

2019年第2四半期決算説明会 QA サマリー

1. クレディ・スイス証券 米島慶一アナリスト

Q. MNO のサービスローンチに向け、アンテナの設置や技術的面で課題があれば教えてください。また、スモールローンチを行うというお話があったが、ローンチの規模感について教えてください。

A. (Tareq)

楽天のネットワークを検証して分かったことは、通信時の遅延が非常に少ないということで、例えば LTE の通信では海外の大手他社と比べてほぼ同程度の遅延であった。2018年4月に総務省より4Gの特定基地局開設計画の認定を受けて以来、ネットワークの構築を進め、2つのデータセンターを建設し、エッジセンター及びデータセンターをすべてカバーするプライベートクラウドの構築も完了している。ソフトウェアベースのネットワークはアジリティが非常に高く、問題に対処できる速さは他社の比ではない。この結果、楽天のネットワークの品質は期待以上のものとなっている。同時に、当ネットワークは効率性という面でも大変優れており、他社に比べ、基地局の導入に要する時間、人員を大幅に削減してネットワークの構築を進めることが可能である。例えば、従来の通信会社で基地局の電波が発射可能になるまで一局あたりおよそ72時間かかるところ、当社では約8.5分で行うことができる。IPトランスポート、バックホール、パケットコア、IMS、vRAN、BSS、OSSといったシステムは7月時点ですべて完成しており、ネットワークは「生産段階」への移行が完了している。また、7月以降社員を対象に行っているネットワークのテストでは、予想を上回る結果が得られており、ネットワークの品質には大変自信を持っている。一方で、通信事業者としてネットワークの品質を完全に担保する責任があると考えており、コマーシャルローンチにあたっては何一つ問題のないことを保障するために10月のローンチは規模を絞ったものとしている。

A. (山田)

今後の具体的な方針については、9月上旬に発表を行う予定だが、正式なローンチであることに変わりはない。特定のユーザーに制限するということはなく、ローンチの規模は限定するにせよ、すべてのユーザーに公正なローンチの方法を想定している。

Q. 国内 EC の GMS 成長率は 14.5% と非常に高いが、国内 EC のうち、どのようなビジネスが成長率に貢献しているか教えてほしい。また、送料無料バーの統一化について、3,980 円の例外となるようなケースがあれば教えてほしい。

A. (武田)

事業の規模から考えても楽天市場の伸びは国内 EC の成長にかなり大きく貢献している。楽天トラベルは今年のゴールデンウィークが 10 連休だった影響もあり、業界全体の取扱高が増加していることに加え、他社に比べても GMS が非常に強く成長している。送料無料ラインについては、インターネットの事業者としてユーザーが住む地域や店舗の場所によって送料が変わるのは公平ではないという観点から、沖縄、北海道を含め、地域的な例外は作っていない。一方で、大型の商品や冷蔵冷凍の食品などについては対象外としている。

Q. インターネットセグメント「その他」のうち Lyft 社等の投資事業による損益がどの程度あるのか教えてほしい。

A. (廣瀬)

投資評価の損益が大きく影響しており、Lyft 社の評価損含め-44 億円となっている。その他の海外各社については基本的に業績は改善しており、赤字幅は縮小している。

2. 野村證券 長尾佳尚アナリスト

Q. 国内 EC の GMS の伸びが顕著であるが、先ほど説明があった楽天市場の業績改善について、どのような経営指標が向上しているのか教えてほしい。

A. (武田)

楽天市場の成長は、顧客単価、各会員ランク別のユーザー数、新規顧客数等のファンダメンタルな指標が全体的に増加し、総合的に業績改善寄与した結果である。地道なプラットフォームの改善策がこうした指標の向上に貢献している。

Q. マーケットプレイス型のビジネスが好調である一方、物流網強化のための投資が続いているが、物流への投資と国内 EC 全体の利益のバランスに対する考え方を教えてほしい。

A. (武田)

物流については、ユーザー調査でもコメントを多くいただく箇所であり、物流網の強化・整備に対するユーザーからの期待は非常に高い。一方で、出店店舗側からの需要も非常に高く、現在稼働している物流施設の稼働率もかなりの速度で上昇している。今後はユーザー、店舗双方が満足できるような形で自社物流網の整備・強化を推進していく。

A. (三木谷)

物流への投資は楽天プラットフォームの価値を高め、顧客満足度の向上に寄与していくと同時に、店舗側も楽天の物流網を利用することで収益を上げることができるということで大いに期待しており、力を入れて投資を行っている。

Q. モバイル事業について、ネットワークの建設が非常に堅調に進捗している一方、四半期ベースで見ると赤字幅が増加している。今後はどのような費用が掛かってくるのか、また、10月のローンチにあたり、来期にかけてモバイル事業の赤字が全体の損益にどの程度の影響を与えるのか教えてほしい。

A. (三木谷)

モバイルについては、様々な戦略を検討しており、マーケティング等の方法によって収益の出方も変わってくる。慎重に行う方法もあるが、一気にマーケットシェアを取りに行くことも可能だと考えている。一方で、ローンチの段階では大きな部分を他社のローミングに依存していることもあり、MNO事業者としてなるべく早く自社ネットワークの確立をできるように、基地局の建築をできる限り前倒して進めたいと考えている。品質が高く、かつ低価格での参入を予定している当社の通信サービスはユーザーからもニーズが高く、大きな顧客の流入が見込めると考えている。

3. みずほ証券 岩佐慎介アナリスト

Q. モバイルネットワークの構築状況について教えてほしい。また、計画を前倒して進めるとのことだが、技術的にどういった点から前倒しでの構築が可能なのか教えてほしい。

A. (三木谷)

モバイルのネットワークについては、技術的な検証はすべて済んでおり、契約に関し

でも順調に進んでいる。ファイバーとの接続を行う部分で多少の遅れがあったが、現在計画に対して着実に推移している。むしろ、通信速度は想定以上の結果が出ており、技術的な面について問題はない。アンテナの設置に関しては、工程が明確化してきていることに加え、コンビニエンスストアや大手事業者との提携が進んでおり、96%の人口カバー率達成にむけて数千単位での拠点確保ができています。また、基地局建設において最も時間がかかるのが都心エリアであり、東名阪エリアでの建設が完了すれば、その後のネットワーク構築はよりスムーズに進むとみている。

Q. 国内 EC の購入者数が増加しているのはというのは、マーケットの成長によるものか、他社サービスのユーザーがスイッチングしているのかなど分析を教えてください。

A. (武田)

ユーザー数の増加をブレイクダウンすると、既存の顧客のリピート率が増加している一方、新規のユーザーの増加も顕著である。日用品をはじめとした商品ラインナップの充実に加え、配送サービスの向上による顧客満足度の増加が顧客のリテンションにつながっている。また、楽天ブランドアベニューのショップ数増加など、新規サービスの規模の拡大が新たなユーザー層の獲得につながっている。

A. (三木谷)

より根源的には SPU の改良などエコシステムの価値をさらに増加させる施策が、顧客の獲得、リテンション、クロスユースを高めている。現在 SPU は最大 16 倍だが、SPU による顧客のクロスユースの促進が、楽天カード、銀行、保険といった生涯価値の高いサービスへの顧客流入を促進しており、ポイントコストをかけても十分元がとれている構造になっている。

A. (穂坂)

フィンテックについては、特に楽天カードの利便性への認知が高まっており、顧客獲得件数が加速している。そうした中で、楽天カードの引き落とし口座を楽天銀行にする取組の促進や、楽天カードでの保険、投資信託の決済時のポイント付与等の施策により、フィンテック内での楽天カードを中心としたクロスユースが進んでいる。

4. シティグループ証券 鶴尾充伸アナリスト

Q. 先日の Rakuten Optimism 2019 で年間のポイントバック総額が、現在約 2,600 億円あり、今後 5,000-6,000 億円になると述べていたが、これはいつ頃になるのか。

A. (三木谷)

現在グローバル流通総額は年間約 15 兆円超あり、年間約 25%で伸びている。楽天グループのほとんどのサービスでポイント付与を行っており、今後、この成長率が続いていけば、年間の総額ポイントバックが 5,000 億円、6,000 億円となるのも遠くはないと考えている。また、現在、国際的なブランド統合に力を入れており、年間約 3,000 万人が利用する Ebates を楽天ブランドへ統一したほか、ストリーミングサービスについてもすでに「楽天 TV」へ統一を行っている。今後は Rakuten Viber のリブランディングをどのように行うかを考えており、これらのリブランディングによる国際的な認知度の向上も今後グローバル流通総額の伸びに貢献すると期待している。

Q. 楽天ペイについてアップデートがあれば教えてほしい

A. (中村)

6月に発表を行った通り、東日本旅客鉄道株式会社との提携させていただき、楽天ペイアプリ内での Suica の発行及びチャージが可能となる。全国の鉄道約 5,000 駅、バス約 5 万台のほか、交通系電子マネーとして約 60 万店舗での決済が可能となる。サービスの設計については今後お伝えしていくが、これによりユーザーは楽天ポイントを貯めて、お使いいただくことが可能となる。キャンペーンに頼らない骨太な戦略で進めていきたいと考えている。

A. (三木谷)

楽天ペイは一つのアプリの中に楽天 Edy、楽天キャッシュ送金、QR/バーコード送金等々様々な金融サービスの統合を進めている。さらに、キャッシュから楽天ポイントへ変換することが可能な機能がアプリ上であれば、楽天ポイントが使用可能なすべての店舗においてこのアプリ一つで決済が可能となる。また、多額のコストをかけて顧客獲得を行うようなキャンペーンはいつでも可能と考えており、持続可能な方法でサービスを提供していけるような戦略を取っていく。

以上