



2000年7月14日

各 位

本店所在地 東京都港区北青山 3-6-7  
社 名 ヤ フ ー 株 式 会 社  
代 表 者 代表取締役社長 井上雅博  
(コード番号 4689)

## 2000年度第1四半期の事業概況のお知らせ

### **第1四半期の業績の概況**

#### はじめに

日本のインターネット利用者は、株式会社日本リサーチセンターが発表した視聴率調査によると2000年6月には約1,900万人に達し、そのうちのWebユーザーも約1,700万人に増加したのと思われます。また、郵政省が発表した通信白書によるとインターネットの世帯普及率は1995年の商業利用開始以来わずか4年間で11%に達し、1999年には19.1%に達したとのこと。日本のインターネット広告市場は株式会社電通によると、1999年(1月-12月)において241億円と対前年比111.4%増となり、当初予想されていた198億円を大幅に上回りました。また2000年についても前年比53.1%増の369億円を予想しており、2004年には1,000億円、2007年には現在のラジオ広告市場並みの2,000億円の規模になると見えています。

米国でも、1999年(1月-12月)のインターネット広告市場は46億2,000万ドルと対前年比140.6%増となり、全広告市場の2%を超えた模様です。また、2000年には85億ドルと全広告市場の3.7%を占める見通しです。(IAB調べ)

こうしたインターネット広告はインターネットユーザーの急増により媒体価値が高まり、新しい広告媒体として急速に注目されており、その拡大スピードをますます早めるものと思われます。また、インターネットを利用したショッピング等もインターネットユーザーの増加とともに徐々に広がりを見せ、日本のエレクトロニックコマース(EC)市場も本格的な立ち上がりを見せています。

このような環境のもと、当社の当四半期における業績の概要は次のとおりです。

## <サービスの状況>

当四半期において、一日当たりのページビューが初めて9,500万ページビューを突破し、6月の月間ページビューも26億5,082万ページビューに達しました。前四半期末3月との比較では5億2,521万ページビュー増加(24.7%増)し、前年同月との比較では19億1,342万ページビュー増加(259.5%増)しました。なお、2000年7月6日に、一日当たりの最高ページビューが1億ページビューを突破しました。

6月の月間ページビューをサービス別に見ますと、検索サービスが28.0%、情報提供サービスが20.5%、コミュニティサービス(掲示板など)が32.4%、コマース関係サービスが19.1%となっており、検索サービスを除く情報提供サービスとコミュニティサービスおよびコマース関係サービスの合計は72.0%となりました。

当四半期における主なサービスの追加、拡充は次のとおりです。

情報提供サービスでは、当四半期において「Yahoo!トラベル」に「国内旅行情報」を追加しました。同サービスは株式会社日本交通公社、ヤフー株式会社、ソフトバンク・イーコマース株式会社による合弁会社「株式会社たびゲーター」との全面提携によるもので、3,000件以上の宿泊施設情報と、オンライン上で予約、申し込みができる各種の宿泊プラン情報、さらに全国のスポットを網羅した観光情報で構成されています。「国内旅行情報」による各種旅行商品の取扱高も順調に増加しています。

6月に提供を開始した「Yahoo!コンピュータ」は従来の関連情報サービス「Yahoo!ダウンロード」を統合し、コンピュータ情報の総合サービスとして再スタートしました。ニュースや製品レビューといった最新情報から、用語辞典など初心者の方に活用していただけるメニューも充実しています。

「Yahoo!ファイナンス」では20分速報による「Nasdaq Japan 株価情報」を初日から銘柄別ニュース、銘柄別掲示板とともに提供しました。また、同コンテンツではアナリストによる銘柄ごとのレーティングや予想利益の情報が株価検索結果より参照できる「リサーチ情報」の追加を実施しています。同じく「Yahoo!ファイナンス」に新設した「自動車保険センター」においてはインズウェブとの提携により保険の見積もり機能をはじめ保険用語集などの参考情報を提供しました。

「Yahoo!学習情報」では、音声による「TOEIC デイリーミニテスト」の提供を開始しました。実際のTOEICと同様、1問1答形式で独習できる同サービスは、前四半期に合併したブロードキャスト・コムが有すインターネット上の音声・動画配信技術によるもので、常設サービスでは初の試みとなります。同コンテンツではこの他に資格情報を追加し、約300の資格情報をジャンル別、目的別に検索できるメニューを提供しました。

また、「Yahoo!ニュース」では地域カテゴリに朝日放送を追加し近畿全域の情報を拡充、また企業カテゴリに毎日新聞による新会社、人事機構、イベント等の情報を、同じく企業カテゴリにテクノパーンの記事を追加し、証券コードを介した「Yahoo!ファイナンス」株価検索機能との連携を強化しました。ランキング・カテゴリにはVIBEによる「ビデオ・オンエア・チャート」

を追加しました。また、「写真ニュース」で1週間のバックナンバー記事蓄積を実施し、情報の付加価値を高めるとともにページ・ビューの向上を図りました。

「Yahoo!スポーツ」では「プロ野球ライブ情報」ならびに「NBA ファイナル速報」を開始しました。前者はプロ野球速報に新設されたサービスで、コース、球種、打球方向や結果、ランナーの位置などを1球ごとに更新することでプロ野球ファンのニーズに応え、ページ・ビュー向上に大きく貢献しています。また、後者においてはリアルタイムによるスコア速報をはじめ関連ニュース、個人成績を提供しました。

「Yahoo!天気情報」においては郵便番号、都市名から天気を知りたい地域を直接検索できる機能を追加しました。また、「Yahoo!転職情報」では新たな情報提供パートナーを加え、これとともない掲載求人数は常時5,000件を上回っています。

「Yahoo!グルメ」では飲食店情報に割引等の各種特典が受けられるクーポン・サービスを追加しました。同サービスは東京を中心に約1,000件の契約店で利用でき、定期的に全国の飲食店クーポン情報が更新されます。

また、「Yahoo!占い」では「5月病を吹っ飛ばせ!チャームアップ占星術」特集を実施し、ページ・ビュー向上を図りました。

コマース・サービスでは、「Yahoo!ショッピング」においてコンピュータ・ショッピングを開始しました。同ショッピング・カテゴリでは複数のストアが提供する関連製品を、価格やサービスを比較したうえで購入することができる商品管理システムを初めて導入しました。また「Yahoo!ショッピング」では季節や歳時に合わせた小特集を積極的に展開し、販売促進を図りました。特に4月中旬から開催した母の日フェアでは取り扱い商品の中からお花、アクセサリ、健康器具等の母の日ギフトを選び同コーナーへの露出を図った結果、特集期間中の関連商品の注文数が1万2,000件を上回りました。

また、「Yahoo!ショッピング」には数多くのギフトを取りそろえた「伊勢丹」をはじめ、当四半期においても数多くの著名なストアに参加していただきました。厳選された食材の「Food's Mart」、サプリメント製品やスキンケア製品を扱う「ロート製薬」、エステティック商品の「シユウ ウエムラ ヘルス&ビューティ コンセプト サロン」、基礎化粧品と健康食品の「メルシャン」、米国のアウトドアブランド「CHUMS」、浴衣、下駄、和雑貨を扱う「きものやさん」、宝飾の「ジュエリーツツミ・オンラインショップ」、新刊、ベストセラーなど話題の本を提供する「イー・ショッピング・ブックス」、洋食器専門店の「創美」、プロ仕様の製菓材料と器具を扱う「ガリバーワールド」、食肉の総合ショッピングサイト「Beef - Net」、カー用品の「ペンタゴン」、お茶を一品ごとに焙煎してから販売する「e茶.com」、生活用品の「京セラ オンラインショッピング」、サングラスを中心とした「メガネトップ」、世界各国のワインを扱う「ニッカオンラインショップ」、高品質ゴルフクラブを中心とした「本間ゴルフ」、花束のほか観葉植物、ガーデニング資材も扱う「ハートフラワー」、デザイン・リングの販売をネット上で展開する「ジェイウェル」、アートジュエリーの「アナサジサンタフェ」、照明器具の専門店「てるくにでんき」などです。(「Yahoo!ショッピング」のテナント一覧はP11~P14をご参照ください)

同じくコマース・サービスの「Yahoo!オークション」においては各社各団体のご協力により、多くのチャリティー・オークションを開催し、その収益金を社会貢献の一環として、難病の子供たちの夢をかなえるボランティア団体メイク・ア・ウィッシュ オブ ジャパン等に全額寄付しました。また、住友不動産販売株式会社との提携で実施した「不動産オークション」は各方面で取り上げられ、話題を呼びました。

「Yahoo!オークション」は7月8日現在で出品点数が90万アイテムを突破していますが、オークション犯罪への対応措置として、当四半期において禁制品に対する監視のために8名のパトロールチームを結成し不適切な品目を削除する他、出品者の身元確認のためのフリーメールアドレス判別システムおよびエスクローサービスの導入などの検討をおこない、また警察から依頼があった場合には犯罪に関連した情報を提供するなど警察の捜査への協力をおこないました。

コミュニティ・サービスでは「Yahoo!ページャー」の機能を大幅に改善した新版「Yahoo!メッセンジャー」を公開しました。同アプリケーションは従来1対1のみに限定されていた通信機能を3人以上に拡張し、仲間による簡易チャット環境を実現した他、相手がネットワークにアクセスしていない状態でもメッセージが送信できるオフライン・メッセージ機能等を追加しました。コミュニティサービスは1998年7月27日のサービス開始以来2000年6月末で登録ID数が約400万となり、前四半期3月末との比較では103万増加(35%増)しました。このうち4週間に一度でも当社サービスを利用したアクティブユーザー数(ID)は約200万に達しました。また「Yahoo!ジオシティーズ」の市民数は2000年6月末で約60万人となりました。

なお、当四半期において、初めてパソコン以外の利用環境を対象とした情報提供サービス、iモード対応携帯電話向け「Yahoo!モバイル」を開始しました。新サービスではiモード向けのウェブ・サイトを9つの分野に大別し、カテゴリならびにキーワードによる検索機能を提供した他、パソコン側で設定した「Yahoo!ファイナンス」の「ポートフォリオ」や「ブックマーク」等、文字入力が煩雑な携帯電話の使い勝手を補完するYahoo! JAPANならではの機能のある機能を盛り込んでいます。

今年6月に株式会社日本リサーチセンターがおこなった日本におけるWebの視聴率調査によると、4週間に一度でも当社サービスにアクセスしたユーザーの比率は86.6%と2位のgooの51.7%を大きく引き離し、圧倒的NO.1の座を維持しています。

2000年6月末の日本のWebユーザー数1,700万人(同調査)とこの比率を掛け合わせると当社の1ヶ月(4週間)のユニーク・ユーザー数は約1,500万人と推定されます。

これらのことから、当社が進めている質の高い検索サービス、多種多様な情報提供サービス、コミュニティサービス等がユーザーから高く評価されているのに加え、コマースサービスを追加したことにより、当社がインターネットメディアカンパニーとしてより多くのユーザーから支持を受けていると考えられます。

## < 損益計算書項目 >

### 売上高

当四半期の売上高は 2,385 百万円と対前年同期比で 1,514 百万円増加（173.9%増）しました。売上高が大きく増加したのは、広告事業売上高が 2,228 百万円と対前年同期比で 1,503 百万円増加（207.4%増）したことが主な要因です。当四半期の売上高は 8 四半期連続過去最高の売上高となり、前四半期との比較では 426 百万円増加（21.8%増）しました。（詳細については「事業別活動報告」に記載しています。）

### 売上原価

当四半期の売上原価は 16 百万円と対前年同期比で 12 百万円減少（43.3%減）しました。減少の要因は「Yahoo! Internet Guide」誌の編集外注費を当社で計上しなくなったことによるものです。一方、広告掲載委託料は対前年同期比で 10 百万円増加（199.4%増）しましたが、これはグローバルセールスの増加にともない、米国 Yahoo! Inc.を通じて各国 Yahoo!への支払い額が増えたためです。前四半期との比較では 10 百万円増加（185.3%増）しました。

### 販売費および一般管理費

当四半期の販売費および一般管理費は 1,502 百万円と対前年同期比で 987 百万円増加（191.9%増）しました。前四半期との比較では 287 百万円増加（23.7%増）しました。販売費および一般管理費の内訳は次のとおりです。

**人件費**は、当四半期において 434 百万円と対前年同期比で 215 百万円増加（98.5%増）しました。これは、事業拡大に伴い当四半期末従業員数が 248 人と前年同期末と比べて 144 人増加（138.5%増）したためです。当四半期の期中平均従業員数は 230.3 人となり、前四半期との比較では 63.6 人増加（38.2%増）し、人件費は 32 百万円増加（8.1%増）しました。人件費が微増にとどまったのは、前四半期において一時的な賞与支出があったためです。

**広告宣伝費**は、当四半期において 292 百万円と対前年同期比 289 百万円増加（11,430.9%増）しました。これは今後のインターネットユーザーの増加を見据え、非インターネットユーザーに対する Yahoo! JAPAN の認知度の向上を図るため、テレビCM、ラジオ広告などを行ったことによるものです。前四半期との比較では 139 百万円増加（91.2%増）しました。

**情報提供料**は、各種情報提供サービスの拡充を図ったため、当四半期において 106 百万円と対前年同期比 48 百万円増加（83.5%増）しました。前四半期との比較では 21 百万円増加（24.8%増）しました。

**販売手数料**は、売上の増加に伴い当四半期において 137 百万円と対前年同期比 67 百万円増加（95.9%増）しました。前四半期との比較では 23 百万円減少（14.4%減）しました。前四半期との比較で減少したのは、当四半期より広告代理店の手数料体系の一部見直しをおこない、また広告代理店への直接営業による売上比率が上がったためです。

**減価償却費**は、サービスの拡充やページビューの伸びに対応するためサーバー等設備を増強したこと、また人員の拡大にともなうオフィス基本設備の導入等により、当四半期においても 108 百万円と対前年同期比 79 百万円増加（281.4%増）しました。前四半期との比較では 20 百万円増加（23.8%増）しました。

**通信費**は、サービスの増強とユーザーのアクセス環境の向上を図るためネットワークの接続契約を増やしたこと、また前四半期においてジオシティーズ株式会社およびブロードキャスト・コム株式会社の合併にともない、3ヶ所に分散されたデータセンターを利用することとなったため、当四半期において 69 百万円と対前年同期比 49 百万円増加（248.4%増）しました。前四半期との比較では 11 百万円増加（19.7%増）しました。

**ロイヤルティ**（米国 Yahoo! Inc.への支払）は、売上の増加に伴い当四半期において 66 百万円と対前年同期比 43 百万円増加（190.0%増）しました。前四半期との比較では 12 百万円増加（23.8%増）しました。

**賃借料・水道光熱費**は、昨年 8 月の本社オフィスの移転、拡張に伴い、当四半期において 95 百万円と対前年同期比 85 百万円増加（818.9%増）しました。前四半期との比較では本社事務所の増床により 33 百万円増加（53.3%増）しました。

### **営業利益**

上記の結果、当四半期における営業利益は 866 百万円と対前年同期比 539 百万円増加（164.8%増）し、8 四半期連続過去最高となりました。前四半期との比較では 127 百万円増加（17.3%増）しました。

### **営業外損益**

当四半期における営業外損益は純額で 14 百万円の収益となりました。

### **経常利益**

当四半期における経常利益は 880 百万円と対前年同期比 557 百万円増加（172.8%増）し、8 四半期連続過去最高となりました。前四半期との比較では 159 百万円増加（22.2%増）しました。

## 税引後当期純利益

法人税等の税率を 43.5% (前年度実績は 43.2%) と仮定した場合、税引後当期純利益は 494 百万円、1 株当たり利益は 11,711 円 48 銭になります。

(当四半期平均発行済株式数 42,233.7 株で計算)

(ご参考)

## EBITDA

当四半期における EBITDA は 987 百万円と対前年同期比 636 百万円増加 (181.8%増) しました。前四半期と比較すると 181 百万円増加 (22.5%増) しました。

## <貸借対照表項目>

### (ご注意)

当社は保有有価証券の評価にあたって、当四半期から金融商品に係る会計基準(「金融商品に係る会計基準の設定に関する意見書」(企業会計審議会 平成 11 年 1 月 22 日))に従い時価評価を行っております。この結果、従来の方法によった場合と比較して、投資有価証券および資本合計はそれぞれ 16,400 百万円増加しています。(株式会社インターネット総合研究所の時価評価によるものです。)

また、当四半期においては、税効果会計について簡便法を用いているため、繰延税金資産・負債については計上額を変更しておりません。よって、時価会計導入による税効果会計の影響も考慮しておらず、保有する株式会社インターネット総合研究所の株式の時価評価に伴って本来繰延税金負債に含まれるべき金額(6,904 百万円)も資本勘定であるその他有価証券評価差額金に含まれて表示されております。

なお、退職給付に係る会計基準(「退職給付に係る会計基準の設定に関する意見書」(企業会計審議会 平成 10 年 6 月 16 日))を当期より適用する方針ですが、現時点で正確な金額の算定が完了していないため、当四半期ではその金額を計上していません。「会計基準変更時差異」については、より正確な金額の算定が可能な中間期より一括償却方式で計上する予定です。

当四半期末時点での総資産は 27,034 百万円と前四半期末比 16,558 百万円増加 (158.1%増) 負債合計は 2,043 百万円と前四半期末比 326 百万円減少 (13.8%減) 資本合計は 24,991 百万円と前四半期末比 16,884 百万円増加 (208.3%増) しました。

総資産増加の主な要因は売上の増加に伴う売掛金の増加、サーバー等設備の増強による有形固定資産の増加、投資有価証券の時価会計導入による増加などです。主な勘定科目を前四半期末と比較しますと、流動資産では、売掛金が 183 百万円 (11.9%増) 増加し、固定資産では建物付属設備および工具器具備品が 309 百万円 (27.7%増) 投資有価証券が 16,430 百万円 (1,446.7%増) 増加しました。

また流動負債では未払金が 164 百万円(21.9%増)増加し、未払法人税等が 335 百万円(46.7%減)、未払賞与が 58 百万円(39.7%減)、未払消費税が 47 百万円(48.1%減)それぞれ減少しました。

資本の部では、資本金が 1,345 百万円(86.4%増)増加、資本準備金が 1,338 百万円(26.1%減)減少、その他有価証券評価差額金が 16,400 百万円増加しました。

#### **<キャッシュ・フロー計算書項目>**

当四半期における営業活動からのキャッシュ・フローは、税引前当期純利益が 880 百万円増加したものの、通期分の法人税等 721 百万円を当四半期中に支払ったため、19 百万円の減少となりました。また投資活動からのキャッシュ・フローは設備増強のための固定資産の購入及びイー・ショッピング・リカー株式会社(2000年7月7日にイー・ショッピング・ワイン株式会社に商号変更)や株式会社たびゲーターへの出資等により 358 百万円減少しました。財務活動からのキャッシュ・フローは自己株式の売却等により 23 百万円増加しました。以上の結果、当四半期におけるキャッシュ・フローは 354 百万円の減少となりました。

#### **(おことわり)**

当社は現時点で、株式会社たびゲーターの株式を現時点で 48%保有していますが、当四半期においては、その会社の資産、売上高が極めて小さく、当企業集団の財政状態および営業成績への重要性が乏しいものとして、連結財務諸表は作成していません。



## **事業別活動報告**

### **広告事業**

当四半期における広告事業売上高は 2,228 百万円と対前年同期比 1,503 百万円増加(207.4%増)しました。

これは、インターネットユーザーが増加する中、インターネット広告への関心が更に高まり、幅広い業界から出稿が相次いだこと、またインターネット広告を本格的にメディアとして認知する企業が急増し、広告商品の大型化、長期化が一段と進んだことなどが要因ですが、施策面で引き続き人員を増強して営業力強化に努めたことやタイムリーなキャンペーンを実施したことまた広告代理店インセンティブ制度が定着したことなども売上増加に貢献しました。

6月の月間広告事業売上高は過去最高の売上高となり、広告主数、広告件数、広告会社数も顕著な伸びを示し、過去最高となりました。

このような状況のもと当四半期における広告主数、広告件数、広告会社数、広告商品の概要は次のとおりです。

### 広告主数

当四半期の月間広告主数は 604 社(四半期平均値)と対前年同期比 418 社増加(225%増)し、過去最高となりました。新規の広告主数も月間平均 124 社となり、出稿実績社数も約 2,000 社となりました。業種的には従来の通信、金融・保険、外食、自動車、流通・小売り業界からの出稿に加え、食品、精密機器・事務用品、交通・レジャー、不動産業界からの出稿が増え、また官公庁・団体からの出稿も増加しました。なお前四半期との比較では月間平均広告主数は 180 社増加(42%増)しました。

広告主のうちソフトバンクグループの売上に占める割合は約 6%、米国 Yahoo!Inc. についてはありませんでした。また売上高の 10%以上を占める広告主はありませんでした。

(注)ソフトバンクグループとはソフトバンク株式会社が実質的に 50%超出資している会社をいいます。

### 広告件数

当四半期の月間広告件数(四半期平均値)は 1,485 件で対前年同期比 1,190 件増加(403%増)し、過去最高となりました。前四半期との比較では 572 件増加(63%増)しました。

### 広告会社数

当四半期に当社の広告を取り扱った広告会社数は月間(四半期平均値)168 社で、対前年同期比 99 社増加(143%増)し、過去最高となりました。前四半期との比較では 42 社増加(33%増)しました。

### ページビュー当たりの広告単価

当四半期のページビュー単価は、大量露出型広告商品で 0.7～6 円（限定クライアント向けの「Giga Yahoo!」の 0.33 円を除く）、ターゲティング型広告商品で 4～20 円の範囲となっています。

### 広告例

当四半期においても、引き続き主力商品「Mega Yahoo!」およびパイロットシートが好調であり、その他エレクトロニックコマース（EC）用のトレードボタンや転職情報のボタン、個別商品をアピールするウェストモジュール、ヤフージオシティーズのコミュニティスポンサード、ジオシティーズメールなども好調でした。

また当社の検索サービスと広告主の商品販売を融合する「Merchant Program」も当四半期において 17 社となりました。当四半期の特徴としては引き続き商品の大型化が進み、高額かつ長期契約が増えたことがあげられますが、当四半期において新たに年間 1 億円を超える大型契約を 2 件、3～6 ヶ月の中長期大型契約（3,000 万円から 6,000 万円規模）を 18 件成約しました。

### **その他の事業**

当四半期におけるその他の事業の売上高は 156 百万円でした。主なものは、ソフトバンクパブリッシング株式会社からのライセンス売上 46 百万円と、「Yahoo!トラベル」、「Yahoo!就職・転職」、「Yahoo!不動産」および「Yahoo!ショッピング」のテナント料など情報掲載売上 84 百万円と「Yahoo!ショッピング」の手数料など手数料売上 14 百万円です。

## Yahoo! ショッピング テナント一覧(82店舗)

(2000/7/14)

テナント名 (会社名)	テナントの概要
アスクル	約8,700アイテムを取り揃える業界No.1のオフィス用品配送サービス。
ANASAZI SANTA FE	米国で流行の現代アートジュエリーを中心に販売する専門店。
ICI 石井スポーツ	登山とスキー用品を取り扱う専門店。
e-Shopping Toys	日本初の本格的なインターネットのおもちゃ専門店。
e-Shopping Books	日本初の本格的なインターネットの書籍専門店。
石橋楽器店	アコースティック楽器からデジタル機器まで取り扱う楽器専門店。
伊勢丹	百貨店の老舗伊勢丹のストア。現在お中元商品を取り扱う。
e茶.com	注文1品毎に自家焙煎をおこなうお茶の専門店。
e-BEST (株式会社イーベスト)	(株)ベスト電器とソフトバンク・コマース(株)との提携によるコンピュータ、家電専門店。
ウェルネス	フラワーギフト、オリジナル産直ギフトを取り扱うギフト専門店。
きっちんPRO (株式会社 蝦夷屋)	東京合羽橋の調理道具専門店。実用性の高いプロ用調理道具を取り揃える。
エバンス	ロレックスの専門店。新製品には10年保証サービスをおこなう。
園芸ネット (株式会社アーキネット)	種苗・球根、肥料、作業道具まで幅広く取り扱うガーデニング用品の専門店。
オーガニックサイバーストア (株式会社ドゥマン)	「オーガニック」「無添加」「環境」「厳選素材」をテーマに安全な商品を取り揃えた専門店。
オムロン24	オムロン100%出資の販売会社。オムロンの健康機器を中心とした品揃え。
オルビス	化粧品や機能性食品を中心に販売する無店舗販売大手。
カオスマート (株式会社インターサーブ)	食品・飲料、日用品・雑貨、ペット用品などを取り扱うインターネットコンビニエンスストア。
Gism Club (株式会社ジズム)	G-SHOCK、BABY-Gなどカシオ製品を中心に扱う。
ガリバーワールド (株式会社イシハラ)	お菓子やパン作りのための製菓材料と器具を取り揃える専門店。
カンノ蜜蜂園本舗 (株式会社エーショー)	ハチミツやプロポリス、最高品質のローヤルゼリーなどを取り扱う老舗。
ネッターショッピング (株式会社キタムラ)	北海道から沖縄まで安心の全国フォトネットワークを展開するカメラ専門店。
きものやさん (株式会社 丸保)	京都室町から新きものスタイルを提案する着物専門店。
京セラ オンラインショッピング	京セラの運営する、ファッションやホビー・グッズなど様々な商品を取り扱うバラエティストア。
コモ	常温で30～60日保存できるロングライフのパンを製造販売する専門店。

ゴルフモンスター (株式会社ジースリー)	国内、海外有名ブランドをはじめ、オリジナル商品を多数揃えたネット専門ゴルフショップ。
THE SUPERMODEL	ニューヨークに本拠を置くスーパーモデルプロジェクトが運営するファッションブランド専門店。
ZAC	デザイン家具から照明、カーテンまで住まいのあらゆるアイテムが揃うインテリア専門店。
サンテドラッグ (株式会社ヨシオカ・サンテ)	ダイエット・健康食品、健康補助器具など健康生活に役立つ商品を取り扱うオンライン・ドラッグストア。
サンリオ	ハローキティなどキャラクターグッズを豊富に取り扱うサンリオのオンラインショップ。
WWW.JWELL.COM (株式会社ジェイウェルドットコム)	お客様からの注文後、専用のアトリエで商品を仕上げるインターネット・ジュエリーショップ。
JBコンピューター	関西中心に店舗展開をするパソコン専門店。
シュウ ウエムラ ヘルス&ビューティ コンセプト サロン	美容食品、ボディーケア商品を販売するエステティック業界の老舗。
ジュエリーツツミ・オンラインショップ (株式会社ツツミ)	自社工場で作った商品をそのままお客様のもとにお届けするジュエリー専門店。
シントミゴルフ	ひとりひとり異なるライ角に合わせたゴルフクラブを提案するゴルフ用品専門店。
SUEHIRO (株式会社 末広)	お客様からの注文に対してデザイン・加工も自社でおこなうオリジナルジュエリーショップ。
住商オットー	アパレルからファッショングッズ、ホームエステまで幅広く取り扱う無店舗販売大手。
セイコーストア ホテルオークラ店	SEIKO & ALBAなどセイコー人気ブランドを取り扱う腕時計専門店。
千疋屋總本店	世界中から選りすぐりの果物を取り扱うフルーツショップの老舗。
創美	ウェッジウッド、リチャード・ジノリなど一流洋食器を取り扱うヨーロッパ輸入食器専門店。
ZOCCO PLAZA (TDKデザイン株式会社)	TDKデザインが運営する、話題のアクセサリや日用雑貨などを取り扱うセレクトショップ。
ソフマップ	パソコン販売業界のオンラインショッピング最大手。
第一園芸	新鮮な産地直送のお花をお届けするフラワーショップ。
第一家庭電器	テレビ、冷蔵庫、洗濯機、オーディオなど電化製品を取り扱う家電専門店。
Tie Rack	世界32カ国に430店舗を展開するネクタイとスカーフの専門店。
田崎真珠	真珠の養殖から加工・販売までを一貫体制で販売するジュエリー専門店。
たのメール (株式会社大塚商会)	大塚商会が運営する、文具からOAサプライ・生活雑貨・食料品まで取り扱うオフィスサプライ専門店。
The dancyu shop (株式会社よこはま東急百貨店、 プレジデント社)	雑誌「dancyu」による、全国各地のこだわりの旨いもの、調理器具を取り揃える食の専門店。
チケットぴあレジャー (ぴあ株式会社)	テーマパーク、遊園地などのレジャーチケットを取り揃えるチケット専門店。
CHUMS (株式会社ランドウェル)	CHUMSアクセサリ輸入総代理店が運営する、公式チャムスオンラインストア。

通販@びあ (びあ株式会社)	映画や音楽にちなんだグッズを中心に「びあ」ならではの厳選された商品を取り扱うセレクトショップ。
照明器具の専門店 てるくにでんき (照国電機株式会社)	一流メーカー照明器具を取り扱う照明器具専門店。
カメラのドイ (株式会社ドイ)	各種カメラから関連商品まで豊富な品揃えるカメラ専門店。
ドッグワッチ・アウトドアーズ (株式会社 一点鐘)	アウトドア & マリンウェアのトップブランド「ヘリーハンセン」を取り扱うアウトドア専門店。
ナショナル麻布 (ナショナル物産株式会社)	世界各国から輸入した食材、ワイン、チーズ、生活雑貨を取り扱う専門店。
ナチュラム	フィッシング & アウトドアの大型専門ショップ。
ニッカオンラインショップ (株式会社 東京ニッカサービス)	東京ニッカサービスの運営する、世界各国のワインやウイスキーを取り扱うリカー専門店。
でじこん！ (株式会社ノジマ)	関東中心に展開するコンピュータ&AV専門店。
ハートフラワー (名北総合食品センター株式会社)	花束、アレンジフラワー、鉢花、観葉植物、ガーデニング資材などを取り扱うフラワーショップ。
バリミキ (株式会社 三城)	海外61店舗、国内857店舗の三城が運営するメガネ専門店。
バリューマート (株式会社ヨーロッパ・バリュー)	革小物、バッグ、機械式時計など、ヨーロッパの暮らしの中で愛されている商品を取り扱う専門店。
Hankoya.com (株式会社ハンコヤ・ドット・コム)	実印や会社印を取り扱うオンラインはんこ専門店。
PC DEPOT (株式会社ピーシーデポコーポレーション)	神奈川を中心に展開するパソコン専門店。
日比谷花壇	全国に190店舗ある花屋の老舗、日比谷花壇の運営するオンラインショップ。
Beef-Net (酒井食品株式会社)	食肉の総合ショッピングサイト。
ファンケル	お肌にやさしい無添加化粧品と高品質・低価格な健康食品を取り扱う無店舗販売大手。
FUKUSUKE (福助株式会社)	118年の歴史を持つ福助の運営するストア。足袋、ストッキング、インナーを取り扱う。
Food's Mart (M B K流通パートナーズ株式会社)	日本最大級の食の総合サイト「Food's-Foo」が運営する厳選食料品ショップ。
ふるさと便り (財団法人ポスタルサービス)	全国各地のふるさとの味と香りを、ゆうパックで産地から直接お届けする食のストア。
ブルックス	レギュラーコーヒーを中心に扱う食のセレクトショップ。
本間ゴルフ	国内110店舗、海外14店舗を持つゴルフ用品専門店。
マルシェフ (株式会社布袋屋)	和食、中華、イタリアンなどプロが使う食材を取り扱うマーケット。
ミキハウス	子供服、子供雑貨の専門店。
メリーチョコレート	生チョコレートはじめ、ギフトや自宅用商品を取り扱うチョコレートの専門店。
メルシャン	ワインの元となるぶどうから作った基礎化粧品とワインの良さが詰まった健康食品を取り扱う。

メガネトップ	プレミアムブランドのサングラスを中心に取り扱うメガネ専門店。
Media Max すみや Cyber Shop (株式会社すみや)	DVDソフト、ゲームソフトなどを取り扱うソフト専門店。
メディアバレー (株式会社ダイエー・メディア・ソリューションズ)	ダイエーグループのパソコン専門店。
ヤマギワ (ヤマギワ株式会社)	話題の輸入品をはじめ、選りすぐりの家電、照明、インテリアを取り扱うインテリア専門店。
ヤマギワソフト (ヤマギワ株式会社)	DVD、CD、パソコンソフト、TVゲームの新作から話題作まで豊富な品揃えの総合ソフト専門店。
ル・ノーブル (ノーブルトレーダース株式会社)	ロイヤルコペンハーゲンなどブランド洋食器を取り扱う専門店。
ロート製薬	サプリメント製品やスキンケア製品を取り扱う。
ワールドカーショップ ペンタゴン (株式会社サンバードオート電機)	幅広いカー用品を取り扱うカー用品専門店。

# 貸借対照表

(単位:百万円)

期別	当会計期間末 (2000年6月30日現在)		前四半期会計期間末 (2000年3月31日現在)		増減率
科目					
<b>【資産の部】</b>					
流動資産					
現金及び預金	612	2.3%	368	3.5%	66.1%
売掛金	1,722	6.4%	1,539	14.7%	11.9%
有価証券	3,580	13.2%	4,179	39.9%	-14.3%
前払費用	88	0.3%	86	0.8%	2.6%
繰延税金資産	62	0.2%	62	0.6%	0.0%
その他の流動資産	19	0.1%	70	0.7%	-73.3%
流動資産合計	6,086	22.5%	6,307	60.2%	-3.5%
固定資産					
有形固定資産	1,425	5.3%	1,116	10.7%	27.7%
無形固定資産	83	0.3%	88	0.8%	-5.5%
投資その他の資産					
投資有価証券*	17,565	65.0%	1,135	10.8%	1446.7%
関係会社株式	48	0.1%	10	0.1%	380.0%
関係会社社債	400	1.5%	400	3.8%	0.0%
出資金	1,000	3.7%	1,000	9.6%	0.0%
長期貸付金	0	0.0%	0	0.0%	488.1%
長期前払費用	22	0.1%	15	0.2%	42.0%
差入保証金	401	1.5%	401	3.8%	0.0%
その他	0	0.0%	0	0.0%	0.0%
投資その他の資産計	19,439	71.9%	2,963	28.3%	555.9%
固定資産合計	20,948	77.5%	4,168	39.8%	402.5%
資産合計	27,034	100.0%	10,475	100.0%	158.1%
<b>【負債の部】</b>					
流動負債					
買掛金	4	0.0%	3	0.0%	19.7%
未払金	916	3.4%	752	7.2%	21.9%
未払賞与	88	0.3%	146	1.4%	-39.7%
未払法人税等	383	1.4%	718	6.9%	-46.7%
未払消費税等	50	0.2%	98	0.9%	-48.1%
前受収益	17	0.1%	67	0.6%	-74.8%
新株引受権	23	0.1%	23	0.3%	0.0%
その他流動負債	18	0.1%	18	0.2%	-0.1%
流動負債合計	1,502	5.6%	1,829	17.5%	-17.8%
固定負債					
社債	436	1.6%	436	4.1%	0.0%
繰延税金負債	104	0.4%	104	1.0%	0.0%
固定負債合計	540	2.0%	540	5.1%	0.0%
負債合計	2,043	7.6%	2,369	22.6%	-13.8%
<b>【資本の部】</b>					
資本金	2,901	10.7%	1,556	14.9%	86.4%
資本準備金	3,798	14.1%	5,137	49.0%	-26.1%
利益準備金	3	0.0%	2	0.0%	72.5%
その他の剰余金					
特別償却準備金	143	0.5%	-	-	-
(当期)未処分利益	1,743	6.4%	1,410	13.5%	23.6%
その他有価証券評価差額金*	16,400	60.7%	-	-	-
資本合計	24,991	92.4%	8,106	77.4%	208.3%
負債・資本合計	27,034	100.0%	10,475	100.0%	158.1%

\* 金融商品に係る会計基準の適用による株式会社インターネット総合研究所の時価評価額です。

## 損益計算書

(単位:百万円)

科目	当四半期会計期間 自 2000年4月1日 至 2000年6月30日		前年同四半期会計期間 自 1999年4月1日 至 1999年6月30日		増減額	増減比
	金額	百分比	金額	百分比		
売上高	2,385	100.0%	871	100.0%	1,514	173.9%
売上原価	16	0.7%	29	3.3%	(12)	-43.3%
売上総利益	2,369	99.3%	842	96.7%	1,526	181.3%
販売費及び一般管理費	1,502	63.0%	514	59.1%	987	191.9%
営業利益	866	36.3%	327	37.6%	539	164.8%
営業外損益(純額)	14	0.6%	(4)	-0.5%	18	437.3%
経常利益	880	36.9%	322	37.1%	557	172.8%

科目	当四半期会計期間 自 2000年4月1日 至 2000年6月30日		前四半期会計期間 自 2000年1月1日 至 2000年3月31日		増減額	増減比
	金額	百分比	金額	百分比		
売上高	2,385	100.0%	1,959	100.0%	426	21.8%
売上原価	16	0.7%	5	0.3%	10	185.3%
売上総利益	2,369	99.3%	1,953	99.7%	415	21.3%
販売費及び一般管理費	1,502	63.0%	1,214	62.0%	287	23.7%
営業利益	866	36.3%	738	37.7%	127	17.3%
営業外損益(純額)	14	0.6%	(17)	-0.9%	32	182.6%
経常利益	880	36.9%	720	36.8%	159	22.2%

### 当四半期内訳

売上高の内訳	金額	百分比
広告事業	2,228	93.5%
その他事業	156	6.5%
合計	2,385	100.0%

販売費及び一般管理費の内訳	金額	百分比
人件費	434	28.9%
広告宣伝費	292	19.5%
情報提供料	106	7.1%
販売手数料	137	9.2%
減価償却費	108	7.2%
通信費	69	4.6%
ロイヤルティ	66	4.4%
賃借料・水道光熱費	95	6.4%
その他	191	12.7%
合計	1,502	100.0%



## キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

科 目	期 別	当四半期
		自 2000年 4月 1日 至 2000年 6月30日 金額
<b>営業活動によるキャッシュ・フロー</b>		
税引前当期純利益		880
減価償却費		108
固定資産除却損		4
自己株式売却益		(24)
為替差益		0
受取利息		(6)
支払利息		4
売上債権の増加額		(232)
仕入債務の増加額		0
その他営業債権の増加額		(7)
その他営業債務の増加額		37
未払消費税等の減少額		(45)
役員賞与の支払額		(16)
小計		702
法人税等の支払額 *		(721)
営業活動によるキャッシュ・フロー		(19)
<b>投資活動によるキャッシュ・フロー</b>		
有形固定資産取得による支出額		(315)
無形固定資産取得による支出額		(28)
投資有価証券取得による支出額		(68)
貸付による支出額		0
貸付金回収による収入額		51
差入保証金他投資その他の資産増加による支出		0
利息の受取額		2
投資活動によるキャッシュ・フロー		(358)
<b>財務活動によるキャッシュ・フロー</b>		
自己株式売却による収入額		25
新株発行による収入額		6
利息の支払額		(8)
財務活動によるキャッシュ・フロー		23
現金及び現金同等物に係る換算差額		-
現金及び現金同等物の減少額		(354)
現金及び現金同等物期首残高		4,547
現金及び現金同等物期末残高		4,193

\* 平成11年度の法人税等支払い額

(添付資料)

## リスク情報

「2000年度第1四半期の事業概況のお知らせ」で当社の当期事業業績の結果と概況を報告しましたが、当社の業績は、今後起こり得るさまざま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、当社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。また当社では、当社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見られる事項を含め、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。当社は、これらのリスク発生の可能性を認識したうえで、その発生の予防及び発生時の対応に努力する方針ですが、当社の経営状況及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ご検討のうえ、投資家及び株主ご自身が行っていただくようお願いいたします。

### 1. 当社の事業にかかわるリスクについて

当社はインターネットの利用者に対して、米国 Yahoo! Inc. (以下、ヤフー・インクという)とのライセンス契約にもとづく検索サービスや、情報提供者との契約にもとづく株価情報、時事ニュース、スポーツ速報、気象情報等の情報提供サービス、ユーザーに Web 上の場所を提供し、ユーザー同士のコミュニケーションにより成立する掲示板やメッセージ等のコミュニティサービス、及びユーザーがインターネット上で各種商品を購入可能なエレクトロニックコマース (EC; 電子商取引 = 経済主体間での財の商業的移転に関わる受発注者間の物品、サービス、情報、金銭の交換) サービスを無料で提供しています。上記サービスの利用者を対象として広告バナー等を上記サービスの各ページに掲出し、その対価として広告主より収入を得るインターネット広告サービスが主な事業内容です。当社の事業に関しては以下のリスクがあると考えられます。

#### (1) 特定事業への依存について

当社の主たる収入は広告事業売上であり、2000年第1四半期には当社売上高の93%を占めています。このように、当社の経営成績は広告事業に高く依存していますが、広告事業に関しては以下の不確実性があると考えられます。

広告事業は一般的に景気の動向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。

日本におけるインターネット上の広告市場は発展途上にあると考えられ、現時点においてその将来性が明確になっているとは必ずしも言えない面があります。

当社は当社サービスの利用価値を高めるために時事ニュース、気象情報、株価等の情報サービスをインターネットユーザーに提供していますが、これらの情報は契約により社外から購入しています。このため、当社が今後当社のユーザーが有用と考えるような良質の情報を継続的に確保できない場合にはインターネットユーザーによる当社の情報サービスの利用度が低下し、ひいては当社の広告事業売上に影響を及ぼす可能性があります。また、携帯電話等のモバイル端末からインターネットを利用するユーザーが増加するに伴い、当社ではモバイル端末からも当社のサービスが利用できるように対応していますが、パソコンを介して当社のサービスを利用するのと同様の視聴率がとれず、全体として当社のユーザーシェアが低下する可能性があります。

当社のサービス全体がインターネット上で提供されているため、当社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、ユーザー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、インターネットユーザーによる当社サービスの利用度が低下し、ひいては当社の広告事業売上に影響を及ぼす可能性があります。また、広告の掲載についても、大部分の商品に関して掲載期間と掲出ページビュー数を保証しているにもかかわらず、広告を掲載するのに必要なページビュー

数を確保できず、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、当社の広告事業売上に影響を及ぼす可能性があります。

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及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、当社の広告事業売上は潜在的に短期的に変動する要素があります。その一方で当社の費用は人件費、賃借料等の固定的な支出が多く、売上の変動に応じた支出の調整が困難であるため、当社の収益には潜在的な変動性があります。

当社の事業は火災、停電、電話線の故障等の影響を受けやすく、当社のネットワークのインフラは地震の影響を受けやすい東京に集中しています。当社はそのような事故に備えて設備の複数地域への分散をしていません。さらに、ネットワークへはセキュリティを施しておりますが、コンピュータウイルス等の進入やハッカー等による妨害の可能性がまったくないわけではなく、当社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。これらの事態が当社の事業、業績、及び財政状態に重要かつ悪い影響を与える可能性があります。

## (2) 当社の業歴が短いことについて

当社は1996年1月に設立されましたが、主力事業の広告事業に関しては1996年4月から営業を開始しています。このため、1996年3月期の経営成績は次表のとおり、損失を計上しています。1997年3月期は売上高が増加し損益面でも黒字化したものの、売上高及び利益の水準は低く、また特にその他売上には一時的な収入も含まれています。1998年3月期以降においても各期ともに売上高、利益は前年度を大きく上回りましたが、四半期ごとにみると売上高にはかなりの変動があります。このように、当社の業歴は極めて短いため、期間業績比較を行うために十分な期間の財務数値が得られない上、当社の過年度の経営成績には、今後当社が継続的に売上を増加させ、黒字を維持できるかどうかを判断するには不十分な面があります。

また、日本におけるインターネット利用及びインターネット上の広告市場は歴史が浅いため、当社が当面の売上高、経費、要員等にかかわる経営計画を策定する際にも十分な根拠が得られにくい状況にあり、現時点において当社が想定する収入の見通しに重大な相違が生じる可能性があるほか、今後、当社が予想していない支出、投資等が発生する可能性があります。

(単位：千円)

回次	第1期	第2期	第3期	第4期	第5期
決算年月	1996年3月	1997年3月	1998年3月	1999年3月	2000年3月
売上高	636	413,066	1,269,260	1,914,849	5,695,710
広告事業売上	-	345,939	908,803	1,432,365	5,136,459
その他売上	636	67,126	360,457	482,484	559,251
営業損益	-3,213	56,584	165,693	399,454	2,110,411
経常損益	-5,241	56,535	150,985	391,300	2,031,407
当期純損益	-5,290	23,954	64,428	183,658	1,153,628
純資産額	194,709	218,664	1,018,055	3,263,566	8,106,758
総資産額	205,659	375,839	1,247,583	3,919,919	10,475,821
ページビュー数	-	7,096万/月	1.88億/月	5.61億/月	21.25億/月
広告主数	-	37社	71社	111社	300社

1. 会社設立日は1996年1月31日であり、初年度である1996年3月期の営業日数は2ヶ月と1日です。
2. 第1期から第3期までの売上高には、消費税等が含まれています。第4期より消費税法第5条の納税事業者に該当することとなり、消費税及び地方消費税の処理を税抜方式に変更していますので、第4期、第5期の売上高には消費税等は含まれていません。
3. ページビュー数とは、当社の情報検索サービス上のページが表示された(見られた)回数を示す指標です。各期とも3月の月間ページビュー数を記載しています。
4. 広告主数は各年度の平均広告主数を記載しています。

上記の記載においては、財務諸表等規則の改正により、第3期より事業税を「法人税、住民税及び事業税」に含めることとなったため、過去の実績との比較上、過去の数字もすべて事業税を「法人税、住民税及び事業税」に含める形で修正し、比較しています。

(3) ヤフー・インクとのライセンス契約について

当社は、当社の設立母体のひとつであり、2000年6月末現在、当社の議決権の34.1%を実質的に所有するヤフー・インク（Yahoo! Inc.）との間に次の内容の契約を締結しています。当社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）のほとんどは当社が所有するものであり、当社は当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、当該契約は当社事業の根幹にかかわる重要な契約と考えられます。

契約の名称： ヤフー・ジャパン ライセンス契約（YAHOO! JAPAN LICENSE AGREEMENT）

締結年月日： 1996年4月1日

契約期間：1996年4月1日～（期限の定めなし）

（注）但し、当事者の合意による場合、一方当事者の債務不履行若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・インク及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：

ヤフー・インクの当社に対する下記のライセンスの許諾

- ・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）の使用複製等に係る非独占的権利
- ・ヤフー・インクの商標等の日本における利用等に係る非独占的権利
- ・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係る独占的権利
- ・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係る全世界における独占的権利  
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係る非独占的権利の許諾（無償）

当社のヤフー・インクに対するロイヤルティの支払い（注）

（注）売上総利益から販売手数料を差引いた金額の3%を四半期毎に支払う。

(4) 技術革新への対応の必要について

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。当社はヤフー・インク等と協調し、これらを自社のサービスに活用すべく技術開発を進めておりますが、当社及びヤフー・インクの新技术への対応が遅れた場合、当社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、後述のとおり、当社の研究開発体制は小規模であるため、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があり、仮にそのような事態が生じた場合は、当社の事業に重大な影響を及ぼすおそれがあります。さらに、当社はピーエスアイネット(株)等のプロバイダにサーバーの接続を依存しています。このプロバイダからのアクセスが何らかの事情により中断・破壊されたり、あるいはピーエスアイネット(株)等が現在より多量のアクセスを取り扱うことができなくなった場合、当社の事業、業績に重要かつ悪い影響を与える可能性があります。また、当社はサービスを供給するために必要なサーバーや他の機械に関し、その速やかな供給、インストール及びサービスをハードウェアの供給会社に依存しております。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、ユーザーとの関係、ブランドイメージ及び事業に悪影響を及ぼすおそれがあります。

(5) 「ヤフー」ブランド及び海外との協調について

当社では「ヤフー」ブランドの確立と普及が、ユーザーと広告主をひきつけ当社の拡大を図る上できわ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及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くると思われれます。特に他社との間で競争が激しくなってきた場合、「ヤフー」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、当社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、それに影響を受け当社のブランドが弱まる可能性もあります。また、当社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、当社が特定の広告等を掲載できないことがあります。

#### (6) 法的規制の適用の可能性について

現在、日本国内においてはインターネット上の情報流通や EC のあり方については議論がなされている状態であり、当社が営むインターネット広告関連事業そのものを規制する法令はありませんが、諸外国においてはインターネット利用のルール化が検討されたり、何らかの法的判断が示されているケースもあります。郵政省からは、「インターネットは、個人の自己表現の発展、経済取引の利便性の向上等、我々の文化的・経済的・社会的生活を豊かにしている一方、わいせつ情報や他人を誹謗中傷するといった違法又は有害な情報の流通が大きな社会問題となっている。インターネットを国民生活に根付いた、誰もが安心して利用できるコミュニケーションの手段とするためには、情報の自由な流通を確保しつつ、インターネット上の情報流通に関するルール作りを行っていくことが必要である。」(注)との見解が出されており、今後、インターネットの利用者や関連するサービス及び事業者を規制対象とする法令等が制定されたり、既存の法令等の適用が明確になったり、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、当社の事業が制約される可能性があります。

(注) 1998 年通信白書「インターネットの情報流通」

#### (7) 訴訟の可能性について

現在、インターネット上の情報流通に関して、違法または有害な情報の流通禁止やプライバシー保護の観点から規制を求める動きがあります。

当社は、広告内容及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「バナー広告掲載基準」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。さらに当社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当社で有し、また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おります。また、ユーザーが自由に情報発信ができる掲示板や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ユーザーに帰属する旨を約款に明記するとともに、削除の権利を当社で保有し、約款に違反した情報を発見した場合には削除をしております。

以上のように、当社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、当社サービスの利用者に対して、インターネットのブラウジング(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当社は責任を負わない旨を掲示しております。また、未成年者を有害情報から保護する目的で、「Yahoo!きっず」を運営する等の対策を講じております。しかし、これらの対応が十分であるとの保証はなく、当社が掲載する広告、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、損害賠償請求、勧告等を受け、ユーザーからの信頼が低下してページビューが減少したり、サービスの停止を余儀なくされる可能性があります。

#### (8) インターネット技術及びビジネスプラン特許について

近年、インターネット業界において、インターネットの技術やビジネスプランそのものに対して特許を申請する動きが出てきています。特に EC を実現するためのコンピュータ技術や通信技術を基盤とするインターネット技術は数多く開発され特許出願されています。また、最近では商

取引の仕組みそのものに特徴を有する特許出願もあります。これらの特許を出願したり取得した企業等から、クレームを受けたり損害賠償等の訴訟をおこされる可能性があり、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おそれがあります。さらに、特許権の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当社自身の特許管理のコストが膨大となり、会社の利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。

(9) 「Yahoo!ショッピング」「Yahoo!オークション」について

当社は今後拡大していくであろう EC を先取りするべく 1999 年 9 月より「Yahoo!ショッピング」「Yahoo!オークション」のサービスを始めております。Yahoo!ショッピングにおいては、各店舗の活動内容、各店舗の取扱商品・サービス、及び各店舗ページ上の記載内容、各ユーザーの各店舗取扱商品・サービスの購入の可否ならびに配送に関する損害、損失、障害については当社が責任を負わない旨を掲載しておりますし、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、売買契約の成立及び履行等については全てユーザーの責任で行われ、当社が責任を負わない旨を記載しております。しかしながら、これらのサービスの内容に関して、サービスの利用者及び関係者からのクレームや損害賠償等の訴訟をおこされる可能性があります。また、オークションについては違法な物の出品や詐欺等が報告されており、将来何らかの法的規制の対象となり運営が困難となったり、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コストが増大し利益に影響が出る可能性もあります。またこれら利用者の違法行為に関してクレームや損害賠償等の訴訟を起こされる可能性がないとは言えません。さらに、これらのサービスにおいては、ユーザー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、両サービスのセキュリティについても留意しておりますが、これらの情報が外部に流出したり、悪用されたりする可能性が皆無とは言えず、それを理由に法的紛争に巻き込まれる可能性があります。

(10) ユーザー情報について

当社は、1998 年 7 月よりユーザーが個人情報を登録して、好みに合わせて Yahoo! JAPAN のカテゴリーをカスタマイズしたり、ニュース等のさまざまな情報をパーソナライズすることが可能なサービスを追加しました。加えて、2000 年 3 月 1 日より合併したジオシティーズでは登録されたユーザーのために無料でホームページを作成する Web 上のスペースを提供するサービスを行っています。当社では、ユーザーの登録情報は、対象をさらに絞り込んだ広告を適切に届けるために Yahoo! JAPAN 内部で利用することはありますが、広告主を含む外部の関係者に公開することはありません。しかし、これらの情報が外部に流出したり、悪用されたりする可能性が皆無とは言えません。

(11) 特定広告主との大型商談について

当社は、何社かの広告主と年間数億円規模の広告掲載契約を取り交わしています。こうした特定広告主からの売上は、当社の売上全体に占める割合が比較的大きいものとなっています。しかし、これらの契約が何らかの事情で破棄されたりする等の可能性は皆無とは言えず、当該契約の存廃が当社の業績に影響を与えるおそれがあります。

(12) 役職員の継続勤務について

当社は、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ところがあります。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、それぞれが当社及び当社の業務に関して専門的な知識・技術を有しています。その結果、彼らが当社を退職した場合、当社は適確な後任者の採用に関し、重大な困難に直面する可能性があります。また、当社が後任者の採用に失敗した場合、事業の継続、発展に悪影響が生じる可能性があります。

## 2. 投融資及び設備計画にかかわるリスクについて

### (1) Yahoo! Korea への出資について

当社は、ヤフー・インク他が出資して設立した Yahoo! Korea に、1997 年 10 月 6 日に同社資本の 5%相当額(約 5 万ドル)の出資をしました。その後同社が増資したことにより当社の持ち株比率は 2000 年 3 月 31 日現在、4.1%となっています。また、当社はヤフー・インクの技術を 2 バイト文字(日本語)に移行させた実績を有していることから、Yahoo! Korea の設立に必要な技術的サービスを同社に提供しました。1997 年 9 月 3 日にサービスを開始した同社は、ページビューや売上も順調に増加しすでに韓国で 1 のサイトに成長しておりますが、当社と同様の事業リスクを持っており、この投資が回収できなくなる可能性が皆無とは言えません。また、為替の変動等により、価値が変動する可能性もあります。

### (2) 株式会社サイバーマップ・ジャパンへの出資について

当社は、1998 年 3 月 31 日(発行日は同年 4 月 1 日)、凸版印刷株式会社と日本電信電話株式会社の共同出資会社である株式会社サイバーマップ・ジャパンに同社資本の 11.1%相当額(同社増資後)にあたる 5,000 万円の出資をいたしました。その後同社が増資したことにより当社の持ち株比率は現在 10.2%となっています。同社はインターネット上の地図上に掲載されている企業や店舗等の情報を無料で検索し、パソコン画面に表示する「マピオン」をサービスしています。当社では同社と提携して「Yahoo! 地図」サービスを提供しユーザーの好評を得ていますが、同社への投資が回収できない可能性が皆無とは言えません。

### (3) 株式会社インターネット総合研究所への出資について

当社は、1998 年 7 月 31 日(発行日は同年 8 月 1 日)、株式会社インターネット総合研究所に同社資本の 29.4%相当額(同社増資後)にあたる 1 億円の出資をいたしました。その後同社の増資、1999 年 12 月 22 日に東京証券取引所マザーズに上場したこと等により、当社の持株比率は現在 12.49%となっています。同社は ISP 事業( 1)、会員制のテストラボ事業( 2)等を主な事業としており、当社ではよりよいサービスが提供できるように同社の技術力を利用しています。同社の 2000 年 6 月 29 日の終値で試算すると 164 億円のみ益となっていますが、こののみ益が減少するおそれがあります。

( 1): インターネットサービスプロバイダ( ISP) に対するコンサルティング事業及びネットワーク製品に関連するコンサルティング事業並びにそれらの設計・運用・保守のアウトソーシングの受託等の総称。

( 2) テストラボ事業: ネットワーク関連機器の相互接続性等の検証を行う事業。また、ISP 等がネットワークを自由にテストできる環境を提供する事業。

### (4) 株式会社ベクターへの出資について

当社は、1999 年 3 月 24 日(発行日は同年 3 月 25 日)、株式会社ベクターに同社資本の 26.3%相当額(同社増資後)にあたる 1 億 6,500 万円の出資をいたしました。その後同社が増資したことにより当社の持ち株比率は現在、13.7%となっています。同社はインターネット上のダウンロード、及び CD-ROM 付き書籍によるソフト流通等を主な事業としています。当社では同社と提携して「Yahoo! コンピュータ」でダウンロードサービスを提供しユーザーの好評を得ていますが、同社への投資が回収できない可能性が皆無とは言えません。

### (5) 株式会社ウェザーニューズへの出資について

当社は、1999 年 5 月 28 日(発行日同日)、株式会社ウェザーニューズに同社資本の 5.8%(同社増資後)にあたる 3 億円の出資をいたしました。同社はインターネット上での配信を含む気象の観測、データ収集、解析、予報ならびにその提供業務を主な事業としています。当社では同社と提携して「Yahoo! 天気情報」サービスを提供しユーザーの好評を得ていますが、同社への投資が回収できない可能性が皆無とは言えません。

(6) イー・ショッピング・トイズ株式会社への出資について

当社は、1999年8月31日、イー・ショッピング・トイズ株式会社に同社資本の10%にあたる2,000万円の出資をいたしました。同社はインターネットを利用した日本初の本格的な玩具専門の電子商取引サイト eS-Toys を運営し、ほぼ全カテゴリーの玩具をインターネットを通じ販売する予定です。利用者はインターネット上で、最新商品情報を網羅したデータベース(約20万種類)を使って、24時間自由に商品を注文することができます。

1999年11月24日に同社のサービスは開始されましたが、将来的な事業展開については未知数であり、同社への投資が回収できない可能性が皆無とは言えません。

(7) イー・ショッピング・ブックス株式会社への出資について

当社は、1999年9月10日、イー・ショッピング・ブックス株式会社に同社資本の10%にあたる2,000万円の出資をいたしました。出版流通、流通小売り、インターネットのそれぞれの分野で日本有数の企業が連携した新しい電子商取引のビジネスであり、利用者は和書140万点におよぶデータから、希望の書籍をインターネットを通じて注文し、コンビニエンスストアでその商品の受取りと支払いが可能となります。

1999年11月24日に同社のサービスは開始されましたが、将来的な事業展開については未知数であり、同社への投資が回収できない可能性が皆無とは言えません。

(8) カーポイント株式会社への出資について

当社は、1999年10月6日、カーポイント株式会社に同社資本の8%にあたる6,720万円の出資をいたしました。同社のサイトでは、自動車の購入を希望する消費者(ユーザー)が、インターネットを利用し詳細な自動車関連情報を入手できます。新車においては日本の全メーカー全車種、輸入車の最新かつ詳細な情報が入手可能です。また購入を希望する車の見積りを無料で提供し、販売可能なディーラーを紹介するサービスを行うことにより、ユーザーは購入時の煩雑な商談なしで購入したい車をインターネット上で納得ゆくまで検討する事ができます。なお、2000年3月28日に同社の新株発行による増資を引き受け、新株発行分の6.7%にあたる1億1,250万円の追加出資をいたしました。これにより当社の持ち株比率は現在7.65%となっています。

1999年11月11日に同社のサービスは開始されましたが、将来的な事業展開については未知数であり、同社への投資が回収できない可能性が皆無とは言えません。

(9) イー・ショッピング・インフォメーション株式会社への出資について

当社は、1999年11月17日、イー・ショッピング・インフォメーション株式会社に同社資本の10%にあたる6,000万円の出資をいたしました。同社は、電子商取引におけるシステムインフラの開発企画から運用企画までのコンサルティング事業を行います。

なお、同社の営業は1999年11月1日に開始されましたが、将来的な事業展開については未知数であり、同社への投資が回収できない可能性が皆無であるとは言えません。

(10) スピードネット株式会社への出資について

当社は、1999年12月10日、スピードネット株式会社に同社資本の5%にあたる1億2,500万円の出資をいたしました。(スピードネット社は今後増資の予定があり、最終的に当社の出資額は3億円で、出資比率5%となる合意書を結んでいます。)同社は、IP(インターネット・プロトコル)ネットワークをベースに光ファイバー、メタル、無線の全技術を複合的に活用し、低価格で常時接続が可能な高速インターネットサービス事業を行う予定です。

なお、同社は1999年10月より2000年1月まで東京都豊島区・新宿区・文京区において実験を開始し、2000年9月より埼玉県浦和市・大宮市・与野市におよぶ広域エリアで実験を開始することになっています。しかし、実際のサービスの開始は未定であり、同社への投資が回収できない可能性が皆無であるとは言えません。

(11) イーズ・ミュージック株式会社への出資について

当社は、2000年1月12日、イーズ・ミュージック株式会社に同社資本の10%にあたる3,000



万円の出資をいたしました。同社は、インターネット上でユーザーが好きな時間帯に好きな楽曲を購入できるように音楽配信事業を行います。このサービスは、社団法人日本音楽著作権協会の提唱する次世代著作権管理プラン「DAWN2001」に準拠します。

なお、同社の営業は2000年8月に開始される予定ですが、将来的な事業展開については未知数であり、同社への投資が回収できない可能性が皆無であるとは言えません。

#### (12) イー・ショッピング・カーグッズ株式会社への出資について

当社は、2000年2月28日、イー・ショッピング・カーグッズ株式会社に同社資本の10%にあたる3,000万円の出資をいたしました。同社はインターネットを利用した日本初の本格的な自動車用品、部品専門の電子商取引サイト eS-Car goods を運営し、ほぼ全カテゴリーの自動車用品、部品をインターネットを通じ販売する予定です。利用者はインターネット上で、最新商品情報を網羅したデータベース(約40万種類)を使って、24時間自由に商品を注文することができます。

2000年5月29日に同社のサービスは開始されましたが、将来的な事業展開については未知数であり、同社への投資が回収できない可能性が皆無とは言えません。

#### (13) 株式会社おりこんダイレクトデジタルへの出資について

当社は、2000年3月28日、株式会社おりこんダイレクトデジタルに同社資本の1.65%(同社増資後)にあたる5,000万円の出資をいたしました。同社は1999年10月1日に設立され、検索性・実用性の高い音楽関連のデータベースを構築し、そのデータベースをEC事業者に貸与することを主な事業としています。

同社のサービスは既に開始されていますが、将来的な事業展開については未知数であり、同社への投資が回収できない可能性が皆無とは言えません。

#### (14) 株式会社たびゲーターへの出資について

当社は2000年3月5日、資本金1,000万円でサイバーサークル株式会社を子会社として設立いたしました。その後同社は、2000年5月17日に当社、株式会社日本交通公社、ソフトバンク・イーコマース株式会社等が引き受ける第三者割当増資を実施しました。これにより同社の資本金は1億円となり、当社の持ち株比率は6月30日現在48%となっています。(将来、当社の持ち株のうち18%分をソフトバンクのグループ会社に簿価で売却する予定になっております。)また、2000年5月22日に株式会社たびゲーターへ商号を変更しました。同社は日本国内で販売される、主要な国内旅行、海外旅行及び旅行関連商品をインターネットを通じて販売する事業を行います。

なお、同社のサービスは2000年6月16日に国内宿泊の販売事業から開始されましたが、将来的な事業展開については未知数であり、同社への投資が回収できない可能性が皆無であるとは言えません。また、同社は連結対象となる可能性がありますので、同社の業績が当社の今後の財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。

#### (15) イー・ショッピング・リカー株式会社への出資について

当社は、2000年5月26日、イー・ショッピング・リカー株式会社に同社資本の10%にあたる3,000万円の出資をいたしました。その後、同社は2000年7月7日にイー・ショッピング・ワイン株式会社へ商号を変更しました。同社はインターネットを利用してワインを中心に酒類を販売する電子商取引サイト eS-Wine を運営し、世界中のワインをインターネットを通じ販売する予定です。利用者はインターネット上で、最新商品情報を網羅したデータベースを使って、24時間自由に商品を注文することができます。

2000年11月に同社のサービスは開始される予定ですが、将来的な事業展開については未知数であり、同社への投資が回収できない可能性が皆無とは言えません。

#### (16) ソフトバンク・インターネットテクノロジー・ファンド1号への出資について

当社は2000年2月21日、ソフトバンク・インベストメント株式会社が業務執行組員を務

める民法上の任意組合であるソフトバンク・インターネットテクノロジー・ファンド1号に10億円の出資をいたしました。同ファンドは日本国内にあるインターネットを中心とする未公開企業に出資し、それら企業の株式公開によるキャピタルゲインを出資者に分配することを目的として設立されております。また当社といたしましては同ファンドから出資した企業群との提携、情報提供、広告出稿等のシナジーも追求し、ファンドからの財務的なリターンにとどまらないビジネス上のリターンも追求していく予定です。

同ファンドのサービスは既に開始されていますが、将来的な事業展開については未知数であり、同ファンドへの投資が回収できない可能性が皆無とは言えません。

#### (17) 多額の設備計画及び投融資計画について

当社は今後予想される事業規模の拡大や動画・音声の配信を含む新規サービスの開始に対応するため、当社の現在の事業規模と比較して多額となる設備計画及び投融資計画を有しています。また設備計画に関しては後述のように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当該設備の償却期間も比較的短くなると考えられ、当社の減価償却費負担は今後高水準で推移することが見込まれます。

当社は今後の業績拡大により、かかる減価償却費を吸収するに十分な利益を計上できるものと考えておりますが、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場合には、当社の利益に影響を及ぼす可能性があります。

また投融資計画に関しては、当該投融資先の事業の状況が当社の今後の財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。

### 3. インターネットを利用した広告業界について

#### (1) インターネットの普及への依存について

日本におけるインターネットの普及は1995年頃から本格化し、インターネットの利用者はこれまで増加基調で推移しています。当社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、また、インターネットユーザーにとって快適な利用環境が実現・維持されることが、当社の事業にとっての基本的な条件となります。しかし、例えば、将来的に必要なインフラストラクチャー(信頼性を備えたバックボーン、高速モデムへの対応等)の整備の有無、インターネットユーザー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、技術標準の開発・応用の有無、インターネット利用を制約する規制や課金の有無等、インターネット普及の将来性に関しては、不透明な面があります。

#### (2) 広告メディアとしてのインターネット利用について

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当社の事業開始とともに本格化したとも考えられ、現在はまだ揺籃期にあると見られます。このため、インターネットの一般的な将来性自体に不確定な面があることは上述のとおりですが、広告主、広告利用者(一般消費者)及び広告代理店等の関係者による広告メディアとしてのインターネットの評価もいまだ確立されたとは言えません。

当社の広告主数はこれまでのところ増加傾向にあり、その業種も広まりを見せつつありますが、大多数の広告主のインターネット広告利用経験は短く、試験的な利用方針にとどまっていたり、インターネット広告に対する予算配分が限定的になっている場合も少なくありません。

また、インターネット広告が広く普及するためには、インターネット広告の有効性を評価するための標準的な手法が確立し、第三者的な機関による評価が行われることが望ましいと考えられます。しかし、現在日本においてはそのような役割を果たす機関は徐々に始めているものの、まだ本格的な評価をするまでにはいたっていません。従って、インターネットが関係者から認知され、新聞、雑誌、テレビ、ラジオ等従来の広告媒体に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ます。

#### (3) 競合他社の状況について

2000年6月末現在、日本語によるまたは日本人ユーザーを主な対象として、インターネット上でサービスを提供している企業としては下記があります（五十音、ABC順）。

提供サービス名	運営組織	概要
Asahi.com	朝日新聞社	WWW上のニュース提供サービス
Excite	エキサイトジャパン	検索等、米国 excite 社と提携
Goo	イクティティ イックス	検索等、米国 inktomi 社と提携
Infoseek	インフォシークジャパン	検索等、米国 infoseek 社と提携
Isize	株式会社リクルート	コンテンツサービスのホームページ
Lycos	ライコスジャパン	検索等、米国 lycos 社と提携
Msn	マイクロソフト社	コンテンツサービスのホームページ
Nikkei net	日本経済新聞社	WWW上のニュース提供サービス
Rakuten	楽天株式会社	オンラインショッピングモール
ZD Net	ソフトバンク株式会社	コンテンツサービスのホームページ
@ぴあ	ぴあ株式会社	コンテンツサービスのホームページ

これらのなかには、米国のインターネット業界において競争力のあるサービスを提供し、従って当社の大株主であるヤフー・インクと競合関係にある企業と提携している会社が含まれています。こうしたサービス業者との競合が予想されることから、当社が当業界において優位性を発揮し、一定の地位を確保できるか否かについては不確実な面があります。また、競合の結果、当社の広告掲載料金（収入）が低下する可能性があるほか、広告代理店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費用及び競争上の広告宣伝費の増加を余儀なくされる可能性があり、当社の経営成績に影響を及ぼすことも考えられます。

#### 4. 事業拡大に伴うリスクの増大について

当社は設立後間がなく事業展開の初期段階にあるため、社内管理体制や人的資源等に関して今後以下のような課題・問題が生じることが考えられます。

##### （１） 小規模組織であることについて

当社は2000年6月末現在、役員並びに従業員合計で248名と組織が小さく、内部管理体制もこのような組織の規模に応じたものとなっています。

##### （２） 技術開発体制について

当社が提供する情報検索サービス及び広告事業は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、業界標準及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は、インターネット先進国である米国で当社と同様の事業を営んでいるヤフー・インクとの緊密な協調作業が必要となるだけでなく、ローカライズに関わる作業のための支出が増加する等当社独自の開発負担も増加します。2000年6末日現在、研究開発担当の技術チームには81名の従業員を配置していますが、今後技術スタッフの増員や管理体制強化のための増員を行う必要があります。

##### （３） 営業体制について

当社の売上高の大部分は広告事業売上によって占められていますが、当社は掲載広告の獲得に係る営業活動を、広告取扱代理店である株式会社サイバー・コミュニケーションズに1998年3月末までほぼ全面的に依存していました。しかし1998年4月からは当社営業による広告代理店への直接営業を開始し、2000年6月末現在で56名の従業員を配置しています。今後も市場の拡大に伴い営業スタッフの増員や営業管理体制強化のための増員を行う予定がありますが、これ

によって当社の広告収入の増加を達成できる保証はありません。さらに、当社の広告事業売上に占める株式会社サイバー・コミュニケーションズの割合は現在も比較的高く、同社からの売上の変動が当社の業績に影響を与える可能性があります。

(4) 固定費の増加について

上記のほか、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等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、当社サービスの競争力の低下並びにホームページ作成者、コミュニティサービスやショッピングサービスの利用者等とのトラブルや事業の効率性等に支障が生じるおそれがあるため、当社は今後人員の増強や内部管理体制の一層の充実を図る予定です。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。