

2024年度第3四半期決算説明会（連結） 補足資料

2024年11月13日

楽天グループ株式会社



*こちらの資料は1桁計算したものを記載しておりますので、一部のその他開示資料の数値と異なる箇所があるのでご注意ください。

*会計基準の変更や定義の見直し等により、過去の数値が修正される場合がございますためご注意ください。

*詳細な数値データについては別途開示しております<http://corp.rakuten.co.jp/investors/assets/doc/documents/24Q3Datasheet.xlsx>をご参照ください。

エグゼクティブサマリ

連結業績

- インターネットサービス、フィンテック、モバイルの全セグメントで増収となり、売上収益はQ3として過去最高の5,667億円（前年同期比9.3%増）に。「楽天モバイル」の増収及びコスト最適化による損失改善、「楽天カード」の大幅増益等を背景に、Non-GAAP営業利益は、2019年第3四半期連結会計期間以来5年ぶりに黒字化を達成。IFRS営業利益も黒字化達成。EBITDA*は922億円の黒字（前年同期比159.1%増）。
- 今四半期より、楽天エコシステム内におけるセグメント間の相互貢献効果が拡大している状況を踏まえ、相互貢献効果及び相互送客効果（モバイルエコシステム貢献）も含めて精緻に業績評価を行えるよう、これらのモバイルエコシステム貢献をセグメント損益に反映。

財務活動

- 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（24年8月公表）により、1,700億円の資金調達を実施。楽天モバイルが当面必要となる資金を自ら確保した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、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。
- レバレッジの低減に向けた運転資本最適化の取り組みにより、非金融事業における2024年度キャッシュ創出額が約970億円に到達。

*EBITDAはNon-GAAP営業利益に減価償却費等を加算して算出。

エグゼクティブサマリ

インターネットサービス

- セグメント売上収益は3,146億円（前年同期比4.4%増）、Non-GAAP営業利益^{*1}は212億円（前年同期比54.2%増）で増収増益を達成。
- 国内EC流通総額は、昨年9月のふるさと納税のルール変更（ルール変更は同年10月～）に伴う駆け込み需要や、昨年7月に一部終了した全国旅行支援等による高い前年比ハードルを受け、前年同期比6.9%減の1.5兆円となったものの、これらの影響を除けば、前年同期比約5%増^{*2}とプラス成長を維持。
- インターナショナル部門^{*3}は、各サービスにおける利用者拡大等を背景とした収益力向上に加え、業務効率最大化、コスト削減に取り組んだ結果、4.7百万米ドルの黒字達成（前年同期比10.4百万米ドルの改善）。

*1：Q3/24～モバイルエコシステム貢献額をセグメント業績に反映したことに伴い、Q1/23以降の業績に遡及修正を実施。 *2：社内試算に基づく。 *3：オープンコマース：Rakuten Rewards（米国、欧州、カナダ）、Fillr、海外広告事業の合計。EU：Rakuten TV、Rakuten Franceの合計。その他：Rakuten Kobo、Rakuten Viber、Rakuten Vikiの合計。なお、楽天シンフォニー、台湾EC事業、海外の金融子会社による事業は含まない。

エグゼクティブサマリ

フィンテック

- セグメント売上収益は2,082億円（前年同期比12.8%増）、Non-GAAP営業利益^{*1}は400億円（前年同期比57.2%増）で増収増益。各事業において顧客基盤及び取扱高が引き続き拡大。
- 「楽天カード」は、会員基盤・客単価の拡大に伴いショッピング取扱高が増加。今四半期のショッピング取扱高は6.0兆円（前年同期比12.7%増）となりセグメント増収に貢献。加盟店手数料や分割払い手数料の増加による増収、貸倒関連費用の低水準維持により大幅増益を達成。
- 「楽天銀行」は、グループシナジーを活用した口座獲得推進により、単体口座数が1,619万口座^{*2}（9月末時点。前年同期比12.6%増）に。メイン口座化・生活口座化の更なる進展に伴い預金残高も増加し、単体預金残高は11.1兆円^{*2*3}（9月末時点。前年同期比16.4%増）に。運用資産の積み上げにより金利収益が大きく伸長し、大幅な増収増益を達成。
- 「楽天証券」は、継続的な顧客基盤の拡大に伴い各種取引が好調であり、第2四半期に記録した過去最高収益を更新。証券総合口座数は2024年9月末時点で1,165万口座（前年同期比20.3%増）を突破。8月初頭の大きなマーケットショックの影響を受けつつも、オウンドメディアを通じた情報発信等により、個人投資家の不安払拭に努め、投資信託・信用取引残高が順調に回復した結果、前年同期と同水準の営業利益を記録。
- 楽天ペイメントは、取扱高の拡大による増収と継続的なコストコントロールが奏功し、2四半期連続で営業黒字が拡大。「楽天ペイ」は2年連続でQRコード決済業種の顧客満足指標1位を獲得^{*4}。

*1：Q3/24～モバイルエコシステム貢献額をセグメント業績に反映したことに伴い、Q1/23以降の業績に遡及修正を実施。 *2：表示単位未満切り捨て *3：日本会計基準

*4：サービス産業生産性協議会「2024年度第2回JCSI（日本版顧客満足度指数）調査」による。

エグゼクティブサマリ

モバイル

- セグメント売上収益は1,060億円（前年同期比19.5%増）、Non-GAAP営業損失^{*1}は487億円（前年同期比265億円改善）。
- 楽天モバイル(株)では、契約回線数の増加及びデータARPUの上昇により売上収益は725億円（前年同期比30.3%増）、継続的なコスト削減の効果も相まってNon-GAAP営業損失^{*1}は506億円（前年同期比200億円改善）、EBITDA^{*1*2}は▲97億円（前年同期比241億円改善）で着地。
- 継続的なエコシステム経由の獲得好調及び最強シニアプログラム等各種プログラム展開による獲得貢献によるB2Cを中心とした契約回線数の伸長により、MNO契約回線数^{*3}は、24年9月末時点で721万回線となる。解約率も継続的に逡減し、調整後MNO解約率^{*4}は1.09%（Q3/24時点）。
- ARPU（エコシステムARPU含む）^{*5}は2,801円に。5Gトラヒックの増加及びデータ利用量の多いメイン利用ユーザーの獲得増により、データARPUを中心に伸長。新規ライトユーザーの増加に伴い薄まるものの、将来的にはロイヤルユーザー化により増加を見込む。

*1：Q3/24～モバイルエコシステム貢献額をセグメント損益に反映したことに伴い、Q1/23以降の業績に遡及修正を実施。 *2：EBITDAはNon-GAAP営業利益に減価償却費等を加算して算出。 *3：B2C・B2B※MVNE及びBCPの回線数を除く。
*4：B2Cにおける開通月と同月内の解約及びB2Bにおける一部代理店との契約見直し及び取引の再評価に伴う解約を除いた調整を行った場合の解約率。 *5：ARPUは、MVNE及びBCP回線を除くMNOの、前四半期末と今四半期末の回線数の平均を用いて算出。MVNEは楽天モバイルから楽天コミュニケーションズに対する帯域の卸売。BCPは法人プランにおいてBusiness Continuity Plan用途に販売しているプラン。エコシステムARPUはMNO契約者によるグループ売上のアップリフト効果を分子として算出。

補足資料目次

1 エコシステムKPI

- ◆ 月間アクティブユーザー数・2サービス以上利用ユーザー比率
- ◆ メンバーシップバリュー
- ◆ グローバル流通総額

2 連結業績

- ◆ 連結業績サマリ
- ◆ 売上収益・Non-GAAP営業損益詳細
- ◆ 連結・主要子会社のバランスシート概要

3 セグメント別業績・KPI

- ◆ セグメント組織図
- ◆ 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
- ◆ 広告事業（各セグメントで計上される国内広告売上合計）

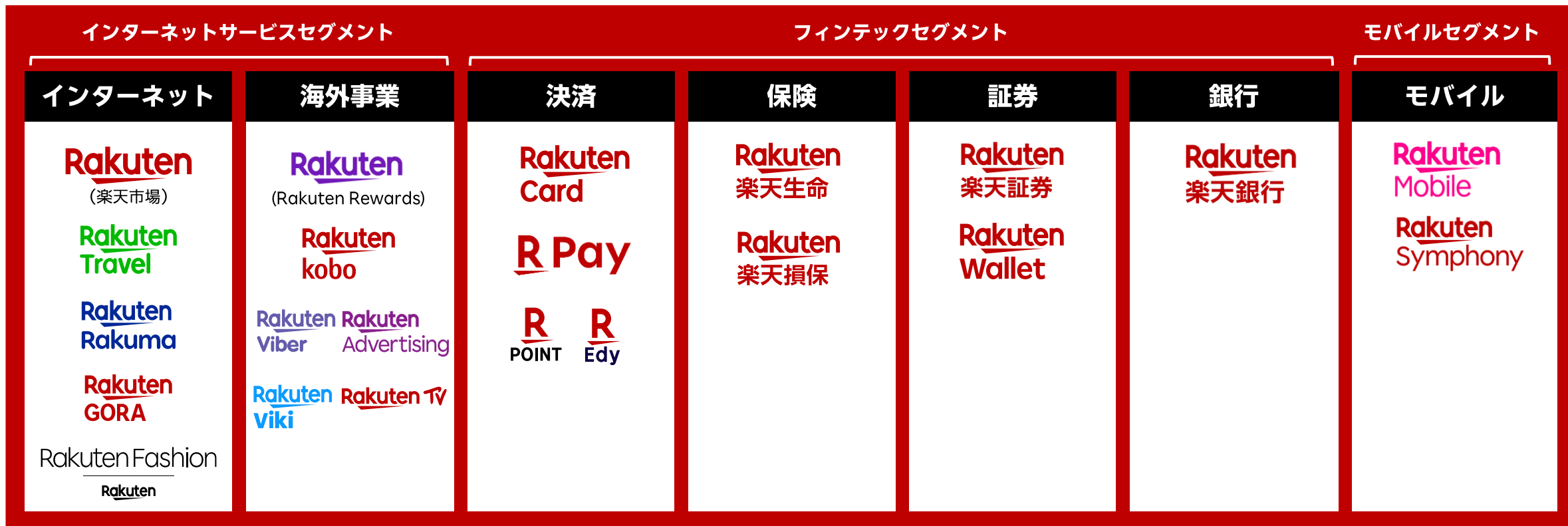
4 財務関連

5 ESG

1. エコシステムKPI

楽天エコシステム サービスラインナップ（抜粋）

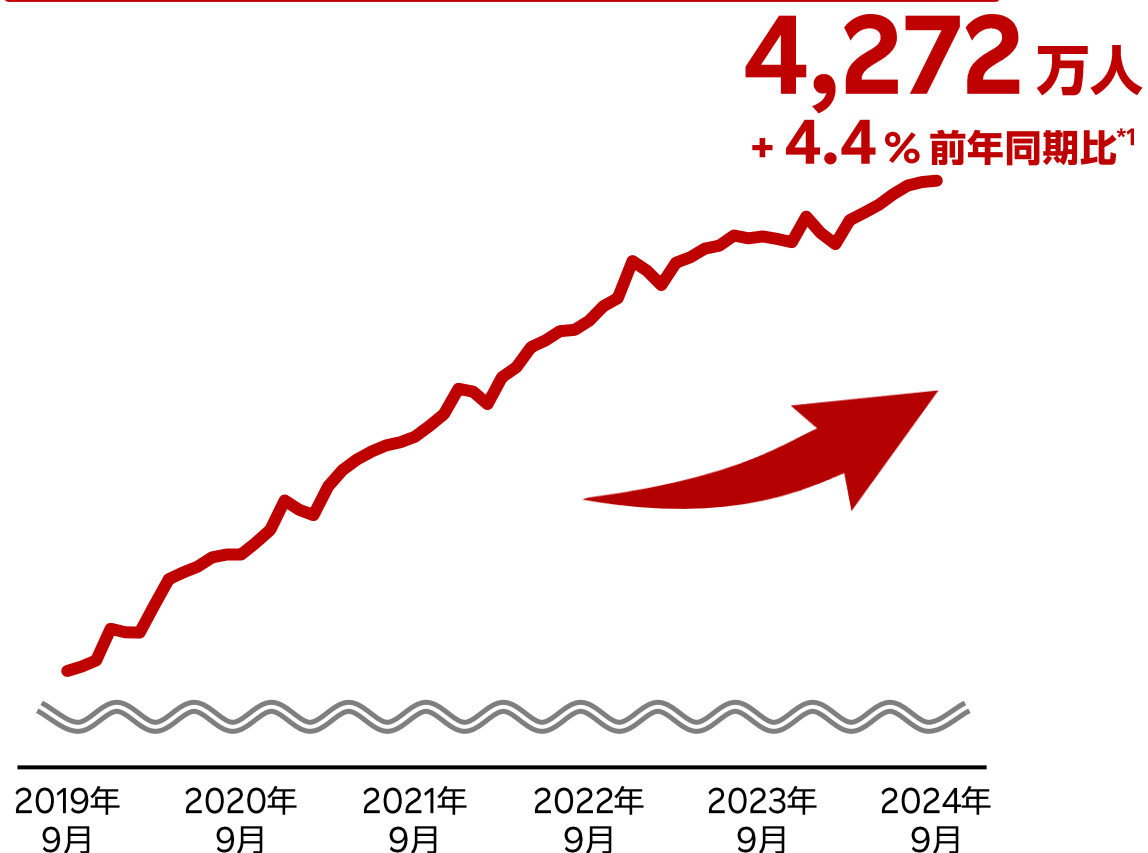
■ 多くの市場においてリーディングポジションを確立。MNOキャリアの中で最も高いクロスユース率*を実現



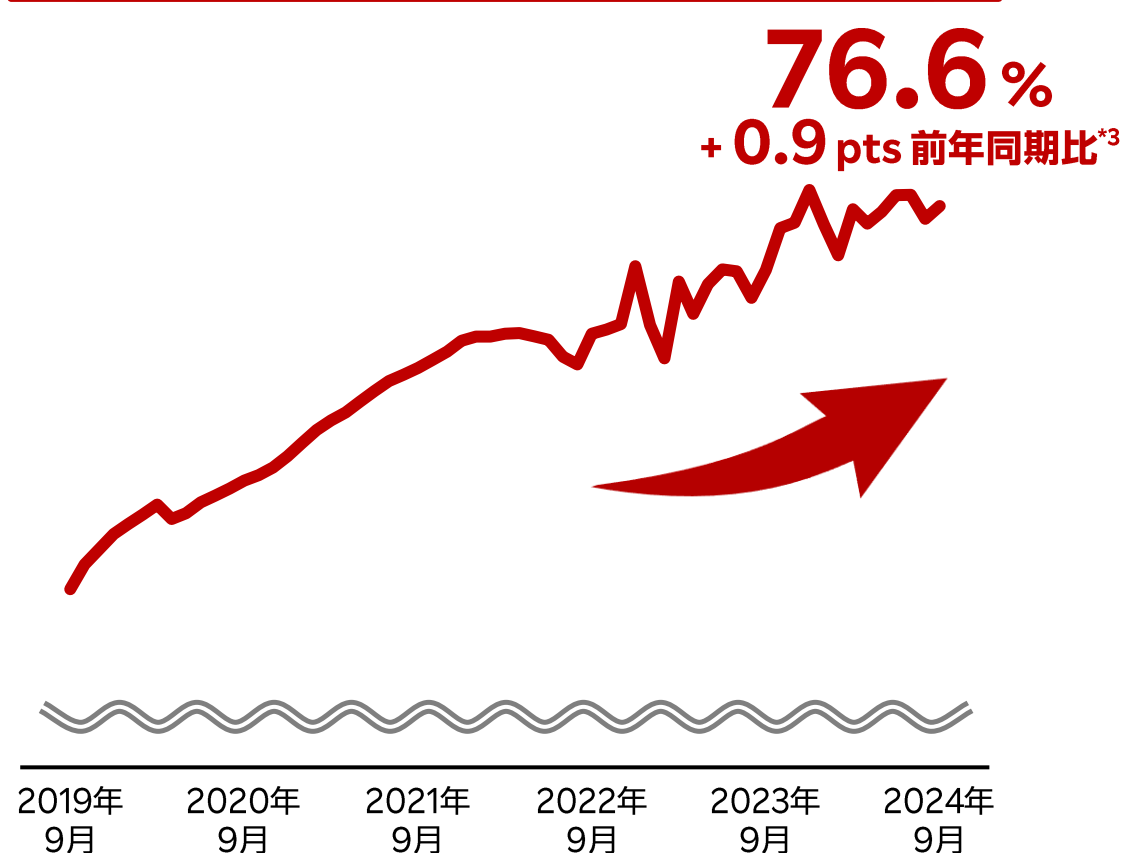
*MMD研究所 2023年2月20日「大手4キャリアの関連サービス利用実態調査」4キャリアユーザーの携帯電話契約以外のキャリア関連サービスの利用数（インターネット調査、対象:18歳~69歳の大手4キャリアユーザー、有効回答=2,000人：ドコモユーザー（n=500）、auユーザー（n=500）、ソフトバンクユーザー（n=500）、楽天モバイルユーザー（n=500））

月間アクティブユーザー数・2サービス以上利用ユーザー比率

日本における月間アクティブユーザー数の推移



2サービス以上利用ユーザー比率の推移^{*2}

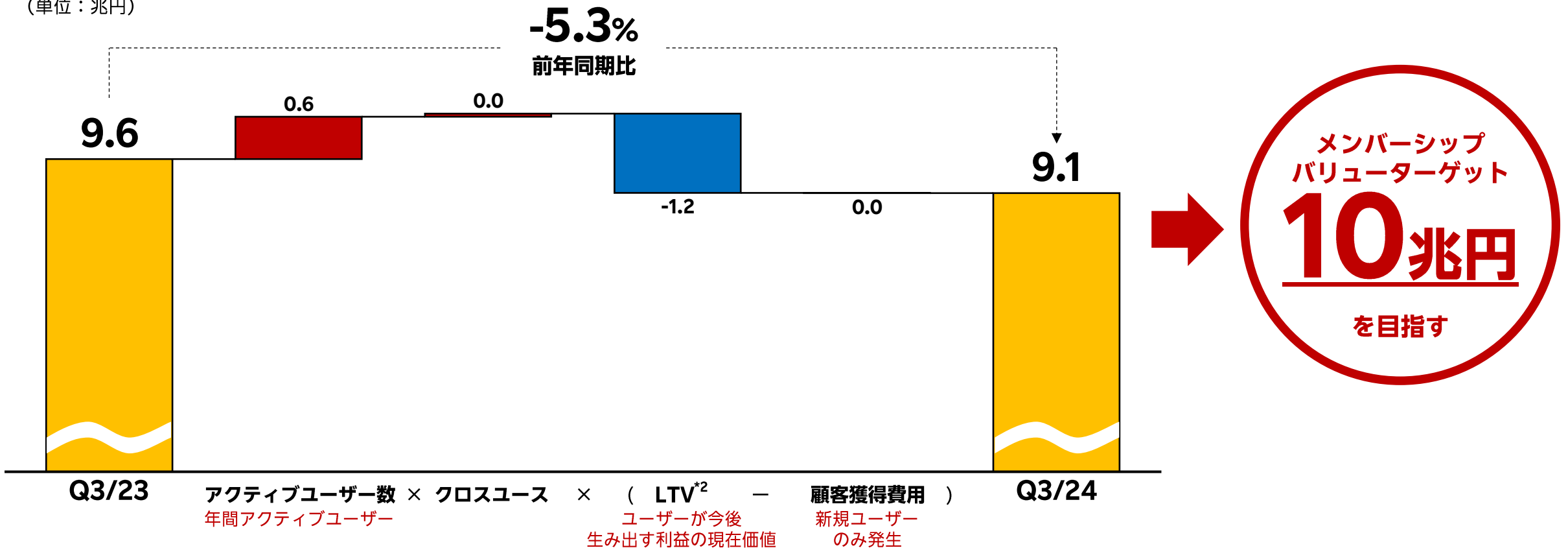


^{*1}: 2024年9月末月間アクティブユーザー数と2023年9月末月間アクティブユーザー数の比較。 ^{*2}: 過去12か月間における2サービス以上利用者数/過去12か月間における全サービス利用者数。(2024年9月末時点。楽天ポイントが獲得可能なサービスの利用に限る。) ^{*3}: 2024年9月と2023年9月の月別クロスユース率の比較。

メンバーシップバリュー^{*1}

■ 全国旅行支援（23年7月に一部終了）やふるさと納税の需要前倒し（23年9月）等による高い前年比ハードルの影響で低下したが、ユーザー数の増加により楽天銀行・楽天カード等のサービスではメンバーシップバリューは上昇

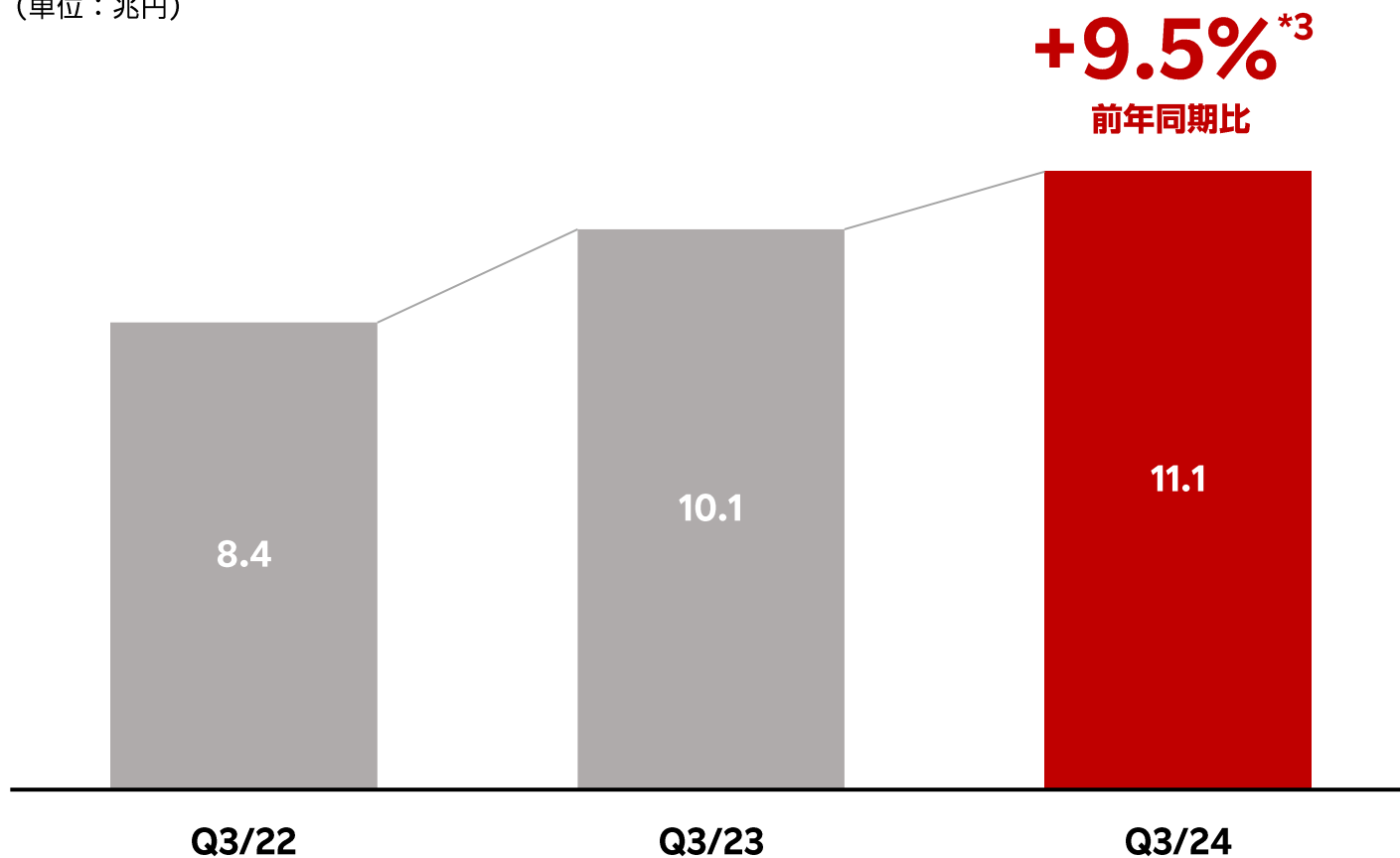
（単位：兆円）



*1: 楽天グループ算出値（独自で算出するKPI）。 *2: LTV=Lifetime Valueの略称。 $LTV = \sum (ARPU \times \text{利益率}^3 \times \text{リテンション率}) \div (1 + \text{割引率})^{K-1}$ ①Kは計画年数 ②ARPU=売上高/年間アクティブユーザー *3: 利益率= (売上高×限界利益率)-リテンション費用^{*4} ÷ 売上 ①限界利益=売上-変動費（売上原価、手数料等） *4: リテンション費用=マーケティング費用-顧客獲得費用 ①マーケティング費用=広告費用+プロモーション費用+ポイント費用 ②顧客獲得費用=新規ユーザーに按分されたマーケティング費用

グローバル取扱高^{*1*2}

(単位：兆円)



*1: グローバル取扱高 = 国内EC流通総額 + クレジットカードショッピング取扱高 + 楽天Edy決済取扱高 + 楽天Pay決済取扱高 + 楽天ポイントカード取扱高 + 海外EC流通総額 + Rakuten Rewards (Ebates) 流通総額 + デジタルコンテンツ取扱高 + Rakuten Advertising (Rakuten Marketing) 取扱高。 *2: 決済・アフィリエイトサービスには、楽天グループ内取引を含む。 *3: 為替の影響は未考慮とし算出。

2. 連結業績

連結業績サマリ^{*1}

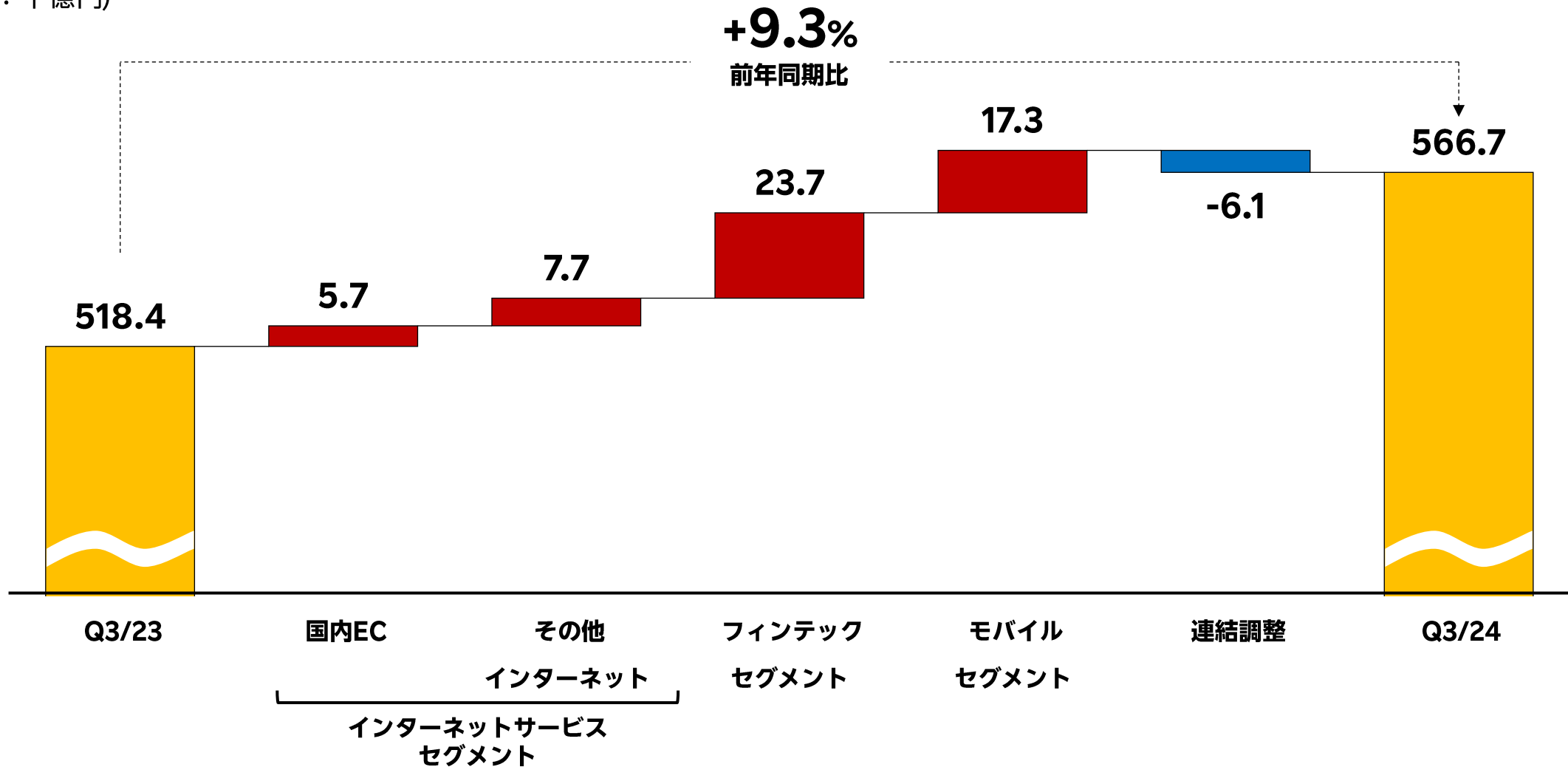
(単位：十億円、四捨五入)	Q3/23	Q3/24	前年同期比
連結売上収益	518.4	566.7	+9.3%
インターネットサービスセグメント	301.2	314.6	+4.4%
フィンテックセグメント	184.6	208.2	+12.8%
モバイルセグメント	88.7	106.0	+19.5%
調整額	-56.0	-62.1	-6.1
Non-GAAP 営業利益 (損失)^{*2}	-41.0	12.3	+53.4
(参考：モバイルセグメント、マイノリティ投資除き)	42.5	59.7	+40.5%
インターネットサービスセグメント	13.7	21.2	+54.2%
フィンテックセグメント	25.4	40.0	+57.2%
モバイルセグメント	-75.2	-48.7	+26.5
調整額	-5.1	-0.1	+4.9
無形資産償却費	-2.2	-1.7	+0.6
株式報酬費用	-3.0	-4.1	-1.1
非経常的な項目	-8.2	-6.1	+2.1
IFRS 営業利益 (損失)	-54.5	0.5	+55.0
EBITDA^{*2*3}	35.6	92.2	+159.1%
インターネットサービスセグメント	23.3	30.9	+32.4%
フィンテックセグメント	40.2	55.7	+38.6%
モバイルセグメント	-35.6	-5.2	+30.5
調整額	7.6	10.7	+40.1%

*1：2023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。

*2：Q3/24～モバイルエコシステム貢献額をセグメント業績に反映したことに伴い、Q1/23以降のセグメント業績に遡及修正を実施。連結Non-GAAP営業利益（損失）及び連結EBITDAには影響はありません。モバイルエコシステム貢献額の算出方法詳細は、決算短信（P.4）をご覧ください。 *3：EBITDAはNon-GAAP営業利益に減価償却費等を加算して算出。

売上収益推移*

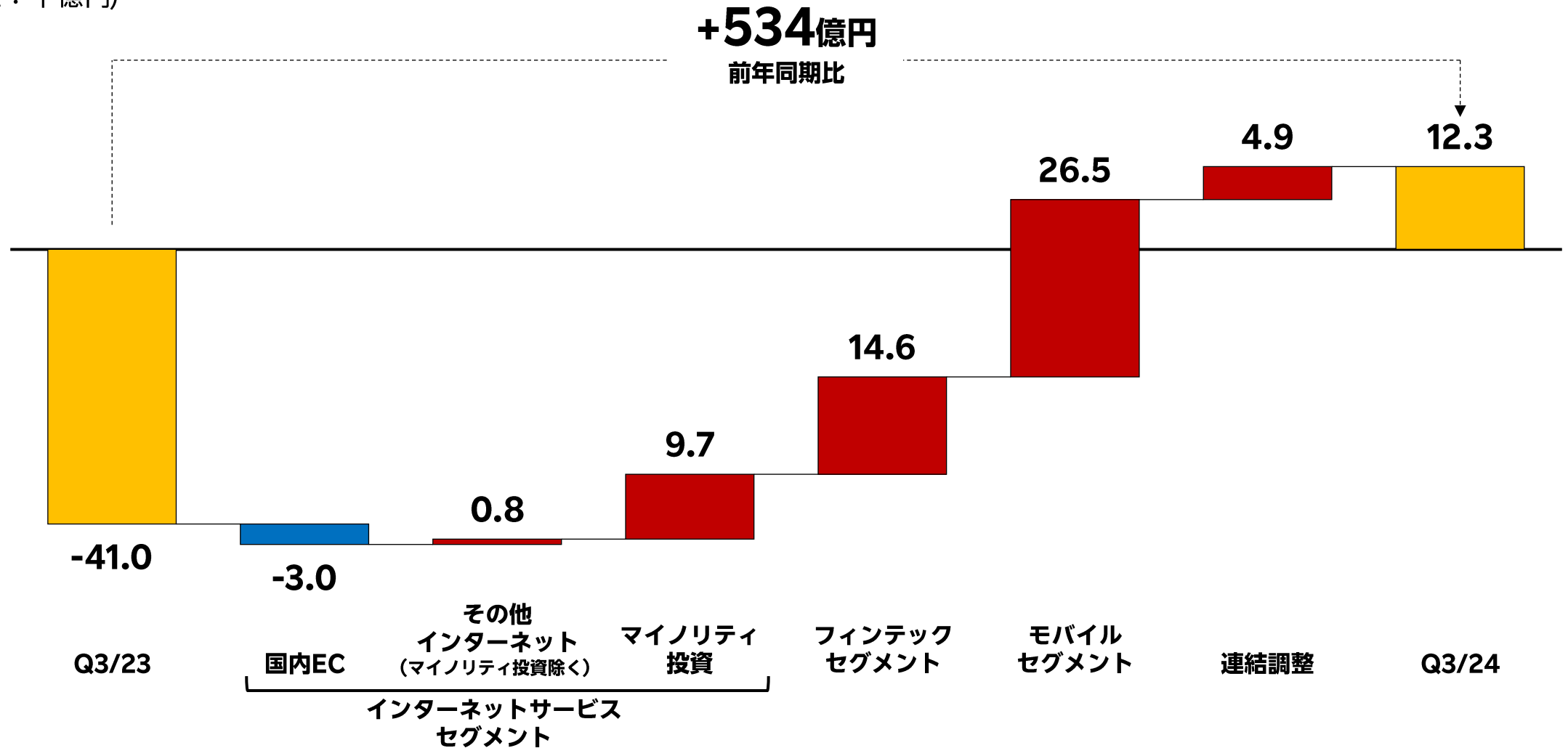
(単位：十億円)



*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。

Non-GAAP営業損益推移^{*1*2}

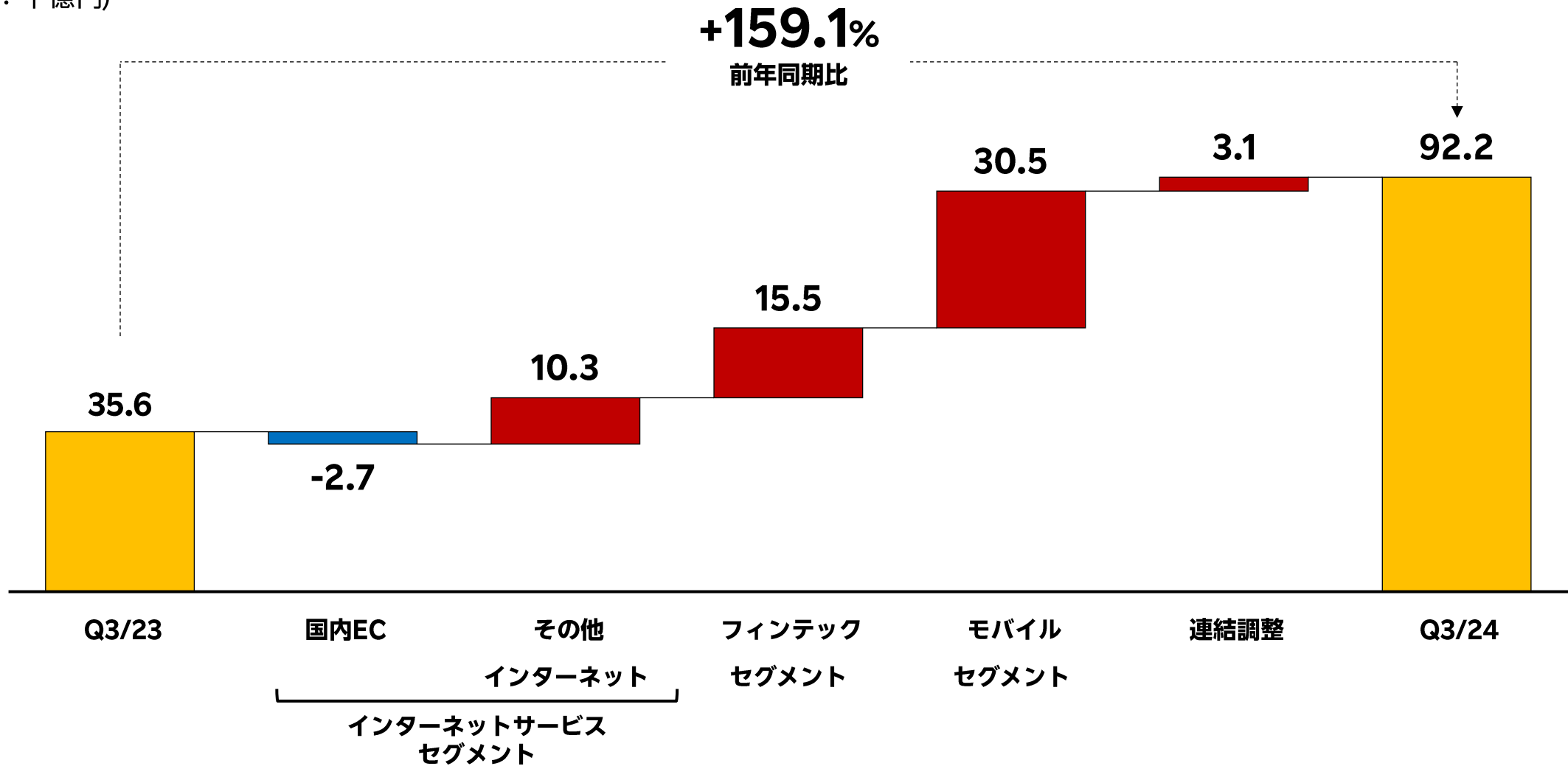
(単位：十億円)



*1: 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。
 *2: Q3/24~モバイルエコシステム貢献額をセグメント業績に反映したことに伴い、Q1/23以降のセグメント業績に遡及修正を実施。連結Non-GAAP営業利益（損失）には影響はありません。

EBITDA推移^{*1*2*3}

(単位：十億円)

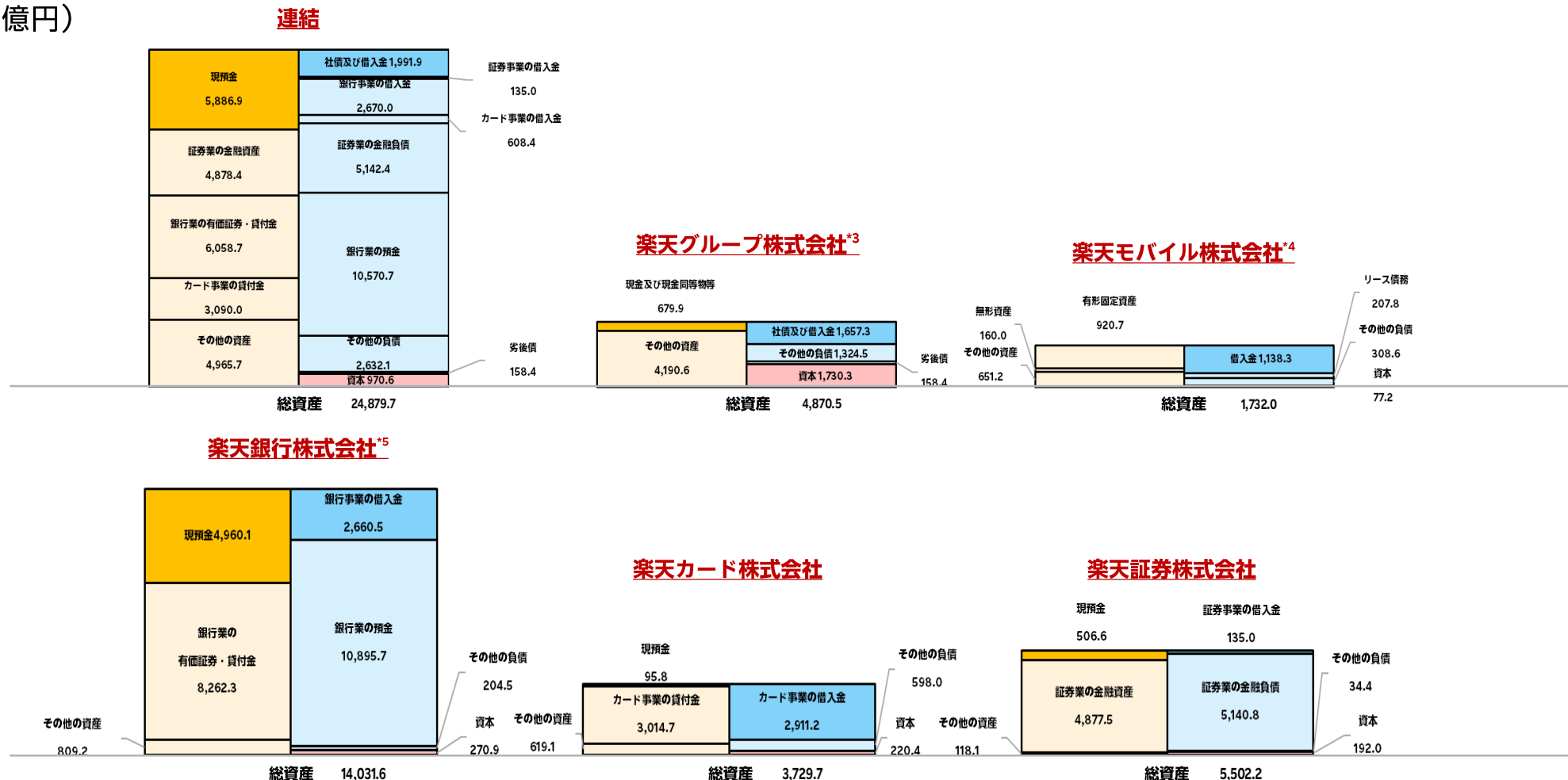


*1：2023年9月1日より、楽天ペイ（オンライン決済）事業及び楽天ポイント（オンライン）事業をインターネットサービスセグメントからフィンテックセグメントへ移管。金額規模から判断し、過去実績の遡及修正は実施していません。
*2：EBITDAはNon-GAAP営業利益に減価償却費等を加算して算出。 *3：Q3/24～モバイルエコシステム貢献額をセグメント業績に反映したことに伴い、Q1/23以降のセグメント業績に遡及修正を実施。連結EBITDAには影響はありません。

連結・主要子会社のバランスシートサマリ (2024年9月末) ^{*1*2}

※単体BSは内部取引含む

(単位：十億円)



*1: 楽天グループ(株)、楽天モバイル、楽天銀行、楽天カード、楽天証券はIFRSに準拠した個社決算の数値。 *2: 借入金は、普通社債、CP、銀行借入金等を含む。 *3: 現金及び現金同等物等は、手元資金の有効活用のための短期運用中資産を含む。 *4: 主にリースファイナンス及び親会社からの借り入れによる負債を計上。 *5: 銀行事業の借入金は、主に適格担保による日本銀行からの借入。台湾における現地合併会社(楽天国際商業銀行股份有限公司)は、上記に含まない。

連結・主要子会社のバランスシート①（2024年9月末）

	(単位：十億円、四捨五入)	Q2/24	Q3/24	前四半期対比
楽天グループ株式会社（連結）				
資産合計		24,828.3	24,879.7	+0.2%
現預金 ^{*1}		5,942.2	5,886.9	-0.9%
証券業の金融資産		4,857.0	4,878.4	+0.4%
銀行業の有価証券・貸付金		5,743.0	6,058.7	+5.5%
カード事業の貸付金		3,008.4	3,090.0	+2.7%
その他資産		5,277.7	4,965.7	-5.9%
負債合計		23,700.2	23,909.1	+0.9%
社債及び借入金 ^{*2}		2,052.1	2,150.4	+4.8%
内) 劣後債		158.4	158.4	+0.0%
証券事業の借入金		144.1	135.0	-6.3%
カード事業の社債及び借入金		601.9	608.4	+1.1%
銀行事業の借入金		2,639.2	2,670.0	+1.2%
銀行事業の預金		10,459.6	10,570.7	+1.1%
証券事業の金融負債		5,097.2	5,142.4	+0.9%
その他の負債		2,706.2	2,632.1	-2.7%
資本合計		1,128.0	970.6	-14.0%
負債及び資本合計		24,828.3	24,879.7	+0.2%

*1：銀行事業の現預金等を含む。 *2：社債及び借入金は、普通社債、CP、銀行借入金等を含む。

連結・主要子会社のバランスシート② (2024年9月末) ^{*1*2}

(単位：十億円、四捨五入)	Q2/24	Q3/24	前四半期対比
楽天グループ株式会社 (単体) ※内部取引含む			
資産合計	4,798.6	4,870.5	+1.5%
現金及び現金同等物等 ^{*3}	506.2	679.9	+34.3%
その他資産	4,292.5	4,190.6	-2.4%
負債合計	3,049.3	3,140.2	+3.0%
社債及び借入金	1,871.5	1,815.7	-3.0%
外部金融からの負債	1,842.7	1,787.7	-3.0%
内) 劣後債	158.4	158.4	+0.0%
内部取引	28.8	28.1	-2.4%
その他の負債	1,177.8	1,324.5	+12.4%
資本合計	1,749.3	1,730.3	-1.1%
負債及び資本合計	4,798.6	4,870.5	+1.5%

(単位：十億円、四捨五入)	Q2/24	Q3/24	前四半期対比
楽天モバイル株式会社			
資産合計	1,594.4	1,732.0	8.6%
有形固定資産	934.6	920.7	-1.5%
無形資産	159.9	160.0	+0.1%
その他の資産	500.0	651.2	+30.3%
負債合計	1,444.6	1,654.8	14.5%
借入金・リースファイナンス・その他	940.2	1,138.3	21.1%
外部金融からの負債	209.3	361.7	72.8%
内部取引	730.8	776.6	6.3%
リース債務 (IFRS16で求められる使用权資産に係る債務)	210.3	207.8	-1.1%
その他の負債	294.2	308.6	4.9%
資本合計	149.8	77.2	-48.5%
負債及び資本合計	1,594.4	1,732.0	8.6%

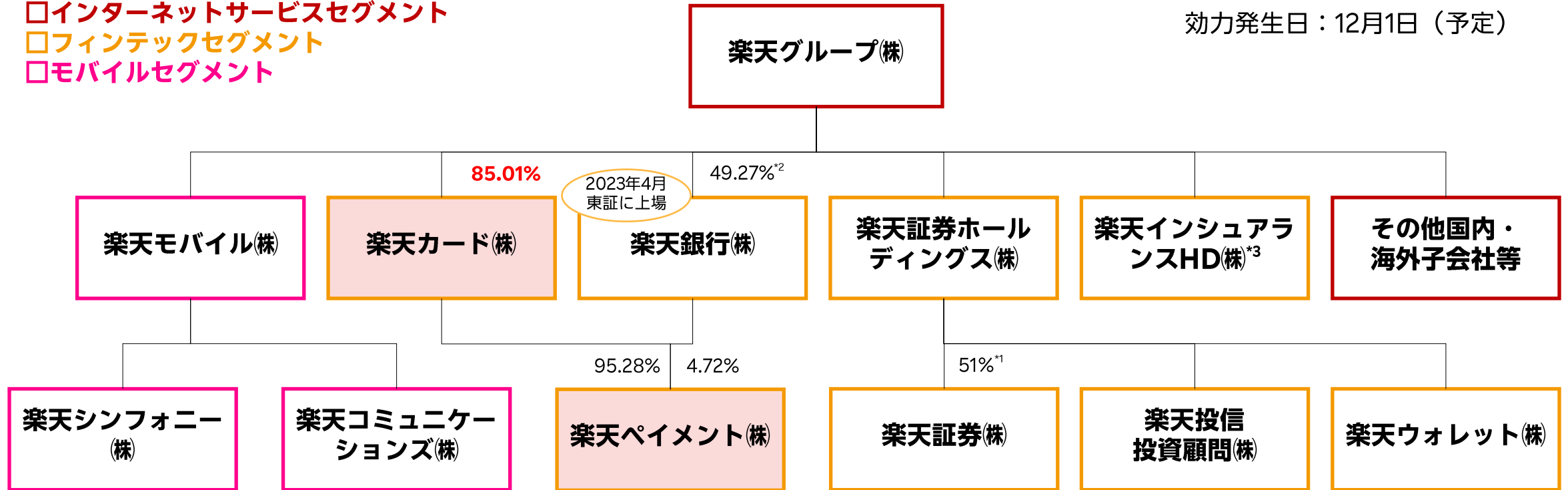
*1: 楽天グループ(株)、楽天モバイルはIFRSに準拠した単独決算の数値。 *2: 借入金は、普通社債、CP、銀行借入金等を含む。 *3: 手元資金の有効活用のための短期運用中資産を含む。

3. セグメント別業績・KPI

楽天グループ組織図とセグメントの対応概要図

- 楽天カード(株)株式の14.99% (約1,650億円) をみずほFGに譲渡する株式譲渡契約を11月13日に締結
- 本件後も楽天カード(株)は楽天グループ(株)の連結子会社となる

- 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



*1：楽天証券の普通株式につき、当初19.99%と追加で29.0007%をみずほ証券に譲渡。 *2：2023年12月に楽天銀行の普通株式を海外で売却した後、現在の株式保有比率は49.27%。 *3：効力発生前は楽天カード(株)の完全子会社。

セグメント経営体制^{*1}

インターネットサービス



セグメントリーダー
三木谷 浩史
代表取締役会長兼社長

フィンテック



セグメントリーダー
穂坂 雅之
フィンテックグループ
カンパニープレジデント

モバイル



セグメントリーダー
百野 研太郎
COO
コミュニケーションズ&
エナジーカンパニー
プレジデント



鈴木 和洋^{*2}
楽天モバイル株式会社
代表取締役 共同CEO



武田 和徳
コマース&マーケティング
カンパニープレジデント



**シャラッド・
スリオアストーア**
楽天モバイル株式会社
代表取締役 共同CEO 兼
CTO



矢澤 俊介
楽天モバイル株式会社
代表取締役社長

*1: 三木谷浩史 代表取締役会長兼社長 最高執行役員、穂坂雅之 代表取締役 副会長執行役員、百野研太郎 代表取締役 副社長執行役員、鈴木和洋 専務執行役員、矢澤俊介 専務執行役員を除き、全員副社長執行役員。

*2: 楽天コミュニケーションズ株式会社 代表取締役会長 CEO、楽天エナジー株式会社 代表取締役社長

インターネットサービスセグメント構成要素*

インターネットサービスセグメント

国内EC

コアビジネス

- 楽天市場
- 楽天トラベル
- 楽天リーベイツ
- 楽天ビック
- 楽天GORA 等

成長投資ビジネス

- 楽天スーパーロジスティクス
- 楽天マート
- 楽天ラクマ
- 楽天ビューティ
- Rakuten Fashion
- 楽天チケット 等

その他インターネットサービス

- Rakuten Rewards
- Rakuten Viber
- Rakuten TV
- Rakuten Kobo
- Rakuten Viki 等
- マイノリティ投資
- Rakuten TV Japan
- Rakuten NFT 等

国際ナショナル部門

2023年9月1日～、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）事業がフィンテックへ移管

*Q4/22より国内ECをコアビジネスと成長投資ビジネスに区別を実施。区別の主な定義は下記の通り

- コアビジネス→「構造的な収益性を達成」「WACCを上回る収益性を実現」「収益性が低くとも国内EC事業ポートフォリオに必要な不可欠な事業」

- 成長投資ビジネス→「現在、投資フェーズ」「事業ポートフォリオ管理におけるアカウントビリティ」「楽天グループにプラスの価値をもたらすことが期待される」

フィンテックセグメント構成要素

フィンテックセグメント

楽天カード	■ 楽天カード
楽天銀行	■ 楽天銀行
楽天証券	■ 楽天証券及び海外子会社
保険事業	■ 楽天生命保険 ■ 楽天損害保険 ■ 楽天インシュアランスプランニング等
楽天ペイメント	■ 楽天ペイ ■ 楽天Edy ■ 楽天ポイントパートナー ■ 楽天ペイ（オンライン決済）
その他	■ 楽天証券HD ■ 楽天ウォレット ■ 楽天投信投資顧問 ■ 楽天カード及び楽天銀行の海外子会社等

2023年9月1日～、インターネットサービス
（国内EC コアビジネス）から移管

モバイルセグメント構成要素

モバイルセグメント

楽天モバイル

- 楽天モバイル

楽天シンフォニー

- 楽天シンフォニー

楽天エナジー

- 楽天でんき
- 楽天ガス 等

その他

- 楽天コミュニケーションズ 等

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業績^{*1*2}

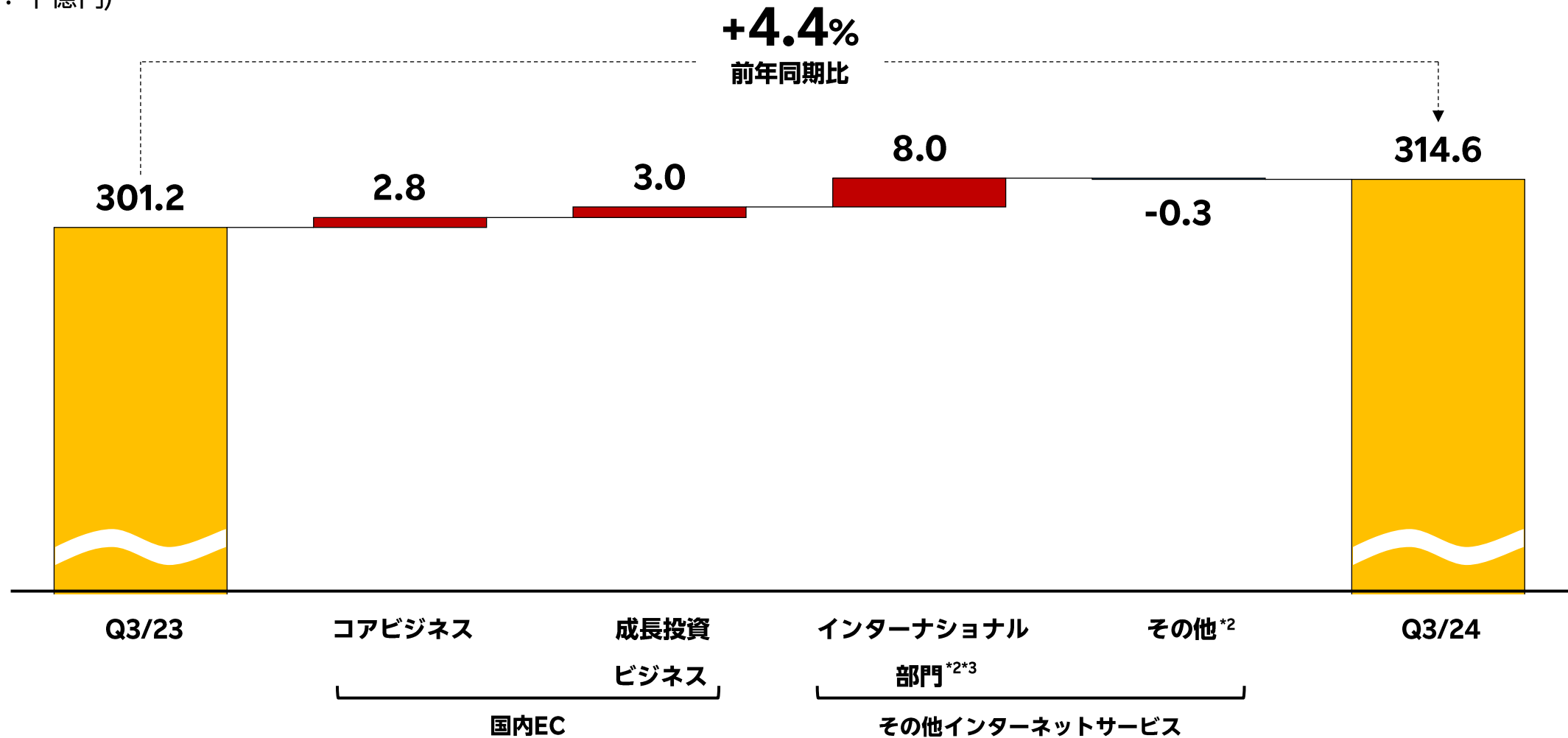
Q3/24 (十億円)	売上収益	前年同期比	Non-GAAP 営業利益	前年同期比
国内EC	230.6	+2.5%	25.4	-10.7%
コアビジネス	198.7	+1.4%	35.1	-9.5%
成長投資ビジネス	31.9	+10.3%	-9.7	+0.6
その他インターネットサービス	84.0	+10.0%	-4.2	+10.5
国際ナショナル部門 ^{*3*4}	63.8	+14.3%	0.7	+1.4
マイノリティ投資			1.3	+9.7
その他 ^{*3}	20.2	-1.6%	-6.2	-0.6
セグメント合計	314.6	+4.4%	21.2	+54.2%

*1: 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。

*2: Q3/24~モバイルエコシステム貢献額をセグメント業績に反映したことに伴い、Q1/23以降のセグメント業績に遡及修正を実施。*3: Q3/24に「その他インターネットサービス」内の区分を見直し、過去数値についても遡及修正を実施。*4: オープンコマース: Rakuten Rewards（米国、欧州、カナダ）、Fillr、海外広告事業の合計。EU: Rakuten TV、Rakuten Franceの合計。その他: Rakuten Kobo、Rakuten Viber、Rakuten Vikiの合計。なお、楽天シンフォニー、台湾EC事業、海外の金融子会社による事業は含まない。

インターネットサービスセグメント売上収益推移^{*1}

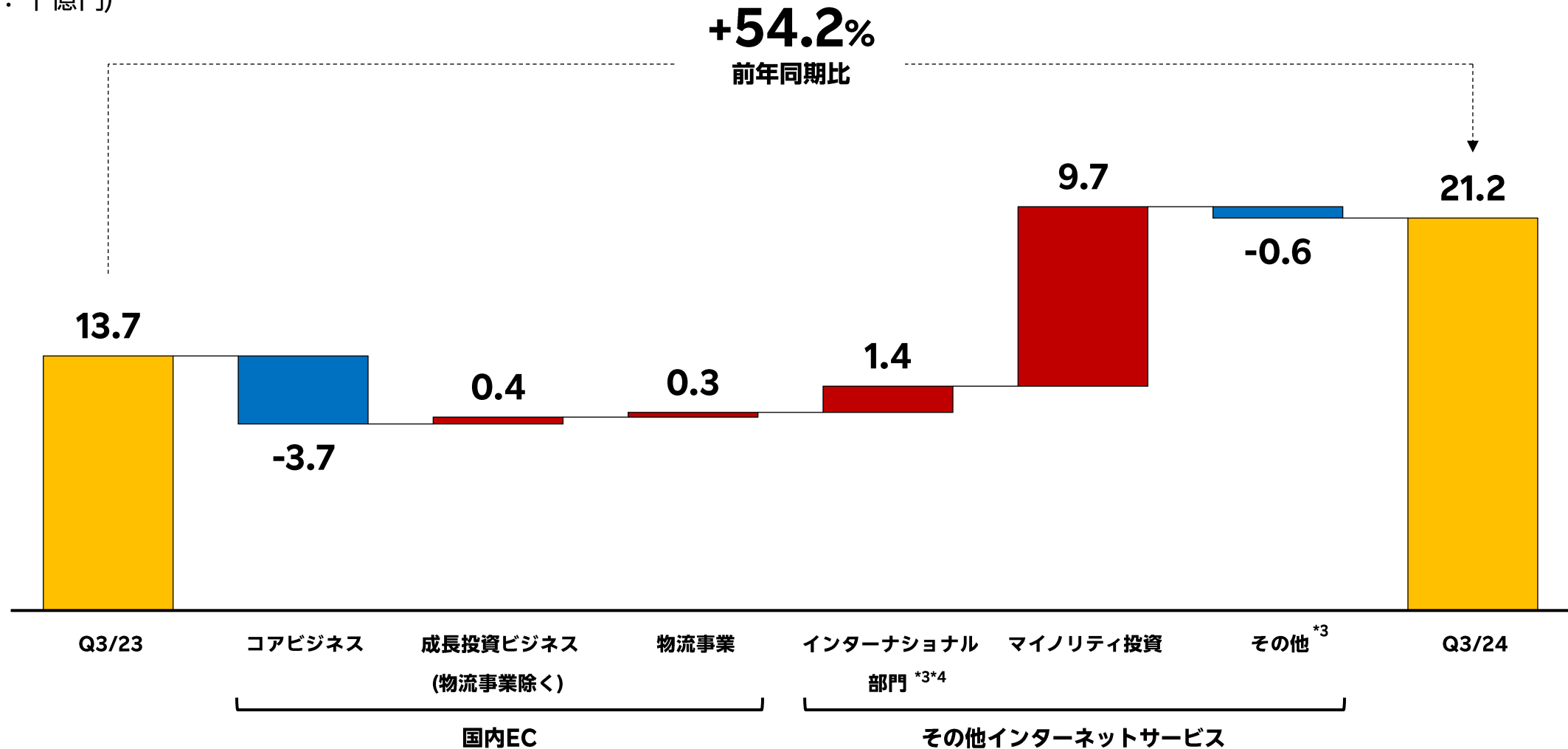
(単位：十億円)



*1: 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。
 *2: Q3/24に「その他インターネット」内の区分を見直し、過去数値についても遡及修正を実施。*3: オープンコマース：Rakuten Rewards（米国、欧州、カナダ）、Fillr、海外広告事業の合計。EU：Rakuten TV、Rakuten Franceの合計。
 その他：Rakuten Kobo、Rakuten Viber、Rakuten Vikiの合計。なお、楽天シンフォニー、台湾EC事業、海外の金融子会社による事業は含まない。

インターネットサービスセグメントNon-GAAP営業利益推移^{*1*2}

(単位：十億円)

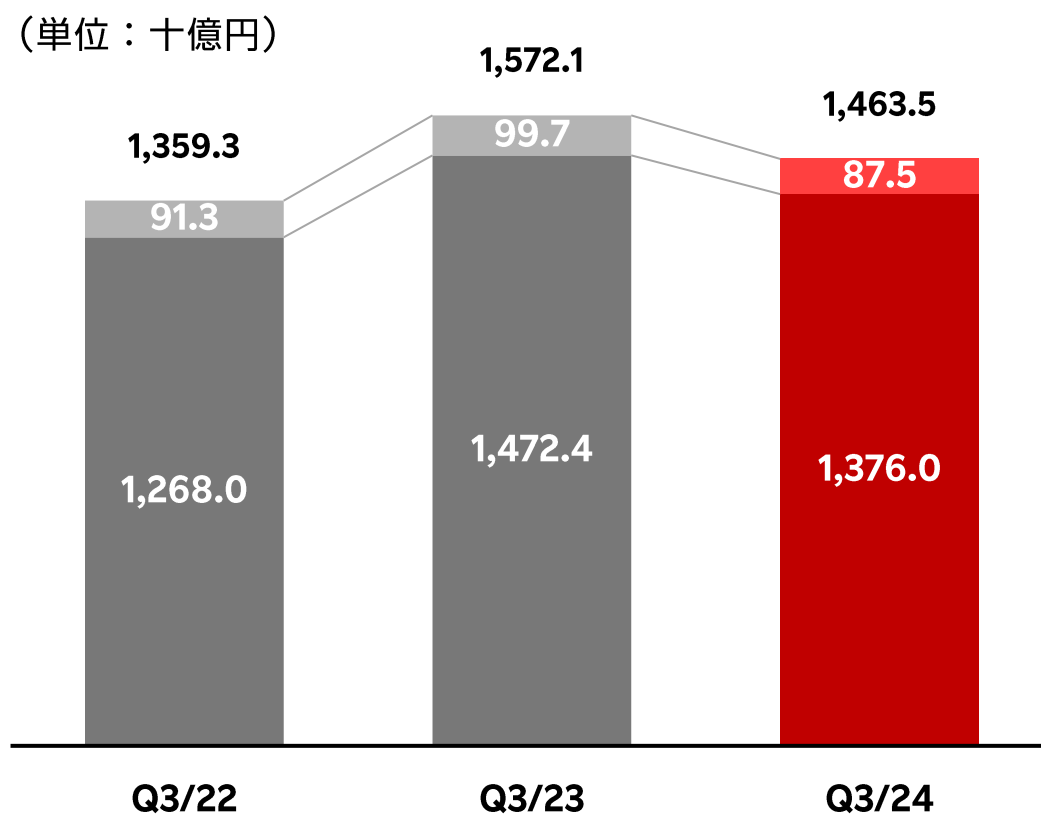


*1: 2023年9月1日より、楽天ペイ（オンライン決済）事業及び楽天ポイント（オンライン）事業をインターネットサービスセグメントからフィンテックセグメントへ移管。金額規模から判断し、過去実績の遡及修正は実施していません。
 *2: Q3/24～モバイルエコシステム貢献額をセグメント業績に反映したことに伴い、Q1/23以降のセグメント業績に遡及修正を実施。*3: Q3/24に「その他インターネット」内の区分を見直し、過去数値についても遡及修正を実施。*4: オープンコマース：Rakuten Rewards（米国、欧州、カナダ）、Fillr、海外広告事業の合計。EU：Rakuten TV、Rakuten Franceの合計。その他：Rakuten Kobo、Rakuten Viber、Rakuten Vikiの合計。なお、楽天シンフォニー、台湾EC事業、海外の金融子会社による事業は含まない。

国内EC 流通総額^{*1*2*3}

- 楽天市場で前年のふるさと納税の駆け込み需要による反動を受けたほか、SPU改変等の影響が続き、国内EC流通総額が前年同期比6.9%減となったが、これらの一過性要因の影響を除けばプラス成長を維持

(単位：十億円)

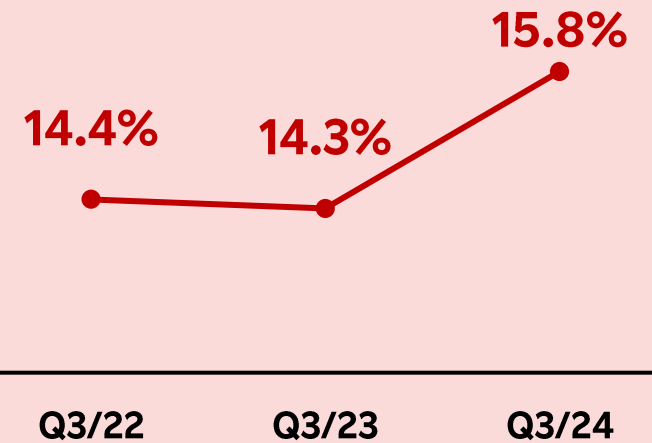


国内EC
-6.9%
 前年同期比

成長投資ビジネス
-12.2%
 前年同期比

コアビジネス
-6.5%
 前年同期比

国内EC テークレイト推移

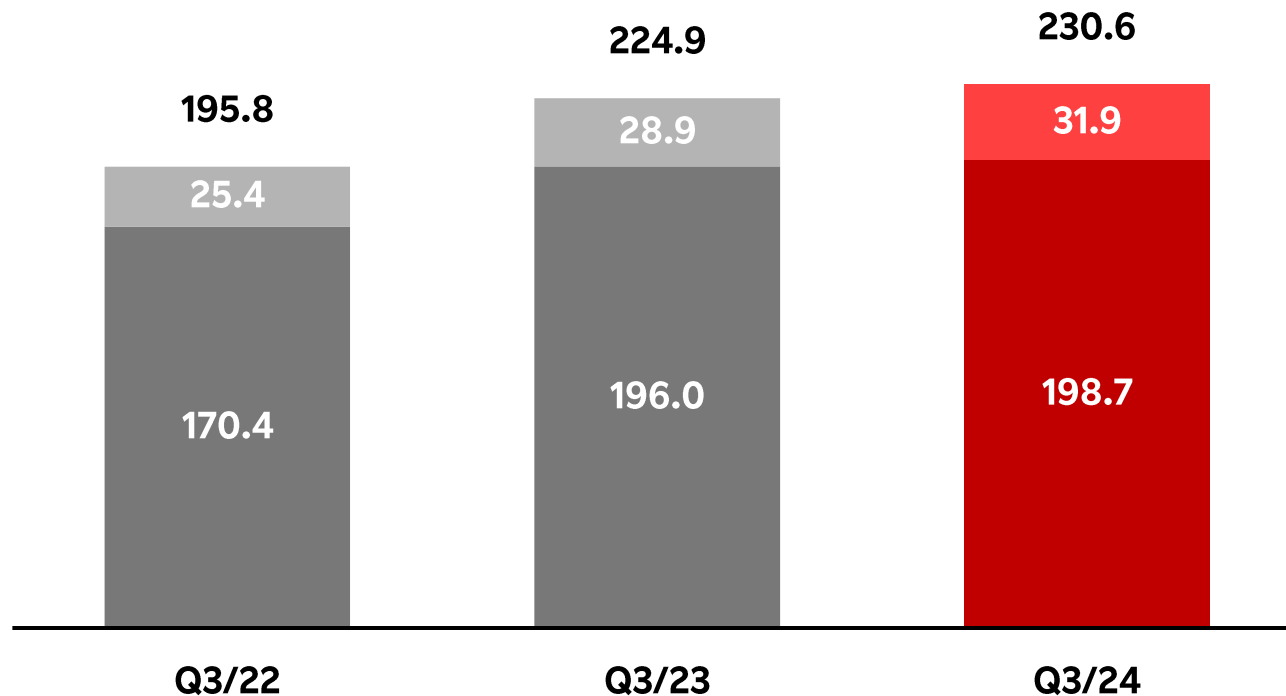


*1：国内EC流通総額（一部の非課税ビジネスを除き、消費税込み）＝市場、トラベル（宿泊流通）、ボックス、ボックスネットワーク、Kobo（国内）、ゴルフ、ファッション、ドリームビジネス、ビューティ、Rakuten24などの日用品直販、Car、ラクマ、Rebates、楽天市場、楽天チケット、クロスボーダートレーディング等の流通額の合計。 *2：Q2/23より、国内EC流通総額の定義等を一部見直し。これに伴い遡及修正を実施。 *3：2023年9月1日より、楽天ペイ（オンライン決済）事業をインターネットサービスセグメントからフィンテックセグメントへ移管。金額規模から判断し、過去実績の遡及修正は実施していません。

国内EC 売上収益*

- コアビジネスは、楽天市場における昨年9月にふるさと納税のルール変更に伴う駆け込み需要や、楽天トラベルにおける全国旅行支援効果の前年ハードルにより成長が鈍化
- 成長投資ビジネスは、物流事業の価格適正化等により収益性が改善

(単位：十億円)



国内EC
+2.5%
前年同期比

成長投資ビジネス
+10.3%
前年同期比

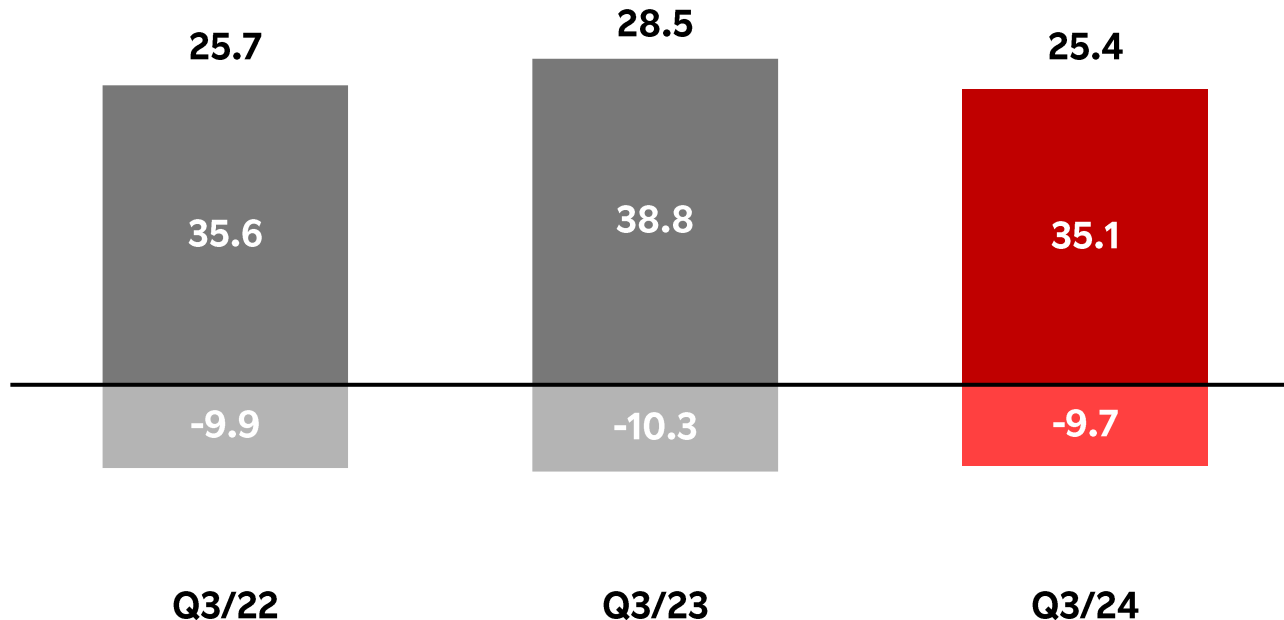
コアビジネス
+1.4%
前年同期比

*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。

国内EC 営業利益*

- ペイメントオンライン移管、SPU・0/5ルール改定、全国旅行支援等の一過性要因を除けば、営業利益の2年CAGRは約22%であると試算

(単位：十億円)



国内EC
-10.7%
 前年同期比

コアビジネス
-9.5%
 前年同期比

成長投資ビジネス
+6億円
 前年同期比

*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。

国内EC：一過性要因考慮後

- ふるさと納税ルール変更を受けた駆け込み需要による高い前年比ハードルで流通総額はマイナス成長したが、12月以降はSPU/05ルール改定等の影響も一巡し、Q4からプラス成長に。25年以降は一桁半ばから後半の国内EC流通総額成長率を目指す

一過性要因考慮後
国内EC流通総額

+約**5%**

前年同期比

考慮項目

ふるさと納税ルール変更影響(23年9月)

SPU改定 (23年12月)

ペイメントオンライン移管 (23年9月)

全国旅行支援 (~23年7月)

考慮前

-6.9%
前年同期比

一過性要因考慮後
Non-GAAP 営業利益

+約**22%**

2年CAGR

考慮項目

SPU改定・0/5コスト移管 (23年12月)

マイナポイント影響* (2022年)

ペイメントオンライン移管 (23年9月)

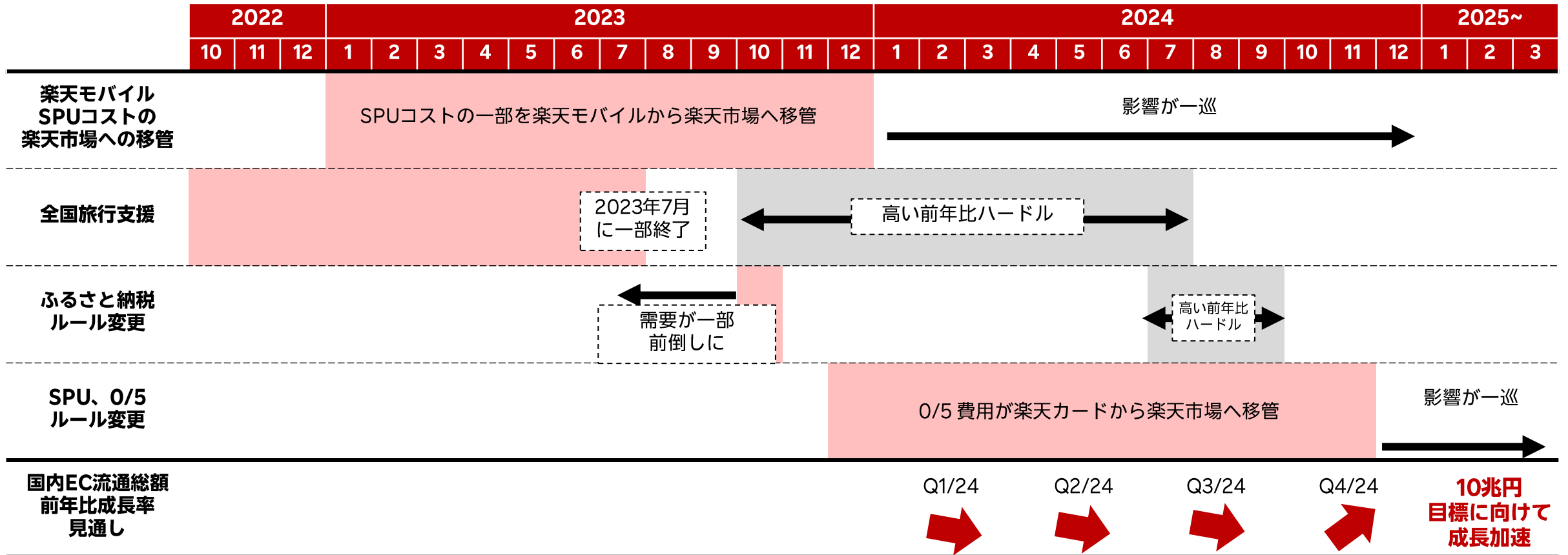
考慮前

-10.7%
前年同期比

*マイナポイントに関する引き当てコストの取崩しにより戻し益

国内EC: 2024年度の調整項目

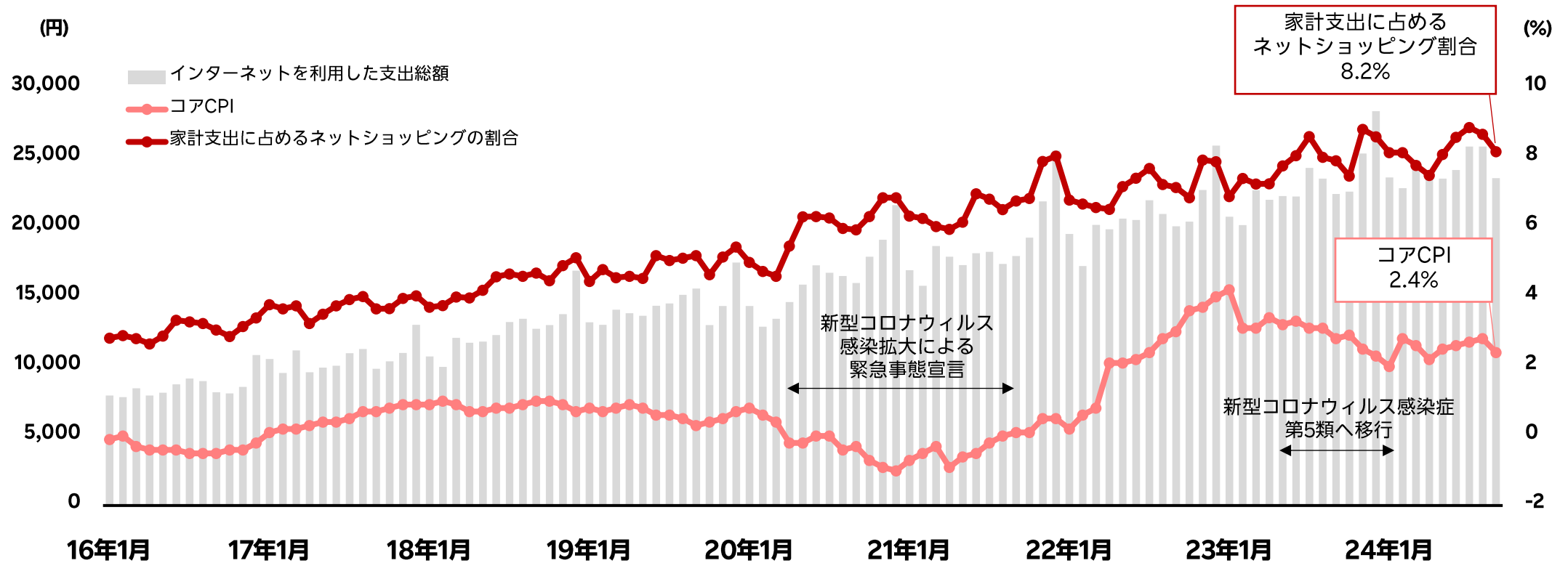
- 2024年度の国内EC流通総額成長率は2023年度に比べ緩やかになると見込むものの、営業利益の継続的な拡大を目指す
- 中長期的に国内EC流通総額成長率を加速させ、流通総額10兆円を目指す



マクロ経済の視点から見るネットショッピングの成長

- 新型コロナウイルスの感染拡大を契機に進んだネットショッピングの利用率は、経済正常化の中でも定着
- インフレ圧力の中でもネットショッピング支出額は堅調に推移

家計支出に占めるネットショッピング割合*1とコアCPI*2



出所 総務省 消費者物価指数、家計調査（家計収支編）、家計消費状況調査（インターネットを利用した1世帯当たり1か月間の支出）

*1：ネットショッピングの支出金額（二人以上の世帯）と家計調査収支編（二人以上の世帯）の消費支出で算出 *2：生鮮食品を除く総合指数の前年同月比推移

持続的な楽天市場の発展に向けた物流強化

- 24年7月から「最強配送」を開始。ユーザーの利便性向上だけでなく、配送・受取の選択肢拡充などを通じた再配達削減を目指す

Rakuten最強配送とは？

- ✓ 受取日の指定が可能
- ✓ 最短で翌日届く*1
- ✓ 3,980円以上で送料無料



*1：12時までに注文の場合。土日祝日は9時までに注文した場合。*2：2024年9月時点の「最強配送」ラベル商品を対象に、2023年7-9月と2024年7-9月を比較（昨年今年共に、0と5のつく日/大型セール実施日は集計対象外）*3：楽天市場注文件数の80%以上をRSLより出荷いただいている店舗をRSL導入店舗と定義（2023年10月～2024年9月次実績の平均）

楽天トラベル

- 前年の全国旅行支援による高いハードルに加え、南海トラフ地震臨時情報の発表や複数の台風による影響を受けたものの、国内宿泊流通総額^{*1}はコロナ禍前の2019年と比べて+43.1%と成長を維持

自然災害影響エリア

- 南海トラフ地震臨時情報の発表 (8/8,9)
- 台風5号、台風7号被害地域 (8/10-18)
- 台風10号被害地域 (8/21-31)



大きな自然災害の影響を受けたものの
プラス成長を維持

+43.1%

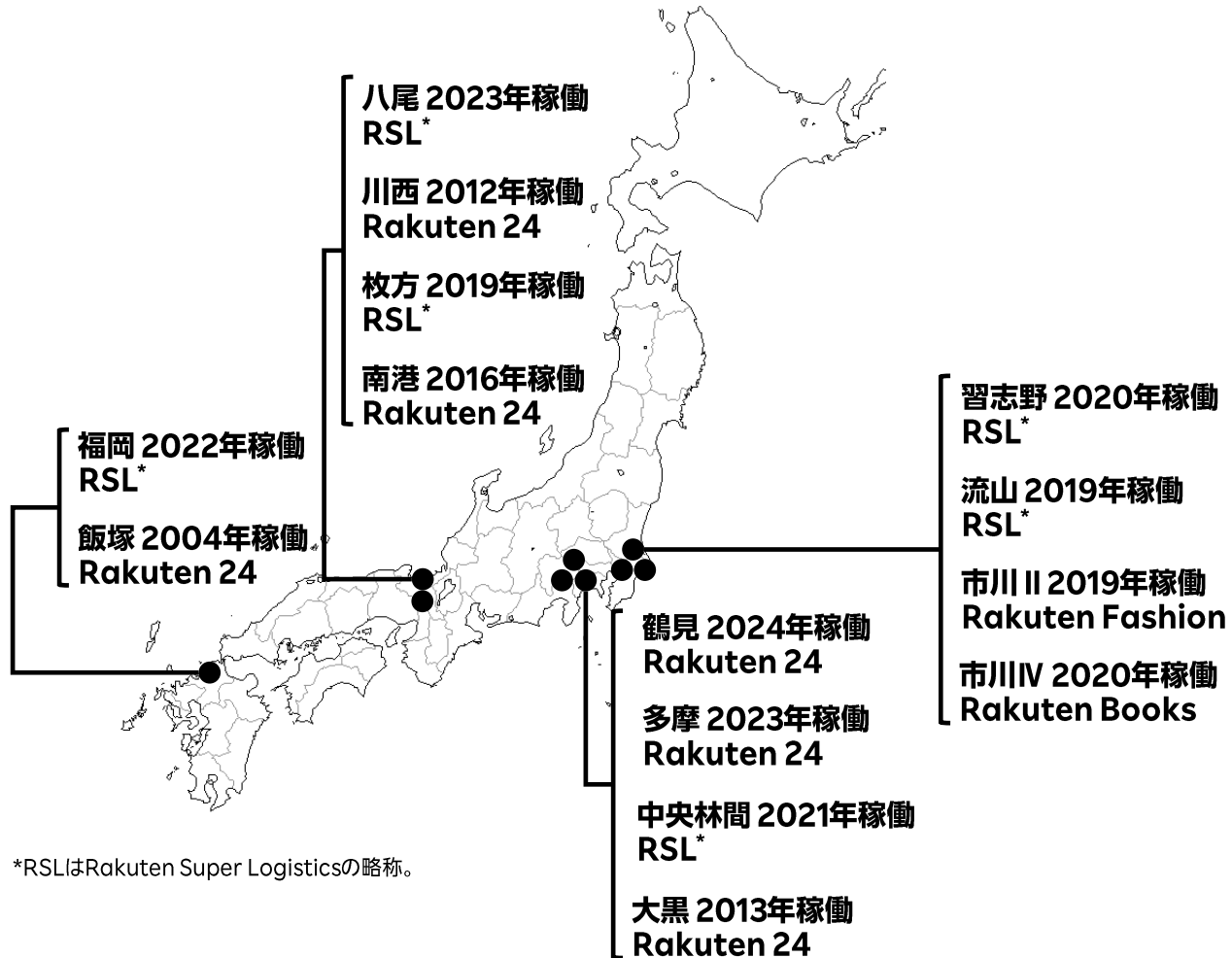
(国内宿泊流通総額 Q3/19対比)

自然災害によるQ3/24国内宿泊流通総額への影響：約-65億円
(Q3/23：約-13億円^{*2})

*1：国内宿泊チェックアウト流通総額 *2：Q3/23（7月～9月）に発生した災害のうち、楽天トラベルにおいて大きな影響を受けた自然災害を集計

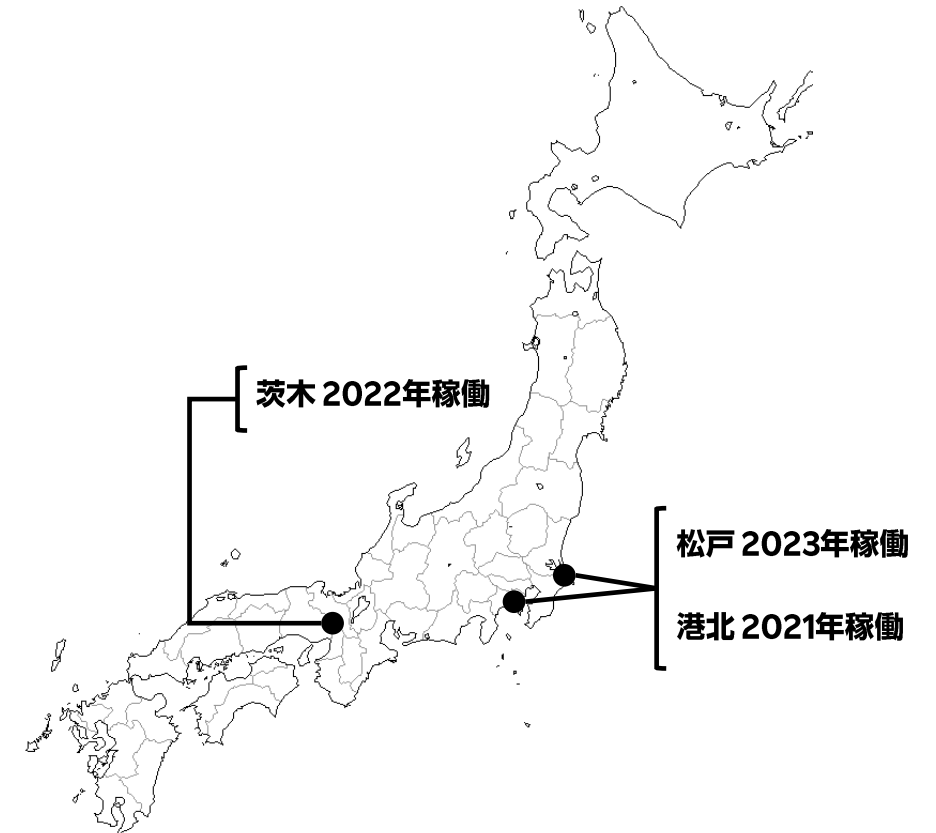
物流拠点一覧

JP楽天ロジスティクス



*RSLはRakuten Super Logisticsの略称。

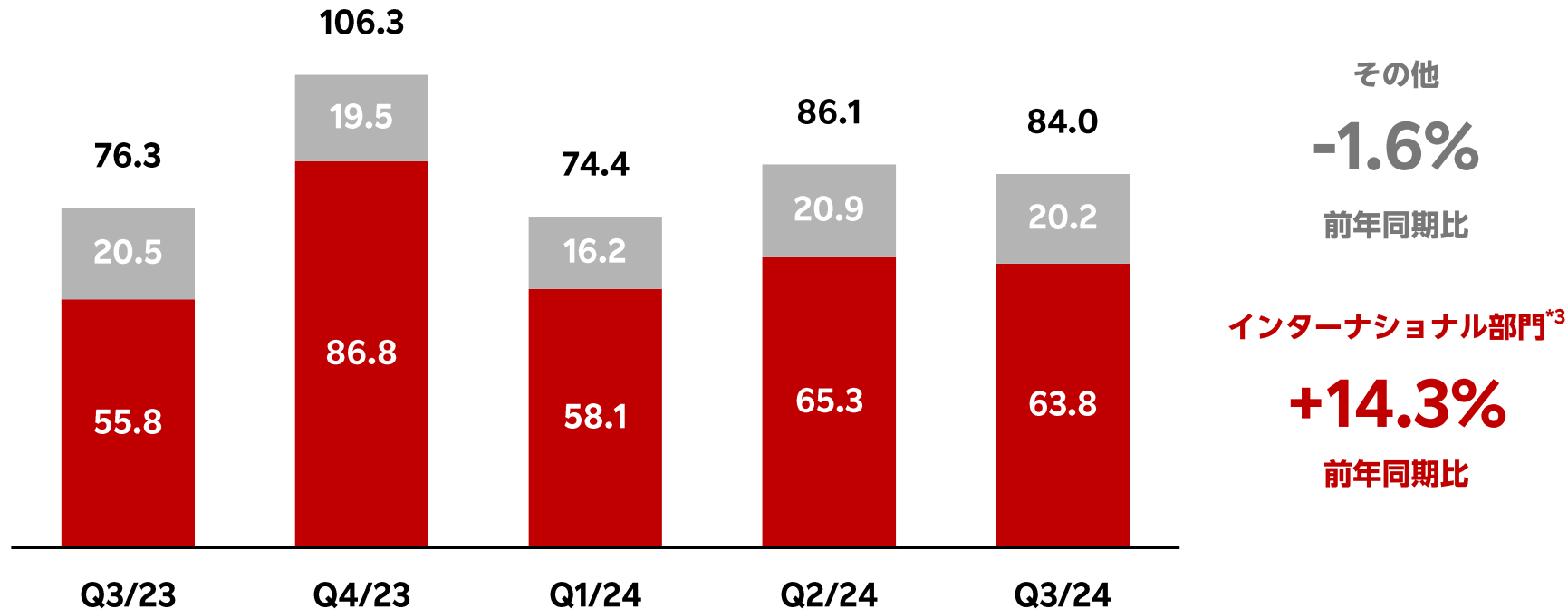
楽天マート物流センター



その他インターネットサービス売上収益*1

- Rakuten Viberのコンテンツ売上*2が順調に回復し、テレコム売上*2等も増収に寄与
- Rakuten Koboにおいては、4月に新発売したカラー対応端末の売上が引き続き好調なことに加え、サブスクリプションサービスの利用増が増収に貢献

(単位：十億円)

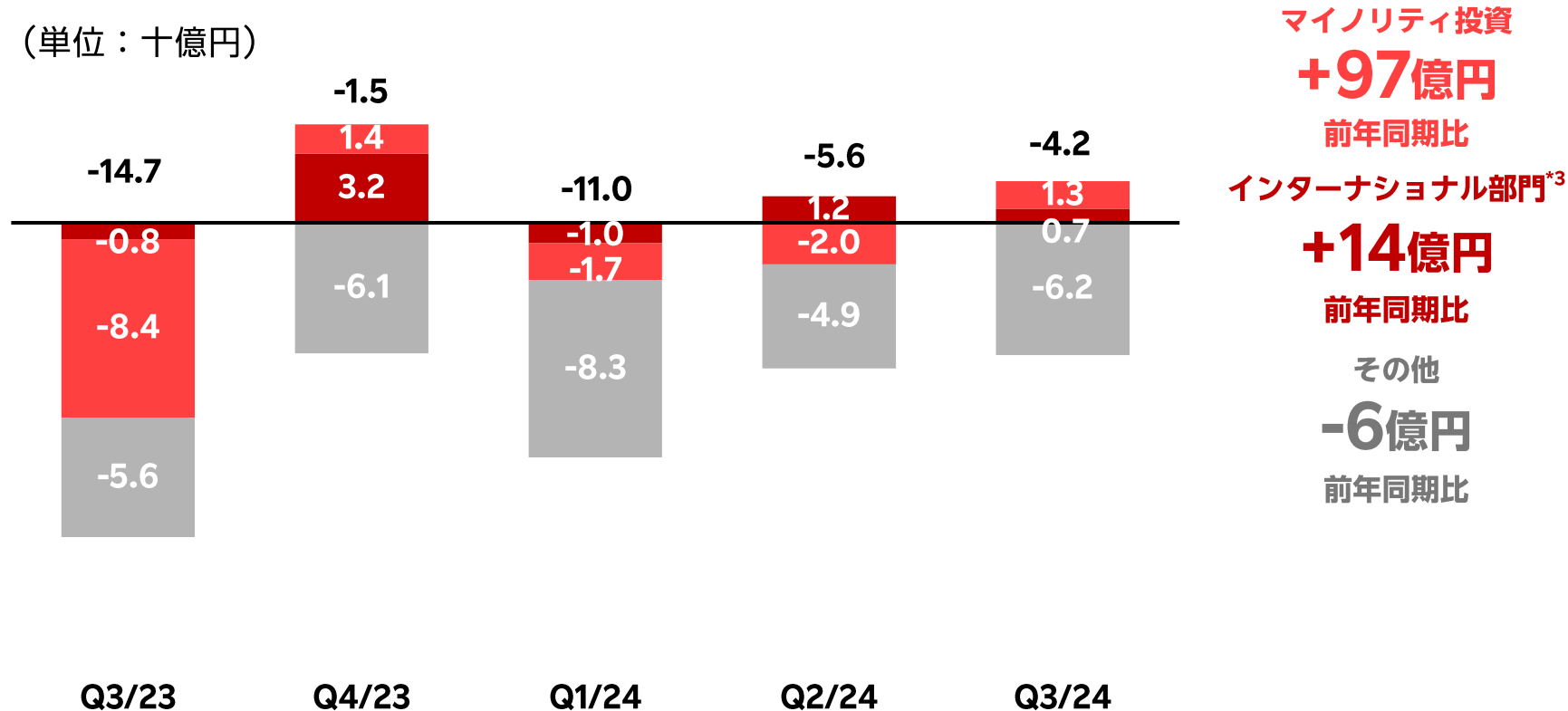


*1: Q3/24に「その他インターネット」内の区分を見直し、過去数値についても遡及修正を実施。 *2: テレコムはViber Out、Viber In、SMSを含む。コンテンツはビジネスメッセージおよびチャットボット、広告、スポンサーシップ、パートナー契約を含む。 *3: オープンコマース: Rakuten Rewards (米国、欧州、カナダ)、Fillr、海外広告事業の合計。EU: Rakuten TV、Rakuten Franceの合計。その他: Rakuten Kobo、Rakuten Viber、Rakuten Vikiの合計。なお、楽天シンフォニー、台湾EC事業、海外の金融子会社による事業は含まない。

その他インターネットサービス営業利益^{*1*2}

- Rakuten Viber、Rakuten Kobo等の海外事業における収益改善及びマイノリティ投資の利益成長により営業利益が大幅に改善
- インターナショナル部門^{*3}においては経営効率の最大化、コスト削減、収益力強化が奏功し、大幅な改善を実現

(単位：十億円)



*1: Q3/24~モバイルエコシステム貢献額をセグメント業績に反映したことに伴い、Q1/23以降のセグメント業績に遡及修正を実施。 *2: Q3/24に「その他インターネット」内の区分を見直し、過去数値についても遡及修正を実施。

*3: オープンコマース: Rakuten Rewards (米国、欧州、カナダ)、Fillr、海外広告事業の合計。EU: Rakuten TV、Rakuten Franceの合計。その他: Rakuten Kobo、Rakuten Viber、Rakuten Vikiの合計。なお、楽天シンフォニー、台湾EC事業、海外の金融子会社による事業は含まない。

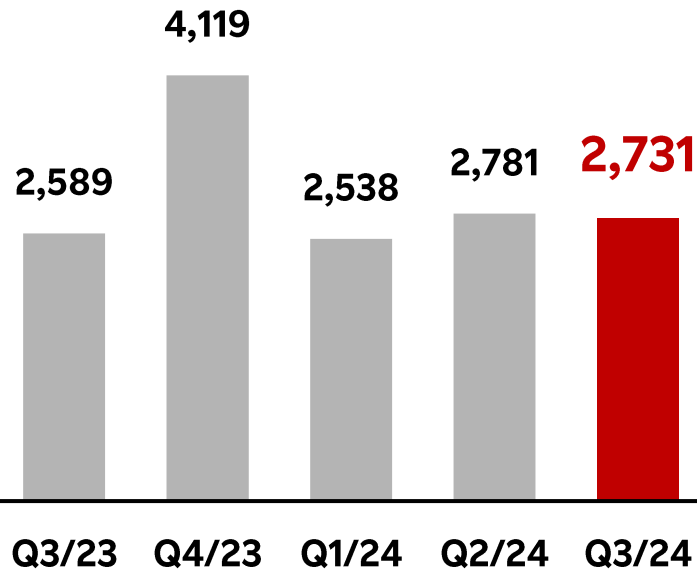
Rakuten Rewards*

- トップラインは引き続き堅調に成長
- 為替相場変動の影響を受け減益となったものの、コスト削減は継続的に進行

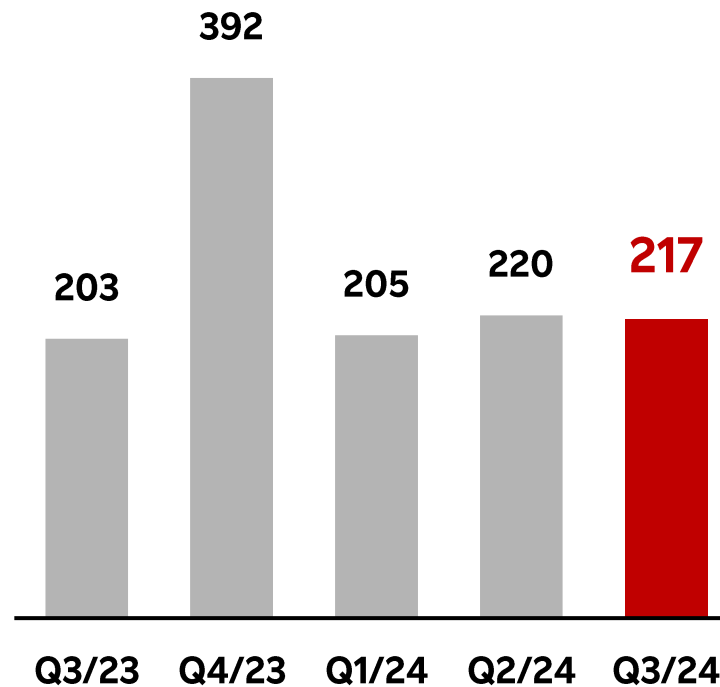
(百万米ドル)

GMS・テークレート

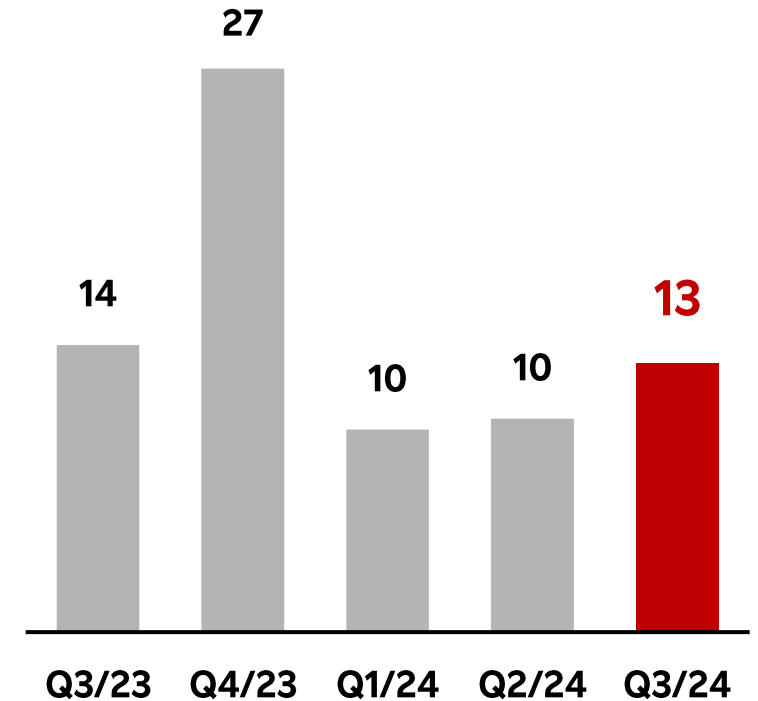
7.8% 9.5% 8.1% 7.9% **7.9%**



売上高



Non-GAAP営業利益



*Q1/24に海外事業におけるコスト負担ルールを変更し、過去数値についても遡及修正を実施。

グローバル顧客基盤

■ 楽天サービスのグローバル顧客基盤は着実に拡大

Rakuten

(Rakuten Rewards)



流通総額
Q3/24

+5.5%

前年同期比

27.3 億米ドル

Rakuten TV



ユーザー数*
(2024年9月末時点)

+44.1%

前年同期比

121.7 百万人

Rakuten kobo



総登録者数
(2024年9月末時点)

+6.2%

前年同期比

67.7 百万人

Rakuten Viber



総登録者数
(2024年9月末時点)

+5.1%

前年同期比

15.5 億人

Rakuten Viki



総登録者数
(2024年9月末時点)

+21.2%

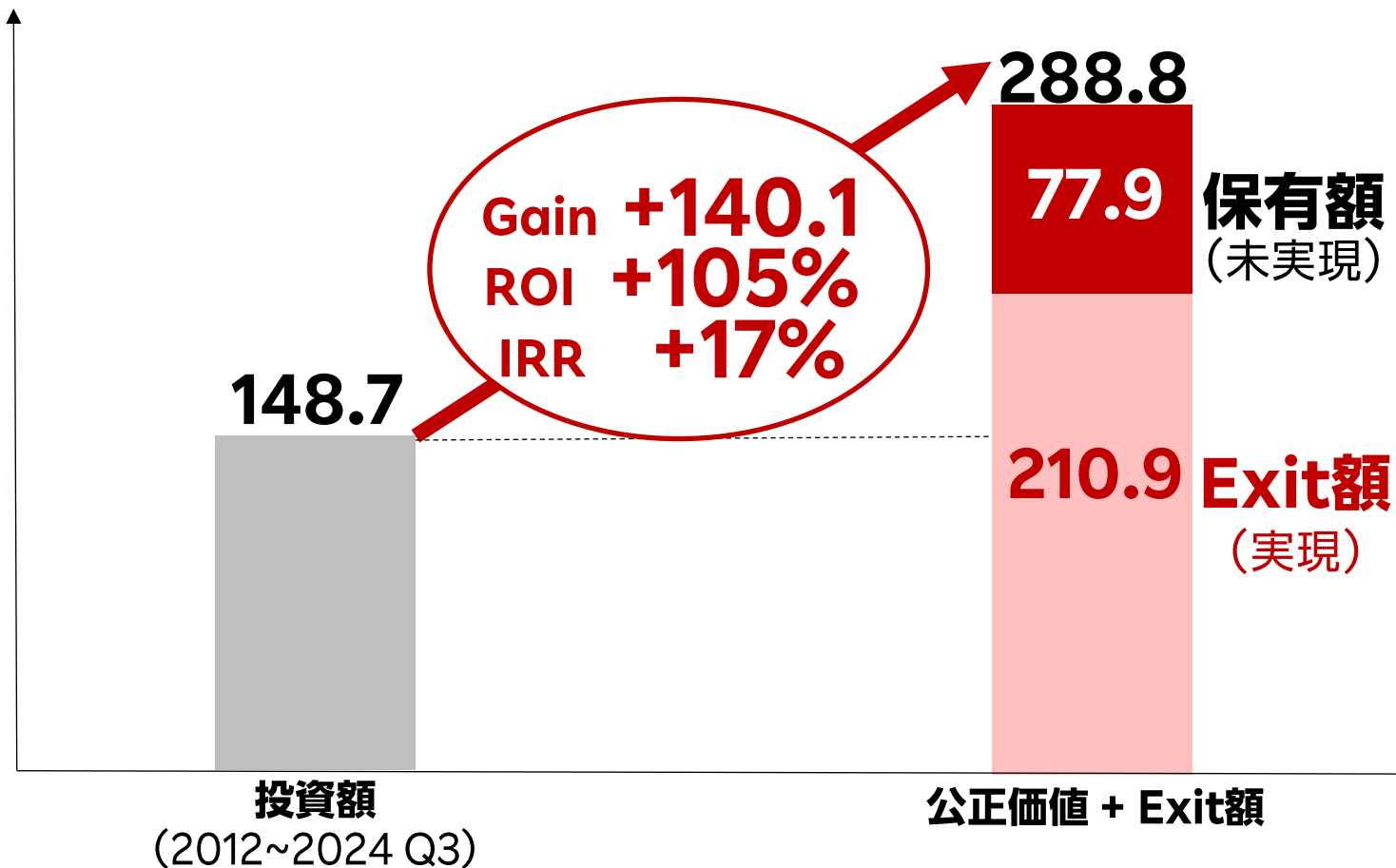
前年同期比

95.0 百万人

*登録ユーザー数およびAVOD (Advertising Video On Demand) 未登録ユーザー数の合計。

楽天キャピタル^{*1} 投資パフォーマンス (2024年9月末時点)^{*2}

(単位：十億円)



*1：楽天グループ投資事業（楽天キャピタル）。 *2：Lyft・楽天メディカル等、楽天キャピタル以外のマイノリティー投資を除く。

マイノリティー投資ポートフォリオ

保有

Exit済*1

楽天キャピタル以外*2

投資件数*3 :

48

42

2

インターネット

 carousell

 SHOPBACK

 OneSignal

dataX

サステナビリティ



 TeraWatt
TECHNOLOGY

 JEPLAN

ライドシェアリング

 cabify

DI / DX

 hacomono

TOON CRACKER

モバイル / AI

 airalo

 SCIENCE ARTS

(Q4/24 投資)

 METAPHYSIC

ヘルスケア

 アイメッド

airweave

 Ubie

その他

ÖKAN

 Digital Entertainment
Asset Pte. Ltd.

TENTIAL

 Pinterest

 Careem
(一部Exit)

 VISIONAL

 Upstart

goto

 BASE FOOD

lyft

Rakuten Medical
(関連会社)

*1: 2015年以降Exit分、件数は一部Exitを除く。*2: Lyftと楽天メディカルは、楽天キャピタルから他ビジネスへ移管。*3: 投資件数はQ3/24時点の楽天キャピタルの投資に限定。

フィンテックセグメント

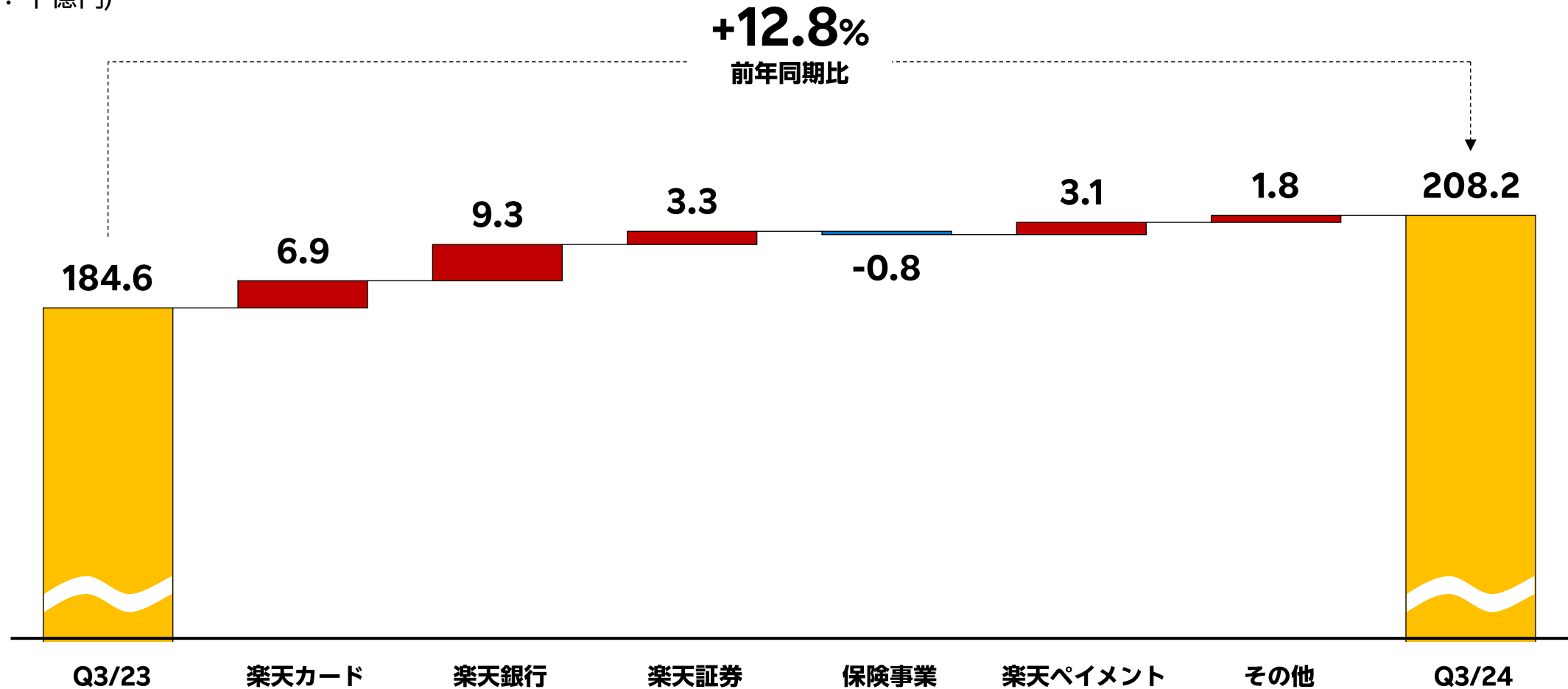
フィンテックセグメント業績^{*1*2*3*4*5}

Q3/24 (十億円)	売上収益	前年同期比	Non-GAAP 営業利益	前年同期比
楽天カード	85.2	+8.8%	16.5	+53.9%
楽天銀行	41.5	+29.0%	17.1	+42.5%
楽天証券	33.7	+10.9%	9.3	+0.3%
保険事業	20.5	-3.7%	0.1	-93.7%
楽天ペイメント	23.1	+15.6%	1.4	+3.3
その他	4.2	+73.6%	-4.4	+1.6
セグメント合計	208.2	+12.8%	40.0	+57.2%

*1: 楽天証券には、楽天証券単体及び海外子会社を含む。 *2: 保険事業は、生命保険、損害保険、保険代理店を含む。 *3: 楽天ペイメントは、楽天ペイ（2023年9月1日より楽天ペイ（オンライン決済）を含む）、楽天Edy、ポイントパートナー（2023年9月1日より楽天ポイント（オンライン）を含む）。 *4: その他には、楽天カードの海外子会社、楽天銀行の海外子会社、楽天証券HD、楽天ウォレット、楽天投信投資顧問等。 *5: Q3/24～モバイルエコシステム貢献額をセグメント業績に反映したことに伴い、Q1/23以降のセグメント業績に遡及修正を実施。

フィンテックセグメント売上収益推移*

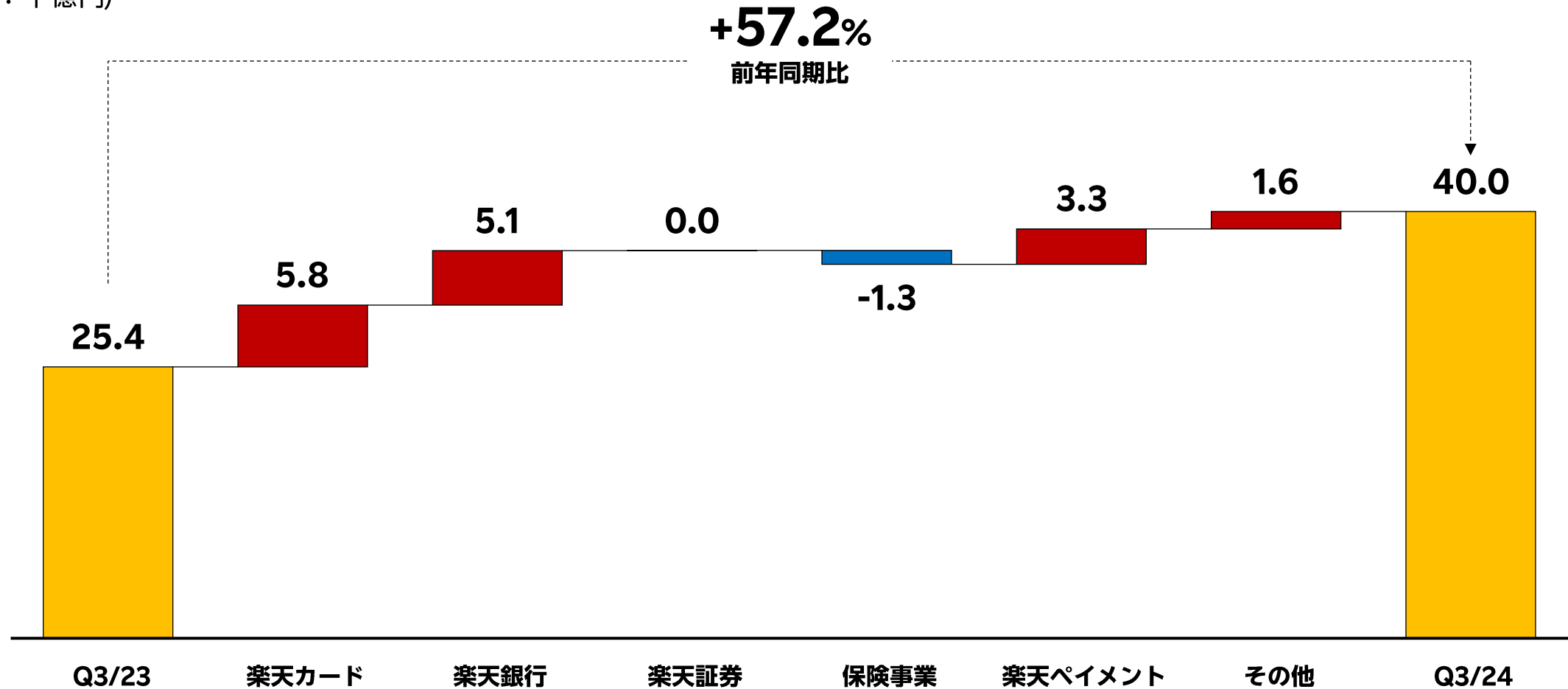
(単位：十億円)



*Q3/23より、楽天ペイ（オンライン決済）及び楽天ポイント（オンライン）をインターネットサービスセグメント（国内EC）からフィンテックセグメントへ移管。楽天ペイメント及びその他に遡及修正を実施。セグメント合計は変わらない。

フィンテックセグメントNon-GAAP営業利益推移^{*1*2}

(単位：十億円)

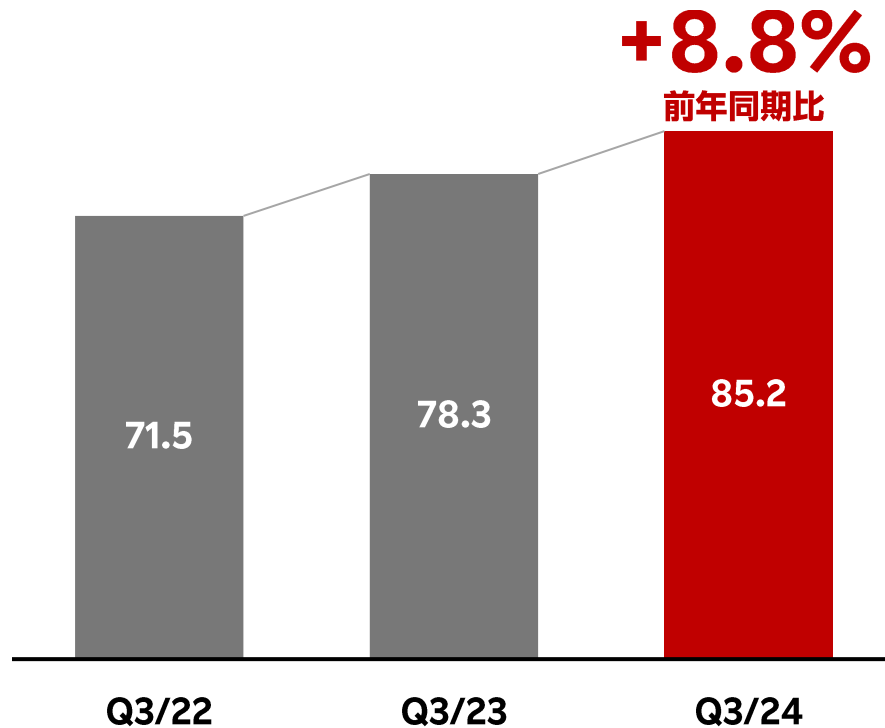


*1: Q3/23より、楽天ペイ（オンライン決済）及び楽天ポイント（オンライン）をインターネットサービスセグメント（国内EC）からフィンテックセグメントへ移管。楽天ペイメント及びその他に遡及修正を実施。セグメント合計は変わらない。
*2: Q3/24～モバイルエコシステム貢献額をセグメント業績に反映したことに伴い、Q1/23以降のセグメント業績に遡及修正を実施。

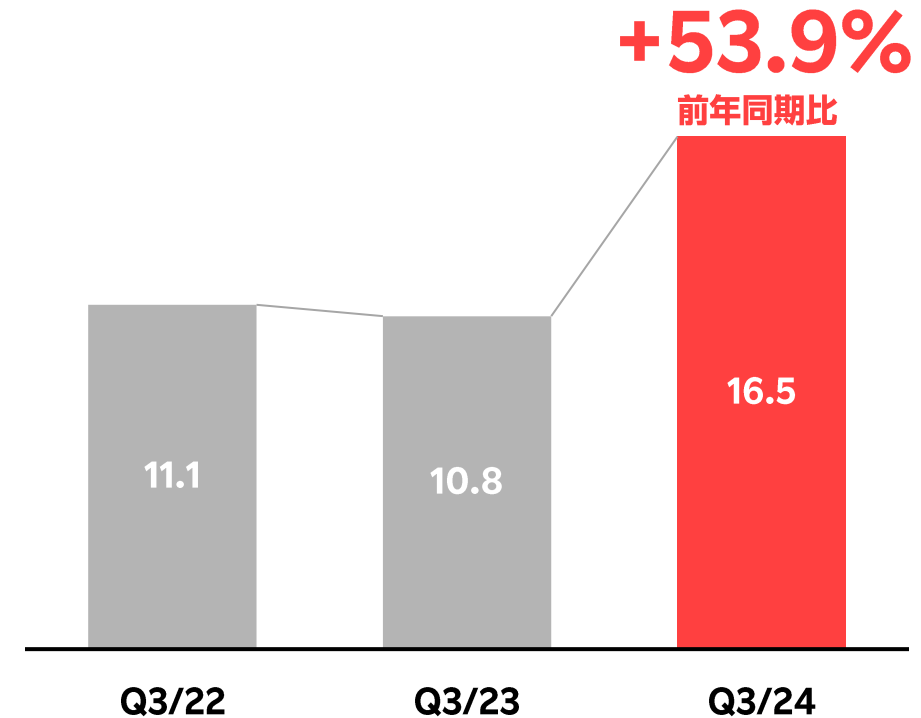
楽天カード 業績推移

- ショッピング取扱高・分割払い取扱高の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

売上収益（十億円）



Non-GAAP営業利益（十億円）

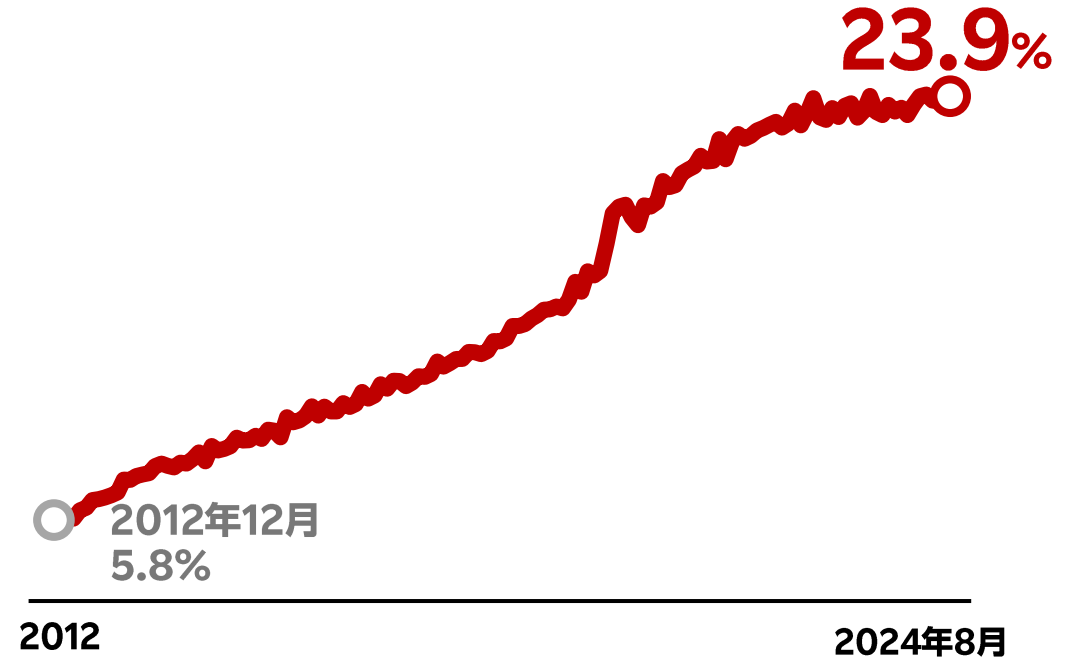
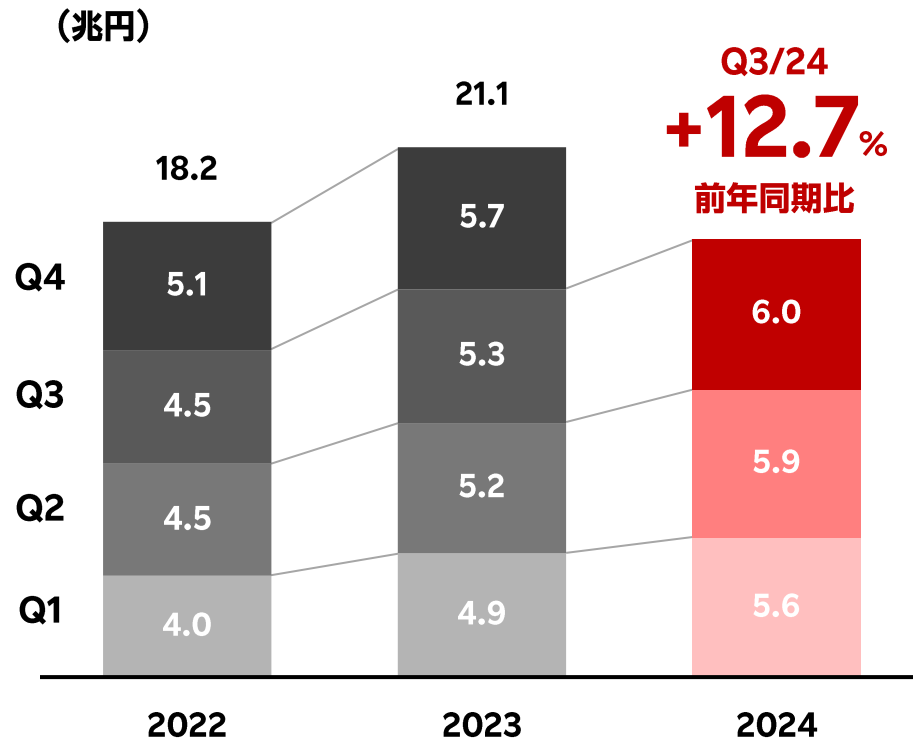


楽天カード 業績指標

■ 会員基盤・客単価の伸長に伴うショッピング取扱高及び分割払い取扱高の増加により堅調に成長し、取扱高は四半期として初の6兆円突破

ショッピング取扱高目標：30兆円

取扱高シェア*目標：30%

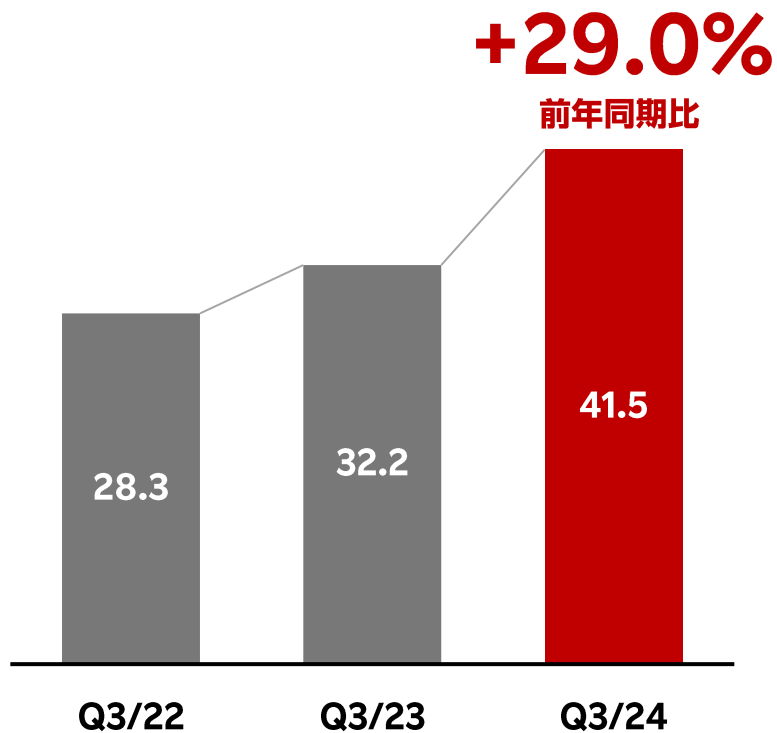


*経済産業省「特定サービス産業動態統計調査（クレジットカード業）」を参考に当社にて算出

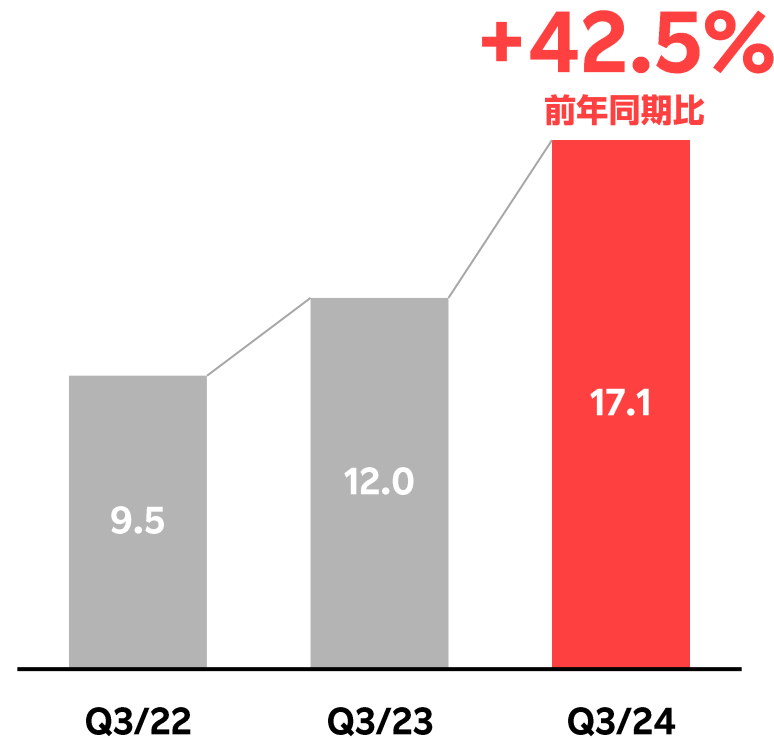
楽天銀行 業績及び経営指標の推移

- 運用資産の順調な積み上げ及び日銀による政策金利引上げにより金利収益が大きく伸長し増収
- 事業規模の拡大により経営効率がさらに拡大し、大幅な増益を継続

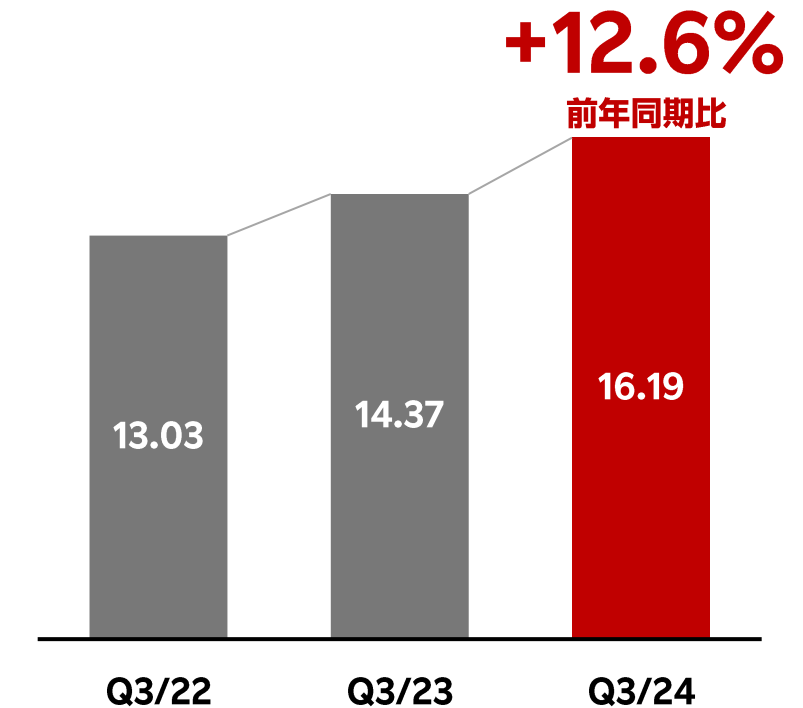
売上収益（十億円）



Non-GAAP営業利益（十億円）



銀行口座数（百万口座）



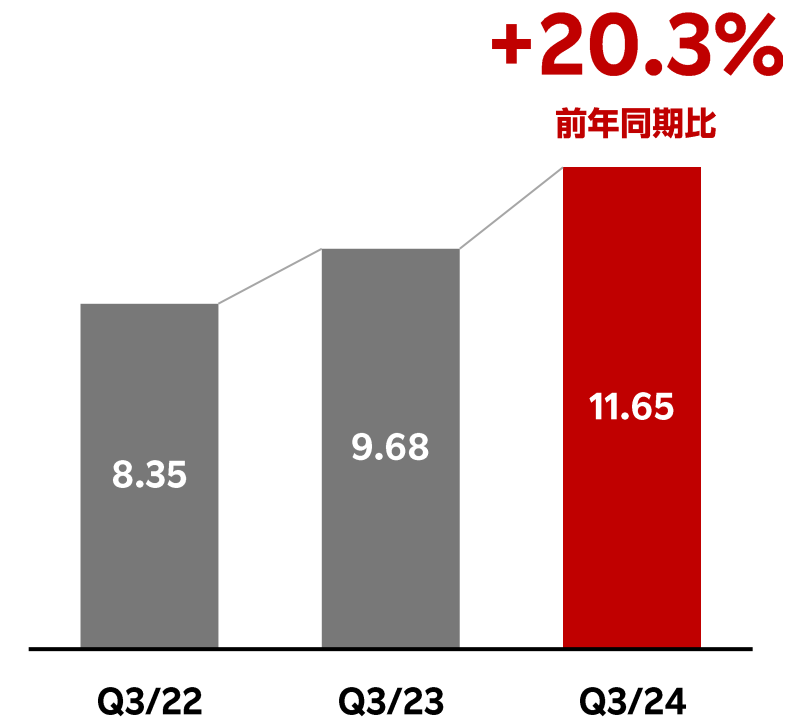
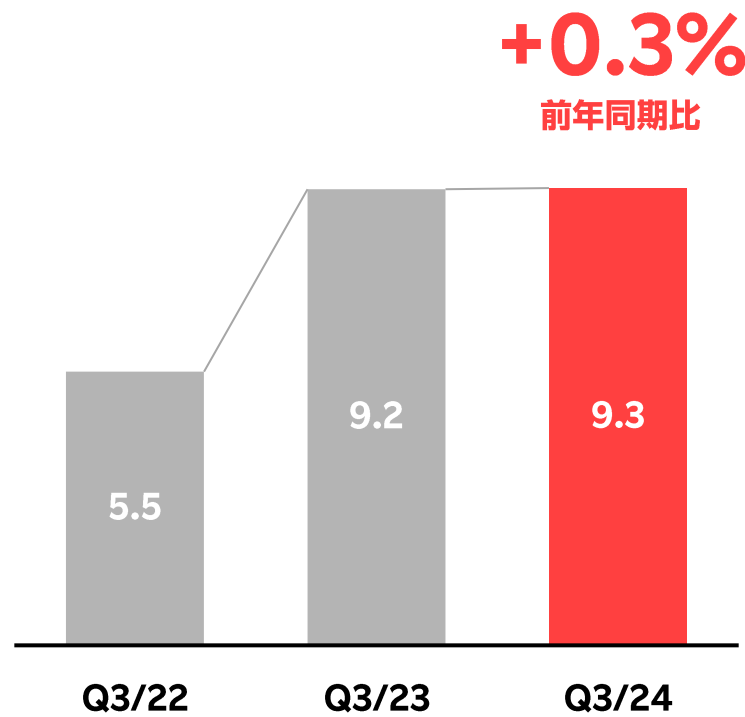
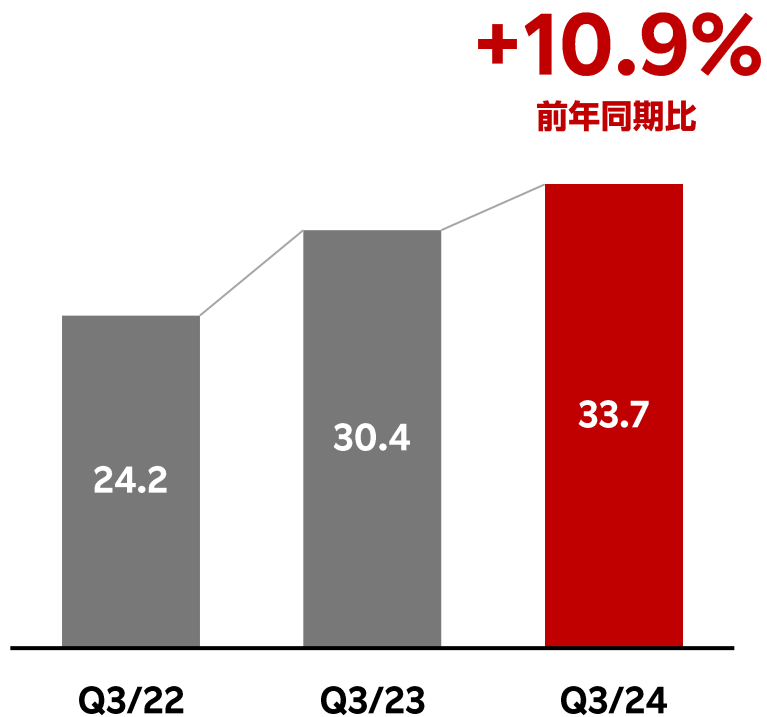
楽天証券 業績及び経営指標の推移

- 継続的な顧客基盤の拡大に伴い各種取引が好調であり、前四半期に記録した過去最高収益を更新
- 継続的なコストコントロールが奏功し、手数料無料化前の前年同期並みの利益水準を確保

売上収益（十億円）

Non-GAAP営業利益（十億円）

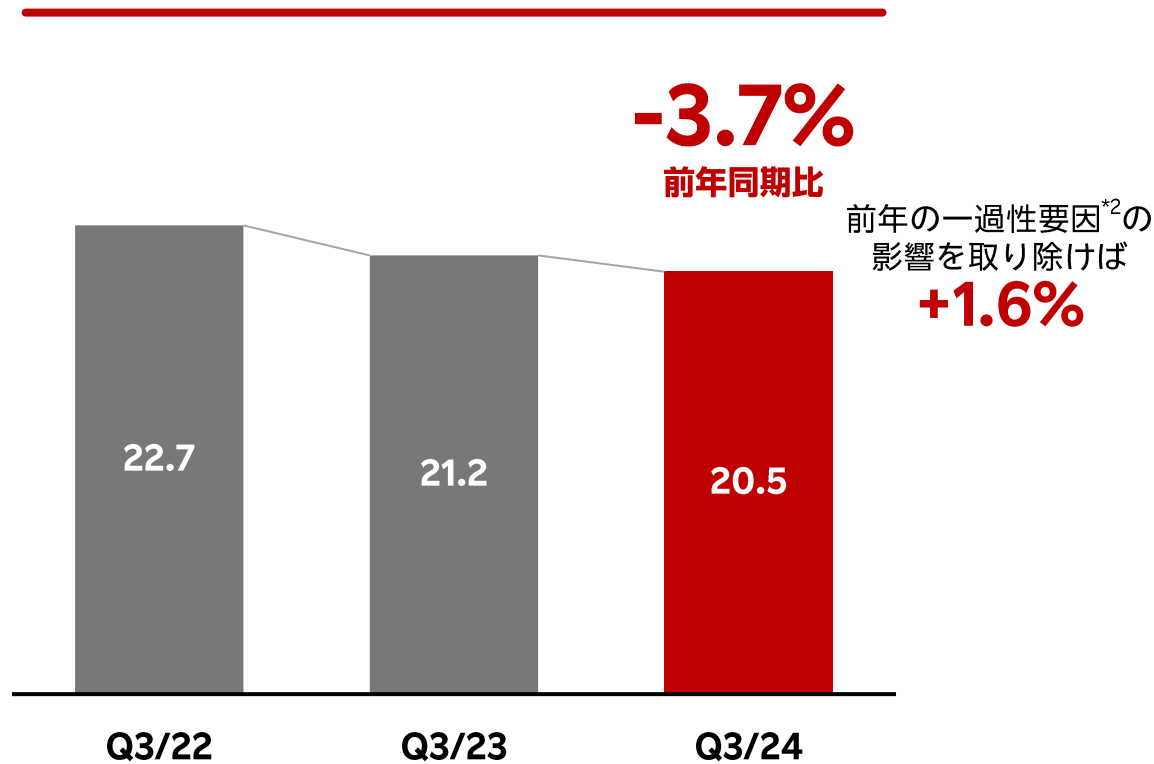
総合口座数（百万口座）



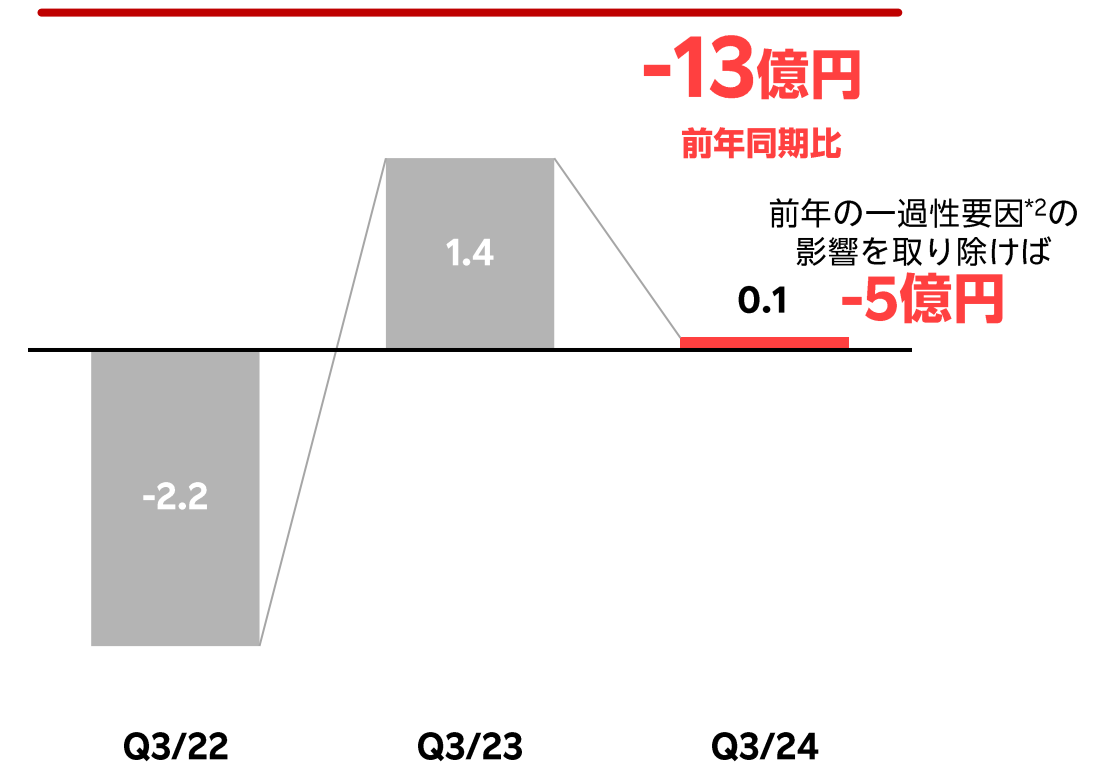
保険事業 業績推移

- 生命保険においては、前年の会計処理方法変更の影響で減収減益も、対面での保険販売が復調傾向
- 損害保険においては、自動車保険等の保険金支払いが増加したものの、インターネット経由の新規保険申込はドライブアシスト^{*1}を中心に引き続き堅調に推移

売上収益（十億円）



Non-GAAP営業利益（十億円）

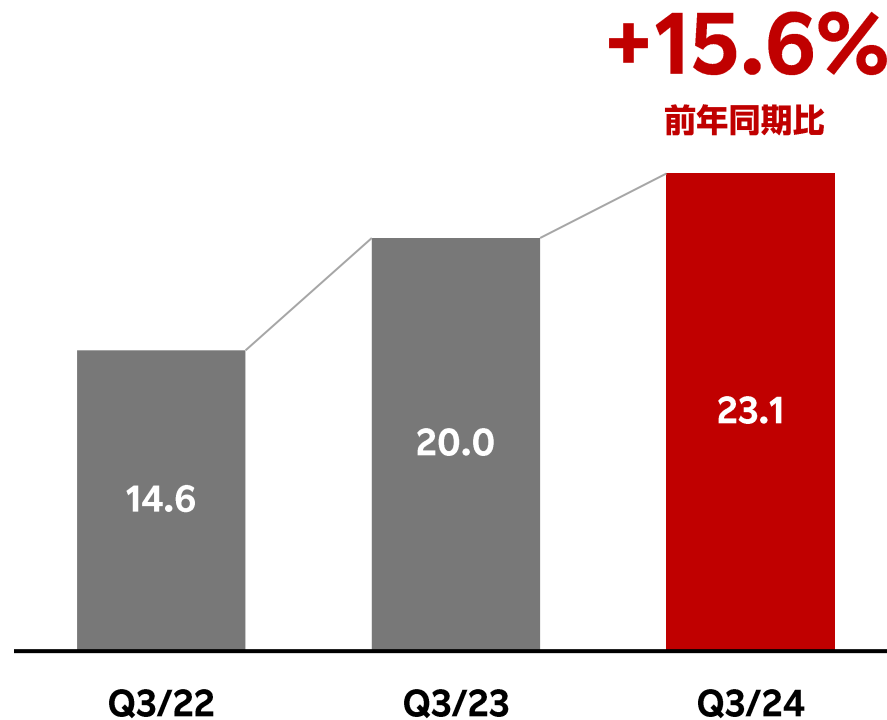


*1：個人向け自動車保険 *2：新会計基準移行に伴い2023年に一過性の利益計上を行ったため、前年の収益がその分膨らんでいたもの。

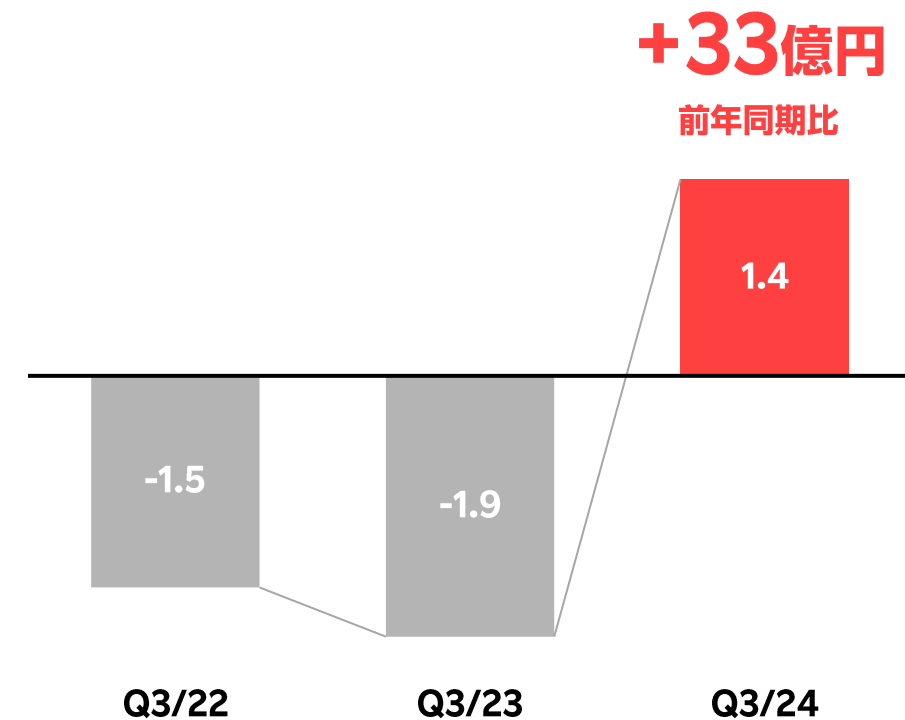
楽天ペイメント 業績推移*

- 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
- 売上成長に加え継続的なコストコントロールが奏功し2四半期連続で営業黒字が拡大。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）



*Q3/23より、楽天ペイ（オンライン決済）をインターネットサービスセグメント（国内EC）からフィンテックセグメントへ移管。楽天ペイメント及びその他に遡及修正を実施。セグメント合計は変わらない。

モバイルセグメント

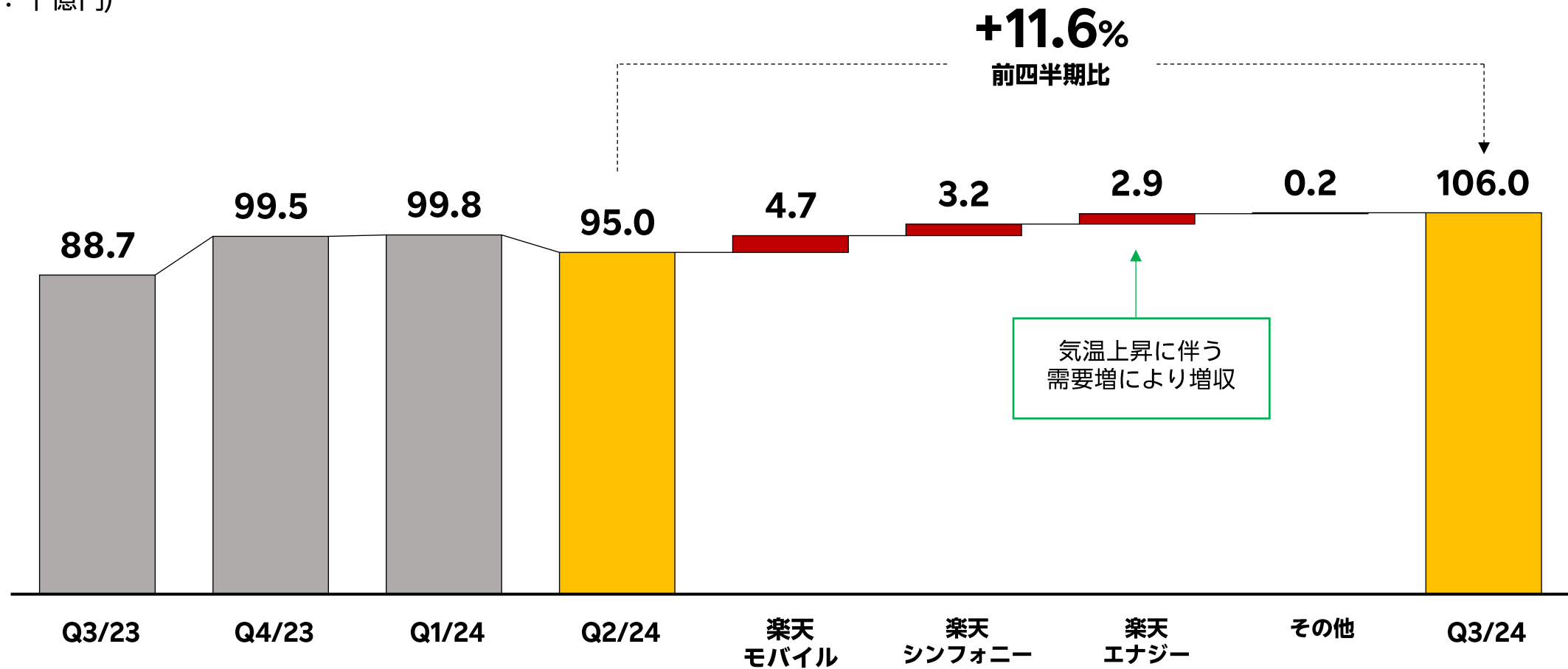
モバイルセグメント業績^{*1}

Q3/24 (十億円)	売上収益	前四半期対比	Non-GAAP 営業利益	前四半期対比
楽天モバイル	72.5	+6.9%	-50.6	+2.1
MNO	43.2	+7.6%		
MVNO ^{*2}	1.8	-12.4%		
デバイス売上	13.1	+1.1%		
その他売上 (楽天ひかり等を含む)	14.5	+13.7%		
楽天シンフォニー	15.0	+27.3%		
楽天エナジー	12.3	+30.4%	2.0	+3.1
その他	6.1	+4.2%		
セグメント合計	106.0	+11.6%	-48.7	+5.2

*1: Q3/24~モバイルエコシステム貢献額をセグメント業績に反映したことに伴い、Q1/23以降のセグメント業績に遡及修正を実施。 *2: 2020年4月7日をもってMVNOサービスの新規受け付けを終了

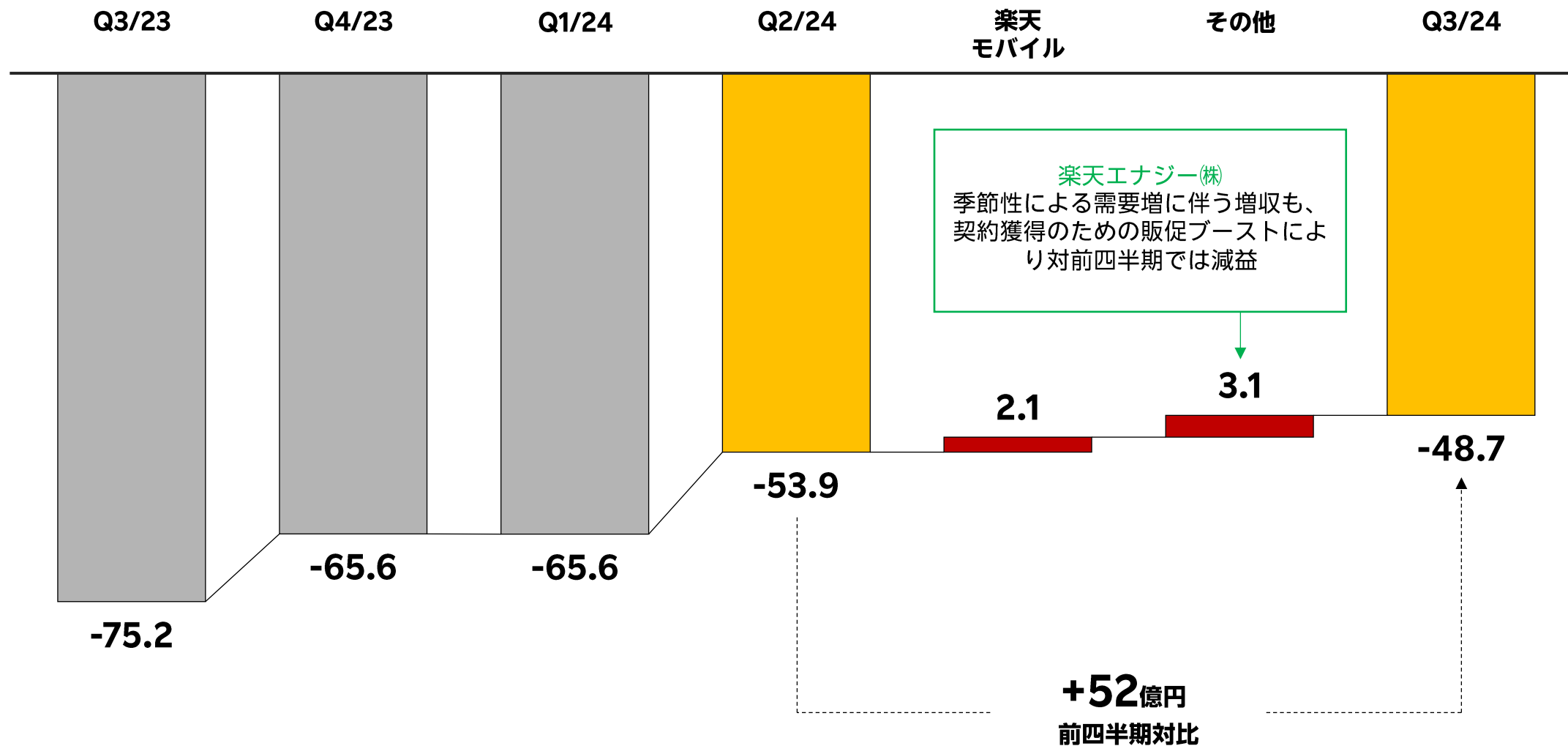
モバイルセグメント売上収益内訳

(単位：十億円)



モバイルセグメントNon-GAAP営業利益内訳*

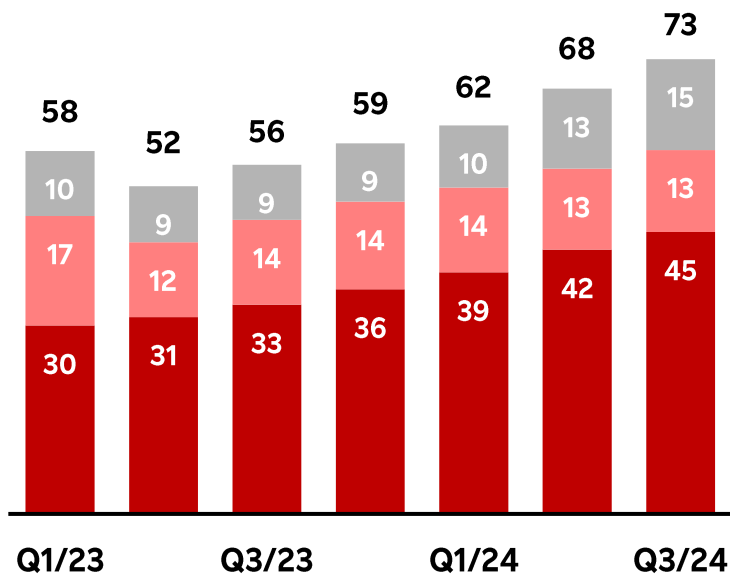
(単位：十億円)



*Q3/24~モバイルエコシステム貢献額をセグメント業績に反映したことに伴い、Q1/23以降のセグメント業績に遡及修正を実施。

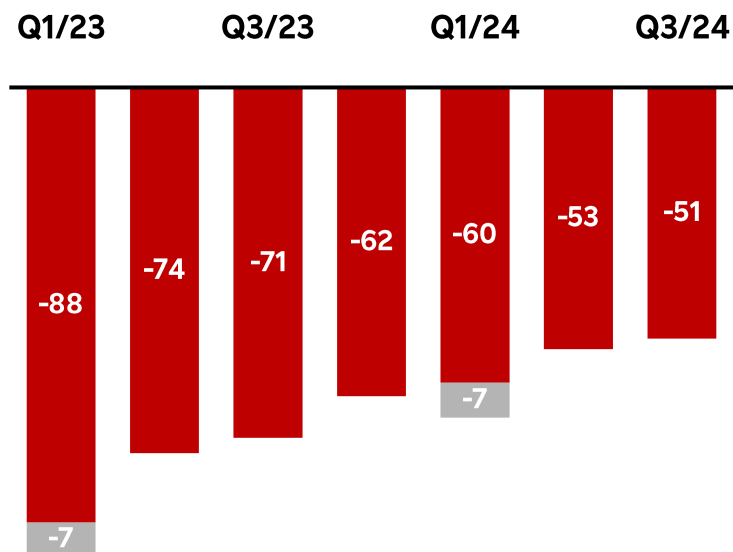
楽天モバイル(株) 四半期業績推移

売上収益 (十億円)



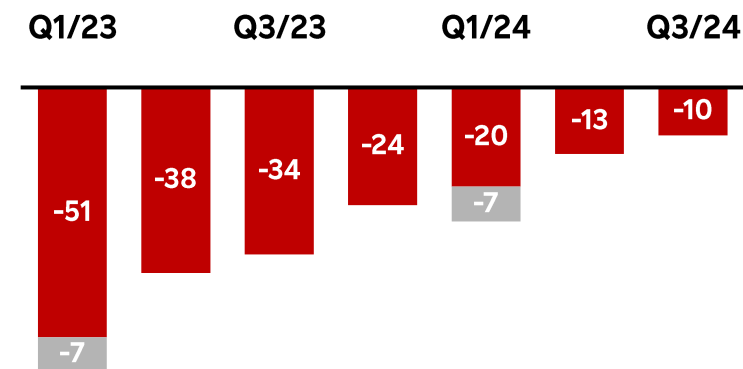
■ サービス売上*1 ■ デバイス売上 ■ その他

Non-GAAP 営業利益*2 (十億円)



■ 固定資産税を除く Non-GAAP 営業利益/EBITDA ■ 固定資産税

EBITDA*2*3 (十億円)



*1: 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。

*2: Q3/24~モバイルエコシステム貢献額をセグメント業績に反映したことに伴い、Q1/23以降の業績に遡及修正を実施。

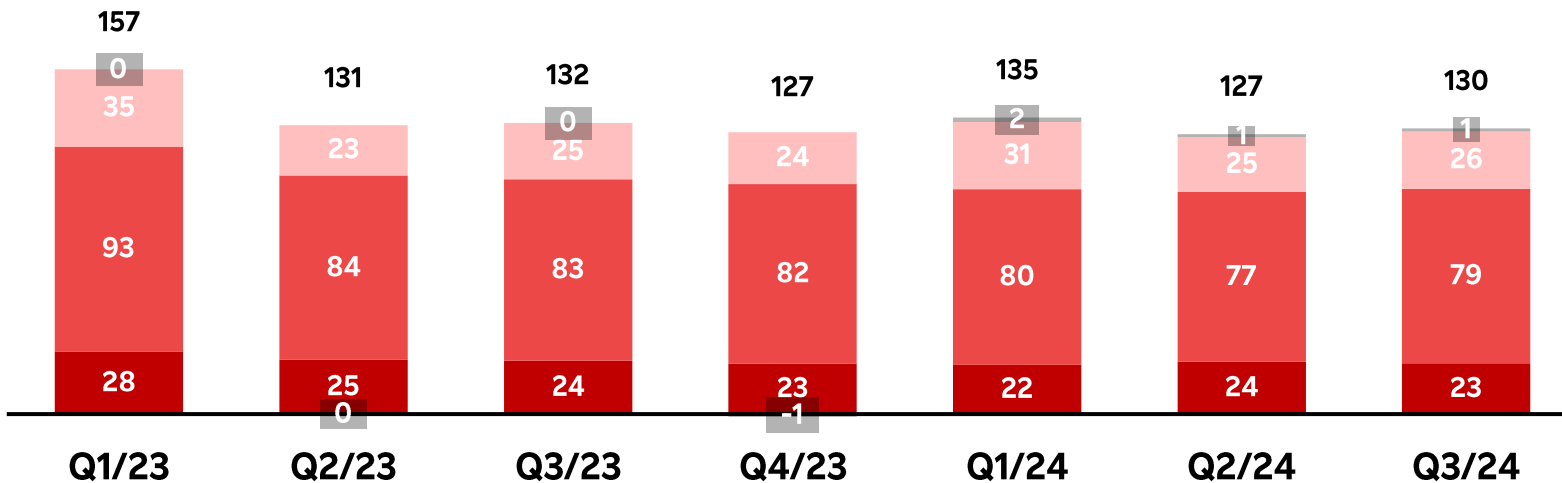
*3: EBITDAはNon-GAAP営業利益に減価償却費等を加算して算出。

楽天モバイル(株) 営業費用推移及び設備投資

- ネットワーク設備への投資一服に伴い、最適化された営業費用（減価償却費を除く）を維持
- 2024年度の設備投資額は、1,000億円以下での着地を目指す

営業費用（減価償却費を含む）

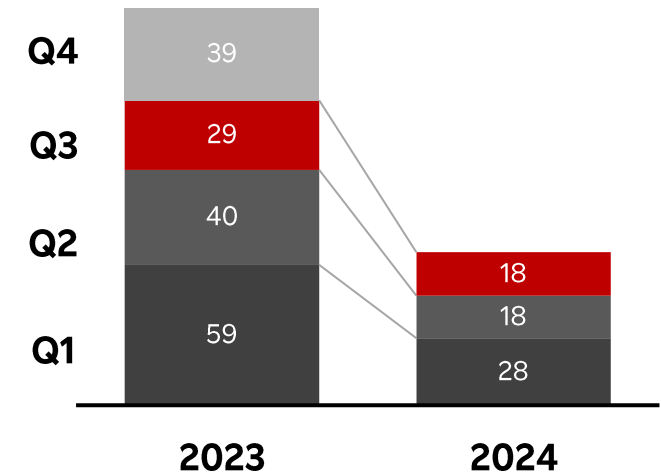
(単位：十億円)



■ 販売管理費（マーケティング、ショップ等を含む）*3
■ ネットワーク費用（減価償却費、ローミング費用等を含む）
■ 原価（デバイス、オプション、楽天ひかり等を含む）
■ その他（為替調整等）

設備投資*1*2

(単位：十億円)

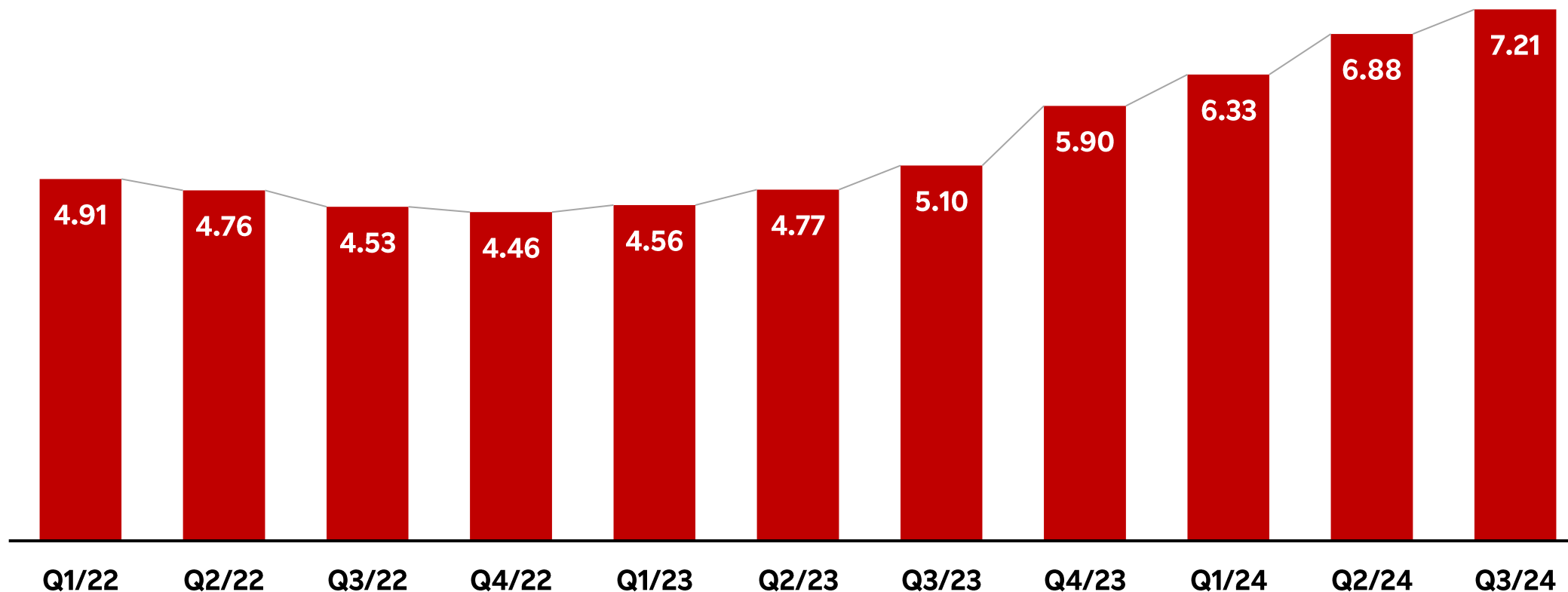


*1：1.7GHz、3.7GHz、28GHz、屋内を含む。IFRS16で求められる使用权資産、5G 1.7GHz帯の特定基地局開設料等を除く。 *2：プラチナバンド関連の設備投資を含む。 *3：固定資産税を含む。

楽天モバイル 契約回線数 (B2C+B2B)*

■ エコシステム経由の獲得好調及び最強シニアプログラム等各種プログラム展開による獲得貢献によりB2Cが純増を牽引

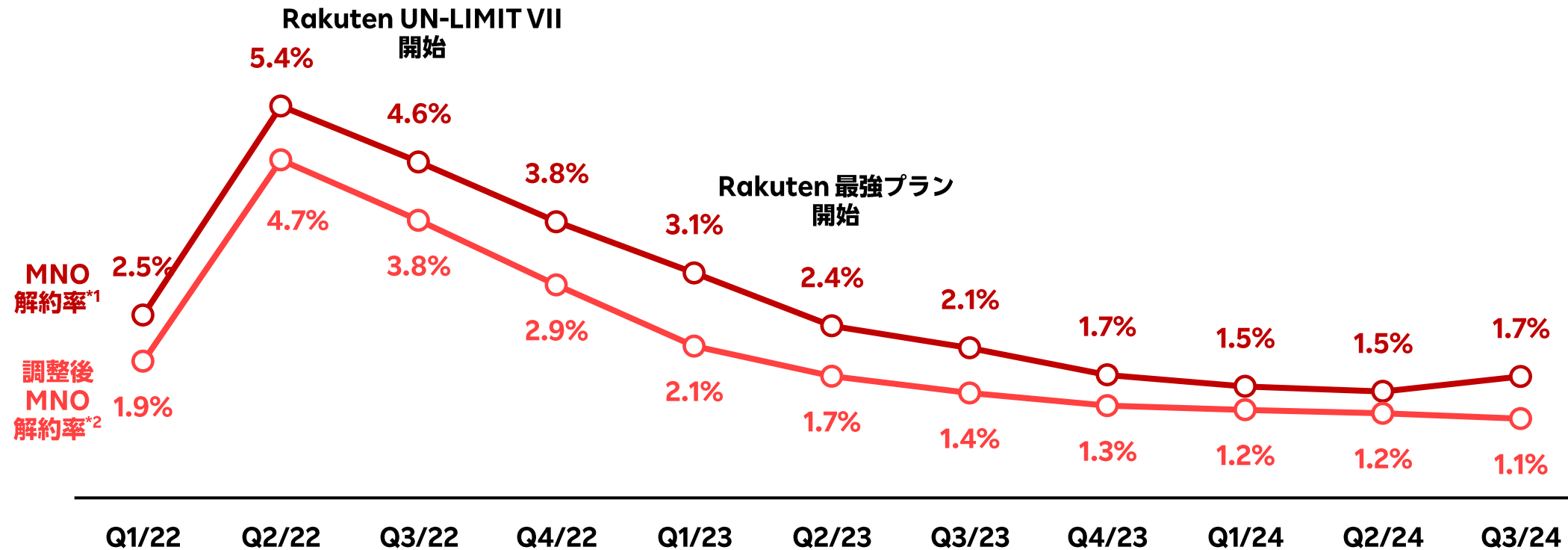
(単位：百万回線)



*MNO (B2C ※Turbo含む +B2B ※BCP回線およびMVNEを除く) の合算。BCPは法人プランにおいてBusiness Continuity Plan用途に販売しているプラン。MVNEは楽天モバイルから楽天コミュニケーションズに対する帯域の卸売。

楽天モバイル MNO解約率*1 (B2C+B2B)

- B2Bにおける一部代理店との契約見直し及び取引の再評価に伴い一部回線の解約が生じ解約率が上昇したものの、それらを考慮した調整後MNO解約率は引き続き低位に推移
- 通信品質向上とメイン利用ユーザー増加に伴うさらなる解約率逓減を目指す

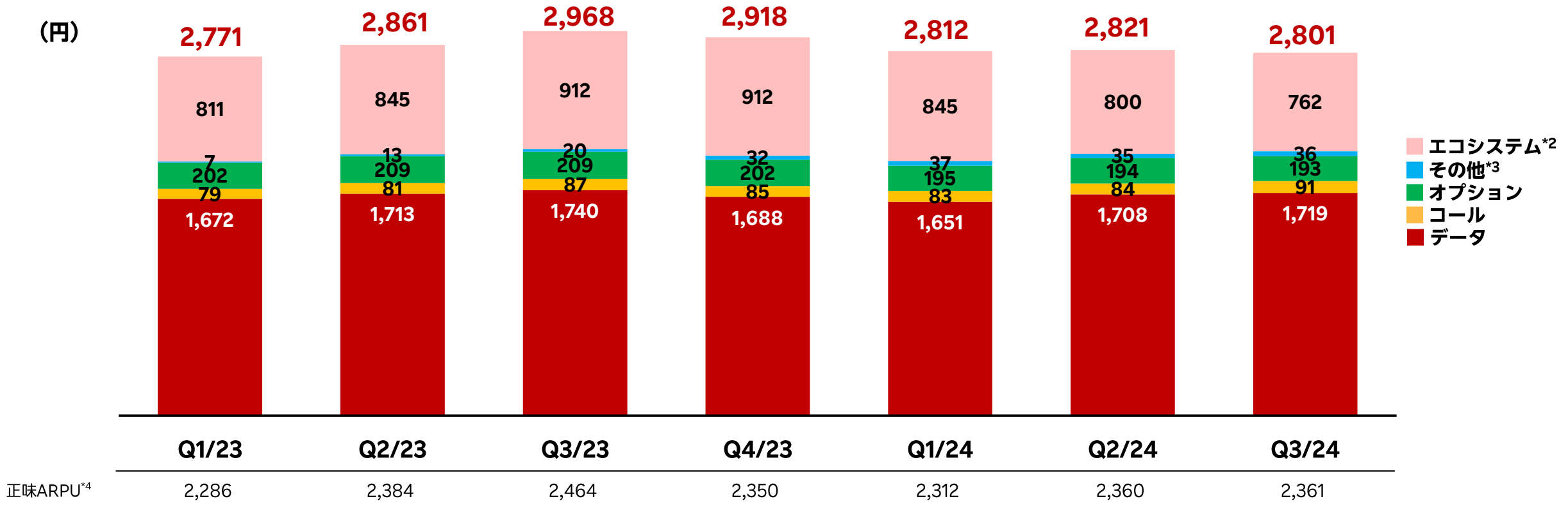


*1: MNO解約率 = 直近四半期の解約数合計 ÷ 直近四半期末契約回線数と前四半期末契約回線数の平均。個人と法人を含む。BCP及びMVNEは除く。BCPとは、B2BにおけるBusiness Continuity Plan用途に販売しているプラン。

*2: 調整後MNO解約率 = B2Cにおける開通月と同月内の解約及びB2Bにおける一部代理店との契約見直し及び取引の再評価に伴う解約を除いた調整を行った場合の解約率。

ARPU*1

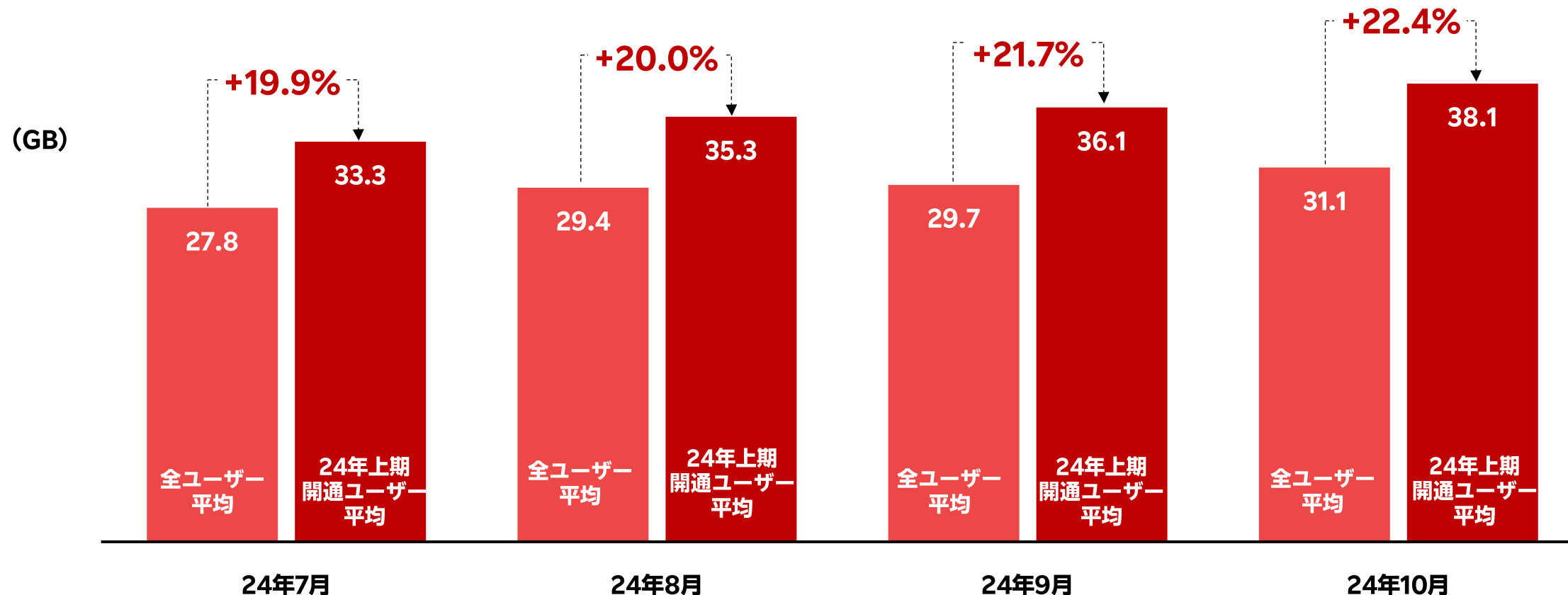
- 5Gトラフィックの増加及びデータ利用量の多いメイン利用ユーザーの獲得増により、データARPUを中心に伸長
- Q3/24~、楽天モバイル契約によるグループサービス増収額を反映したエコシステムARPU*2をARPUに反映。エコシステムARPUは新規ライトユーザーの増加に伴い薄まるものの、将来的にはロイヤルユーザー化により増加を見込む



*1: 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。 *2: MNO契約者によるグループ売り上げのアップリフト効果を分子として算出。 *3: 広告、B2B雑収入を含む。
 *4: 楽天モバイルのMNO契約者による売上アップリフト効果に伴う売上原価及びグループ会社からモバイル事業への送客効果を控除。モバイルエコシステム貢献額は楽天モバイル(株)の損益計算書上、売上及び営業費用の後に計上しています。モバイルエコシステム貢献額の算出方法詳細は、決算短信(P.4)をご覧ください。

データARPU

- 24年1月~6月に開通したユーザーと全ユーザー（いずれもB2C）の月次平均データ利用量を比較
- 24年以降、データ利用量が多いメイン回線ユーザーの獲得が伸長しており、今後ARPU向上への寄与度上昇を見込む



ARPU向上施策

- 最強シニアパック等付加価値の高いオプションの付帯を促進
- 契約回線数増加に伴いRakuten Linkからグループサービスへの送客数も拡大中。広告枠の販促強化・収益化を推進

重点施策

具体的取り組み

データ

データ利用促進

- ・ 5Gエリア拡大（エリア整備、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う出力強化）
- ・ 指定容量超過ユーザーへのポイント還元

コール

留守電オプションの有料化

- ・ 24年12/1～月額330円（税込）に改定。希望者へのアップセル推進

最強シニアパックオプション
付帯率向上

- ・ 15分（標準）通話かけ放題^{*1}、あんしん操作サポート^{*2}、迷惑電話・SMS対策by Whoscall^{*3}、ノートンモバイルセキュリティのパッケージを通常2,200円（税込）→実質1,100円で提供^{*4}

オプション

動画配信サービス付帯率向上、
サービス追加

- ・ 販売研修による営業強化、新規配信元との提携

ソリューション販売強化

- ・ ソリューションサービスのラインアップ及び商品力強化で楽天エコシステムに関わる事業会社へ販売拡大

その他

(広告・Turbo等)

Rakuten Link広告枠の
さらなる収益化

- ・ 広告メディアとしての価値強化・訴求

エコシステム

新規楽天会員の
グループサービス利用促進

- ・ 契約者限定の新規サービス利用キャンペーン展開

*1：対象外番号あり、SMS送信上限あり。 *2：一部家電量販店では「あんしん操作サポート」の対応を行っておりません。アプリはSNSや楽天グループサービスの一部が対象。 *3：「Whoscall」はOS標準の電話アプリでの通話着信・SMSでの受信に対応しており、Rakuten Linkアプリでの着信やSMSは検知対象外。 *4：プログラムの条件達成に翌々月末頃付与される期間限定ポイント（1,100ポイント）を加味した価格であり、実際のお支払い金額とは異なる。同ポイント還元は上記4つのオプション加入が必要で、一つでも解約した場合は対象外。

ARPU定義の見直し

■ EBITDA黒字化分析は、**正味ARPU**×MNO契約回線数*とEBITDAコストを比較

ARPU

データ、コール、オプション、その他に加え、楽天モバイルのMNO契約者による**売上アップリフト**効果を算入（B2C+B2B契約回線数で除した値）

- (-)
- a) アップリフト効果に伴う**売上原価**
 - b) グループ会社からモバイル事業への**送客効果**

正味ARPU

(売上原価及び送客効果控除後)

楽天モバイルのMNO契約者による売上アップリフト効果に伴う**売上原価**及びグループ会社からモバイル事業への**送客効果**を控除

(参考)

モバイルエコシステム貢献^{*2}

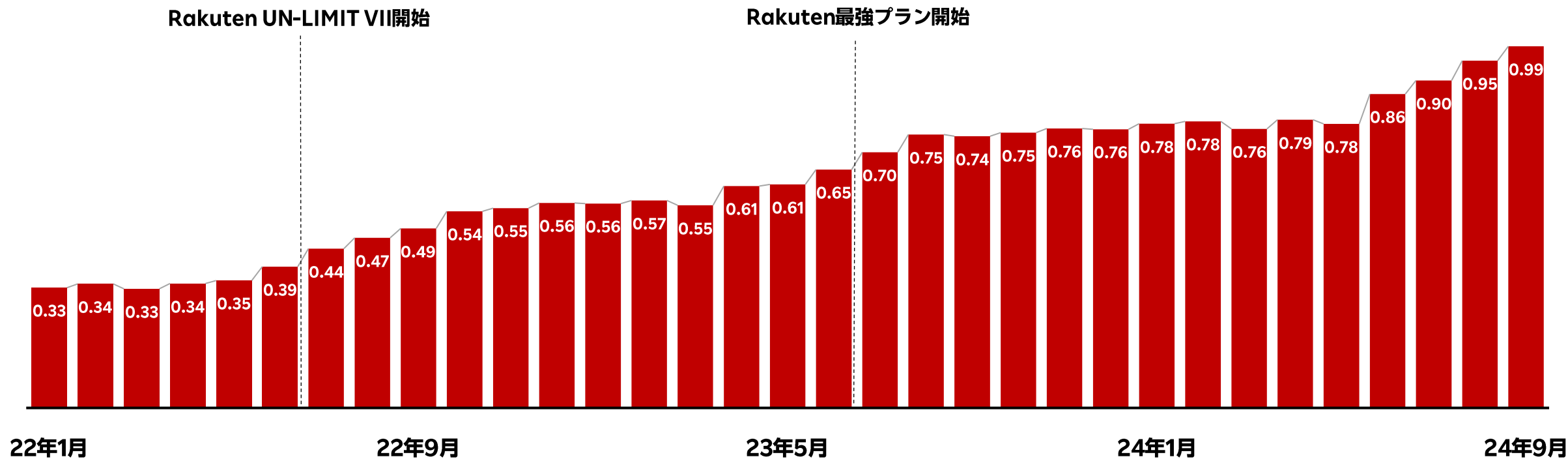
= (楽天モバイルMNO契約者の粗利益ベースのアップリフト効果) - (グループ会社からモバイル事業への送客効果)

*1: B2C及びB2B(BCPとMVNE除く) *2: エコシステム内におけるセグメント間の相互貢献効果が拡大している状況を踏まえ、相互貢献効果及び相互送客効果も含めて精緻に業績評価を行えるよう、これら「モバイルエコシステム貢献」を、各セグメントNon-GAAP営業損益/EBITDA及び楽天モバイル営業損益/EBITDAに反映。決算データシート上においては、考慮前及び考慮後の業績を並行開示。

楽天モバイル MNO平均データ利用量 (B2C)

■ 5Gにつながるエリアの拡大やMNP経由での申込比率上昇より平均データ利用量が着実に増加

平均日次データ使用量 (単位: GB)



ソリューションサービス推進のためサイエンスアーツ社と提携

- 24年10月、協業を通じたシナジー強化を目的にサイエンスアーツ株式会社と資本業務提携を締結
- 様々なマーケットに合わせて「楽天モバイルBuddycomセット」の販売を拡大し、DXと業務効率化を促進

各マーケット向けにDXと業務効率化を促進

2024年4月～提供開始

Rakuten Travel

宿泊業界のDXと業務効率化
楽天モバイル Buddycomセット



接客中の聞き逃しも音声テキスト化で解決



一斉送信の情報発信で共有効率アップ



リアルタイム翻訳で会話がスムーズ

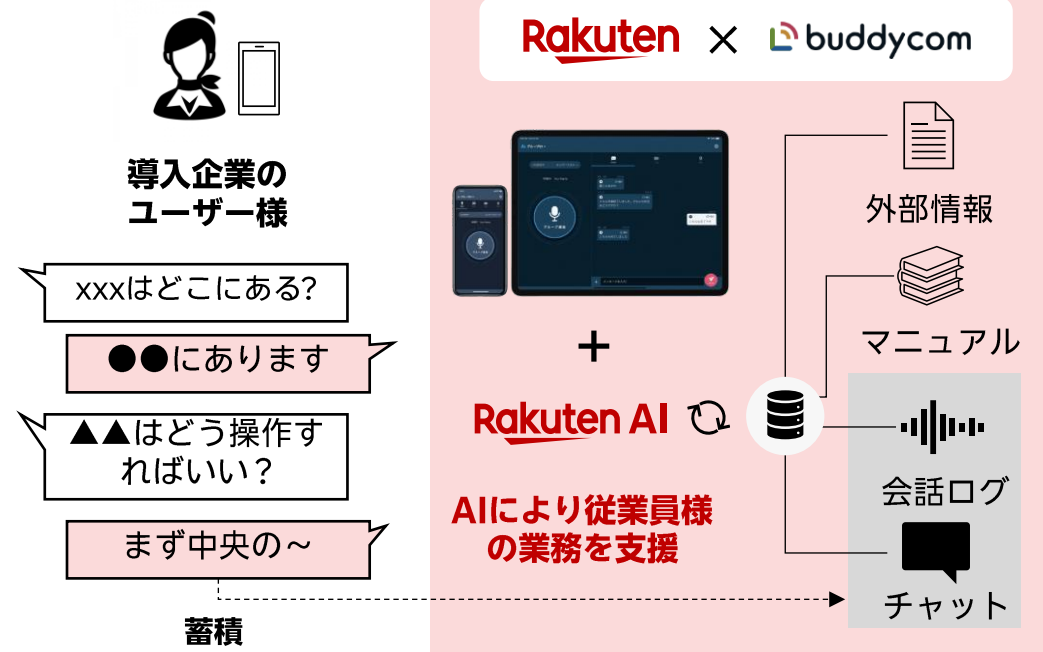
宿泊、小売、飲食、製造、医療等の
楽天エコシステムに関わる事業会社へ販売拡大




...

今後は楽天AI×Buddycomでサービスを進化

(開発中事例*)



*現在企画立案中のため、実際の仕様とは異なる場合があります。

楽天モバイル 保有及びローミング周波数帯域

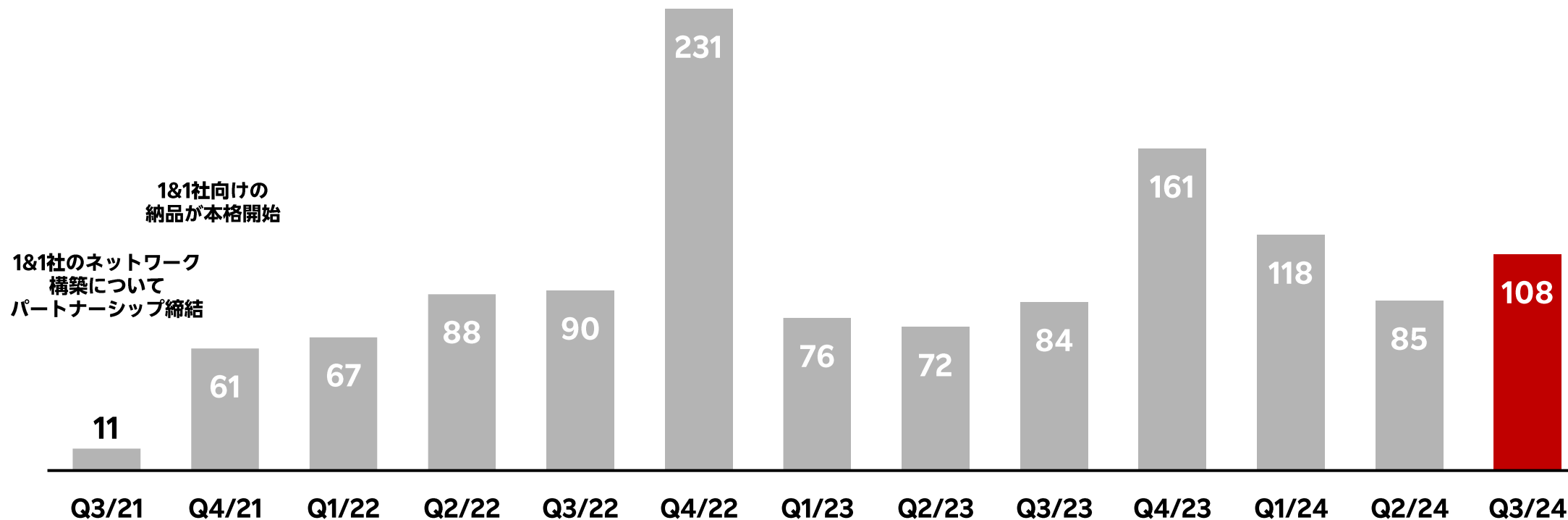
周波数帯		ステータス	帯域幅
4G	1.7GHz	割当済み	40MHz 上り：1,730 - 1,750MHz 下り：1,825 - 1,845MHz
	700MHz	2023年10月割当済み 2024年4月試験電波発射済み 商用サービス開始後、順次開設予定	6MHz 上り：715 - 718MHz 下り：770 - 773MHz
	【参考】ローミング	KDDI株式会社よりローミング提供 (2026年9月30日まで*)	
	【参考】 800/900MHzを含む	楽天モバイルが判断するタイミングで 開設指針制定の申出が可能	既存免許人に割り当てられている複数の帯域幅
5G	1.7GHz (東名阪以外)	割当済み	40MHz 上り：1,765 - 1,785MHz 下り：1,860 - 1,880MHz
	3.7GHz (Sub6)	割当済み	100MHz 上り下り合算：3,800 - 3,900MHz
	28GHz (mmW)	割当済み	400MHz 上り下り合算：27.0 - 27.4GHz

*ローミング提供期間のさらなる延長については両社協議の上決定

楽天シンフォニー 売上収益

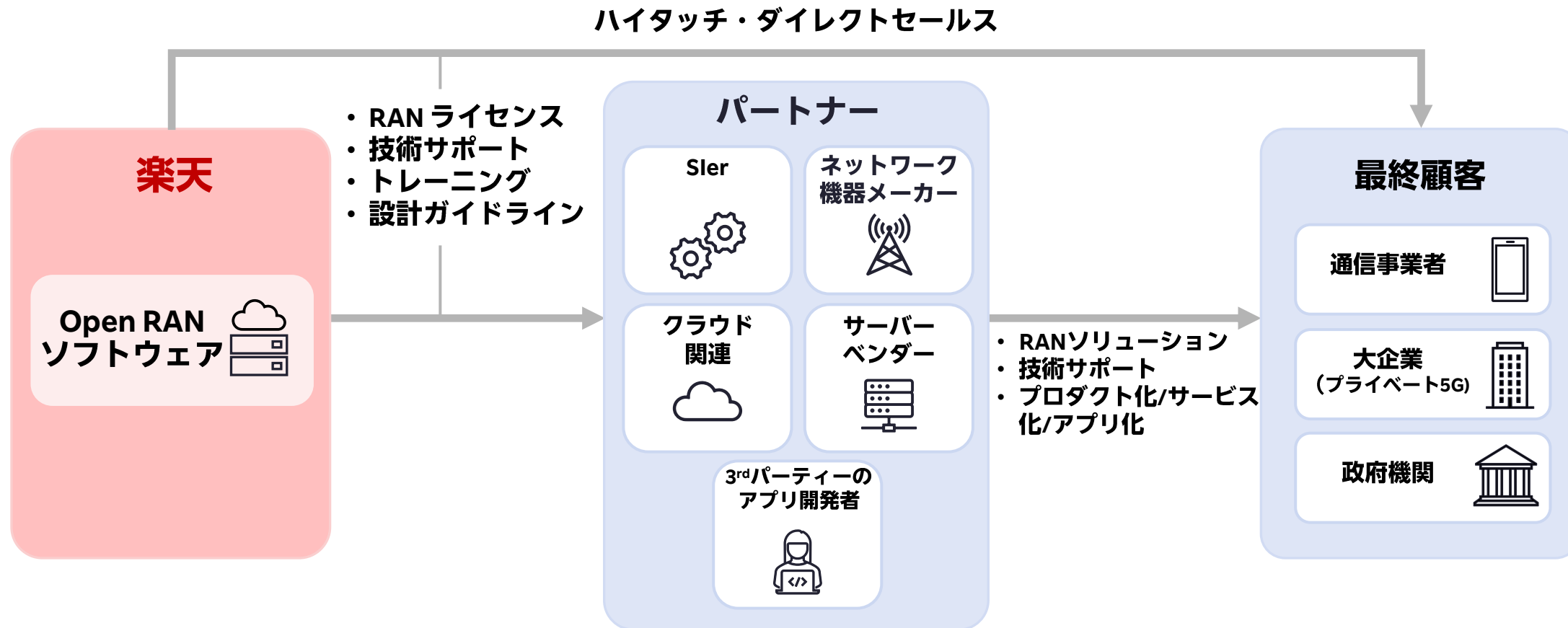
- 主要顧客に対する納品を中心に引き続き進捗中
- 計上のタイミング等に左右されるため、売上収益トレンドには変動あり

(百万米ドル)



楽天シンフォニー：Open RANライセンスプログラム

- 日本およびドイツですでに広く展開しているOpen RAN対応のCUとDU*ソフトウェアへの商用アクセスを、オープンコミュニティのサブスクリプション型により提供

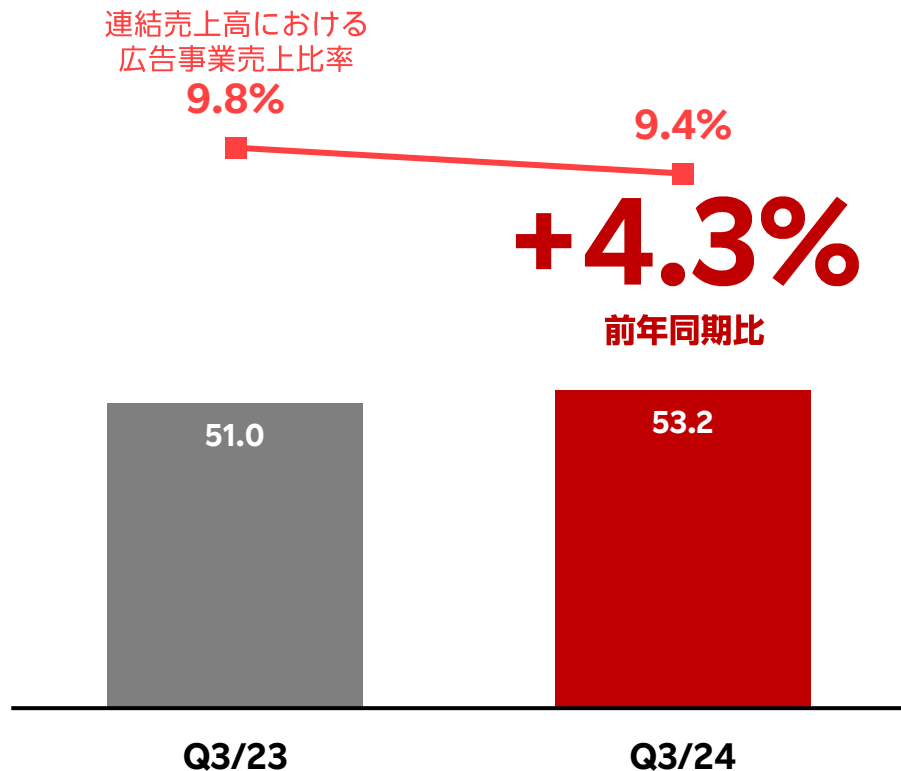


*CU：集約ユニット、DU：分散ユニット

広告事業

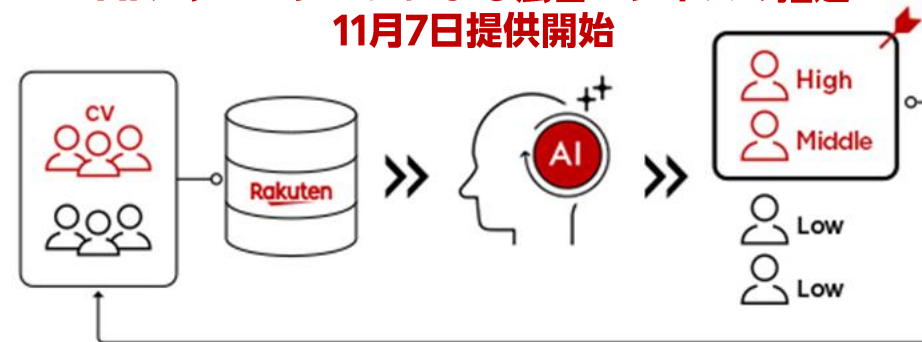
広告事業*1 業績推移

売上収益*2 (十億円)



更なる成長への取り組み

AIソリューションによる広告ビジネスの推進 11月7日提供開始



AIソリューション「未来購買予測」

- 楽天グループのトランザクションデータをAIが多角的に分析し、人間では予測できないコンバージョンの特徴を把握
- 学習サイクルに基づいて付与された高精度のスコアを使い、購買の可能性が高いターゲットに広告を配信
- 楽天グループの広告メディア配信サービスを活用

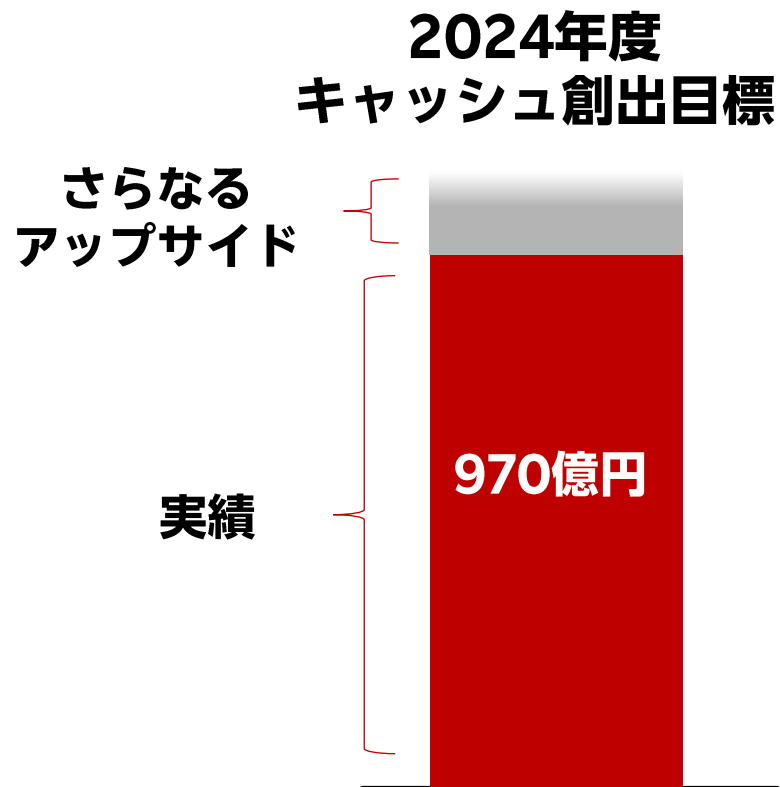
*1: 国内で展開する事業体の広告売上高を集計。海外の広告事業はその他インターネットサービスセグメントに含まれる。

*2: 各セグメント（インターネットサービス・フィンテック・モバイル）に計上される国内広告売上の合計値（内部取引含む）。

4. 財務関連

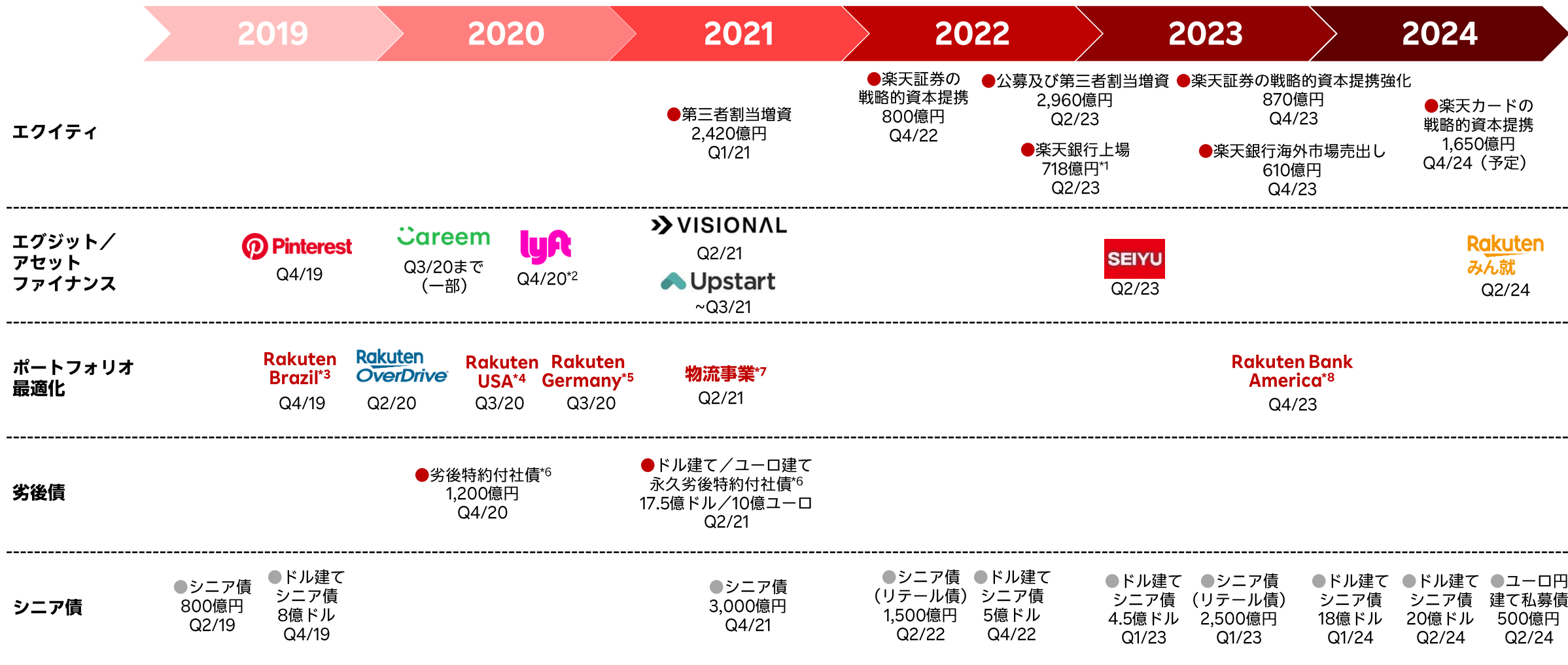
キャッシュ・コンバージョン・サイクル改善

- 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500億円は早期達成。9月末時点で約970億円まで到達



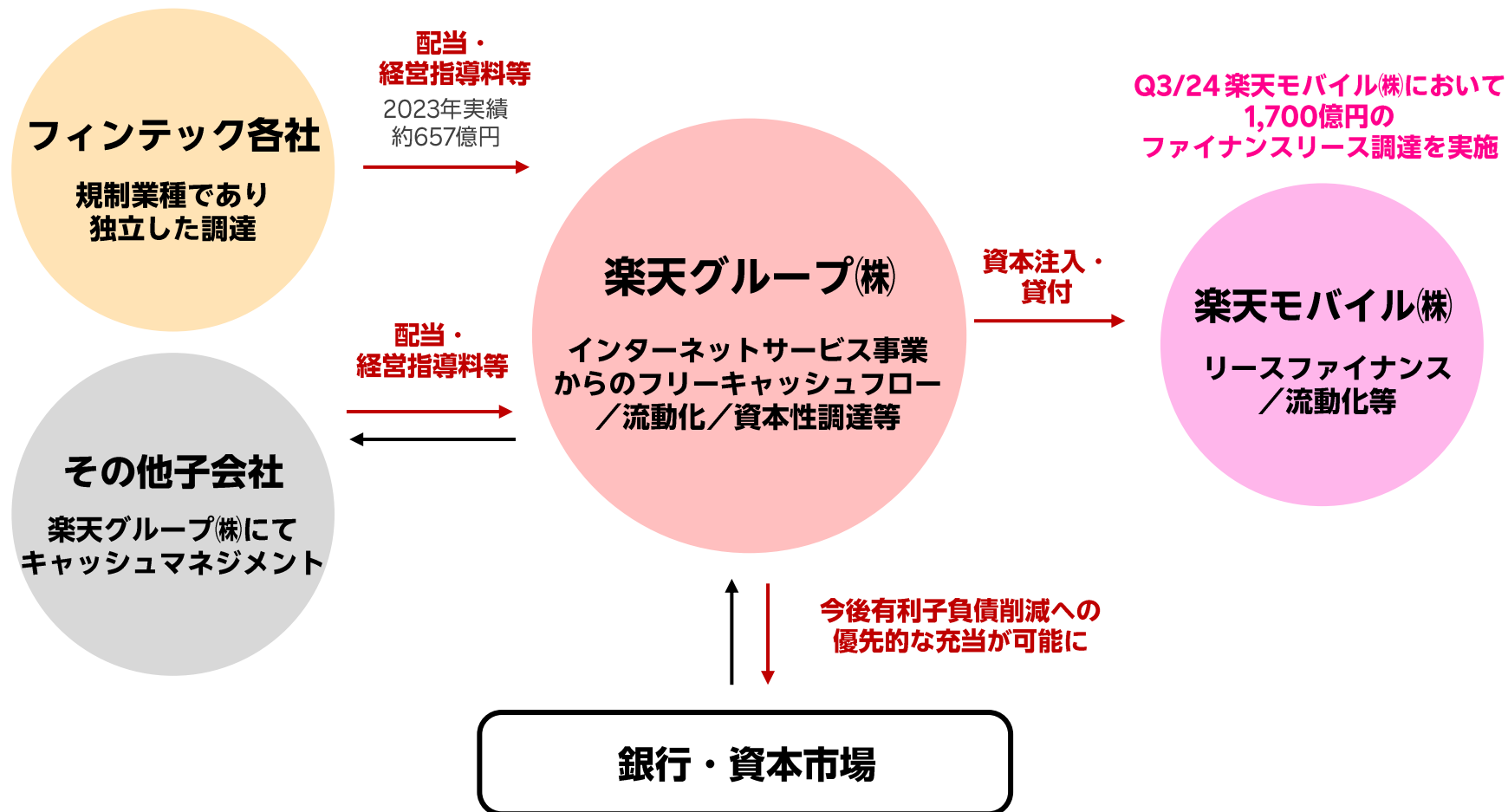
非金融事業における
2024年度目標の500億円を既に達成し
約970億円に到達

エクイティ、アセットファイナンス、社債を含む多様な資金調達実績



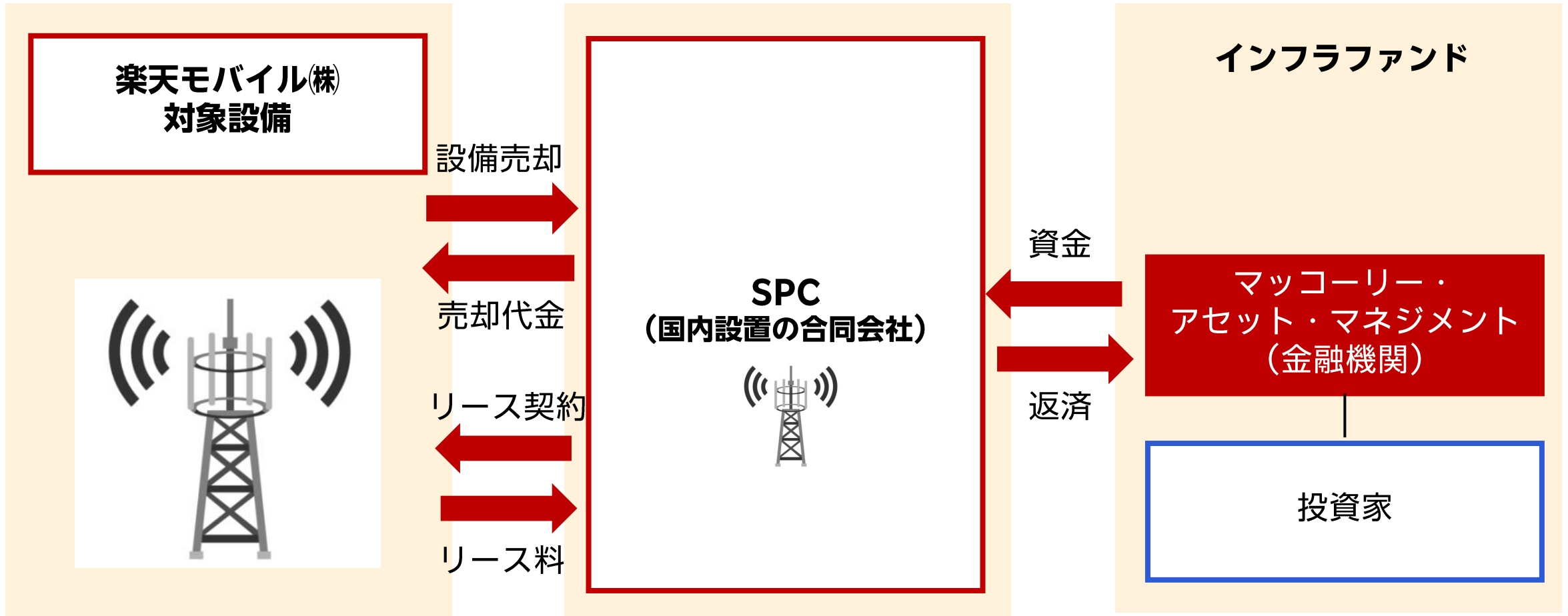
*1: 2023年4月13日に楽天銀行はグローバルIPOを条件決定 (IPO価格1,400円)。IPOを通じて当社は楽天銀行の一部株式 (53,951,300株) を売却。記載価格は手取金ベース。 *2: Lyft株式のカラーファイナンスによる資金調達 (Variable Prepaid Forward Sales取引)。 *3: EC事業の売却 (GenComm)。 *4: 米国のマーケットプレイスビジネス (旧Buy.com) の終了、およびRakuten Rewardsへの移行。 *5: ドイツにおけるマーケットプレイス事業の終了、および英国、スペイン、ドイツにおけるオープンECプラットフォームであるClub Rへの移行。 *6: S&P/R&I/JCR からの50%資本認定。永久劣後特約付社債についてはIFRS会計上は100%資本計上 *7: 日本郵便との合併会社を設立し、物流事業の一部を同社へ移管。 *8: 米国における銀行事業を目的とした準備会社の解散。

楽天モバイル調達フロー



セールアンドリースバックスキーム図

- 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、1,700億円の資金調達を実施
- IFRS/JGAAP会計処理は、金融取引となり、SPCに売却した固定資産は引き続き認識される



セールアンドリースバックの会計処理

- 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、1,700億円の資金調達を実施
- IFRS/JGAAP会計処理は、金融取引となり、SPCに売却した固定資産は引き続き認識される

楽天グループ(株) 連結 IFRS
※楽天モバイル(株) J-GAAPも同様の仕訳

調達実行時

B/S	
現預金	長期借入金
固定資産 (売却仕訳無し)	

リース期間中

T/B	
長期借入金 (支払利息含む)	現預金
減価償却費	減価償却累計額

5. ESG

国際的気候変動イニシアチブによるSBT認定を取得

- 楽天グループの温室効果ガスの排出に関する削減目標が、国際的気候変動イニシアチブの「SBTi (Science Based Targets initiative) *」により、パリ協定の目標に合致する科学的根拠に基づいているとしてSBT認定を取得

楽天グループの削減目標



対象項目		目標
Scope1 排出量	自らによる温室効果ガスの直接排出量	• 2032年までに排出量を2022年から 99.7%削減
Scope2 排出量	他社から供給された電気/熱/蒸気の使用に伴う間接排出量	
Scope3 排出量	Scope1/Scope2以外の間接排出量	• 2032年までに排出量を2022年から 30.0%削減 • 2032年までに販売電力量あたりの排出量を2022年から 76.8%削減

*国連グローバル・コンパクト、CDP、世界資源研究所（WRI）および世界自然保護基金（WWF）が共同で設立した国際的な気候変動イニシアチブ

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。