

2024年度第2四半期決算説明会（連結） プレゼンテーション資料

2024年8月9日

楽天グループ株式会社



楽天モバイル全契約回線数は770万回線^{*1}に（8月7日時点）

今四半期の契約回線数においてB2Cの増加幅が過去最大^{*2}

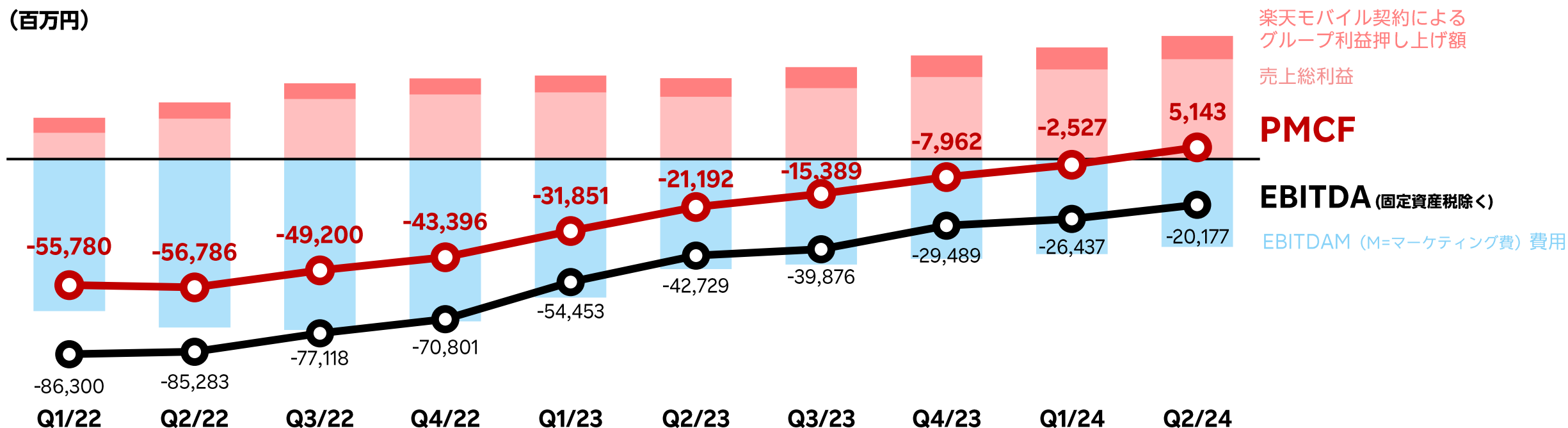
**引き続き顧客獲得に向けた投資フェーズにはあるものの
楽天モバイル単体のPMCF^{*3}（マーケティング前キャッシュフロー）は
Q2/24に黒字化を達成**

*1：2024年8月7日時点速報値。BCP回線を含むMNO、MVNE及びMVNOの合計値。BCP回線を除くMNO及びMVNEを合わせた契約回線数は726万回線。MNO契約回線数（BCP及びMVNE除く）は703万回線。*2：2022年7月1日基本料金無料キャンペーン完全終了後。*3：PMCF=Pre-Marketing Cash Flow（マーケティング前キャッシュフロー）。楽天モバイル契約者によるグループサービスの利益押し上げ額を含む楽天モバイル株EBITDAに、顧客獲得費用（マーケティング費用、ショップ費用等を含む）を足し戻して算出。EBITDAはNon-GAAP営業利益に減価償却費等を加算して算出。楽天モバイル契約者によるグループサービスの利益押し上げ額は、18事業（楽天市場、楽天ブックス、楽天ダイレクト、楽天ビック、楽天kobo、楽天ファッション、楽天トラベル、楽天西友ネットスーパー、楽天ビューティ、楽天ペイアプリ決済、楽天ペイオンライン決済、楽天Edy、楽天ポイントカード、楽天カード、楽天銀行、楽天証券、楽天生命、楽天損保）におけるMNOユーザーとNon MNOユーザーの直近1年間の一人当たり平均売上との差に各事業の粗利率及び各月末の契約回線数を乗じて算出。

楽天モバイルのPMCF* (マーケティング前キャッシュフロー) が黒字化

- 楽天モバイル契約によるグループサービスの利益押し上げ額と、楽天モバイルの獲得コスト等各種マーケティング費を加味したPMCFベースで黒字化。新規獲得等除くと黒字化可能な収益体制に
- 一方で引き続き顧客獲得に向けた投資フェーズであり、足下は将来の営業レバレッジ拡大のため、さらなる契約獲得を推進し早期のEBITDA及び営業黒字化を目指す

(百万円)



* PMCF=Pre-Marketing Cash Flow (マーケティング前キャッシュフロー)。楽天モバイル契約者によるグループサービスの利益押し上げ額を含む楽天モバイル(株)EBITDAに、顧客獲得費用(マーケティング費用、ショップ費用等を含む)を足し戻して算出。EBITDAはNon-GAAP営業利益に減価償却費等を加算して算出。楽天モバイル契約者によるグループサービスの利益押し上げ額は、18事業(楽天市場、楽天ブックス、楽天ダイレクト、楽天ビック、楽天kobo、楽天ファッション、楽天トラベル、楽天西友ネットスーパー、楽天ビューティ、楽天ペイアプリ決済、楽天ペイオンライン決済、楽天Edy、楽天ポイントカード、楽天カード、楽天銀行、楽天証券、楽天生命、楽天損保)におけるMNOユーザーとNon MNOユーザーの直近1年間の一人当たり平均売上の差に各事業の粗利率及び各月末の契約回線数を乗じて算出

トピックス

1 Q2/24 ハイライト

2 セグメント別業績

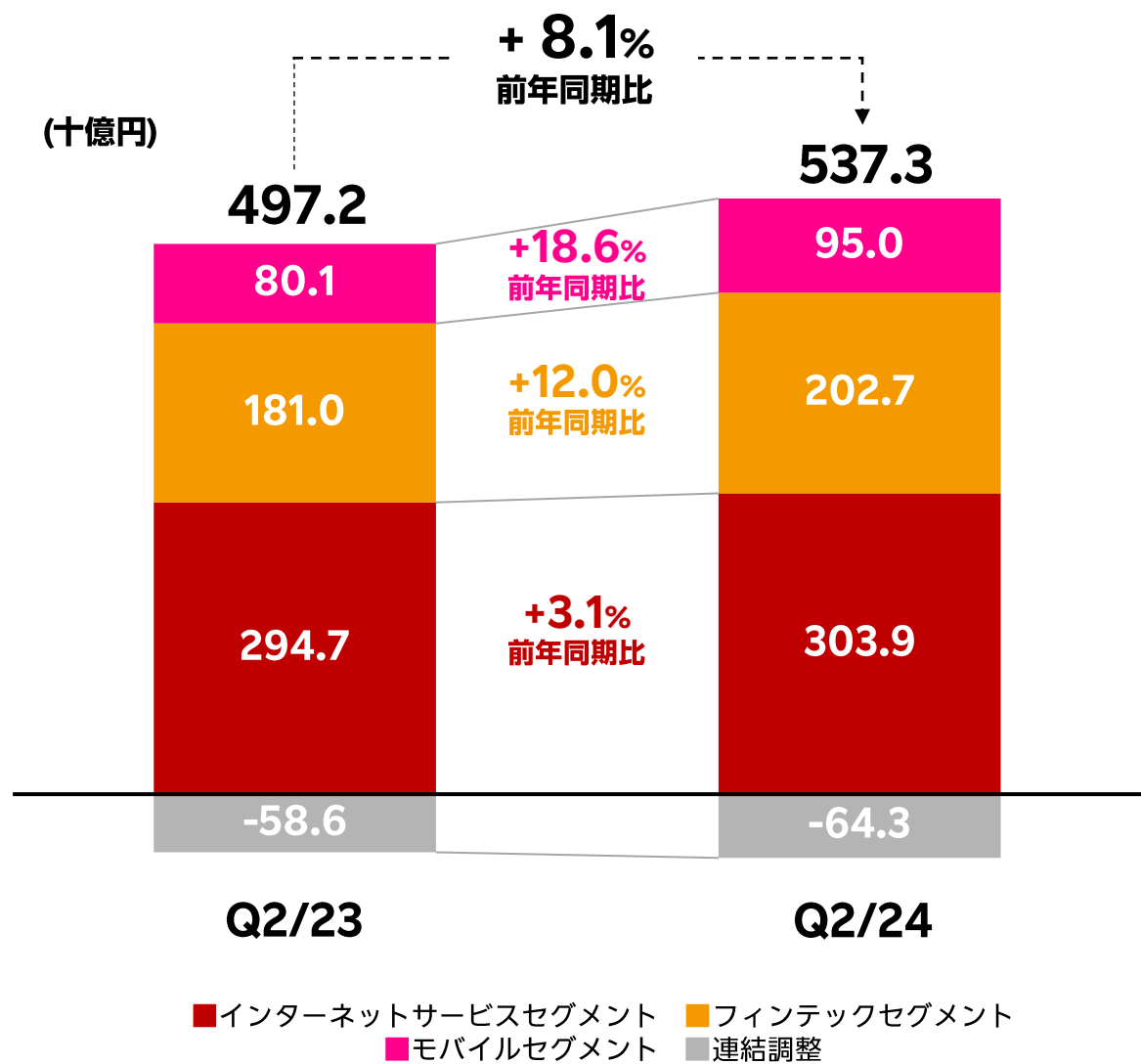
- ・ インターネットサービスセグメント
- ・ フィンテックセグメント
- ・ モバイルセグメント

3 財務

4 AI

1. Q2/24 ハイライト

Q2/24 連結売上収益



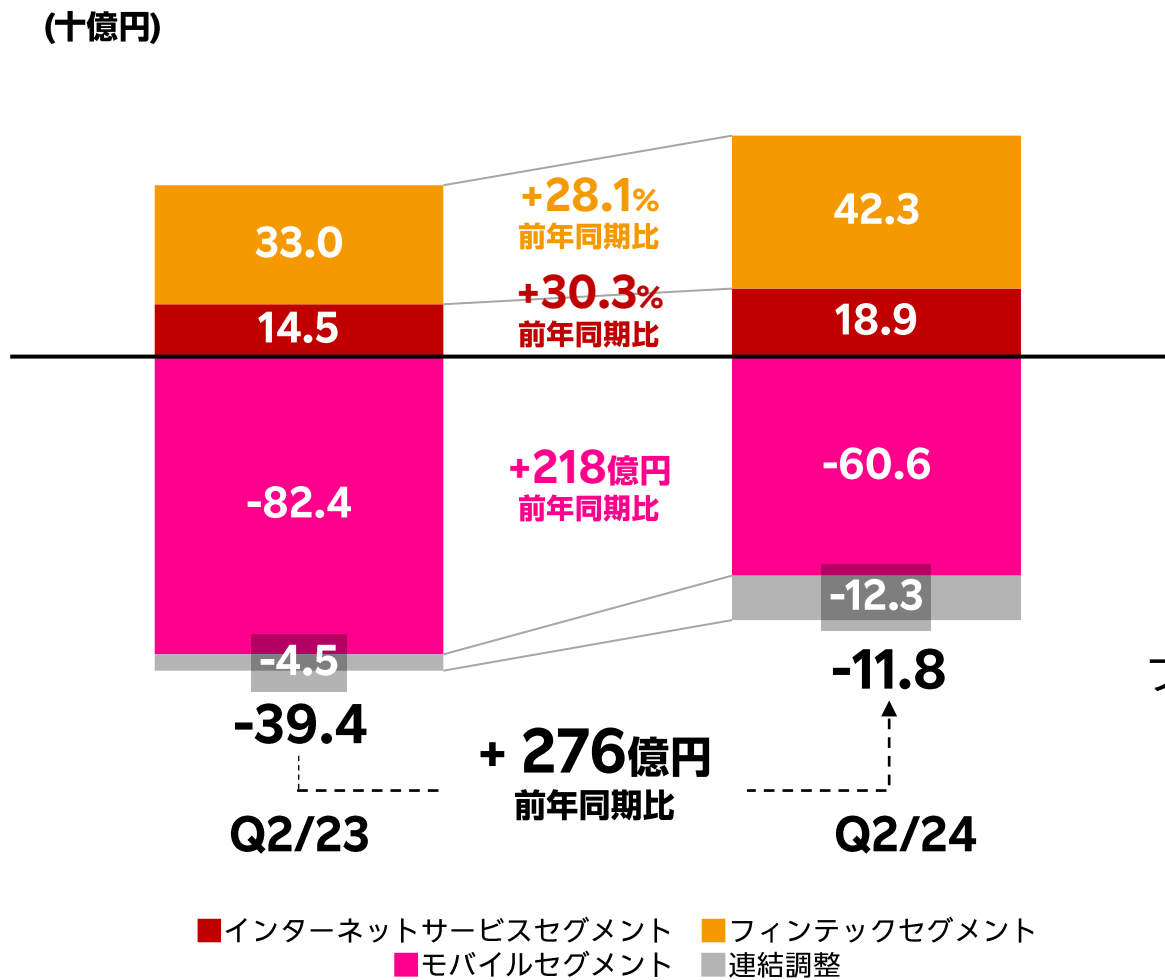
**連結売上収益は
Q2で過去最高となる
5,373億円**

インターネットサービスセグメントは、海外EC及びコンテンツ事業における顧客基盤拡大が増収に大きく寄与

フィンテックセグメントも各事業の顧客基盤拡大・取扱高向上等により増収を牽引

モバイルセグメントは、契約回線数積み上げにより+156億円増収した楽天モバイルを中心に堅調に成長

Q2/24 連結Non-GAAP営業利益



連結Non-GAAP
**営業利益は▲118億円と
前年同期比276億円改善**

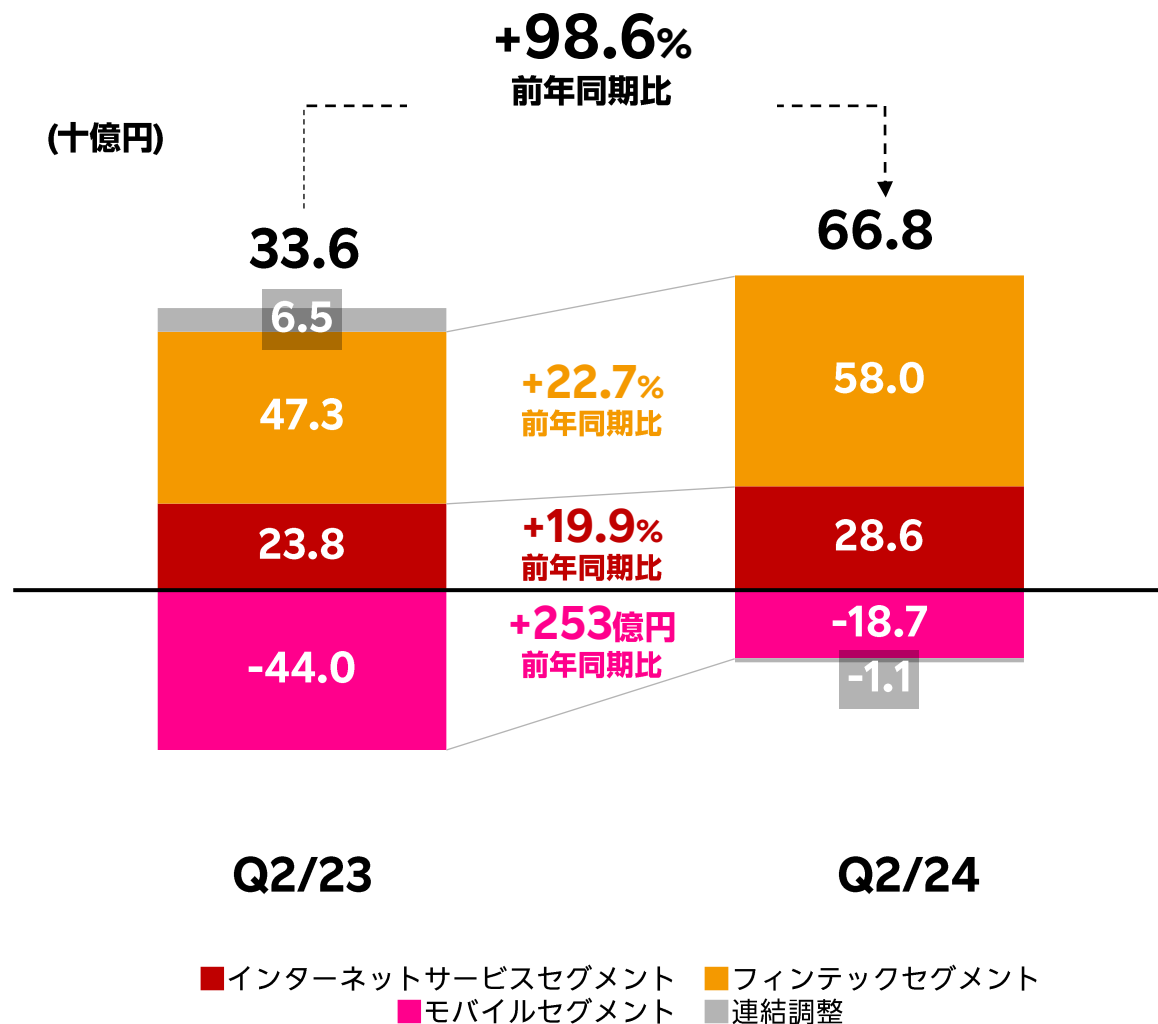
2024年通期黒字化に向けて着実に前進

インターネットサービスセグメントは
国内ECの成長投資ビジネス及び海外事業の収益性が大きく改善

フィンテックセグメントは金利収益が伸長した楽天銀行を筆頭に、
前四半期に引き続き楽天カードや楽天ペイメントが増益牽引

モバイルセグメントにおいては、楽天モバイルの増収及び
コスト最適化により損失改善が継続

Q2/24 連結EBITDA*



**連結EBITDAは
668億円の黒字達成**

**非金融事業EBITDAも
99億円の黒字**

各事業の収益成長に加え
全社一体となり推進したコスト最適化が奏功

*EBITDAはNon-GAAP営業利益に減価償却費等を加算して算出

財務状況について

**上半期における外債発行等により2025年までの
流動性ギャップ（要償還社債のリファイナンス）を解消済み**

**楽天モバイルのファイナンスリース資金調達により
同事業におけるセルフファンディングを確立**



**楽天モバイルが当面必要となる資金を自ら確保することで
当社の資金流動性も向上
今後、インターネットサービス、フィンテック事業等からの
キャッシュ・フローを有利子負債削減に充当することが可能に**

2. セグメント別業績

インターネットサービスセグメント

インターネットサービスセグメント: Q2/24業績ハイライト

- SPU及び0/5改定影響や全国旅行支援等の高い前年比ハードルにより国内ECの売上収益成長率が鈍化したものの、Non-GAAP営業利益は高成長を達成
- その他インターネットサービス（マイノリティー投資事業を除く）のNon-GAAP営業利益は前年同期比で大幅に改善

売上収益

+3.1%

前年同期比

3,039億円

Non-GAAP
営業利益

+30.3%

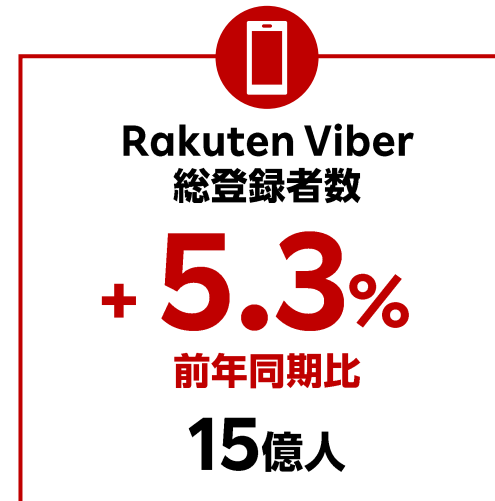
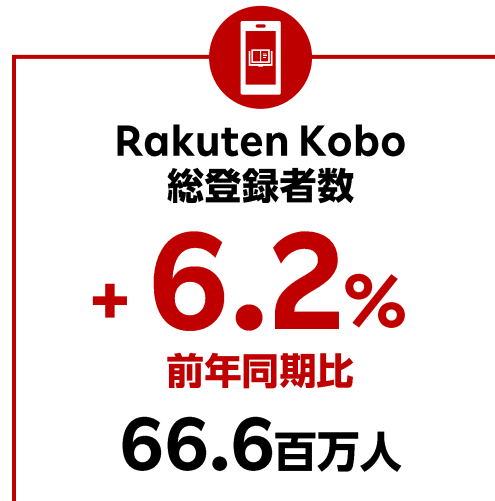
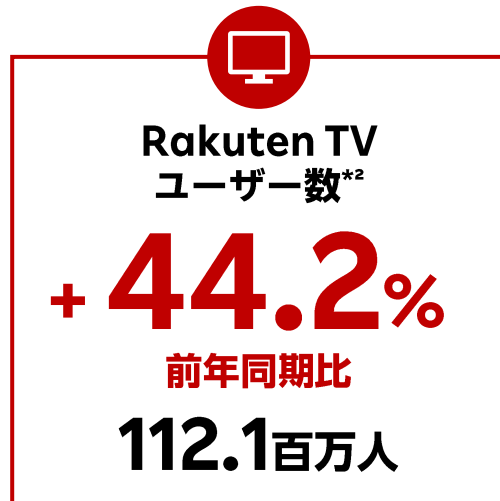
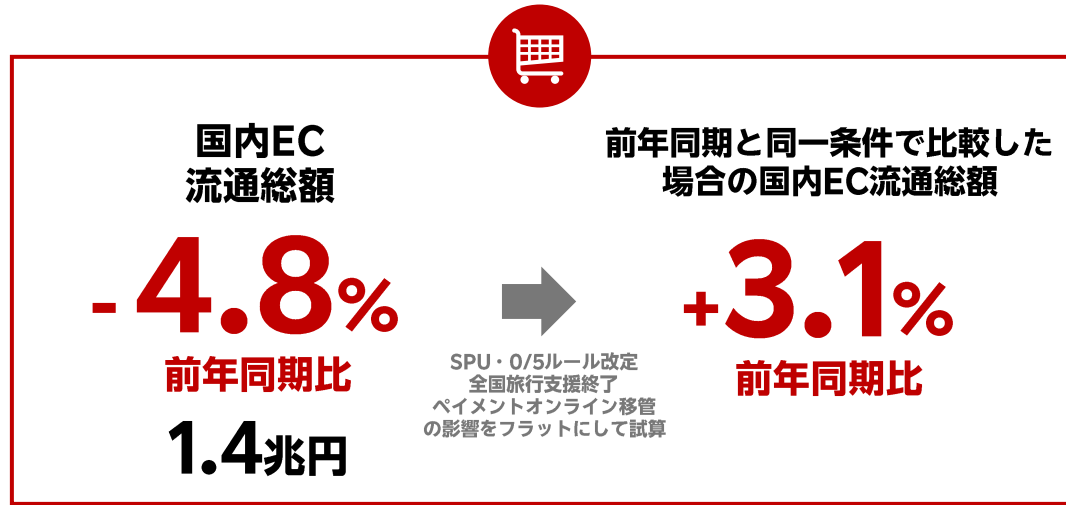
前年同期比

189億円

マイノリティー投資事業を除くと、

+21.8% 前年同期比

インターネットサービスセグメント：Q2/24 主要KPI

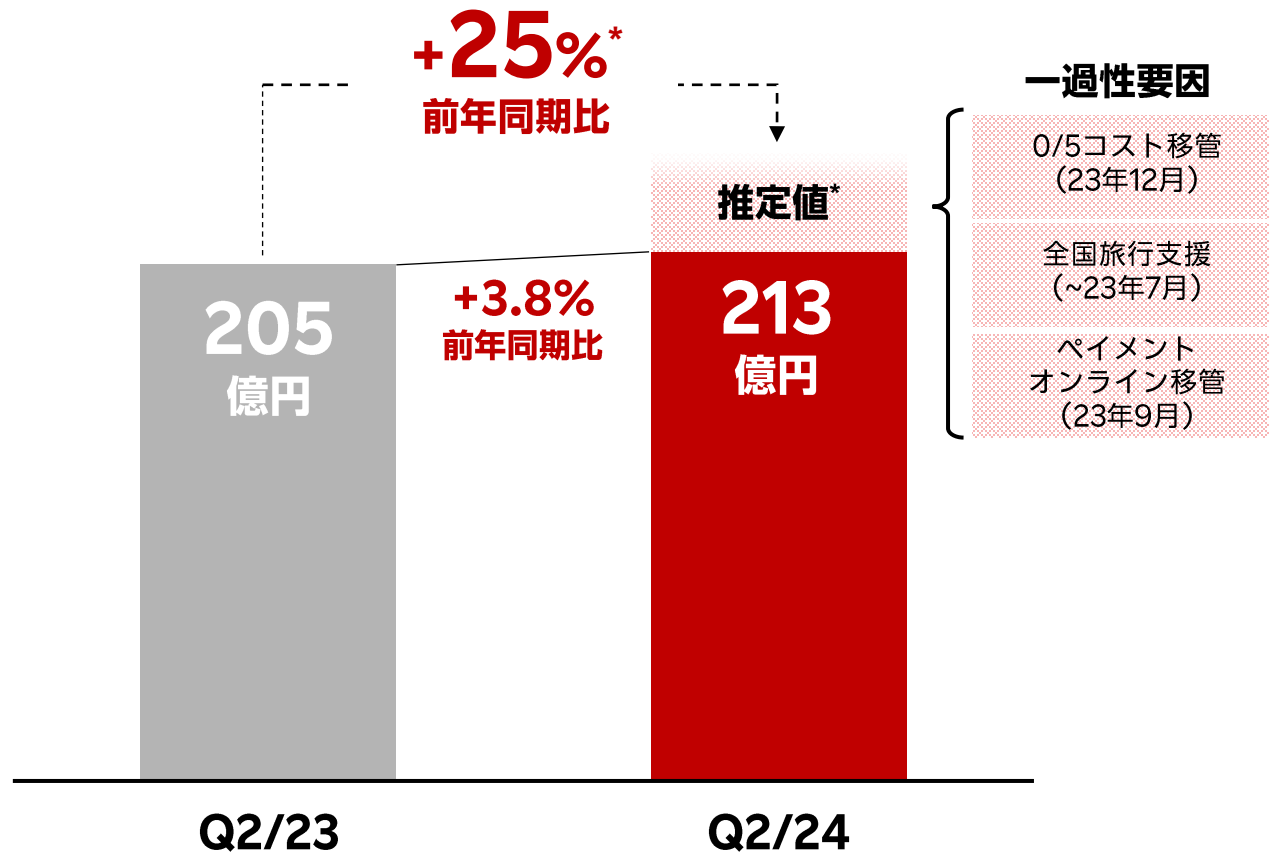


^{*1}国内宿泊チェックアウト流通総額、法人除く

^{*2}登録ユーザー数及びAVOD（Advertising Video On Demand）未登録ユーザー数の合計

国内EC：一過性要因を除けば想定通りの利益成長を継続

国内EC Non-GAAP営業利益



前年同期と同一条件で比較すると
国内EC Non-GAAP営業利益は

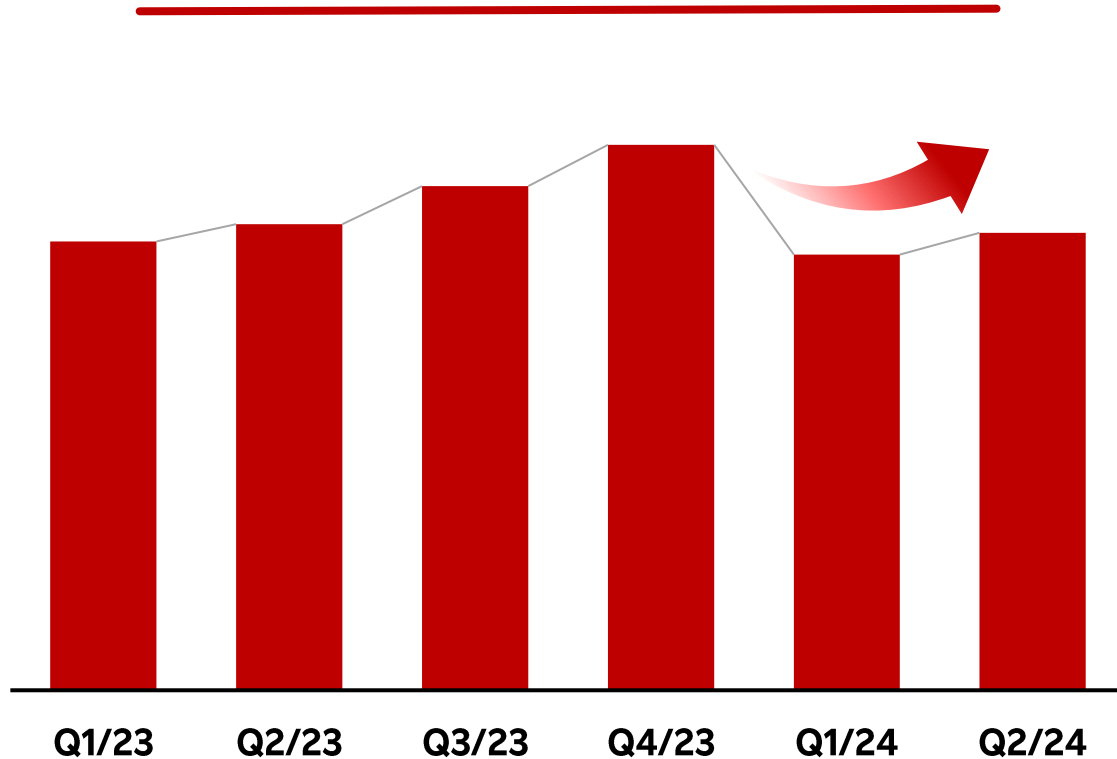
**25%の
プラス成長**

*社内試算に基づく

楽天市場：流通総額は順調に回復。2024年通期でプラス成長を目指す

- SPU及び0/5改定等の影響があったものの、楽天市場流通総額は堅調に推移
- Q3はふるさと納税ルール変更（23年10月～）を受けた駆け込み需要による高い前年比ハードルがあるものの、Q4以降はプラス成長に転じ、2024年通期ではプラス成長を目指す

楽天市場 流通総額



楽天市場 流通総額成長率の見通し

Q3/24		ベースの成長回復も、前年のふるさと納税ルール変更を受けた駆け込み需要により高い前年比ハードル
Q4/24		ふるさと納税ルール変更を受けた需要の前倒し(通常Q4、前年はQ3に)と、SPU/05ルール改定影響の一巡(12月分のみ)で前年同期比での見通しが良好に
FY2025~		SPU/05ルール改定影響が完全に一巡。加えて、新規・ライトユーザーのロイヤル化推進、楽天モバイル契約による流通押し上げ効果で成長力を強化

海外事業：4事業合算の営業利益が四半期黒字化

- 各サービスにおいて利用者が堅調に拡大。特にViberにおいては、広告売上は二桁成長し、収益増加に寄与
- Koboにおいても、新発売したカラー対応端末の売上好調に加え、収益性改善が進み増益に貢献
- 海外コンテンツ&コミュニケーション事業の合算で継続的な営業黒字を見込む

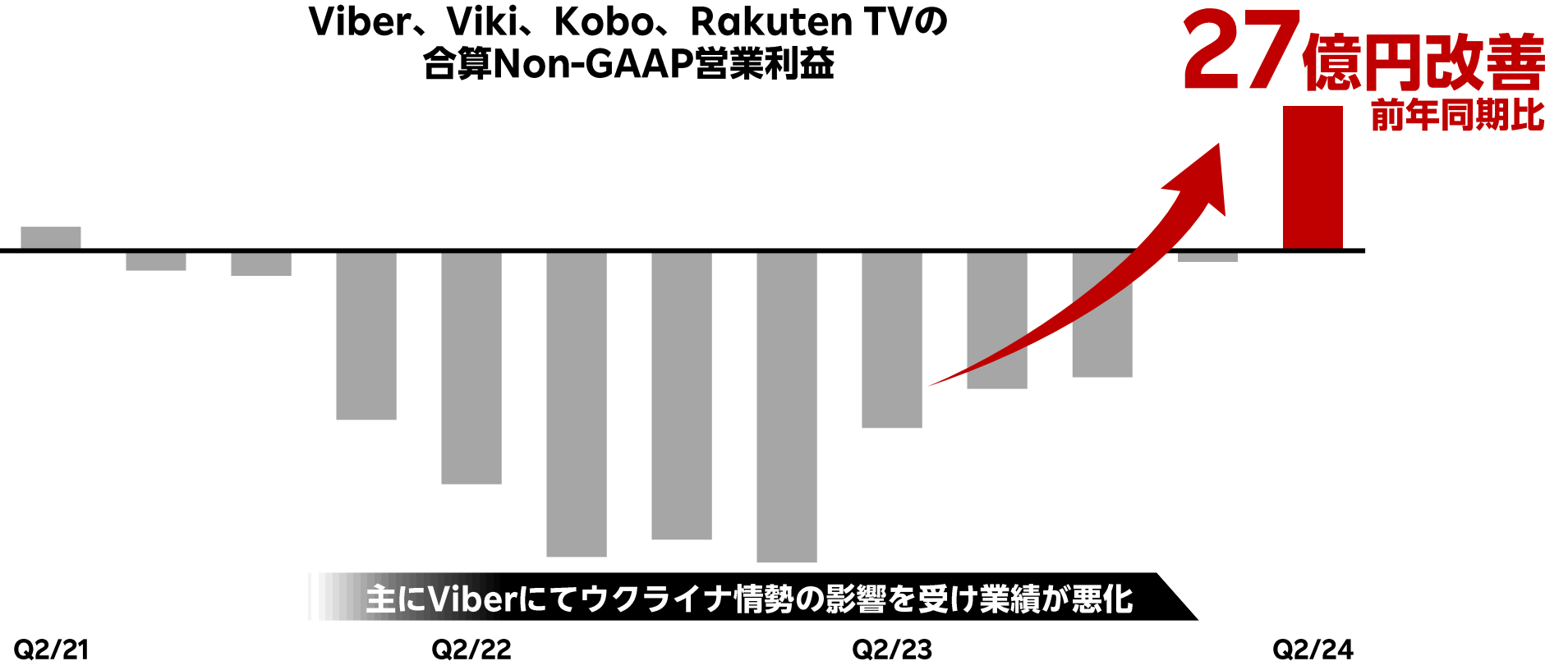
Viber、Viki、Kobo、Rakuten TVの
合算Non-GAAP営業利益

Rakuten Viber

Rakuten Viki

Rakuten kobo

Rakuten TV



ふるさと納税へのポイント付与を禁止する総務省告示について

総務省が、ポイント付与を行うポータルサイトを通じたふるさと納税の募集を禁止する告示改正（2025年10月施行）

楽天に
賛同する署名は
約200万件

楽天は引き続き政府・総務省に対し
ふるさと納税へのポイント付与を禁止する告示内容の撤回を求めている

本件に関する楽天の見解

- 地域振興や地域の自立的成長を支援することを目的に「ふるさと納税」の寄付募集をポータルサイトにおいて行っている
- 自治体に負担を求めないポイント付与でのプロモーション等で「ふるさと納税」を応援してきた。ポータルサイトにおける「ふるさと納税」の寄付募集は多くの国民に受け入れられており、トータルの寄付額は年々大きくなっている
- これにより、「ふるさと納税」は、多くの地方自治体にとって重要な財源になっているのみならず、返礼品として寄付者に送られる地産品は地元企業の振興にも大きく貢献している
- 今回の告示改正は、地方自治体と民間企業の協力・連携体制を否定するものであり、地方自治体の自立的努力を無力化するもの。地方活性化という政府の方針にも大きく矛盾している

フィンテックセグメント

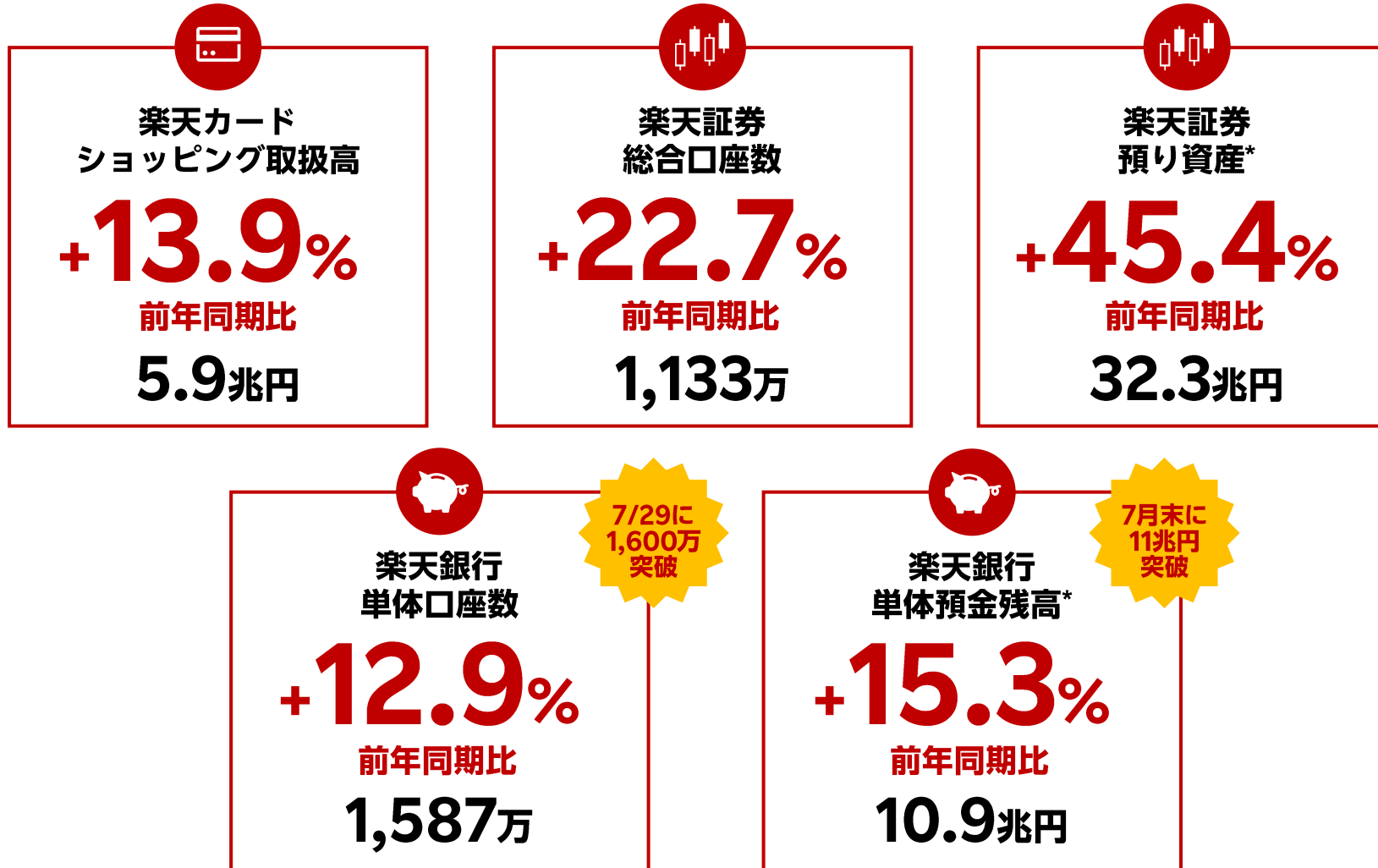
フィンテックセグメント：Q2/24 業績ハイライト*

- 各事業の顧客基盤・取扱高拡大に加え、金利感応度の高い楽天銀行の金利収益増加等により堅調に成長
四半期として初の売上2,000億円を達成
- 楽天銀行及び前四半期に営業黒字化した楽天ペイメント等が牽引し二桁増益を達成



*2023年9月1日より、楽天ペイ（オンライン決済）事業及び楽天ポイント（オンライン）事業をインターネットサービスセグメントからフィンテックセグメントへ移管。金額規模から判断し、過去実績の遡及修正は実施していません。

フィンテックセグメント：Q2/24 主要KPI

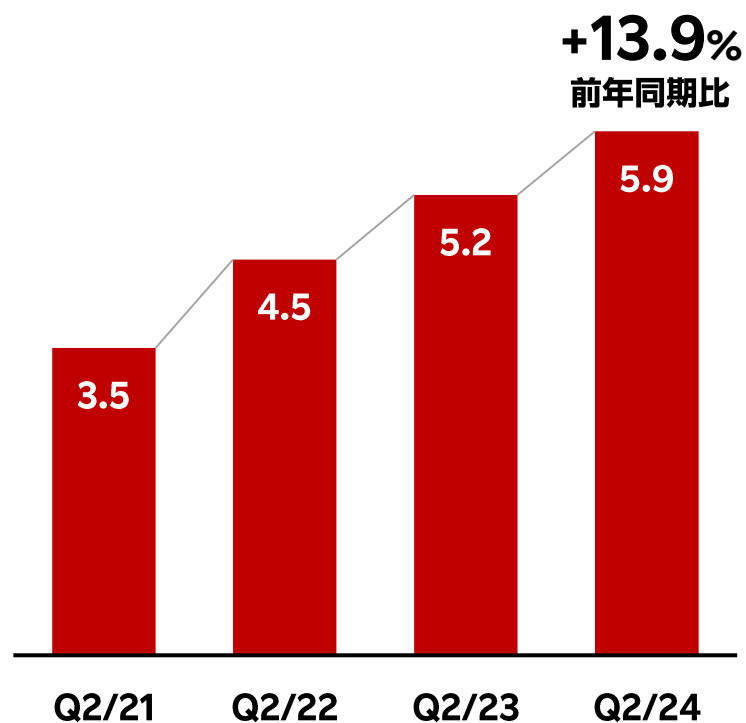


*日本会計基準

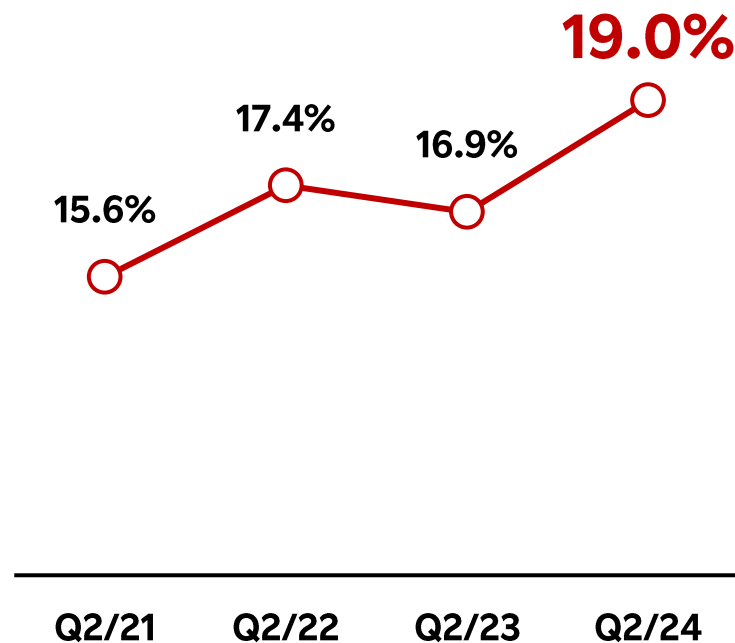
楽天カード：継続的な取扱高拡大・収益性向上で増収増益

- 会員基盤・客単価の拡大に伴うショッピング取扱高及び分割払い取扱高拡大による手数料収入の増加により増収
- トップラインの成長及びマーケティング最適化による営業レバレッジ拡大、貸倒関連費用の低水準維持により大幅増益

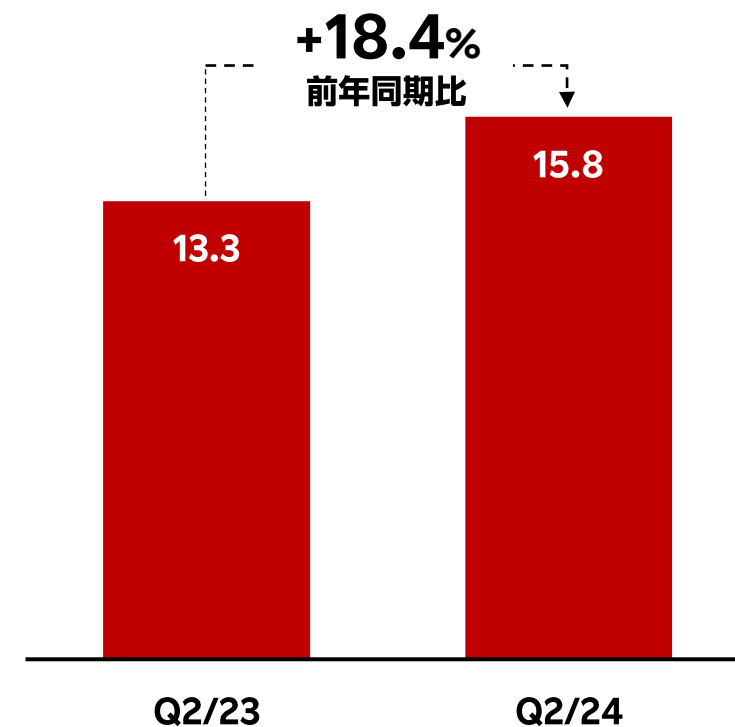
ショッピング取扱高（兆円）



営業利益率



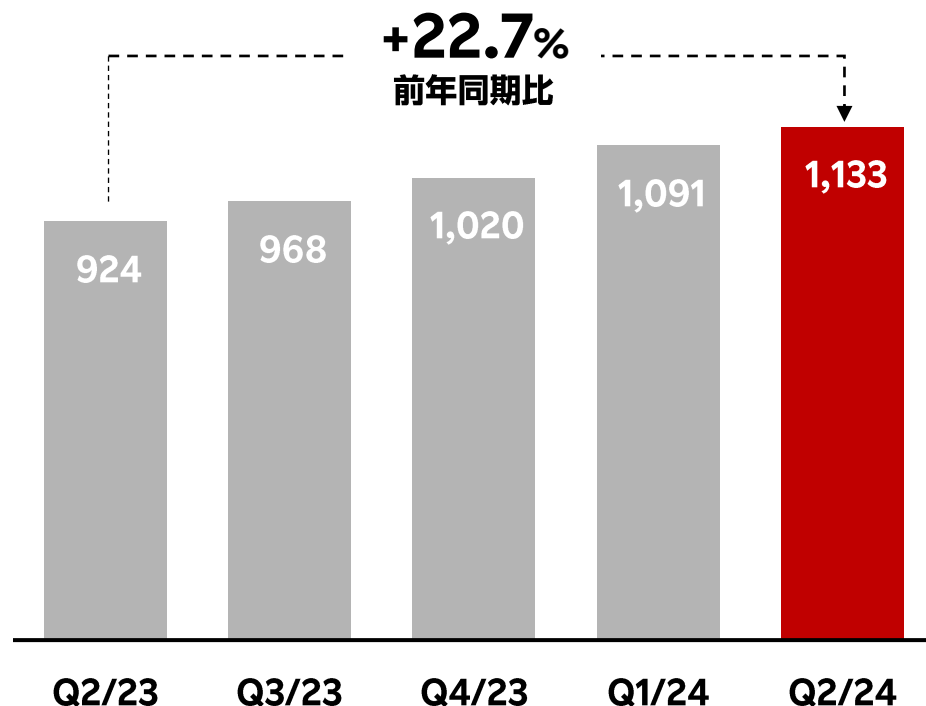
Non-GAAP営業利益（十億円）



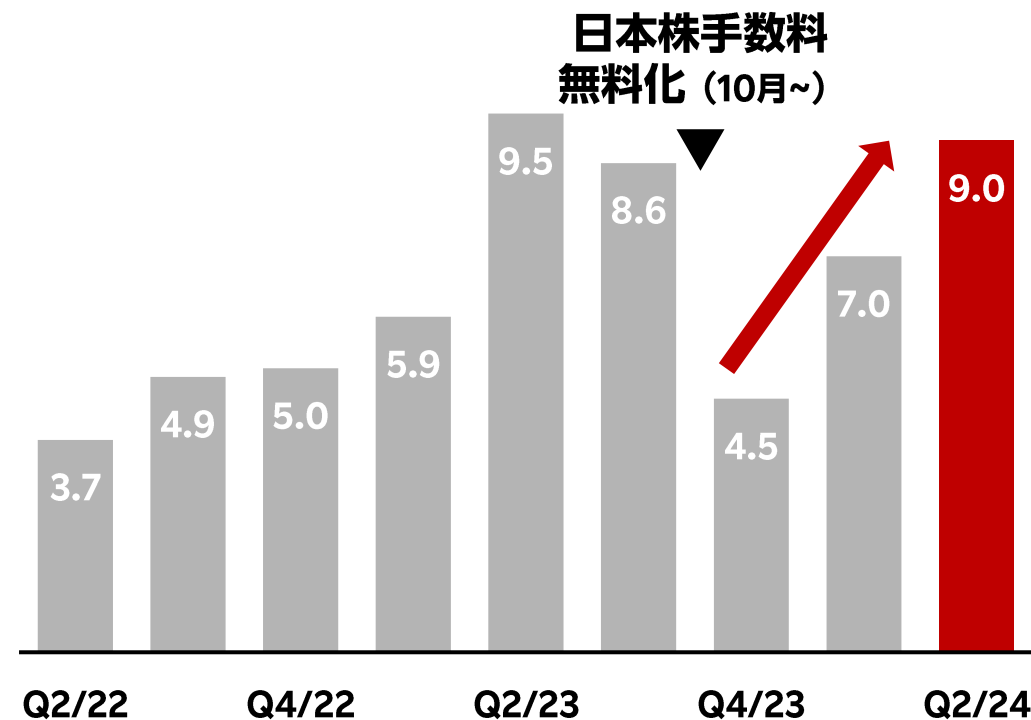
楽天証券：顧客基盤拡大・収益構成多様化で堅調に成長

- 継続的な顧客基盤の拡大に伴い各種取引が好調であり、過去最高収益を記録
- 昨年同期の高い発射台の影響で減益も、手数料無料化後の増益を果たした前四半期を上回る利益で、上半期累計では増益

総合口座数（万）



営業利益（十億円・日本会計基準）



楽天銀行（連結）：業績ハイライト（日本会計基準、3月期第1四半期）

■ 口座数・預金残高の増加を背景とした運用資産の順調な積み上げ、及びマイナス金利政策解除により、金利収益が大きく伸長した結果、経常収益・経常利益ともに成長を加速

経常収益

（2025年3月期Q1、連結）

40.8 十億円

+25.0% 前年同期比

経常利益

（2025年3月期Q1、連結）

15.2 十億円

+34.2% 前年同期比

非金利収益^{*1}の比率

（2025年3月期Q1、連結）

35.5%

-5.1pts 前年同期比

ROE^{*2}

（2025年3月期Q1年換算、連結）

16.4%

+2.5pts 前年同期比

口座数

（2024年6月末時点、単体）

15.8 百万

+12.9% 2023年6月末対比
メイン口座^{*3}率: **31.5%**

預金残高

（2024年6月末時点、単体）

10.9 兆円

+15.3% 2023年6月末対比

経費率^{*4}

（2025年3月期Q1、単体）

37.9%

-4.8pts 前年比

自己資本比率^{*5}

（2024年6月末時点、連結）

11.3%

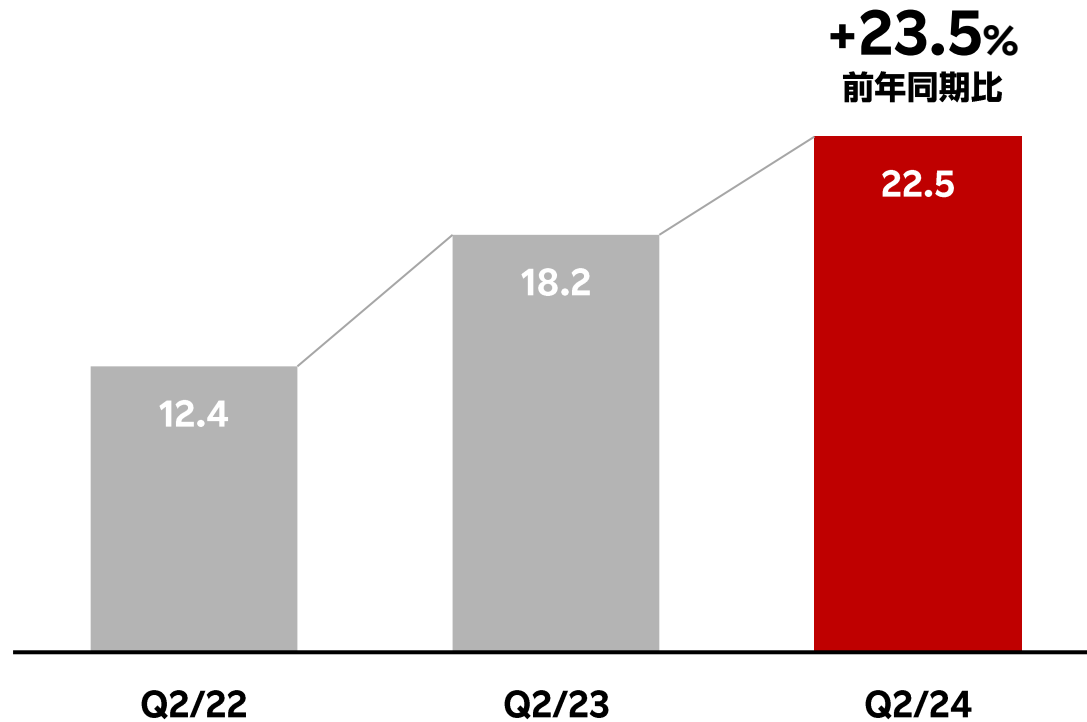
-0.0pts 2023年6月末対比

^{*1}：役務取引等収益、その他業務収益、信託報酬の合計。 ^{*2}：第1四半期（年換算）ROEについては、第1四半期の親会社株主に帰属する四半期純利益を365/91倍した上で自己資本の期首期末平均で除して算出。なお、2024年3月期期首の自己資本は、2023年4月の公募増資及び2023年5月の第三者割当増資により、株主資本が13,324百万円増加したため、仮に期首に増資が実施されていたと仮定して算出。 ^{*3}：口座振替または給与・賞与受取口座として利用されている口座。 ^{*4}：営業経費を業務粗利益で除して算出。 ^{*5}：自己資本比率（国内基準）は、銀行法第14条の2の規定に基づき、銀行がその保有する資産等に照らし自己資本の充実の状況が適当であるかどうかを判断するための基準に基づく（金融庁告示第19号、2006年）

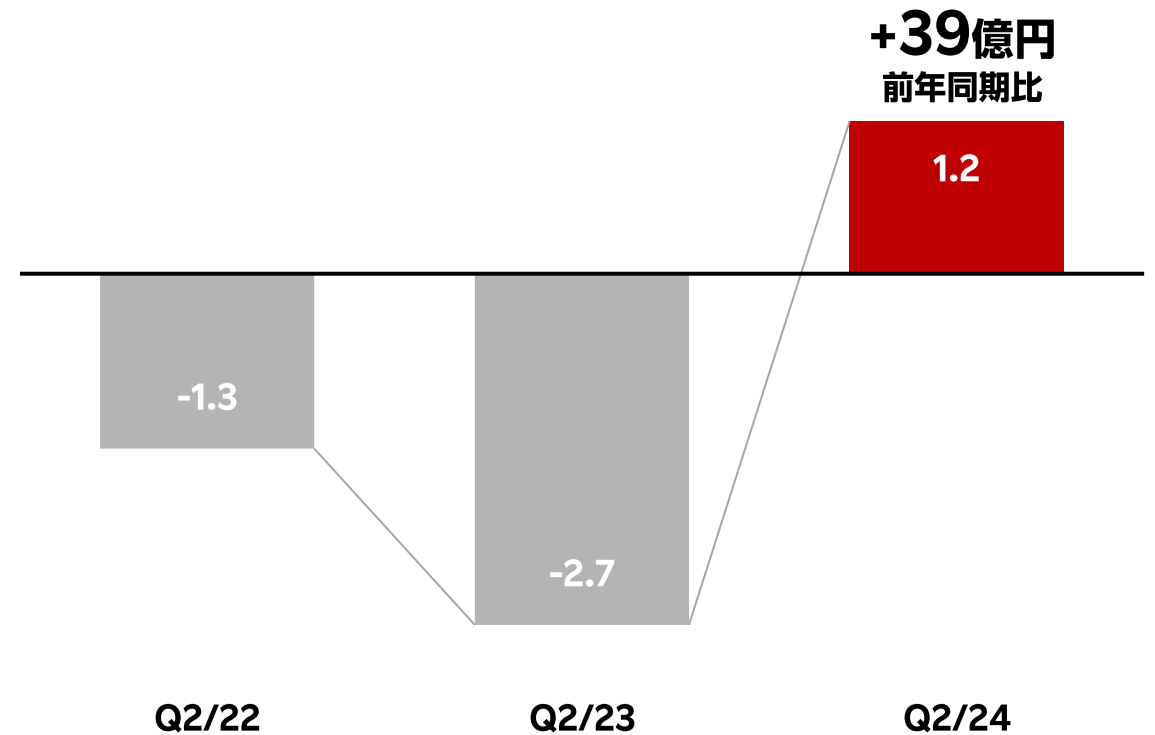
楽天ペイメント：継続的な取扱高の拡大により増収増益

- 楽天ペイや楽天キャッシュを中心に取扱高が拡大し増収
- リーンな運営体制を維持しながら継続的な売上成長を実現したことで営業黒字が拡大。持続的な営業黒字を見込む

売上収益（十億円）



Non-GAAP営業利益（十億円）

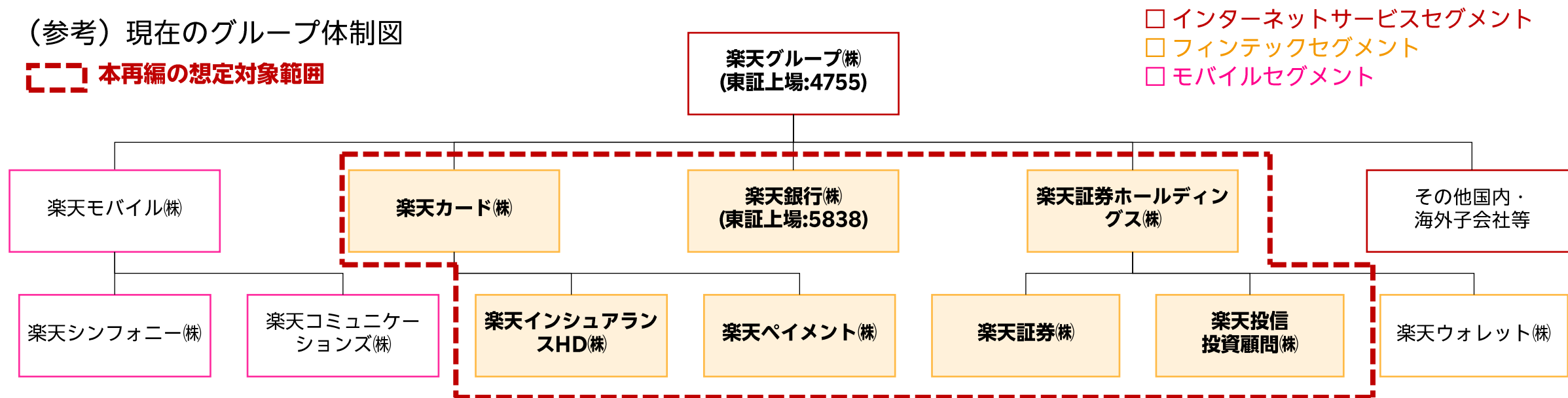


フィンテック事業再編（2024年4月1日公表）

- 楽天グループと楽天銀行は、革新的なサービス提供とデータ連携の深化によるフィンテック経済圏のさらなる拡大に向けて、フィンテック事業^{*1}の再編に関する協議を開始するためMoU^{*2}を締結。本再編は**2025年1月**の効力発生を目指す
- 本再編を実施した場合も、楽天銀行の株式は東京証券取引所プライム市場に上場されることを想定しており、フィンテック事業は楽天グループのコアとなる事業セグメントの1つであるとの位置づけに変更はない

（参考）現在のグループ体制図

本再編の想定対象範囲



*1：楽天ウォレットは対象範囲外となる予定 *2：Memorandum of Understanding（基本合意書）

モバイルセグメント

モバイルセグメント：Q2/24 業績ハイライト

- 楽天モバイルにおいて、契約回線数増加によりMNOサービス収益が拡大し、収益性が更に改善
- 楽天シンフォニーでは既存案件に注力し増収、早期の黒字化に引き続き取り組む
- 楽天エナジーでは値下げ等の影響により一時的に減収も原価の適切なコントロールにより大幅増益を実現

売上収益

+18.6%

前年同期比

950億円

Non-GAAP
営業損失

+218億円

前年同期からの改善額

- 606億円

EBITDA*

+253億円

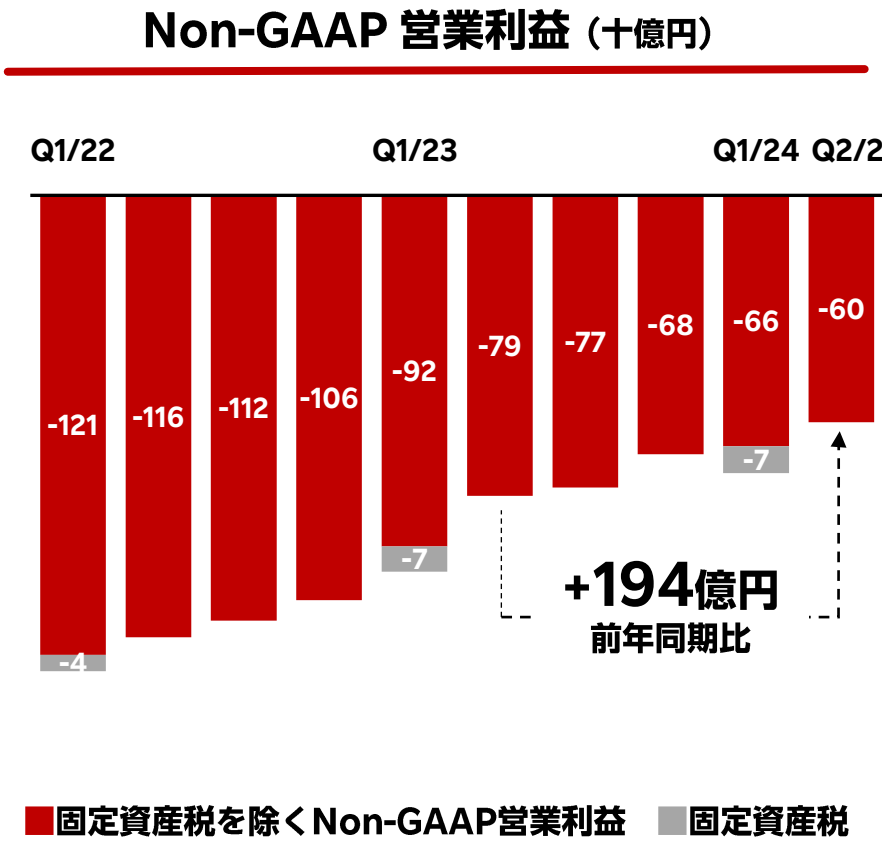
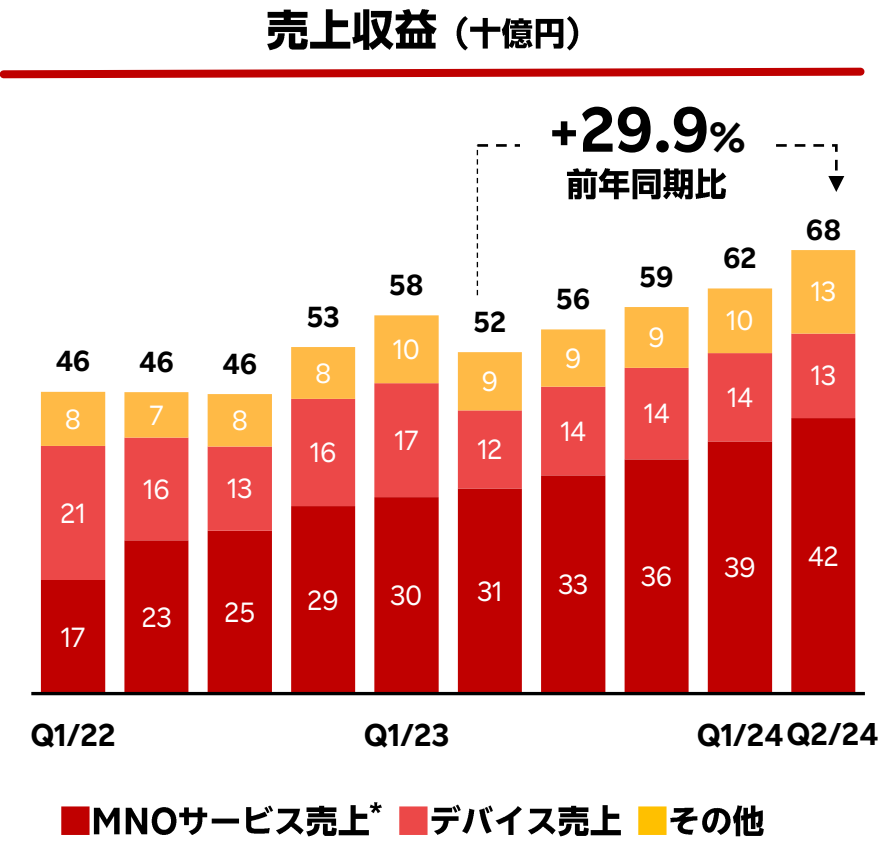
前年同期からの改善額

- 187億円

*EBITDAはNon-GAAP営業利益に減価償却費等を加算して算出

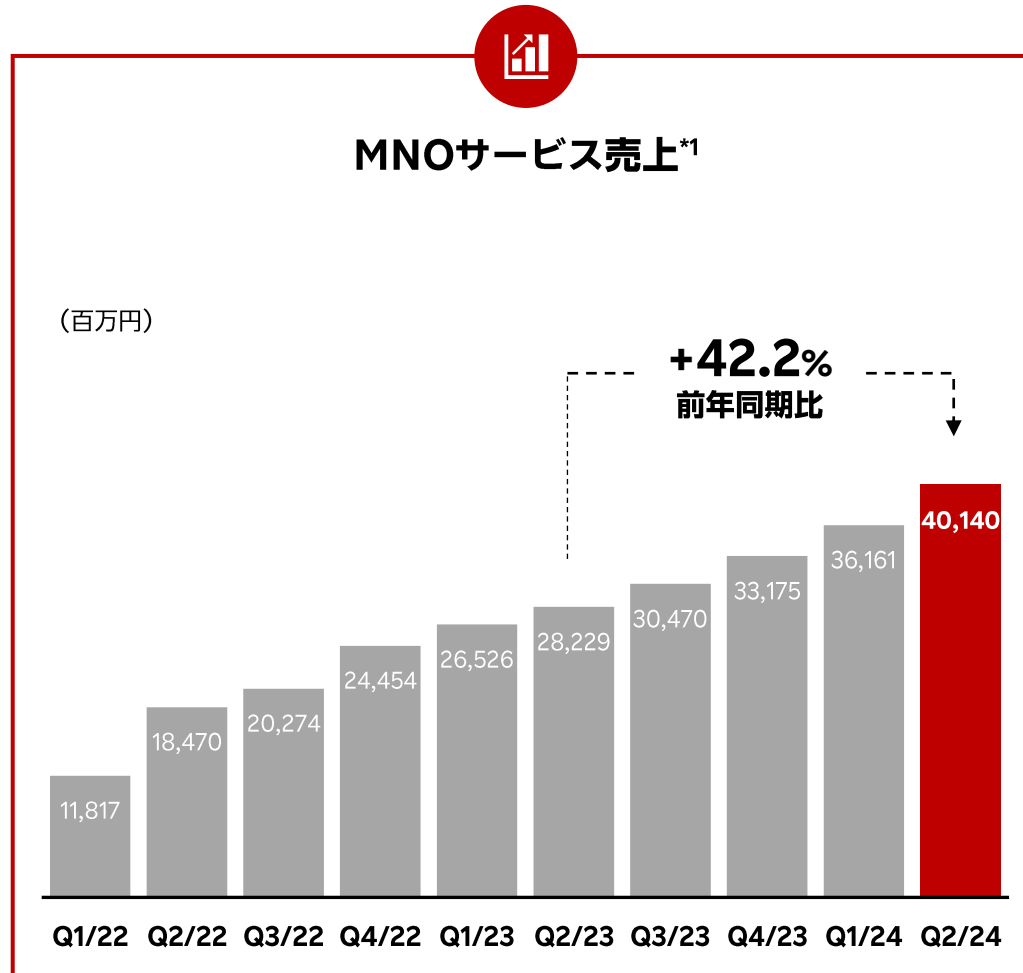
楽天モバイル(株)：売上収益及びNon-GAAP営業利益

- 契約回線数の増加に伴いMNOサービス収益が継続的に増加。特にB2C回線獲得による影響が強い
- 増収効果によりNon-GAAP営業利益も着実に改善



*Q1/24よりRakuten Turbo経由のサービス売上を含む。過去数値についても遡及修正を適用。

楽天モバイル(株)：Q2/24 主要KPI



 **全契約回線数^{*2}**
(2024年8月7日時点)

770万

 **調整後MNO解約率^{*3}**
(2024年6月末時点)

1.04%

 **MNO ARPU^{*4}**
(24年6月月次)

2,031円

*1：Q1/24よりRakuten Turboのサービス売上を含む。過去数値についても遡及修正を適用。 *2：2024年8月7日時点速報値。BCP回線を含むMNO、MVNE及びMVNOの合計値。BCP回線を除くMNO及びMVNEを合わせた契約回線数は726万回線。MNO 契約回線数（BCP及びMVNE除く）は703万回線。BCPとは、B2BにおいてBusiness Continuity Plan用途に販売しているプラン。 *3：B2Cにおける開通月と同月内の解約を除いた調整を行った場合の解約率。

*4：ARPUの分母となる契約回線数は、MVNE及びBCP回線を除くMNO契約回線数の各四半期における期首期末平均を用いて算出。

1

契約獲得の加速

- … 通信品質改善に関する取り組み
- … 各種マーケティング施策が効果的に作用

2

ARPU上昇

- … データARPUを中心に、B2C/B2B共に上昇

3

楽天エコシステム拡大への貢献

- … 楽天モバイル契約によるグループサービス利用拡大と利益押し上げ

1

契約獲得の加速

… 通信品質改善に関する取り組み

… 各種マーケティング施策が効果的に作用

2

ARPU上昇

… データARPUを中心に、B2C/B2B共に上昇

3

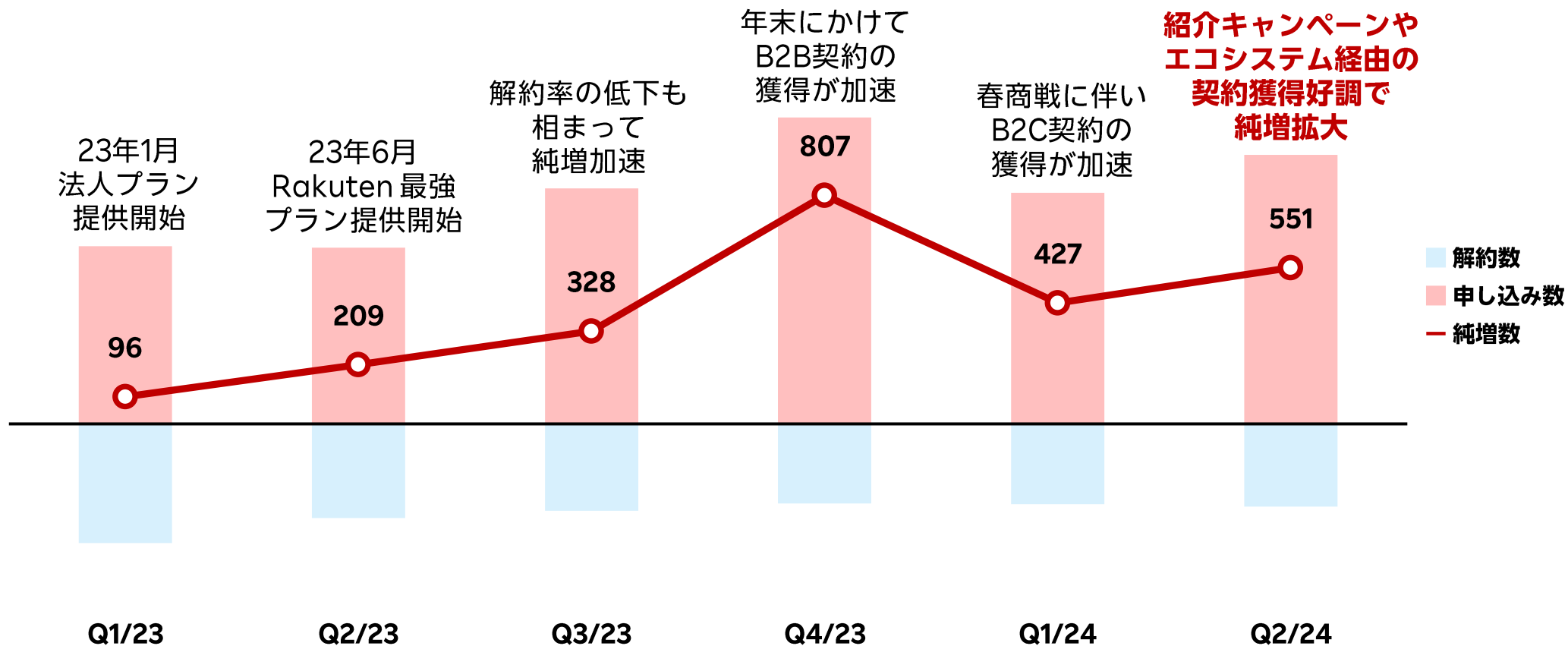
楽天エコシステム拡大への貢献

… 楽天モバイル契約によるグループサービス利用拡大と利益押し上げ

MNO契約回線数（B2C+B2B）純増数*

- 通信品質改善に伴い、マーケティング活動及びエコシステムからの獲得を強化
- 各種プログラム展開により多様なニーズを取り込むことが可能になり、B2Cを中心に契約回線数が伸長

（千回線）

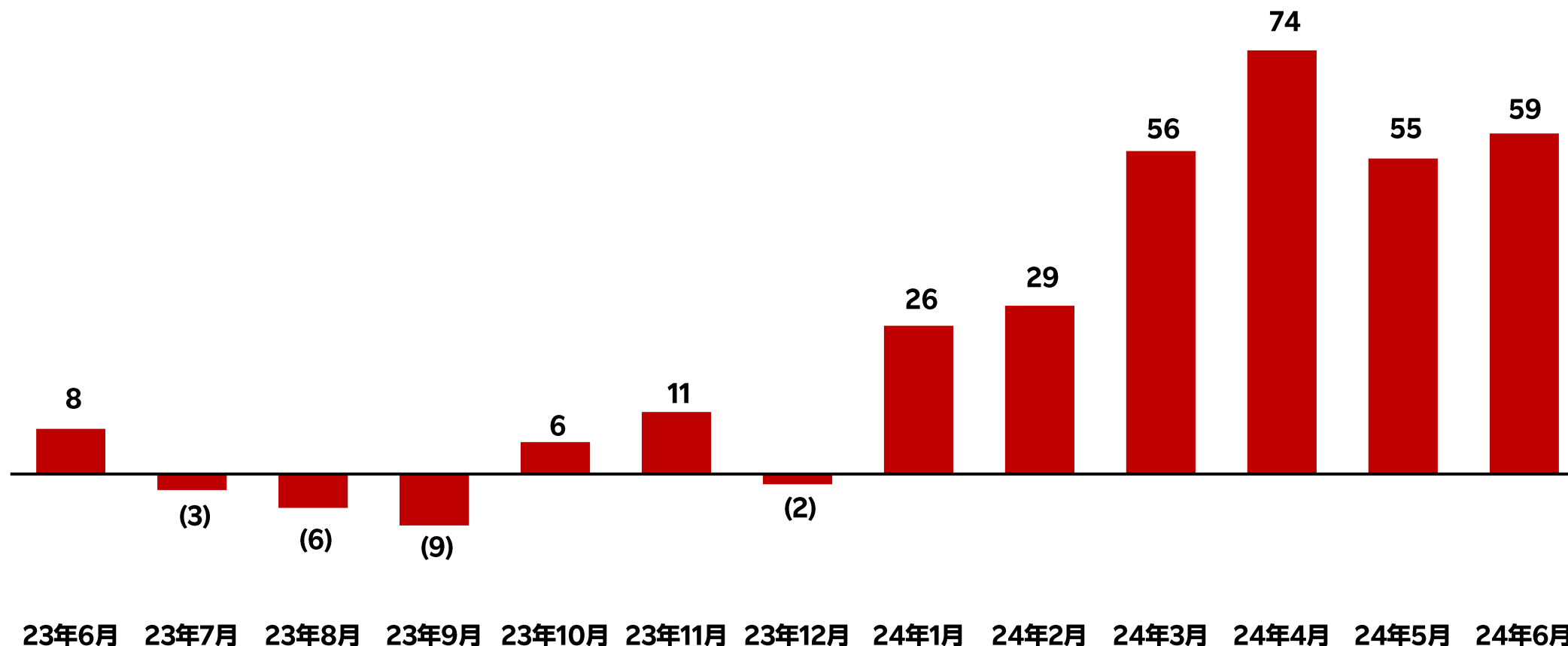


*Rakuten Turbo含む。BCP及びMVNEを除く。

MNO（B2C）のMNPによる純増数（MNO4社間の集計）

- 通信品質の改善に伴う各種マーケティング施策のブーストにより、他キャリアからのMNP流入が加速し、B2C契約回線数純増の大きなドライバーに
- MNPユーザーは、主にメイン回線としての利用者であることから、ARPU上昇にもプラス

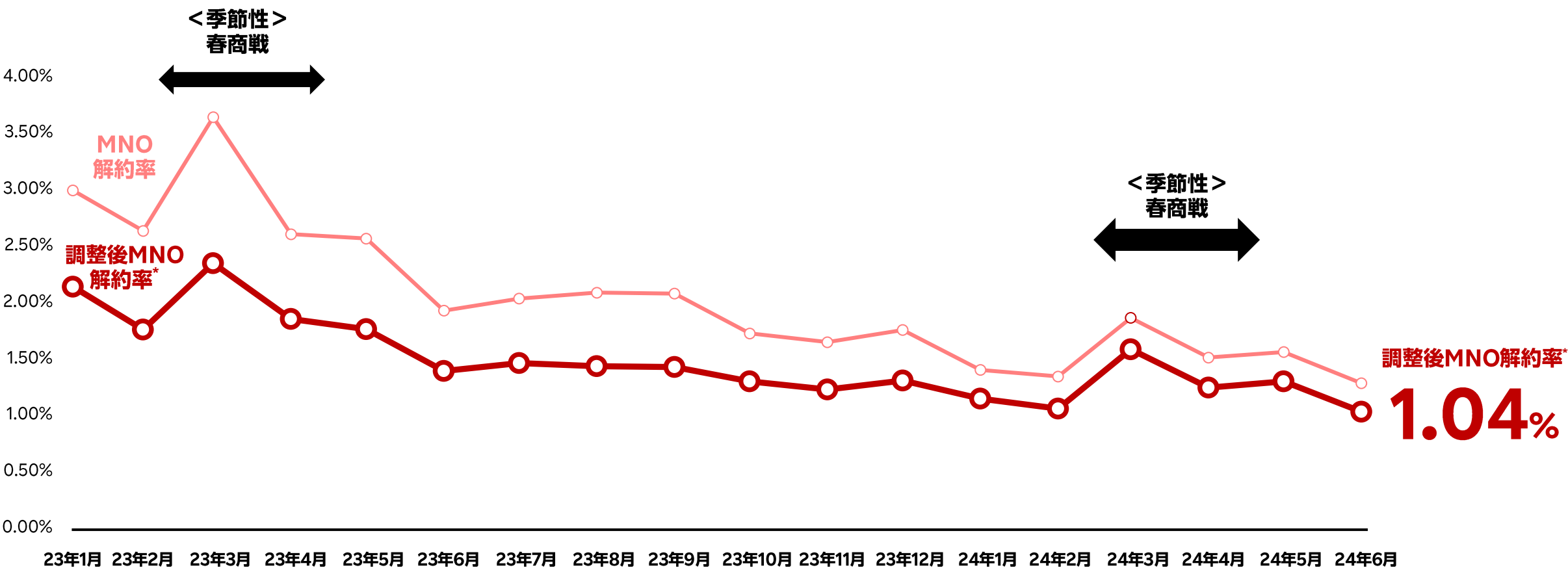
（千回線）



*楽天モバイルにおけるMNP転入・転出の予約番号データより弊社集計

解約率は継続的に逓減

■ 開通月と同月内の解約を除いた解約率は1.04%に



* B2Cにおける開通月と同月内の解約を除いた調整を行った場合の解約率。

通信品質改善に向けた各種取り組みを継続

■ 4G・5G自社基地局の継続的な拡充に加え、様々な施策のベストミックスで、効果的・効率的な通信品質改善を目指す

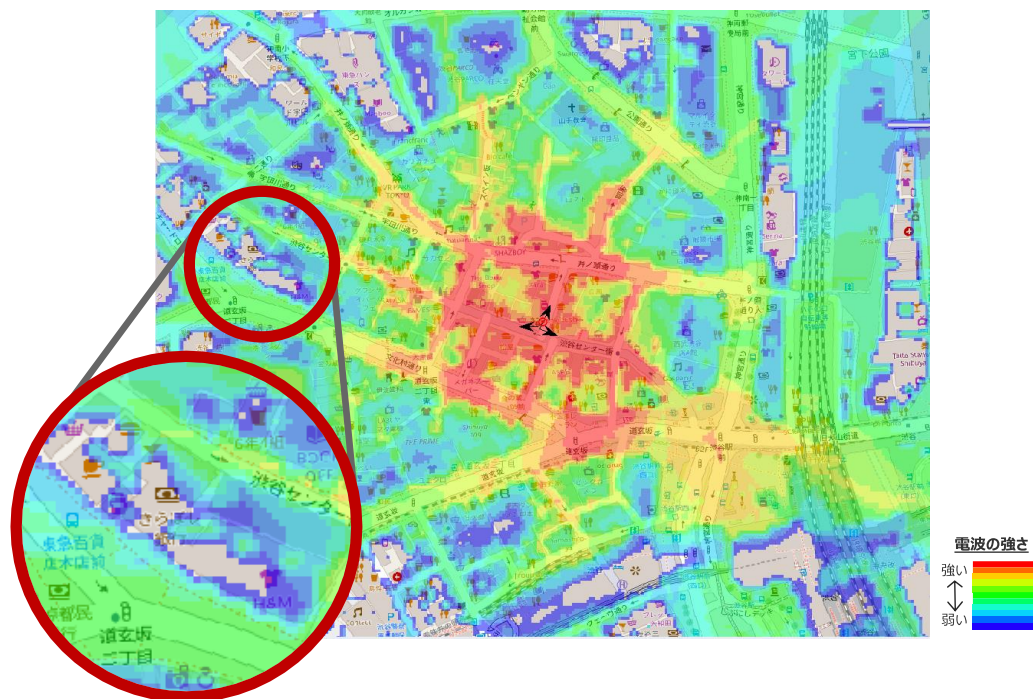
カバレッジホールの改善	プラチナバンドの順次展開*（6月27日～商用サービス開始）
	地下・屋内での自社ネットワークのつながりやすさ改善
5Gの拡大推進	衛星通信との干渉緩和による5G（Sub 6）のエリア拡大
さらなる品質改善	高密度化推進のさらなる改善等

*関東から順次展開

2024年6月27日、プラチナバンド（700MHz帯）における商用サービス開始

- 都市部から順次エリアを拡大
- プラチナバンドにより既存周波数帯では届きづらいエリアの通信品質を改善

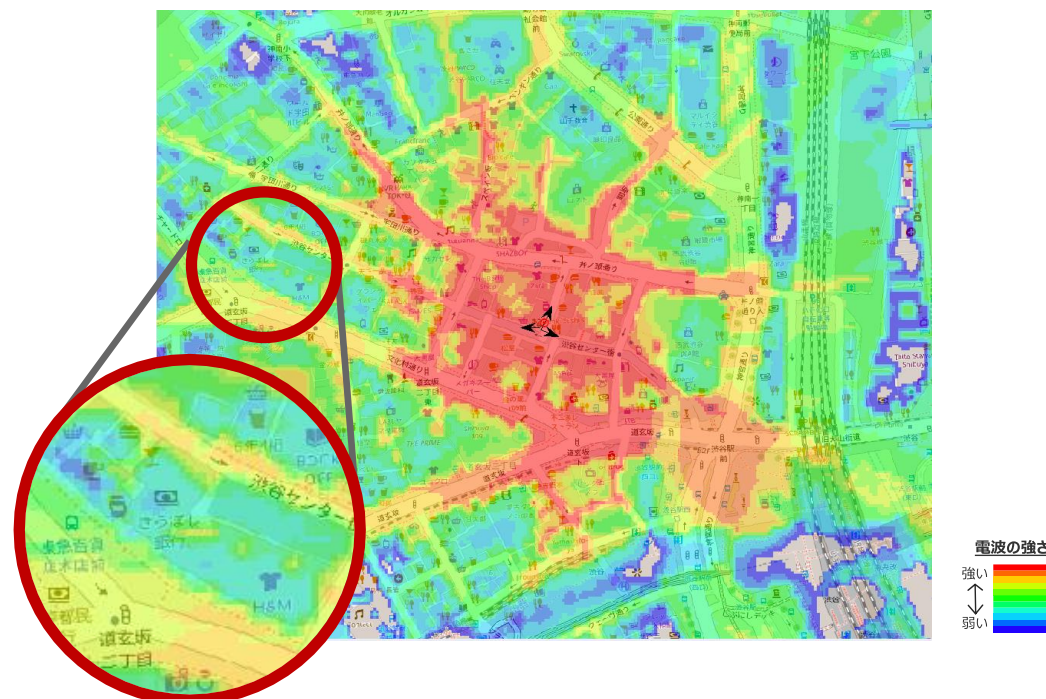
1.7GHz帯の場合



狭い路地や屋内は電波が届きにくい

*渋谷センター街におけるシミュレーション

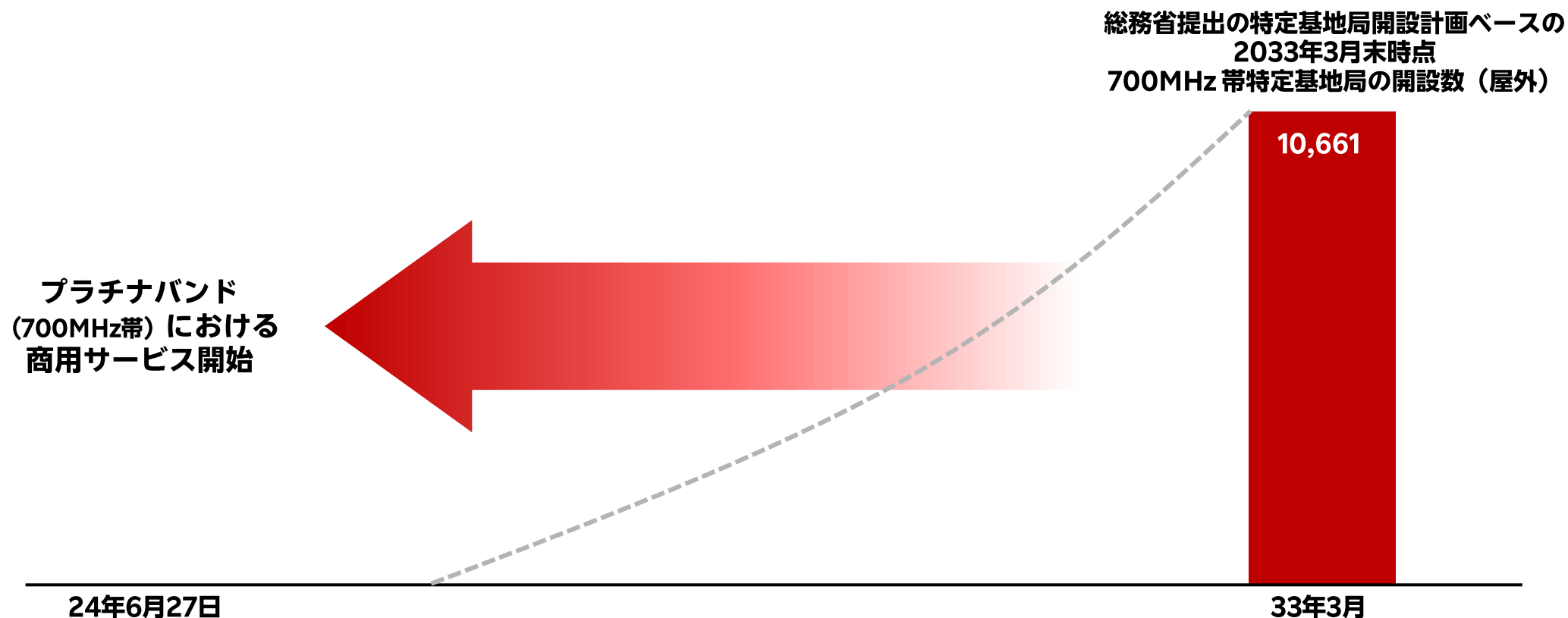
700MHz帯プラチナバンドの場合



狭い路地や屋内も電波が届く

総務省提出計画を前倒しでプラチナバンド開設予定

- 1年半以上大幅前倒しで商用サービス開始
- 今後、既存免許人との運用調整を適切に行うことを前提とし、計画全体を前倒ししていくことを予定



全国の5G基地局のソフトウェア・アップグレードを実施

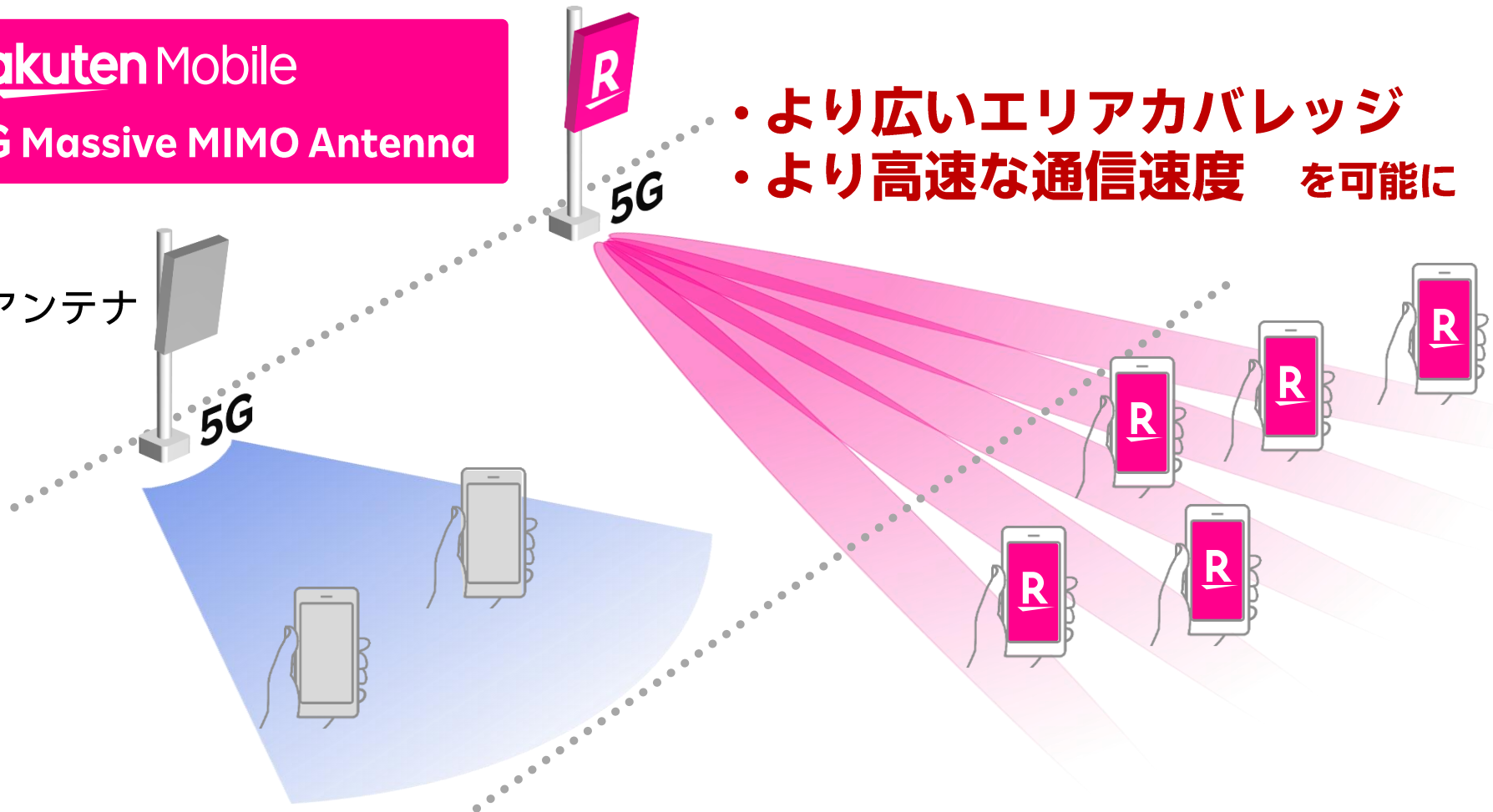
- 全国の5G (Sub6) ネットワークの8割超でMassive MIMOを採用
- ビームフォーミング技術により特定方向に電波を強めて送信



Rakuten Mobile

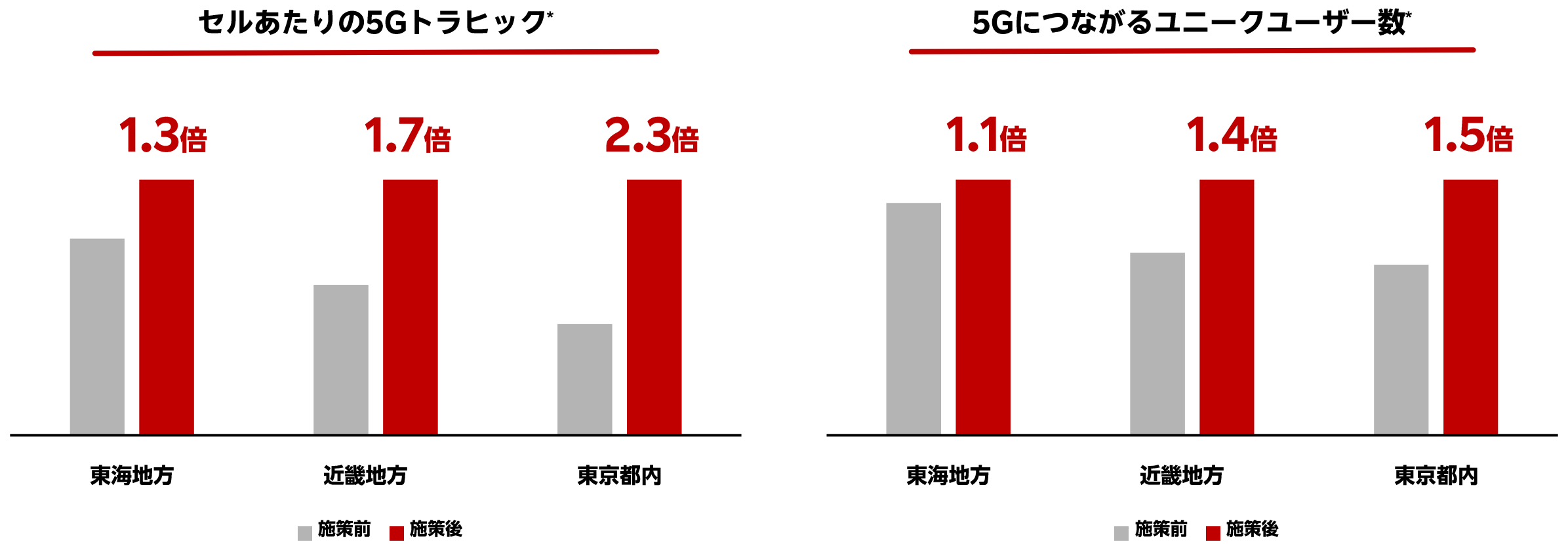
5G Massive MIMO Antenna

従来の5Gアンテナ
(4X4)



衛星通信との干渉緩和による5Gエリア拡大で5Gの通信速度・安定性が向上

- 共用帯域における衛星通信との干渉調整条件の緩和に伴い楽天回線5G（Sub6）エリアが拡大
- 前項のソフトウェア・アップデート効果も合わせて、以下の効果を見込む

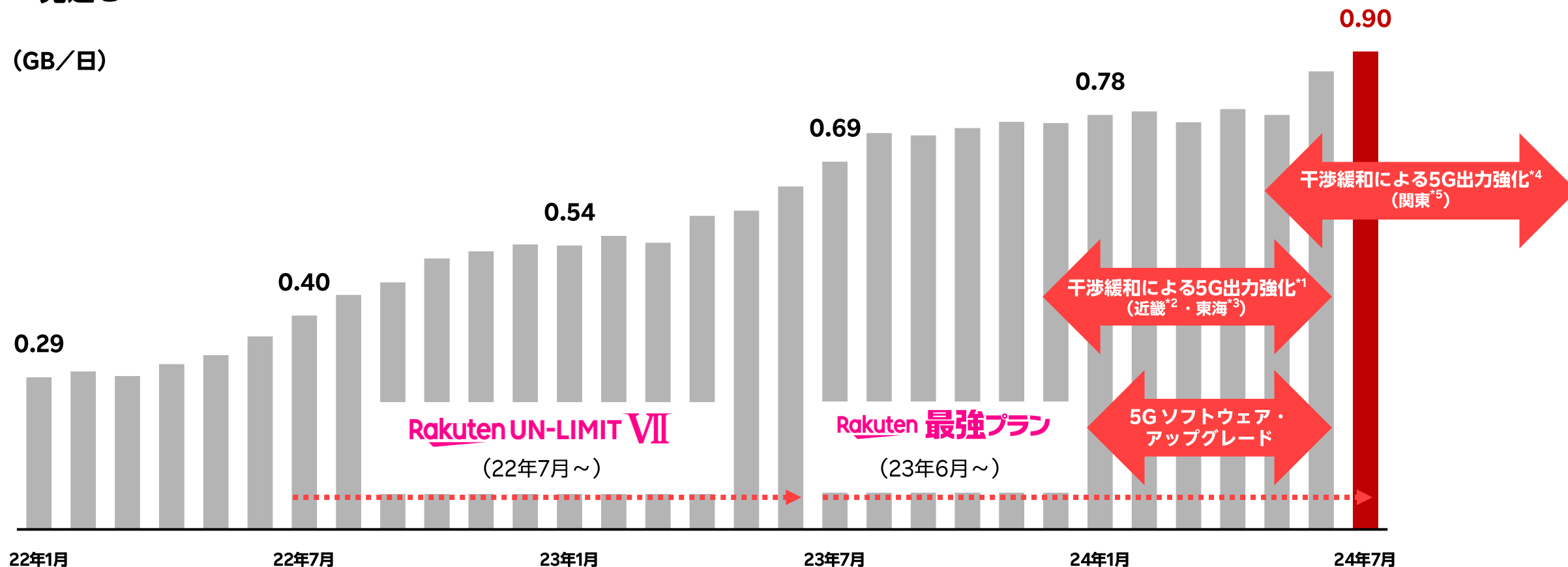


*それぞれ施策後を100とした際のグラフ。一般的な実効速度における5G（Sub6）の比較。2024年6月20日時点

5Gの各種調整に伴い、平均データ利用量（4G+5G）が一段と増加

- 5Gエリア拡大に伴い、データ利用量（4G+5G）が増加。データARPU向上に寄与
- 衛星通信との干渉調整条件の緩和による関東エリアの5Gエリア拡大の完了（年内完了目途）でさらなるデータ利用増を見込む

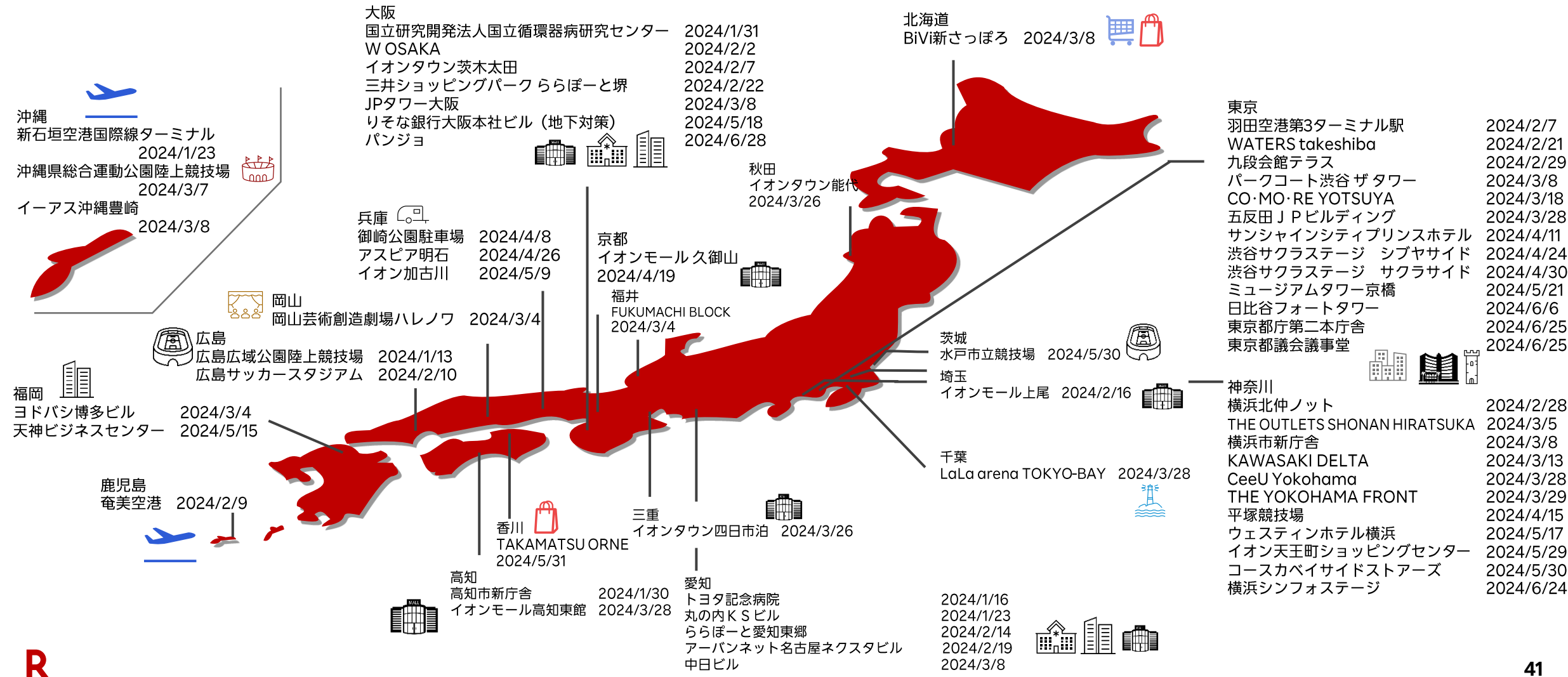
(GB/日)



*1：一部8月対策完了予定局あり。 *2：滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山を指す。 *3：岐阜県、静岡県、愛知県、三重県を指す。 *4：年内完了目途。 *5：栃木県、群馬県、茨城県、東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県、山梨県。

インドアの通信品質改善も順次実施

■ ネットワーク状況やお客様の声等を基に、大勢の集まる施設で重点的に通信品質改善を継続的に実施



1

契約獲得の加速

… 通信品質改善に関する取り組み

… 各種マーケティング施策が効果的に作用

2

ARPU上昇

… データARPUを中心に、B2C/B2B共に上昇

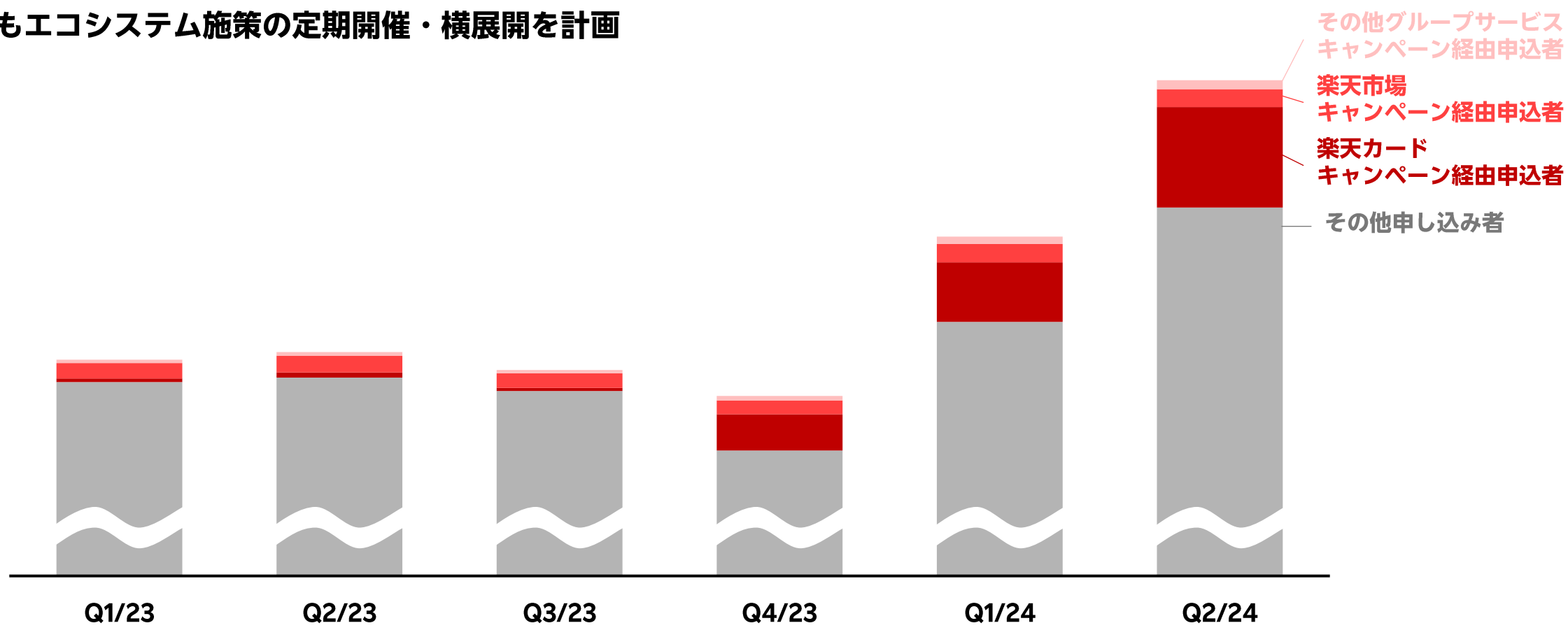
3

楽天エコシステム拡大への貢献

… 楽天モバイル契約によるグループサービス利用拡大と利益押し上げ

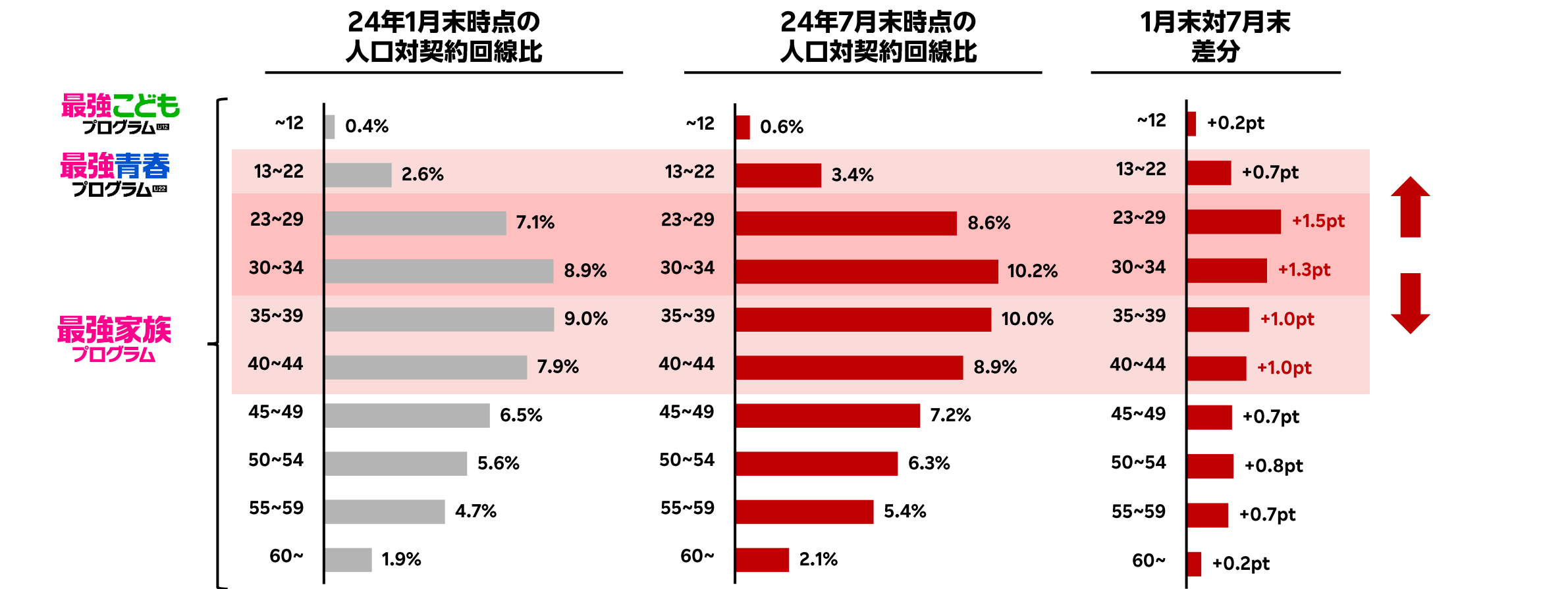
グループ内のキャンペーン経由獲得が好調。全体の申し込み数を押し上げ

- 23年12月から定期開催中の楽天カード会員（新規も対象）向けのキャンペーンが申し込み数増加を牽引
- 24年6月から楽天市場の新規利用者向けのキャンペーンも定期開催
- 今後もエコシステム施策の定期開催・横展開を計画



若年層を中心に契約獲得が伸長。同層を軸に家族プログラム等で層の拡大へ

■ 若年層の契約獲得が好調。引き続き、若年層の獲得推進に努めると共に、同層の契約者を軸に、最強家族・青春・こどもプログラム利用を促進し、層の拡大を図る。未リーチ層に対する新施策も計画



1

契約獲得の加速

… 通信品質改善に関する取り組み

… 各種マーケティング施策が効果的に作用

2

ARPU上昇

… データARPUを中心に、B2C/B2B共に上昇

3

楽天エコシステム拡大への貢献

… 楽天モバイル契約によるグループサービス利用拡大と利益押し上げ

ARPU (MNO*1)

■ B2CとB2BそれぞれのARPUは前四半期比で上昇。6月の月次ARPUは2,031円

■ 全回線数に占めるB2Cの割合が高まったことによりデータARPUが伸長。広告の販売努力が奏功しその他ARPUも上昇

■ エコシステムARPUアップリフト*5

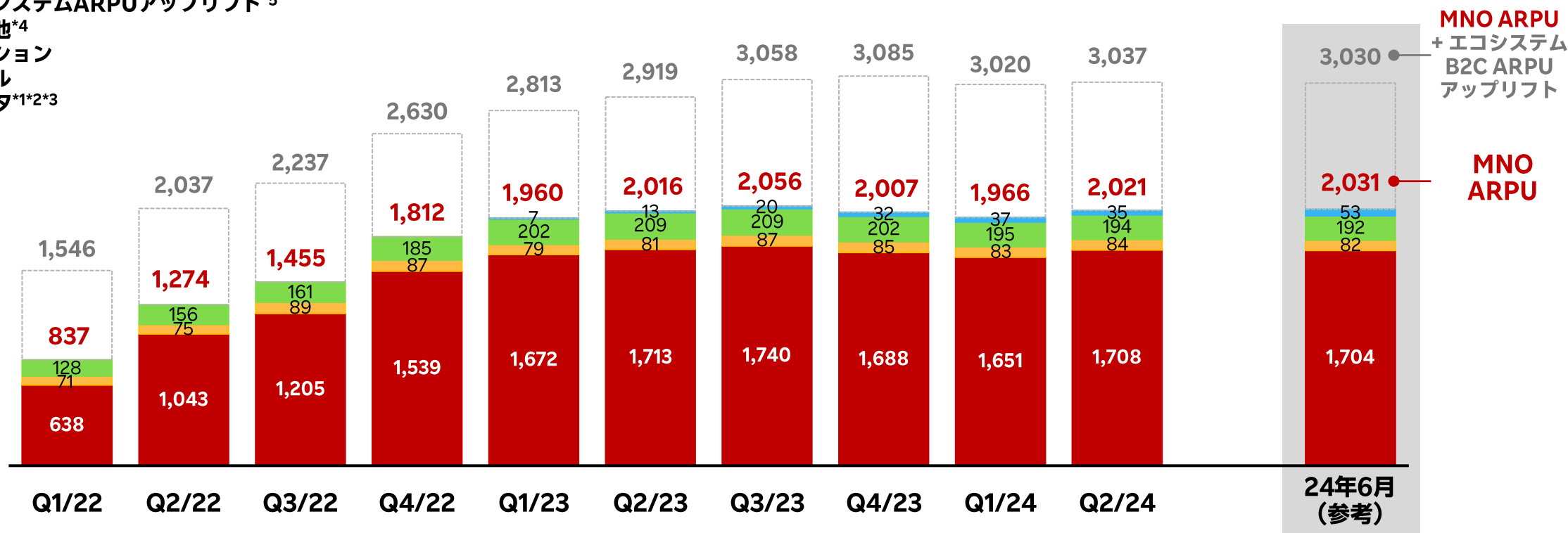
■ その他*4

■ オプション

■ コール

■ データ*1*2*3

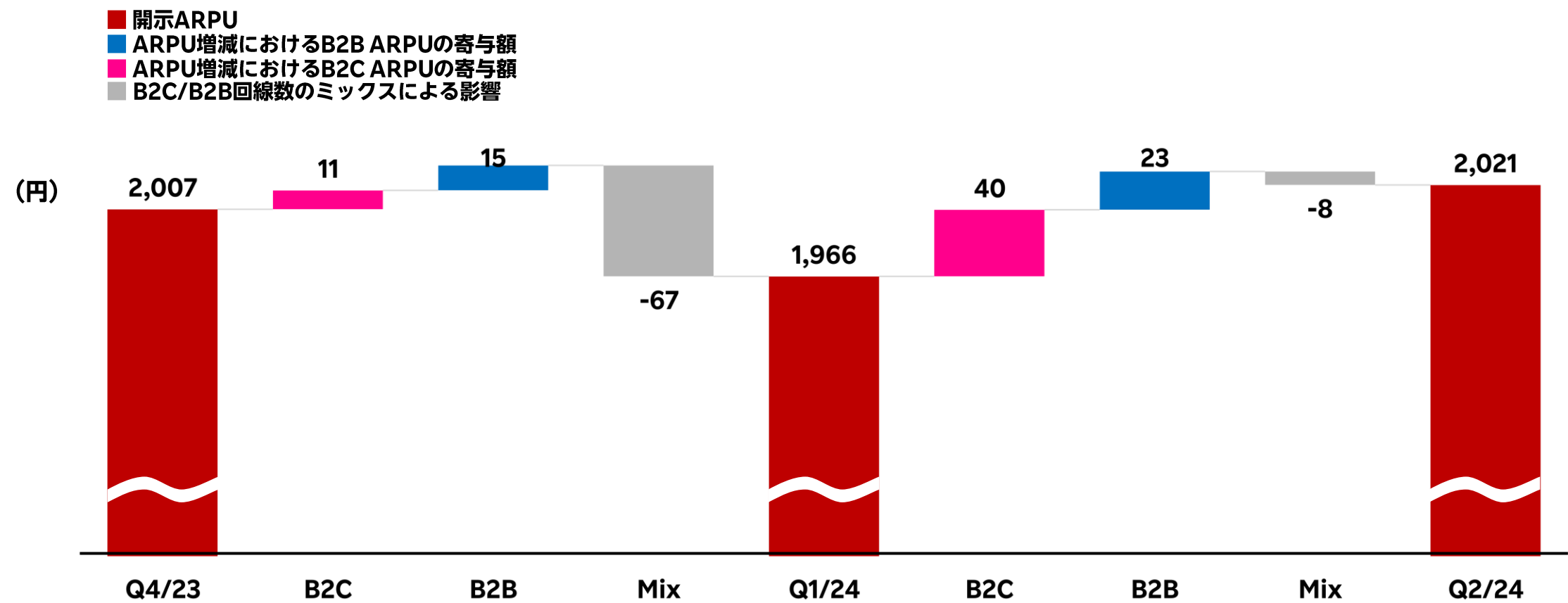
(円)



*1: Rakuten Turbo の契約回線数及び売上収益を含む。これに伴い過去数値を遡及修正済。 *2: BCP及びMVNEは除外。BCPとは、B2BにおけるBusiness Continuity Plan用途に販売しているプラン。 *3: データARPU: 2022年9月-10月に実施した1GB未満ユーザーへのポイントバック施策は売上マイナスとして計上していますが、本データARPUの計算には含んでいません。 *4: 広告、B2B雑収入を含む。 *5: 18事業（楽天市場、楽天ブックス、楽天ダイレクト、楽天ビック、楽天kobo、楽天ファッション、楽天トラベル、楽天西友ネットスーパー、楽天ビューティ、楽天ペイアプリ決済、楽天ペイオンライン決済、楽天Edy、楽天ポイントカード、楽天カード、楽天銀行、楽天証券、楽天生命、楽天損保）におけるMNOユーザーとNon MNOユーザーの直近1年間の一人当たり平均売上の差に各事業の粗利率及び各月末の契約回線数を乗じて算出。直近3カ月分の押し上げ額を各月末のMNO(B2C)契約者数を考慮し1カ月分に加重平均して算出。

B2C・B2B共にARPUは着実に上昇

- B2C・B2B共に、データARPUを軸に着実に上昇
- B2C契約獲得の加速により、回線数のミックスによる押し下げ影響も緩和



1

契約獲得の加速

… 通信品質改善に関する取り組み

… 各種マーケティング施策が効果的に作用

2

ARPU上昇

… データARPUを中心に、B2C/B2B共に上昇

3

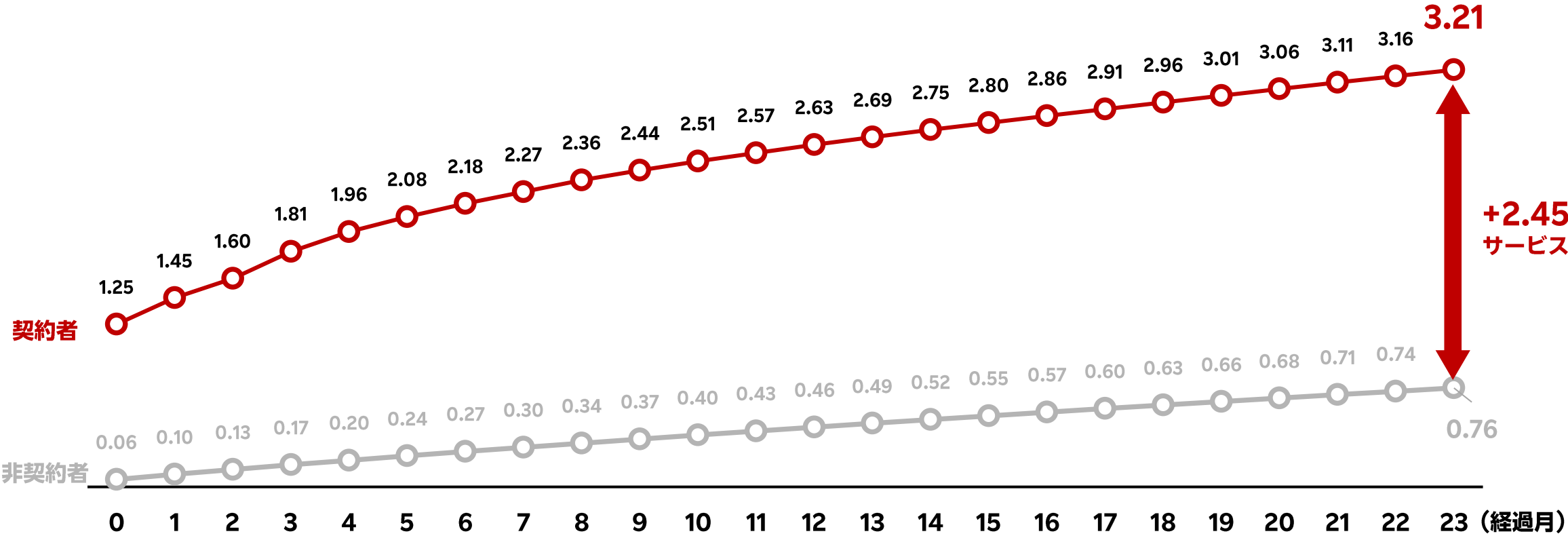
楽天エコシステム拡大への貢献

… 楽天モバイル契約によるグループサービス利用拡大と利益押し上げ

楽天モバイル契約によるブレインシェア上昇によりサービス利用数が増加

■ 楽天モバイル契約者は非契約者より+2.45サービス多く利用

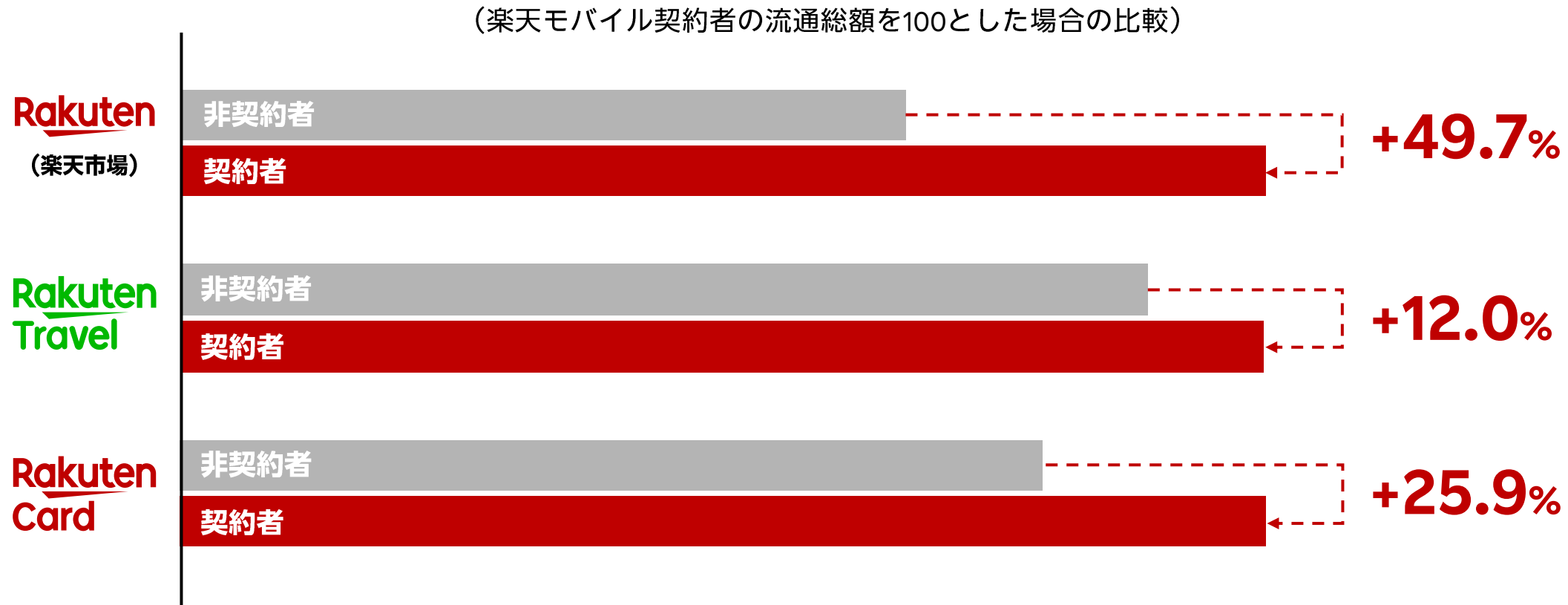
楽天モバイル（MNO B2C）契約者と非契約者の契約後2年間のサービス利用数推移*



*契約者は2020年3月～2022年7月に（MNO B2C）契約あり。非契約者は同期間に何れかの楽天サービスの利用あり。契約者のサービス利用数にはMNO自体も含む。

各サービスにおける流通総額も楽天モバイル契約を契機に拡大

- 過去同様の購買傾向のある楽天モバイル契約者と非契約者の、直近1年間の各サービスでの流通総額（取扱高）を比較
- 楽天モバイル契約者は非契約者と比較して、サービス数だけでなくサービスの流通総額も上昇する傾向



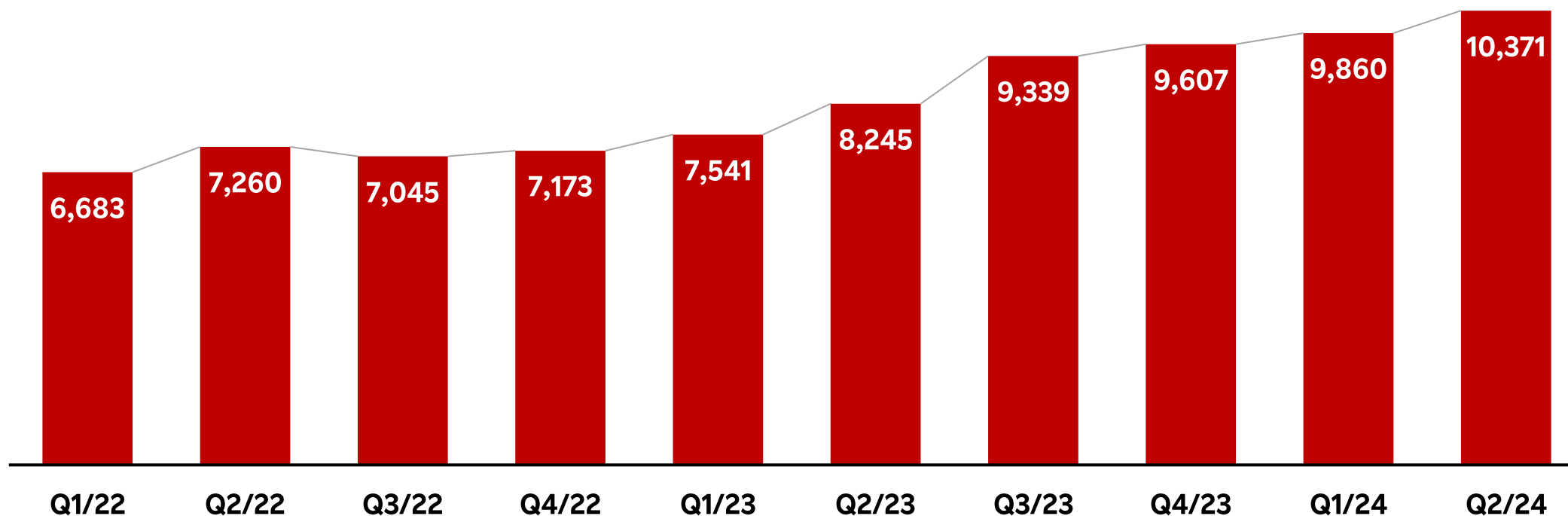
*楽天モバイル契約者と非契約者の直近1年間の1人あたり平均流通総額（楽天カードは取扱高）の差。契約者は、2020年3月～2023年7月のいずれかの月（該当月）に楽天モバイル（MNO B2C）を契約し、2023年7月から2024年6月の間に回線がアクティブであり、かつ該当月から過去1年間の購買傾向を非契約者と揃えたユーザー。非契約者は、2024年6月から過去1年間に、楽天モバイル（MNO B2C）以外の何らかの楽天サービスの利用があり、かつ該当月から過去1年間の購買傾向を契約者と揃えたユーザー。

モバイル契約に伴うシナジー効果によりグループ利益押し上げ額*が拡大

- 楽天モバイル契約による各サービスの取扱高等増加額を基に、楽天モバイルによるグループ利益貢献額を算出
- モバイル契約によるロイヤリティの向上に加え、特に今期はB2C契約回線数が伸長したことで利益押し上げ額が上昇

(百万円)

MNO (B2C) 契約者による グループ利益押し上げ額



*18事業（楽天市場、楽天ブックス、楽天ダイレクト、楽天ビック、楽天kobo、楽天ファッション、楽天トラベル、楽天西友ネットスーパー、楽天ビューティ、楽天ペイアプリ決済、楽天ペイオンライン決済、楽天Edy、楽天ポイントカード、楽天カード、楽天銀行、楽天証券、楽天生命、楽天損保）におけるMNOユーザーとNon MNOユーザーの直近1年間の一人当たり平均売上差に各事業の粗利率及び各月末の契約回線数を乗じて算出

NTT法を廃止することは、 公正な競争が阻害される懸念があり反対

<NTT法を廃止した場合の懸念点>

1. 現在価値で40兆円程度に及ぶ、電電公社時代に公費で作った設備(局舎、電柱・管路等)の独占利用および他事業者への不公平な提供
2. NTTドコモと、NTT東日本・NTT西日本など、通信のドミナント事業者が連携することによる競争事業者の排除
3. 「携帯電話の低料金化」が先祖返りし、国民負担が大幅に増大

3. 財務

我々のコミットメント: 規律ある財務方針

中期的な財務健全性の維持を目指す

1



収益性改善

- ☒ コア事業の継続的な利益成長
- ☐ 2024年通期Non-GAAP
営業利益の黒字化
- ☐ 2024年に楽天モバイル(株)の月次
EBITDA黒字化、2025年に通期
EBITDA黒字化

2



効率性向上

- ☒ 全社的なコスト削減
- ☒ SPU改定
- ☐ 運転資本の改善
- ☐ AIを活用したさらなる効率化

3



財務健全性維持

- ☒ 有利子負債の削減
- ☒ 能動的な償還スケジュールの
コントロール
- ☐ 信用格付けの改善
 - 連結自己資本比率 10%
 - 非金融事業純有利子負債/非金融
事業EBITDA5倍

2024年及び2025年のリファイナンスリスクは解消

- 2024年のリファイナンスリスクは解消、2025年に満期を迎える社債に対する流動性ギャップも解消済み
- グループ内キャッシュフローの増大、各種資本性調達により有利子負債を削減する努力を継続

満期到来社債



原資

2024

- ・ 外債
- ・ 国内ホール債

- ・ 楽天銀行及び楽天証券株式追加売却（2023年12月）
- ・ 米ドル建シニア債発行（2024年2月）

2025

- ・ 国内リテール債
- ・ 国内ハイブリッド社債
初回償還日でのコールを実施予定

- ・ 米ドル建シニア債発行（2024年4月）
- ・ ユーロ円建私募債発行（2024年4月）
- ・ 同等の資本性認定を受ける商品*
（社債型種類株式発行、ハイブリッド債の発行等）

*初回償還日の前12カ月以内に、同等以上の資本性を持つ手段によって調達。



楽天モバイルでセールアンドリースバックによる資金調達を実施、資金流動性が大幅改善へ

- 楽天モバイルが所有する通信設備等を活用したセールアンドリースバックにより、1,500億円～3,000億円の資金調達を実施予定。これにより、同事業におけるセルフファンディングに貢献
- 楽天モバイルが当面必要となる資金を自ら確保することで、当社の資金流動性も向上。インターネットサービス及びフィジック事業等からのキャッシュ・フローを有利子負債削減に充当することが可能に

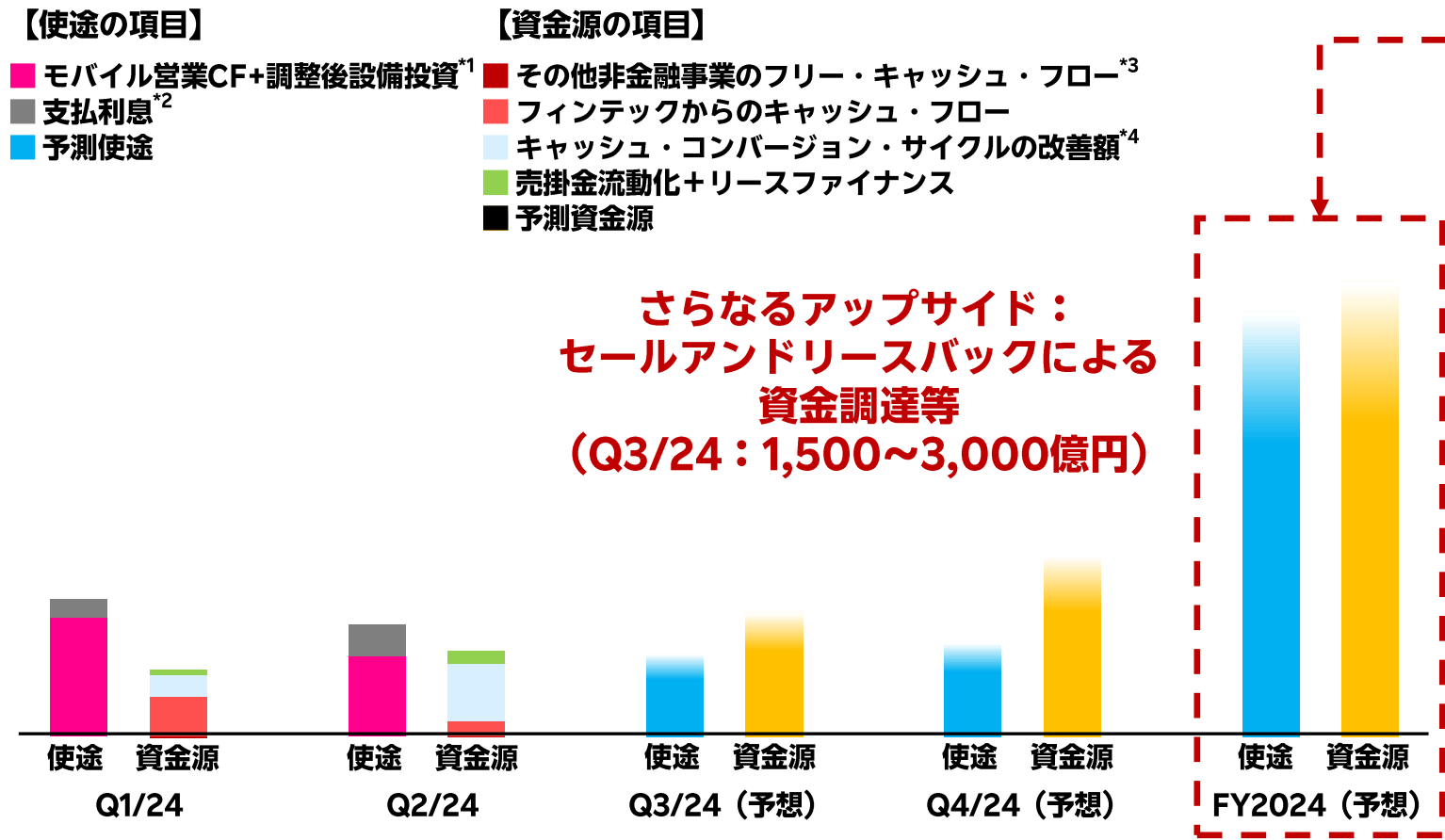
概要

資金調達形態	セールアンドリースバック
対象資産	通信設備等
資金調達額	1,500億円～3,000億円
リース期間	10年
資金使途	楽天モバイルにおける運転資金及び設備投資資金*等

*本年の設備投資額は、当初の計画通り1,000億円弱を予定しています。2025年においてもメンテナンス投資は限定的であり、キャパシティ増強に伴う多額な投資は不要な見通しであることから、設備投資額は低位を推移する見込みです。

セルフファンディングへの道筋

キャッシュフローイメージ



FY2024～

セルフファンディング確立を目指す

1. モバイルセグメントFCFの大幅改善

EBITDAは順調に改善
2024年度以降の設備投資は大幅削減

2. その他非金融事業のFCFの成長

インターネットサービスのEBITDAは
季節要因によりQ4に拡大
キャッシュ・コンバージョン・サイクルの短縮

3. フィンテックからのCFの拡大

配当・経営指導料等
(FY2023: 657億円)

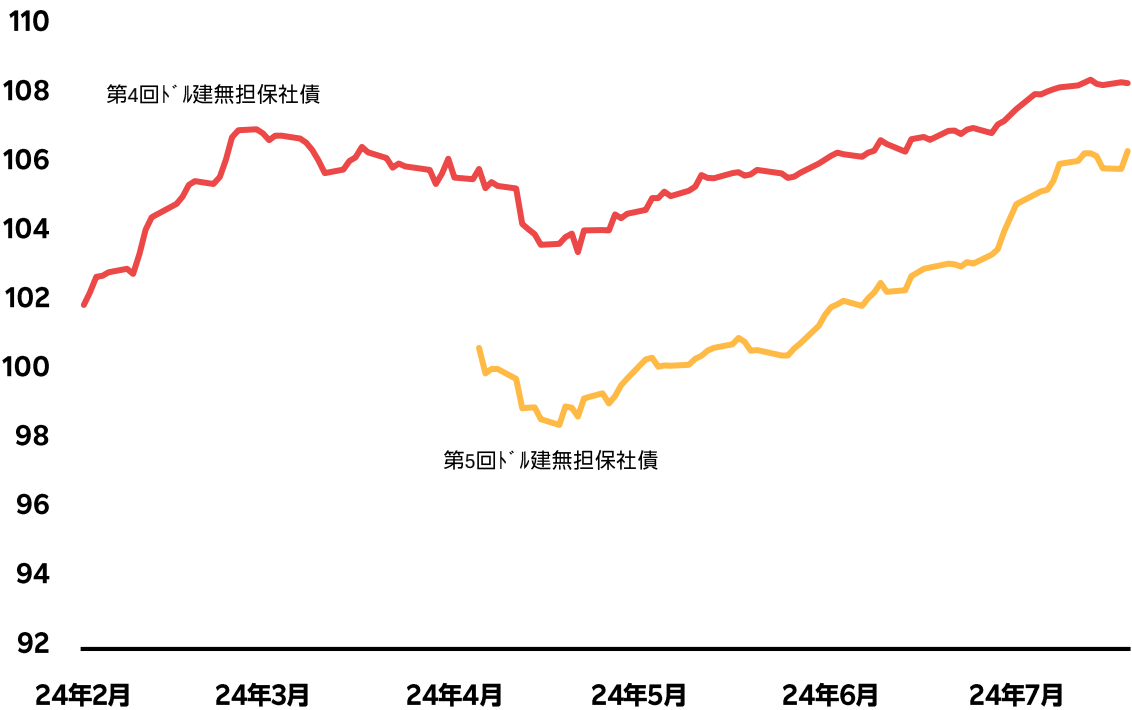
必要に応じて資本性調達によるCFを創出
+
モバイル独自の資金調達 (債権の流動化等)

^{*1}: IFRS第16号に基づく調整を加えた設備投資額 ^{*2}: 永久劣後債の配当金の支払額を含む ^{*3}: EBITDA - 投資キャッシュ・フロー。当EBITDAは、Non-GAAP営業利益に減価償却費等を加算して算出するEBITDA（開示ベース）に、IFRS第16号に基づく調整を加えて算出。 ^{*4}: ポイント預金による改善を含む

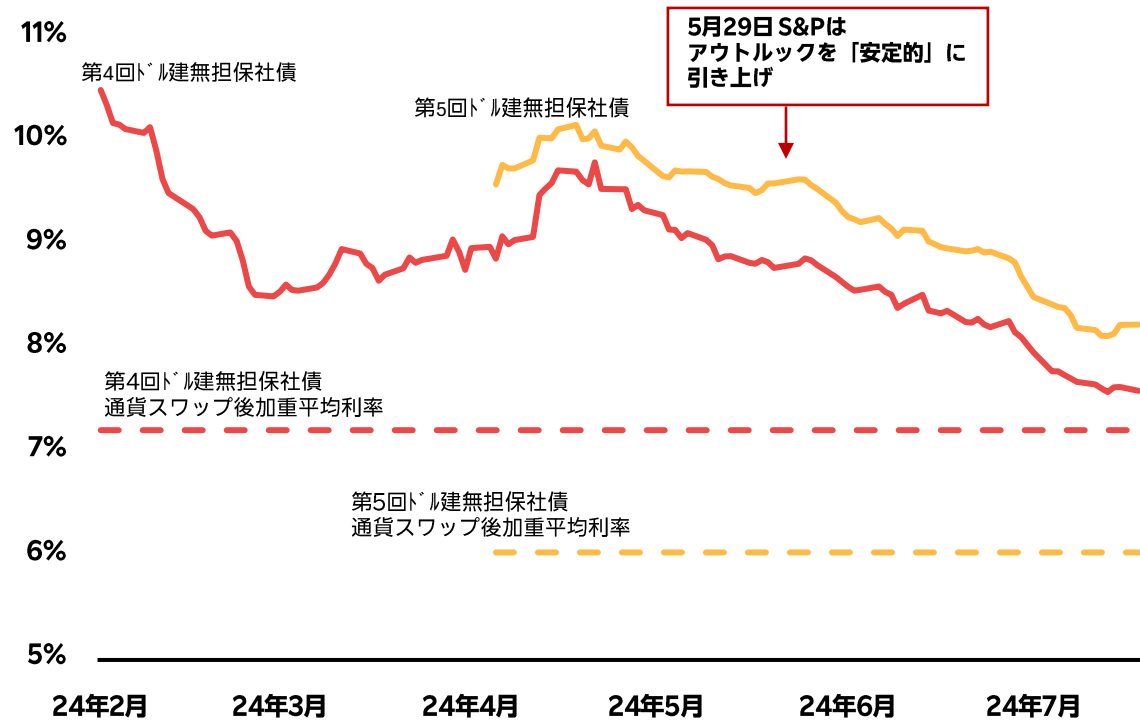
債券資本市場における楽天グループの評価

- 楽天グループの財務戦略が債券資本市場から評価される
- セカンダリー市場における価格上昇及び利回り低下が、将来的な資金調達コスト低下の可能性を示唆

3年(第4回)^{*1}及び5年(第5回)^{*2}米ドル建て
債券価格推移



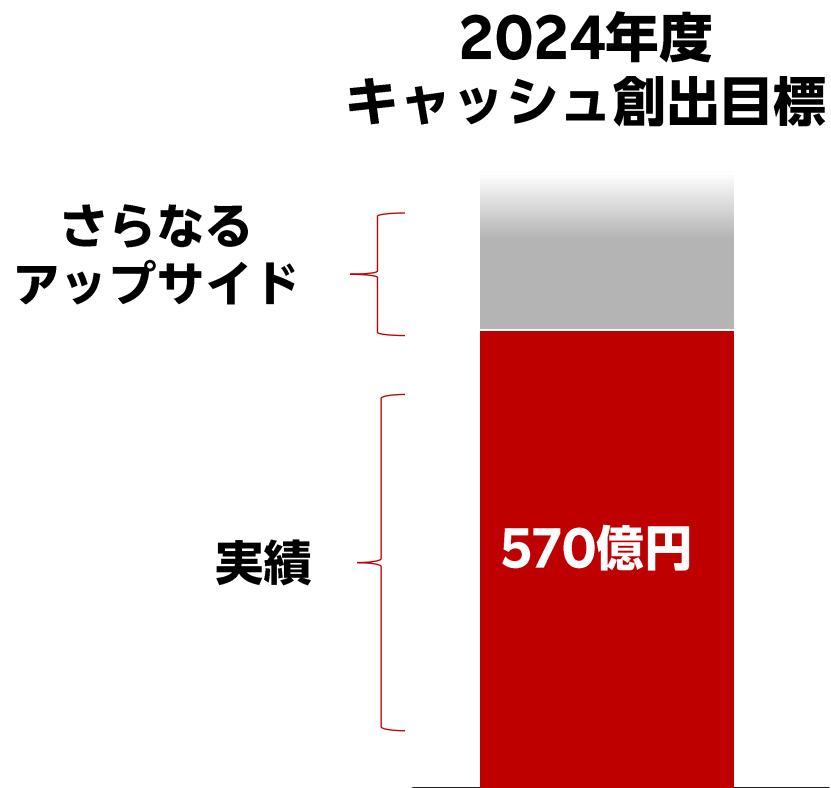
3年(第4回)^{*1}及び5年(第5回)^{*2}米ドル建て
債券利回り



*1: 元本・クーポンともに通貨スワップを実施。通貨スワップ後の加重平均利率7.21712%（表面利率：11.250%）。一部通貨スワップの変更を含む。
*2: 元本・クーポンともに通貨スワップを実施。通貨スワップ後の加重平均利率6.03930%（表面利率：9.750%）。一部通貨スワップの変更を含む。

キャッシュ・コンバージョン・サイクル改善

- レバレッジの低減に向けて運転資本最適化の取組を継続中
- 2024年度目標であった非金融事業でのキャッシュ創出500億円を早期達成し、8月現在において約570億円まで到達



非金融事業における
2024年度目標の500億円を既に達成し
約570億円に到達

4. AI

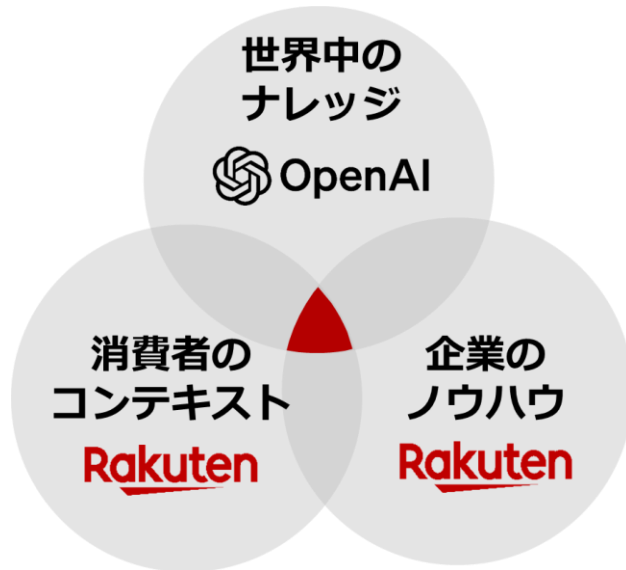
Rakuten AI: 概要

当社はAI分野で**ビジネスリーダー**になるための複数の競争優位性を保有

**高い実用性とコスト効率により、
楽天エコシステム全体に大きなインサイトとインパクトを還元**

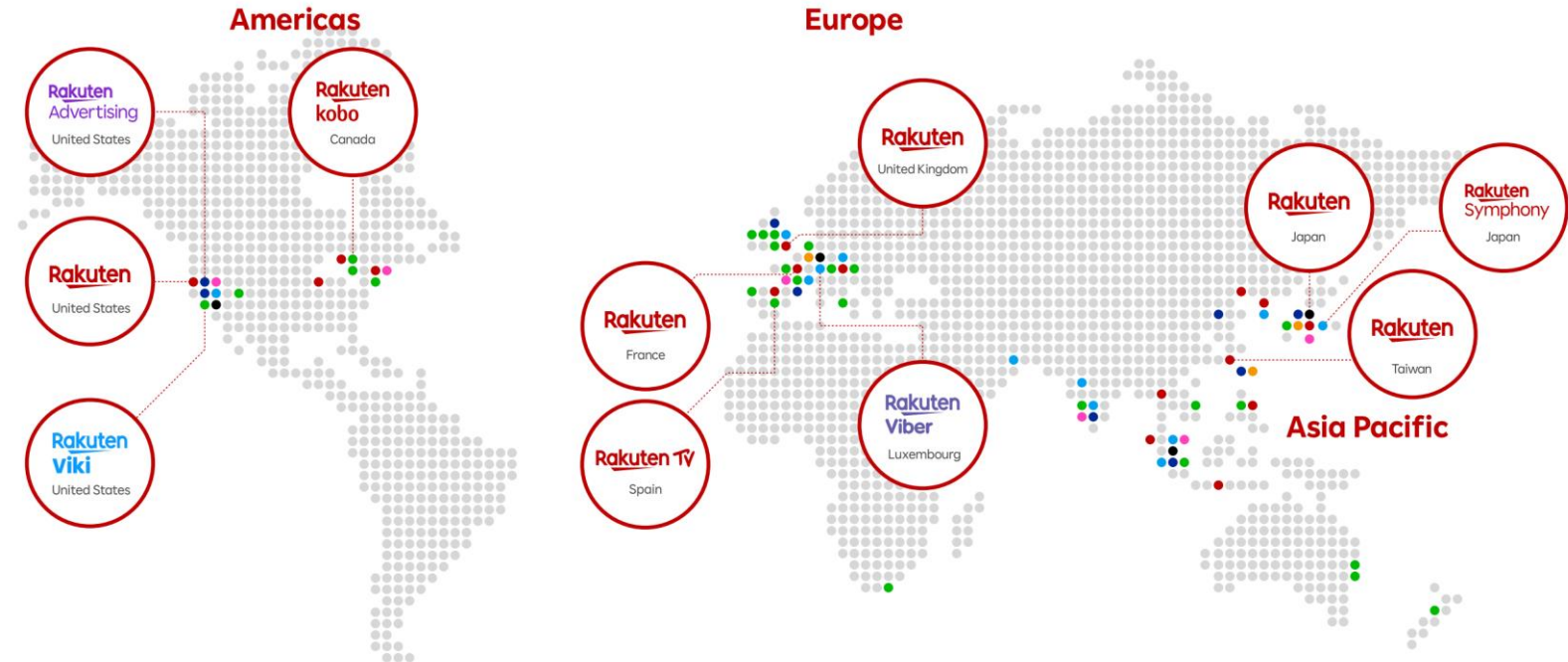
オペレーション・フレームワークである**「トリプル20」**に基づき、
重点分野と優先順位を決定

楽天におけるAI-nization : AIの力で人間の創造力を高める



ユニークなデータ & オンライン+オフラインチャネル

世界中的ナレッジと
楽天のユーザー理解、深い専門知識の融合



「社内公用語英語化」による グローバル人材の獲得

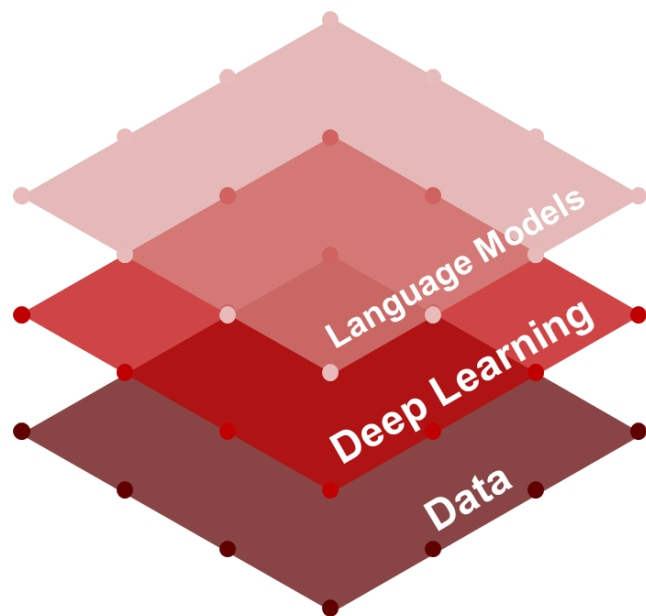
社内公用語英語化という大胆な取り組みを
経て、世界で70以上のサービスを展開。

30カ国・地域のサービス展開拠点で
約30,000名の従業員が在籍

共通の文化

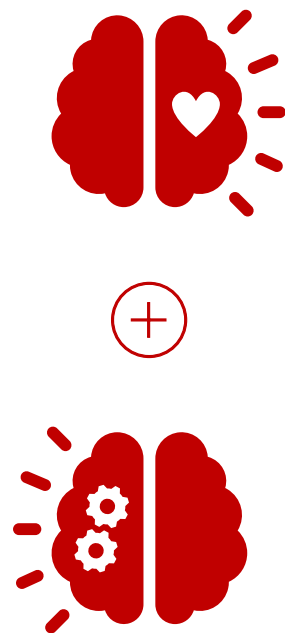
すべての従業員が、
エンパワメントというミッション、
楽天主義に基づき行動。
おもてなしの文化を体現

楽天のアプローチは**実用的かつ高コスト効率**



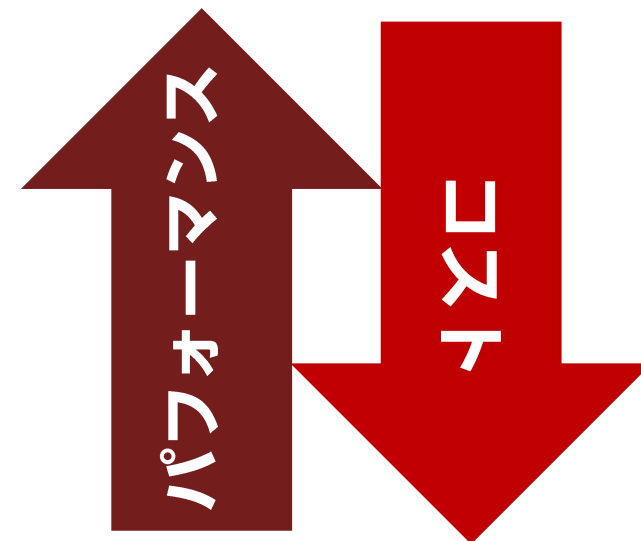
基礎技術の拡大に注力

データとインサイトを楽天エコシステム全体のシステムやアプリケーションに展開できるよう、基礎技術に投資



人間の知能 + 人工知能

約30,000名の従業員の専門性と最先端技術を融合させ、開発を推進



技術革新の時流に乗る

サードパーティの大規模言語モデルやコストパフォーマンスの向上を利用し開発を推進・拡大

Rakuten AI: 実践の加速

■ 消費者、企業双方に向けた複数のAI機能の実装により、AI-nizationを力強く推進

第一弾 - 展開 -

ディープラーニングの展開

セマンティック検索

レコメンデーション機能

広告

第二弾 - ローンチ -

企業向け Rakuten AI

Rakuten AI for Business
プラットフォーム

出店店舗様/宿泊施設様向けRakuten AI

Rakuten AI for Telecom

Rakuten AI for Rewards

第三弾 - インキュベーション -

消費者向け Rakuten AI

楽天モバイルAIアシスタント2.0

ユニバーサルなコンシェルジュ機能

楽天独自のLLM

ディープラーニング技術を活用し**本当に欲しい商品の発見**をサポート

ユーザーの質問の意図を理解する
「東京の夏の花火大会に着ていく服」



セマンティック検索

顧客が何を検索したかだけでなく
何を検索したいかを理解し
最適な検索結果を提供

電子レンジと一緒に
よく買うもの



レコメンデーション機能

顧客がより良い意思決定をできるよう
新しい選択肢を提案

ユーザープロフィールに
基づく関連性の高い広告



広告

購入数、コンバージョン率、
顧客満足度を向上させるため
関連性の高い広告を提供

セマンティック検索が楽天エコシステム全体に与える大きな影響

2023年 導入



検索結果ゼロが **93.5%減少**
セッションにおける検索数 **+3%**
ユーザーのセッション数 **+4%**
検索経由のGMS **+5%**

2024 Q1 導入



検索結果ゼロが **98.5%減少**
検索結果のクリック数 **+6.8%**
セッションにおける検索数 **+1.6%**
検索経由の関連GMS **+1.8%**

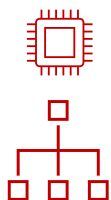
2024年以降 導入



*1: セマンティックサーチでのABテストの結果（期間: 2023/7/14-2023/8/8） *2: 検索ページにおける、セマンティック検索の有無によるコンバージョン率の比較（テスト期間：2023年12月）

AIによる**レコメンデーション機能**がより魅力的なショッピングを提供

- 最新のAI手法による高精度のパーソナライゼーションにより、ユーザーの細かい興味にも寄りそうコンテンツを提供し顧客満足度を向上



最新のレコメンデーション機能

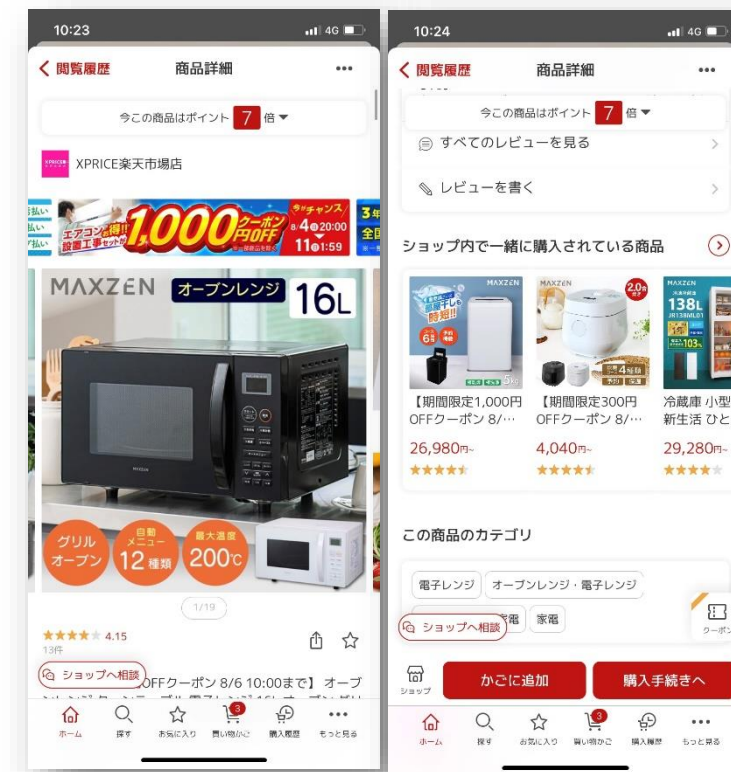
最新のAIモデル及びアルゴリズムを組み合わせ、
レコメンデーションとパーソナライゼーションの精度を向上

高精度のパーソナライゼーションで 発見をもっと楽しく

過去の購入履歴、ユーザーの特徴、リアルタイムの閲覧履歴などにより、ユーザーの意図を理解し、興味に合わせたレコメンデーションを可能に。検索結果をより**魅力的**にかつ**関連性**の高いものに

楽天市場: レコメンデーションによるCTR **+9.2%**

楽天ラクマ: **GMS**のうち**9%**がAIを活用したトップページフィードから発生



電子レンジと一緒によく買うもの






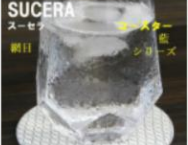
ビジュアル検索がディープラーニングの力を言葉の枠を越えて拡張

従来のソリューション：
高コスト・低い関連性

Rakuten AI：
低コスト・高い関連性



導入前

 Product ID 00000226428_00... relevance 49.61%	 Product ID 00000241086_00... relevance 47.89%	 Product ID 00000221311_00... relevance 46.66%
 Product ID 00000279104_00... relevance 46.34%	 Product ID 00000297644_00... relevance 45.88%	 Product ID 00000412563_00... relevance 45.09%

導入後

コストパフォーマンスを追求

43%
コスト削減



Rakuten AI for Rakutenians（従業員向けRakuten AI）

■ スマートに、迅速に、そして効率的に働けるように従業員をエンパワーメント

25,000

名の従業員がAIを利用

7,000

名の従業員が毎日AIを利用



コーディング



コンテンツ
作成



データ分析



文書作成



問い合わせ
対応



ナレッジ
検索



文書レビュー



コンテンツ
レビュー



メール
下書き



翻訳



サマリー
作成



ミーティング
まとめ

ユニバーサルなコンシェルジュ機能: 顧客体験を向上させるための実験的な機能

- 現在開発中のユニバーサルなコンシェルジュ機能は、AIを活用してチャット、パーソナライズ化された検索、レコメンデーション機能を提供し、ユーザー体験を向上させ、楽天エコシステム全体で多様なエンゲージメントを促進



パーソナライゼーション

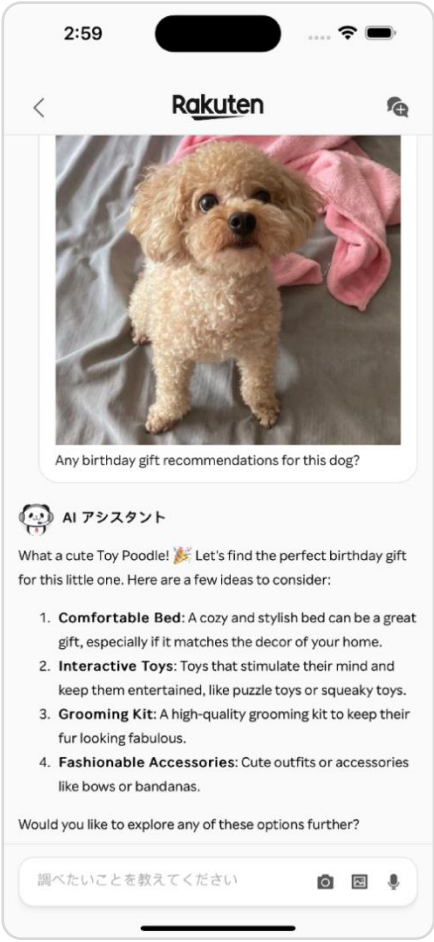
ユーザーの好みと、ユーザーの行動データの分析に基づき、最適化されたコンテンツを提供

マルチモーダル

テキスト入力や話し言葉での検索、また画像での検索が可能

ユニバーサル

楽天エコシステムを横断して情報、商品、サービスにアクセスが可能



楽天モバイルAIアシスタント2.0

■ ユーザーからの質問に24時間体制で回答

今使っているスマホを買い替えたいんだけどおすすめある？

〇〇様はデータ通信を1ヶ月平均で△GB利用しておりますので、比較的ハイスペックな端末をお勧めいたします。
端末のご希望のご予算はありますか？

大体5万円から10万円くらいでおすすめあるかな

5万円から10万円程度ですね。
カメラ性能重視ですと、こちらのXX
ストレージ容量を重視する場合はこちらのXX
防水性能を重視する場合はこちらのXXがおすすめです

キャンペーン対象

AQUOS sense8

製品価格 63,800 円

🎁 キャンペーン
20,000 円優引き！
*3

キャンペーン対象

Xperia 10 V

製品価格 59,290 円

🎁 キャンペーン
26,930 円優引き！
*3

キャンペーン対象

iPhone SE（第3世代）

製品価格 64,000 円-

🎁 キャンペーン
最大22,000 円相当おトク！
*2

なお、iphone もおすすめです。
外出時に便利なRakuten WiFi Pocketもあわせてご紹介いたしますね。

キャンペーン対象

iPhone 15

製品価格 131,800 円-

🎁 キャンペーン
最大32,000 円相当おトク！
*2

キャンペーン対象

iPhone 13

製品価格 108,700 円-

🎁 キャンペーン
最大32,000 円相当おトク！
*2

Rakuten WiFi Pocket 2C

USB Type-C 対応

お客様の利用履歴に基づいたご提案

ユーザーの質問意図を理解し精度高く回答

お客様にパーソナリ化された有益な情報を予測してご紹介

Rakuten

本資料に記載された意見や予測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。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ご了承ください。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。