

2016 年第 2 四半期決算説明会 Q&A セッションサマリー

クレディスイス証券 米島慶一アナリスト

Q 国内 EC について。広告売上の向上でテイクレートの改善は見られるのか？また SPU のコストは下期、来期に向けてどのくらいと考えているか？

A SPU に関しては、キャンペーンの内容に多少の変更があるかもしれないが、今後も継続していく。SPU のコストは小さくはないが、SPU が浸透し、その他のマーケティング費用を抑えられているため、下期から来年にかけて国内 EC 全体のコストは抑えられると考える。広告売上も 3Q 以降増えていくため、国内 EC の PL は 2Q をボトムに今後回復していく当初のシナリオ通りの展開になると見ている。

Q クレジットカード業界の競争環境の変化について。

A 大手携帯キャリアや他のインターネット企業もクレジットカード事業を行っているが、新規カード発行は順調でもその後の稼働に繋げるのは容易ではなく、各社の動きを注視していきたい。楽天カードのショッピング取扱高成長率は 20%だが、統計によると楽天カードを除いた業界平均の成長率は 5%程度。当面は楽天カードがシェアを伸ばしていく状況に変化はないと考える。

Q その他セグメント、その他インターネットサービスの業績改善の要因は何か？

A その他セグメント

Viber のマーケティング費用が想定よりも少なかった。またスポーツ事業における特殊要因もあった。この四半期のその他セグメントの営業利益改善は偶発的な要素が複数重なったことによる。決して投資を抑えているわけではなく、楽天モバイルや Viber 含めトップラインの成長に寄与するのであれば、もっとアグレッシブに投資を行っていく。

その他インターネットサービス

マイノリティ出資からの株式評価売却益 15 億円が出ている。必ずしも一過性ではなく、投資や VC を本業とするインベストメントカンパニーという組織を設置し、多くの有望な会社に投資を行っている。今後も利益貢献させていきたい。また、Ebates や OverDrive も好調で利益を伸ばしている。その他インターネットサービスの Non-GAAP 営業利益 200 億円としている中期戦略 Vision2020 の目標達成に向けて今後も取り組んでいく。

ゴールドマンサックス証券 杉山賢アナリスト

Q 海外事業撤退の影響が数字に現れてくるのは 3Q 以降なのか？ どのくらいの赤字の縮

小が見込まれるのか？

A 撤退の影響が数字に現れてくるのは下期から。具体的な赤字の縮小幅は言えない。海外事業に関しては Ebates や OverDrive が業績を牽引していく。

Q ID 決済の成長率前年比 24.6%が思ったよりも低いが、今後の見通しはどうか？

A ID 決済は今後も伸びていくと考える。市場事業とのカニバリゼーションも考慮し少し制限することもあったが、オープン EC 戦略の一環として、楽天全体のエコシステムとのバランスを考えながら積極的に投資を行っていく。

みずほ証券 岩佐慎介アナリスト

Q 国内 EC 流通総額の前年同期比+10.9%は、Vision2020 の数字である CAGR14%と比べると低いように感じるが、これについてどのように考えるか。また Q2 がボトムというのはどういう意味か。

A 国内 EC の営業利益の前年同期比のマイナス幅 (-24.6%) が今後縮小していくと考えている。その意味で Q2 がボトムだと申し上げている。国内 EC の流通総額に関しては、ユーザーの増加効果が見られているので、あとは購入単価が残された課題である。スマホシフトや新規ユーザー増加にが、購入単価の低下に影響している。ただ、スマホシフトによって、ユーザーの購入頻度は増加している。また、SPU などによって獲得した新規ユーザーに関しては、現在は育成の段階にある。時間はかかるかもしれないが、新規ユーザーの育成が進めば、流通総額にもいい影響が出てくると考える。また、全社的には今後も地道に新規ユーザーを増やしていく方針である。

ドイツ証券 風早隆弘アナリスト

Q 楽天市場の既存ユーザーの伸びについて。また SPU の既存ユーザーへの効果について。

A 新規ユーザーが増えているのはもちろんのこと、全体のユニーク購入者数も 2 桁成長している。また、注文件数も 2 桁成長で推移している。新規ユーザーと既存ユーザーのどちらにも SPU の効果が出ている状況。特に新規ユーザーや復活ユーザーの獲得は想定以上に効果が出るのが早かった。これは今年 20 年目を迎え既に一定規模の流通総額を持つ楽天が、SPU という大きな変革を行いつつも二桁成長を維持しているというのは非常に大きな意味がある。想定よりも早くスイッチが出来たと考えている。購入単価の下落は EC 業界全般で見られるトレンドである。購入単価の下落をカバーするために注文件数や購入頻度をもっと伸ばしていくのが今後の方向性である。

Q 顧客から見た楽天カードの利便性について。

A 他社と比べてモバイルアプリが使いやすい。それが NPS スコアにも反映されている。楽天カードの NPS スコアは他社と比べて圧倒的に高い。今後も引き続き、使いやすさ、

満足度を食欲に伸ばしていきたい。

- Q 海外事業再編はこれで終了なのか。またスポーツ事業の業績を押し上げた特殊要因とはなにか。
- A 今回非経常的項目に為替実現損 11 億円を含め 20 億円ほど計上したが、欧州事業再編のコスト計上は今回限り。海外 EC 再編は一旦終わった。Vision2020 の戦略に基づいて、選択と集中を行った結果である。また、スポーツ事業の特殊要因は、サッカーのスポンサー収入の増加である。

[免責事項]

本資料に記載された意見、予測やビジョンなどは資料作成時点での弊社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではありません。

本資料の内容は事前の通知なく変更されることがあります。また、本資料に記載される業界、市場動向又は経済情勢等に関する情報は、現時点で入手可能な情報に基づいて当社が作成したものであり、当社がその真実性、正確性、合理性及び網羅性について保証するものではありません。

様々な要因の変化により、実際の業績や結果とは大きく異なる可能性があることを御承知おき下さい。文中に記載の会社名、製品名は各社の登録商標または商標です。