

2018年第1四半期決算説明会 QA サマリー

クレディ・スイス証券 米島慶一アナリスト

Q. FinTech の貸倒費用が想定より少なかったことについて、状況を教えてください。

A. (穂坂)

IFRS9により貸倒引当金額は増加したものの、債権回収努力等によりP/Lへの影響が抑制できた結果、貸倒費用比率は前四半期比で横ばいとなった。今後も債権回収努力を続けていく。

Q. 朝日火災海上保険(株)の子会社化の影響は4月以降と考えるが、短期的な業績インパクト、将来の展望については？

A. (橋谷)

短期的には年間で数億円程度のP/Lインパクト。2019年までは体制整備や、CM等による認知度向上等のブランド戦略を進め、2020年にはFinTech事業の4番目の柱と呼べる状態にしたい。

Q. オフライン決済は競合他社においても注力分野であり、各社による活発な投資が予想されるが、楽天としての対応は？

A. (穂坂)

スマートペイ（現楽天ペイ）の成功によりこの分野では優位な体制ができており、それを維持していきたい。

Q. MNO事業の設備投資に関わるキャッシュアウトはいつからか？また、他社とのローミング契約の交渉状況、MVNOからMNOへのマイグレーション方法について教えてください。

A. (山田)

キャッシュアウトについては徐々に金額が増えていくイメージ。ローミングに関する特定の会社との交渉状況については回答を差し控えたい。また、マイグレーションについては検討を進めている状況にある。

みずほ証券 岩佐慎介アナリスト

Q. Vision 2020 の進捗状況について、現在の考えを教えてください。

A. (廣瀬)

MNO 事業への参入、物流強化といった、Vision2020 策定当時の外部環境や前提条件の変化を踏まえ、これらを含んだ計画として見直すべきかを検討している。

Q. 今四半期の実績を見ると、国内 EC に関しては Vision2020 で想定している成長率目標をやや下回っているように見受けられるが、各種施策を通じた流通総額増加への手ごたえは？

A. (河野)

国内 EC GMS 成長率が Vision2020 で想定している年平均成長率より低かった点については、冬季オリンピックの影響、配送価格の上昇・配送量の制限等による影響から、1月や2月が弱かったことが要因。SPU をはじめとするマーケティング施策によるトップライン成長を通じて、エコシステムの拡大にしっかり貢献していきたい。4月以降を見ると、新たにSPUに加わったトラベル事業の流通総額が大きく伸びている等、実際に取組の効果が現れ始めている。

Q. 広告事業については外部広告主からの受注額が増えたとのことだが、一般的に受注から売上貢献までにどの程度の時間がかかるのか？また、楽天市場の特性として、購買される商品はノンブランド商品が多いと考えるが、楽天が保有するデータと、今後ターゲットとしている外部広告主とに乖離はないのか？

A. (有馬)

受注から売上貢献までは3か月から5か月程度かかる。また、楽天市場の購買データのうち、大手ナショナルブランド商品の占める割合は大きく、外部広告主に対して意味のあるデータを提供できる。

Q. その他インターネットサービスの損益状況を教えてください。

A. (廣瀬)

投資事業損益、NBA 放映権関連費用等がその他インターネットサービスには含まれるが、これらの影響を除くと順調に損益は改善している。

ドイツ証券 風早隆弘アナリスト

Q. C2C 事業の流通総額の伸びについてはどのような状況か？

A. (河野)

C2C 事業については引き続き堅調に推移している。今後に関しては収益・エコシステムへどのように貢献させるかについて考えたい。

Q. 物流強化の進捗については？

A. (小森)

現時点でお伝えできる具体的な情報は無いが、構想は固まりつつある。可能なタイミングで情報開示をしていきたい。

以上