式会社（当社）、オーバーチュア株式会社（連結子会社）
契約相手先	オーバーチュア・サーチ・サービスズ・(アイルランド)・リミテッド（以下、「OSSIL」という）、ヤフー・インク
締結年月日	平成19年8月31日
契約期間	平成19年8月31日から平成29年8月30日まで（10年間）
主な内容	<p>サービス提供契約(ADVERTISER AND PUBLISHER SERVICES AGREEMENT)</p> <p>① 当事者の基本的役割</p> <p>OSSILはOSSILの提供する対象サービスが競争力を持つよう開発努力を行い、また、オーバーチュア株式会社は顧客が対象サービスを利用することにより対象サービスの売上が拡大するようマーケティング努力を行う。日本マーケット向けに最適なサービスを開発するため、OSSILおよびオーバーチュア株式会社は協議体を通じて日本マーケット特有のカスタマイズ等の開発スケジュールを策定する。</p> <p>② OSSILによる対象サービスの独占的提供</p> <p>対象サービス（契約締結時は、検索連動広告とコンテンツ連動広告に関する広告関連プラットフォームの提供が対象サービスとなり、爾後、検索・広告関連サービス等のうち、本契約上で定められた手続きを経て対象サービスとして追加されたものが含まれる）についてオーバーチュア株式会社、当社および当社が50%超の議決権を有する当社の子会社が日本国内において独占的に提供を受ける。</p> <p>③ オーバーチュア株式会社のOSSILに対するサービスフィーの支払い</p> <p>オーバーチュア株式会社はOSSILに対し、対象サービスもしくはOSSILの技術やシステムを利用することでオーバーチュア株式会社もしくはオーバーチュア株式会社が20%以上の議決権を有する関連会社に発生したグロス売上に、年次毎に定められたレートを乗じた金額を支払う。</p> <p>④ オーバーチュア株式会社の独占権</p> <p>OSSIL、ヤフー・インクまたはヤフー・インクの子会社が保有する検索・広告関連サービス等について、オーバーチュア株式会社は日本国内において独占的に提供する権利がある。</p> <p>⑤ 対象サービスについての排他義務</p> <p>オーバーチュア株式会社、当社および当社が50%超の議決権を有する当社の子会社は、対象サービスと同種のサービスについて、OSSIL以外が提供するものを提供してはならない。なお、契約上定められたサービスレベルに対する重大な違反などによりOSSILの提供するサービスのパフォーマンスが上がらず、オーバーチュア株式会社のビジネスに深刻な影響を与える場合は、協議体を通じて解決する事となっている。また、契約時点で当社の保有している技術及びサービスについては当該義務の限りでない。</p>

③ その他の関連当事者に係るリスク

(イ) ソフトバンクBB株式会社との業務提携契約の変更等が行われた場合にはヤフーの事業に多大な影響を与える可能性があります

ヤフーは、ソフトバンク株式会社の子会社であるソフトバンクBB株式会社との間で、「Yahoo! BB」に関して以下の内容の契約を締結しています。「Yahoo! BB」に係わるビジネスはヤフーの重要な収益の柱の一つであるため、当該契約内容の変更等が行われた場合には、ヤフーの収益に多大な影響を与える可能性があります。

契約の名称	業務提携契約
契約締結日	平成19年3月31日(当初契約日平成13年6月20日)
契約期間	平成13年6月20日～(期限の定めなし)
契約相手先	ソフトバンクBB株式会社
主な内容	<p>① 当社とソフトバンクBB株式会社は共同して光回線技術ならびにDSL技術を利用したインターネット接続サービスを提供する。</p> <p>② 当社の主要な業務</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ Yahoo! BBサービスに関するプロモーションの実施 ・ Yahoo! BBサービスに関する申込受付業務 ・ Yahoo! BBポータルサイトの運営 ・ メールサービス、ホームページサービスの提供 ・ Yahoo! BBサービスにかかる料金の集金業務 <p>③ ソフトバンクBB株式会社の主要な業務</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 利用者と電話局間の光回線ならびにADSLサービス、電話局ビル間のネットワークの設置およびインターネット網への接続サービスの提供 ・ 利用者に対する問い合わせ対応、テクニカルサポート ・ ISP料金のうち1回線あたり以下の金額を当社が提供するサービスの対価とする。 <ul style="list-style-type: none"> - 平成17年3月31日までに申し込みをした利用者について、毎月100円 - 平成17年4月1日から平成19年3月31日までに申し込みをした利用者について、申し込みをした月を1ヶ月目として36ヶ月目までの間は毎月200円、37ヶ月目以降は毎月100円 - 平成19年4月1日以降申し込みをした利用者について、毎月100円

契約の名称	インセンティブ契約
契約締結日	平成17年10月7日
契約期間	平成16年10月1日から1年間(1年ごとに自動更新)
契約相手先	ソフトバンクBB株式会社
主な内容	<p>インセンティブフィー</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 新規獲得インセンティブ <ul style="list-style-type: none"> Yahoo! BB基本サービス 1申込につき、15,000円程度 Yahoo! BB+無線LANパック 1申込につき、20,000円程度 ・ 継続インセンティブ <ul style="list-style-type: none"> Yahoo! BB基本サービス 利用継続1会員あたり、月200円程度 Yahoo! BB+無線LANパック 利用継続1会員あたり、月250円程度

(ロ) 「Yahoo! BB」サービスはソフトバンクBB株式会社へ依存しているため、ヤフーはソフトバンクBB株式会社のサービス品質の影響を受ける可能性があります

「Yahoo! BB」においては、ソフトバンクBB株式会社が業務を担当する部分が、間接的にヤフーの業績に大きく影響する可能性があります。ソフトバンクBB株式会社による工事期間が遅延することにより、申込者へのサービスが提供できず、結果として売上の計上が遅れたりキャンセルにより売上機会を逸失する可能性があります。また、インフラ構築の失敗やサービス品質の問題により不具合があった場合に、一度獲得した会員が短期にサービスを解約してしまいヤフーの収益に影響を与える可能性があります。

VI 財務・投融資に係わるリスク

① 資金調達・金利変動に係わるリスク

(イ) 「Yahoo!かんたん決済」においては、立替金を回収するまでの間、資金調達を行う可能性があります

「Yahoo!かんたん決済」は、「Yahoo!オークション」における商品売買取引後の当事者間での決済を、出品者(販売者)および落札者(購入者)の委託に基づき、子会社である株式会社ネットラストが代行して行うものです。

当サービスにおいては、落札者がクレジットカードないしインターネットバンキングでの支払を行った翌営業日～3営業日後に株式会社ネットラストから出品者へ立替払いを実施するため、カード会社を束ねる取りまとめ金融機関との精算により当該立替分を回収するまでの間の資金調達が必要となる可能性があります。現在、取りまとめ金融機関からの精算サイクルの短期化による立替資金の縮小化、調達方法の多様化について検討を進めていますが、サービスの拡大ペースが現在想定しているペースを大幅に上回る場合、必要資金を適切なコストで調達できない可能性があります。また、立替総額が相応の規模となった場合、金利上昇に伴う金融機関等への支払利息額の増加が発生し、ヤフーの事業および経営成績に重大な影響を及ぼす可能性があります。

(ロ) 「Yahoo! JAPANカード」においては、立替金を回収するまでの間、資金調達を行っています

「Yahoo! JAPANカード」は、ヤフーがクレジットカードの発行主体となるサービスで、クレジットカード申込者に対し信用供与を行うものです。クレジットカード会員がカード決済した代金について、クレジットカード加盟店に対し立替払いを行います。クレジットカード会員からの資金回収が月1回であるのに対し、クレジットカード加盟店に対しては月3回程程度の立替払いを行うため、立替資金が必要になります。また事業拡大に伴い、調達方法の多様化等について検討を進めますが、立替払いに必要な資金を適切なコストで調達できない可能性があります。

② 出資に係わるリスク

(イ) ヤフーは他社に出資や融資を行う場合がありますが、それに見合ったリターンが得られない場合や、資金の回収が滞る可能性があります

ヤフーでは、事業上の結びつきを持って、もしくは将来的な提携を視野に入れて投資を執行しておりますが、これらの投資による出資金等が回収できなくなる可能性が高まっていくことも考えられます。

また、投資先のうちすでに株式公開をしており評価益が発生している企業がありますが、これらの評価益が減少したり、評価損が発生する可能性があります。

さらに、ヤフーでは、一般的な会計基準に即した社内ルールを適切に運営して保有有価証券の減損処理等必要な措置を適宜とることにより、投資先企業の事業成績がヤフーの業績に適切に反映されるよう最大限の注意を払っています。しかしながら、投資先企業の今後の業績の如何によっては、将来的にヤフーの損益に追加的な影響を及ぼす可能性もあります。

今後もヤフーでは、事業上のシナジー効果の追求や業容の拡大を目的として、第三者企業への資本参加、合弁事業への拠出、新会社設立等の形での新規投資の実行や、子会社・関連会社の資金ニーズに適切に対応するための融資の実行等が予想されます。その実施にあたっては、十分な事前審査と社内手続きを経て当該投融資に付帯するリスクを吟味の上で行ってまいります。これらの新規の投融資により当初計画していた水準の利益が獲得できなかったり、最悪の場合にはその回収が滞るなどして、将来的にヤフーの財務状況に影響を及ぼす可能性があります。

(ロ) ヤフーはソフトバンク株式会社のボーダフォン株式会社買収にあたり、BBモバイル株式会社宛に出資していますが、期待通りのリターンが得られない可能性があります

ソフトバンク株式会社が平成18年4月27日付にて子会社であるモバイルテック株式会社の子会社BBモバイル株式会社を通じボーダフォン株式会社(現ソフトバンクモバイル株式会社)を買収するにあたり、ヤフーは平成18年4月27日付にてBBモバイル株式会社宛に120,000百万円の出資(優先株式の引受および新株予約権の取得)を実施いたしました。この出資にあたっては、十分な事前審査と社内手続きを経て当該出資に付帯するリスクを吟味の上で行っております。

ヤフーにおけるモバイルインターネットサービスは、ソフトバンクモバイル以外の通信会社へのサービス提供を継続しながら、ソフトバンクモバイルのポータルサイトとしてより充実したサービスを提供していく方針です。ソフトバンクモバイルの利用者に対して、携帯電話を通じてより簡単にインターネット上の多様なサービスを利用できる環境を提供することを足がかりに、将来的には通信会社の専用サービスにとらわれないオープンなモバイルインターネットサービスの実現を目指しております。

しかしながら、ソフトバンク株式会社の携帯電話事業が当初計画していた水準の利益を獲得できなかったり、最悪の場合には出資金の回収が滞るなどして、将来的にヤフーの業績や財務状況

に影響を及ぼす可能性があります。

- (ハ) ヤフーは動画コンテンツサービスを強化するために、TVバンク株式会社を共同出資にて運営していますが、期待通りのリターンが得られない可能性があります

ヤフーとソフトバンク株式会社は、ソフトバンク・グループとしての動画コンテンツサービス事業を強化するため、TVバンク株式会社を共同出資にて設立し事業運営を開始しております。TVバンク株式会社に動画コンテンツサービス事業に関わる人材とノウハウを集約するとともに、動画コンテンツの調達、動画配信および動画検索システムの開発・運用、サービス画面の制作・運用等を行っています。これにより、コンテンツパートナーや広告会社の協力を得ながら、「Yahoo! 動画」をはじめとする動画コンテンツサービスを次世代の主力事業の一つとして発展させていく所存です。

しかしながら、コンテンツの調達が期待通りに確保できなかつたり、その確保に想定以上の費用がかかつたりした場合や、動画配信等の構築に予想以上の期間がかつた場合、ヤフーの業績に重大な影響を与える可能性があります。

Ⅶ 他社およびパートナーとの関係に係わるリスク

① 業務提携・契約に係わるリスク

- (イ) ヤフーはパートナーシップの構築を推進していますが、パートナーシップに関してはいくつかのリスクが存在します

ヤフーでは他のサイトとパートナーシップを組むことでヤフー以外のサイトの利用者との接点を増やし、パートナーサイトを含めたネットワーク全体としての利用度を拡大するために、法人および個人のインターネットメディアとのパートナーシップ(提携)の構築を積極的に進めております。

広告においては他のインターネットサイトとの広告掲載スペースの提携により、「アド・ネットワーク」や「アドパートナー」等の広告ネットワークの拡大に努めています。ネットワーク化することで、リーチの少ない他のインターネットサイトの媒体価値を高めることができ、また広告主にとっても、広告ネットワーク全体を通じて、自社のターゲットとなる顧客層により広くアプローチすることが可能となります。検索においてはオーバチュア株式会社の提供する検索連動広告サービスを、ヤフーのみならず他の提携パートナーサイトとも共同で広告主に対し提供し、高い実績を上げるとともに、圧倒的なシェアを獲得しています。オークションにおいてはeBay Inc. と相互の市場進出支援および誘導の強化などで合意しました。そのほかにも、オンライン決済代行サービス「Yahoo! ウォレット」など各種サービスのパートナーサイトへの提供をはじめております。これらのパートナーシップ構築を進めることで、パートナーサイトの利便性や安全性、効率性、集客、収益を向上させ、利用者の求める多様なインターネットサービスを、ヤフー並びにパートナー全体で提供することを目指しております。

これらを推進するにあたり、次のようなリスクが存在すると考えられます。

パートナーシップ構築においては双方ともにメリットのある関係となることを目指し各種取り決めをしておりますが、パートナーの売上およびトラフィックが期待値に満たない、もしくは他社との競合の結果、パートナーシップの構築が遅滞する可能性や、パートナー獲得における費用の増加を余儀なくされる可能性、また、パートナーシップ契約を解除される可能性があり、ヤフーの業績に影響を及ぼす場合があります。

パートナーへのサービスは、ヤフーないしはヤフーの関連会社、提携会社のシステムにより提供しております。これらシステムの障害などによりパートナーが損害を被った場合、ヤフーのブランドイメージが低下したり、損害賠償を求められる可能性があり、ヤフーの業績に影響を及ぼす場合があります。

パートナーのサービスの品質や評判が、ヤフーの評判や信用に影響し、ヤフーのブランドイメージに影響を及ぼす可能性があります。

「アドパートナー」は、主に個人のホームページやブログにディスプレイ広告や、コンテンツ連動のテキスト広告などを配信するサービスです。当サービスにおいては、審査を通過したパートナーサイトのみをネットワーク化することにより、広告主に対してはブランドイメージと広告効果の向上を、サイトオーナーに対しては高水準の報酬を目指しております。しかしながら、広告主が期待する広告効果等を得られない、または、サイトオーナーが期待する報酬を得られない場合には、広告出稿の獲得やパートナーサイトの登録が期待通りに進まず、ヤフーの業績に影響を及ぼす可能性があります。

- (ロ) 検索連動広告におけるパートナーが、ヤフーとのパートナーシップを解消するなどした場合、ヤフーの収益に多大な影響がでる可能性があります

オーバーチュア株式会社の提供する検索連動広告は、ヤフーだけでなく国内の各ポータルサイトなどパートナー各社とも提携を行っており、同広告市場の中でナンバーワンのシェアを誇っております。ヤフーとしては引き続き提携パートナーの拡充や、新しいサービスの創出に努力をしていく所存ですが、これらのパートナーとの提携の解消などがあった場合、ヤフーの収益に多大な影響を及ぼす可能性があります。

- (ハ) ヤフーは多数のコンテンツを外部の他社から調達しており、コンテンツの調達に支障がでる場合があります

ヤフーは、時事ニュース、気象情報、株価等の情報サービスや、映像、音楽等のコンテンツをインターネット利用者に提供しています。今後も、利用者が有用と考えるような良質の情報やコンテンツを継続的に確保していく所存ですが、予定通り情報やコンテンツが集まらなかったり、その確保に想定以上の費用がかかったりした場合、インターネット利用者によるヤフーのサービスの利用度が低下し、期待通りの収益を上げられない可能性があります。

② 取引先の信用に係わるリスク

- (イ) 取引先の与信状況に応じた取引をしていますが、売上債権等の回収に支障をきたす場合があります

ヤフーでは、広告商品その他の販売にあたっては、社内規程に則って販売先の与信状況等を十分に吟味し、取引金額の上限を定めたり、前払い決済とするなどの対策や、販売代理店を経由したりクレジットカード等の決済方法をとることにより、売上債権の回収に支障をきたさないよう十分な注意を払っています。しかしながら、景気の変動などによる取引先の経営状況の悪化等の影響により、今後売上債権の回収が滞ったり、回収不能が発生する可能性が高まっていくことも考えられます。

- (ロ) 「Yahoo! JAPANカード」において、個人会員からの立替金が回収できない場合があります

「Yahoo! JAPANカード」においては、個人会員の与信判断の厳格化や利用状況のモニタリング等により貸倒れの発生を抑制しておりますが、クレジットカード会員の信用状況の悪化に伴う貸倒れ等により、立替金が回収できない可能性があります。

③ 他社との関係に係わるリスク

- (イ) ヤフーの各事業は特定の販売先や仕入先に依存している場合があります

ヤフーでは、各事業において特定の販売先等に依存している場合があります。

広告売上においては、広告会社を用いた営業活動を行っている関係上、特定の広告代理店やメディアレップからの売上の割合が高くなっています。また、その他広告以外の事業においても、販売先等の中には取引規模の大きな特定の事業会社もあり、これらとの取引がヤフーの売上に占める割合も高くなってきています。

これらの販売先等との取引関係や売上に変動があった場合や、相手先の経営状況の悪化やシステム不良等のトラブルが起こった場合には、ヤフーの業績やサービスの継続自体に影響を与える可能性があります。

- (ロ) ヤフーのサービスは、ヤフーと利用者間のインターネット接続環境を提供しているプロバイダ等に依存しています

ヤフーのサービスのほとんどがインターネット上で提供されているため、ヤフーの事業はサーバー等の自社設備や第三者が所有し運営する通信設備等のインターネット接続環境が良好に稼動することに依存する面があります。

何らかの事由により接続環境が悪化し、利用者が快適にインターネットを利用できなくなった場合には、インターネット利用者によるヤフーのサービスの利用度が低下し、ひいてはヤフーの業績に影響を及ぼす可能性があります。

- (ハ) ヤフーのサーバー等の設備はハードウェアの供給会社に依存しています

ヤフーはサービスを供給するために必要なサーバーや他の機器に関し、その速やかな供給、インストールおよびサービスをハードウェアの供給会社に依存しています。これら第三者からの供給が失敗あるいは遅延した場合には、利用者との関係、ブランドイメージおよび事業に影響を及ぼす可能性があります。

- (ニ) 他社との共同出資による合弁事業は、将来的にこれら他社との間で提携関係に支障をきたす場合があります

子会社・関連会社のいくつかについては、第三者との間で合弁事業として設立・運営しているものがあり、これらの会社においては、特に販売・仕入・物流・システム面において、その業務

運営を合弁パートナーである当該第三者に大きく依存しています。現時点においては、各合弁パートナーとの関係は良好であり、パートナーとの協力関係は各社の業務運営上極めて効果的に機能していますが、将来的にこれらパートナーとの間で何らかの理由により協業・提携関係に支障をきたすような事態が発生した場合、各社の業績に影響を与える可能性があり、最悪の場合、会社によってはその事業運営の継続が不可能になる可能性があります。

(ホ) サービスの開発や運営を特定の他社に依存している場合があります

ヤフーのサービスのいくつかにおいては、その運営に不可欠なシステムの開発・運営を特定の第三者に委託している例、もしくはサービスの運営にあたって第三者との連携が前提となっている例があります。これらの第三者の選定に関しましては、過去の業績等から判断して相応水準の技術力・運営力を有していることをその選定基準としており、またヤフーの関連各部署との連携を密にする等により、ヤフーのサービス運営に支障をきたさないよう常に注意を払っています。しかしながら、管理不能な当該委託先の事情によりシステムの開発に遅延が発生したり、運営に支障をきたす事態となったり、連携先のシステムの停止等が発生する可能性は否定できません。その場合には販売機会の亡失、システム競争力の低下等によりヤフーの業績に影響を及ぼす可能性があり、最悪の場合にはサービス運営そのものの継続ができなくなる可能性もあります。また、商品の配送関連サービスやコンビニエンスストアを通じたサービスの提供など、第三者が顧客との接点を担っている場合があります、それらのサービスにおける不手際により、ヤフーのブランドイメージの低下に繋がる可能性があります。

(ヘ) ヤフーのサービスは他社製のプラグインソフトウェア等に依存している場合があります

ヤフーのサービスにおいては、広告表示や動画表示などにおいて豊かな表現を可能とする為に、他社が開発し無料で配布している機能拡張ソフトウェア(=プラグイン)に依存しています。一般的にこれらの機能拡張ソフトウェアは、初期状態でインストールされており使用可能な状態、ないしは自動的にインストールを誘導される状態となっておりますが、サービスの利用者がこれらの機能拡張ソフトウェアを削除、もしくは使用不可状態に設定をしたり、または、機能拡張ソフトウェア配布元企業がこれらのソフトウェアを有料化ないしは、使用不可とする可能性があり、その場合、表現力が低下したり機能などに制限が出る可能性があり、またはサービスによってはサービスの提供自体が不可能になる可能性があります。

また、近年、広告の表示を阻止するような機能を有する機能拡張ソフトウェアも存在し、それを利用者が使用することにより、ディスプレイ広告や検索結果などに対する広告の表示が制限される可能性があります。

これらの状況によっては、ヤフーの広告ビジネスおよびサービスに多大な影響を及ぼす可能性があります。

(ト) その他にも外部の他社等へ依存しているサービス等があります

ヤフーでは、上記に限らず、外部の第三者に業務を委託したり、また第三者からの情報や役務の提供に依存して、サービスを運営する面が多々あります。これら第三者の経営状況が悪化する等の理由により、ヤフーの事業運営上支障が生じ、結果として業績に影響を与える可能性があります。

VIII 情報セキュリティに係わるリスク

① 情報セキュリティ全般に係わるリスク

(イ) 情報セキュリティに対する各種取り組みを行っていますが、万一、情報漏洩・不正侵入・コンピューターウイルス被害等が発生した場合、ヤフーの信用が失墜する可能性があります

インターネットの普及により、様々な情報が容易に広まりやすい社会になってきています。このような技術の発展はインターネット利用者の裾野を広げ利便性が増した反面、個人情報をはじめとした情報セキュリティ管理の重要性が社会的課題として示唆される形となりました。ヤフーでも様々なサービスを提供していく上で、より一層慎重な対応が求められています。

このような環境認識のもと、ヤフーではこれまでも情報セキュリティ対策を積極的に行ってきました。現在では、最高セキュリティ責任者(CSO)、ならびに「情報セキュリティ本部」を設置し、これらに広範な権限を集中させることにより、個人情報その他の重要な経営情報の保護のために全社規模で必要となる施策を迅速かつ効果的に行えるようにしております。また、社長自らが「情報セキュリティ宣言」を行い、ヤフー全体で情報セキュリティに取り組むことを表明いたしました。それに基づき「情報セキュリティ基本規程」などの社内規程を整備し、個人情報等の取扱ルールを明確化するとともに、これらを推進する機関として各部門から選出されたセキュリティ委員で構成される「情報セキュリティ委員会」を設置し、情報管理体制を構築しております。また、これら一連のセキュリティ対策の一環として、個人情報については、お客様の住所情報な

どを取得する際の暗号化(SSL)対策を行うとともに、蓄積されたデータへのアクセス制限を徹底し、平成16年8月には、情報セキュリティマネジメントシステム(Information Security Management System:以下ISMS)の認証を取得しました。平成19年11月にはデータベースの情報漏えい監視システムの技術開発において、国内初となるISO15408の認証を取得しました。これらによりグローバルスタンダードな第三者視点を取り入れ、社会的責任を果たすべく情報セキュリティ対策を継続的に強化していきます。

しかしながら、これらの施策によっても情報セキュリティが完全に機能する保証はなく、万一情報漏洩等の諸問題が発生した場合、業績に影響を与えるだけでなく、ヤフーの信用失墜につながる可能性があります。

② 個人情報に係わるリスク

(イ) 利用者本人を識別することができる個人情報が流出する可能性があり、その場合、ヤフーの信用が失墜したり法的紛争に発展する可能性があります

ヤフーでは、様々なサービスやEC(eコマース)領域への事業展開を通じ、利用者本人を識別することができる個人情報を保有しています。

これらの情報の管理については、利用者一人ひとりのプライバシー、個人情報の保護について最大限の注意を払い、各サービスのセキュリティについても留意しています。同時に、ヤフーサイト内に「Yahoo!セキュリティセンター」を開設し、個人情報の不正取得事例等を公開したり、効果的なセキュリティ対策などを掲載することで、利用者への注意を喚起しています。また、社内における情報アクセス権などの運用面についても、特定の担当者による管理を行い、慎重を期しています。

しかしながら、これらの情報がヤフー関係者や業務提携・委託先などの故意または過失、ソフトウェアの不具合や、コンピューターウイルス等の悪意あるソフトウェアによって外部に流出したり、悪用されたりする可能性があります。ファイル交換ソフト「ウィニー(Winny)」等の利用者のパソコンがウイルス感染することにより、パソコンに保管された個人情報などが流出したり、第三者によるパスワードハッキング等による不正アクセスや「なりすまし」、「フィッシング(Phishing)」(注1)等の行為が発生し、利用者の個人情報が不正に取得されたり利用者に損害が発生する可能性もあります。ヤフーでは「フィッシング」の被害を防止するために、平成19年3月より、利用者がIDやパスワードを入力するログイン画面に「ログインシール」(注2)を設置、平成19年12月より「Yahoo!メール」に、送信元アドレスを偽装した「なりすましメール」を受信拒否する機能(注3)を追加、平成20年6月にはフィッシングを抜本的に防止する「フィッシング防止ブラウザ」(注4)の公開テストを開始しました。また、他のサイトにおけるIDやパスワード等の保管や管理を不要とし、情報のセキュリティを向上するために「OpenID」(注5)の発行及び認証局サービスを平成20年1月より提供しました。前述のように悪意ある利用者等からの被害を無くすよう引き続き対策を進めていく所存ですが、これらの対策が万全であるという保証はなく、このようなことが起こった場合、ヤフーのサービスが何らかの影響を受けたり、ブランドイメージが低下したり、法的紛争に発展する可能性があります。

ヤフーとしては、法的義務の有無に関わらず、提携先などに対するセキュリティ対策の管理・監督についても、必要に応じて強化していく方針です。現在ヤフーは、経済産業省、総務省、警察庁がそれぞれ主催するフィッシング・メール対策に関する会議に参加し、関連省庁ならびに業界団体等と情報を共有し、効果的な対応策等についての検討を行っています。

また、平成17年4月から「個人情報の保護に関する法律」(個人情報保護法)が施行され、関連省庁がそれぞれ所管する事業に関する同法のガイドラインを公表していますが、ヤフーでの個人情報の取扱方法は、当該法律およびヤフーの事業に関連する各ガイドラインの規程に則った内容となっております。

(注1) 「フィッシング(Phishing)」について

金融機関や企業からのメールを装い、メールの受信者に偽のホームページにアクセスするように仕向け、そのページにおいて個人情報(クレジットカード番号、ID、パスワード等)を入力させるなどして、不正に情報を入手する行為です。

(注2) 「ログインシール」について

「ログインシール」とは、Yahoo! JAPANのログイン画面において目印となる画像や文字列のことです。お気に入りの写真やキーワードを「ログインシール」として設定することで、自分が使うパソコン(ブラウザ)専用のログイン画面を無料で簡単に作れます。Yahoo! JAPANにログインするときに、「ログインシール」を確認する習慣をつけることで、そのシールが表示されない場合に偽ログイン画面(フィッシングサイト)である可能性に気付きやすくなります。

(注3) 「なりすましメール」の受信拒否について

迷惑メールのなかには送信メールアドレスを実在するほかの人物や企業に偽装して送られてくる「なりすましメール」が多く含まれます。なりすましの判定には送信ドメイン認証技術(「DomainKeys」、「SPF」)を用い、なりすましメールと判定されたメールを受信拒否することができます。「Yahoo!メール」では、平成17年7月より「DomainKeys(ドメインキーズ)」を、平成18年12月より「SPF」を導入しており、送信元をなりすました迷惑メールに「Yahoo!メール」が悪用されることを防止する対策を行ってきました。今回、受信サーバー側でも対応することで、「yahoo.co.jp」になりすましたメールや「DomainKeys」、「SPF」を導入しているプロバイダのメールになりすましたメールを受信拒否できます。なお、「SPF」は大手プロバイダや携帯電話会社各社などで数多く導入されています。

(注4) 「フィッシング防止ブラウザ」について

アクセス認証専用のパスワード入力欄をブラウザのアドレスバー領域に備えたブラウザです。入力したパスワードは、暗号プロトコルによって認証サーバーに用いられ、直接サーバーに送信されることがないため、誤って偽サイトでパスワードを入力してしまっても、パスワードを盗まれることはありません。

(注5) 「OpenID」について

OpenIDとは、複数のサイトを共通のIDで利用可能にするための認証の仕組みです。仕様はOpenID Foundation(<http://openid.net/>)により一般に公開されており、OpenIDの発行、OpenIDに対応したサービスの開発・提供は誰でも自由に行えます。Yahoo! JAPANでは、現在公開されている最新の仕様であるOpenID 2.0に準拠してOpenIDを発行します。

OpenIDに対応したサイトであれば、サービスごとの新規アカウント作成やそれぞれ異なるID・パスワードの管理をせずに、様々なサービスをYahoo! JAPAN IDで利用できます。また、「ログインシール」や「ログイン履歴」など、Yahoo! JAPANが提供する認証に関するセキュリティ機能がそのまま利用できます。開発者は、サイトをOpenIDに対応させるだけで、Yahoo! JAPANのアクティブユーザーに向けて、独自の認証システムを必要とせず、利用者に新たなアカウント作成も要求しないサービスを開発・提供できるようになります。

(ロ) 個人情報「Yahoo!ショッピング」、「Yahoo!オークション」の出店店舗や業務委託先から漏洩する可能性があります

ヤフーがサービス等を通じて取得する個人情報の管理については、基本的にヤフーで保有し、可能な限り万全の体制をとるように努めていますが、一部専門分野における業務提携先や、「Yahoo!ショッピング」、「Yahoo!オークション」の店舗との関係においては、提携先や店舗の個人情報の管理体制に左右されることがあります。

「Yahoo! JAPANカード」においては、業務の大部分を業務提携先へ委託することで、個人情報管理等の専門的ノウハウの活用と費用の変動費化を最大限に進めていく所存です。業務提携先の選定には細心の注意を払っておりますが、業務提携先から個人情報が漏洩した場合には、ヤフーが損害賠償を求められる可能性があります。

「Yahoo!証券窓口」(金融商品仲介)においては、口座申込書に記載された個人情報ならびに日々蓄積される取引情報などは、業務委託先である金融商品取引業者が取得または収集しますが、その情報の一部を個人情報保護法の趣旨に沿った方法で、ヤフーが受け取ることになっています。同データの授受および管理については細心の注意を払っておりますが、ヤフーまたは所属金融商品取引業者から個人情報が漏洩した場合には、ヤフーに対して損害賠償を求められる可能性があります。

「Yahoo!オークション」の匿名配送サービスは、配送業務の委託先において適切に匿名処理を行うことにより実現しておりますが、匿名処理が適切に行われなかった場合、出品者ないしは落札者の匿名性が失われる可能性があります。その場合、ヤフーに対して損害賠償を求められたり、ヤフーのブランドイメージが低下することにより、ヤフーの業績に影響を及ぼす可能性があります。

「Yahoo!ショッピング」、「Yahoo!オークション」におけるクレジットカード決済は、クレジットカード会社と独自契約を持つ店舗では、クレジットカード情報の閲覧が可能となっていました。今後は店舗側でクレジットカード番号に接触する必要をなくし、店舗が独自にクレジットカード会社に認証する手間を省略するサービスの提供や、店舗管理ツールへのログイン認証強化、顧客情報を含む注文情報のダウンロード制限、ならびに出店店舗との情報セキュリティ意識の共有化等を図り、店舗からの個人情報漏洩を回避していく所存です。しかしながら、これらの諸施策の実施にもかかわらず、情報漏洩等の諸問題が発生する可能性があり、ヤフーの責任の有無にかかわらず、信用失墜につながる可能性があります。

③ 通信の秘密に係わるリスク

(イ) 通信の秘密に該当する情報が流出する可能性があり、その場合ヤフーのブランドイメージの低下や法的紛争に発展する可能性があります

ヤフーは、電子メールやインスタントメッセージ等のサービスを電気通信事業者として利用者に提供しております。これらのサービスにおいては、通信内容や通信記録等の通信の秘密に該当する情報を取り扱っており、これらの取り扱いにおいては電気通信事業法に則り、情報セキュリティに対する取り組みのもと、適切な取り扱いを行っております。

しかしながら、これらの情報がソフトウェアの不具合や、コンピューターウイルス等の影響、通信設備等への物理的な侵入、ヤフーの関係者や業務提携・委託先などの故意または過失、等によって外部に流出したり悪用されたりする可能性があります。その場合、ヤフーのブランドイメージが低下したり、法的紛争に発展する可能性があり、業績に影響を及ぼす場合があります。

④ ネットワークセキュリティに係わるリスク

(イ) インターネット回線を経由した攻撃や不正侵入が発生する可能性があり、ヤフーのサービスに影響がでる可能性があります

ヤフーでは、社外・社内を問わずネットワークに対し適切なセキュリティを施していますが、コンピュータウイルス等の侵入やハッカー等による妨害の可能性が全くないわけではなく、ヤフーはこれらの事態による損失を填補するような保険にも加入していません。特に最近、特定のサイトやネットワークを標的として大量のデータを短時間に送信するなどの方法により、当該サイト・ネットワークの機能を麻痺させることを目的とするような事件が数度発生しており、ヤフーとしてはこれらの攻撃に対して有効なセキュリティプログラム等の導入や監視体制の強化により対応していますが、すべての攻撃を回避できるとの保証はなく、これらの妨害行為によりヤフーの事業、業績および財政状態が重大な影響を被る可能性があります。

⑤ 不正利用に係わるリスク

(イ) 決済関連のサービスにおいて、悪意ある利用者の不正利用により損害が発生する可能性があります

「Yahoo!ウォレット」、「Yahoo!かんたん決済」などのサービスの運営にあたり、ヤフーでは、クレジットカードの不正使用やオンライン上での個人情報漏洩等の諸問題に対しては、可能な限り万全の体制をとるよう努めていますが、これによりすべての不正行為が回避できるとの保証はなく、悪意ある利用者により不正に当該サービスが利用されたことによりヤフーに損害賠償が求められたり、結果として「Yahoo!かんたん決済」における立替金の回収に支障をきたす等の理由により、ヤフーの事業および経営成績に重大な影響を及ぼす可能性があります。またこれらの問題がヤフーの他のサービスに影響を与える可能性も否定できません。

一方、「Yahoo! JAPANカード」によるクレジットカードの自社発行を開始しましたが、クレジットカードの偽造や盗難等の不正利用について一定のリスクは見込んでいるものの、想定以上の不正利用が発生した場合には、予測を超える損害が発生する可能性があります。また、不正利用の抑制のための手段として生体認証等のセキュリティ対策が求められ、想定以上の費用が発生する可能性があります。

⑥ 行動履歴情報に係わるリスク

(イ) 利用者の興味関心に応じた広告を配信する行動ターゲティング広告は、行動履歴情報の活用に制限が生じた場合、サービス内容に影響を与える可能性があります

利用者の行動履歴情報を活用した「行動ターゲティング広告」は、広告したい商品やサービスに興味・関心をもつグループのみに対して、閲覧中のページ内のコンテンツとは無関係に広告を配信することにより、広告主・利用者・インターネットメディア全てにとって効果的な広告を目指す広告商品です。最近では、行動履歴情報に加え広告主が出稿している広告のクリック履歴、広告主サイトの訪問履歴、属性（年齢、性別）、エリア情報との掛け合わせにより、さらにきめ細かにターゲティングすることが可能となっております。

ヤフーにおける行動履歴情報の収集や活用においては、利用者のプライバシー保護を重視しております。「行動ターゲティング広告」においては、利用者（厳密にはその利用者が使用するブラウザ）がYahoo! JAPANのどのようなサービスを開覧したか、「Yahoo!検索」においてどんなキーワードで検索したかという行動履歴情報を活用し、興味・関心の近い利用者（ブラウザ）をグループ化するためだけに使用しており、特定の利用者の興味・関心を分析してはなりません。また、ヤフーは提携先企業のサイト内における行動履歴情報を取得することがあります。その際にはその提携先企業に対して、その企業のプライバシーの考え方のなかで、行動履歴情報を取得する為にウェブビーコンを使用することを開示することと共に、利用者からウェブビーコンによる行動履歴情報の取得をYahoo! JAPAN上での設定により停止することができるようにしてお

ります。

このようにヤフーでは利用者のプライバシーを保護する為の現在考えうる十分な施策を講じていますが、行動履歴情報活用に対しての利用者からの反対などが起こる可能性は皆無ではなく、その際にはヤフーのブランドイメージが低下したり、「行動ターゲティング広告」商品を販売できなくなる等により、ヤフーの業績に影響を及ぼす可能性があります。

IX コーポレートガバナンスに係わるリスク

① コーポレートガバナンスに係わる体制について

(イ) 内部統制の為に体制が有効に機能せず、業務運営への影響や、運営費用が増大する可能性があります

ヤフーでは、業務上の人為的ミスやその再発、内部関係者の不正行為等による不具合の発生などが起きることのないよう、より一層厳格な内部管理・運用の基準を作成し行動に移すなどの対策をとっています。また、平成18年4月からヤフーにおける業務の有効性や効率性、財務報告の信頼性を高め法令順守を徹底し、適法かつ適正なコーポレートガバナンスをより一層強化するために、社長直属の独立した組織である内部統制室を設置しました。しかしながら、将来的に業務運営、管理体制上の問題が発生する可能性は皆無ではありません。また、内部統制を充実させるために各事業部門の業務工数が増大し、ヤフーの収益に影響が出る可能性があります。