

**ヤフー株式会社
2004年度 第1四半期
決算説明会**

2004年7月21日

本説明会および参考資料の内容には、将来に対する見通しが含まれている場合がありますが、実際の業績はさまざまな要素により、これら見通しと大きく異なる結果となり得ることをご了承ください。

会社の業績に影響を与え得る事項の詳細な記載は「2005年3月期 第1四半期財務・業績の概況(連結)」の「リスク情報」にありますので、ご参照ください。但し、業績に影響を与え得る要素は「リスク情報」に記載されている事項に限定されるものではないことをご留意ください。

2003年度第1四半期より売上等の計上方法を変更しています。本資料における2002年度以前の数字は、2003年度より導入された計上方法に従って遡及修正して表示していますのでご注意ください。

2004年度 第1四半期 ハイライト(1)

- 売上高は24,495百万円(前四半期比8.5%増、前年同期比57.4%増)、営業利益は13,470百万円(前四半期比8.3%増、前年同期比59.7%増)と引き続き好調。売上高営業利益率は55.0%となった
- リスティング事業部では、(株)リクルートとの提携による求人情報サイト「Yahoo!リクナビ」が好調に推移し、ビジネスサービス売上が大きく伸びた。またスポンサーサイトを含めた広告売上も堅調であり、その結果、当四半期のリスティング事業部の営業利益は4,304百万円となり、全営業利益に占める割合は32.0%となった
- マス媒体の広告売上が比較的弱い第1四半期の季節性の影響を受けたが、「ブランドパネル」「Yahoo!ビルボード」等が健闘したほか、スポンサーサイトも好調に推移した。2004年6月より、Yahoo! JAPANの各サービスとスポンサーサイトを一層強く連携して売上の拡大を目指すため、提携先をOverture 1社に絞った

2004年度 第1四半期 ハイライト(2)

- オークション事業部では、中長期的な市場の拡大を目指すため安全対策に注力し、その一環として郵送による出品者の住所確認を開始。利用者および出品数は順調に伸び、ストア数の増加に伴いビジネスサービス売上も増加したが、不正な出品に対する取り締まりをより一層強化したことにより取扱高は横ばいとなった
- Yahoo! BB事業部では、当四半期より顧客獲得インセンティブの計上時期、方法を変更したことにより、ビジネスサービス売上が減少。新規会員向け電話加入権セット販売等のキャンペーンを行い会員数増加に努めたが、ソフトバンクBB(株)における「Yahoo! BB」顧客情報流出の影響もあり、獲得会員数は微増。広告売上およびISP料金収入は増加したが、売上高合計は横ばいとなった
- ショッピング事業部では、引き続き、取扱商品数の大幅な拡充に努め、出店ストアの獲得に注力した。その結果、2004年6月末のストア数は2,039店舗と2004年3月末に比べて415店舗(25.6%増)増加し、四半期取扱高は15,132百万円から16,379百万円へ増加した

2004年度 第1四半期決算 (連結ベース)

ご注意:

■ 2001年度第2四半期より連結決算を開始しているため、それ以前の数字は単体の数字となっていますので、ご注意ください。

※ 当四半期末の連結子会社

- | | |
|-------------------|---------------------|
| ◆ イー・グループ(株) | ◆ イー・ショッピング・ボックス(株) |
| ◆ (株)インディバル | ◆ (株)エッグアイ |
| ◆ ジオシティーズ(株) | ◆ (株)ネットジーン |
| ◆ (株)ネットラスト | ◆ (株)ボックス |
| ◆ ブライダルコンシェルジェ(株) | ◆ (株)ブライダルネット |
| ◆ ブロードキャスト・コム(株) | ◆ ユニセプト(株) |
| ◆ ワイズ・インシュアランス(株) | ◆ ワイズ・エージェンシー(株) |
| ◆ ワイズ・スポーツ(株) | |

※ 当四半期末の持分法適用会社

- | | |
|---------------------|-------------|
| ◆ (株)インテージ・インタラクティブ | ◆ (株)たびゲーター |
|---------------------|-------------|

2004年度 第1四半期損益計算書

	2004年4-6月	2003年4-6月	増減率
売上高 (百万円)	24,495	15,564	57 %
売上原価 (百万円)	1,556	1,202	30 %
売上総利益 (百万円)	22,938	14,362	60 %
営業利益 (百万円)	13,470	8,433	60 %
経常利益 (百万円)	13,516	8,257	64 %
四半期純利益 (百万円)	8,311	4,539	83 %
EPS (円)	2,203	4,818	-54 %
発行済株式数(期中平均)	3,772,171	942,091	300 %
遡及修正後EPS (円) ※	2,203	1,204	83 %
完全希薄化後 EPS(円)	2,195	4,807	-54 %
完全希薄化後株式数	3,786,045	944,190	301 %
遡及修正・完全希薄化後 EPS (円) ※	2,195	1,201	83 %

* 2003年11月と2004年5月に1:2の株式分割を行っています

* ※の数字は、株式分割を遡及修正しています

* 発行済株式数・完全希薄化後株式数は自己株式を除いています

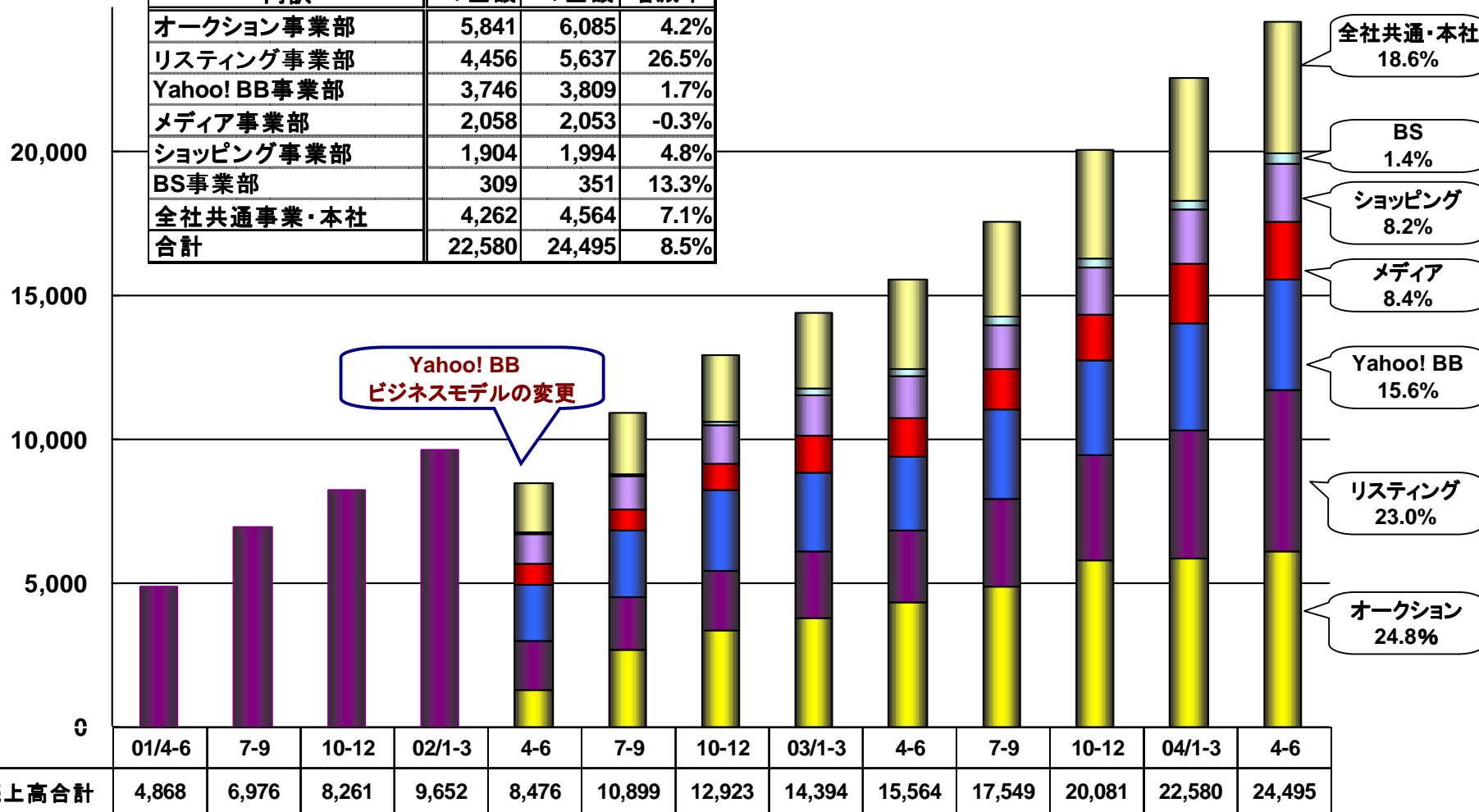
四半期売上高推移

2004年度 第1四半期 売上高内訳

単位:百万円

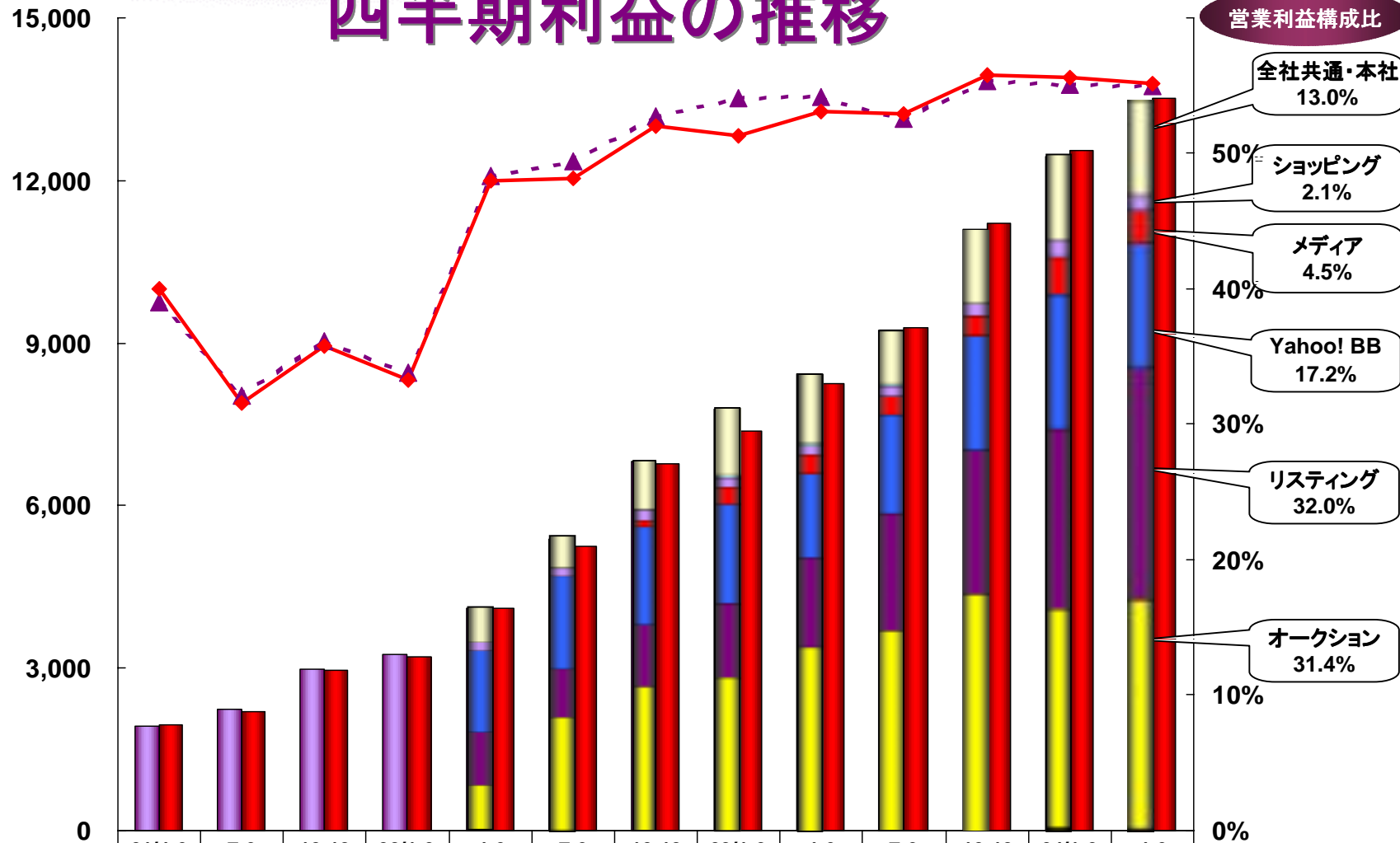
内訳	4Q 金額	1Q 金額	増減率
オークション事業部	5,841	6,085	4.2%
リスティング事業部	4,456	5,637	26.5%
Yahoo! BB事業部	3,746	3,809	1.7%
メディア事業部	2,058	2,053	-0.3%
ショッピング事業部	1,904	1,994	4.8%
BS事業部	309	351	13.3%
全社共通事業・本社	4,262	4,564	7.1%
合計	22,580	24,495	8.5%

売上高構成比



単位: 百万円

四半期利益の推移



	01/4-6	7-9	10-12	02/1-3	4-6	7-9	10-12	03/1-3	4-6	7-9	10-12	04/1-3	4-6
営業利益	1,921	2,240	2,983	3,261	4,094	5,382	6,807	7,788	8,433	9,227	11,106	12,443	13,470
経常利益	1,946	2,202	2,956	3,212	4,107	5,251	6,782	7,382	8,257	9,285	11,206	12,559	13,516
売上高営業利益率	39%	32%	36%	34%	48%	49%	53%	54%	54%	53%	55%	55%	55%
売上高経常利益率	40%	32%	36%	33%	48%	48%	52%	51%	53%	53%	56%	56%	55%

費用構成の推移

単位:百万円

	04/1Q	構成比	03/1Q	前年同期比 増減率	03/4Q	前四半期比 増減率
販管費合計	9,468	100.0%	5,928	59.7%	8,628	9.7%
人件費	2,070	21.9%	1,379	50.1%	1,915	8.1%
業務委託費	1,269	13.4%	676	87.5%	992	27.9%
販売手数料	953	10.1%	665	43.4%	928	2.7%
通信費	840	8.9%	640	31.2%	805	4.3%
減価償却費	820	8.7%	578	41.9%	923	-11.2%
ロイヤルティ	638	6.7%	399	59.6%	583	9.4%
情報提供料	526	5.6%	405	29.6%	444	18.4%
賃借料・水道光熱費	480	5.1%	259	85.1%	348	37.6%
販売促進費	436	4.6%	242	79.8%	276	57.8%
支払手数料	245	2.6%	105	132.0%	206	19.1%
補償金	123	1.3%	80	53.8%	145	-15.1%
貸倒引当金繰入額	104	1.1%	-	n.a.	197	-47.0%
連結調整勘定償却	51	0.5%	16	207.4%	49	2.5%
その他	907	9.5%	477	89.9%	809	12.1%

主な前四半期比増減要因

人員の増加

派遣社員費用、
Yahoo! BBコールセンター費用等

年度の更新による資産簿価の洗い替え

検索サービスの拡充

オフィスの増床

Yahoo! BB各種キャンペーン等

貸倒実績率の見直し

2004年度第1四半期貸借対照表

単位:百万円

主な科目	2004年6月末	2004年3月末	増減	主な増減要因
<資産の部>				
流動資産	56,796	55,726	1,070	
現預金	40,251	39,643	607	営業活動による収入の増加
売掛金	14,127	12,847	1,280	売上高の増加
貸倒引当金	-811	-733	-77	個人向け売上債権の増加
固定資産	29,537	26,683	2,853	
有形固定資産	8,903	8,075	827	サーバー等の設備の増加
投資有価証券	10,689	9,194	1,495	保有株式の時価評価による増加
長期貸付金	5,889	5,915	-26	
資産の部合計	86,333	82,410	3,923	
<負債の部>				
流動負債	13,523	19,563	-6,039	
未払金	5,236	4,181	1,055	営業費用の増加
未払法人税等	4,948	11,688	-6,739	法人税の納付
固定負債	3,486	2,772	713	
負債の部合計	17,009	22,335	-5,326	
<少数株主持分>				
少数株主持分	310	267	42	
<資本の部>				
資本金	6,438	6,399	38	ストックオプションの行使
資本剰余金	1,519	1,480	38	
利益剰余金	55,250	47,066	8,184	利益の増加
資本の部合計	69,013	59,806	9,207	
負債・少数株主持分 及び資本合計	86,333	82,410	3,923	

2004年度第1四半期キャッシュ・フロー

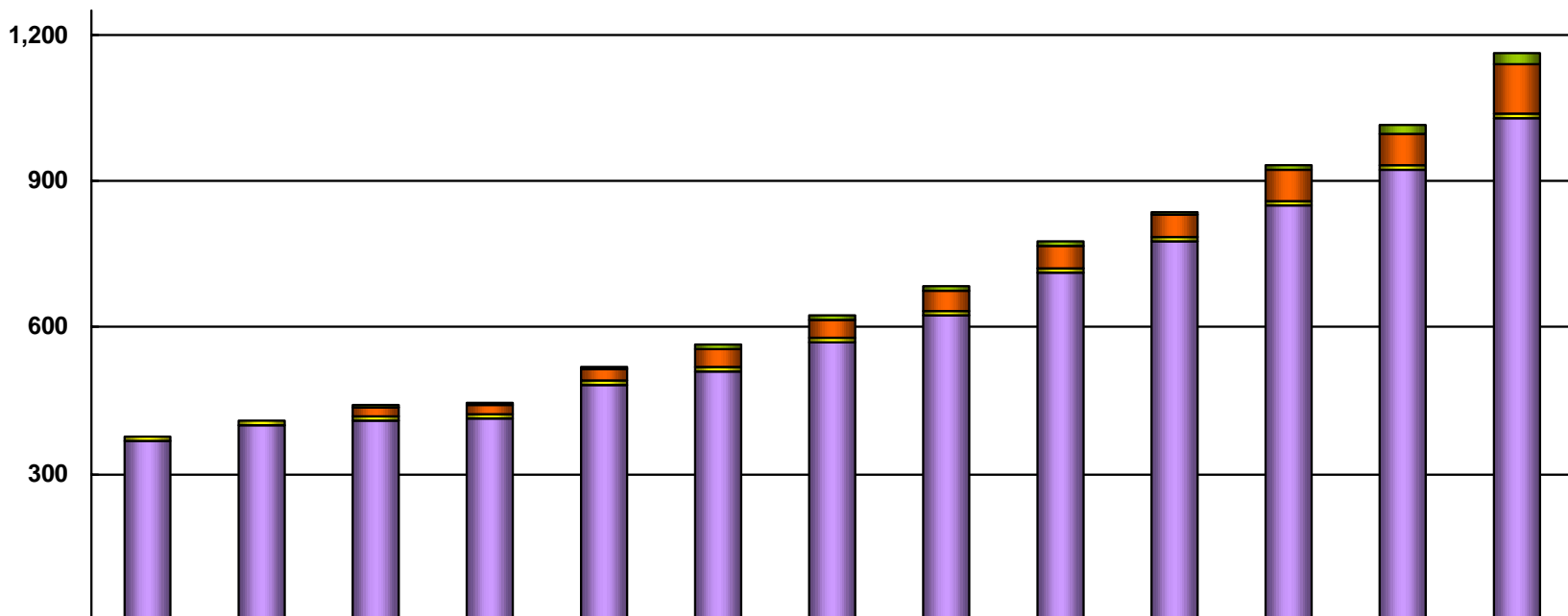
単位:百万円

主な項目	2004年4-6月	主な増減要因
<u>営業活動によるキャッシュ・フロー</u>	<u>2,387</u>	
税金等調整前四半期純利益	13,786	税引前四半期純利益の増加
減価償却費	833	
貸倒引当金の増加	107	
売上債権の増加	-1,208	売上の増加
受取利息及び受取配当金	-182	
その他営業債権・債務	1,313	
法人税等の支払	-11,602	
<u>投資活動によるキャッシュ・フロー</u>	<u>-1,245</u>	
固定資産の購入	-1,784	サーバー等の購入
利息及び配当金の受取額	148	Yahoo! BB事業に関するファイナンススキームに基づく利息
<u>財務活動によるキャッシュ・フロー</u>	<u>65</u>	
新株式の発行による収入	76	ストックオプションの行使
<u>キャッシュ・フロー増加額</u>	<u>1,207</u>	

役職員数の推移

(四半期末人員数)

単位:人



■ 上記の子会社役員・従業員数はYahoo! JAPANとの兼任および出向者を含んでいません

2004年度第1四半期見通しのレビュー

売上高実績値は見通しのレンジ内となったが、セキュリティ対策を優先的に
行ったことによる一部の案件の見直しにより、販管費の増加が見込みを
下回った。その結果、経常利益・四半期純利益は下記の通りレンジの
上限を上回った

単位:百万円

(連結ベース)	2004年度第1四半期 (実績)	2004年度第1四半期 (見通し)
売上高	24,495	22,600～24,800
経常利益	13,516	11,400～12,900
四半期純利益	8,311	6,850～ 7,750

主な要因:

- データセンターの増床:増床のタイミングが2Qへずれ込んだ
- 減価償却費:サーバー/ネットワーク機器等の設備投資が予定より少なかった
- 固定資産関連費用:販管費として見込んでいた増床等による一部設備やソフトウェア等の増加分を資産として計上した
- オークション本人認証強化に伴う費用:内容見直しにより、費用総額が減少した

2004年度第2四半期見通し

2004年度第2四半期には、新たに2-5億円が販管費として発生することが見込まれる。主な項目は、セキュリティ対策費用、データセンター増床にかかる費用、オリンピック関連費用、ポイントシステム導入にかかる費用等

単位：百万円

2004年7月21日現在 (連結ベース)	2004年度第1四半期 (実績)	2004年度第2四半期 (見通し)
売上高	24,495	25,000～27,000
経常利益	13,516	13,200～14,700
四半期純利益	8,311	7,950～ 8,850

* 当グループを取り巻く事業環境は短期的に大きく変動する可能性があり、通期の業績見通し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います。従いまして、当グループは四半期ごとに業績発表を行い、併せて次四半期の業績見通しのみを公表することとします

事業部別報告

Yahoo! JAPAN 事業部概要

オークション事業部

個人間の商品の売買、法人による商品の競売等の場を提供。
決済手段の提供

リスティング事業部

情報掲載サービス、地域情報サービス、検索サービス。
スポンサーサイトを含む

Yahoo! BB 事業部

Yahoo! BB 顧客獲得業務、ISPサービス、
Yahoo!メール 等の提供

メディア事業部

情報発信サービス: 利用者が必要とするサービス・コンテンツを
有料・無料で提供

ショッピング事業部

多彩で良質な店舗・商品が揃うオンライン・ショッピング・サイトを
提供

ビジネスソリューション(BS)
事業部

Yahoo! JAPANが培ってきたノウハウや技術を活かした
企業向けサービスの提供

全社共通・本社

Yahoo! JAPANのトップページおよび当社の各種サービスに係る
Yahoo!プレミアムに伴う損益と本社の損益を合算

オークション事業部

- 利用者層および出品数は順調に伸び、ストア数の増加に伴いビジネスサービス売上も増加したが、不正な出品に対する取り締まりをより一層強化したことにより取扱高は微増に留まった
- 6月22日より、郵送による出品者の住所確認を開始し、詐欺や不正出品等の抑制を目指した。また、(社)日本音楽事業者協会と共に肖像権侵害撲滅キャンペーンを実施するなど、偽造品・不正出品の削除を積極的に推進
- より多くのYahoo! BB会員にオークションを体験してもらうため「Yahoo! BB会員限定Yahoo!プレミアム会員費無料キャンペーン」を6月1日より開始するなど、各種キャンペーンを実施した
- 7月15日より東京都主税局と共に全国で初の「インターネット公売」を開始

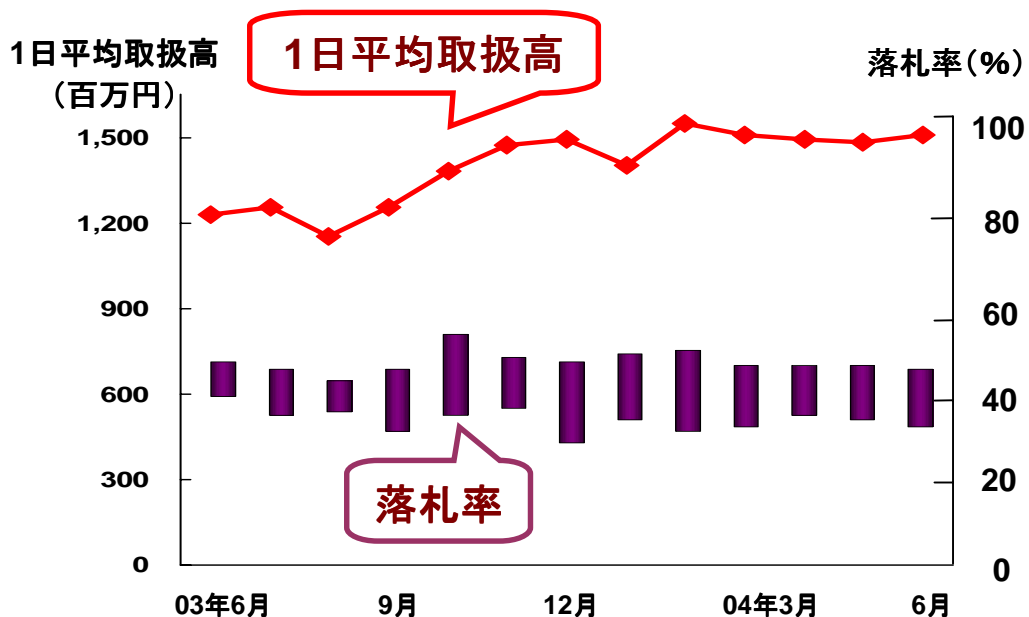
<今後の施策>

- 中長期的な成長を目指して、取り締まり強化と安全対策を行い、「より一層安心して利用できるオークションサイト」を目指す
- システム増強とツール改善を引き続き行い、利用者にとって便利なオークションサイトを目指す
- 様々なキャンペーンやプロモーション、オフラインでのPR活動等を通じ、積極的に初心者を取り込みを行う
- 東京都主税局との公売オークションを軸に、他自治体にも同様のサービスの提供を目指す

オークション事業部

2004年6月 オークションデータ

◆ 平均総出品数	約 660万件	◆ 1日平均新規出品数	約 53万件
◆ 1日平均取扱高(*)	約 15.0億円	◆ 1件当たり平均落札額	5,798円
◆ 落札率	34-49%	◆ ユニークブラウザ数	1,767万ブラウザ
◆ ストア数(月末)	2,619店舗	(*) 1日平均取扱高はキャンセル等発生前の数字です	



■ 夏期・年末年始休暇等の時期には、取扱高・落札率が減少する傾向があります

リスティング事業部

情報掲載: 情報掲載料の拡大を目指し、各サービスに最適な課金モデルの導入を図る

- * リクルートとの提携による求人サイト・Yahoo!リクナビが好調に推移
- * 各サービスにおける情報掲載契約を見直し、実態に即した課金体系を構築した

検索: より良い検索サービスの提供、スポンサーサイトの活性化、Yahoo! JAPANが提供するサービスのハブとしての機能を向上させる

- * スポンサーサイト売上は引き続き好調。2004年6月1日より、スポンサーサイトにおけるGoogleとの提携を終了し、パートナーをOverture 1社に絞った
- * 2004年6月1日よりロボット検索をGoogleからYST(Yahoo! Search Technology)に切替
- * 「画像検索」「動画検索」「音声検索」を追加 / Yahoo!辞書(国語・英和・和英)もリニューアル

地域情報: 地域系販売チャネルの開拓、ターゲットを絞った広告商品の開発

- * Yahoo!グルメをリニューアル / Yahoo!地図情報の検索強化

<今後の施策>

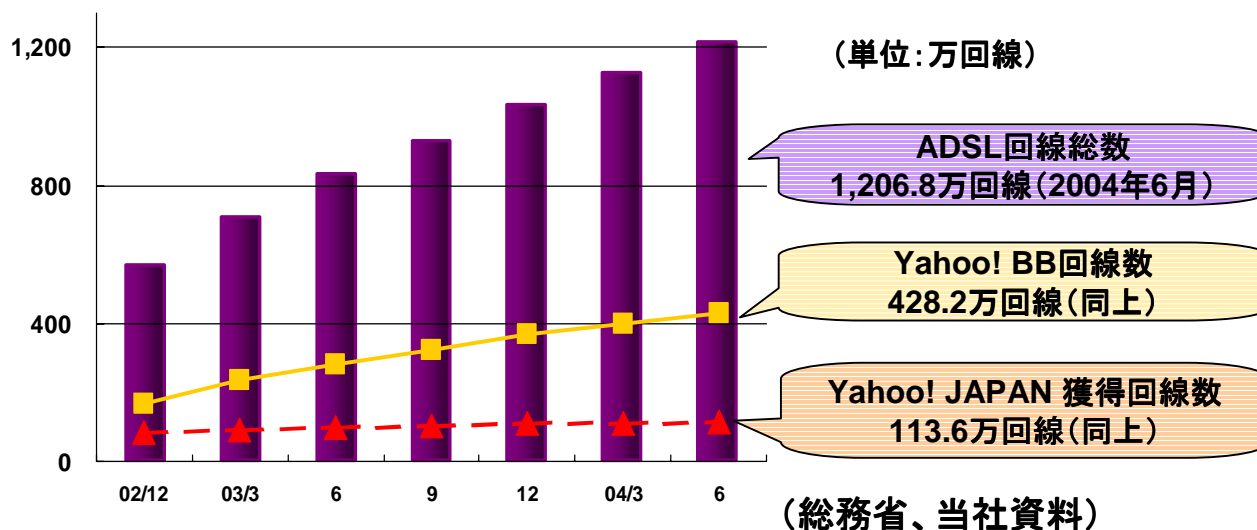
- Yahoo!リクナビにおけるリクルートとの提携の成功を軸に、情報掲載ビジネスモデルの改革を図る
- スポンサーサイトにおいて、提携先のOvertureと共に、当社が提供する各サービスと一層強く連携させることにより、売上の拡大を目指す

Yahoo! BB事業部

- 今四半期より顧客獲得インセンティブの計上時期・方法を変更したことにより、ビジネスサービス売上は減少。広告売上およびISP料金収入は増加したが、売上高合計は横ばい

<今後の施策>

- 徹底した市場分析を行うことにより、新規顧客層の拡大を目指す
- オリンピック関連イベント「がんばれ！ニッポン！」、Yahoo!メールのサービス充実、Yahoo! BB会員向け「Yahoo!プレミアム会員費無料キャンペーン」等を通じ、会員価値の向上を目指す



メディア事業部

- 以前は、Yahoo!ニュースのトピックスにおいてスーパーバナーを利用しインプレッション効果を狙ったプロモーションを展開してきた広告主の一部が、よりリーチ指向の強いYahoo!ビルボードを利用し始めたため、メディア事業部の広告売上が減少
- 有料コンテンツはYahoo!ファイナンスVIP倶楽部・占い等を中心に、売行きが好調

<今後の施策>

- ページビューやユニークユーザー数を増加させ、メディアパワーを増大させるため、利用者にとって有用なサービス・コンテンツを提供する
- 広告主にとって魅力的な新商品を開発し、広告売上の拡大を図る
- 有料コンテンツ・サービスの追加により、パーソナルサービス売上の増大を目指す

ショッピング事業部

Yahoo!ショッピング:「品揃えを充実させるために、より広く店舗を誘致する」戦略を継続。シークレットセール機能やランキングコンテンツを追加。また、コンサルティングチームを増員するなど、ストアへのサポートを強化。その一環としてマーチャントの売上増大につながる各種セミナー(有料・無料)を開催

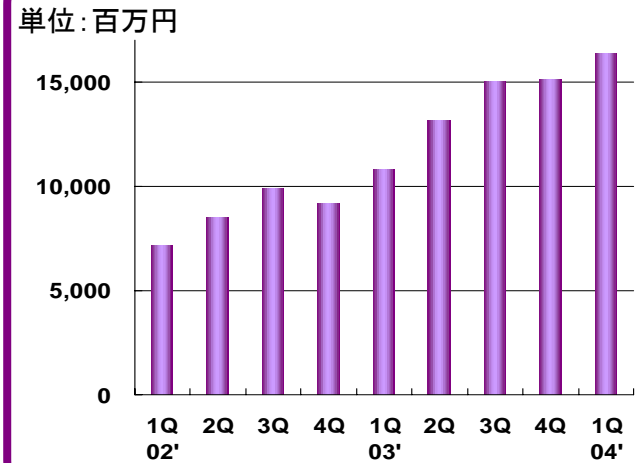
書籍販売: サイトのリニューアルを行うと共にコンテンツを充実させ、購買者の利便性を高めた

旅行: 国内宿泊予約の検索機能の改善、各種特集等に取り組み、夏期需要への対策を講じた

<今後の施策>

- スタア出店プラン見直しにより、より多くのストアの誘致を図る
- 書籍販売においては、引き続きサイトのリニューアルを行い、付加価値を高める。また、他プロパティとの連動を強化する
- Yahoo!ビジネストラベルの充実を図り顧客の利用頻度の上昇を図ることにより、Yahoo!トラベル全体の認知度上昇および利用促進を目指す

ショッピング事業 取扱高の推移



※ Yahoo!トラベルおよびeS!ブックスの取扱高が含まれています

ビジネスソリューション(BS)事業部

- 包括的な提案営業の推進を目指し、2004年4月より営業部隊を法人営業本部に移管

Yahoo!ポータルソリューション:

- * (株)レオパレス21、千葉県市川市のサイトが公開
- * サイボウズ(株)と提携し、同社が提供する企業向けグループウェアとの連携システムを開発、営業を開始

Yahoo!リサーチ:

- * 「Yahoo!リサーチ」「Yahoo!リサーチコンパクト」等が好調
- * リサーチ・モニターの拡充に注力。モバイル・モニターを含め27万モニターを確保(2004年6月末現在)

<今後の施策>

- リサーチ営業専門部隊を拡充。また、ソリューション営業部によりYahoo!ポータルソリューションと他ビジネスサービスのクロスセル活動を展開する



全社共通事業 プレミアム会員数の推移

2004年度第1四半期中に実施したプレミアム会員拡大のための施策

Yahoo!BB会員限定プレミアム会員費無料キャンペーン

Yahoo!ショッピング:会員限定バーゲンセール

「世界の中心で、愛をさけぶ」とタイアップ:会員鑑賞割引クーポンプレゼント

「デイ・アフター・トゥモロー」試写会・劇場鑑賞券プレゼント

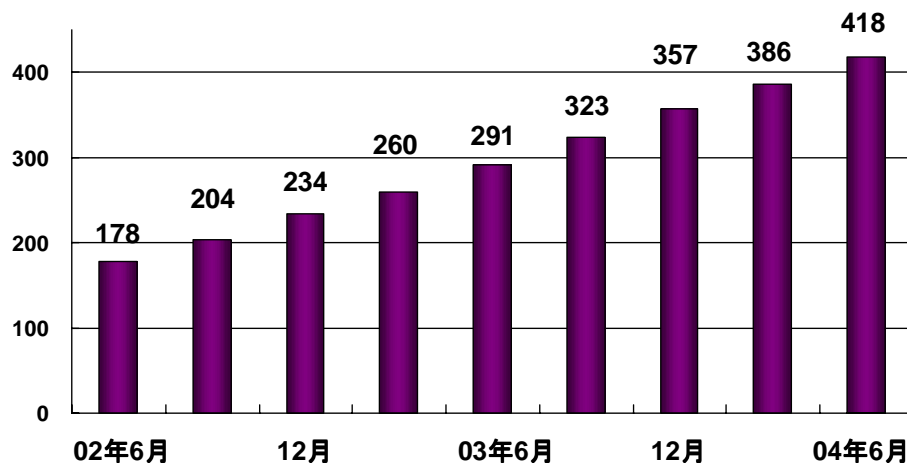
Yahoo!インターネット検定:会員限定スキル判定無料キャンペーン

会員限定「新造人間キャシャーン」動画配信

その他会員限定プレゼント等

単位:万 ID

プレミアム会員数の推移(月末)

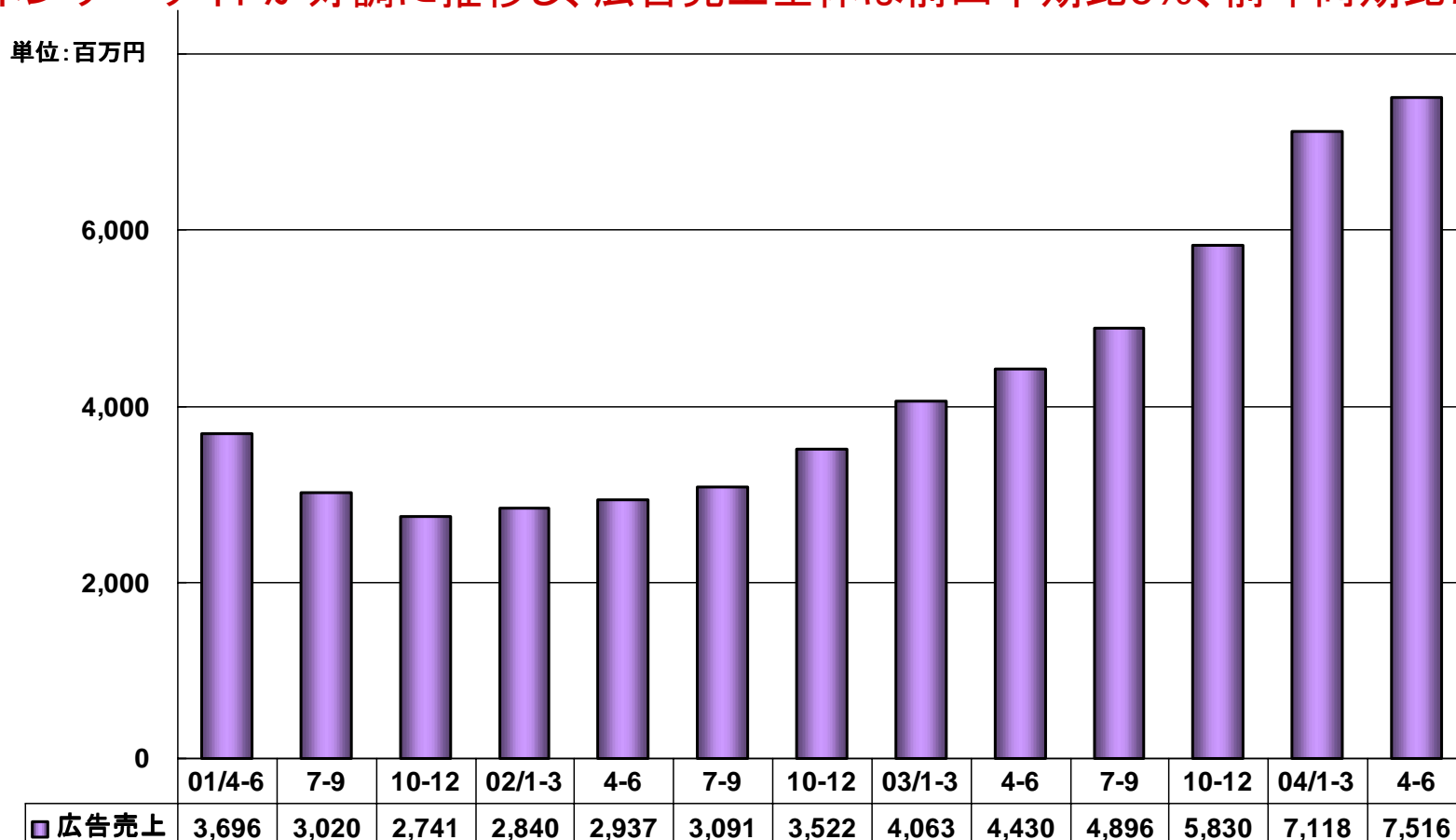


* 従来の「本人確認登録ユーザー」は「プレミアム会員」に含まれます

広告関連売上のまとめ

広告関連売上の推移

マス媒体の広告売上が比較的弱い第1四半期の季節性に影響されたが、スポンサーサイトが好調に推移し、広告売上全体は前四半期比6%、前年同期比70%増加



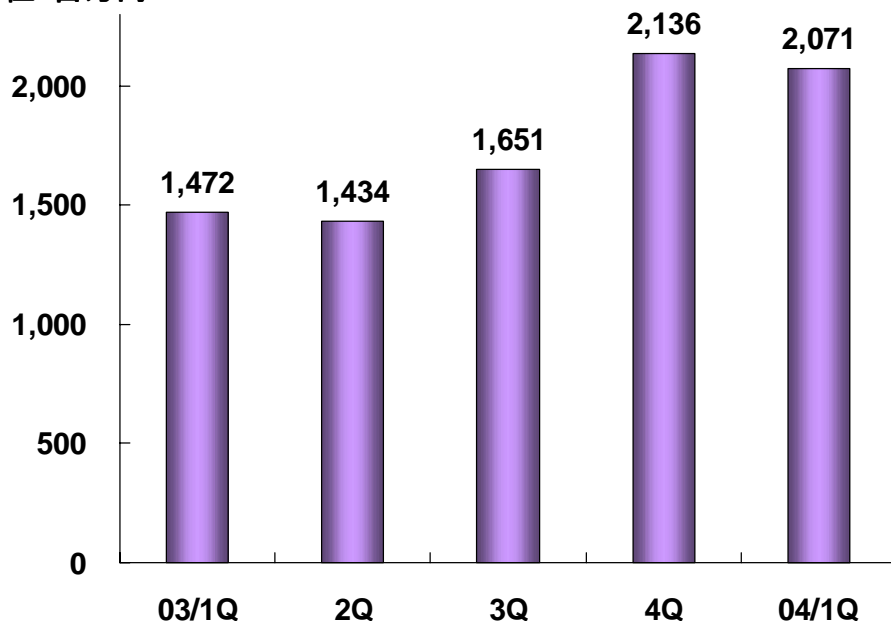
- 2001年10-12月より連結ベースとなっています
- 上記はスポンサーサイトを含んでいます

ナショナルクライアントの動向

ナショナルクライアントからの出稿額は前四半期比で4%程度増加したが、対象企業の入替えがあったため、下記グラフでは減少

ナショナルクライアントからの出稿額： 2,136百万円(03/04Q) → 2,071百万円(04/1Q)

単位：百万円



■上記はスポンサーサイトを含んでいません

※ ナショナルクライアント

・日経広告研究所2002年
広告費用上位100社

NEW! ・ビデオリサーチ テレビ広告統計
2003年広告出稿
上位100社(関東)50社(関西)

NEW! ・MRS2003年新聞雑誌
広告費用上位各100社

に含まれる企業に、当社営業重点企業(大企業等)を加えたものを母数とする。ここに含まれる企業に政党および官公庁を加えた企業を当四半期のナショナルクライアント数とする。

広告売上高の業界別シェア

広告売上高の増加額が大きかった業界

- 金融・保険・証券
- 自動車・関連品
- 化粧品・トイレタリー

広告売上高の増加率が大きかった業界(*)

- 化粧品・トイレタリー
- 自動車・関連品
- エステ・美容

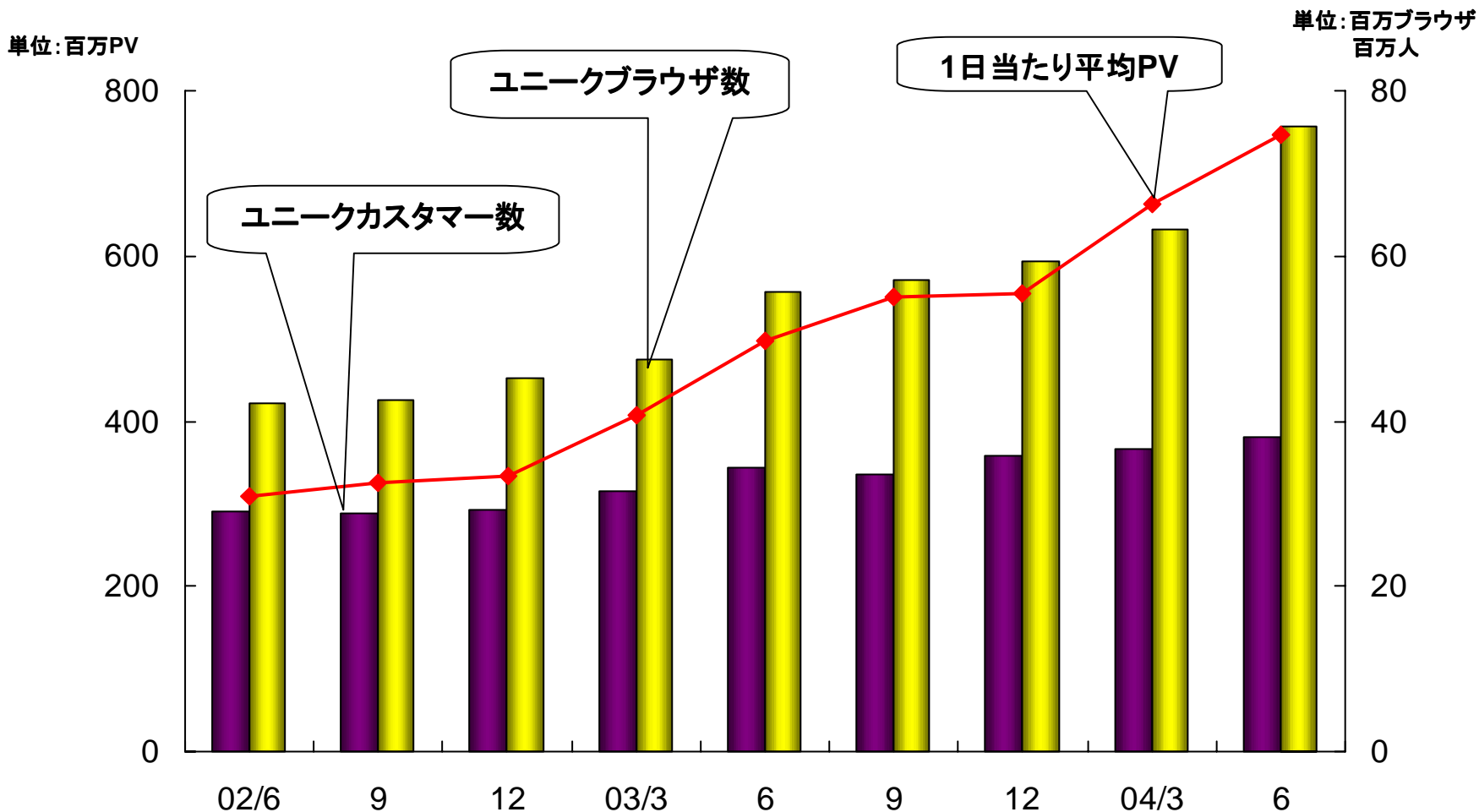
	03/1Q	2Q	3Q	4Q	04/1Q
金融・保険・証券	23.5%	22.3%	21.9%	21.2%	23.0%
各種人材サービス	12.2%	12.9%	13.0%	11.5%	10.8%
コンピュータ・コンピュータ関連・事務機器	6.8%	9.4%	9.2%	7.1%	7.8%
不動産・建設	5.3%	5.3%	4.8%	6.5%	6.3%
自動車・関連品(輸送用機器)	6.1%	5.4%	5.2%	4.7%	6.2%
通信販売会社	5.6%	6.9%	5.9%	5.6%	5.3%
インターネット情報サイト・メールサービス	5.2%	5.3%	5.3%	4.2%	4.2%
交通・レジャー	4.3%	5.6%	3.9%	4.5%	3.9%
飲料・嗜好品	2.6%	0.3%	1.9%	3.2%	3.6%
化粧品・トイレタリー	3.1%	1.6%	2.3%	2.7%	3.5%
各種教育サービス・大学等	5.0%	5.4%	4.3%	4.5%	3.3%
結婚情報関連会社	2.4%	2.6%	2.8%	3.3%	2.8%
エステ・美容	2.6%	2.5%	2.5%	1.9%	2.4%
その他	15.3%	14.5%	17.0%	19.1%	16.9%
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

■ 上記はスポンサーサイトを含んでいません

(*)「その他」に含まれる業界を除き、増加率の大きい順番で並べています

添付資料

Yahoo! JAPANページビュー・利用者数等の推移



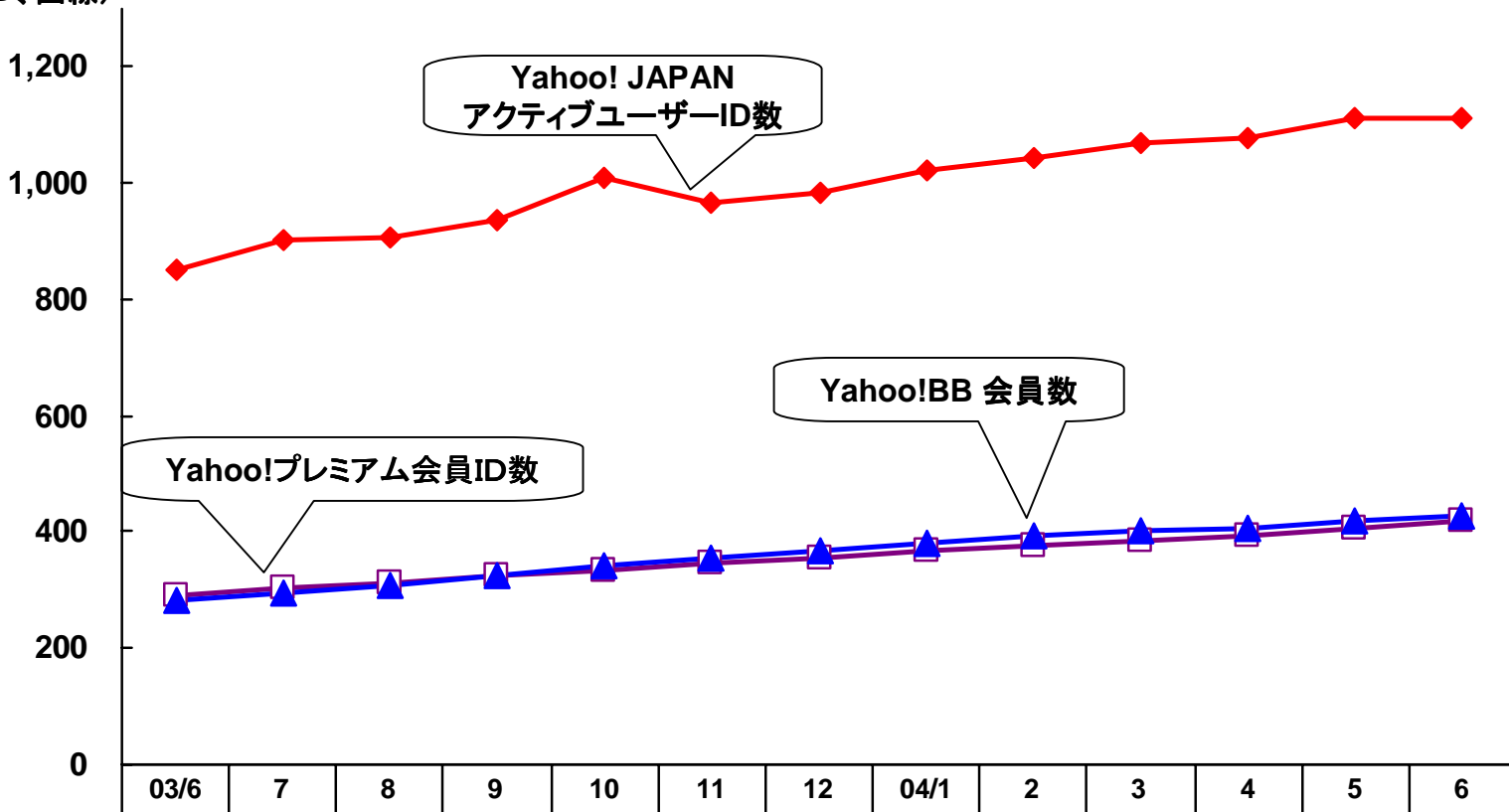
(当社/ネットレイティングス(株)調べ)

* ユニークブラウザ数: 当社サービスが閲覧されたブラウザ数を集計

* ユニークカスタマー数(単位: 人): Nielsen//NetRatings「NetView AMS JP」における家庭からのリーチ%、職場からのリーチ%というデータをもとに、NetRatings Japan「インターネット基礎調査」より家庭と職場からの重複率を用い、Yahoo! JAPANのユニークカスタマー数を推計

Yahoo! JAPAN 利用者数の推移

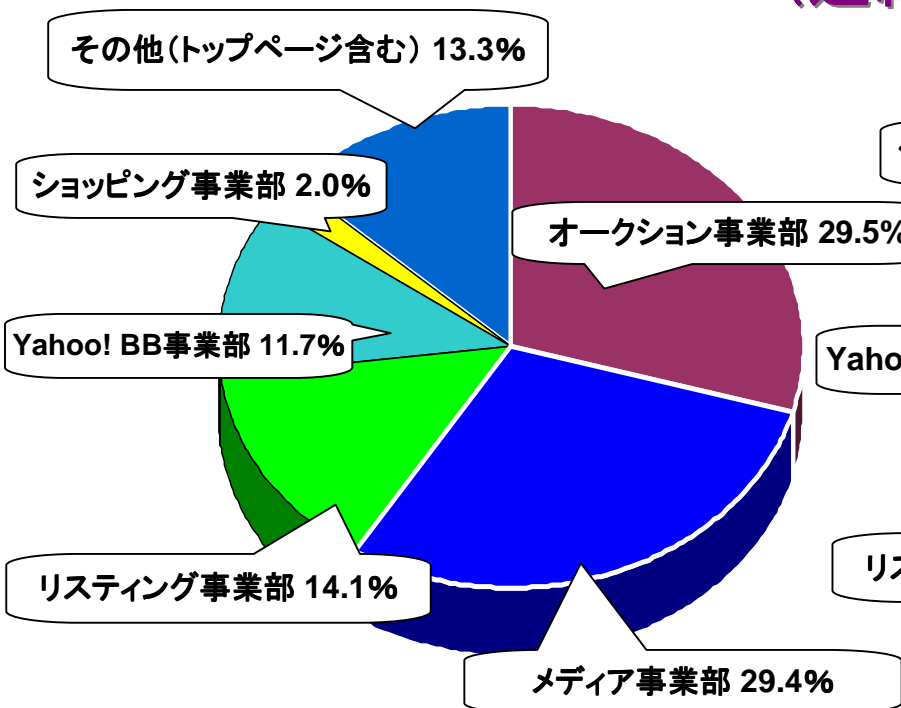
単位: 万 (ID、回線)



◆ アクティブユーザーID	850	902	907	938	1,008	966	985	1,021	1,042	1,069	1,076	1,113	1,112
□ Yahoo!プレミアム会員ID	291	302	312	323	335	347	357	368	378	386	394	405	418
▲ Yahoo! BB会員	282	296	309	325	340	355	369	382	393	400	408	419	428

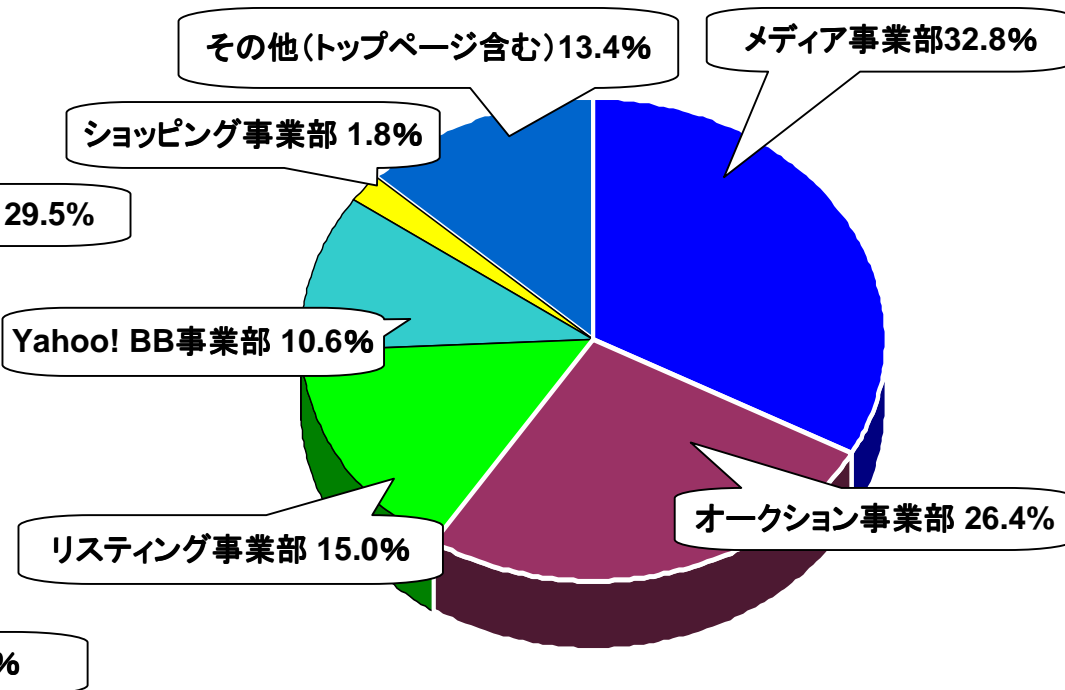
* アクティブユーザーID数 = 各月中にログインしたYahoo! JAPAN ID数

月間ページビュー構成比 (連結ベース)



合計 205.2億PV

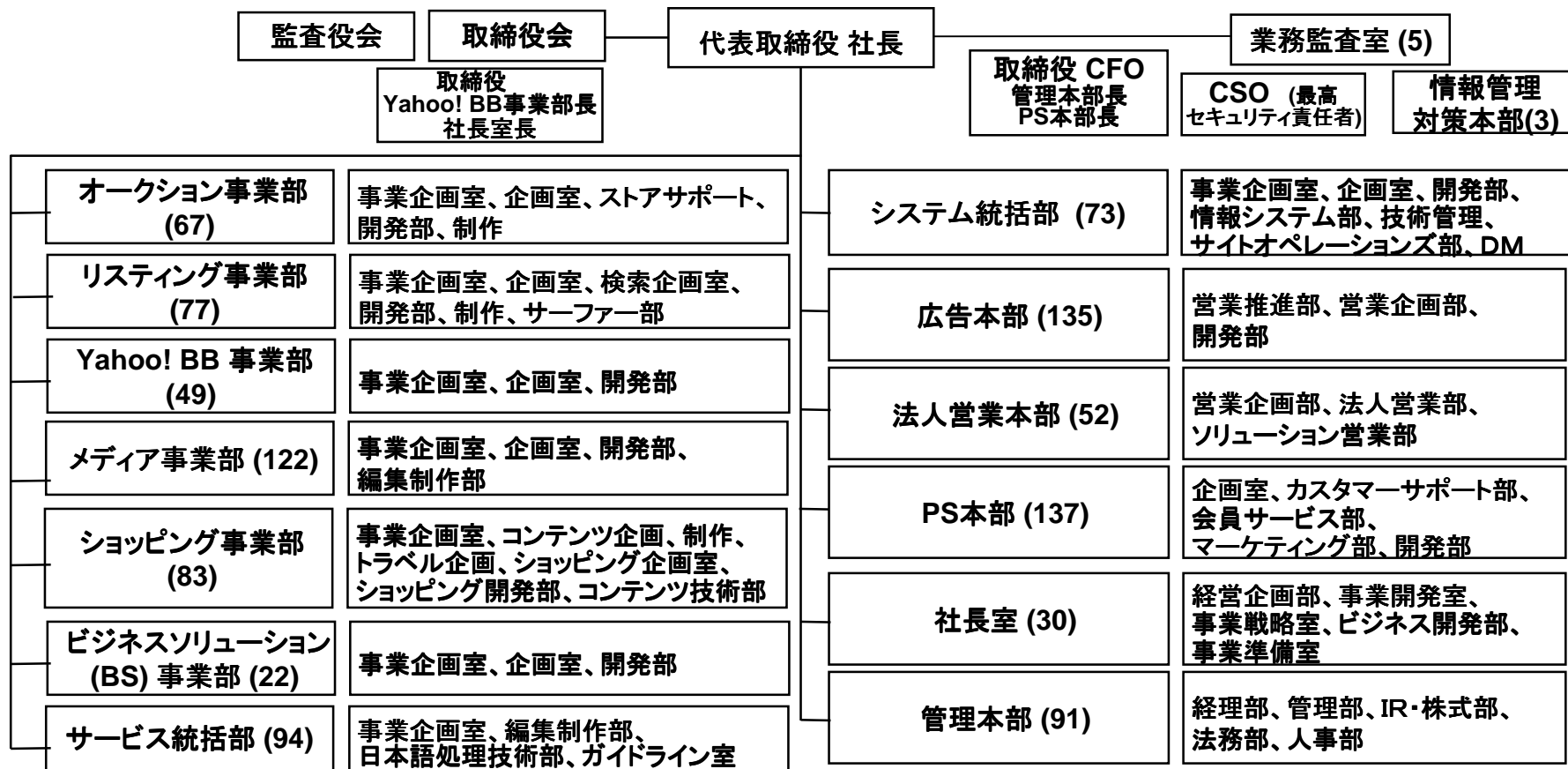
2004年3月



合計 224.1億PV

2004年6月

Yahoo! JAPAN 組織図



計1,041名 (2004年7月1日現在)

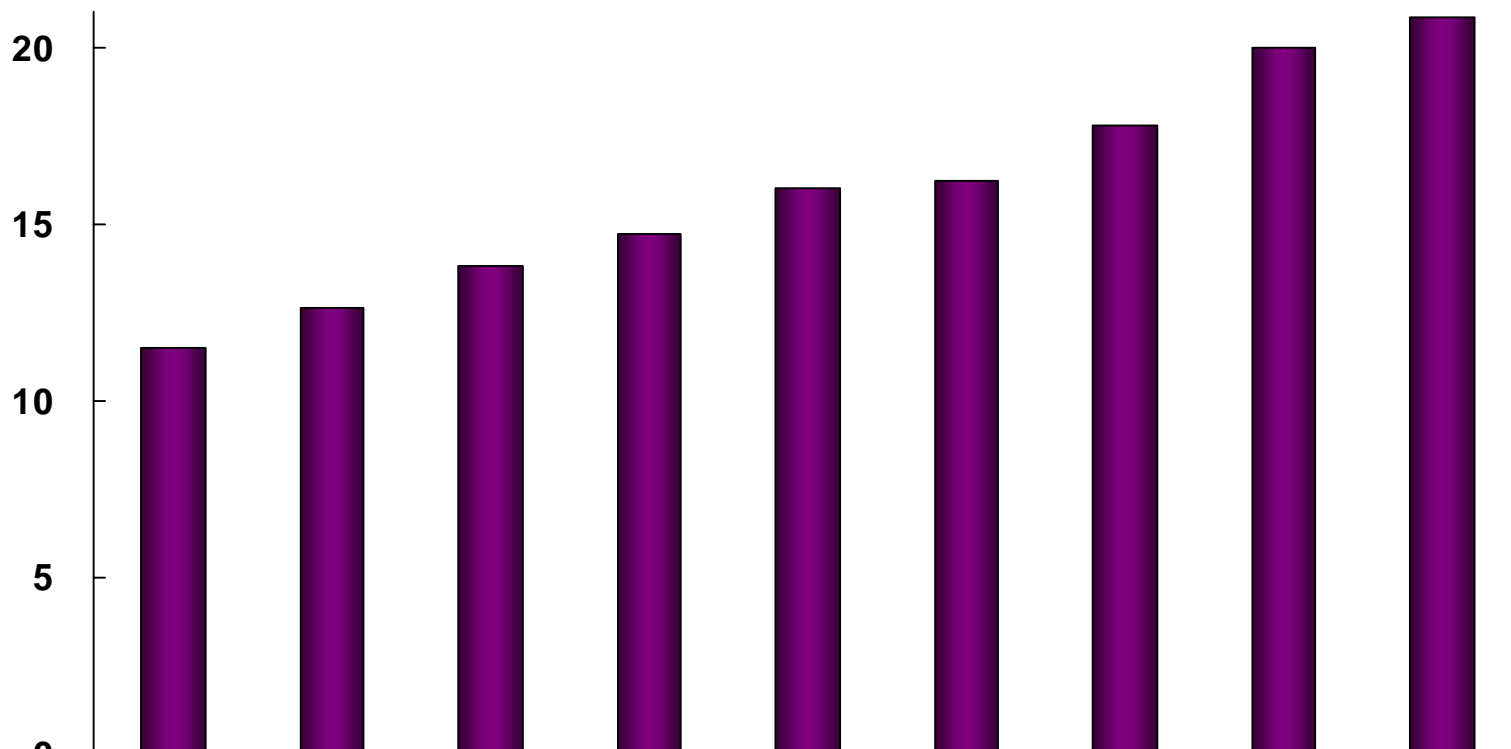
2004年度第1四半期 主要広告主

- 金融・保険・証券
 - アイフル
 - アリコジャパン
 - モビット
- 各種人材サービス
 - ディップ
 - 毎日コミュニケーションズ
- コンピュータ・コンピュータ関連・事務機器
 - デル
 - 日本アイ・ビー・エム
 - 日本ヒューレット・パッカード
- 不動産・建設
 - ダイア建設
 - 大京
- 自動車・関連品
 - トヨタ自動車
 - 本田技研工業
 - マツダ
- 通信販売会社
 - アマゾンジャパン
- インターネット情報サイト・メールサービス
 - ウェブクルー
 - カービュー
- 交通・レジャー
 - 日本航空システム
 - WOWOW
- 飲料・嗜好品
 - アサヒビール
 - 麒麟ビール
- 化粧品・トイレタリー
 - オルビス
- 各種教育サービス・大学等
 - エヌアイエス
 - ベネッセコーポレーション

■上記はスポンサーサイトを含んでいません

大規模出稿の月間平均出稿金額の推移 広告出稿上位50社平均出稿額

単位:百万円



■ 上位50社平均出稿額

■ 上記はスポンサーサイトを含んでいません

当社のWeb上のIR情報は、以下のURLをご参照ください。
<http://docs.yahoo.co.jp/info/investor/jp/>