



平成23年3月期 決算短信〔日本基準〕(連結)

平成23年4月22日
上場取引所 東 大

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

定時株主総会開催予定日 平成23年6月23日

配当支払開始予定日

有価証券報告書提出予定日 平成23年6月22日

決算補足説明資料作成の有無 : 有

決算説明会開催の有無 : 有 (証券アナリスト向け)

TEL 03-6440-6000
平成23年6月9日

(百万円未満切捨て)

1. 平成23年3月期の連結業績(平成22年4月1日～平成23年3月31日)

(1) 連結経営成績

(%表示は対前期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
23年3月期	292,423	4.5	159,604	11.0	160,218	11.8	92,174	10.4
22年3月期	279,856	5.3	143,825	6.8	143,360	7.9	83,523	11.8

(注) 包括利益 23年3月期 91,893百万円 (7.2%) 22年3月期 85,691百万円 (—%)

	1株当たり当期純利益	潜在株式調整後1株当たり 当期純利益	自己資本当期純利 益率	総資産経常利益率	売上高営業利益率
	円 銭	円 銭	%	%	%
23年3月期	1,589.53	1,588.43	26.6	36.0	54.6
22年3月期	1,438.23	1,437.03	30.7	39.3	51.4

(参考) 持分法投資損益 23年3月期 381百万円 22年3月期 △222百万円

(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	円 銭	百万円	円 銭	%	円 銭	円 銭	
23年3月期	471,745	6,593.20	385,105	5,335.79	81.1			
22年3月期	418,262	5,335.79	312,273		74.0			

(参考) 自己資本 23年3月期 382,384百万円 22年3月期 309,555百万円

(3) 連結キャッシュ・フローの状況

	営業活動によるキャッシュ・フロー	投資活動によるキャッシュ・フロー	財務活動によるキャッシュ・フロー	現金及び現金同等物期末残高
	百万円	百万円	百万円	百万円
23年3月期	67,580	11,630	△28,924	186,687
22年3月期	140,095	△7,356	△31,381	138,238

2. 配当の状況

	年間配当金					配当金総額 (合計)	配当性向 (連結)	純資産配当 率(連結)
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	合計			
	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	百万円	%	%
22年3月期	—	0.00	—	288.00	288.00	16,708	20.0	6.2
23年3月期	—	0.00	—	318.00	318.00	18,443	20.0	5.3
24年3月期(予想)	—	—	—	—	—		—	

(注) 平成24年3月期の配当予想は未定です。

3. 平成24年3月期の連結業績予想(平成23年4月1日～平成24年3月31日)

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。詳細は添付資料16ページをご覧ください。

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
新規 一社 (社名) 、 除外 一社 (社名)

(2) 会計処理の原則・手続、表示方法等の変更

- ① 会計基準等の改正に伴う変更 : 有
② ①以外の変更 : 無

(3) 発行済株式数(普通株式)

- ① 期末発行済株式数(自己株式を含む)
② 期末自己株式数
③ 期中平均株式数

23年3月期	58,177,294 株	22年3月期	58,118,909 株
23年3月期	180,433 株	22年3月期	103,955 株
23年3月期	57,988,737 株	22年3月期	58,073,889 株

※ 監査手続の実施状況に関する表示

この決算短信は、金融商品取引法に基づく監査手続の対象外であり、この決算短信の開示時点において、金融商品取引法に基づく財務諸表の監査手続は終了していません。

※ 業績予想の適切な利用に関する説明、その他特記事項

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。業績予想の前提となる条件及び業績予想のご利用にあたっての注意事項等については、添付資料16ページ「連結業績予想に関する定性的情報」をご覧ください。

平成24年3月期第1四半期の連結業績予想(平成23年4月1日～平成23年6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		四半期純利益		1株当たり 四半期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円	銭
第1四半期	70,400	△0.2	37,300	△0.8	37,700	0.3	22,200	2.5	382	83
	～73,900	～4.8	～39,600	～5.3	～40,000	～6.5	～23,600	～9.0	～406	98

本資料に記載されている業績見通しについては、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。業績予想に関する事項については、添付資料16ページ「連結業績予想に関する定性的情報」をご覧ください。

○添付資料の目次

1. 経営成績	2
(1) 経営成績に関する分析	2
(2) 財政状態に関する分析	11
(3) 連結業績予想に関する定性的情報	16
(4) 利益配分に関する基本方針及び当期・次期の配当	16
(5) 事業等のリスク	17
2. 経営方針	39
(1) 会社の経営の基本方針	39
(2) 目標とする経営指標	39
(3) 中長期的な会社の経営戦略	39
(4) 会社の対処すべき課題	41
3. 連結財務諸表	42
(1) 連結損益計算書及び連結包括利益計算書	42
(2) 連結貸借対照表	44
(3) 連結株主資本等変動計算書	46
(4) 連結キャッシュ・フロー計算書	48
(5) 継続企業の前提に関する注記	50
(6) 連結財務諸表作成のための基本となる重要な事項の変更	50
(7) 連結財務諸表に関する注記事項	51
(セグメント情報等)	51
(1株当たり情報)	53
(重要な後発事象)	54

※ 決算補足説明資料は平成23年4月22日(金)に当社ホームページ (<http://ir.yahoo.co.jp>) に掲載しております。

1. 経営成績

(1) 経営成績に関する分析

■通期のハイライト

・リスティング広告、ディスプレイ広告ともに前期比で売上を大きく伸ばすなど、サービス開始以来14期連続で増収増益を達成。

	前連結会計年度	当連結会計年度	増減(額)	増減(率)
売上高	2,798億円	2,924億円	125億円増	4.5%増
営業利益	1,438億円	1,596億円	157億円増	11.0%増
経常利益	1,433億円	1,602億円	168億円増	11.8%増
当期純利益	835億円	921億円	86億円増	10.4%増

当連結会計年度においては、急激な円高や厳しい雇用情勢など企業を取り巻く環境に不透明感が残りましたが、国内の広告市場は着実に回復に向かい、当グループにおいても、リスティング広告、ディスプレイ広告ともに広告出稿が拡大しました。加えて「Yahoo!ショッピング」の取扱高の伸びや、「Yahoo!不動産」などの情報掲載の売上拡大が寄与し、リサーチ事業を(株)マクロミルに承継したことによる減収があったものの前連結会計年度比で売上高が増加しました。また、売上原価が減少したほか、販売費及び一般管理費においては、販促活動をより積極的に展開したため広告宣伝費が増加したもののデータセンターの自己保有による運用体制の効率化によって通信費が減少したことなどにより、利益においてはいずれも1割を超える増加となり、サービス開始以来14期連続で増収増益を達成しました。

セグメント別の売上高・営業利益（平成22年4月～平成23年3月）

	前連結会計年度	当連結会計年度	増減(額)	増減(率)
メディア事業				
売上高	1,022億円	1,102億円	79億円増	7.8%増
営業利益	495億円	590億円	95億円増	19.2%増
BS事業				
売上高	714億円	767億円	53億円増	7.5%増
営業利益	323億円	385億円	62億円増	19.3%増
コンシューマ事業				
売上高	1,053億円	1,049億円	4億円減	0.4%減
営業利益	700億円	682億円	18億円減	2.7%減
調整額				
売上高	7億円	5億円	—	—
営業利益	△81億円	△62億円	—	—
合計				
売上高	2,798億円	2,924億円	125億円増	4.5%増
営業利益	1,438億円	1,596億円	157億円増	11.0%増

(注)1. 当連結会計年度より報告セグメントを変更しております。なお、前連結会計年度の売上高および営業利益につきましては、遡及修正した数値となります。

2. 調整額は、報告セグメントに属していない売上、セグメント間取引および全社費用です。

■メディア事業

- ・リスティング広告（広告会社経由）は、検索連動型広告、興味関心連動型広告ともに売上が拡大した。
- ・ディスプレイ広告は「ブランドパネル」の売上が大幅に拡大した。
- ・モバイル広告も大きく売上が増加、特にスマートフォン経由の広告売上が著しく伸長した。

当連結会計年度におけるメディア事業は、検索連動型広告において旅行、交通・レジャー、通信販売、化粧品・健康食品などの企業からの出稿が増加したほか、興味関心連動型広告についても引き続き出稿が増加した結果、リスティング広告（広告会社経由）全体の売上は、前連結会計年度と比較し拡大しました。ディスプレイ広告においては、金融・保険、自動車、インターネット情報サービスの企業などに加えて、食品などの消費財を取り扱う企業からの広告出稿も伸びました。商品別では、「ブランドパネル」の売上が前連結会計年度と比較して大幅に拡大したほか、「プライムディスプレイ」の売上も前連結会計年度比で増加しました。また、ターゲティング広告の売上も前連結会計年度比で拡大しました。さらに、モバイル広告についても検索連動型広告、ディスプレイ広告ともに前連結会計年度と比較して売上が拡大し、特にスマートフォンにおいて自動車関連やファッション関連企業からの広告出稿が著しく伸長しました。映像配信サービスを提供する(株)GyaOは、当連結会計年度において黒字化を達成しました。

以上の結果、当連結会計年度のメディア事業の売上高は1,102億円（前連結会計年度比7.8%増）、営業利益は590億円（前連結会計年度比19.2%増）となり、全売上高に占める割合は37.7%となりました。

■BS事業

- ・リスティング広告（オンライン経由）の売上が大きく拡大した。
- ・不動産、求人の回復基調が続き、情報掲載サービスの売上が増加した。
- ・データセンター関連では、クラウドコンピューティングサービスの売上が伸びた。

当連結会計年度におけるBS事業は、リスティング広告（オンライン経由）において、広告掲載面の健全化による減収要因があったものの、全国主要都市でのセミナー開催やオンライン代理店の増加も寄与し、中小企業を中心とした広告出稿が拡大したことにより売上が前連結会計年度比で大きく伸びました。また、情報掲載サービスでは、「Yahoo!不動産」において注文物件情報や新築物件の掲載が増加したほか、「Yahoo!リクナビ」において転職情報やアルバイト情報の掲載が増加するなど、回復基調が年度を通じて継続し、売上も前連結会計年度比で増加しました。データセンター関連では、平成22年4月から本格的に販売を開始した(株)IDCフロンティアのクラウドコンピューティングサービス「NOAHプラットフォームサービス」の売上が伸びました。

以上の結果、当連結会計年度のBS事業の売上高は767億円（前連結会計年度比7.5%増）、営業利益は385億円（前連結会計年度比19.3%増）となり、全売上高に占める割合は26.2%となりました。

■コンシューマ事業

- ・「Yahoo!ショッピング」の取扱高が過去最高となった。特にモバイル経由の取扱高は大幅に増加した。
- ・「Yahoo! Mobage(ヤフー・モバゲー)」および「戦国IXA」を新たに開始し、収益機会の拡大を図った。

当連結会計年度におけるコンシューマ事業は、「Yahoo!ショッピング」において、「Yahoo!ポイント」と連携したさまざまな販促企画を展開するなど利用の拡大に努めた結果、当連結会計年度の「Yahoo!ショッピング」の取扱高が過去最高となりました。特に、スマートフォンを含めたモバイル経由の取扱高は前連結会計年度と比較して大幅に拡大しました。「Yahoo!プレミアム」においては、新規会員獲得に向けたキャンペーンを展開したことなどにより、当連結会計年度末のYahoo!プレミアム会員ID数は前連結会計年度末比で9万ID増の768万IDとなり、売上も前連結会計年度と比較して増加しました。「Yahoo!オークション」においては、全体の取扱高が前連結会計年度と比較してわずかに減少しましたが、モバイル経由の取扱高は前連結会計年度比で1割超増加し、特にスマートフォンでの利用が大きく伸びました。ゲーム関連サービスでは、「Yahoo! Mobage(ヤフー・モバゲー)」および「戦国IXA」を新たに開始し、収益機会の拡大を図りました。PC上のソーシャルゲームプラットフォームである「Yahoo! Mobage(ヤフー・モバゲー)」では、利用者数が300万人を超えました。

以上の結果、当連結会計年度のコンシューマ事業の売上高は1,049億円（前連結会計年度比0.4%減）、営業利益は682億円（前連結会計年度比2.7%減）となり、全売上高に占める割合は35.9%となりました。

■その他の主なトピックス

- ・スマートフォン、スマートパッド対応を強化し、各サービスの最適化やアプリの提供などを行った。

- ・Yahoo! JAPANトップページや主要サービスのiPhone、Android端末への最適化を実施するとともに、iPhone向け「Yahoo!ヘッドライン」や、iPadおよびiPhone向け「Yahoo!コミック」、「Gya0!」アプリなどの提供を開始。
- ・平成22年11月に「Gya0!」の月間再生回数が初めて1億回を突破。
- ・アリババグループの「淘宝(タオバオ)」と提携し、「Yahoo!チャイナモール」を開始。
- ・カルチュア・コンビニエンス・クラブ(株)の「Tポイント」とのポイント連携を開始。
- ・ファッションショッピングサイト「ZOZOTOWN」を運営する(株)スタートトゥデイとの業務提携を開始。

■当第4四半期（平成23年1月～3月）のハイライト

・リスティング広告、ディスプレイ広告を中心に売上が拡大した。3月に発生した東日本大震災の影響により年度末に向けた売上の伸びが鈍化したものの、四半期売上高、営業利益、経常利益は過去最高となった。

	前年同四半期	当四半期	増減(額)	増減(率)
売上高	732億円	757億円	25億円増	3.5%増
営業利益	387億円	423億円	36億円増	9.5%増
経常利益	386億円	427億円	40億円増	10.4%増
四半期純利益	233億円	243億円	10億円増	4.3%増

当第4四半期では、リスティング広告において、人材サービス関連や旅行・交通・レジャー関連企業の広告出稿が増加し売上が伸びたほか、「ブランドパネル」の売上が過去最高となるなどディスプレイ広告の売上も拡大しました。「Yahoo!不動産」の情報掲載料や有料デジタルコンテンツの売上も着実に増加したほか、「Yahoo!ショッピング」の取扱高も震災前までは好調に推移するなど当第4四半期の売上高は前年同四半期比で増加しました。また、売上原価が減少したほか、広告宣伝費などが増加したものの通信費の減少などもあり、前年同四半期比で営業利益、経常利益は約1割の増益となりました。

なお、3月に発生した東日本大震災の影響については、リスティング広告売上の伸びや、「Yahoo!ショッピング」の取扱高の伸びなどが抑えられたほか、ディスプレイ広告において広告を一部非掲載としたことや、被災地域のストアおよび「Yahoo!ウォレット」利用者への3月分の請求を一時停止し売上計上を留保したことなどによる売上の減少がありました。

セグメント別の売上高・営業利益（平成23年1月～3月）

	前年同四半期	当四半期	増減(額)	増減(率)
メディア事業				
売上高	282億円	300億円	17億円増	6.2%増
営業利益	147億円	165億円	18億円増	12.4%増
BS事業				
売上高	187億円	199億円	12億円増	6.7%増
営業利益	92億円	106億円	14億円増	16.2%増
コンシューマ事業				
売上高	260億円	257億円	3億円減	1.3%減
営業利益	168億円	156億円	12億円減	7.4%減
調整額				
売上高	2億円	1億円	—	—
営業利益	△21億円	△5億円	—	—
合計				
売上高	732億円	757億円	25億円増	3.5%増
営業利益	387億円	423億円	36億円増	9.5%増

■サービスの拡充状況

- ・(株)集英社とともに提供を開始した「集英社e文庫 iPhoneアプリ」や、12,000冊以上の作品を揃えた「Yahoo!コミック」、国内の18,000件を超えるホテルや旅館、宿泊プランの予約ができる「Yahoo!トラベル 国内宿泊予約」など、iPhone向けの各種アプリを公開。
- ・絵本のアニメ配信サービス「えほんのじかん」をiPad最適化版として提供開始。
- ・Android端末のホーム画面に置くことができ、検索の利用に加えてスマートフォン版Yahoo! JAPANへのショートカット機能も備えた「Yahoo!検索」ウィジェットの提供を開始。

- ・ Apple社から iTunes Storeに登録された約35万本の iPhone、iPad向けアプリを検索できる「Yahoo!検索 アプリ検索」を公開。
- ・ 「mixi」のトップページに「Yahoo!ニュース トピックス」の提供を開始。
- ・ 「GROUPON」、「シェアリー」などへ「Yahoo!ウォレット」の導入を開始。
- ・ 米国を中心に高機能なオンライン映像CMSサービスを提供するOoyala（ウーヤラ）社と業務提携し、「GyaO!」で培ったノウハウを生かした最先端の映像配信プラットフォームの販売を行うことを決定。

■東日本大震災での主な取り組み

- ・ **東日本大震災の発生直後から、インターネットを通じて、正確な情報提供や募金活動などの支援活動に全社を挙げて取り組んだ。**
- ・ **今後も国・自治体、NPO団体などと連携し、被災地の救援・復興に向けた取り組みを展開。**

- ・ 震災発生直後から、地震関連情報をまとめた特設ページを開設。
- ・ インターネット募金「緊急災害募金」を開始。募金金額は13億円以上、募金人数は87万人以上。当社からも3億円を加え日本赤十字社などへの寄付を決定。（4月15日現在）
- ・ NHKによる震災報道番組のインターネット同時配信に協力。
- ・ 専任チームを発足し、24時間体制で震災に関連する情報を集約。Yahoo! JAPANトップページや「Yahoo!災害情報」、「Yahoo!ニュース」などを通じて正確な情報をいち早く掲載。
- ・ 公共機関および公共性の高いWebサイトについて、キャッシュサイトの提供を支援するとともにYahoo! JAPANトップページに首相官邸災害対策サイトへのリンク用バナーを掲示。
- ・ Yahoo! JAPANトップページや「節電情報」ページに、東京電力管内の電力使用状況を1時間毎に更新する「電力使用状況メーター」の提供を開始。
- ・ 「Yahoo!ショッピング」において、被災地に支援物資を届ける「支援ギフト便」の提供を開始。
- ・ 「Yahoo!コミック」において、(株)集英社の「週刊少年ジャンプ」を特別無料配信。
- ・ 「Yahoo!オークション」において、スポーツ団体やタレントプロダクションなどが出品する「東日本大震災チャリティーオークション」を開催したほか、出品の際に募金ができる「義援金ショーケース」を開設。
- ・ 食事、医療、住居、交通などの情報を被災地域別に整理し「Yahoo! JAPAN被災地別支援情報」およびモバイル版「Yahoo! JAPAN被災地エリアガイド」として公開。
- ・ 「GyaO!」において、チャリティープロジェクト「REPLAY JAPAN ～映像の力で、みんなに勇気を～」を開始。

■その他の社会貢献活動

- ・ 「Yahoo!ボランティア」において、「海外洪水被害の救援金（スリランカ、オーストラリア、ブラジル）」や「ニュージーランド地震救援金」などのインターネット募金を開始。
- ・ 内閣官房が定める情報セキュリティ月間に合わせ、インターネットの安全な利用啓発を目的とした「ネットの安全特集 2011春」を公開するとともに、ソフトバンクモバイル(株)と共同で、インターネットを使い始める小学生を対象としたワークショップ「Yahoo!きつず iPhoneで学ぶネットのマナーABC」を開催。

■Yahoo! JAPANの利用状況等「四半期開示情報」

当社は、これまで毎月「Yahoo! JAPAN 各事業に関するお知らせ」として月次開示を行ってまいりましたが、平成24年3月期より四半期開示として集約して行います。

〔四半期開示に集約する理由〕

- ・決算発表時に収益状況と合わせて開示することにより、事業の状況を正しく理解していただくため。
- ・月次で開示している指標と収益との相関関係が低いため。
- ・各指標の月次変動が事業のトレンドに与える影響が軽微であるため。

項目（四半期平均）	平成22年1～3月	平成23年1～3月
Yahoo! JAPAN月間総ページビュー数（百万PV）	44,785	49,564
モバイルフォン月間ページビュー数（百万PV）	6,801	9,273
Yahoo! JAPAN月間ユニークブラウザ数（百万ブラウザ）* 1	201.09	222.40
Yahoo! JAPAN月間アクティブユーザーID数（百万ID）* 2	24.09	25.11
Yahoo!プレミアム会員ID数（四半期末）（百万ID）	7.59	7.68
「Yahoo!オークション」		
月間ユニークブラウザ数（百万ブラウザ）	36.81	36.79
ストア数（四半期末）（店舗）	17,093	17,344
取扱高（四半期計）（億円）	1,702	1,657
落札単価（円）	4,812	4,876
落札率（%）	15	13
ショッピング関連		
月間ユニークブラウザ数（百万ブラウザ）	33.97	37.47
ストア数（四半期末）（店舗）	17,352	20,290
取扱高（四半期計）（億円）* 3	637	671
「Yahoo!オークション」+ショッピング関連		
取扱高（四半期計）（億円）	2,340	2,328
モバイル取扱高（四半期計）（億円）* 4	394	520

* 1 各月中に当社サービスにアクセスしたブラウザ数

* 2 各月中にログインしたYahoo! JAPAN ID数

* 3 「Yahoo!ショッピング」、「Yahoo!チケット」、「Yahoo!トラベル」を含む

* 4 「Yahoo!オークション」モバイル取扱高は、従来、最終入札がモバイル経由の場合のみ集計していましたが、平成23年1月より、モバイル経由の入札を全て集計するよう定義を変更しました。なお、過去のデータは遡及修正していません。

③ 四半期連結損益計算書(要約)の分析

【通期連結損益計算書】

(単位：百万円)

科 目	前連結会計年度 (自 平成21年4月1日 至 平成22年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成22年4月1日 至 平成23年3月31日)	増 減	
	金額	金額	金額	増減率(%)
売上高	279,856	292,423	12,566	4.5
売上原価	32,645	29,293	△ 3,351	△ 10.3
売上総利益	247,211	263,129	15,918	6.4
販売費及び一般管理費	103,385	103,525	140	0.1
人件費	30,348	31,809	1,461	4.8
業務委託費	12,792	13,439	647	5.1
減価償却費	8,950	8,543	△ 406	△ 4.5
ロイヤルティ	8,059	8,460	401	5.0
通信費	9,399	8,356	△ 1,043	△ 11.1
販売促進費	7,253	7,538	284	3.9
情報提供料	6,778	6,393	△ 384	△ 5.7
賃借料・水道光熱費	6,163	6,245	82	1.3
販売手数料	4,308	4,652	343	8.0
広告宣伝費	1,164	2,522	1,358	116.6
維持管理費	2,326	2,061	△ 265	△ 11.4
租税公課	1,482	1,353	△ 129	△ 8.7
貸倒引当金繰入額	674	617	△ 57	△ 8.5
支払報酬	271	420	148	54.8
事務用品費	221	327	106	47.9
その他	3,188	781	△ 2,406	△ 75.5
営業利益	143,825	159,604	15,778	11.0
営業外収益	349	1,224	874	250.3
営業外費用	814	610	△ 204	△ 25.1
経常利益	143,360	160,218	16,857	11.8
特別利益	420	1,153	732	174.3
特別損失	3,105	3,939	833	26.9
税金等調整前当期純利益	140,676	157,432	16,756	11.9
法人税等	56,770	64,740	7,969	14.0
法人税・住民税及び事業税	59,625	60,430	805	1.4
法人税等の更正、決定等による納付税額又は還付税額	—	27,391	27,391	—
法人税等調整額	△ 2,854	△ 23,081	△ 20,227	—
少数株主損益調整前当期純利益	83,905	92,692	8,786	10.5
少数株主利益	382	517	135	35.4
当期純利益	83,523	92,174	8,651	10.4

【第4四半期連結会計期間】

(単位：百万円)

科 目	前年同四半期 (自 平成22年1月1日 至 平成22年3月31日)	当四半期 (自 平成23年1月1日 至 平成23年3月31日)	増 減	
	金額	金額	金額	増減率(%)
売上高	73,236	75,790	2,553	3.5
売上原価	7,885	7,396	△ 488	△ 6.2
売上総利益	65,351	68,393	3,042	4.7
販売費及び一般管理費	26,639	26,011	△ 627	△ 2.4
人件費 ※1	7,818	7,524	△ 294	△ 3.8
業務委託費 ※2	3,206	3,549	342	10.7
販売促進費 ※3	2,075	2,382	306	14.8
減価償却費	2,334	2,313	△ 20	△ 0.9
ロイヤルティ	2,123	2,191	67	3.2
通信費 ※4	2,305	1,895	△ 410	△ 17.8
賃借料・水道光熱費	1,508	1,569	61	4.1
情報提供料	1,584	1,490	△ 94	△ 6.0
販売手数料	1,301	1,267	△ 33	△ 2.6
広告宣伝費 ※5	523	1,199	676	129.2
維持管理費	583	526	△ 57	△ 9.8
租税公課	335	386	50	15.2
事務用品費	72	134	61	85.7
貸倒引当金繰入額	163	118	△ 45	△ 27.6
ライセンス料	43	105	61	140.8
その他 ※6	658	△ 642	△ 1,300	—
営業利益	38,711	42,382	3,670	9.5
営業外収益	175	679	503	287.7
営業外費用	189	344	155	82.3
経常利益	38,697	42,716	4,018	10.4
特別利益	403	164	△ 239	△ 59.3
特別損失	903	456	△ 447	△ 49.5
税金等調整前四半期純利益	38,198	42,424	4,226	11.1
法人税等	14,703	17,925	3,221	21.9
法人税・住民税及び事業税	16,108	18,338	2,229	13.8
法人税等の更正、決定等による納付税額又は還付税額	—	941	941	—
法人税等調整額	△ 1,405	△ 1,354	51	—
少数株主損益調整前四半期純利益	23,494	24,499	1,004	4.3
少数株主利益	136	126	△ 10	△ 7.3
四半期純利益	23,358	24,372	1,014	4.3

<当四半期の連結損益計算書のポイント>

売上高

当四半期の売上高が前年同四半期と比べて増加したのは、広告売上が増加したことによるものです。なお、連結子会社であるヴィープス(株)(旧ヤフーパリュウインサイト(株))の一部事業を持分法適用会社に移管したことにより11億円程度減少しております。

売上原価

当四半期の売上原価が前年同四半期と比べて減少したのは、主にヴィープス(株)の一部事業の移管による原価が減少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従業員数は、4,748名と前年同四半期末と比べて134名減少(2.7%減)しました。これは、主としてヴィープス(株)において一部事業を移管したことなどに伴い331名減少したことによるものです。

※2. 業務委託費

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、主に保守・運用にかかわる費用が増加したことによるものです。

※3. 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、主に検索連動型広告にかかわる販売促進費が増加したことによるものです。

※4. 通信費

当四半期の通信費が前年同四半期と比べて減少したのは、主にデータセンターの自己保有により運用体制が効率化したことによるものです。

※5. 広告宣伝費

当四半期の広告宣伝費が前年同四半期と比べて増加したのは、主にテレビCMを実施したことによるものです。

※6. その他

当四半期のその他がマイナスとなっているのは、主にのれんの金額の減額修正に伴ってのれん償却額が減額されたことによるものです。詳細は「法人税等」のコメントを参照して下さい。

営業外損益

当四半期の営業外収益の主なものは、受取利息および持分法による投資利益です。また、営業外費用の主なものは、固定資産除却損および貸倒引当金繰入額です。

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。また、特別損失の主なものは、東日本大震災にかかわる寄付金およびソフトウェア除却損です。

法人税等

当四半期の税金等調整前四半期純利益に対する法人税等の負担率は42.3%、当期では41.1%となりました。

当四半期に発生した「法人税等の更正、決定等による納付税額又は還付税額」は、当社がソフトバンクIDCソリューションズ(株)を合併した一連の取引で、(株)IDCフロンティア(以下、「IDCF」といいます。)株式を取得した際の税務処理が更正され、IDCFで追徴税額が発生したものです。また、当該追徴税額相当が、ソフトバンク(株)との契約に基づき当社に支払われた結果、のれんの金額が減額修正されました。

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420円32銭、当期は1,589円53銭です。

(2) 財政状態に関する分析

① 四半期連結貸借対照表(要約)の分析

(単位：百万円)

科 目	前年同四半期末 (平成22年3月期 第4四半期末)	当四半期末 (平成23年3月期 第4四半期末)	増 減		前四半期末 (平成23年3月期 第3四半期末)
	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	139,238	188,687	49,449	35.5	147,574
売掛金	37,391	36,945	△ 445	△ 1.2	36,137
たな卸資産	201	158	△ 43	△ 21.7	159
繰延税金資産	6,687	5,522	△ 1,165	△ 17.4	4,135
その他 ※2	21,279	22,807	1,528	7.2	26,996
貸倒引当金	△ 1,455	△ 1,570	△ 114	7.9	△ 1,574
流動資産合計	203,342	252,550	49,208	24.2	213,428
固定資産					
有形固定資産					
建物及び構築物	6,631	6,806	174	2.6	6,944
機械装置	5,702	5,980	277	4.9	6,074
工具器具備品	9,220	10,179	959	10.4	9,480
土地	5,002	5,425	423	8.5	5,002
その他	562	466	△ 96	△ 17.1	316
有形固定資産合計	27,120	28,859	1,738	6.4	27,817
無形固定資産					
ソフトウェア	10,026	9,410	△ 615	△ 6.1	9,206
のれん ※3	4,896	1,349	△ 3,546	△ 72.4	4,734
その他	28	416	388	—	435
無形固定資産合計	14,950	11,176	△ 3,774	△ 25.2	14,376
投資その他の資産					
投資有価証券 ※4	159,993	43,035	△ 116,957	△ 73.1	163,874
長期未収入金 ※5	—	122,646	122,646	—	—
繰延税金資産	6,313	6,667	353	5.6	6,264
その他	6,615	6,965	349	5.3	6,444
貸倒引当金	△ 72	△ 155	△ 83	115.0	△ 47
投資その他の資産合計	172,849	179,159	6,310	3.7	176,535
固定資産合計	214,920	219,194	4,274	2.0	218,729
資産合計	418,262	471,745	53,483	12.8	432,158

(単位：百万円)

科 目	前年同四半期末 (平成22年3月期 第4四半期末)	当四半期末 (平成23年3月期 第4四半期末)	増 減		前四半期末 (平成23年3月期 第3四半期末)
	金額	金額	金額	増減率(%)	金額
【負債の部】					
流動負債					
買掛金	7,502	7,124	△ 377	△ 5.0	6,067
短期借入金 ※6	10,000	—	△ 10,000	△ 100.0	—
未払金 ※7	13,099	15,585	2,486	19.0	15,103
未払法人税等 ※8	47,107	33,407	△ 13,700	△ 29.1	15,132
ポイント引当金	3,919	3,591	△ 328	△ 8.4	3,846
その他	23,940	24,287	346	1.4	28,787
流動負債合計	105,569	83,997	△ 21,572	△ 20.4	68,938
固定負債 ※9	419	2,642	2,223	530.1	2,294
負債合計	105,988	86,639	△ 19,348	△ 18.3	71,233
【純資産の部】					
株主資本					
資本金 ※10	7,521	7,925	404	5.4	7,795
資本剰余金 ※10	2,602	3,007	405	15.6	2,877
利益剰余金 ※11	300,496	375,850	75,354	25.1	351,430
自己株式 ※12	△ 3,068	△ 5,604	△ 2,535	82.7	△ 5,604
株主資本合計	307,550	381,179	73,628	23.9	356,499
その他の包括利益累計額	2,004	1,205	△ 799	△ 39.9	1,761
その他有価証券評価差額金 ※13	1,978	1,208	△ 769	△ 38.9	1,761
繰延ヘッジ損益	25	△ 3	△ 29	—	—
新株予約権	450	563	113	25.1	590
少数株主持分	2,267	2,157	△ 110	△ 4.9	2,074
純資産合計	312,273	385,105	72,832	23.3	360,925
負債純資産合計	418,262	471,745	53,483	12.8	432,158

<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たのは、主に営業活動による資金の増加によるものです。
- ※2. 流動資産のその他が前年同四半期末と比べて増加したのは、主に「Yahoo!ショッピング」の決済サービスおよび「Yahoo! JAPANカード」にかかわる債権の増加によるものです。
- ※3. のれんが前年同四半期末と比べて減少したのは、主にIDCFの更正処分に伴うのれんの減額修正によるものです。
- ※4. 投資有価証券は、取得等があったものの、主にBBモバイル(株)株式をソフトバンク(株)に売却したことにより前年同四半期末と比べ減少しました。
- ※5. 長期未収入金が前年同四半期末と比べて増加したのは、主にBBモバイル(株)株式をソフトバンク(株)に売却したことによるものです。

負債の部

- ※6. 短期借入金が前年同四半期末と比べて減少したのは、返済によるものです。
- ※7. 未払金が前年同四半期末と比べて増加したのは、主に東日本大震災の緊急災害募金で申し込まれた募金の未払い分や、広告宣伝費等の経費にかかわる債務が増加したことによるものです。
- ※8. 未払法人税等は、前期と比べて当期の中間納税額が多かったことにより、前年同四半期末と比べて減少しております。
- ※9. 固定負債が前年同四半期末と比べて増加したのは、当期より資産除去債務に関する会計基準を適用し、当該債務を計上したことによるものです。

純資産の部

- ※10. 資本金および資本剰余金が前年同四半期末と比べて増加したのは、ストック・オプションの行使によるものです。
- ※11. 利益剰余金は、主に配当金の支払いによる減少があったものの、純利益の計上により前年同四半期末と比べ増加しました。
- ※12. 自己株式が前年同四半期末と比べて増加したのは、主に株式交換によるファーストサーバ(株)の完全子会社化に伴う買取請求に応じたことによるものです。
- ※13. その他有価証券評価差額金が前年同四半期末と比べて減少したのは、主に投資有価証券の時価の下落によるものです。

② 四半期連結キャッシュ・フロー計算書(要約)の分析

(単位：百万円)

	前年同四半期 (自 平成22年1月1日 至 平成22年3月31日)	当四半期 (自 平成23年1月1日 至 平成23年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成22年4月1日 至 平成23年3月31日)
区 分	金額	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(当期)純利益	38,198	42,424	157,432
2 減価償却費	2,664	2,664	9,843
3 売上債権の増減額	△ 1,409	△ 766	131
4 仕入債務の増減額	495	1,057	70
5 法人税等の支払額	△ 61	△ 1,255	△ 101,276
6 その他営業活動によるキャッシュ・フロー	2,016	△ 220	1,378
営業活動によるキャッシュ・フロー	41,903	43,903	67,580
II. 投資活動によるキャッシュ・フロー			
1 定期預金の預入れによる支出	—	—	△ 1,000
2 有形固定資産の取得による支出	△ 1,077	△ 2,615	△ 7,902
3 無形固定資産の取得による支出	△ 349	△ 1,275	△ 2,679
4 投資有価証券の取得による支出	△ 39	△ 29	△ 2,031
5 投資有価証券の売却による収入	119	155	469
6 株式の取得価額の調整による入金額	—	939	25,731
7 その他投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 461	△ 196	△ 957
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 1,808	△ 3,023	11,630
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
2 新株式発行による収入	70	260	809
3 自己株式の取得による支出	△ 204	—	△ 2,540
4 配当金の支払額	△ 3	△ 5	△ 16,671
5 その他財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 27	△ 22	△ 521
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 164	231	△ 28,924
IV. 現金及び現金同等物の増加額(又は減少額)	39,930	41,112	50,286
V. 現金及び現金同等物の期首残高	98,307	145,574	138,238
VI. 会社分割に伴う現金及び現金同等物の減少額	—	—	△ 1,837
VII. 現金及び現金同等物の期末残高	138,238	186,687	186,687

当連結会計年度末における現金及び現金同等物は、前連結会計年度末に比べ484億円増加し、1,866億円となりました。

当連結会計年度における各キャッシュ・フローの状況とそれらの要因は次のとおりであります。

営業活動においては、主に純利益の計上により675億円の収入となりました。

投資活動においては、主に株式の取得価額の調整による入金により116億円の収入となりました。

財務活動においては、主に配当金の支払いにより289億円の支出となりました。

<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

当四半期の営業活動においては、主に四半期純利益の計上により439億円の収入となりました。

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、主に有形固定資産の取得により30億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、主に新株式の発行による収入により、2億円の収入となりました。

以上の結果、当第4四半期連結会計期間において増加した資金は411億円となり、現金及び現金同等物の当四半期末残高は1,866億円（前年同四半期末比35.0%増）となりました。

(参考) キャッシュ・フロー関連指標の推移

	平成21年 3月期	平成22年 3月期	平成23年 3月期
自己資本比率	75.2%	74.0%	81.1%
時価ベースの自己資本比率	482.5%	472.3%	365.9%
キャッシュ・フロー対有利子負債比率	34.2%	7.4%	0.3%
インタレスト・カバレッジ・レシオ	190.0倍	710.3倍	3,243.4倍

自己資本比率：自己資本／総資産

時価ベースの自己資本比率：株式時価総額／総資産

キャッシュ・フロー対有利子負債比率：有利子負債／キャッシュ・フロー

インタレスト・カバレッジ・レシオ：キャッシュ・フロー／利払い

- * いずれも連結ベースの財務数値により計算しております。
- * 株式時価総額は自己株式を除く発行済株式数をベースに計算しています。
- * キャッシュ・フローは、営業キャッシュ・フローを利用しています。
- * 有利子負債は連結貸借対照表に計上されている負債のうち利子を支払っている全ての負債を対象としております。

(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翌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。

平成24年3月期 第1四半期連結業績見通し(平成23年4月1日～平成23年6月30日)

連結売上高	70,400百万円	～	73,900百万円
連結営業利益	37,300百万円	～	39,600百万円
連結経常利益	37,700百万円	～	40,000百万円
連結四半期純利益	22,200百万円	～	23,600百万円

(4) 利益配分に関する基本方針及び当期・次期の配当

当社は株主の皆様への利益還元を重点課題としております。その基本方針として、企業体質強化および将来の事業展開のための内部留保を中心に据えながら、每期確実な利益を生み出すように努め、その業績に応じた弾力的な利益還元も同時に実施してまいります。

上記方針のもと、平成23年3月期の期末配当金については、連結当期純利益の20%程度を配当性向の目処とし、1株当たり318円（前期比10.4%増、配当金総額は184億円）を予定しております。

なお、次期（平成24年3月期）の配当予想に関しては、上記方針のもと、通期の業績予想について開示が可能となった段階で配当予想額についても速やかに開示する予定であります。

(5) 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) ヤフーの事業の発展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

インターネットの広告ビジネスは、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22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13.3%を占め、テレビ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、広告主や広告代理店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・安定化に努めております。また、主にリスティング広告については、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、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ます。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、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) インターネットの広告ビジネスは、広告主や広告代理店の媒体別広告予算配分の影響を受ける可能性があります

大手広告主による広告の出稿は、一般的に広告代理店を経由して行われ、インターネットやテレビ、新聞などの各媒体にどのように広告予算を配分するかは、広告主の意向や広告代理店

の裁量に依るところが大きくなっています。ヤフーとしては媒体としての魅力を向上させるとともに、広告効果向上のための各種施策を実施しておりますが、これらの予算配分の動向により、ヤフーの広告売上に影響を及ぼす可能性があります。

- (ホ) ヤフーがモバイル広告の領域において、パソコンと同等の地位を獲得できるかどうかは不確実です

今後はスマートフォンやスマート패드等への広告配信が活発化するものと見込まれていますが、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。

- (ヘ) 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」など、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」の収益拡大に努めております。

こうした取り組みにもかかわらず、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や取扱高が期待通りに増加しないなどの理由により、市場が拡大せず、ヤフーの業績に影響を与える可能性があります。

- (ト) 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を利用したブロードバンド総合サービス「Yahoo! BB 光 with フレッツ」の提供を行うなど、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つたり、既存顧客が他社サービスへシフトするなど、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。

- (チ) 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」の有料会員数が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。

- (リ) 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映像や音楽など、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 競合環境に係わるリスク

- (イ) ヤフーの各サービスには競合が存在するため、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、ニュースなどの各種情報提供、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

ビスにおける競合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、競合の結果、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増加を余儀なくされる可能性があり、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のできるサービスをリリースしていく所存ですが、新興企業の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ため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、「Google」(グーグル株式会社)などが考えられます。

③ 他社製品・サービスに係わるリスク

(イ) ヤフーのサービスは、サーバー等の設備機器やインターネット回線、利用者の情報端末やソフトウェアなど、他社の製品やサービスに依存しています

ヤフーがサービスを提供するために必要なサーバー等の設備機器、インターネット回線や接続プロバイダ、利用者のインターネット情報端末やソフトウェアなどは他社の製品やサービスであるため、これらの機器やサービスが良好に供給され稼動する事が、ヤフーがサービスを適切に提供するための前提条件となっています。

インターネットウェブサイトへの接続用ソフトウェアであるブラウザや、インターネットへ接続できるパソコンやスマートフォン、スマートパッド、テレビ、ゲーム機、カーナビなどの情報端末は、多種の製品が存在しています。ヤフーではこれらの各製品に適切にサービスを提供できるよう対応を進めております。しかしながら、一部の情報端末やソフトウェアにはヤフーのサービスが未対応な場合があります。また、情報端末やソフトウェアの使用法や設定内容などによっては、ヤフーのサービスを適切に受けることができない場合があります。また、それらの機器やソフトウェア、サービスの仕様変更や料金変動、供給不足などにより、ヤフーのサービスを適切に受けることができなくなる場合や、利用者の利用頻度が減少したり、ヤフーのサービス内容や収益に影響を及ぼす可能性があります。

④ 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、ヤフーではサービスの充実や技術革新を進めていますが、提供するサービスが陳腐化したり、新技術への対応が遅れた場合、競合他社に対する競争力が低下する可能性があります

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) ヤフーやインターネット業界に影響を及ぼす法令の制定や改正により、ヤフーおよび当業界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や物品の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発活動等を実施しております。

しかしながら、ヤフーやインターネット業界に影響を及ぼす法令の制定や改正により、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、また、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、今後の法改正の動向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及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、今後、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じた場合は、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、今後の法改正の動向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、これらの法令が改正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生じ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律」(青少年ネット規制法)が可決されましたが、当法律の内容とヤフーのビジネス内容から、現時点では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、当法律は表現の自由への制約やフィルタリングの発展の阻害などへの課題が多く、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で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ることがあります。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遵守するよう誘導し、遵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通防止協議会」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、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新たな法律の制定、または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法に基づき、関東財務局に貸金業登録を行っております。貸金業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、これらによりヤフーが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。

※ヤフーは、平成21年2月にソフトバンク IDCソリューションズ株式会社を子会社化し、同年3月に同社を吸収合併した件で、平成22年6月、東京国税局より更正決定通知を受領いたしました。ヤフーとしては到底納得できるものではないことから、現在東京国税局に不服審判申し立て中です。なおヤフーと株式取得先であるソフトバンク株式会社との株式譲渡契約において、追徴税額分が発生した場合はソフトバンクが負担することになっているため、ヤフーの業績への影響はありません。

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、損害賠償を請求さ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月からの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)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、常に犯罪にかか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。

「Yahoo!オークション」では、代金を送金したのに商品が届かなかったとして集団訴訟を起こされましたが、最高裁が上告を棄却したため、「利用者間のトラブル事例を紹介するなど注意喚起していた」としたヤフーの勝訴判決が平成21年10月27日に確定しました。

しかしながら、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。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で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)「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できるサービスです。

- (ロ) ヤフーは所属金融商品取引業者から、損害賠償を請求さ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請求さ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。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。

- (二) 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施策をとっています。しかしながら、これらの施策が功を奏さず、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ます。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掲示しています。また同様に「Yahoo!ショッピング」においても、各ストアの活動内容、各ストアの取扱商品・サービスおよび各ストアページ上の記載内容、各利用者の各ストア取扱商品・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示しています。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ます。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、社内への啓発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を及ぼす可能性があります。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。

- (ヘ) リスティング広告において、不正クリック等による過剰請求に対し、損害賠償を請求される可能性があります

検索連動型広告や興味関心連動型広告などのリスティング広告では、クリック数で広告料金や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等を負担させるという問題が起こる可能性があります。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発生しています。ヤフーでは、不正クリックを系統的、または一部手作業にて調査・判別し、不正が疑われるクリックは広告料金や報酬の対象外とするなどの対策を行っておりますが、今後、ヤフーに対し、同様の訴訟を起こされる可能性や、これらの詐欺行為により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。

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ますが、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で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、ヤフーは基準の変更など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でる可能性があります。

III 自然災害・有事に係わるリスク

① 自然災害等によるリスク

(イ) 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、大部分が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でる可能性があります。

※平成23年3月11日に発生した東日本大震災への対応として、ヤフーでは緊急に必要なサービスを継続できるよう運営拠点の二重化や一部社員の自宅勤務準備を進めております。またデータセンターについては東日本と西日本に分散させているほか、現在東京電力エリアにあるデータセンターも順次エリア外との二重化を進めております。加えてお客様には「がんばろうニッポン つなげる想い、つながる希望。」の開設や「Yahoo!ニュース」等のサービスを通じて情報提供を、被災された方々には緊急災害募金やチャリティーオークション等を通じて支援をしております。しかしながら今回の大地震の影響が長引いた場合、新たな災害が起こった場合、電力の安定供給に問題が生じた場合は、今後も一定期間にわたってサービス運営に影響を与える可能性があります。

② 有事に係わるリスク

(イ) 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、それらの国・地域の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（ソフトバンク株式会社とその関連企業、その他のインターネットサービスプロバイダ等）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) 新たな戦略やビジネスを開発し、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い場合や、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一定の支出が発生しておりますが、予想以上に費用が発生してしまう可能性や、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ともに、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・技術を有する従業員の採用や、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、予想以上に費用が発生する、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。

(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、検索や情報サービス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、ブロードバンド化が促進され、場所や端末の制約が無くなっていくことによって、より多くのアクセスの集中や短時間での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。ヤフーでは大規模データセンターを自社保有することで、安定的、効率的なサーバの運用とコストダウンを進めております。

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、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、効果が遅れて表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、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、スマートフォンやスマート패드、ゲーム機、テレビ、カーナビなど、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さらに拡大しています。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、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ためには、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できなかった場合には、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「Y!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、情報提供を行っておりますが、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、スポンサーサイト(検索連動型広告)や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。また、利用者の行動履歴や検索キーワード、属性、配信地域等の情報を加味してディスプレイ広告配信を行う「ターゲティング広告」や、広告掲載場所のページ内容に、前述の行動履歴等の情報や、配信時間等を加味してテキスト広告配信を行う「インタレストマッチ」、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」など新たな広告手法による商品も開発し、リリースしております。

しかし、今後のさら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かさみ、ヤフーの業績に影響を与える可能性があります。

(ヘ) グーグル・インクの検索エンジンおよび検索連動型広告配信システムへの切り替えによって、ヤフーの業績に影響がでる可能性があります

平成22年7月、ヤフーは検索エンジンと検索連動型広告配信システムをグーグル・インクのエンジンおよびシステムへ切り替えることに決定いたしました。この切り替えが、今後主にヤ

フーの検索関連サービス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) ヤフーは事業やサービスの多様化を進めてまいりますが、これらの新規事業やサービス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。さらに、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) 検索サービスのシステム等は、グーグル・インク等に開発・運用・保守を委託しています

ヤフーでは、検索連動型広告の売上が拡大しており、広告売上全体に対する割合が高くなってきています。そしてヤフーでは検索エンジンと検索連動型広告配信システムを、グーグル・インクのエンジンおよびシステムに移行中です。

今後ヤフーとグーグル・インクとの関係の変動やグーグル・インクのサービス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影響を与える可能性があります。

※平成22年7月、ヤフーは検索エンジンと検索連動型広告配信システムをグーグル・インクのエンジンおよびシステムへ切り替えることに決定いたしました。

(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、広告主の投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投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費用やインフラ設備投資が増加する可能性があります

ヤフーでは「GyaO!」などの映像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、各種サービスの運用や品質向上のためのサポート、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」、「Yahoo!オークション」等の各ストア等とのトラブル、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一時的な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、発展に一時的な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、有効に作用しなかった場合、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は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ため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ため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ため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は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・法人顧客との直接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、リスティング広告・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、お客様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、現在では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、多岐にわたっています。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、従業員の増強、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、関連当事者間の関係に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影響を及ぼす可能性があります。

なお、主要株主であるソフトバンク株式会社とヤフー・インクの間で以下の株主間契約が結ばれており、ヤフーの株式の売買等においては、一定の制限等が設けられております。

株主間契約の主な内容は以下の通りです。

- ・取締役、監査役の選任は、法令及び定款に従って行う。但し、両当事者は5%以上の当社株式を保有している限り、それぞれがその代表する1名ずつの取締役候補に投票するものとする。また、取締役人数は5名とし、両社の合意なく変更しないものとする。
- ・当社の運営は法令及び定款に従って行う。但し、両社が保有する株式が過半数を割るような合併もしくは重要な資産の譲渡を行う際には、ヤフー・インクの了解を得るものとする。
- ・当社の増資、借入等は法令及び定款に従って行う。両社はヤフー・インクの了解なく新株発行決議に同意しないこととする。(但し、従業員に対するストックオプションの発行を除く。)
- また、両社は本契約発効前に従業員に対するストックオプション発行枠を定めるものとする。
- ・株主としての帳簿閲覧権等は法令及び定款に従うものとする。
- ・その他合意事項
 - －両社は互いに相手方に不利益となる定款変更案には賛成しないものとする。
 - －当社株式の売却を希望する場合には相手方に対して20日前までに通知するものとする。
 - －当社の株式を市場等から購入する場合には相手方の承諾を得るものとする。
 - －当社の株式を市場等で売却する場合には相手方に対して第一次拒否権を与えなければならない。相手方が株式購入を希望しない場合、売却希望側は第三者に株式を売却することになるが、この場合、相手方も売主として第三者との間の取引に参加し、株式保有割合に応じて、自己の保有する株式を当該第三者に売却できるものとする。

当該株主間契約は、契約の当事者が当社ではないこと、また、法令および定款に従うことを原則としており、当社の運営あるいは事業の遂行において著しい拘束を受けるものではないことから、当社としては他の株主の権利を侵すものではないと考えております。

(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携帯電話事業や「Yahoo! BB」などの事業を行っておりますが、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いく所存ですが、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、当該契約はヤフーの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、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	<p>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</p> <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係る全世界における独占的権利 <p>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)</p> <p>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 {(連結売上高)－(広告販売手数料*)－(取引形態の異なる連結子会社における売上原価等)}×3% *広告販売手数料は連結ベース</p>

(二) 「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事業の拡大を図るうえで重要であると考えています。インターネットサービスの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。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。

(ホ) ヤフー・セール、ヤフー・インク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影響を与える可能性があります

ヤフーは、検索連動型広告等のサービスを提供するために、ヤフー・セール、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。検索連動型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、ヤフーの収益に影響を与える可能

性があります。

契約の名称	サービス提供契約 (ADVERTISER AND PUBLISHER SERVICES AGREEMENT)
締結年月日	平成22年7月27日(当初契約日平成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)
契約相手先	ヤフー・サークル、ヤフー・インク
主な内容	<p>① ヤフー・サークルによる対象サービスの独占的提供 広告関連サービスのうち契約で定められた手続きを経て対象サービスとなったものについて(検索連動型広告配信技術を除く)、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。ただし当社は、ヤフー・サークルからの検索連動型広告配信技術の提供に拘束されることなく、第三者の検索技術、検索連動型広告配信技術を自由に選択、導入することができる。</p> <p>② 当社のヤフー・サークルに対するサービスフィーの支払い 当社はヤフー・サークルに対し、対象サービス(第三者から提供されるものも含む)を利用することで、当社もしくは当社が20%以上の議決権を有する関連会社に発生した売上毎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>③ 当社のオプション権 当社が希望する場合には、別途協議のうえヤフー・インクとマイクロソフト社との契約に基づき、ヤフー・インクが提供権を有する検索技術、検索連動型広告配信技術をヤフー・インクは当社に非独占的に提供する。</p> <p>④ 移行 当社がヤフー・インクまたはマイクロソフト社以外の技術の採用をした場合には、ヤフー・サークルは顧客データの移行等について当社に協力する。</p>

(へ) グーグル・アジア・パシフィック・プライベート・リミテッド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影響を与える可能性があります

ヤフーは、検索エンジン(技術)や検索連動型広告配信システム(技術)等のサービスを提供するために、グーグル・アジア・パシフィック・プライベート・リミテッドとの間に次の内容の契約を締結しています。検索サービ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、ヤフーの収益に影響を与える可能性があります。

契約の名称	サービス提供契約 (Google SERVICE AGREEMENT)
締結年月日	平成22年7月27日
契約期間	平成22年7月27日から平成24年10月31日まで
契約相手先	グーグル・アジア・パシフィック・プライベート・リミテッド
主な内容	<p>① 相手方による検索技術および検索連動型広告配信技術の非独占的提供 相手方は、検索技術および検索連動型広告配信技術を非独占的に当社に提供し、当社は、これらを用いて自らのブランドにてサービスを提供する。</p> <p>② 検索サービスの差別化 両当事者は、検索サービスによる検索結果について差別化するための付加的な機能を自由に開発・運用することができる。 当社は、先方が提供する検索結果を自らの判断で表示するか否かを決定することができる。</p> <p>③ 当社の相手方に対するサービスフィーの支払い 当社が提供を受けたサービスの対価は、年次に応じて定められた金額および当社のサイトから得られる売上が一定金額を超過した場合に、当該超過分を基準に計算式によって算出される金額の合計とする。 当社がパートナーに提供したサービスの対価は、パートナーのサイトから得られる売上に年次毎に定められた計算式によって算出される金額とする。</p>

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。

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」に係わるビジネスについて、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"> - Yahoo! BB ADSL等の利用者について、毎月100円 - Yahoo! BB光 withフレッツ / Yahoo! BB光フレッツコースの利用者について、毎月60円 - Yahoo! BB for Mobileの利用者について、毎月50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もあります。

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いを行った翌営業日～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。また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。さらに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業績に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実行しておりますが、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、評価益または評価損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、評価損が拡大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や株式市場の動向などによっては、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うえ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。

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、検索連動型広告サービスを、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。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しております。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、ヤフーなら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、損害賠償を請求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、コンテンツ連動型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) 検索連動型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、ヤフーの収益に影響がでる可能性があります

検索連動型広告は、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。

- (ニ) ヤフーは他社との業務提携を進めていますが、業務提携先またはヤフーに予期しない事態等が発生した場合、事業計画の推進に支障が生じる可能性があります

ヤフーでは、業務提携によってもサービスの拡大を進めております。その際はヤフーのガイドラインに沿ってサービスを提供しておりますが、業務提携先の情報管理体制の不備による個人情報流出、システム障害によるサービス提供の一時停止、開発の遅延等が発生した場合等には当初計画していたサービスを目論見通りに提供できない可能性があります。

また上記とは逆に、ヤフー側の原因により業務提携先が目論見通りにサービスを提供出来な

くなる可能性もあり、その場合、業務提携先から損害賠償等を求められる可能性があります。これらの結果、サービスの利用者数やヤフーの業績に影響を及ぼす可能性があります。

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、回収不能分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、広告代理店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) 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。

(ハ) 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喪失、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つながる可能性があります。

(ニ) 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・コンピュータウィ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うえで、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)を設置し、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実行でき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しております。これに基づき「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。平成20年11月には「Yahoo!ウォレット」のクレジットカード決済において情報セキュリティ基準「PCI DSS」の認定を取得しました。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保たれる保証はなく、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した場合、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、コンピュータウィ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等から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)の公開テストを行い、現在は「Yahoo!ツールバー」にてフィッシング警告機能を提供しております。

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)の発行およ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、法的義務の有無にかかわらず、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。また、受信サーバー側でも既に対応しており、「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) 個人情報が「Yahoo!ショッピング」、「Yahoo!オークション」の出店ストアや業務委託先から流出した場合、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。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」のストアとの関係においては、提携先やストア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図っております。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請求さ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きます。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請求さ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」では、購入者が入力した個人情報は、商品を販売したストアに送られ、各ストアが個人情報の収集主体として責任をもって管理しております。また、購入者の個人情報がストアから別の個人や団体に開示されないように、ストアに対して、購入者の個人情報について商品の送付や販促目的以外に利用をすることを固く禁じており、適切な管理をするよう適宜指導を行っております。なお、ストアのクレジットカード決済にあたっては、ストアにて子会社である株式会社ネットラストの運営する決済手段を利用するか、直接カード会社と決済契約を締結するいずれかの方法をとっております。株式会社ネットラストの運用する決済サービスを利用しているストアの場合、購入者が入力したクレジットカード番号は株式会社ネットラストを通じてカード会社に送信されますので、各ストアに保存されることはありません。一方、直接カード会社と決済契約をしているストアについては、購入者が入力したクレジットカード番号の管理に関して、他の個人情報と同様に厳重な指導と注意喚起を行っております。しかしながら、これらの諸施策の実施にもかかわらず、情報漏洩等の諸問題が発生した場合、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した場合、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ます、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した場合、ヤフーのサービスに影響を及ぼす可能性があります

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、コンピューター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補填するような保険にも加入していません。また、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、これらの妨害行為が、ヤフーの事業やサービスに影響を及ぼす可能性があります、業績に影響を及ぼす場合があります。

⑤ 不正利用に係わるリスク

(イ) 不正利用により、損害が発生する可能性があります

悪意ある利用者が、他人のIDやパスワード、クレジットカード情報などをフィッシング等で不正に入手し、ヤフーやパートナーサイトの各種サービスで他人になりすます行為や、「Yahoo! JAPANカード」を不正利用し支払いを行うなどの可能性があります。一例として、「Yahoo!オークション」で他人になりすまして不正な商品を出品する、「Yahoo!ウォレット」や「Yahoo!かんたん決済」を利用して他人の支払いで決済を行う、「Yahoo!メール」で他人になりすましてメールを送信する、などが考えられます。

ヤフーでは情報セキュリティの強化や、利用者のID管理に対する啓発を行うとともに、一定

の不正利用を事前に見込んだ対策を行っております。しかしながら、悪意ある利用者による不正利用により立替金の回収に支障をきたす可能性や、不正利用の被害に対してヤフーに損害賠償が求められたり、想定外の不正利用による補償や再発防止策に費用がかかる可能性、ヤフーのブランドイメージが低下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) 「行動ターゲティング広告」や「インタレストマッチ」等は、行動履歴情報の収集や分析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分析した「行動ターゲティング広告」や「インタレストマッチ」等は、広告したい商品やサービスに興味・関心をもつグループに対して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。

ヤフーにおける行動履歴情報の収集や分析においては、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」や「インタレストマッチ」等においては、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閲覧したか、どのようなキーワードで検索したか、表示された広告とクリックの有無などの行動履歴情報を分析し、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・関心を分析しているわけではありません。

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ための現在考える十分な施策を講じていますが、行動履歴情報の収集や分析に対して利用者からの反発などが起こる可能性や、法的な規制が行われ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」や「インタレストマッチ」等を販売できなくなる事により、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) 内部統制のための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遵守を徹底し、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運営しています。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でる可能性があります。

2. 経営方針

(1) 会社の経営の基本方針

当グループは、設立当初よりインターネット利用者が当グループの提供するサービスを如何に楽しく、便利に、かつ快適に利用できるかということに重点をおいて運営してまいりました。インターネットを通じてあらゆる情報へのアクセスが可能となっている現在、当グループがインターネット・サービス・カンパニーとして果たす社会的役割は、一段と重要性を増しております。

今後も、インターネットの持つ利便性、公共性、社会性、将来性を認識して、より充実したサービスを提供し続けてまいります。

また、株主の皆様の期待に応え、株主利益の増大に向けて努力していく所存であります。

(2) 目標とする経営指標

主な成長性・収益性の財務的な指標として、売上高増加率、営業利益率、営業利益増加率に加え、経常利益率、経常利益増加率などを掲げております。当グループにおいては、利用者のサービス利用状況が事業を展開する上での重要な構成要素となっており、具体的には、全体および各サービスの閲覧状況を示すページビュー数、ユニークブラウザ数、各月中にログインしたYahoo! JAPAN ID数であるアクティブユーザーID数、利用時間等を重視し、また有料サービスの利用状況を示すYahoo!プレミアム会員ID数および「Yahoo!オークション」、「Yahoo!ショッピング」等のコマース取扱高等を重要な指標としております。

(3) 中長期的な会社の経営戦略

① 全社戦略について

当グループでは、前述の経営の基本方針のもと、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、以下の4つの戦略を推進してまいります。

- ・ Everywhere化：パソコン以外のスマートフォンやスマートパッドなどのモバイル端末や、テレビやゲーム機器などへインターネットの利用シーンの拡大を一層推進してまいります。
- ・ ソーシャルメディア化：質の高いソーシャルネットワークの形成を促進し、人と人とのつながりやコミュニティを軸に、いままでにない新たな価値と導線を構築してまいります。
- ・ 地域・生活圏情報の充実：地域の店舗や企業、SOHOにとって魅力あるサービスの開発を進め、利用者個々の生活圏に密着した情報を充実させてまいります。
- ・ オープン化：他のインターネットサイトとの広告掲載スペースや、Yahoo! JAPAN IDでのログイン機能、決済機能等における提携や、サービスの機能やプラットフォームの公開を推進してまいります。

② メディア事業について

メディア事業では、広告を掲載する各サービスの企画、情報提供元であるコンテンツパートナーとの連携、広告会社と連携した広告商品の企画・販売を通じ、利用者・広告主の双方に支持されるウェブサイトの提供を推進しています。

日本におけるインターネット広告市場は、テレビに次ぐ市場規模に成長するなど、メディアとしての価値がますます高まる傾向にあります。また、モバイル端末において、特に検索連動型広告や興味関心連動型広告の売上が増加傾向にあります。

当グループでは、大企業や官公庁から中小事業者や個人に至るまでの幅広い広告主に対して、各々に

最適な広告ソリューションを提供するために、付加価値の高い様々な広告商品を開発するとともに、販売チャネルの整備を進めてまいります。

ディスプレイ広告では、よりブランディング効果の高い「ブランドパネル」や「プライムディスプレイ」等の広告商品や、利用者のインターネット上での行動を分析し、閲覧中のページ内のコンテンツとは無関係に、その利用者が関心をもちそうな商品やサービスの広告を的確に配信する「行動ターゲティング広告」の拡販を進めてまいります。

また検索連動型広告や興味関心連動型広告では、利用者が検索サービスを通して求めている情報や、利用者の興味・関心に合わせた広告を効率良く配信するために、マッチング精度を高めてまいります。

上記の「プライムディスプレイ」や検索連動型広告、興味関心連動型広告等の、優良な掲載場所を拡大するために、Yahoo! JAPANのサイト上で、より充実したサービスやコンテンツを提供するとともに、他のサイトとの広告掲載スペースの提携を進めてまいります。

③ BS事業について

BS事業では、地域・生活に密着した情報を提供することにより、利用者の生活を豊かにするとともに、インターネットをビジネスに活用する法人に対して有用な情報提供やサービスの拡充、宣伝効果の高い情報掲載の場を提供しています。

検索連動型広告(オンライン経由)において、オンライン代理店の増加や新規広告主の増加などにより、中小企業を中心とした広告出稿の拡大に努めております。

「Yahoo!不動産」、「Yahoo!リクナビ」などの情報掲載サービスにおいては、生活により密着したサービスへと発展させていくとともに、「Yahoo!ウェブホスティング」のほか、(株)IDCフロンティアによるデータセンター関連事業など、企業やSOHOにとって魅力ある商品・サービスの開発に努め、より多くの顧客を開拓してまいります。また、利用者個々の生活圏に密着した情報を充実させることによって、日々の生活におけるインターネットサービスの利便性向上を目指してまいります。

④ コンシューマ事業について

コンシューマ事業では、「Yahoo!オークション」や「Yahoo!ショッピング」を中心としたコマース関連サービス、「Yahoo!プレミアム」等の会員サービスや「Yahoo!パートナー」、「Yahoo!ゲーム」等の個人向けサービス、「Yahoo!ウォレット」等の決済サービスの企画・販売促進を通じ、インターネットを介した流通活動の促進と利便性の向上を推進しています。

「Yahoo!ショッピング」や「Yahoo!オークション」においては、モバイル端末による利用者数や取扱高が増加しており、モバイル端末でのユーザビリティや機能の向上を進めるとともに、より広く店舗を誘致する戦略をさらに推進し、品揃えを充実させるとともに、店舗のサポート体制の充実とツールの導入などにより、店舗当たりの売上が伸びるためのサポートも行っております。同時に「Yahoo!ショッピング」や「Yahoo!オークション」の各機能や決済機能をオープン化し、利用者の利便性とサービスの利用者数や利用回数の向上を目指してまいります。

また、「Yahoo!プレミアム」会員やISPサービスの利用者である「Yahoo! BB」会員などをはじめとする既存顧客の満足度を向上させるとともに、ゲーム関連サービスや、「Yahoo!パートナー」、「Yahoo!コミック」、「Yahoo!占い」など各種サービスにおいて有料コンテンツの充実を図り、売上の拡大に努めてまいります。

(4) 会社の対処すべき課題

当グループは、社会と調和し、持続可能な成長を図るために、新たな戦略を基にビジネスを開発し、利用者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、当グループの競争優位性を維持するとともに、既存顧客の確保はもちろんのこと、新たな市場や顧客を開拓し、収益源を増大させる必要があると考えております。今後は、スマートフォンやスマートパッドを中心にパソコン以外のデバイス（情報端末）によるインターネットサービスのさらなる利用拡大が見込まれているほか、ソーシャルメディアの普及、浸透などにより、活用手段も多様化しております。当グループはこうしたインターネット利用環境の拡大、活用手段の多様化に対応するため、新しいサービスの提供、他サイト等とのパートナーシップの構築、技術開発、利用者動向の研究などに、より一層注力し、全ての利用者の利用シーンおよび利用デバイスへの最適化を図り、人々の生活に役立つインターネットサービスを提供してまいります。

また、インターネットはライフラインとして、生活やビジネスにもはや欠かせない存在となり、当グループの担う公共的な責任も増しているため、突発的な事件や自然災害などに対する施設面・業務面でのリスクマネジメントの徹底を常に念頭において活動してまいります。加えて当グループでは、個人情報の保護を筆頭にセキュリティの強化を最優先に図っておりますが、今後も当グループが提供するサービスを安全にかつ安心してご利用いただけるよう対策を講じてまいります。

さらに、当グループの事業展開に伴う業容拡大に加え、インターネットビジネスを取り巻く環境の変化のスピード、利用者の多様化するニーズに対して、柔軟性の高い磐石な組織体制で臨み、積極的に人材を採用・育成してまいります。加えて企業の社会的責任を果たすための取り組みや、企業経営のリスクに対応するための内部統制システム構築についても、一層強化してまいります。

当グループはこれらを着実に達成していくとともに、すべての経営資源を最適配置し、意思決定のスピードを速め、最大限の効果を生み出す組織体制を構築し、創業以来築いてきた資産である「ブランド力」、「技術力」、「利用者への圧倒的なリーチ」等を最大限に活かし、収益を多様化するとともに経営体質をより強固なものとし、No.1インターネット総合サービスカンパニーとして、インターネット社会のさらなる発展に努めてまいります。

<p>本年3月11日に発生いたしました東日本大震災に被災された皆様へ心よりお見舞い申し上げますとともに、被災地域の一日も早い復興をお祈り申し上げます。当グループでは、地震発生直後から、地域別震災関連情報や節電関連情報等の掲載、インターネット募金やチャリティーオークション、物資支援プログラムの実施など、全社を挙げて支援活動を実施しております。引き続きさまざまなサービスを通じて、正確な情報提供や、募金活動、被災された皆様の支援活動に努めてまいります。</p>

3. 連結財務諸表

(1) 連結損益計算書及び連結包括利益計算書

連結損益計算書

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 平成21年4月1日 至 平成22年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成22年4月1日 至 平成23年3月31日)
売上高	279,856	292,423
売上原価	32,645	29,293
売上総利益	247,211	263,129
販売費及び一般管理費	103,385	103,525
営業利益	143,825	159,604
営業外収益		
受取利息	101	347
受取配当金	54	—
為替差益	74	210
持分法による投資利益	—	381
還付加算金	51	—
その他	67	283
営業外収益合計	349	1,224
営業外費用		
支払利息	197	—
持分法による投資損失	222	—
貸倒引当金繰入額	—	122
固定資産除却損	250	308
その他	144	179
営業外費用合計	814	610
経常利益	143,360	160,218
特別利益		
投資有価証券売却益	92	178
子会社株式売却益	327	—
持分変動利益	—	799
その他	—	175
特別利益合計	420	1,153
特別損失		
ソフトウェア除却損	343	422
投資有価証券評価損	1,072	—
減損損失	1,470	—
資産除去債務会計基準の適用に伴う影響額	—	1,145
契約変更に伴う清算金	—	1,848
その他	219	522
特別損失合計	3,105	3,939
税金等調整前当期純利益	140,676	157,432
法人税、住民税及び事業税	59,625	60,430
法人税等の更正、決定等による納付税額又は還付税額	—	27,391
法人税等調整額	△2,854	△23,081
法人税等合計	56,770	64,740
少数株主損益調整前当期純利益	—	92,692
少数株主利益	382	517
当期純利益	83,523	92,174

連結包括利益計算書

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 平成21年4月1日 至 平成22年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成22年4月1日 至 平成23年3月31日)
少数株主損益調整前当期純利益	—	92,692
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	—	△776
繰延ヘッジ損益	—	△29
持分法適用会社に対する持分相当額	—	6
その他の包括利益合計	—	△799
包括利益	—	91,893
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	—	91,375
少数株主に係る包括利益	—	517

(2) 連結貸借対照表

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (平成22年3月31日)	当連結会計年度 (平成23年3月31日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	139,238	188,687
売掛金	37,391	36,945
たな卸資産	201	158
未収入金	1,511	2,154
繰延税金資産	6,687	5,522
その他	19,768	20,652
貸倒引当金	△1,455	△1,570
流動資産合計	203,342	252,550
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	10,321	11,589
減価償却累計額	△3,690	△4,782
建物及び構築物（純額）	6,631	6,806
機械及び装置	8,794	10,106
減価償却累計額	△3,091	△4,125
機械及び装置（純額）	5,702	5,980
工具、器具及び備品	39,249	41,336
減価償却累計額	△30,029	△31,157
工具、器具及び備品（純額）	9,220	10,179
土地	5,002	5,425
建設仮勘定	562	466
有形固定資産合計	27,120	28,859
無形固定資産		
のれん	4,896	1,349
その他	10,054	9,826
無形固定資産合計	14,950	11,176
投資その他の資産		
投資有価証券	159,993	43,035
長期未収入金	—	122,646
繰延税金資産	6,313	6,667
その他	6,615	6,965
貸倒引当金	△72	△155
投資その他の資産合計	172,849	179,159
固定資産合計	214,920	219,194
資産合計	418,262	471,745

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (平成22年3月31日)	当連結会計年度 (平成23年3月31日)
負債の部		
流動負債		
買掛金	7,502	7,124
短期借入金	10,000	—
未払金	13,099	15,585
未払法人税等	47,107	33,407
役員賞与引当金	251	246
ポイント引当金	3,919	3,591
その他	23,688	24,040
流動負債合計	105,569	83,997
固定負債	419	2,642
負債合計	105,988	86,639
純資産の部		
株主資本		
資本金	7,521	7,925
資本剰余金	2,602	3,007
利益剰余金	300,496	375,850
自己株式	△3,068	△5,604
株主資本合計	307,550	381,179
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	1,978	1,208
繰延ヘッジ損益	25	△3
その他の包括利益累計額合計	2,004	1,205
新株予約権	450	563
少数株主持分	2,267	2,157
純資産合計	312,273	385,105
負債純資産合計	418,262	471,745

(3) 連結株主資本等変動計算書

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 平成21年4月1日 至 平成22年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成22年4月1日 至 平成23年3月31日)
株主資本		
資本金		
前期末残高	7,444	7,521
当期変動額		
新株の発行（新株予約権の行使）	76	404
当期変動額合計	76	404
当期末残高	7,521	7,925
資本剰余金		
前期末残高	2,525	2,602
当期変動額		
新株の発行（新株予約権の行使）	76	404
自己株式の処分	—	0
当期変動額合計	76	405
当期末残高	2,602	3,007
利益剰余金		
前期末残高	223,955	300,496
当期変動額		
剰余金の配当	△7,554	△16,708
連結範囲の変動	△23	385
持分法の適用範囲の変動	595	△497
当期純利益	83,523	92,174
当期変動額合計	76,540	75,354
当期末残高	300,496	375,850
自己株式		
前期末残高	—	△3,068
当期変動額		
自己株式の取得	△3,068	△2,540
自己株式の処分	—	4
当期変動額合計	△3,068	△2,535
当期末残高	△3,068	△5,604
株主資本合計		
前期末残高	233,925	307,550
当期変動額		
新株の発行（新株予約権の行使）	153	809
自己株式の取得	△3,068	△2,540
自己株式の処分	—	5
剰余金の配当	△7,554	△16,708
連結範囲の変動	△23	385
持分法の適用範囲の変動	595	△497
当期純利益	83,523	92,174
当期変動額合計	73,625	73,628
当期末残高	307,550	381,179

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 平成21年 4月 1日 至 平成22年 3月 31日)	当連結会計年度 (自 平成22年 4月 1日 至 平成23年 3月 31日)
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金		
前期末残高	219	1,978
当期変動額		
株主資本以外の項目の当期変動額（純額）	1,759	△769
当期変動額合計	1,759	△769
当期末残高	1,978	1,208
繰延ヘッジ損益		
前期末残高	—	25
当期変動額		
株主資本以外の項目の当期変動額（純額）	25	△29
当期変動額合計	25	△29
当期末残高	25	△3
その他の包括利益累計額合計		
前期末残高	219	2,004
当期変動額		
株主資本以外の項目の当期変動額（純額）	1,785	△799
当期変動額合計	1,785	△799
当期末残高	2,004	1,205
新株予約権		
前期末残高	259	450
当期変動額		
株主資本以外の項目の当期変動額（純額）	190	113
当期変動額合計	190	113
当期末残高	450	563
少数株主持分		
前期末残高	2,066	2,267
当期変動額		
株主資本以外の項目の当期変動額（純額）	201	△110
当期変動額合計	201	△110
当期末残高	2,267	2,157
純資産合計		
前期末残高	236,469	312,273
当期変動額		
新株の発行（新株予約権の行使）	153	809
自己株式の取得	△3,068	△2,540
自己株式の処分	—	5
剰余金の配当	△7,554	△16,708
連結範囲の変動	△23	385
持分法の適用範囲の変動	595	△497
当期純利益	83,523	92,174
株主資本以外の項目の当期変動額（純額）	2,177	△796
当期変動額合計	75,803	72,832
当期末残高	312,273	385,105

(4)連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 平成21年4月1日 至 平成22年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成22年4月1日 至 平成23年3月31日)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益	140,676	157,432
減価償却費	10,213	9,843
資産除去債務会計基準の適用に伴う影響額	—	1,145
減損損失	1,470	—
のれん償却額	926	△39
貸倒引当金の増減額 (△は減少)	△44	199
ポイント引当金の増減額 (△は減少)	1,151	△328
役員賞与引当金の増減額 (△は減少)	32	△5
固定資産除却損	594	731
投資有価証券評価損益 (△は益)	1,072	189
投資有価証券売却損益 (△は益)	8	△164
持分法による投資損益 (△は益)	222	△381
持分変動損益 (△は益)	63	△786
受取利息及び受取配当金	△155	△414
支払利息	197	20
たな卸資産の増減額 (△は増加)	56	△10
売上債権の増減額 (△は増加)	△1,625	131
仕入債務の増減額 (△は減少)	2,120	70
その他の流動資産の増減額 (△は増加)	△4,126	△949
その他の流動負債の増減額 (△は減少)	3,535	3,534
未払消費税等の増減額 (△は減少)	239	△4
その他	△686	△1,356
小計	155,940	168,857
法人税等の支払額	△15,844	△101,276
営業活動によるキャッシュ・フロー	140,095	67,580
投資活動によるキャッシュ・フロー		
定期預金の預入による支出	△1,000	△1,000
有形固定資産の取得による支出	△4,683	△7,902
無形固定資産の取得による支出	△2,036	△2,679
投資有価証券の取得による支出	△619	△2,031
投資有価証券の売却による収入	199	469
出資金の払込による支出	△109	△160
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	△40	△701
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による収入	2	—
子会社株式の取得による支出	△1,114	△544
子会社株式の売却による収入	423	441
株式の取得価額の調整による入金額	—	25,731
敷金及び保証金の差入による支出	△150	△513
敷金及び保証金の回収による収入	863	50
利息及び配当金の受取額	221	420
その他	684	49
投資活動によるキャッシュ・フロー	△7,356	11,630

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 平成21年 4 月 1 日 至 平成22年 3 月 31 日)	当連結会計年度 (自 平成22年 4 月 1 日 至 平成23年 3 月 31 日)
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金の返済による支出	△440	—
長期借入金の返済による支出	△20,000	△10,000
新株予約権の行使による株式の発行による収入	153	809
自己株式の取得による支出	△3,068	△2,540
配当金の支払額	△7,519	△16,671
利息の支払額	△288	△53
その他	△219	△468
財務活動によるキャッシュ・フロー	△31,381	△28,924
現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	101,357	50,286
現金及び現金同等物の期首残高	36,996	138,238
連結の範囲の変更に伴う現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	△115	—
会社分割に伴う現金及び現金同等物の減少額	—	△1,837
現金及び現金同等物の期末残高	138,238	186,687

(5) 継続企業の前提に関する注記

該当事項はありません。

(6) 連結財務諸表作成のための基本となる重要な事項の変更

【会計方針の変更】

1 「資産除去債務に関する会計基準」等の適用

当連結会計年度より、「資産除去債務に関する会計基準」（企業会計基準第18号 平成20年3月31日）および「資産除去債務に関する会計基準の適用指針」（企業会計基準適用指針第21号 平成20年3月31日）を適用しております。

これにより、当連結会計年度の営業利益および経常利益はそれぞれ183百万円減少し、税金等調整前当期純利益は1,328百万円減少しております。

2 「企業結合に関する会計基準」等の適用

当連結会計年度より、「企業結合に関する会計基準」（企業会計基準第21号 平成20年12月26日）、「連結財務諸表に関する会計基準」（企業会計基準第22号 平成20年12月26日）、「『研究開発費等に係る会計基準』の一部改正」（企業会計基準第23号 平成20年12月26日）、「事業分離等に関する会計基準」（企業会計基準第7号 平成20年12月26日）、「持分法に関する会計基準」（企業会計基準第16号 平成20年12月26日公表分）および「企業結合会計基準及び事業分離等会計基準に関する適用指針」（企業会計基準適用指針第10号 平成20年12月26日）を適用しております。

【追加情報】

「包括利益の表示に関する会計基準」の適用

当連結会計年度より「包括利益の表示に関する会計基準」（企業会計基準第25号 平成22年6月30日）を適用しております。ただし、「その他の包括利益累計額」及び「その他の包括利益累計額合計」の前連結会計年度の金額は、「評価・換算差額等」及び「評価・換算差額等合計」の金額を記載しております。また、前連結会計年度における包括利益金額およびその他の包括利益の項目の金額は、次のとおりであります。

① 包括利益

包括利益	85,691百万円
(内訳)	
親会社株主に係る包括利益	85,308
少数株主に係る包括利益	382

② その他の包括利益

その他有価証券評価差額金	1,762百万円
繰延ヘッジ損益	25
持分適用会社に対する持分相当額	△3
計	1,785

(7) 連結財務諸表に関する注記事項

(セグメント情報等)

1 報告セグメントの概要

当社の報告セグメントは、当社の構成単位のうち分離された財務情報が入手可能であり、取締役会が、経営資源の配分の決定及び業績を評価するために、定期的に検討を行う対象となっているものであります。

当社は各事業統括本部にて各サービスを主管し、サービスの向上と売上の拡大を目指し事業活動を展開しております。従って、当社は各事業統括本部を基礎とした事業セグメントから構成されており、「メディア事業」、「BS事業」及び「コンシューマ事業」の3つを報告セグメントとしております。

「メディア事業」は、主に、広告を掲載する各サービスの企画、コンテンツパートナーや広告会社と連携した広告商品の企画・販売をしております。「BS事業」は、主に、地域・生活圏の情報掲載サービスの企画、代理店・オンラインセールスを含めた中小企業クライアント向け商品・サービスの販売をしております。「コンシューマ事業」は、主に、コマース関連サービス、会員サービスや有料コンテンツ等の個人向けサービス、決済サービスの企画・販売をしております。

2 報告セグメントごとの売上高、利益又は損失その他の項目の金額に関する情報

前連結会計年度(自 平成21年4月1日 至 平成22年3月31日)

(単位：百万円)

	報告セグメント				調整額 (注) 1	連結損益計算書計上額 (注) 2
	メディア事業	BS事業	コンシューマ事業	計		
売上高						
外部顧客への売上高	102,268	71,217	105,372	278,858	998	279,856
セグメント間の内部売上高又は振替高	3	196	0	200	△200	—
計	102,271	71,413	105,373	279,058	797	279,856
セグメント利益	49,590	32,015	69,996	151,602	△8,241	143,360
その他の項目						
減価償却費	2,779	3,098	3,654	9,532	680	10,213
のれんの償却額	382	485	58	926	—	926
受取利息および支払利息	△0	4	2	6	△102	△96
持分法投資損益	33	△332	△36	△335	113	△222

(注) 1 セグメント利益の調整額△8,241百万円には、セグメント間取引消去15百万円、各報告セグメントに配分していない全社費用△8,627百万円およびその他371百万円が含まれております。全社費用は、主に報告セグメントに帰属しない一般管理費であります。

2 セグメント利益は、連結損益計算書の経常利益と調整を行っております。

3 セグメント資産及び負債については、経営資源の配分の決定及び業績を評価するための検討対象とはなっていないため記載しておりません。

当連結会計年度(自 平成22年4月1日 至 平成23年3月31日)

(単位：百万円)

	報告セグメント				調整額 (注) 1	連結損益計算 書計上額 (注) 2
	メディア事業	BS事業	コンシューマ 事業	計		
売上高						
外部顧客への売上高	110,234	76,738	104,913	291,886	536	292,423
セグメント間の内部 売上高又は振替高	1	0	0	2	△2	—
計	110,235	76,739	104,914	291,889	533	292,423
セグメント利益	59,419	38,789	68,062	166,271	△6,053	160,218
その他の項目						
減価償却費	2,727	3,191	3,590	9,508	334	9,843
のれんの償却額	324	△399	58	△16	46	29
受取利息および支払利 息	△0	4	1	6	320	326
持分法投資損益	384	175	△139	421	△39	381

(注) 1 セグメント利益の調整額△6,053百万円には、セグメント間取引消去△10百万円、各報告セグメントに配分していない全社費用△6,355百万円およびその他312百万円が含まれております。全社費用は、主に報告セグメントに帰属しない一般管理費であります。

2 セグメント利益は、連結損益計算書の経常利益と調整を行っております。

3 セグメント資産及び負債については、経営資源の配分の決定及び業績を評価するための検討対象とはなっていないため記載しておりません。

(追加情報)

当連結会計年度より「セグメント情報等の開示に関する会計基準」(企業会計基準第17号 平成21年3月27日) および「セグメント情報等の開示に関する会計基準の適用指針」(企業会計基準適用指針第20号 平成20年3月21日) を適用しております。

(1 株当たり情報)

項目	前連結会計年度 (自 平成21年 4月 1日 至 平成22年 3月 31日)	当連結会計年度 (自 平成22年 4月 1日 至 平成23年 3月 31日)
1株当たり純資産額 (円)	5,335.79	6,593.20
1株当たり当期純利益金額 (円)	1,438.23	1,589.53
潜在株式調整後 1株当たり当期純利益金額 (円)	1,437.03	1,588.43

(注) 算定上の基礎

1 1株当たり純資産額

項目	前連結会計年度 (平成22年 3月 31日)	当連結会計年度 (平成23年 3月 31日)
連結貸借対照表の純資産の部の合計額 (百万円)	312,273	385,105
普通株式に係る純資産額(百万円)	309,555	382,384
差額の主な内訳(百万円)		
新株予約権	450	563
少数株主持分	2,267	2,157
普通株式の発行済株式数(株)	58,118,909	58,117,294
普通株式の自己株式数(株)	103,955	180,433
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)	58,014,954	57,996,861

2 1株当たり当期純利益金額及び潜在株式調整後1株当たり当期純利益金額

項目	前連結会計年度 (自 平成21年 4月 1日 至 平成22年 3月 31日)	当連結会計年度 (自 平成22年 4月 1日 至 平成23年 3月 31日)
1株当たり当期純利益金額		
連結損益計算書上の当期純利益 (百万円)	83,523	92,174
普通株主に帰属しない金額 (百万円)	—	—
普通株式に係る当期純利益 (百万円)	83,523	92,174
普通株式の期中平均株式数(株)	58,073,889	57,988,737
潜在株式調整後 1株当たり当期純利益金額		
当期純利益調整額(百万円)	—	—
普通株式増加数(株)	48,201	39,905
(うち新株引受権)	(36,053)	(28,045)
(うち新株予約権)	(12,147)	(11,860)
希薄化効果を有しないため、潜在株式 調整後1株当たり当期純利益の算定に 含まれなかった潜在株式の概要	第2回新株引受権、平成15年度第1回、第2回、第3回、第4回、平成16年度第1回、第2回、第3回、第4回、平成17年度第1回、第2回、第3回、第4回、平成18年度第1回、第2回、第3回、平成19年度第1回、第2回、第3回、第4回、平成20年度第1回、第2回、第3回、第4回、平成21年度第2回新株予約権。	平成15年度第1回、第2回、第3回、第4回、平成16年度第1回、第2回、第3回、第4回、平成17年度第1回、第2回、第3回、第4回、平成18年度第1回、第2回、第3回、平成19年度第1回、第2回、第3回、第4回、平成20年度第1回、第2回、第3回、第4回、平成21年度第4回、平成22年度第1回、第2回新株予約権。

(重要な後発事象)

該当事項はありません。