

**2026年度第1四半期決算説明会（連結）  
プレゼンテーション資料**

**2026年5月14日**

**楽天グループ株式会社**



# トピックス

## 1 サマリー

## 2 エコシステム

## 3 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

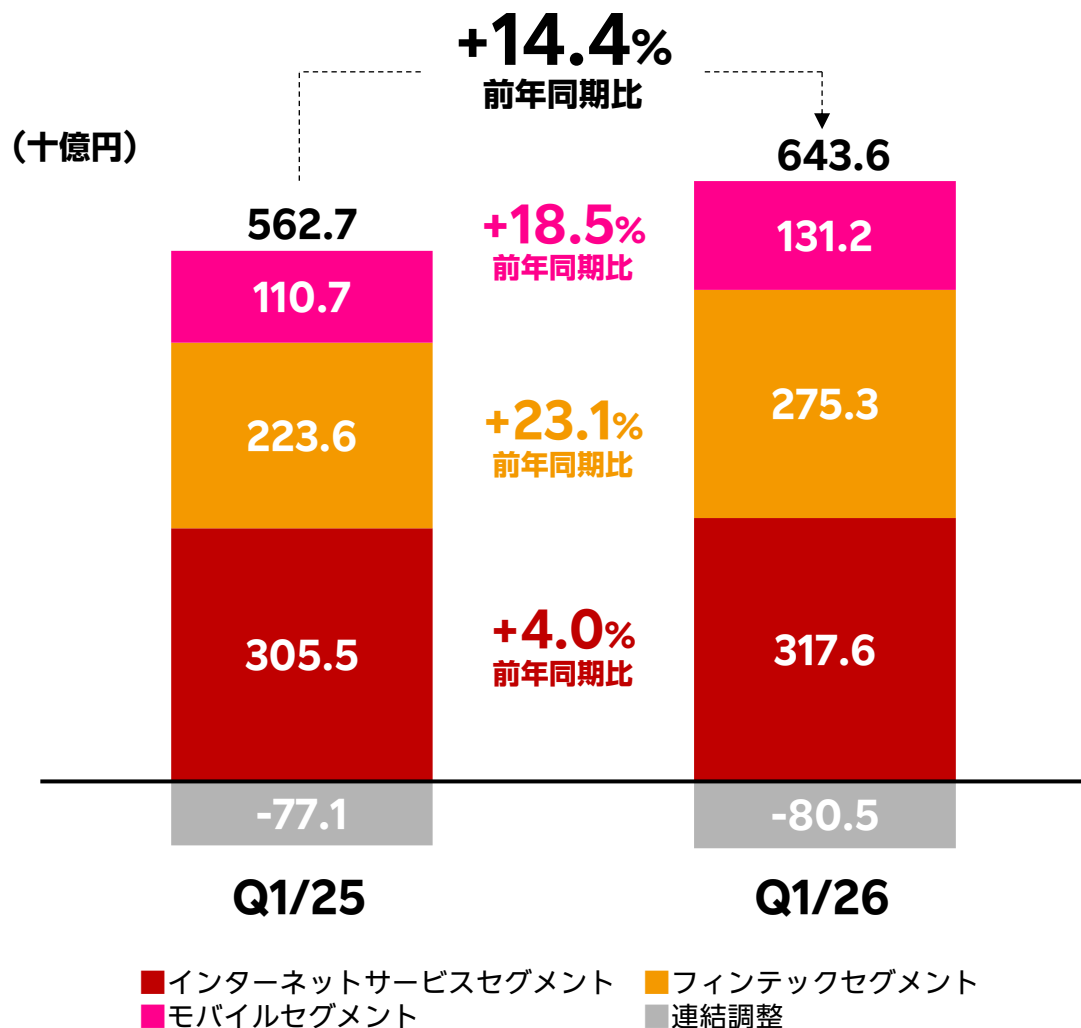
## 4 財務

## 5 AI

# 1. サマリー

---

# Q1/26 連結売上収益

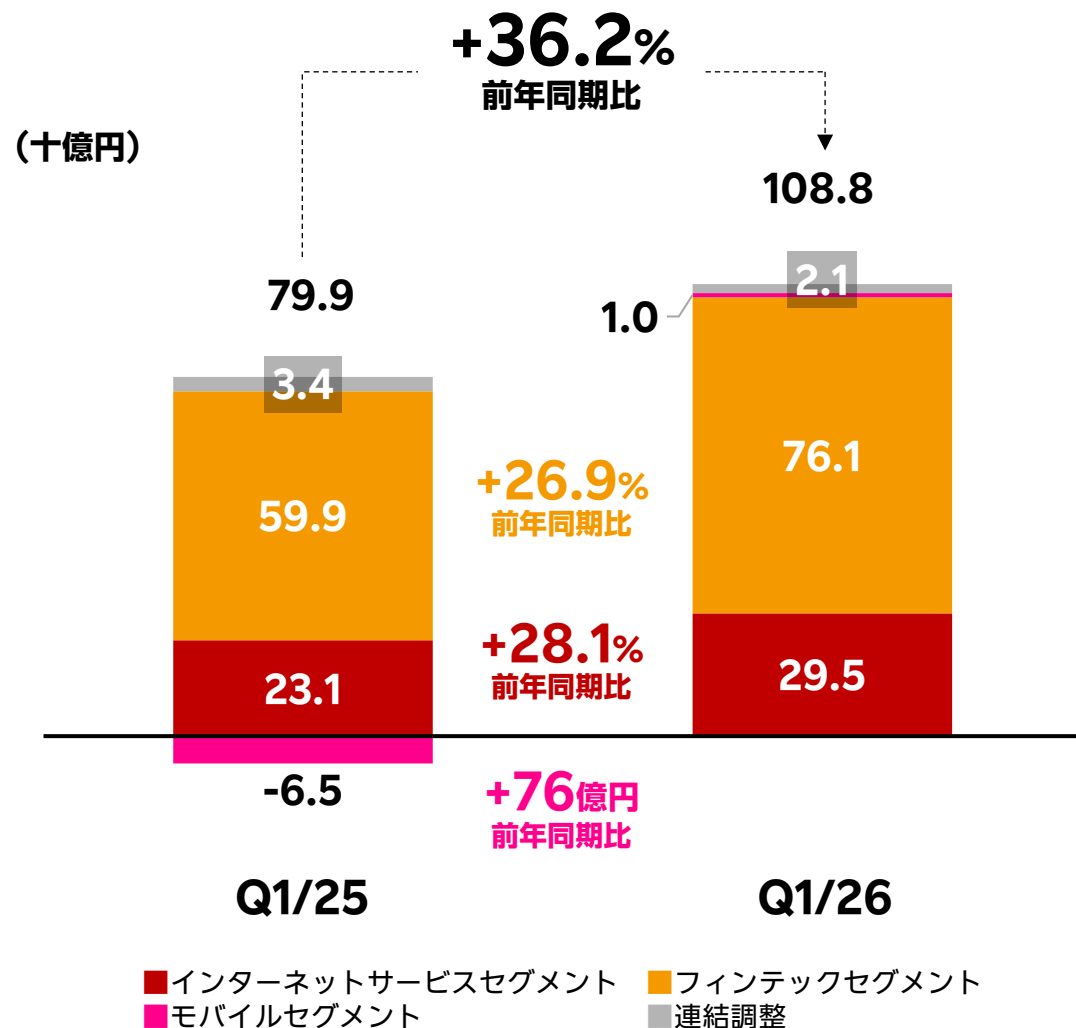


第1四半期において  
過去最高

**6,436** 億円

インターネットサービスは  
事業ポートフォリオを整理しながら成長、  
フィンテック各事業における取扱高増加に加え  
モバイルの契約回線数増加が増収を牽引

# Q1/26 連結EBITDA<sup>\*1\*2</sup>



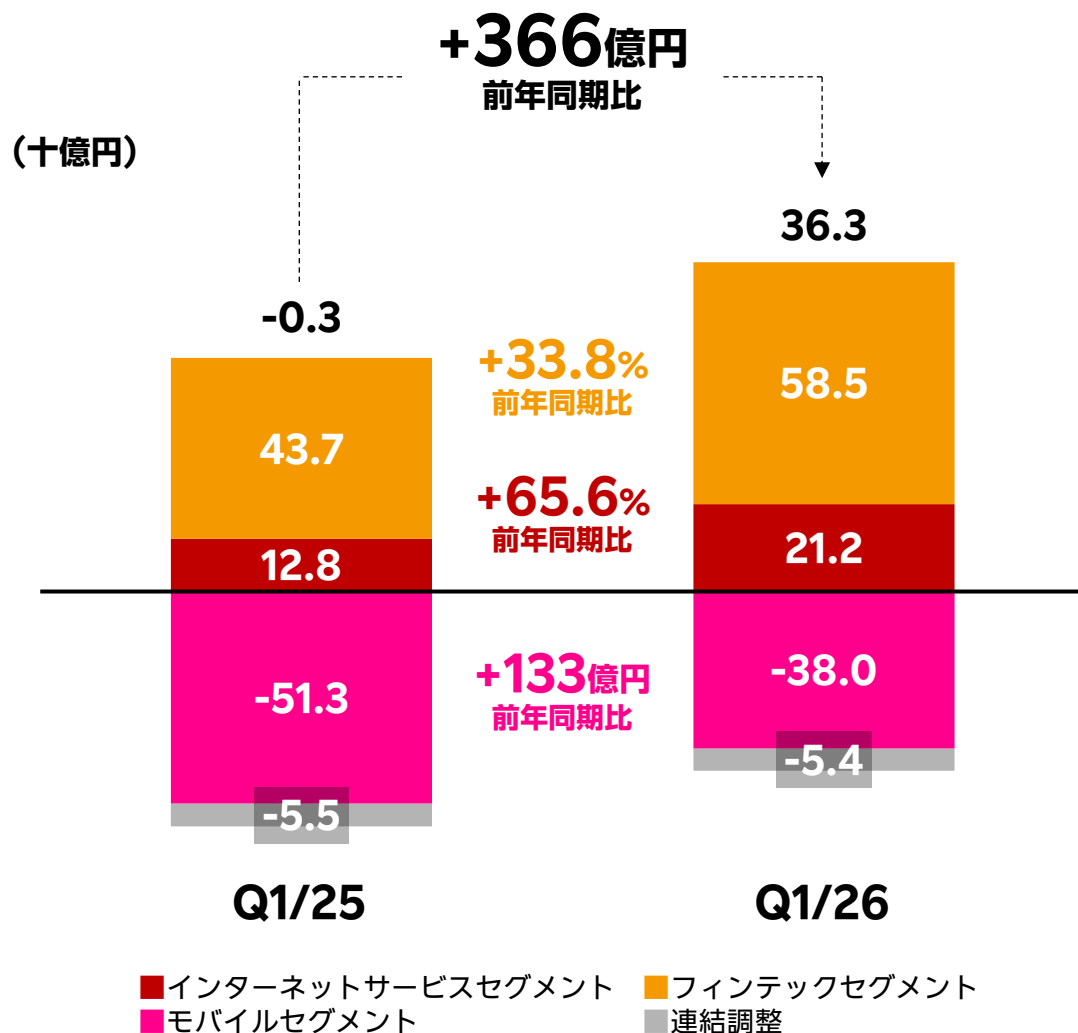
**連結EBITDA**  
**1,088** 億円

各セグメントの着実な成長により  
 MNO事業本格参入後  
 初めて第1四半期として1,000億円を突破

\*1: EBITDAはNon-GAAP営業利益に減価償却費等を加算して算出。

\*2: Q1/26より、一部のAI関連の開発費用を各事業に配賦するように変更。Q1/25以降のセグメント業績について遡及修正を実施。

# Q1/26 連結Non-GAAP営業利益\*



## MNO事業本格参入後初 第1四半期 黒字化達成

季節的に最も売上が弱くなる  
第1四半期での黒字化達成

\*Q1/26より、一部のAI関連の開発費用を各事業に配賦するように変更。Q1/25以降のセグメント業績について遡及修正を実施。

## 2. エコシステム

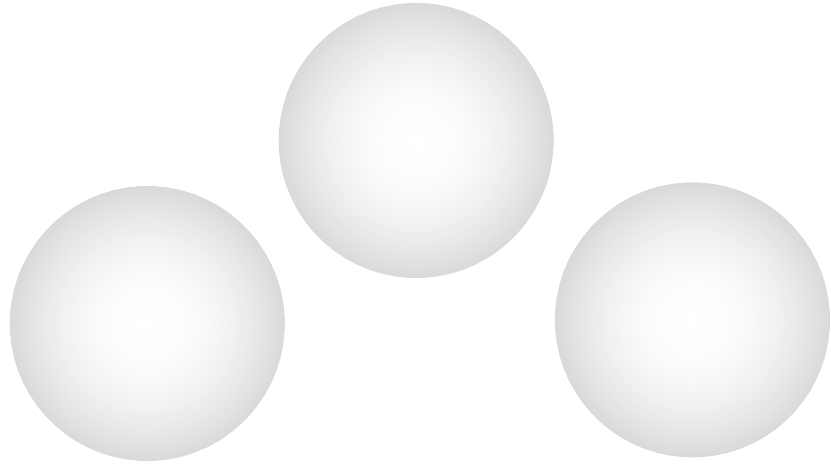
---

# エコシステム

---

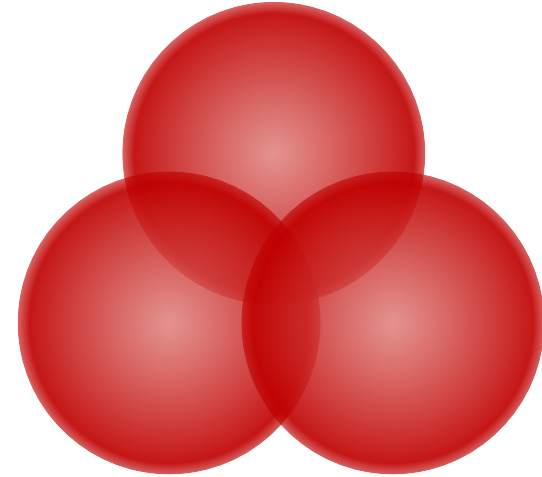
**複数領域のサービスが相互に作用し  
全体として価値を増幅させるしくみ**

# 競争優位性を生む楽天エコシステム



$$1 + 1 < 2$$

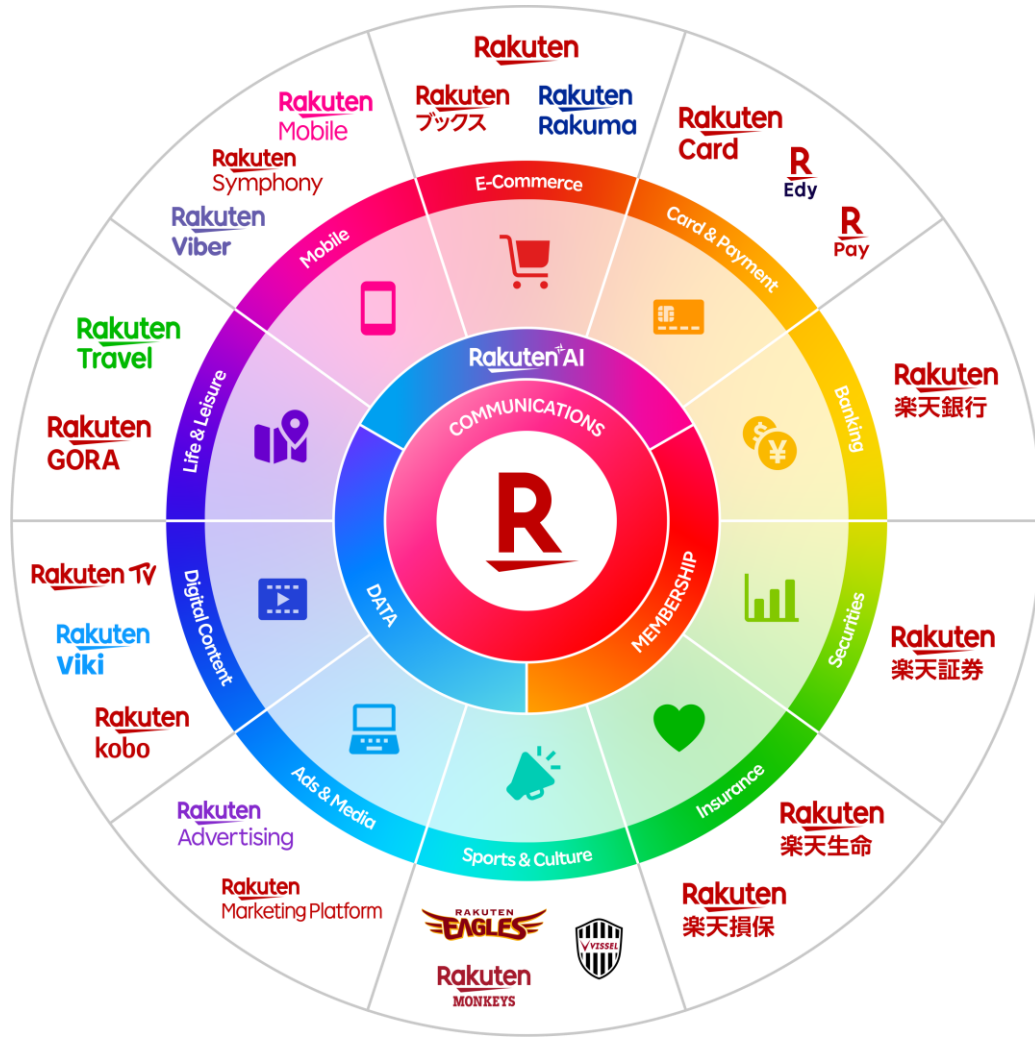
**コングロマリットディスカウント**  
(分散による価値の毀損)



$$1 + 1 > 2$$

**エコシステムプレミアム**  
(連携による価値の増幅)

# 楽天だからこそ可能な エコシステムによる 持続的な攻めと守りの戦略



## 基盤

- 70超のサービス
- 共通のブランド及びID

## データ

- 4,588万の国内月間利用者数
- 多岐にわたるサービス領域

## 強み

- 長年蓄積されたユーザーロイヤルティを高めるノウハウ
- 徹底して浸透する企業カルチャーによって実現する“完全な”経済圏

# 楽天エコシステムから生まれる価値の構成要素

## ① アクティブユーザー数

4,588万の国内月間利用者数。面で攻める強力な新規顧客獲得力

## ② クロスユース

高い回遊性による複数サービスの利用

## ③ 生涯顧客価値 (LTV)<sup>\*1\*2\*3</sup>

高ロイヤルティから生まれる各ユーザーの生涯価値

## ④ 顧客獲得費用

低CACサービスで獲得。高LTVサービスへアップセル

\*1: LTV=Lifetime Valueの略称。  $LTV = \sum (ARPU \times \text{利益率}^2 \times \text{リテンション率}) \div (1 + \text{割引率})^{K-1}$  ①Kは計画年数 ②ARPU=売上高÷年間アクティブユーザー \*2: 利益率={売上高×限界利益率}-リテンション費用<sup>\*3</sup>÷売上  
①限界利益=売上-変動費(売上原価、手数料等) \*3: 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

# ① アクティブユーザー数：楽天エコシステムによる強力な新規顧客獲得力

■ 共通のブランド及びIDの下で面である楽天エコシステムが効率的な新規顧客獲得を実現



楽天エコシステム**新規**利用者数  
(2020~2025年累計)

インターネットサービス経由  
**+1,970**万人

フィンテック経由  
**+1,610**万人  
(楽天ポイントカードを含む)

モバイル経由  
**+290**万人

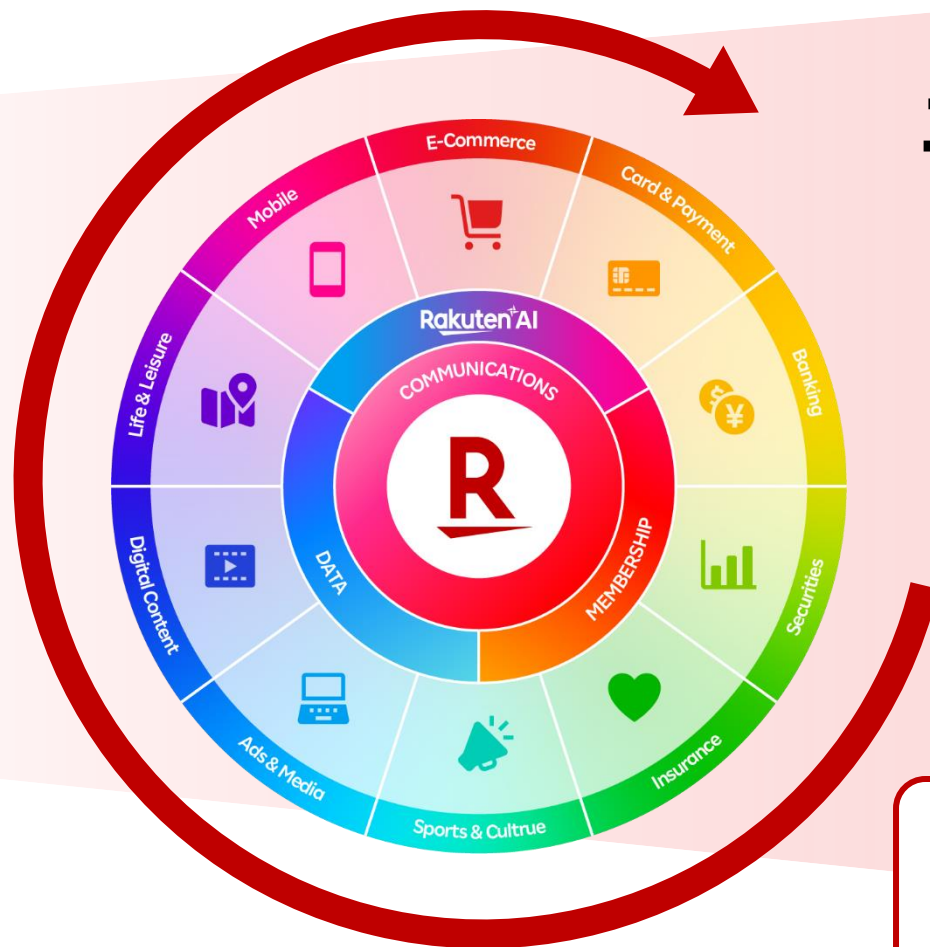
## ②クロスユース：楽天エコシステムが持つ高い回遊性

- 共通のIDやそこから蓄積されるデータを活用し、SPU等の長年培った独自のエコシステム戦略を展開

楽天エコシステム

**新規**利用者数  
(2020~2025年累計)

**3,871**万人



エコシステム新規利用後  
クロスユースで

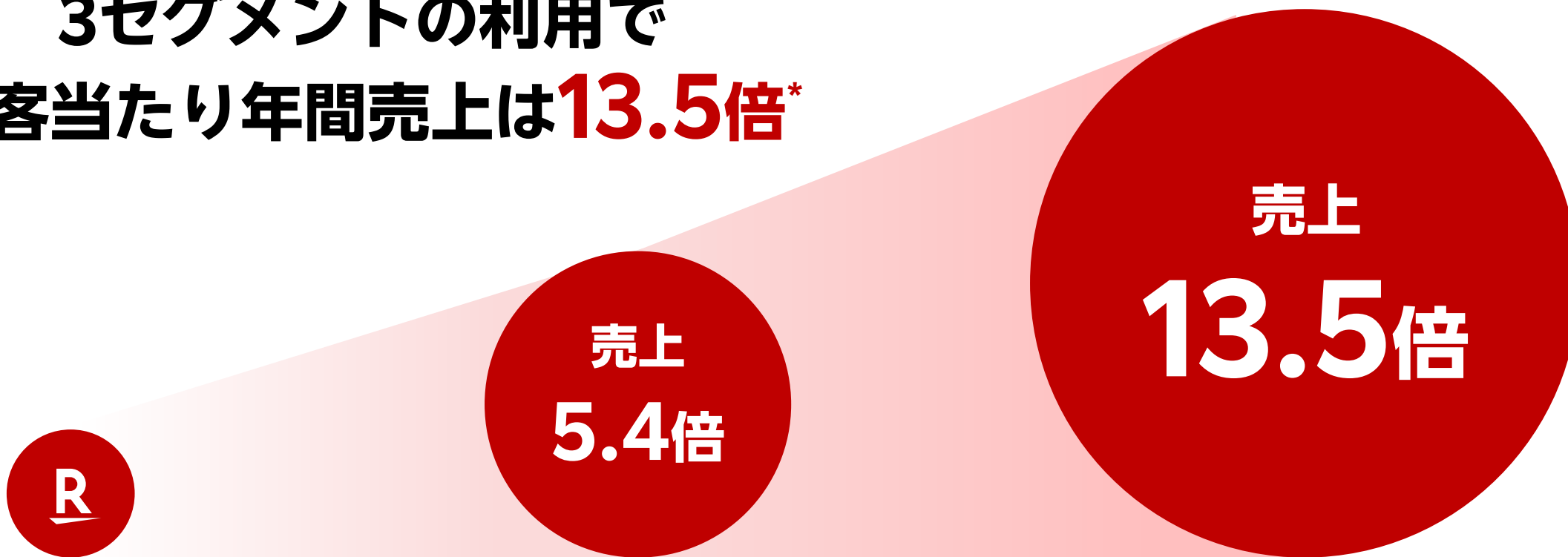
**4.6**倍

のサービスを利用増

6年間で延べ**1億7,910**万  
サービスが新たに利用

### ③ LTV：単なるセグメントの掛け合わせ以上の売上価値を創出

3セグメントの利用で  
顧客当たり年間売上は**13.5倍\***



1セグメントの利用

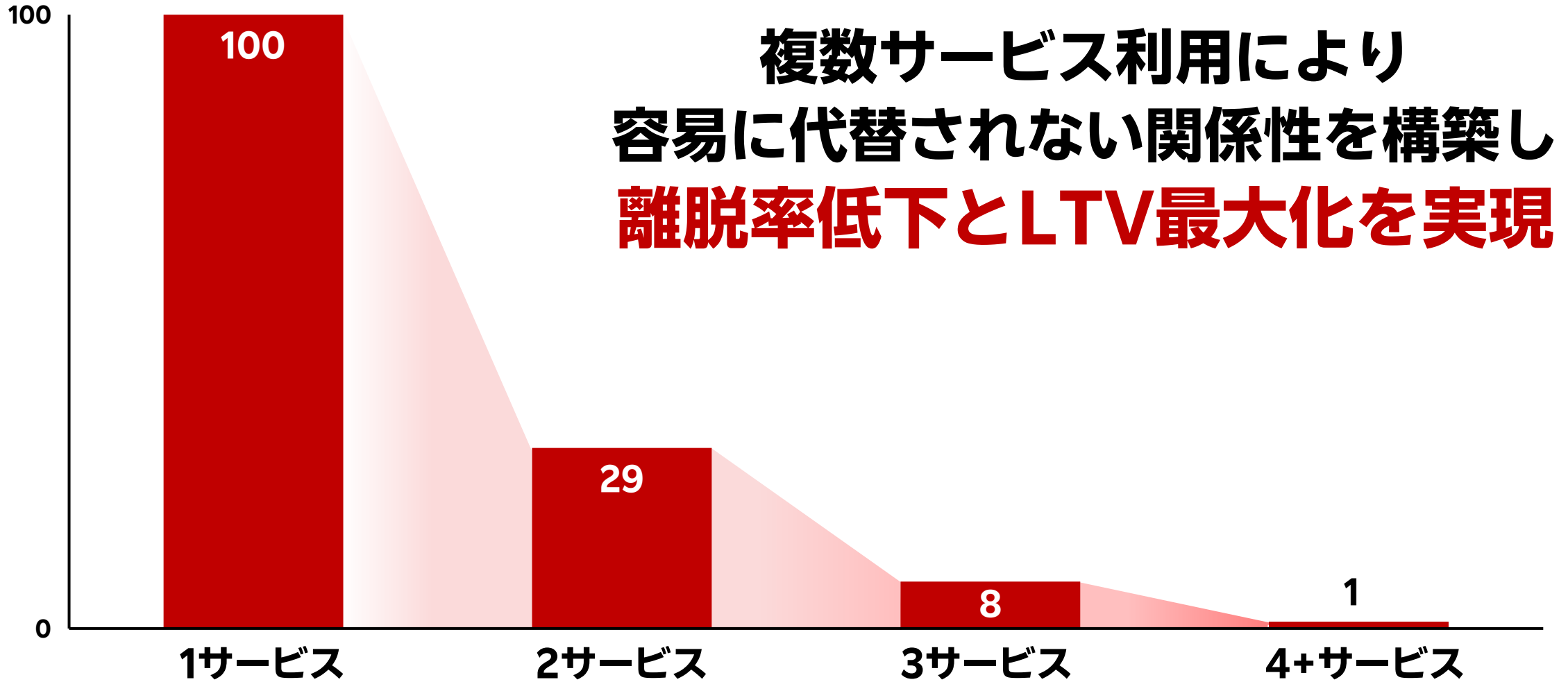
2セグメントの利用

3セグメントの利用

\*2025年度

### ③ LTV：楽天エコシステムの強力な顧客ロイヤルティ

利用サービス数ごとの楽天エコシステム離脱率  
(1サービス利用のみの離脱率=100とした指数、2025年度)



## ④顧客獲得費用 (CAC) : 低コストで獲得し高付加価値サービスの利用を促進

### 楽天エコシステムのアービトラージモデル

CACの低いサービスで顧客を獲得し、  
クロスユースでLTVの高いサービスにアップセル

CAC (低)

インターネットサービス  
+ 楽天ポイントカード

楽天エコシステム新規顧客獲得の  
75%がCACの低いサービス経由\*

アップセル

LTV (高)

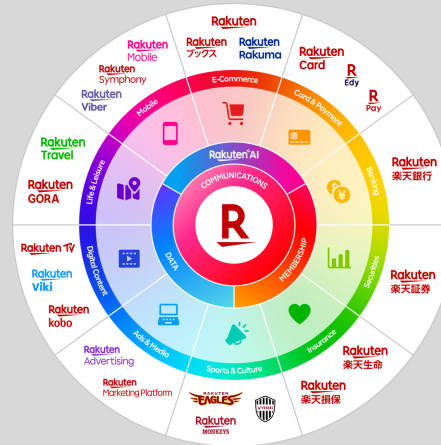
楽天ポイントカード以外の  
フィンテック + モバイル

高LTVサービスの新規利用者のうち  
85%は楽天エコシステム内の  
回遊をきっかけに利用\*

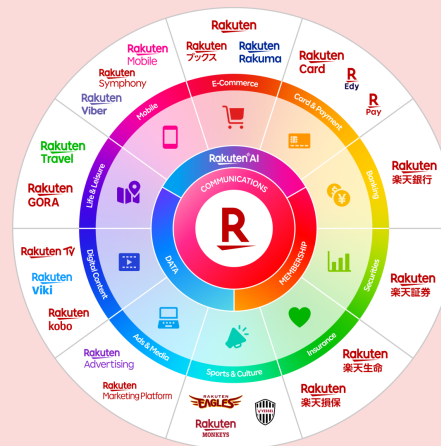
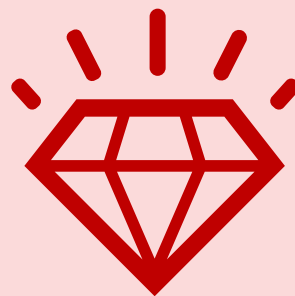
\*2020年度から2025年度の累計値に基づく

# 楽天エコシステムにとってAIは脅威ではなく、さらなる価値創出の機会に

楽天エコシステムの  
強力なロイヤルティは  
他社AIによる代替可能性に  
対する**防護壁**に



楽天エコシステムが有する  
豊富なデータは AIによる  
当社のさらなる価値創出のドライバーに



### 3. 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：Q1/26 業績ハイライト

- 楽天市場やトラベル事業等の国内主要事業や、Kobo、Viber等のコンテンツ事業が堅調な成長を継続し増収に貢献
- 収益性の高い広告売上の拡大や事業ポートフォリオの整理もあり大幅増益

売上収益<sup>\*1</sup>

**3,176**億円

**+4.0%**  
前年同期比

Non-GAAP  
営業利益<sup>\*1\*2</sup>

**212**億円

**+65.6%**  
前年同期比

\*1：Q1/26より、ポイント関連事業の一部をグループヘッドクォーター（調整額）からインターネットサービスセグメントへ移管。遡及修正は実施していません。 \*2：Q1/26より、一部のAI関連の開発費用を各事業に配賦するように変更。Q1/25以降のセグメント業績について遡及修正を実施。

# インターネットサービスセグメント：Q1/26 主要KPI

国内EC 流通総額<sup>\*1\*2\*3</sup>

1.5兆円

+4.8%  
前年同期比

トラベル事業 取扱高<sup>\*4</sup>

+16.4%

前年同期比

投資事業 IRR

+17.8%

インターナショナル部門<sup>\*1\*5</sup>  
売上収益

4.59億米ドル

+6.9%  
前年同期比

広告事業 売上収益<sup>\*6</sup>  
(全セグメント合計)

619億円

+13.0%  
前年同期比

\*1：Q2/25にインターネットサービスセグメント内の各事業についてセグメント内での区分の見直しを実施したことに伴い、遡及修正を実施。 \*2：Q2/25～国内EC流通総額の計上範囲の見直しを実施したことに伴い、遡及修正を実施。  
\*3：Q1/26より、ポイント関連事業の一部をグループヘッドクォーター（調整額）からインターネットサービスセグメントへ移管。遡及修正は実施していません。 \*4：Q3/25～成長投資ビジネスに含まれていた一部のトラベル事業をコアビジネスに移管。過去数値についても遡及修正を実施。 \*5：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等の合計。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。 \*6：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）。

# 国内EC：主要事業の成長と成長投資ビジネスの改善

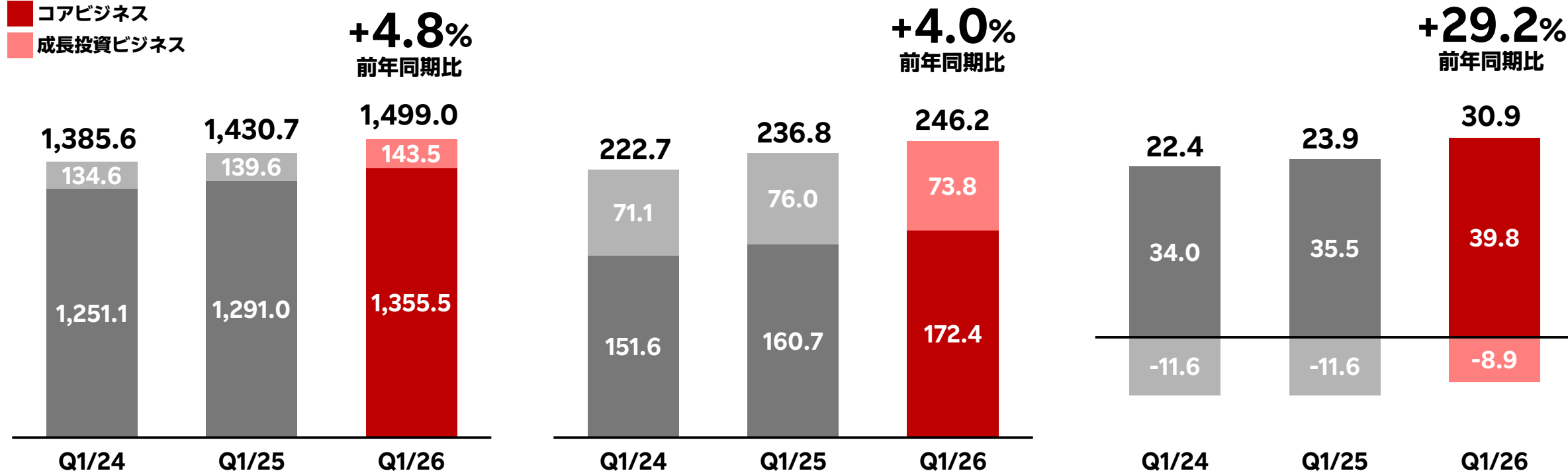
- コアビジネスの堅調な流通総額拡大と利益貢献に加え、物流事業等成長投資ビジネスの損失改善により大幅増益
- 広告売上の成長、成長投資ビジネスの損失縮小によりさらなるマージン向上を見込む

流通総額<sup>\*1\*2\*3</sup> (十億円)

売上収益<sup>\*2\*3</sup> (十億円)

Non-GAAP営業利益<sup>\*2\*3\*4</sup> (十億円)

■ コアビジネス  
■ 成長投資ビジネス

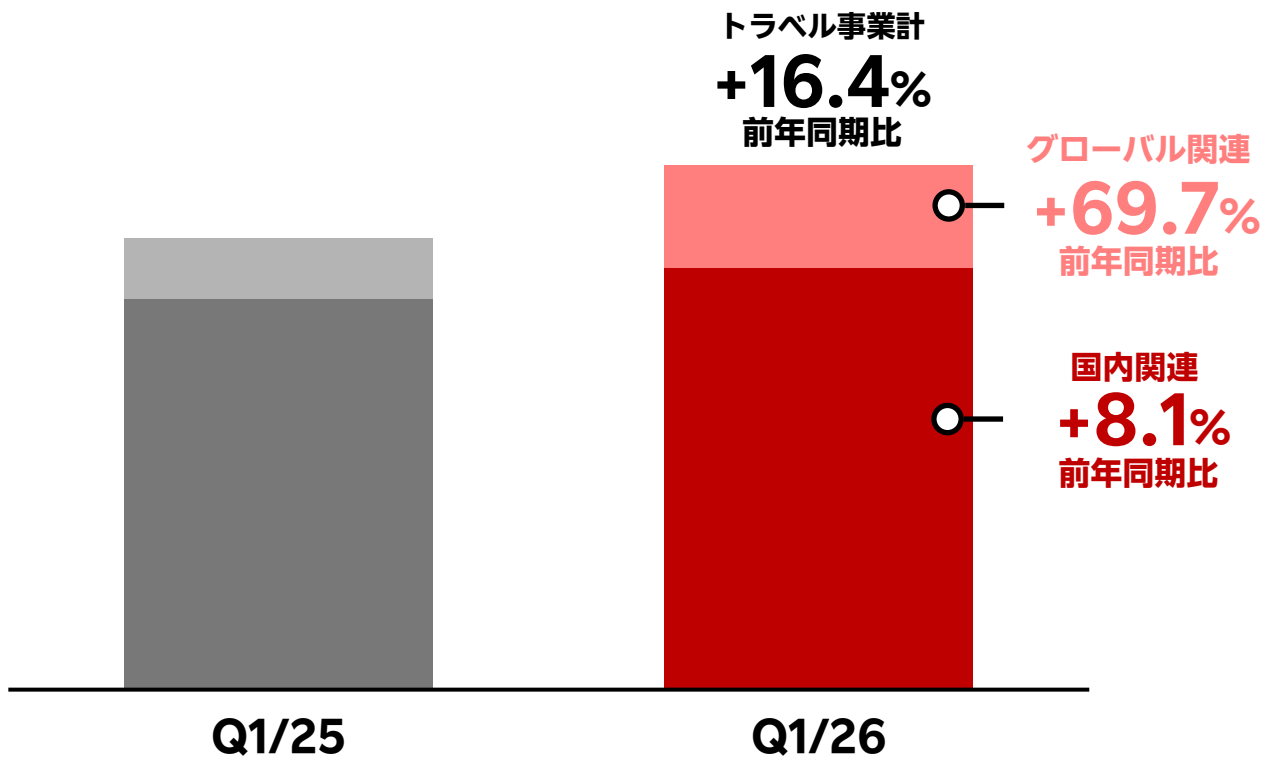


\*1: Q2/25より、国内EC流通総額の計上範囲の見直しを実施したことに伴い、遡及修正を実施。 \*2: Q2/25にインターネットサービスセグメント内の各事業についてセグメント内での区分の見直しを実施したことに伴い、遡及修正を実施。また、Q3/25より、成長投資ビジネスに含まれていた一部のトラベル事業をコアビジネスに移管。過去数値についても遡及修正を実施。 \*3: Q1/26より、ポイント関連事業の一部をグループヘッドクォーター（調整額）からインターネットサービスセグメントへ移管。遡及修正は実施していません。 \*4: Q1/26より、一部のAI関連の開発費用を各事業に配賦するように変更。Q1/25以降の各事業の業績について遡及修正を実施。

# トラベル事業：国内・グローバル関連共に高い成長率を維持

- インバウンド需要は引き続き好調。国内宿泊も販促強化により取扱高拡大
- 26年4月からRakuten AIがホテル検索から予約までをサポート可能に

## トラベル事業取扱高



26年4月  
から

Rakuten AIへの機能追加で  
ホテル検索から予約まで  
AIとの会話の中で実行可能に



部屋を選んで予約  
ボタンを押す

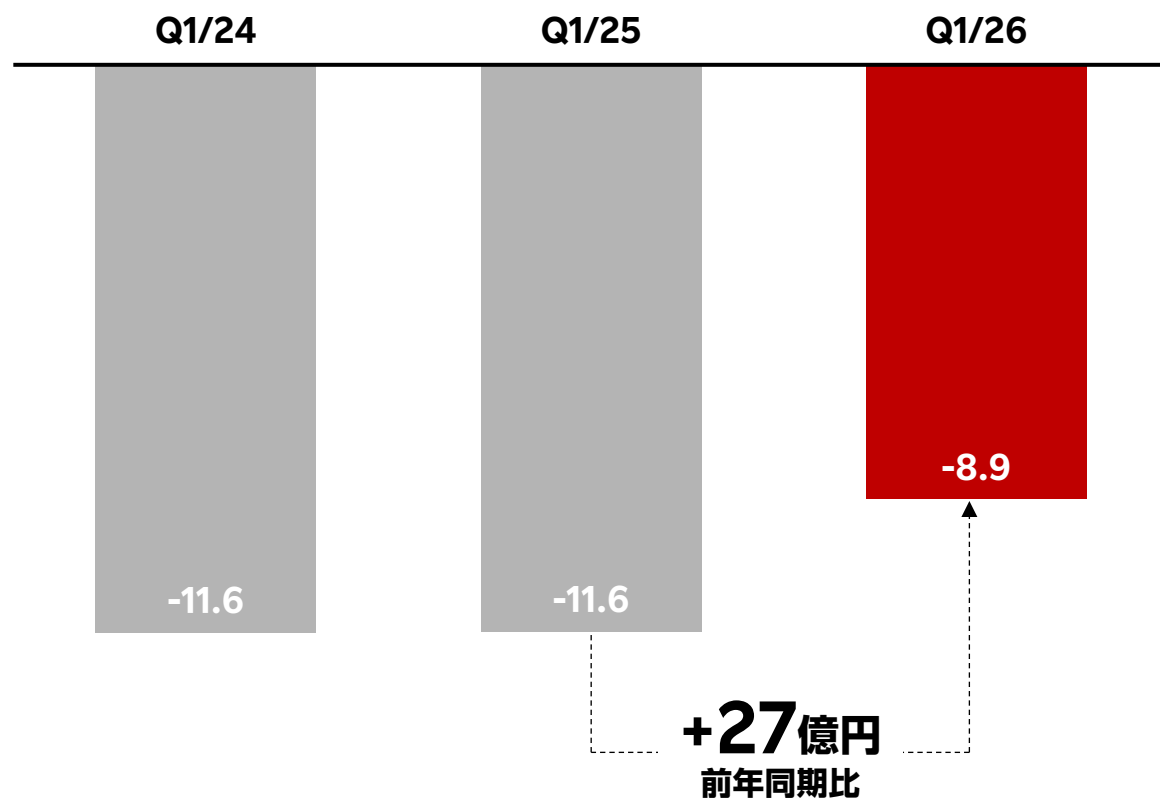


条件を確認のうえ  
予約ボタンを押して完了

# 成長投資ビジネス：継続的な損失改善を実現

- ネットスーパー事業では、関西エリア撤退後赤字は改善傾向。サブスクリプションプログラムのユーザー数も増加
- 物流事業では、取り扱いボリュームの高い店舗開拓によるさらなる荷量の増加を目指し、早期黒字化へ

## Non-GAAP営業損益\* (十億円)



(参考：2025年損失改善トピックス)

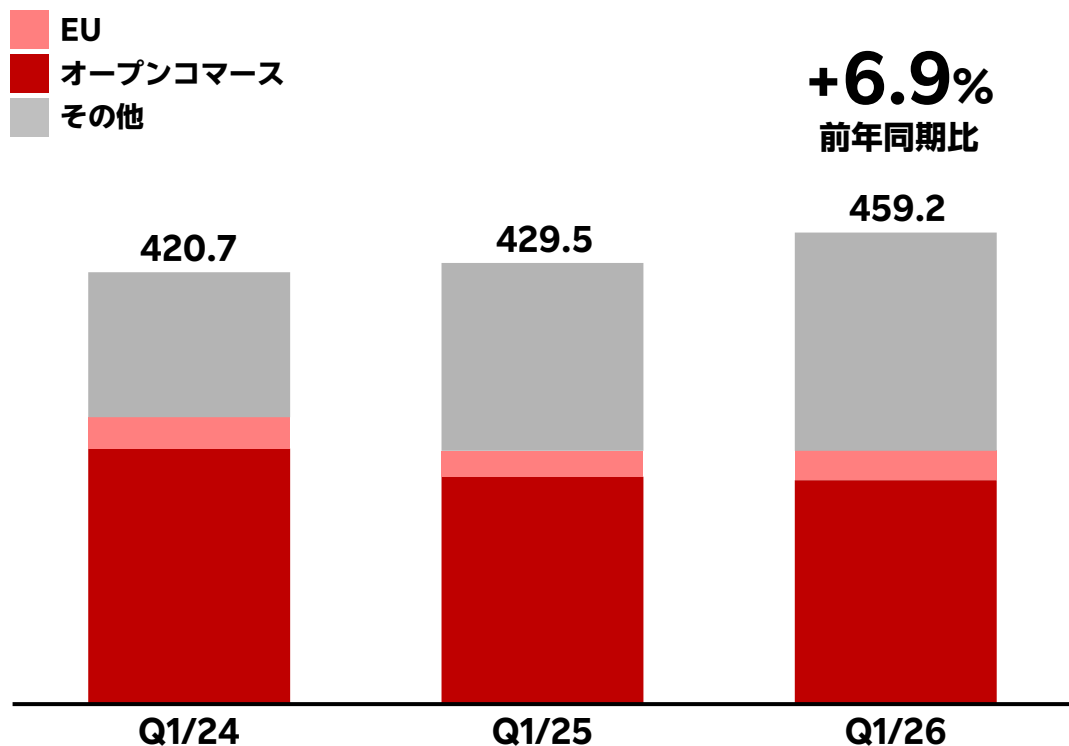
物流事業	<ul style="list-style-type: none"><li>● 価格改定 (Q2)</li><li>● 減損損失 (Q4)</li></ul>
NBA Rakuten	<ul style="list-style-type: none"><li>● サービス終了 (Q3)</li></ul>
楽天マート	<ul style="list-style-type: none"><li>● 関西エリア サービス終了 (Q4) とそれに伴う減損損失 (Q3)</li></ul>

\*Q1/26より、一部のAI関連の開発費用を各事業に配賦するように変更。Q1/25以降の各事業の業績について遡及修正を実施。

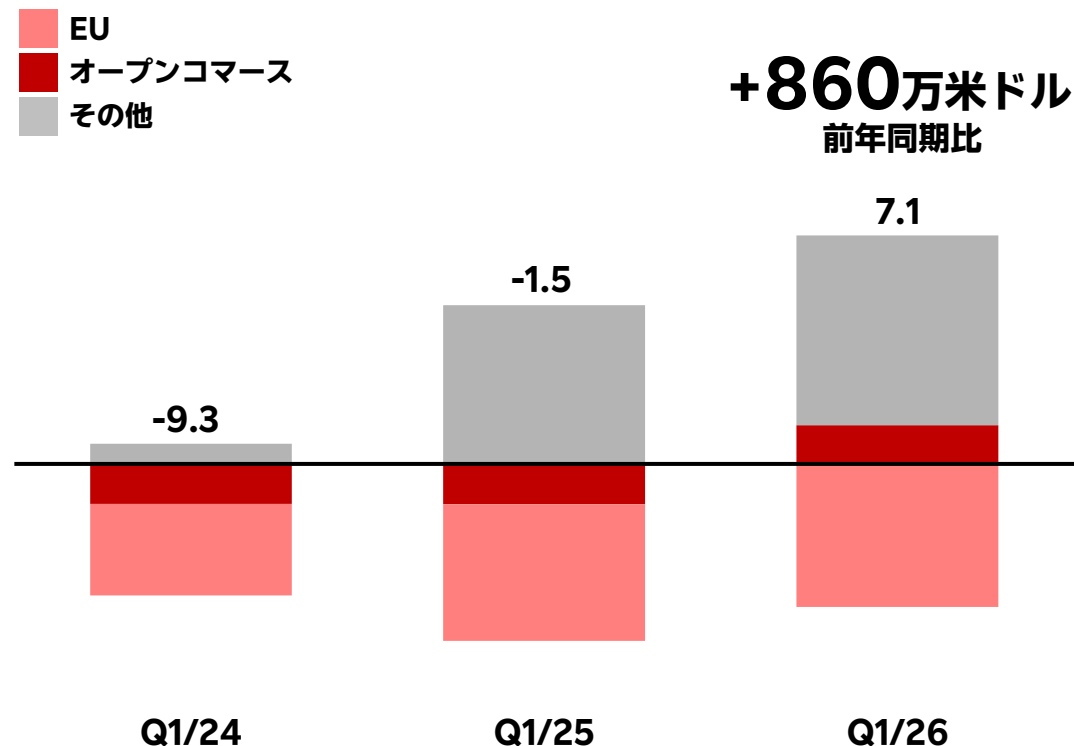
# インターナショナル部門<sup>\*1\*2</sup>：収益性を改善

- Rewardsは、Q1/25に事業再編費用を計上した反動で前年同期比大幅増益。Vikiの売上也堅調に拡大し増益
- Rakuten Franceのマーケットプレイス事業について26年末までに売却又は閉鎖することを26年4月に決定（Q1で固定資産の減損10億円を計上、事業撤退後年間37億円<sup>\*3</sup>の赤字縮小見込み）

売上収益（百万米ドル）



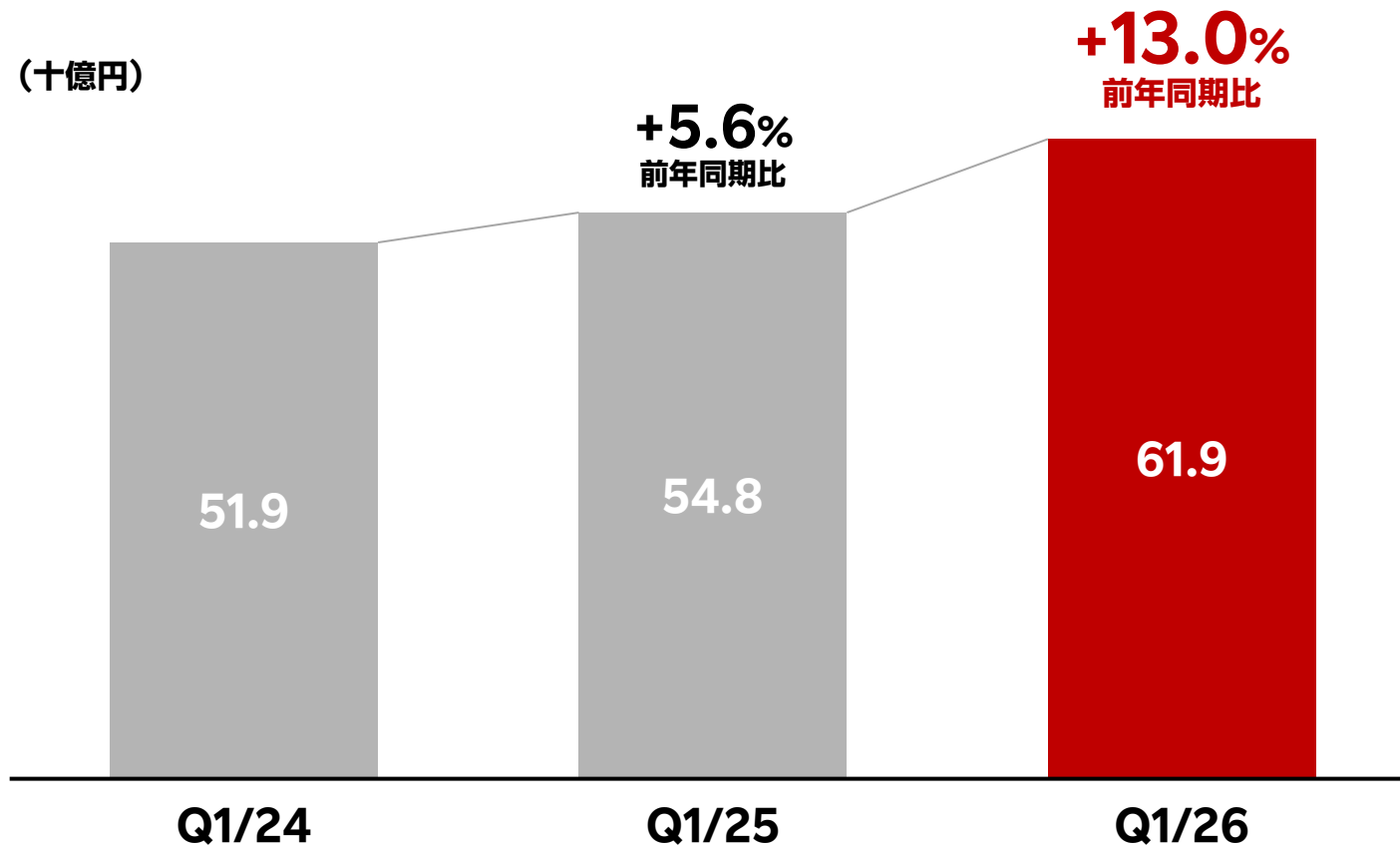
Non-GAAP営業利益<sup>\*4</sup>（百万米ドル）



\*1：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。 \*2：Q2/25にインターネットサービスセグメント内の各事業についてセグメント内での区分の見直しを実施したことに伴い、遡及修正を実施。 \*3：2025年業績に基づく。米ドルベースでは2,468万米ドル（1ドル=150円として換算）。 \*4：Q1/26より、一部のAI関連の開発費用を各事業に配賦するように変更。Q1/25以降の各事業の業績について遡及修正を実施。

# 広告事業 売上収益\*1：AI活用推進で二桁増収。国内ECの収益性向上に貢献

■ 広告事業の成長率は前年から加速。楽天市場におけるRPP\*2広告の自動最適化適用等が貢献



\*1：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）。 \*2：RPP=楽天プロモーションプラットフォーム。Q2/25決算資料にて詳細の説明。

# AIを活用したRPP<sup>\*1</sup>自動最適化の効果

- 25年7月より「楽天市場」のRPP広告へ自動最適化機能を順次導入。同年11月に全店舗向けに導入完了
- 導入前後<sup>\*2</sup>を比較すると、広告パフォーマンス向上による導入店舗のGMS向上はもちろん、当社のRPP広告収入も増加

## 広告パフォーマンス向上

楽天の持つデータとAIの活用で配信面毎に配信量や入札の強弱を最適化

## 楽天のRPP広告収入

**+10.9%** 導入前後比<sup>\*2</sup>  
当社のRPP広告収入も増加



AIによるRPP  
自動最適化  
導入効果

## RPP経由の市場GMS

**+13.8%** 導入前後比<sup>\*2</sup>  
RPP利用店舗の売上増加に寄与

## RPP利用意向向上

広告パフォーマンス向上で  
出店店舗の利用意向上昇

**AI**による出店店舗と楽天の  
**Win-Win**モデルが実現

\*1: RPP=楽天プロモーションプラットフォーム。Q2/25決算資料にて詳細の説明。 \*2: 比較対象期間: 2024年7月~2025年3月対2025年7月~2026年3月

# AI時代における楽天の広告事業の強み

- 楽天IDに紐づく確定的かつ網羅的な購買データをAIが直接学習
- AI時代において当社広告の価値は毀損されるのではなく、むしろ高いターゲティング精度実現による価値向上を見込む

	データ品質	効果測定	網羅性
楽天	実購買（ファクト）データを保有	共通IDにより認知から購買まで分断のないフルファネル*での測定が可能	エコシステムによる網羅的なデータ蓄積が可能
広告ビジネスの一般的な課題	検索・閲覧履歴（推測）に依存	Cookie規制下でトラッキングが困難	単一サービス毎のデータ収集・分析

楽天広告の各種特徴がAI時代の強みに

\*顧客が商品やサービスを知り、購入・リピート・継続利用に至るまでの購買プロセス全体

# フィンテックセグメント

---

# フィンテックセグメント：Q1/26 業績ハイライト

- 各サービスの顧客基盤拡大が継続し、楽天銀行・楽天カードを中心に大幅な増収
- コストコントロールも引き続き奏功し、楽天証券・楽天銀行等を中心に全事業が増益

売上収益

**2,753**億円

**+23.1%**  
前年同期比

Non-GAAP  
営業利益\*

**585**億円

**+33.8%**  
前年同期比

\*Q1/26より、一部のAI関連の開発費用を各事業に配賦するように変更。Q1/25以降のセグメント業績について遡及修正を実施。

# フィンテックセグメント：Q1/26 主要KPI

楽天カード  
ショッピング取扱高

6.8兆円

+8.5%  
前年同期比

楽天銀行  
単体口座数<sup>\*1</sup>

1,807万

+7.3%  
前年同期比

楽天銀行  
単体預金残高<sup>\*1\*2</sup>

12.9兆円

+12.9%  
前年同期比

楽天証券  
総合口座数<sup>\*1</sup>

1,387万

+12.4%  
前年同期比

26年4月に  
1,400万  
突破

楽天証券  
NISA口座数<sup>\*1\*3</sup>

753万

+18.3%  
前年同期比

楽天証券  
預り資産<sup>\*1\*2</sup>

50.3兆円

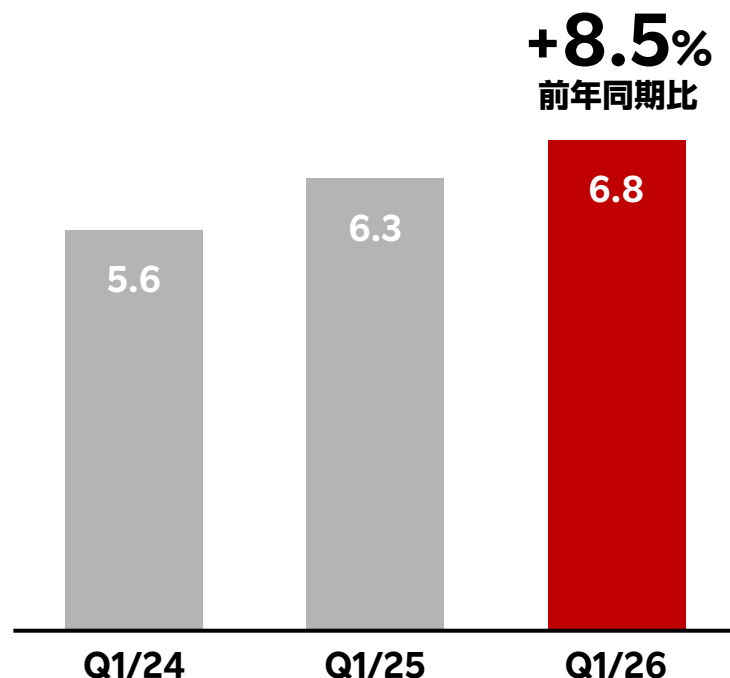
+39.7%  
前年同期比

\*1：表示単位未満切り捨て \*2：日本会計基準 \*3：ジュニアNISAを除く

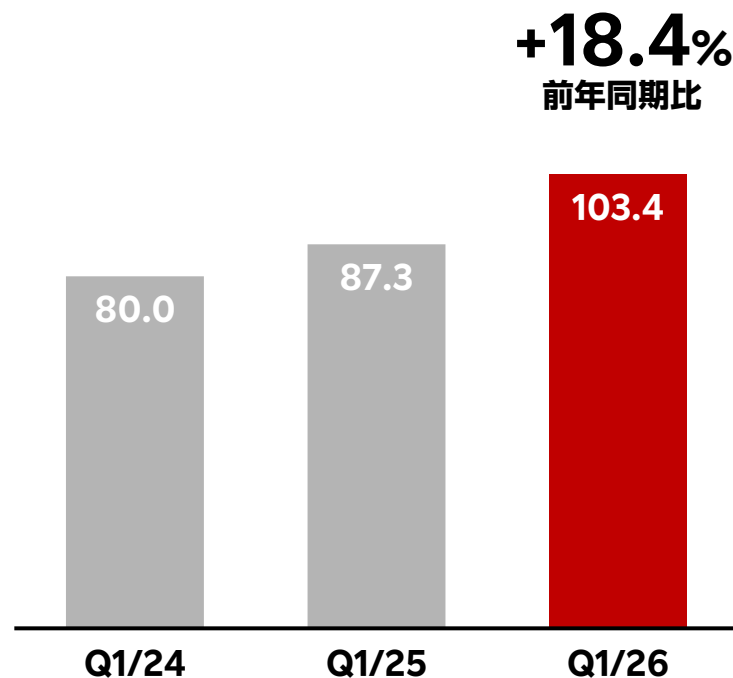
# 楽天カード：取扱高拡大とコストコントロールで金融費用増を跳ね返し増益

- 会員基盤の拡大・客単価の伸長により取扱高が拡大。リボ残高・分割払い取扱高も堅調に成長し増収に貢献
- 金融費用は引き続き増加しているものの、その他のコストコントロールが奏功し大幅増益

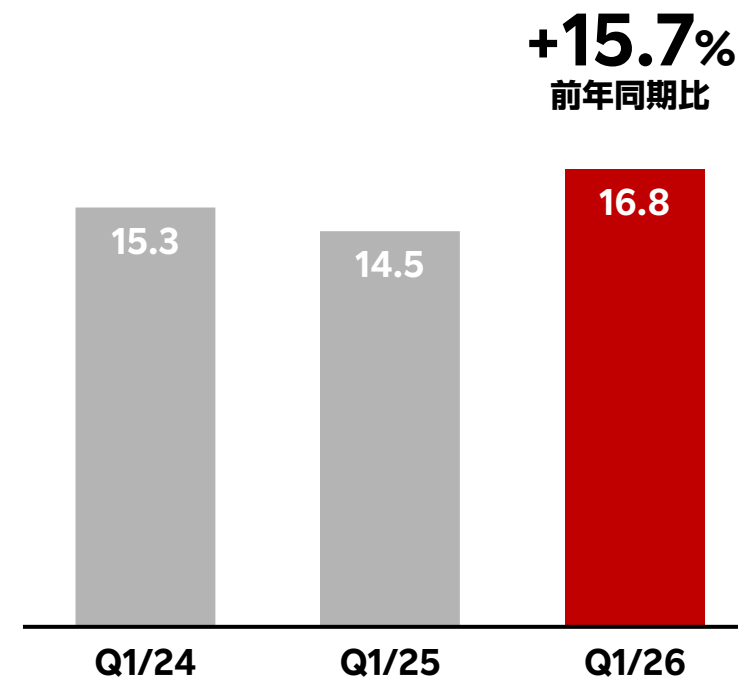
ショッピング取扱高（兆円）



売上収益（十億円）



Non-GAAP営業利益\*（十億円）

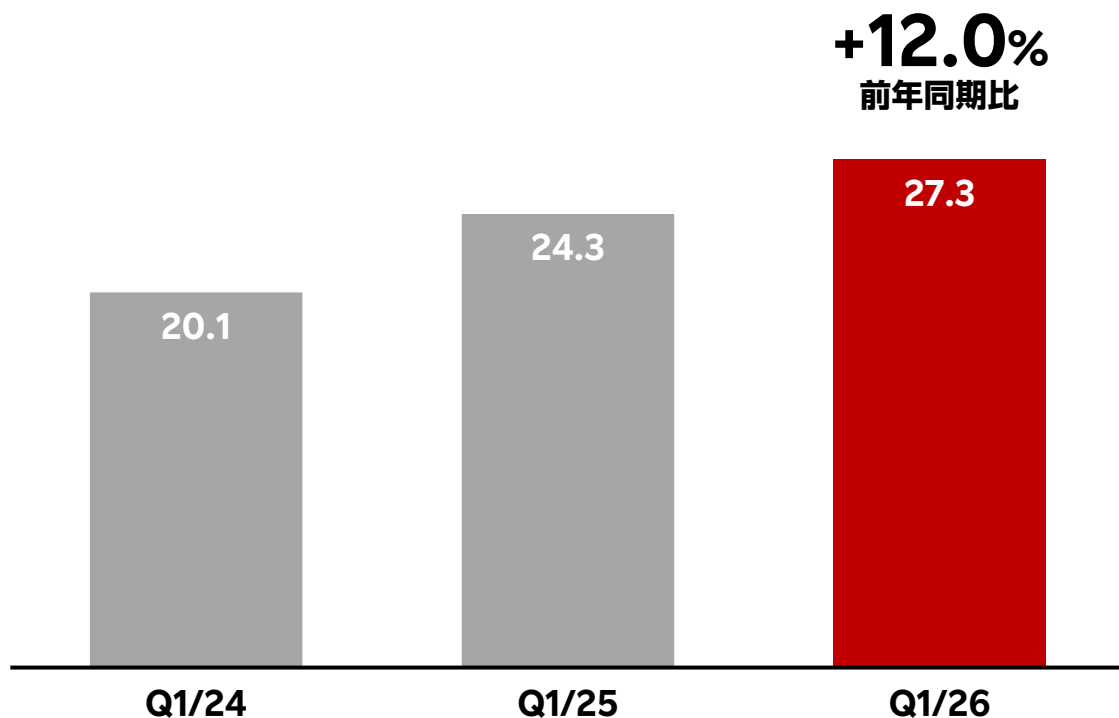


\*Q1/26より、一部のAI関連の開発費用を各事業に配賦するように変更。Q1/25以降の業績について遡及修正を実施。

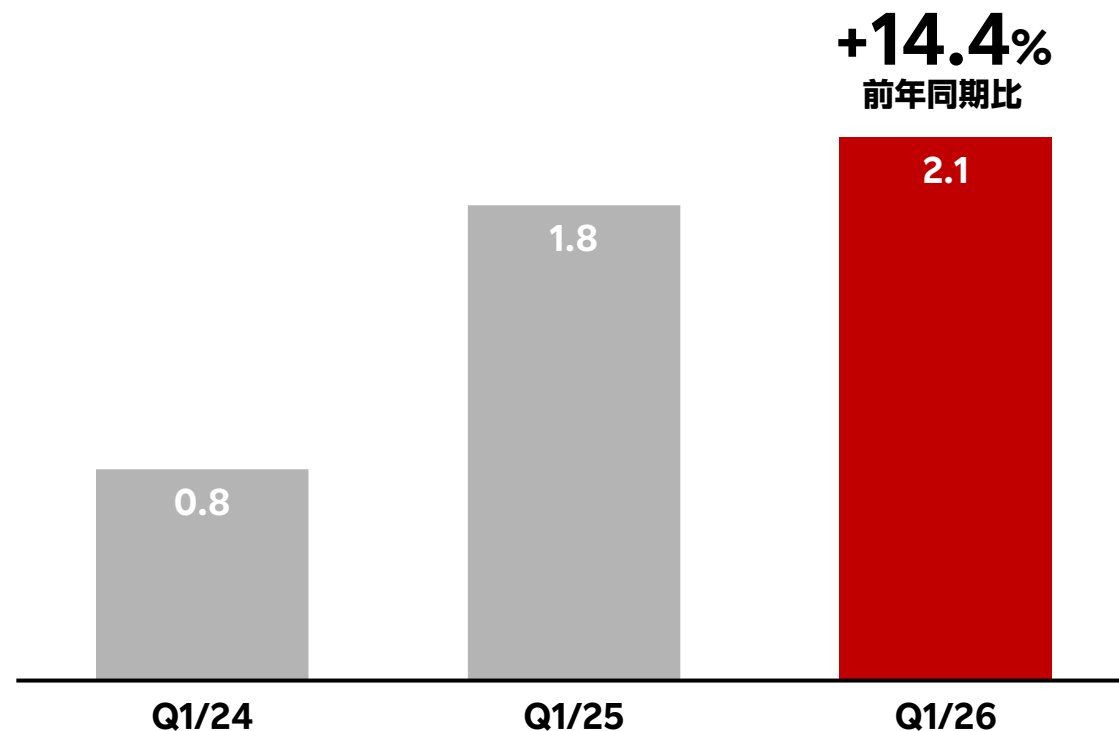
# 楽天ペイメント：取扱高継続拡大し堅調な増収増益を実現

- 顧客基盤・パートナー企業の拡大により取扱高が増加し売上収益が堅調に成長
- 売上収益の伸長・継続的なコストコントロールが奏功し、黒字を拡大

売上収益\*1 (十億円)



Non-GAAP営業利益\*1\*2 (十億円)



\*1：楽天ペイメント株式会社、楽天Edy株式会社の合算。 \*2：Q1/26より、一部のAI関連の開発費用を各事業に配賦するように変更。Q1/25以降の業績について遡及修正を実施。

# 楽天銀行（連結）：業績ハイライト<sup>\*1</sup>（日本会計基準、3月期通期累計）

- 金利上昇環境下での預金残高の着実な成長による運用資産残高の増加が金利収益の拡大に寄与
- 将来の成長に向けた顧客基盤の拡充等への投資を積極化した上でも四半期ベースで過去最高益を更新

<p><b>経常収益</b> (2026年3月期、連結)</p> <p><b>2,555</b> 億円 +38.4% 前年同期比</p>	<p><b>経常利益</b> (2026年3月期、連結)</p> <p><b>1,030</b> 億円 +44.1% 前年同期比</p>	<p><b>自己資本比率<sup>*2</sup></b> (2026年3月末時点、連結)</p> <p><b>10.7%</b> +0.1ppt 前年同期比</p>	<p><b>ROE<sup>*3</sup></b> (2026年3月期、連結)</p> <p><b>21.7%</b> +3.6ppt 前年同期比</p>
<p><b>口座数</b> (2026年3月末時点、単体)</p> <p><b>18.0</b> 百万 +7.3% 前年同期比</p>	<p><b>メイン口座<sup>*4</sup>数</b> (2026年3月末時点、単体)</p> <p><b>5.9</b> 百万 +7.6% 前年同期比 メイン口座率: <b>32.8%</b></p>	<p><b>預金残高</b> (2026年3月末時点、単体)</p> <p><b>12.9</b> 兆円 +12.9% 前年同期比</p>	<p><b>経費率<sup>*5</sup></b> (2026年3月期、単体)</p> <p><b>32.3%</b> -3.2ppt 前年同期比</p>

\*1：表示単位未満切り捨て \*2：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）。2025年3月末より、パーゼルスIII最終化を適用。 \*3：ROEについては、親会社株主に帰属する当期純利益を自己資本の期首期末平均で除して算出 \*4：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 \*5：営業経費を業務粗利益で除して算出

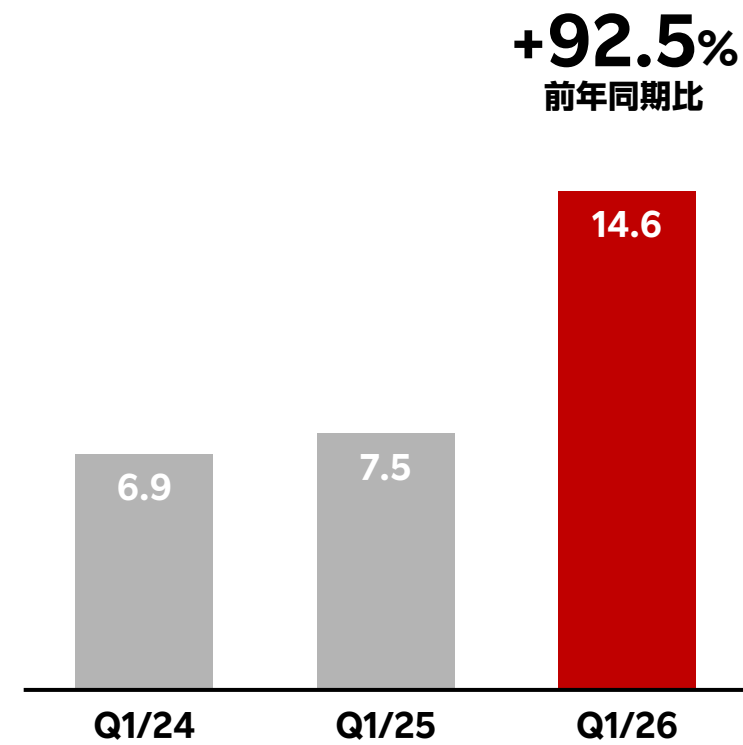
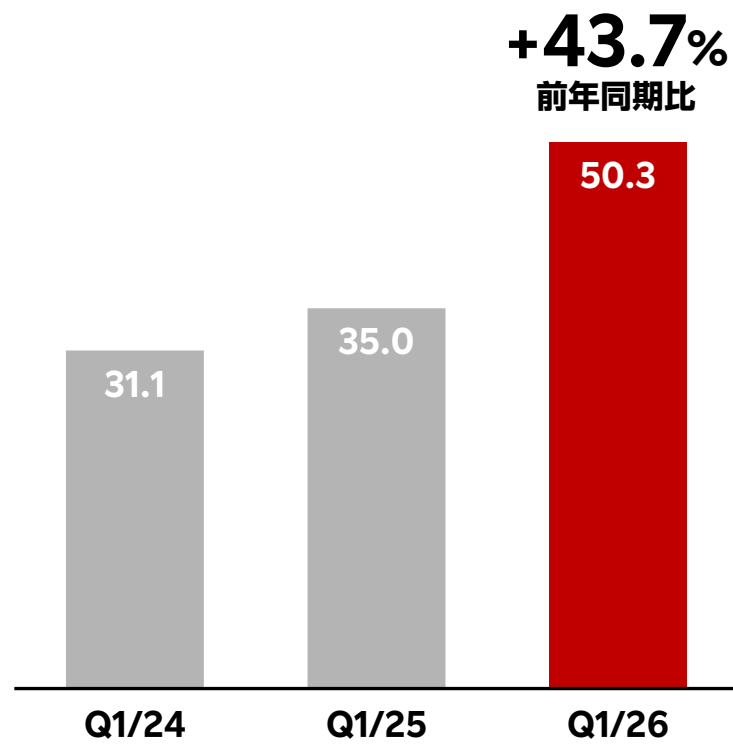
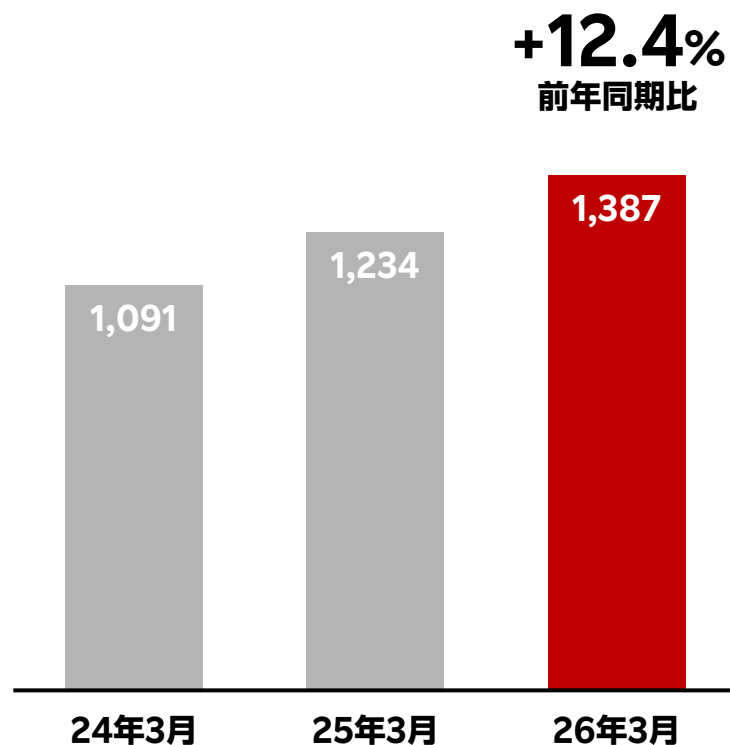
# 楽天証券：活発な市況を背景に金融収益等が大幅拡大

- 顧客基盤の拡大及び活発な市況により増収。四半期ベースで過去最高の営業収益を達成
- 23年10月に無料化した国内株式取引手数料以外の収益割合が拡大したことで、市況に左右されにくい事業構造に進化

総合口座数\*1 (万)

営業収益\*1\*2 (十億円・日本会計基準)

営業利益\*1\*2 (十億円・日本会計基準)

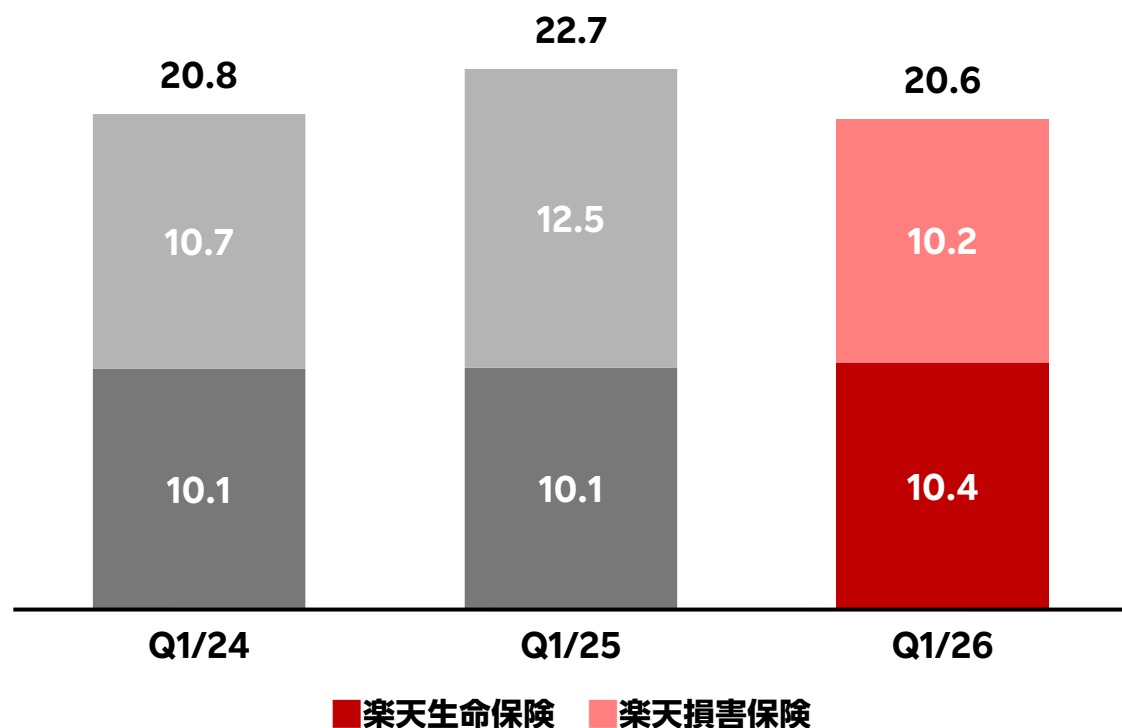


\*1: 表示単位未満切り捨て \*2: 楽天証券連結 (海外子会社を含む)

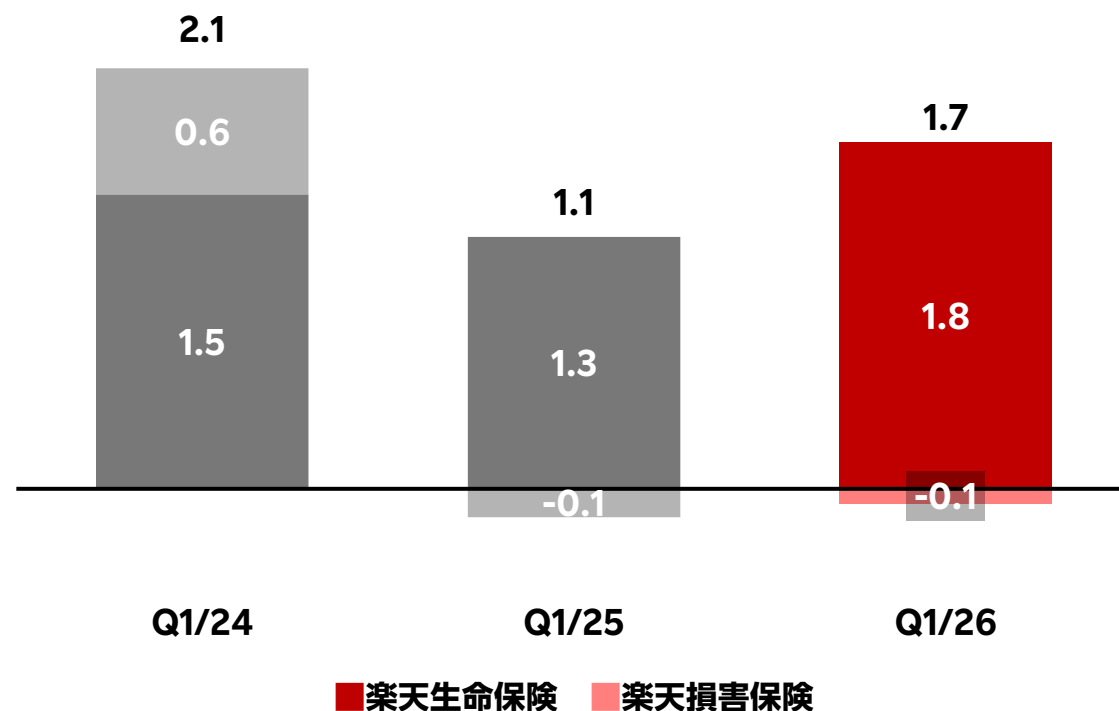
# 保険事業：注力商品の保険料収入が拡大し収益性の改善を牽引

- 生命保険については、対面・ネット・団信の各チャネルが引き続き好調。金融収益も増加し増益に寄与
- 損害保険は前年の一過性の運用収益の反動減や低収益商品群の販売停止により減収も、「楽天自動車保険」等の注力商品の販売拡大により収益性が改善

売上収益（十億円）



Non-GAAP営業利益\*（十億円）



\*Q1/26より、一部のAI関連の開発費用を各事業に配賦するように変更。Q1/25以降の各事業の業績について遡及修正を実施。

# フィンテック事業の再編について

- 26年10月効力発生を目指し、フィンテック事業再編に向けた協議を開始
- 本再編により定量化可能なシナジー効果を見込む

背景：①政策金利の引き上げを受けた資金調達環境の変化②AIの進化によるユーザーニーズの変化  
③大手銀行・通信キャリアによる顧客の囲い込みの加速



## 定量化された主要シナジー

### 1 財務シナジー

中期的に  
**数百億円**効果

- A 楽天カード及び楽天証券の外部有利子負債を楽天銀行からの借入に順次切り替え
- B グループ間での効率的な運用資産管理

### 2 個人顧客基盤の最大化

クロスユース率   
×  
1人当たり収益 (ARPU) 

- A クロスユース加速によるユーザーベース拡大、楽天銀行の生活口座化を通じた預金獲得力強化
- B 楽天銀行、楽天カードが持つファイナンス商品\*1の連携による戦略的販売強化
- C アプリ統合によるシームレスな連携の加速



## その他シナジー

### 3 法人顧客基盤の最大化



楽天銀行と楽天カードの法人ビジネスにおける連携強化

- A 法人向けソリューションの一本化
- B 楽天カードの法人顧客における口座開設・預金獲得の一層強化

### 4 その他\*2



- A (顧客の同意取得を含めて関連する法令及び規則に従った上で) 各社が保有している豊富なデータのさらなる連携とAI活用
- B よりシームレスな顧客体験の提供に向けた、フィンテック事業全体におけるeKYC等を通じた顧客データの一元化

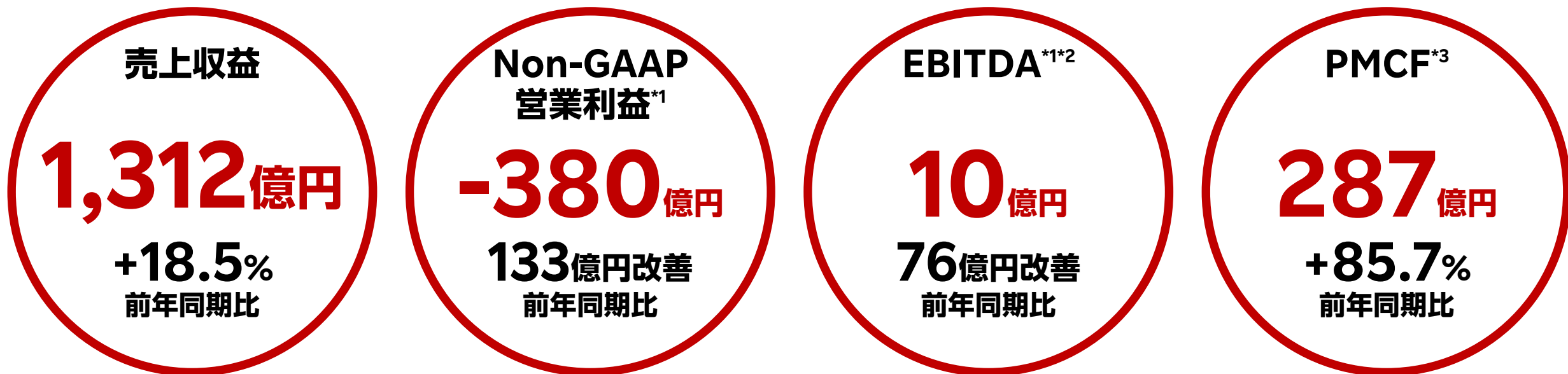
\*1：カードローン、キャッシング等 \*2：検討中の施策を含む

# モバイルセグメント

---

# モバイルセグメント：Q1/26 業績ハイライト

■ 楽天モバイルと楽天シンフォニー共に増収と損失改善実現



\*1：Q1/26より、一部のAI関連の開発費用を各事業に配賦するように変更。Q1/25以降のセグメント業績について遡及修正を実施。 \*2：EBITDAはNon-GAAP営業利益に減価償却費等を加算して算出。 \*3：PMCF=プレマーケティングキャッシュフロー。モバイルセグメントのEBITDAに楽天モバイル(株)の固定資産税費用及び顧客獲得関連費用（マーケティング費、ショップ費用、SPU等）を加算して算出。

# モバイルセグメント：Q1/26 主要KPI

**Rakuten**  
Mobile



全契約回線数\*1  
(2026年3月末)

**1,036万**

+174万回線  
前年同期比

調整後MNO解約率\*2  
(Q1/26)

**1.57%**

Q1/25 : 1.56%

ARPU\*3  
(Q1/26)

**2,834円**

+6円  
前年同期比

**Rakuten**  
Symphony



顧客数\*4  
(2026年3月末)

**70顧客**

+7顧客  
前四半期対比

パートナー数\*5  
(2026年3月末)

**21社**

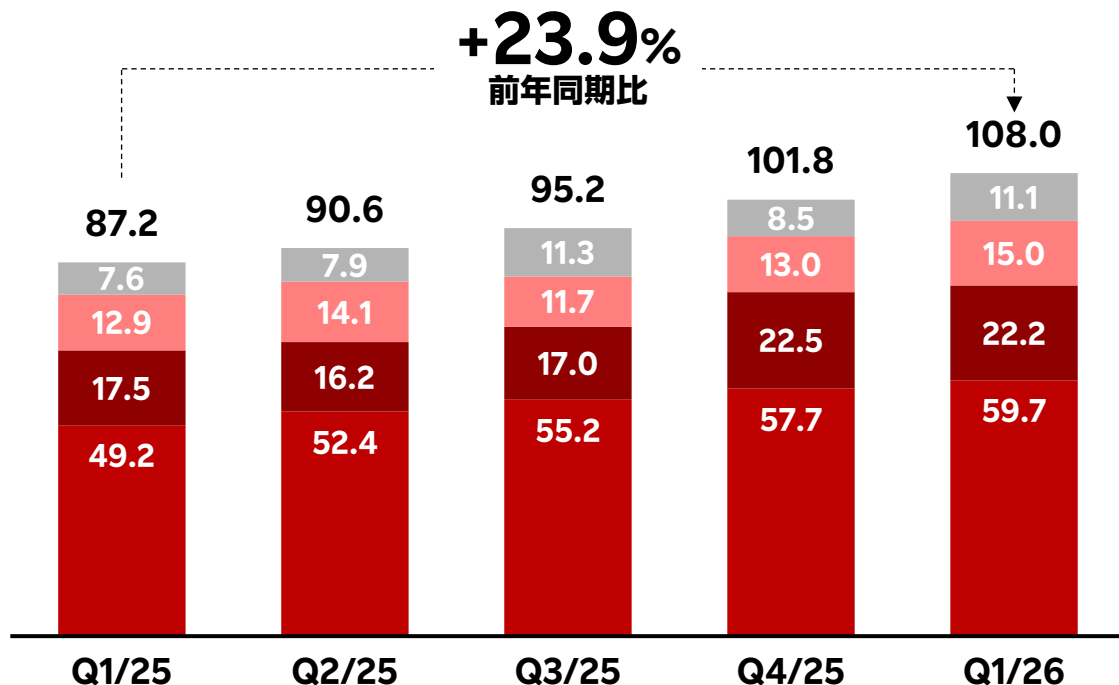
\*1：BCP等回線を含むMNO、MVNE及びMVNOの合計値。BCPとは、B2BにおいてBusiness Continuity Plan用途に販売しているプラン。 \*2：B2Cにおいて契約と同月に解約した回線数を除いた解約率。 \*3：エコシステムARPUを含む。ARPUの分母となる契約回線数は、BCP及びMVNE回線を除くMNO契約回線数の各四半期における期首期末平均を用いて算出。 \*4：PoC、MoUを含む \*5：販売パートナーシップは2025年に開始

# Rakuten Mobile

# 楽天モバイル<sup>\*1\*2\*3</sup>：四半期業績推移

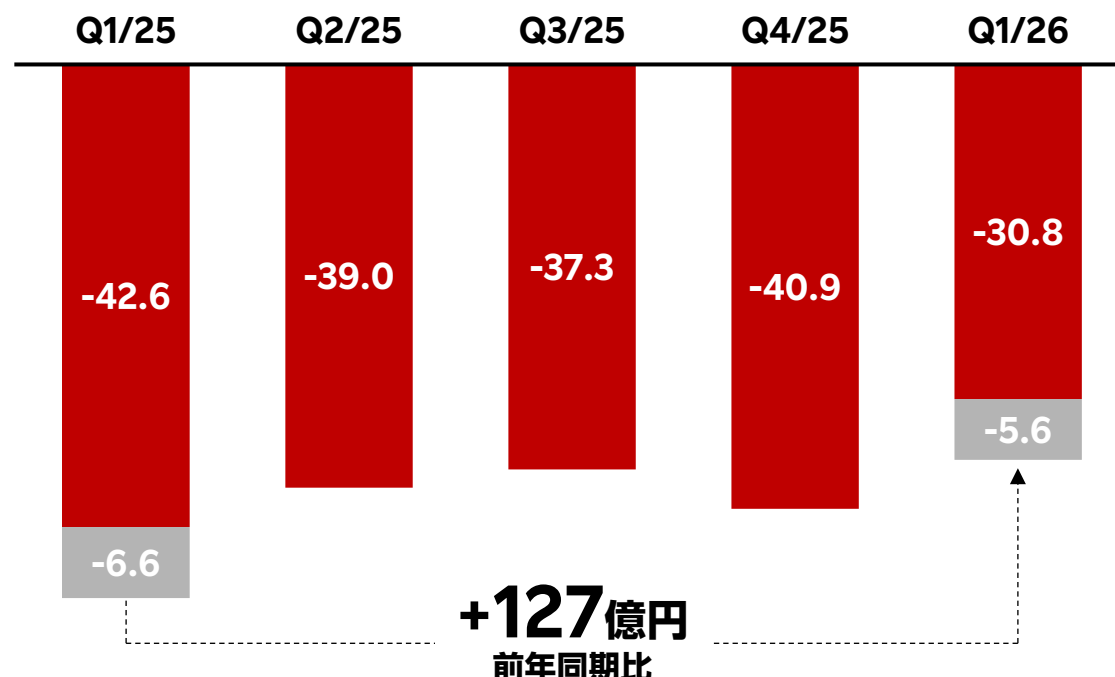
- 商戦期の販促活動の奏功による契約回線数の増加を背景に、売上増収を達成
- 営業損失は、固定資産税支払いの影響を含めても前四半期・前年同期比で縮小

売上収益<sup>\*1</sup> (十億円)



■ MNO・MVNOサービス売上 ■ デバイス売上 ■ その他モバイル ■ その他事業

Non-GAAP営業利益<sup>\*1\*2\*3</sup> (十億円)



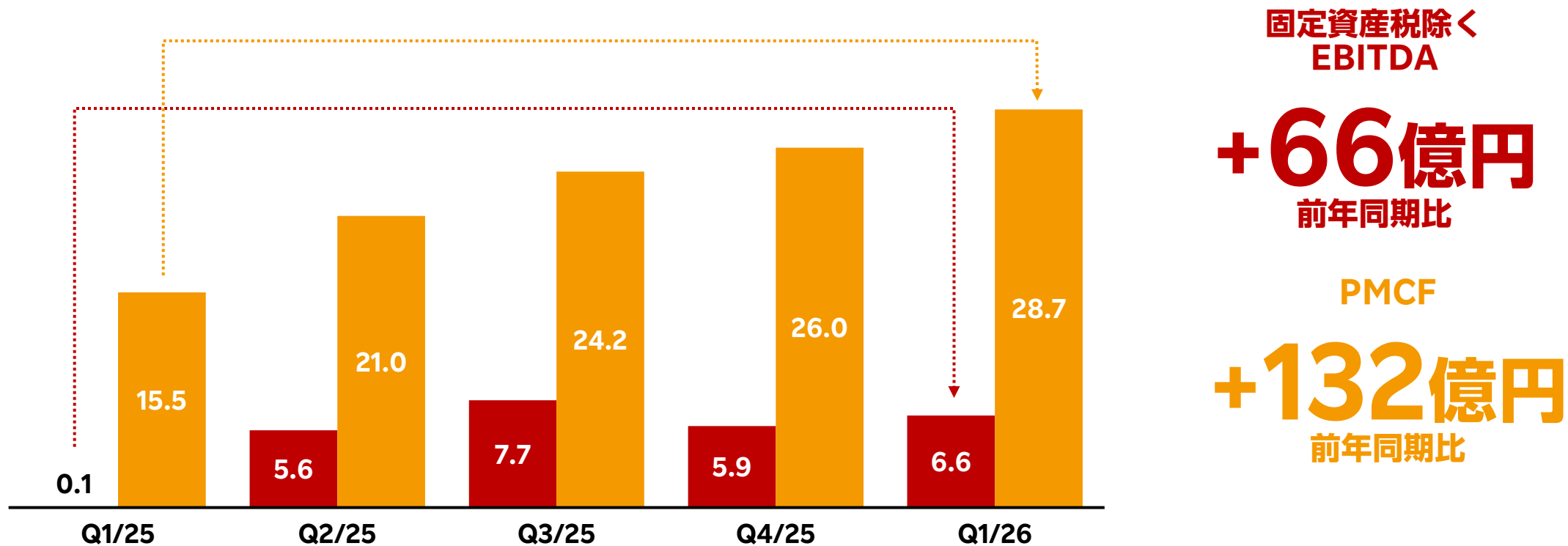
■ 固定資産税を除くNon-GAAP営業利益 ■ 固定資産税

\*1: 25年4月～楽天コミュニケーションズの一部事業を吸収。 \*2: Q4/25よりモバイル関連投資損益を含む \*3: Q1/26より、一部のAI関連の開発費用を各事業に配賦するように変更。Q1/25以降の業績について遡及修正を実施。

# 楽天モバイル<sup>\*1\*2\*3</sup> Q1/26 EBITDA<sup>\*4</sup>及びPMCF<sup>\*5</sup>

- 固定資産税を除くEBITDAは前年同期比で66億円改善し、66億円の黒字。一方で、昨年から続き、さらなる契約者基盤拡大を目的としたマーケティング費用の先行投資を実施中のため、前四半期比では一時的に横ばい
- 顧客獲得関連費用を除くPMCFは、好調に推移

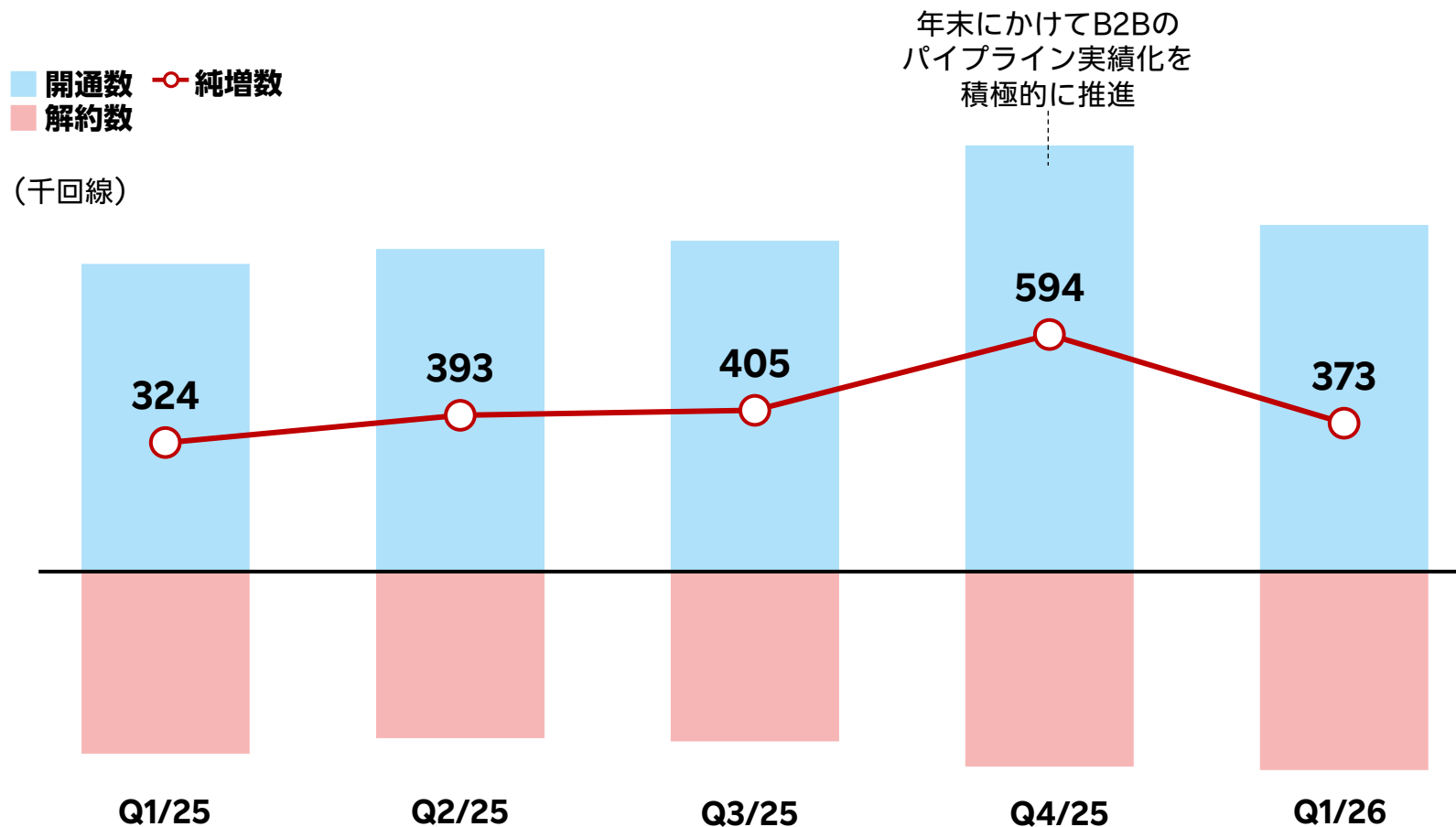
(十億円) ■ 固定資産税を除くEBITDA ■ PMCF (プレマーケティングキャッシュフロー)



\*1: 25年4月～楽天コミュニケーションズの一部事業を吸収。 \*2: Q4/25よりモバイル関連投資損益を含む \*3: Q1/26より、一部のAI関連の開発費用を各事業に配賦するように変更。Q1/25以降の業績について遡及修正を実施。  
\*4: EBITDAはNon-GAAP営業利益に減価償却費等を加算して算出。 \*5: 固定資産税を除くEBITDAに顧客獲得関連費用(マーケティング費、ショップ費用、SPU等)を加算して算出。

# MNO純増数：前年同期を上回る純増を達成

- B2Cにおいて複数回線契約者に対する手数料や本人確認方法の見直しを実施し、ロイヤル顧客の獲得に取り組む中でも、前年同期を上回る開通数を達成
- 解約の絶対数は開通ボリューム増に伴い増加したものの、MNO単純解約率は減少

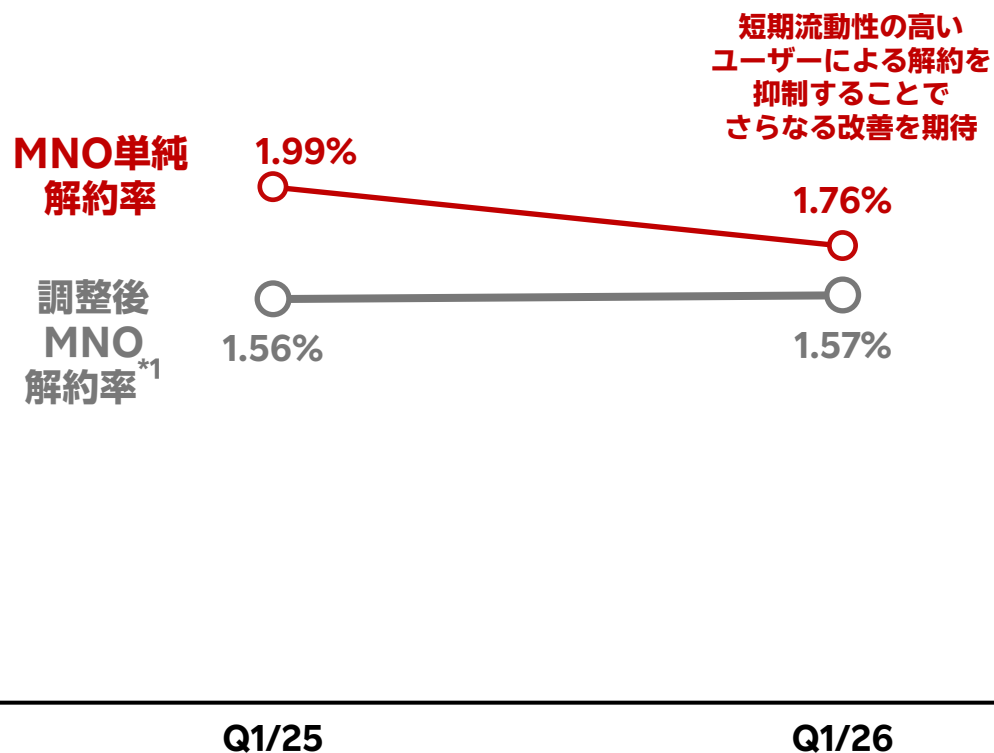


**純増数**  
**+15.0%**  
**前年同期比**

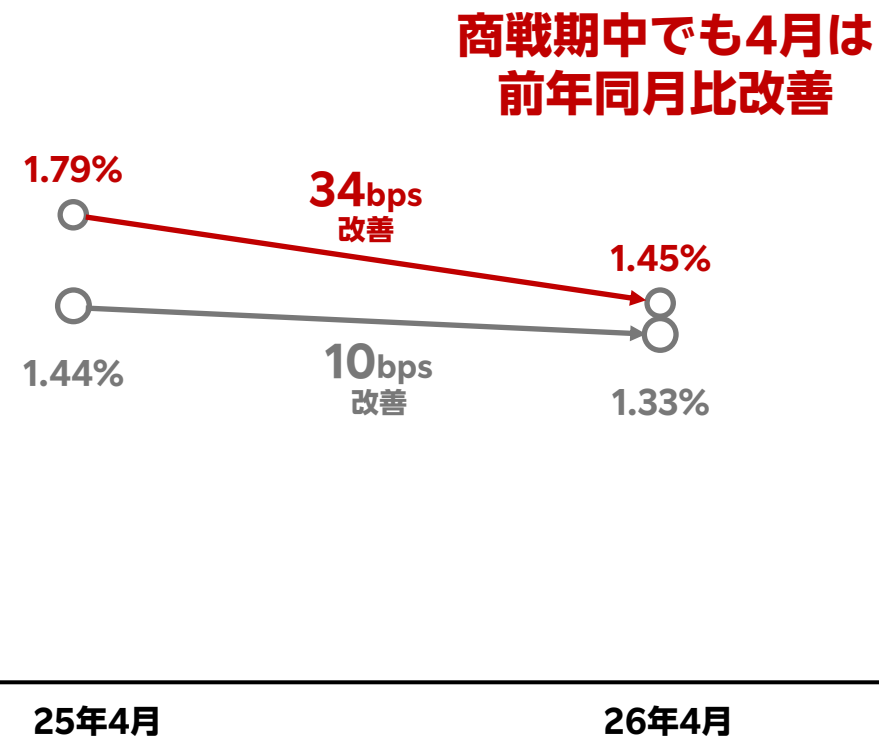
# MNO解約率：短期解約抑制の取り組みが奏功

- Q1/26の調整後解約率は前年同期比わずかに上昇したものの、4月においては改善
- 25年11月の累計5回線目以上の契約に対する契約事務手数料の導入や本人確認ルールの強化が奏功し、短期流動性の高いユーザーによる解約を抑制。MNO単純解約率についてもさらなる改善を見込む

### 四半期解約率



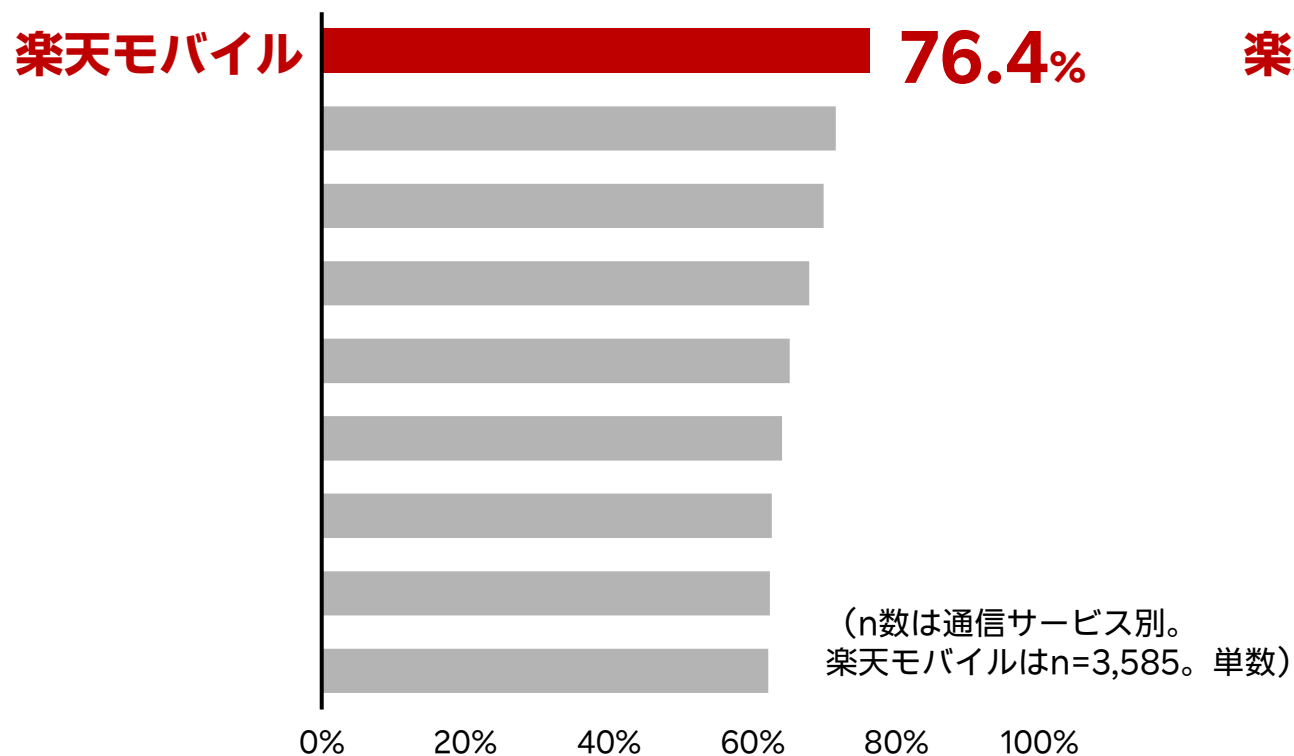
### (参考) 月次解約率<sup>\*2</sup>



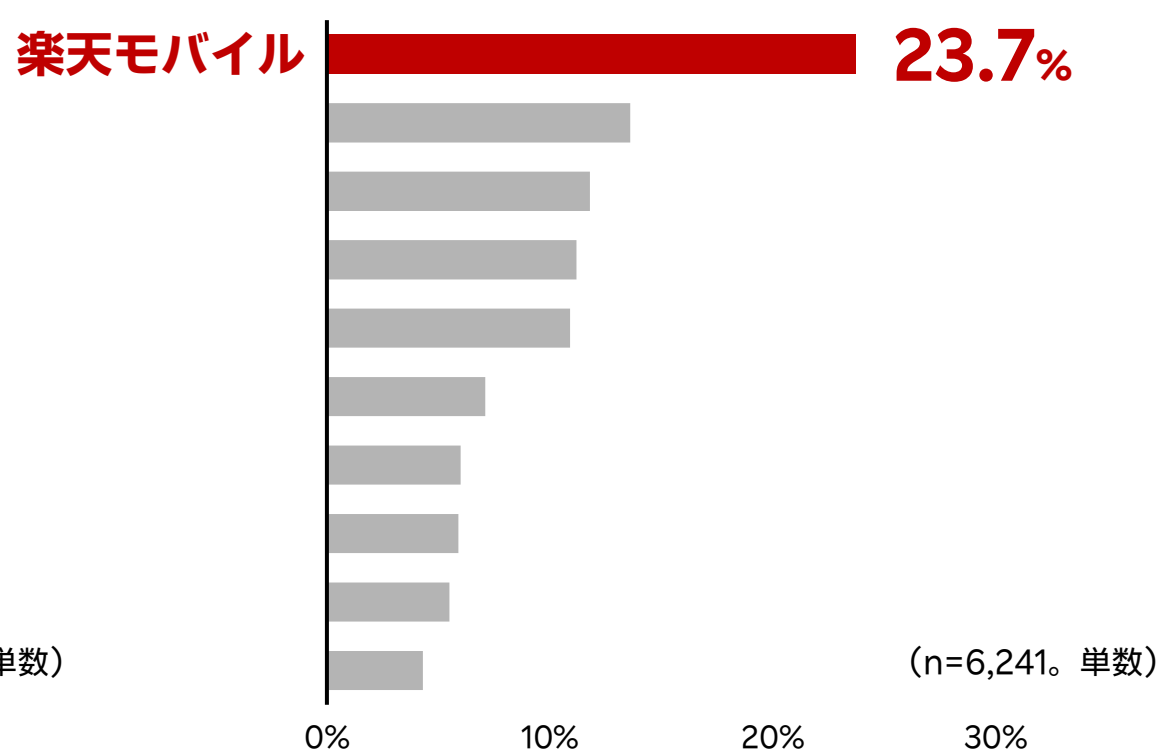
\*1：B2Cにおいて契約と同月に解約した回線数及び法人事業における売上計上方法の変更に伴いBCP等回線へ移管となった回線を除いた解約率。 \*2：2026年4月分は速報値。

# 楽天モバイルが継続意向、乗り換え先検討先の両方でトップに

## 現在利用している 通信サービスの継続意向



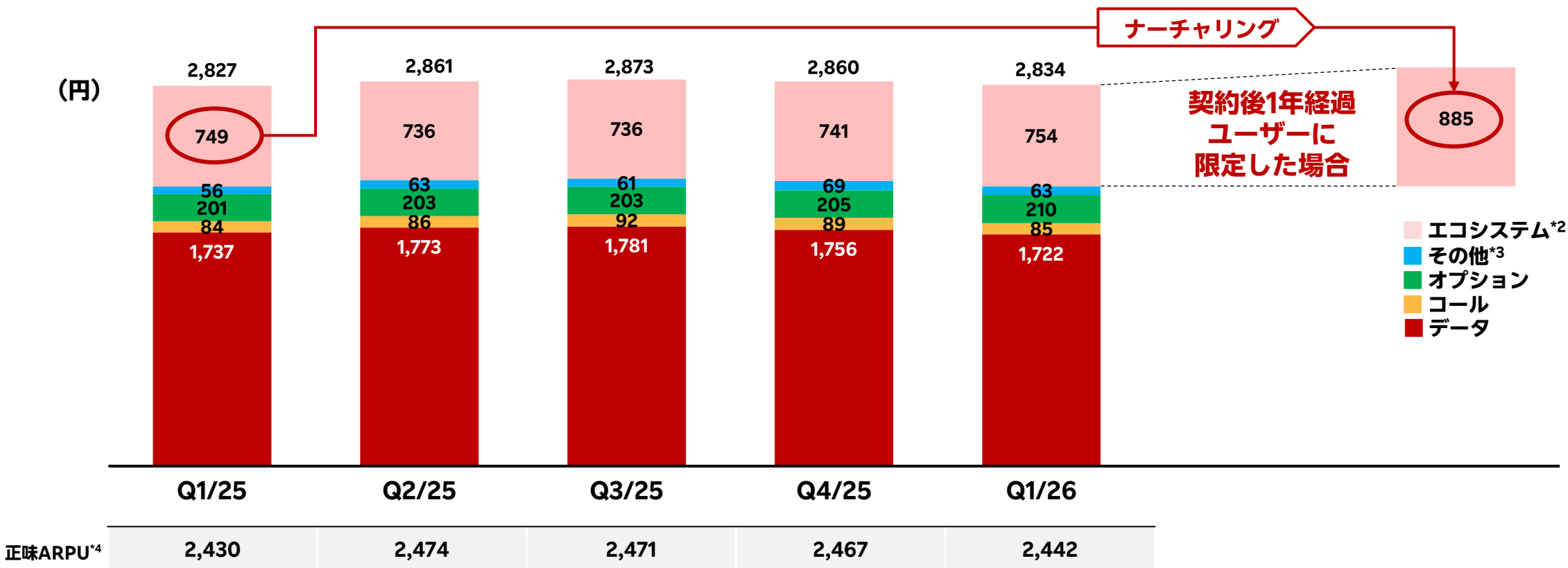
## 乗り換え先として最も 検討している通信サービス



参照：MMD研究所「2026年2月通信サービスの乗り換え検討に関する調査」調査期間：2026年2月1日～2月5日、対象：18歳～69歳の男女40,000人

# MNO ARPU<sup>\*1</sup>：オプション販売強化でARPU向上を目指す

- オプションARPUやその他ARPUは引き続き着実に成長
- Q4/25のB2B獲得推進による契約者ミックスの変化と、今四半期末のB2C獲得加速により契約回線数が先行して増加。データARPUはテクニカルに減少

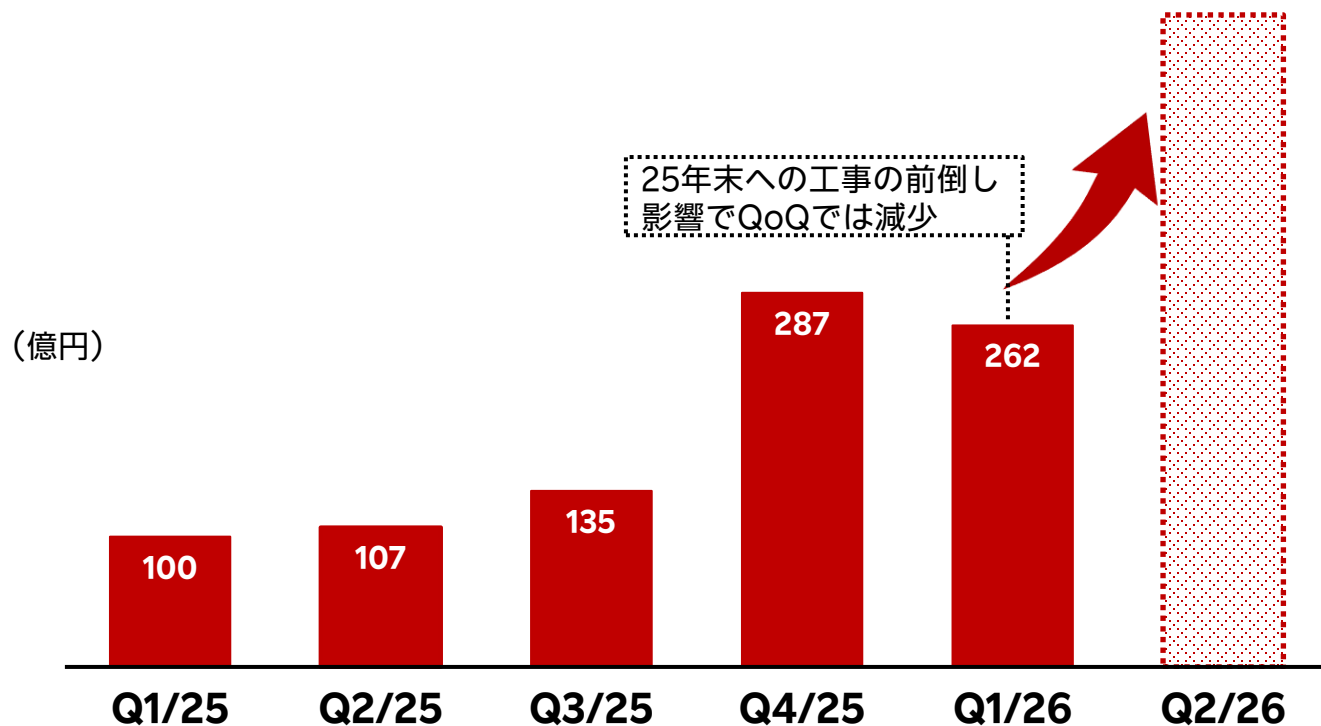


\*1：ARPUの分母となる契約回線数は、MVNE及びBCP回線等を除くMNO契約回線数の各四半期における期首期末平均を用いて算出。 \*2：MNO契約者によるグループ売り上げのアップリフト効果を分子として算出。 \*3：広告、B2B雑収入を含む。 \*4：ARPUのうち、エコシステムARPUから、楽天モバイルのMNO契約者による売上アップリフト効果に伴う売上原価及びグループ会社からモバイル事業への送客効果を控除。モバイルエコシステム貢献額（正味ARPU x MNO契約回線数）は楽天モバイルの損益計算書上、売上及び営業費用の後に計上しています。

# 設備投資：各種施策により今後基地局建設を加速

- Q1では設備投資を262億円計上。昨年末から各種施策を推進し、基地局建設のさらなる加速を目指す
- 社内人員の増加及び関係各社との綿密な協力体制構築を推進

楽天モバイルのネットワーク関連設備投資額



Q2以降の基地局建設の加速に向けて

## 社内人員増強 & 前工程内製化を推進

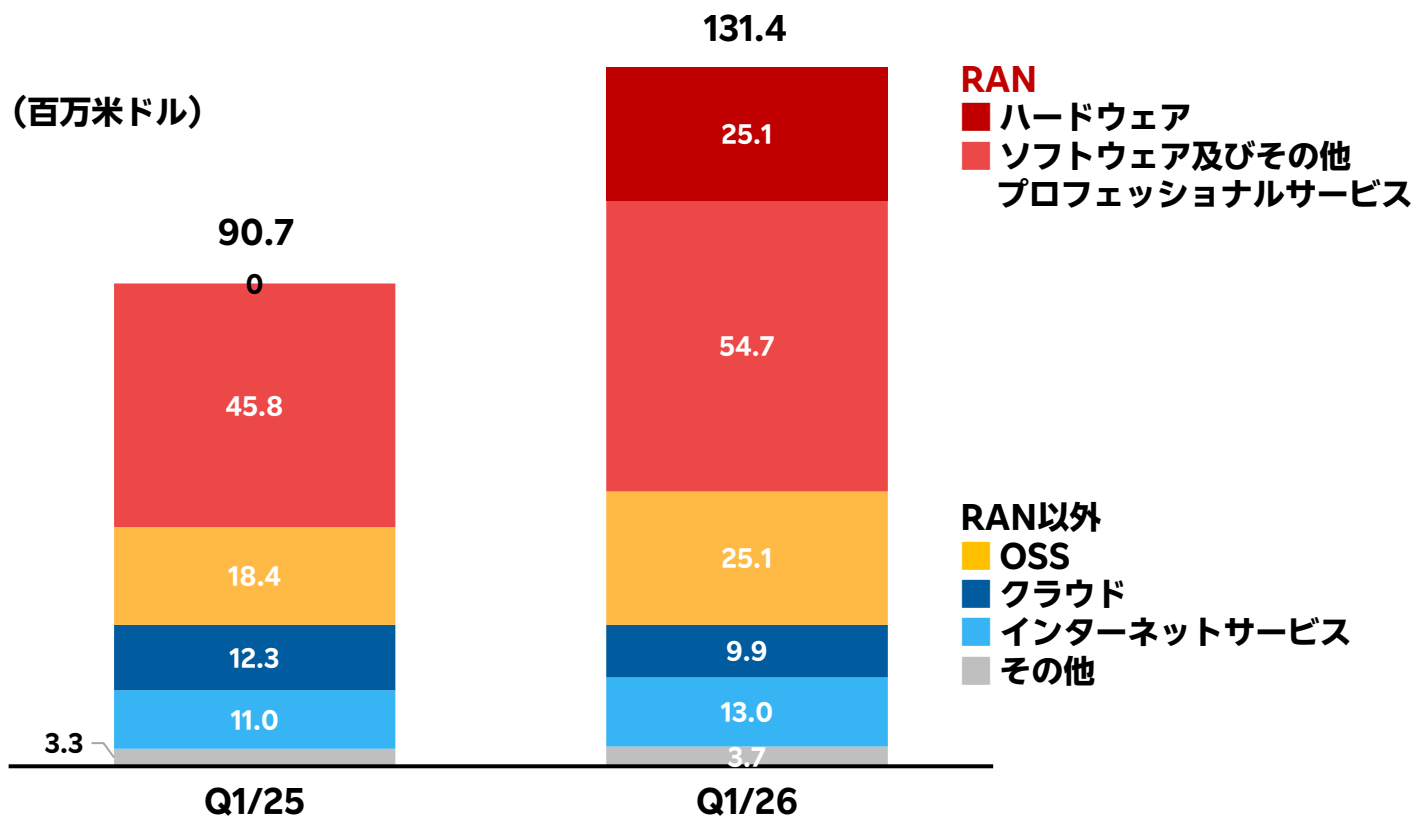
- ・ 設置場所探し・地権者交渉・現地調査等の前工程を、当社社員が巻き取り対応
- ・ 遠隔（リアルタイム映像）による現地調査を実施し、現場の人手不足を解消

# Rakuten Symphony

# 楽天シンフォニー：収益性の高いサービスへ継続的にシフト

- 26年3月に大規模なOpen RAN/RAN Intelligent Controllerの海外実証プロジェクトとして経済産業省により採択
- エンタープライズクラウド及びOSS事業の拡大を目的として楽天シンフォニー・ジャパンを26年3月に本格始動

売上構成



高利益率のソフトウェア及び  
その他プロフェッショナル  
サービスへ継続的にシフト

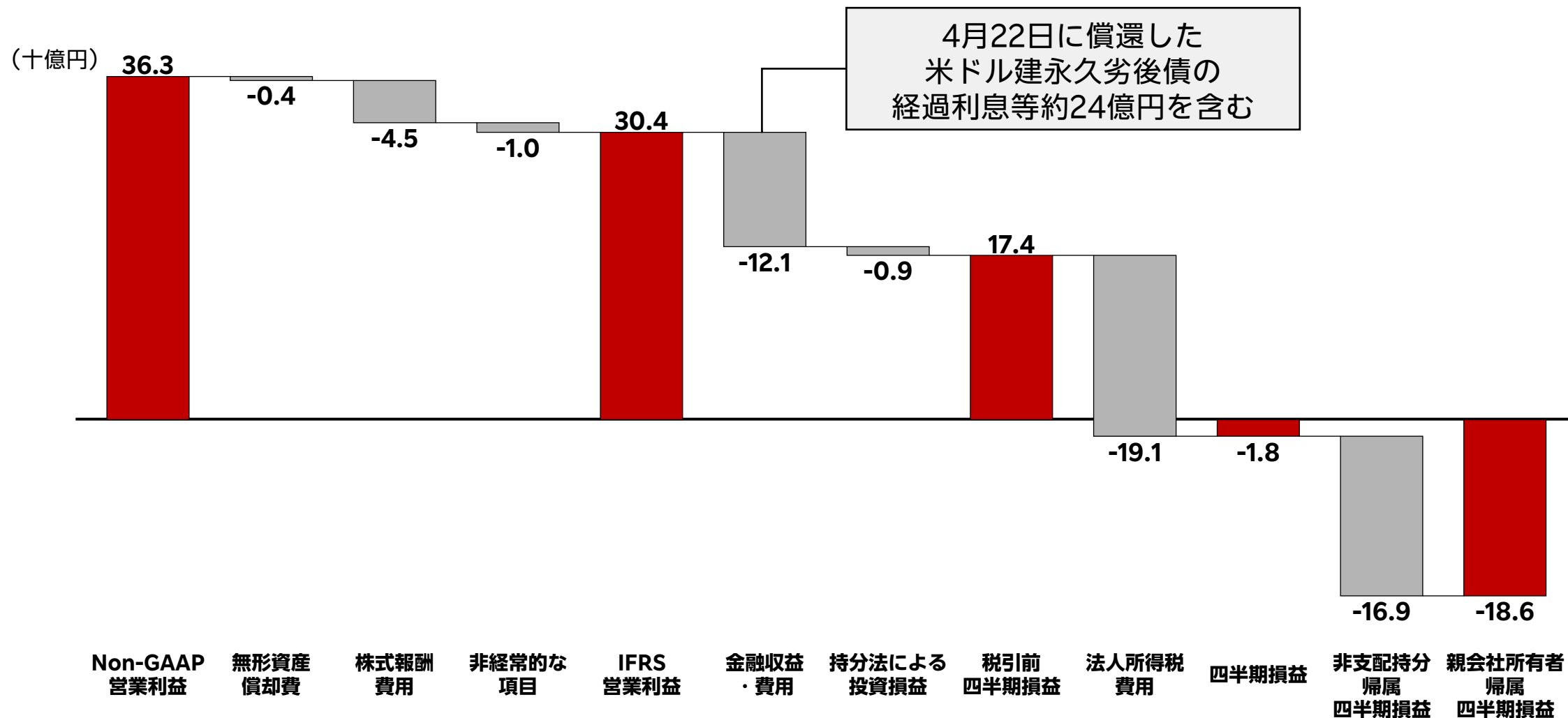
本年度にさらなる  
収益性向上を目指す

# 4. 財務

---

# Q1/26 連結業績サマリ

## ■ 通期でのNon-GAAP営業利益及びIFRS営業利益の大幅増益に向けて好発進



# 財務戦略

- 引き続き以下の財務方針・戦略を堅持
- 非金融事業における純有利子負債/EBITDA倍率及び連結自己資本比率の目標達成に向け、各事業の収益性向上と有利子負債残高の削減を図る

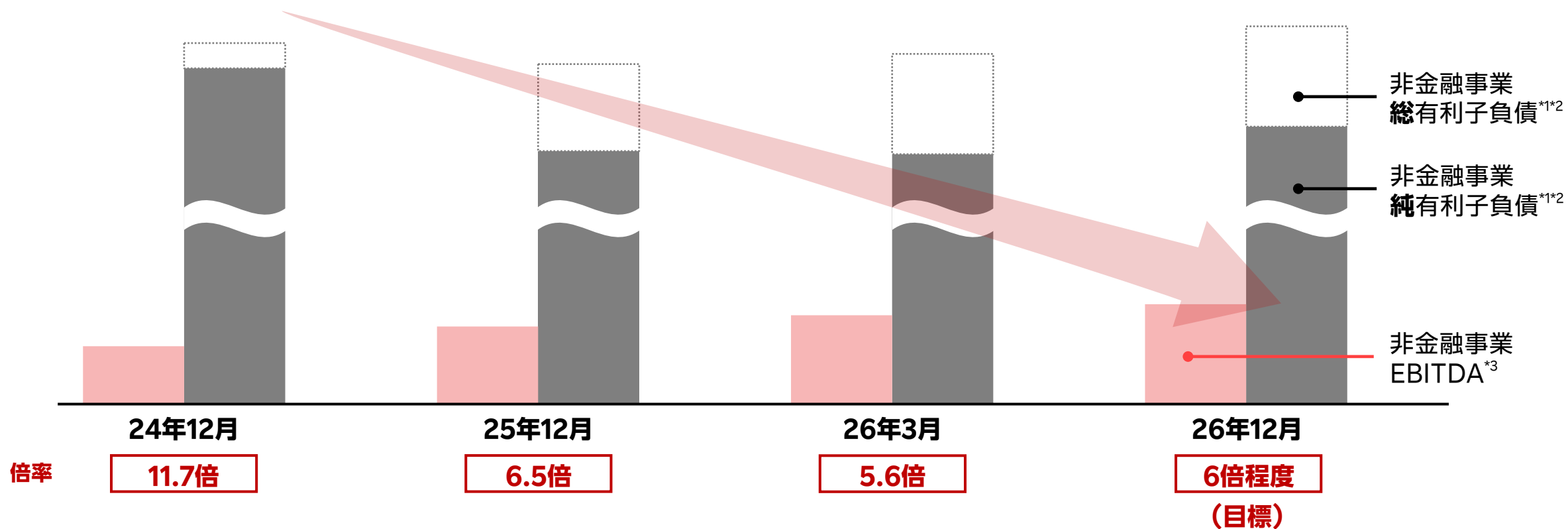
方針	安定した財務基盤の構築と適切な資本配分による企業価値向上				
戦略	<p>当社クレジットの継続的な改善を図り中期的な財務健全性維持を目指す</p> <table border="1"><tr><td data-bbox="519 743 1335 936">事業面</td><td data-bbox="1345 743 2155 936">財務面</td></tr><tr><td data-bbox="519 743 1335 936"><ul style="list-style-type: none"><li>・ コア事業の継続的な利益成長</li><li>・ 全社的な効率化・コスト削減</li><li>・ 運転資本の削減</li><li>・ 事業ポートフォリオの不断の見直し</li></ul></td><td data-bbox="1345 743 2155 936"><ul style="list-style-type: none"><li>・ 有利子負債の削減</li><li>・ 能動的な償還スケジュールのコントロール</li></ul></td></tr></table>	事業面	財務面	<ul style="list-style-type: none"><li>・ コア事業の継続的な利益成長</li><li>・ 全社的な効率化・コスト削減</li><li>・ 運転資本の削減</li><li>・ 事業ポートフォリオの不断の見直し</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 有利子負債の削減</li><li>・ 能動的な償還スケジュールのコントロール</li></ul>
事業面	財務面				
<ul style="list-style-type: none"><li>・ コア事業の継続的な利益成長</li><li>・ 全社的な効率化・コスト削減</li><li>・ 運転資本の削減</li><li>・ 事業ポートフォリオの不断の見直し</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 有利子負債の削減</li><li>・ 能動的な償還スケジュールのコントロール</li></ul>				
目標	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 非金融事業純有利子負債<sup>*1*2</sup>/非金融事業EBITDA<sup>*3</sup>：2027年までに5倍以内</li><li>2. 連結自己資本比率：長期 10%、中期 5%</li></ol>				

\*1：IFRS会計ベース \*2：非金融事業総有利子負債（社債及び借入金＋リース負債）－非金融事業現金等（非金融事業の現金及び現金同等物等＋上場有価証券＋余剰運用資金）＝非金融事業純有利子負債

\*3：連結EBITDA－フィンテックEBITDA＋フィンテックからの配当金及び経営指導料等（EBITDAはモバイルエコシステム貢献額考慮前の数値を使用）

# 非金融事業純有利子負債<sup>\*1\*2</sup>/非金融事業EBITDA<sup>\*3</sup>

- 2027年までに非金融事業の純有利子負債<sup>\*1\*2</sup>/非金融事業EBITDA<sup>\*3</sup> 5倍以内を目指す
- 2026年末においては6倍程度を目指す。Q1/26時点では5.6倍と順調に進捗



\*1: IFRS会計ベース \*2: 非金融事業総有利子負債(社債及び借入金+リース負債) - 非金融事業現金等(非金融事業の現金及び現金同等物等+上場有価証券+余剰運用資金) = 非金融事業純有利子負債。2025年10月発行の永久劣後債による現金は、2026年4月に初回任意償還日を迎えた永久劣後債のリプレイス用資金であるため、2025年12月末及び2026年3月末の現金同等物から除外。 \*3: 連結EBITDA - フィンテックEBITDA + フィンテックからの配当金及び左記に含まれていない経営指導料等(EBITDAはモバイルエコシステム貢献額考慮前の数値を使用)。直近12カ月の合計値。

# ファイナンス方針

- 米ドル建永久劣後債（7億5,000万米ドル\*）は2026年4月22日の初回任意償還日に全額償還済み
- 来期の社債償還に向けては、多様な手法を組み合わせ、資金需要を能動的かつ柔軟にコントロール

## ✓ 2026年の社債償還については全額資金手当て済み

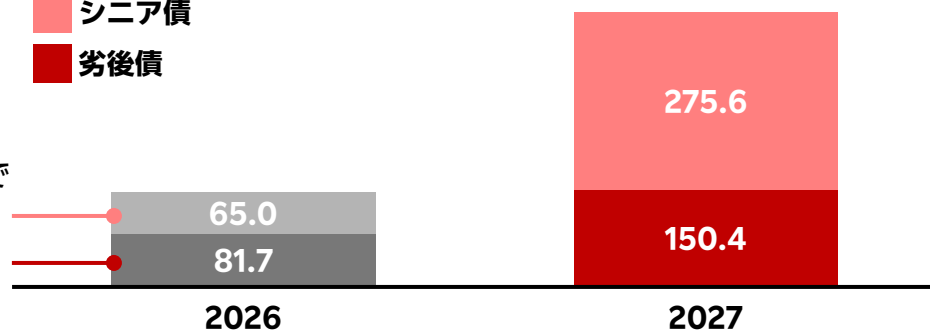
- 2021年4月に発行した米ドル建永久劣後債は初回任意償還日（2026年4月22日）に全額償還済み
- 今期のシニア債の償還（計650億円）については手元資金で償還予定

## ✓ 来期の社債償還スケジュール

(十億円)

シニア債  
劣後債

手元資金で  
償還予定  
償還済み



## 📌 2027年以降の償還方針

- 多様な手法を駆使し、グロスデットを抑えながら資金需要を能動的にコントロールしていく方針

## ✂️ 手法

- フリー・キャッシュ・フロー
- キャッシュ・コンバージョン・サイクルの改善
- その他非有利子負債性の調達

## 🏢 国内外の多様な調達手段



\*通貨スワップ契約レートを使用した円建ての発行価額は817億円。

# 当社財務バランス良化に対するマーケット評価

■ 財務健全化に向けた取り組みがマーケットに好感され、当社に対するクレジットは継続的に良化

2024年発行ドル建無担保債の спреッドは低下し  
US HYインデックスの спреッドと逆転



市場インデックスと比較しても  
5年CDSはタイト化

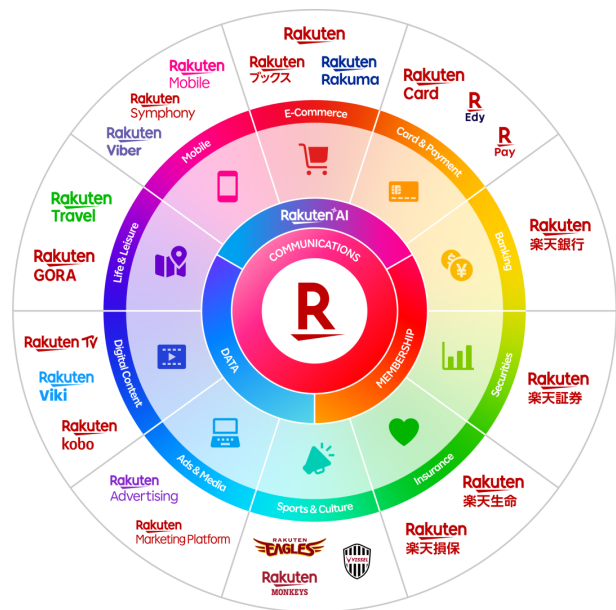


\*1: 2024年4月発行 2029年4月満期ドル建無担保社債 \*2: HY=ハイ・イールド (BB格以下を指す)

# 5. AI

---

# 楽天エコシステムの圧倒的な競争優位性



**広範な顧客リーチ**  
オンラインおよび1,000万以上の  
オフラインタッチポイント



**相互連携されたエコシステム**  
4,588万の国内月間  
アクティブユーザー



**多様な事業ポートフォリオ**  
70以上のサービス展開

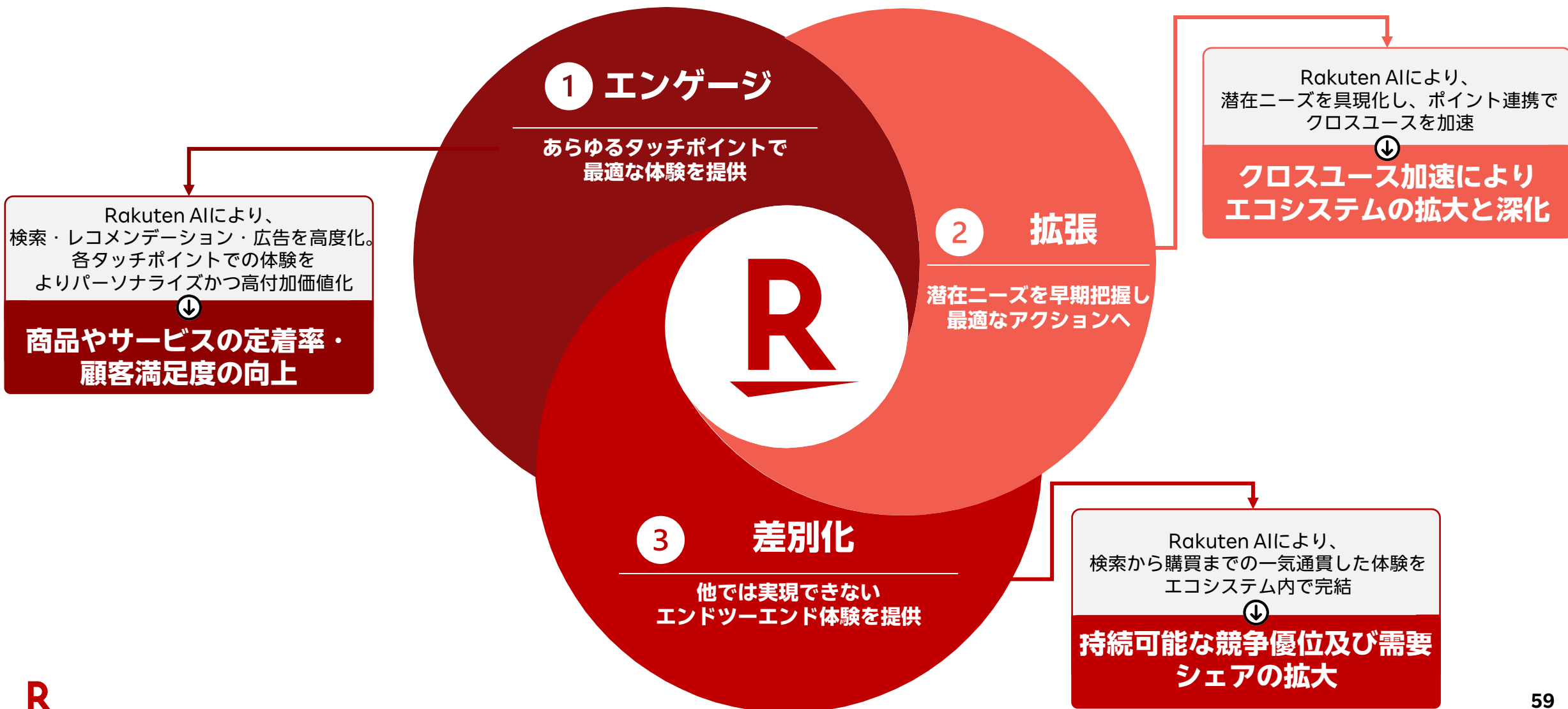


年間3兆回超の  
インタラクションから得られる  
**膨大かつ深層的なデータ**  
及び強力なインサイト

\*インタラクションとは、楽天の各種サービスにおける操作、クリック、検索、購買等のユーザー行動を指します（日本国内、年間累計）

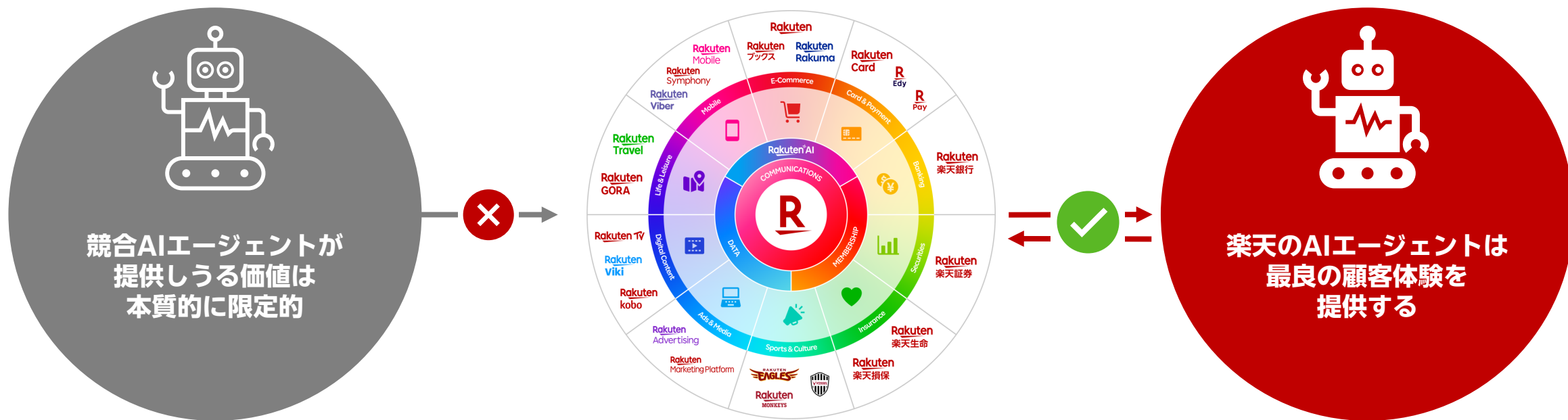
# 楽天が選ばれる理由：AIにより圧倒的優位性を加速

■ Rakuten AIが、データ資産を核として成長のフライホイールを加速させ、競争優位を確立



# 楽天エコシステム+AI：価値創造による持続的競争優位性

- 楽天エコシステムは、ポイント、統合決済、クロスサービスパーソナライゼーションを通じて複合的な価値を創出し、外部のAIエージェントが模倣できない優位性を構築
- 楽天のAIエージェントはエコシステムの厚みを活用し、単独のエージェントでは到達し得ない体験を提供



AI時代において、  
**データだけでは防護壁とならない**  
信頼・関係性・経済的価値こそが、楽天エコシステムが提供する真の防護壁

# 検索領域からの変革：AIエージェントにより顧客ニーズをいち早く把握

## ■ 専門特化型エージェントから、エコシステム統合型のスーパーエージェントへ進化



# Rakuten AIモデル：顧客体験の向上とコスト最適化の実現

## Rakuten AI 戦略フレームワーク

### 自社開発とパートナーシップの両立

Anthropic、OpenAI、Google、MicrosoftをはじめとするAI業界のリーダーやスタートアップ企業と連携。オープンソースを活用し、楽天独自の最高水準モデルを構築

### オープンソースを基盤 としたイノベーション

基盤技術を深く理解した上で、顧客のニーズに最適なオープンモデルを選定。柔軟かつ高度なソリューションを開発

### 独自のデータによる機械学習

多分野の領域での長年の蓄積をもとに、高品質かつキュレーションされた独自データセットを構築し、モデルの学習に活用

### 特定タスクへの最適化

事業課題の理解、要件分析を実施。最適化のための評価基盤とフライホイールを構築

## Rakuten AI 言語モデル



**楽天初のLLM**  
業界最高水準の  
日本語処理能力を実現



**7Bモデル約8倍の高性能**  
2.5倍の  
運用コスト増で実現



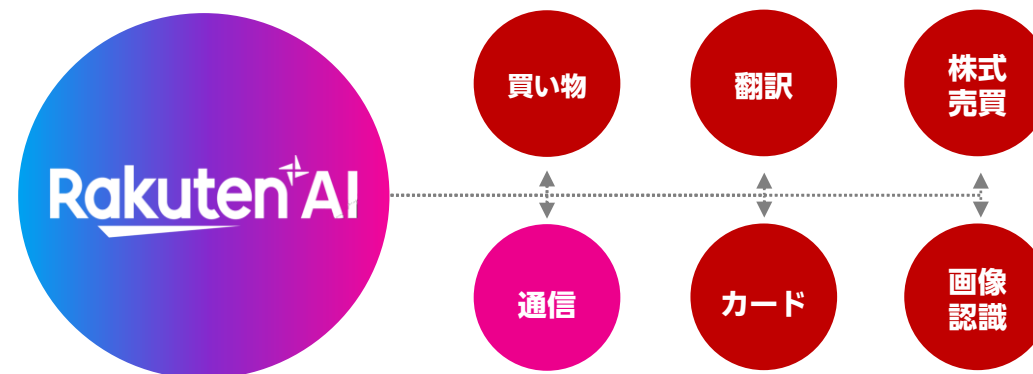
**エッジでのセキュアな  
利用を前提に設計**  
(15億パラメータ)



**当社最高性能モデル**  
(7,000億パラメータ)

## ドメイン特化型及びタスク特化型モデル

Rakuten AI及びオープンなLLMを『蒸留』\*。  
各ドメイン特有のニーズに最適化された高精度なSLMを構築



\*蒸留とは、高性能な大規模AIモデルから小型モデルへ知識を移し替える技術。これにより、精度を維持しながら効率化を実現。

# AIエージェント：エグゼキューションの力強いモメンタム

## ■ エコシステム全体でAIエージェントの展開を着実に推進

リリース済みのAIエージェント

**11** サービス

<b>Rakuten</b> (楽天市場)	<b>Rakuten</b> Travel	<b>Rakuten</b> Mobile	<b>Rakuten</b> Link
<b>Rakuten</b> Card	<b>Rakuten</b> 楽天証券	<b>Rakuten</b> BEAUTY	<b>Rakuten</b> Insight
<b>Rakuten</b> GORA	<b>Rakuten</b> シニア	<b>Rakuten</b> <sup>+</sup> AI for Business	

開発中のAIエージェント  
(直近導入予定)

**8** サービス

導入計画中のAIエージェント

**50+** サービス

**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。