

# 2024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

2024年5月14日

楽天グループ株式会社



# 2024年内の楽天モバイル(株)の EBITDA\*1単月黒字化に向けて順調に進捗

楽天モバイル(株)EBITDA\*1（固定資産税除く）に  
①先行投資である顧客獲得コスト\*2及び  
②エコシステム利益押し上げ額\*3  
を足し戻すと**既に黒字化目前**

\*1：EBITDAはNon-GAAP営業利益に減価償却費等を加算して算出 \*2：楽天モバイル(株)における顧客獲得費用（顧客獲得費用としてプロモーション費用、ショップ費用等を含む。SPU等リテンション目的の販促コストは除く） \*3：16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 Q1/24 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
- ・ トリプル20

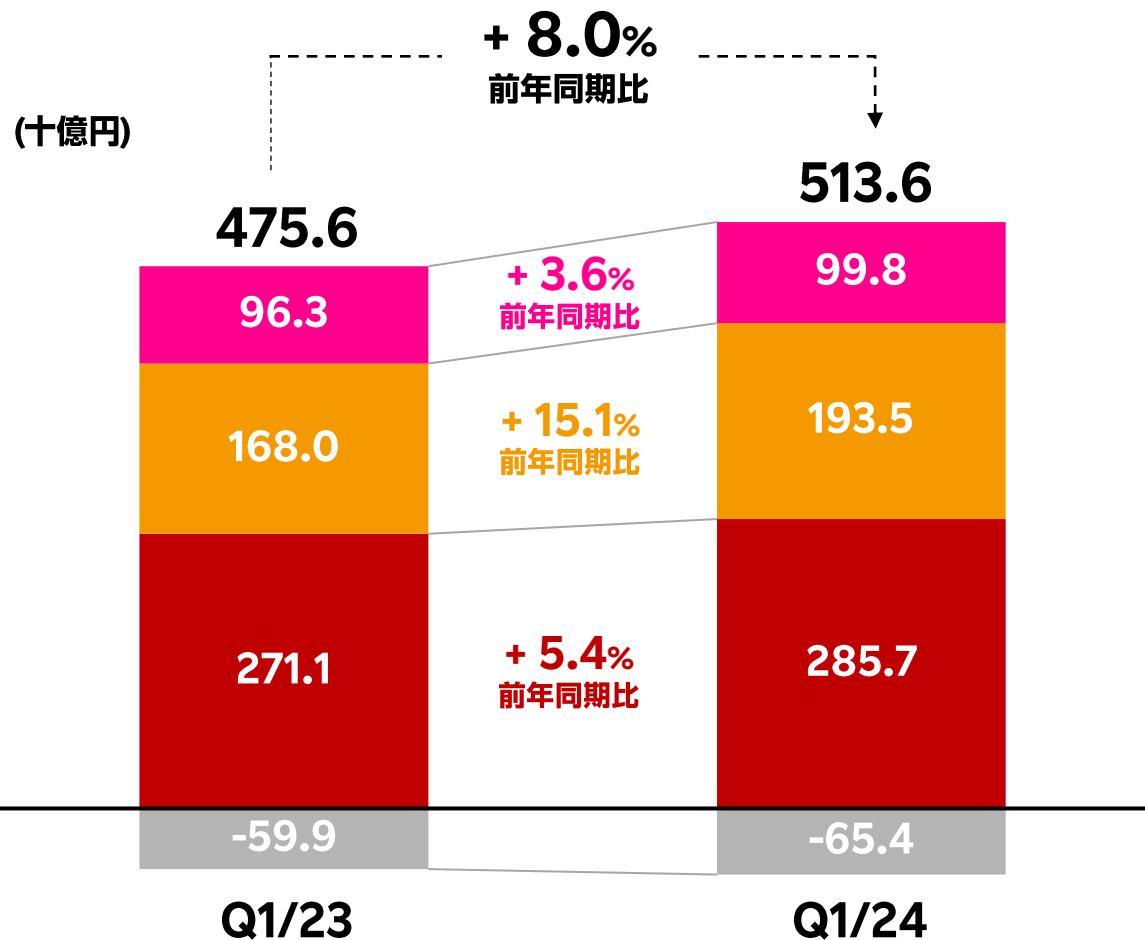
## 3 財務

## 4 AI

# 1. Q1/24 ハイライト

---

# Q1/24 連結売上収益



各事業の堅調な成長により

## 連結売上収益は Q1で過去最高となる 5,136億円

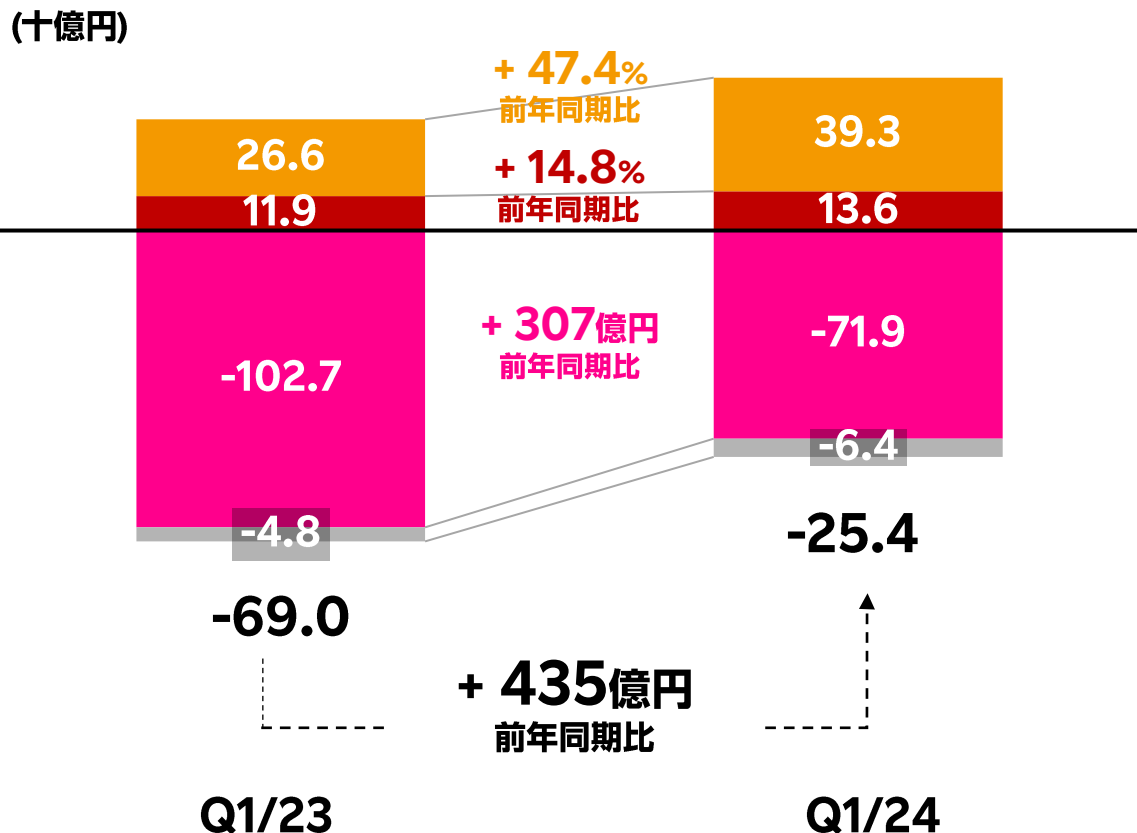
楽天市場、楽天トラベルを中心とした国内EC事業に加え  
海外事業も好調に推移

フィンテックは顧客基盤拡大、取扱高向上等により  
全サービスでプラス成長達成

楽天モバイルの契約回線数積み上げにより  
MNOサービス収入は前年同期比+96億増収

■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 ■連結調整

# Q1/24 連結Non-GAAP営業利益



■ 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
 ■ 連結調整

売上拡大に加え各事業の  
コスト最適化が奏功し

連結Non-GAAP  
**営業利益は前年同期比  
 435億円の改善**

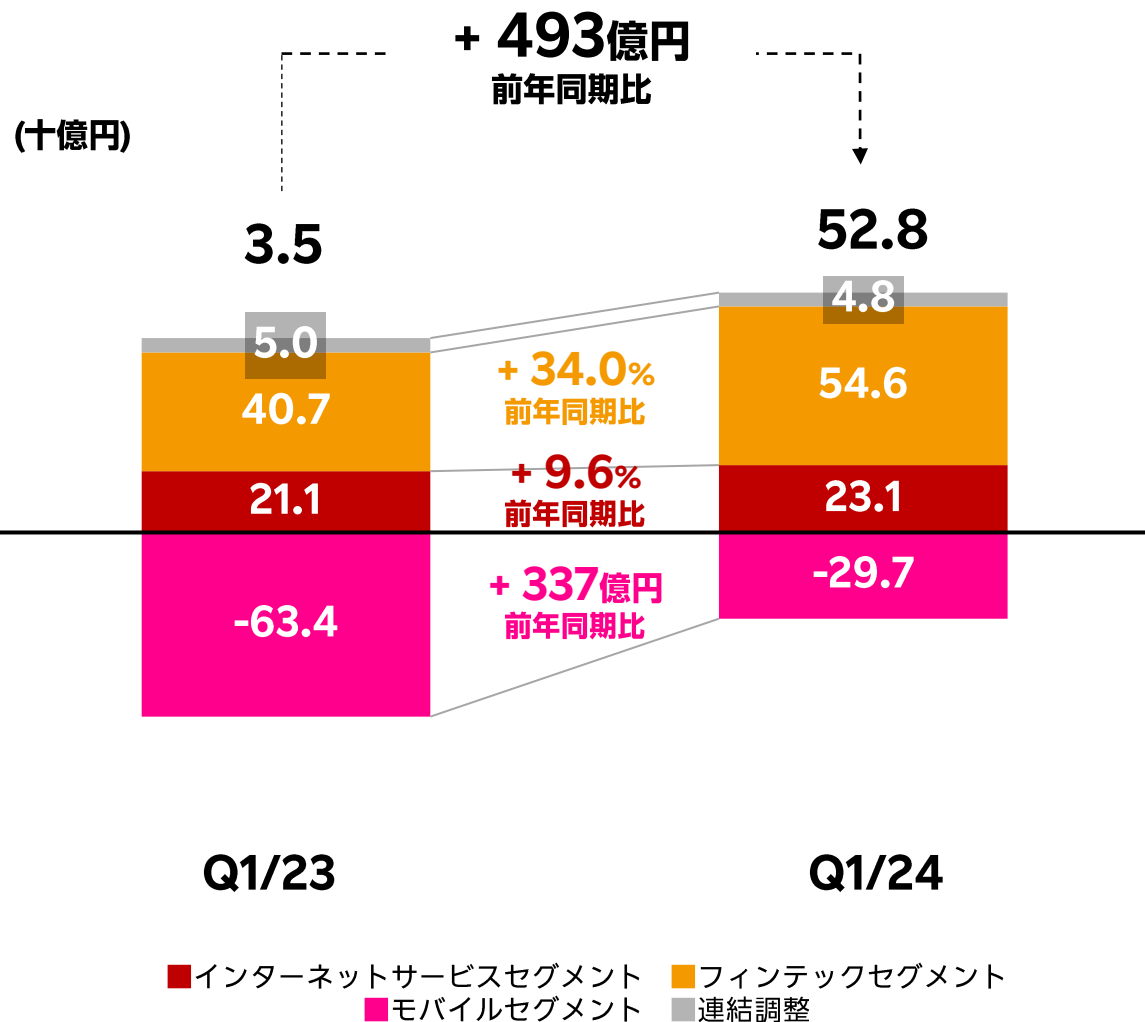
通期黒字化達成に向けて計画通り進捗

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

楽天カード収益性向上、**楽天ペイメント**営業黒字化、  
楽天証券は手数料無料化前の水準を上回り増益

楽天モバイルでは増収及び  
コスト最適化により損失改善が継続

# Q1/24 連結EBITDA\*



モバイルにおける  
コスト最適化が奏功し

## 連結EBITDAは 528億円の黒字達成

事業活動におけるキャッシュ・フロー  
創出力を評価する指標としてEBITDAを重視

\*EBITDAはNon-GAAP営業利益に減価償却費等を加算して算出

## 社債償還について

**新たに20億米ドルの外債及び  
500億円のユーロ円債の発行に成功**

**これにより2025年満期の流動性ギャップを概ね解消**



## 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: Q1/24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、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（マイノリティ投資事業を除く）のNon-GAAP営業利益は前年同期比で堅調に回復

売上収益

**+5.4%**

前年同期比

**2,857億円**

Non-GAAP  
営業利益

**+14.8%**

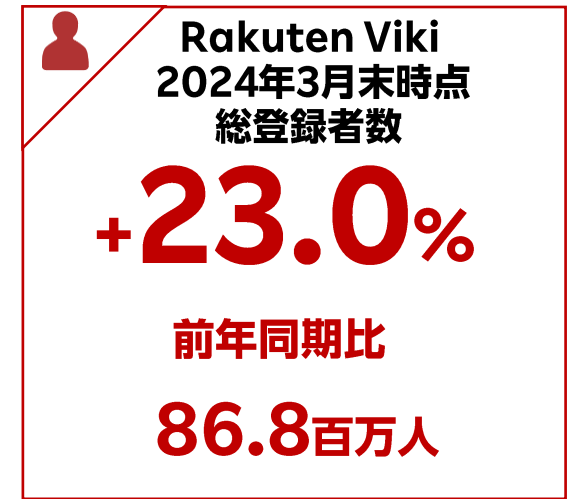
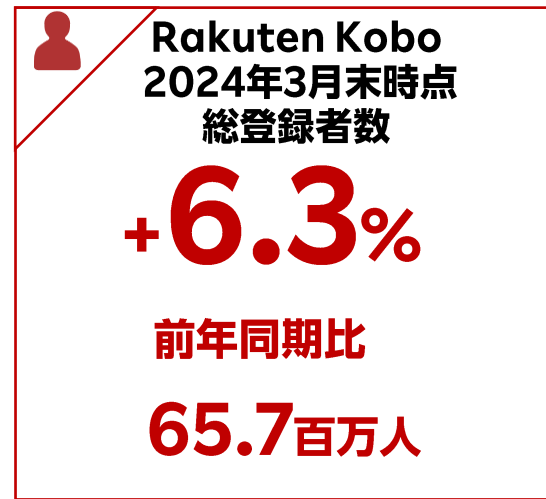
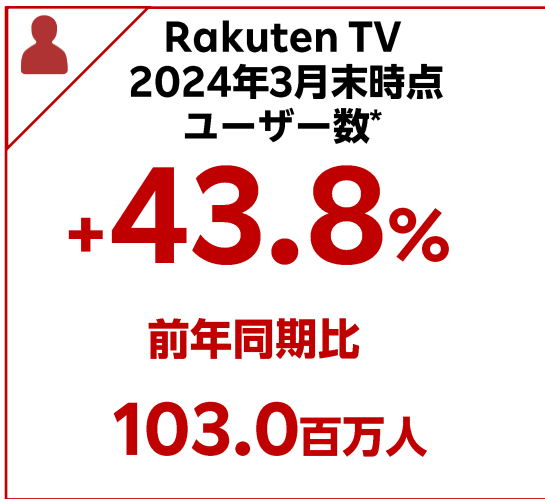
前年同期比

**136億円**

マイノリティ投資事業を除くと、

**+63.3%** 前年同期比

# インターネットサービスセグメント: 主要KPI



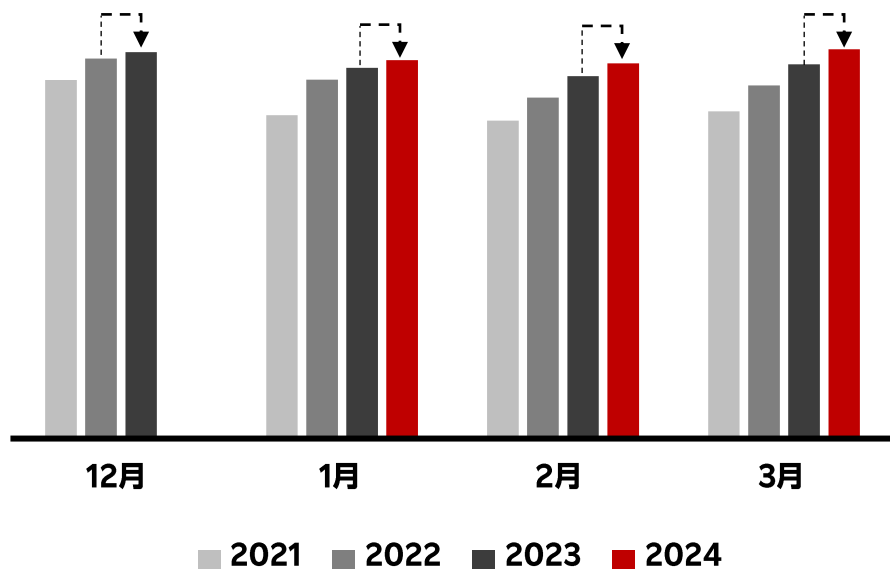
\*登録ユーザー数およびAVOD (Advertising Video On Demand) 未登録ユーザー数の合計。Q2/23より、楽天TVの登録ユーザーの定義を退会したユーザーを除くものに変更し、過去数値を遡及修正を実施。

# SPU及び0/5改定後も楽天市場の競争力を堅持しながら生産性を向上

- 楽天市場のユニーク訪問者数は継続的に増加。2023年12月のSPU及び0/5改定後も楽天市場の競争力を堅持
- SPUポイントに占める利益貢献ユーザー\*への付与割合が大幅に増加。改定後の生産性向上を確認

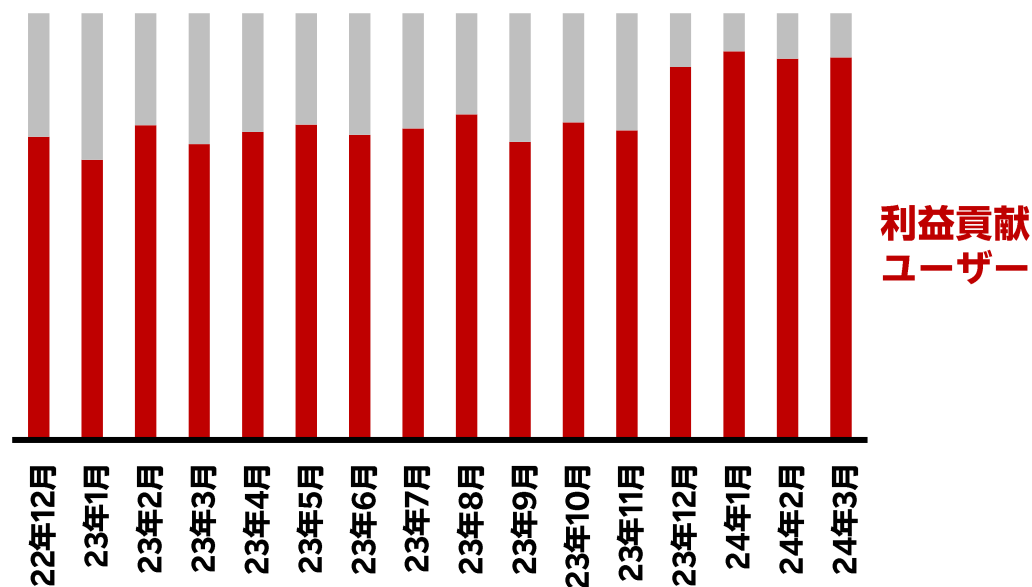
## 楽天市場ユニーク訪問者数

ユニーク訪問者数は増加、  
かつ良質なトランザクションに集中



## 利益貢献ユーザー\*へのSPU付与割合

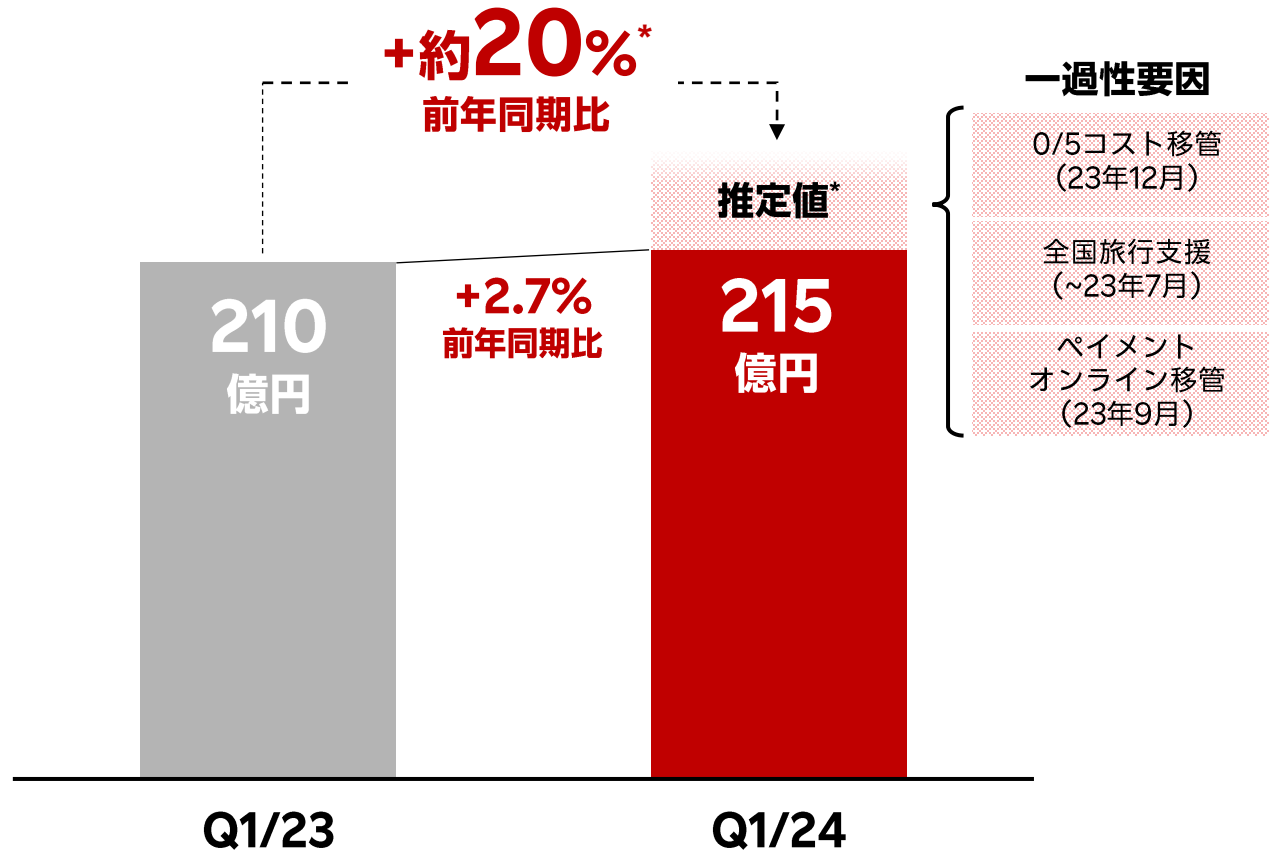
+17 pt  
2023年11月対比



\*楽天グループの主要24サービスにおいて各月の実績で、売上総利益-変動費>0のユーザー

# 国内ECは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

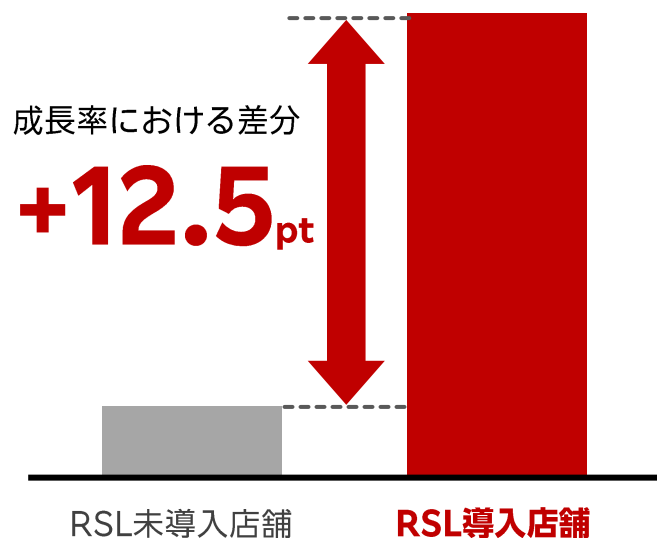
**約20%の  
プラス成長**

\*社内試算に基づく

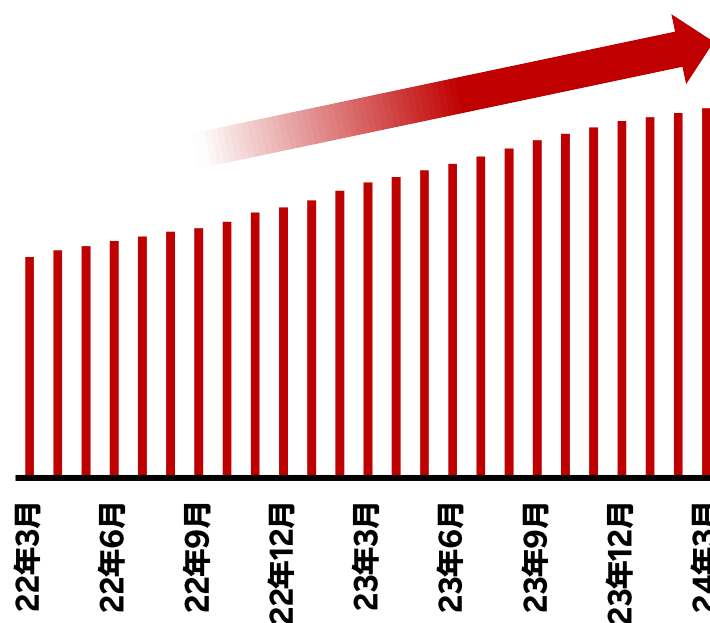
# 持続的な楽天市場の発展に向けた物流強化

- 楽天スーパーロジスティクス（RSL）を利用している店舗は利用していない店舗に比べ、流通総額の成長率が高く、物流事業は国内EC全体の流通総額の成長にとって大事な機能
- 物流を取り巻く環境の変化や、ユーザーの多様なニーズに対応していくために、継続的なサービス改善に努める

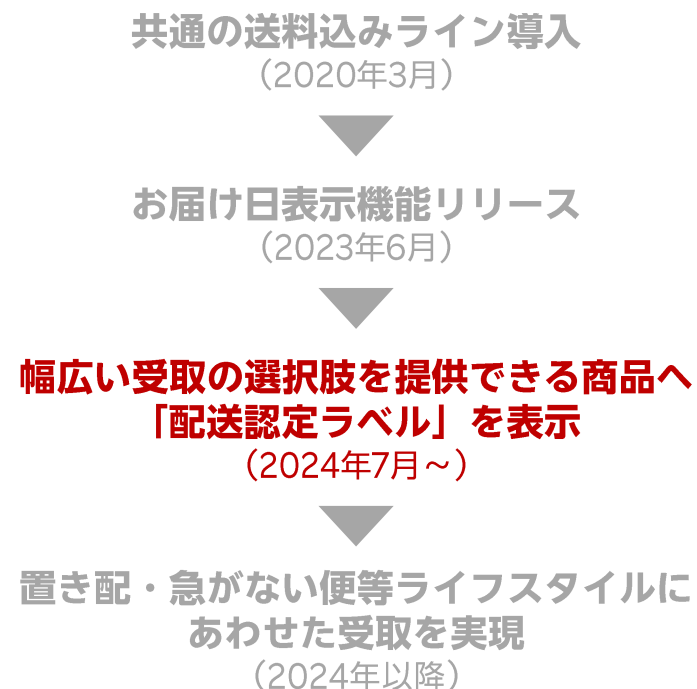
2023年4月-2024年3月の  
楽天市場GMS平均成長率\*



RSL契約店舗数



サービス改善の取り組み

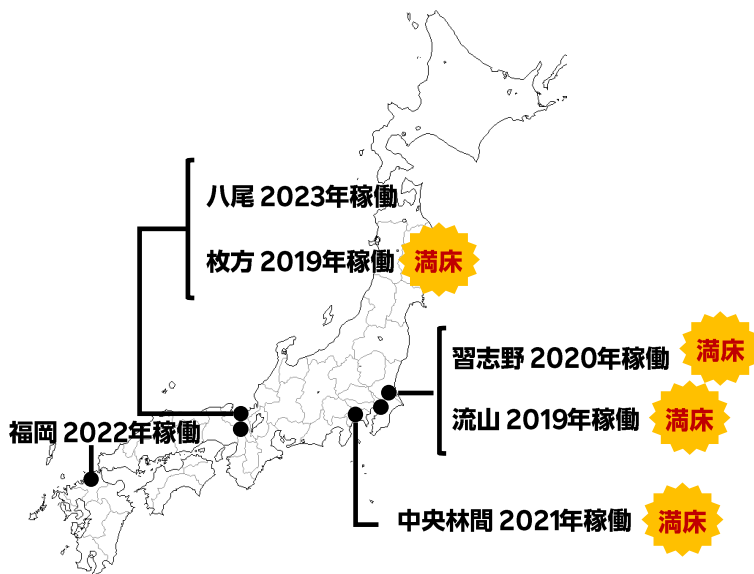


\*楽天市場注文件数の80%以上をRSLより出荷いただいているRSL利用店舗をRSL導入店舗と定義し集計

# 物流事業 黒字化に向けた取組を加速

- 楽天スーパーロジスティクス（RSL） 6施設中2021年以前に稼働開始した4施設は既に満床、残る2施設も稼働率上昇に伴い収益改善を見込む
- 配送についても日本郵便、JP楽天ロジスティクスとの連携による効率化を推進中

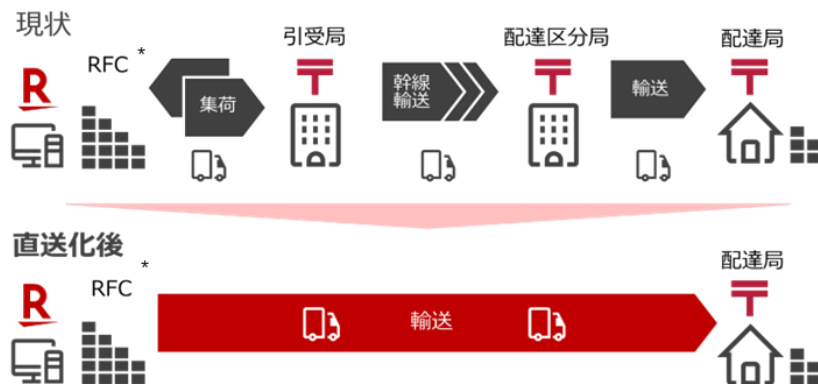
## 倉庫（RSL）の満床



\*楽天フルフィルメントセンター（JP楽天ロジスティクス㈱が運営）

## 配送の効率化

直送便は徐々に実現されており、  
収益性の向上に大きく貢献していく見込



## 足元の取り組み

- ✓ RSLサービス内容の改善を継続的に実施
- ✓ 2024年4月からRSLの料金改定を実施
- ✓ Q2/24以降収益性の改善を見込む



# 海外事業の業績は順調に回復、早期の黒字化を目指す

- 各サービスにおいて利用者が堅調に拡大し、一部の海外事業の合算営業利益が大幅改善
- 特にViberは収益多様化の取組が奏功し、通信・広告売上がそれぞれ2桁成長

Viber, Viki, Kobo, Rakuten TVの合算Non-GAAP営業利益

Rakuten Viber

Rakuten Viki

Rakuten kobo

Rakuten TV

**25億円改善**  
前年同期比

Q1/21

Q1/22

Q1/23

Q1/24

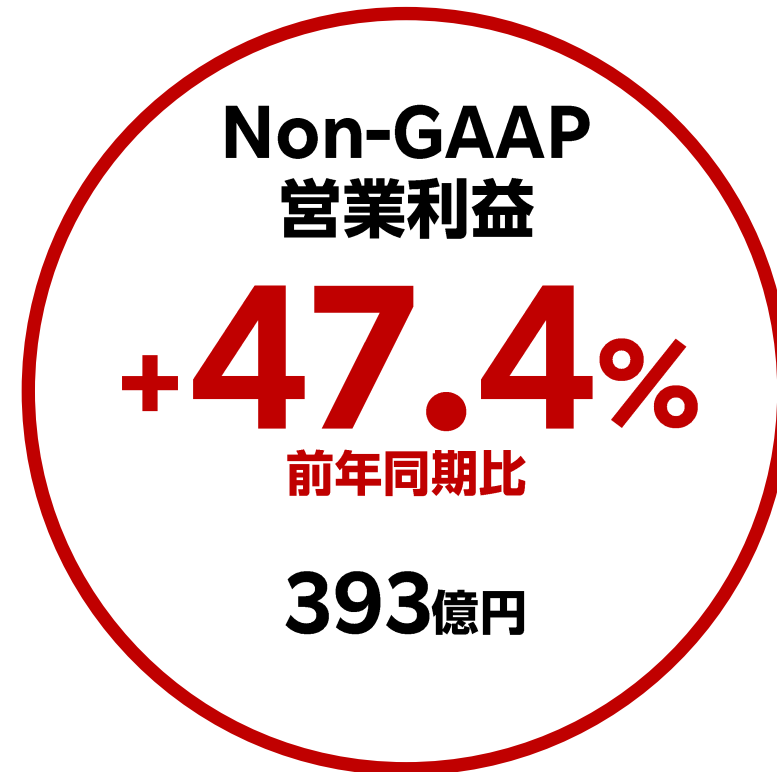
特にViberにてウクライナ情勢の影響を受け業績が悪化

# フィンテックセグメント

---

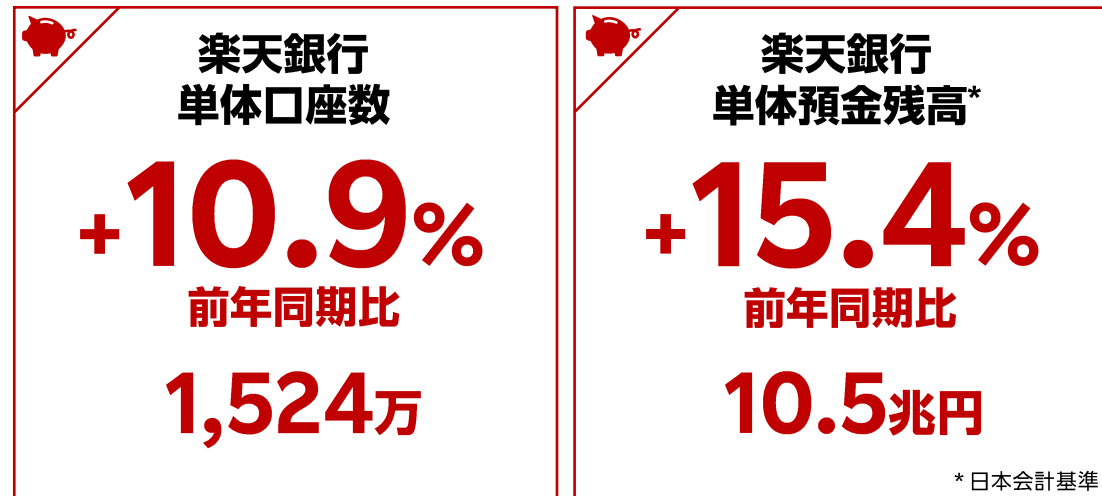
# フィンテックセグメント：Q1/24 業績ハイライト\*

- 各事業の顧客基盤・取扱高拡大により全事業で増収達成
- 楽天ペイメントが営業黒字化。楽天証券も増益を達成し全事業で前年同期比プラス成長を実現



\*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。

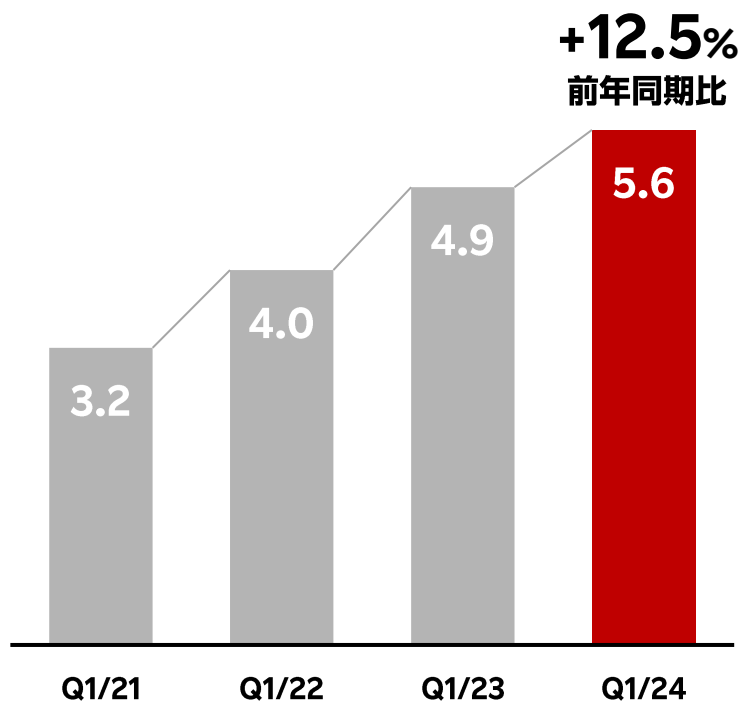
# フィンテックセグメント：Q1/24 主要KPI



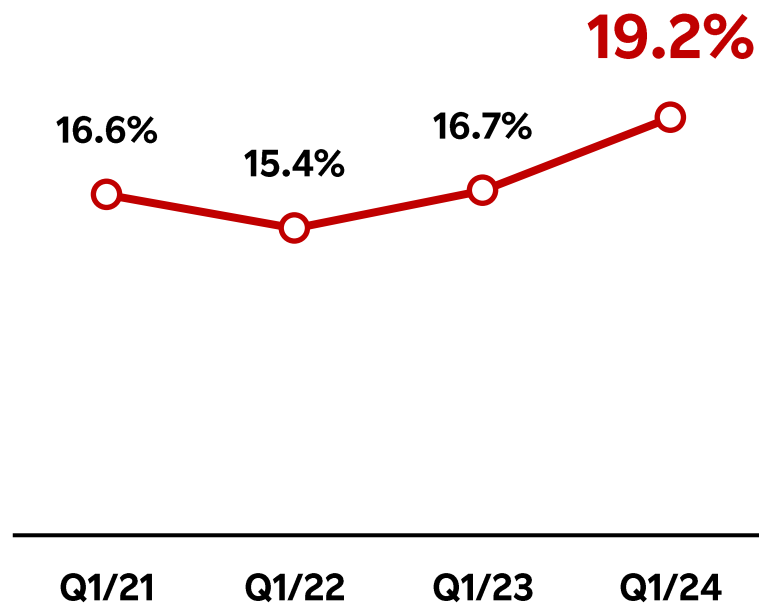
# 楽天カード：取扱高拡大・収益性向上で大幅増益

- 会員基盤及び客単価伸長により、ショッピング取扱高は継続的に拡大
- 貸倒関連費用の低水準維持、マーケティング費用最適化等により営業利益率が大きく上昇し、大幅増益を達成

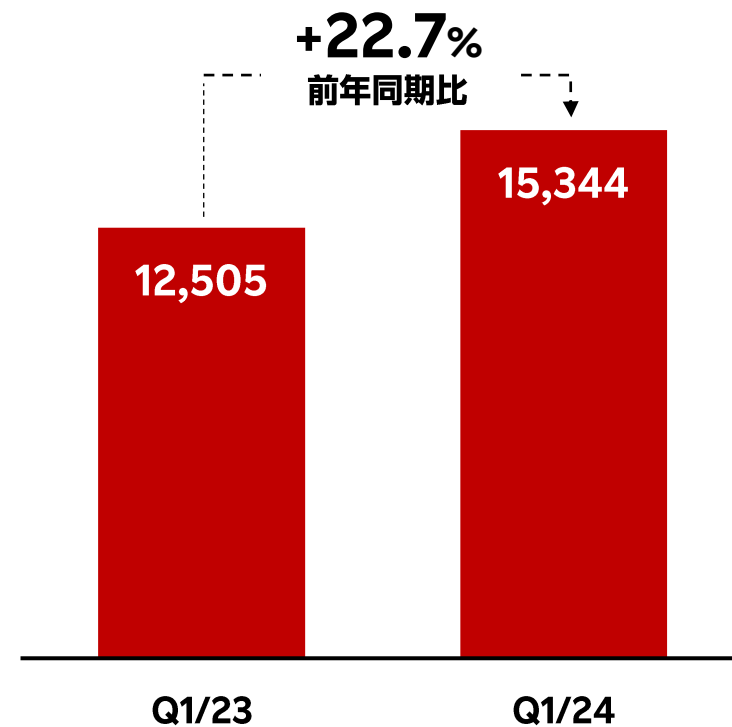
## ショッピング取扱高（兆円）



## 営業利益率



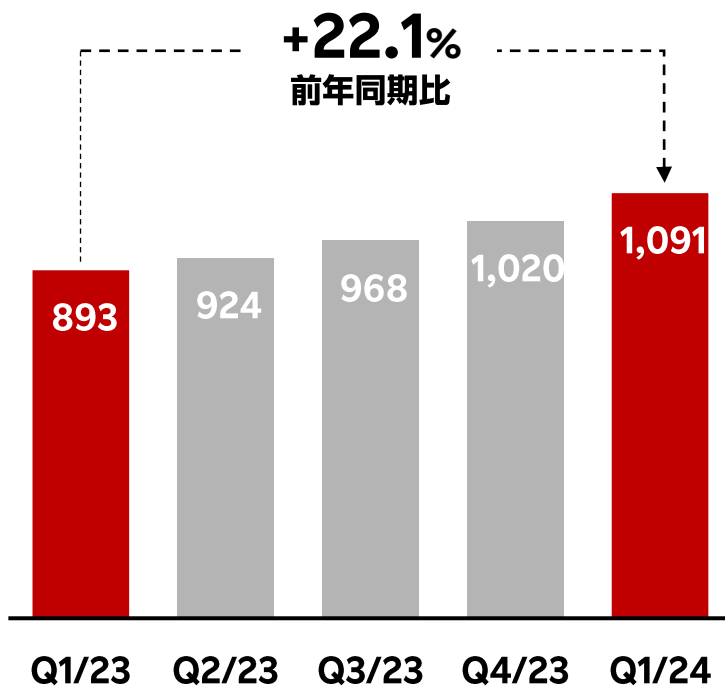
## Non-GAAP営業利益（百万円）



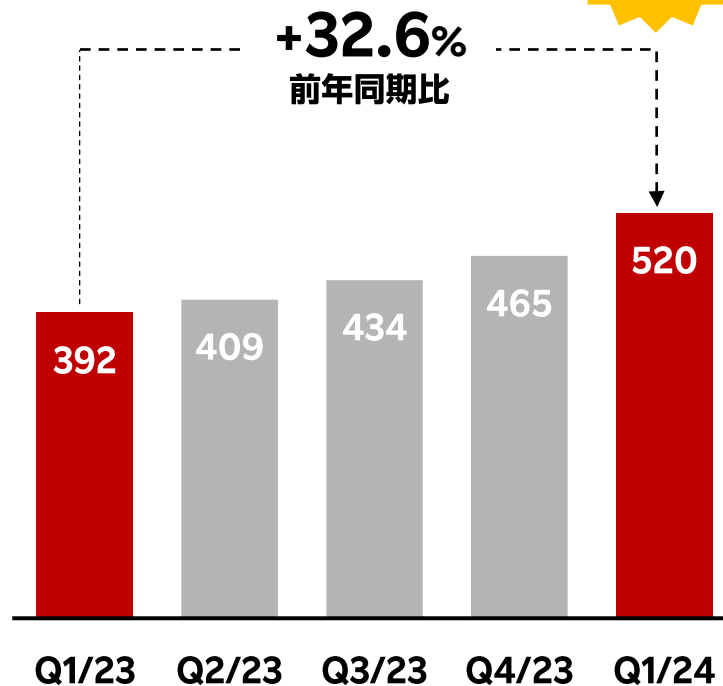
# 楽天証券：顧客基盤拡大が奏功。前年同期比で増益達成

- 国内株取引手数料無料化及び新NISA開始により、口座数及び取引ボリュームが継続的に拡大
- 顧客基盤の拡大とそれに伴う各種取引からの収益増により、**手数料無料化（23年10月）前の水準を上回る利益を記録**

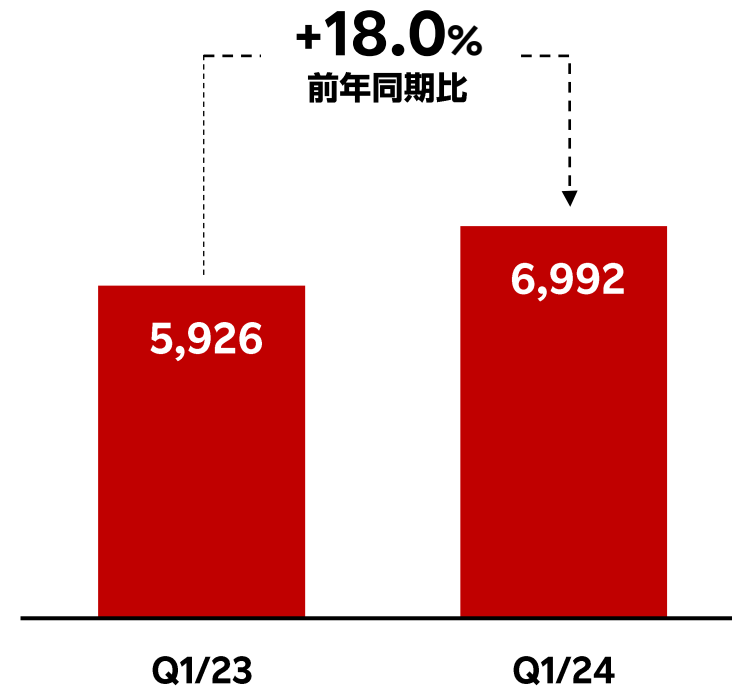
総合口座数（万）



NISA口座数<sup>\*1</sup>（万）



営業利益（百万円・日本会計基準）



\*1：ジュニアNISAを除く。 \*2：証券会社10社について、日本証券業協会「NISA口座の開設・利用状況（証券会社10社・2024年3月末時点）」および各社ホームページ上での開示情報により、楽天証券にて集計。

# 楽天銀行（連結）：業績ハイライト（日本会計基準、3月期通期累計）

■ 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により、金利収益が大きく伸長し売上収益の拡大に寄与

|   |   |  |   |
|---|---|--|---|
| <p><b>経常収益</b><br/>(2024年3月期、連結)</p> <p><b>137.9</b>十億円<br/>+14.5% 前年比</p>                                  | <p><b>経常利益</b><br/>(2024年3月期、連結)</p> <p><b>48.3</b>十億円<br/>+24.8% 前年比</p>         | <p><b>非金利収益*1の比率</b><br/>(2024年3月期、連結)</p> <p><b>38.0</b>%<br/>-4.1pts 前年比</p> | <p><b>ROE*2</b><br/>(2024年3月期、連結)</p> <p><b>14.1</b>%<br/>+0.3pts 前年比</p>             |
| <p><b>口座数</b><br/>(2024年3月末時点、単体)</p> <p><b>15.2</b>百万<br/>+10.9% 2023年3月末対比<br/>メイン口座*3率: <b>31.5%</b></p> | <p><b>預金残高</b><br/>(2024年3月末時点、単体)</p> <p><b>10.5</b>兆円<br/>+15.4% 2023年3月末対比</p> | <p><b>経費率*4</b><br/>(2024年3月期、単体)</p> <p><b>42.5</b>%<br/>-3.2pts 前年比</p>      | <p><b>自己資本比率*5</b><br/>(2024年3月末時点、連結)</p> <p><b>10.9</b>%<br/>-0.2pts 2023年3月末対比</p> |

\*1：役務取引等収益、その他業務収益、信託報酬の合計。 \*2：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。なお、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：初の四半期営業黒字を達成

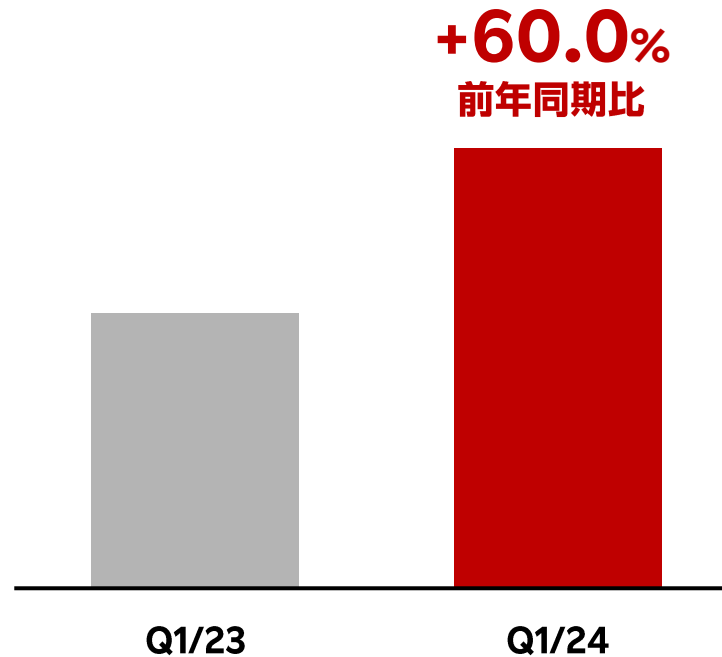
- 22年から実行してきた加盟店及び利用者拡大強化策が奏功
- 楽天ペイメントとして四半期営業黒字化。今後も継続的な成長を見込む

## 総合満足度\*1

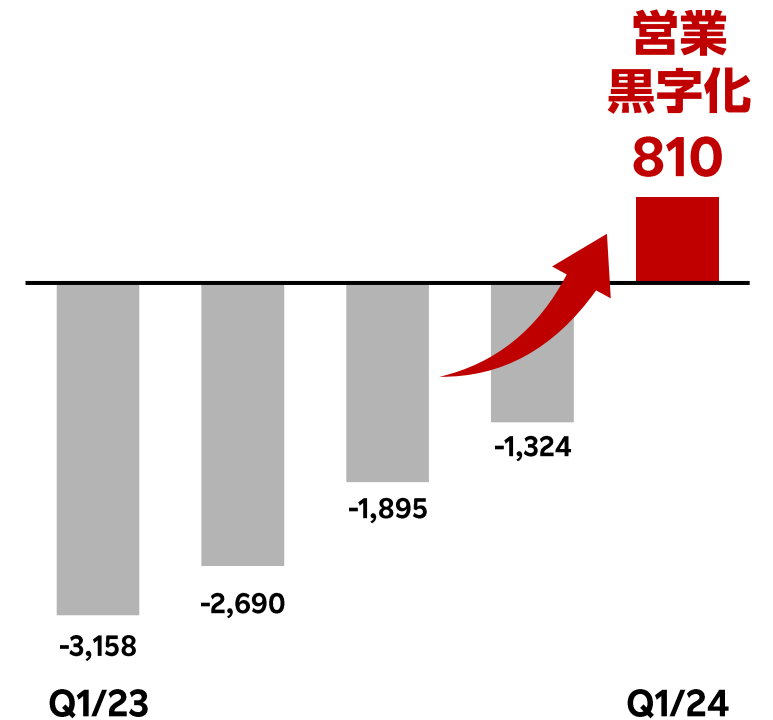
【MMD研究所調査】メイン利用しているQRコード決済の総合満足度（満足+やや満足）

| 順位 | サービス名        | 総合満足度 |
|----|--------------|-------|
| 1位 | <b>R Pay</b> | 78.0% |
| 2位 | PayPay       | 74.6% |
| 3位 | d払い          | 74.6% |
| 4位 | au PAY       | 70.0% |

## 楽天ペイアプリダウンロード数\*2



## Non-GAAP営業利益（百万円）



\*1：MMD研究所「2024年3月QRコード決済の利用に関する調査」2024/3/22-3/25実施／調査対象：＜予備調査＞18歳～69歳の男女n=25,000人＜本調査＞QRコード決済4サービスのメイン利用者 \*2：Google Play StoreとApp Storeの総数

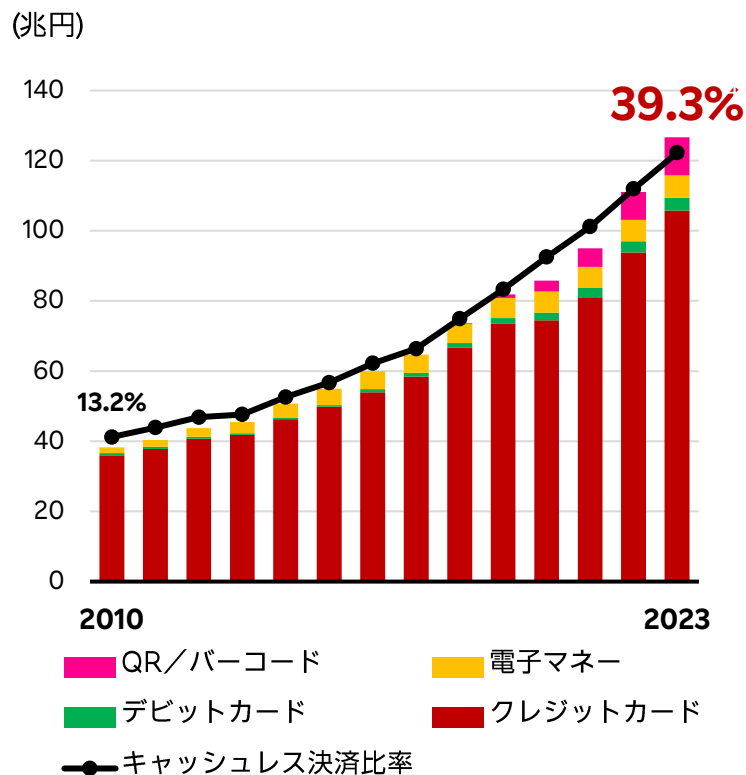


# 2024年は楽天のフィンテックエコシステムのさらなる躍進の年に

日本のキャッシュレス決済比率は  
約40%に到達<sup>\*1</sup>

高まるキャッシュレス決済ニーズの中  
楽天は業界をリード

決済サービスを起点に  
シナジーを高めさらなる成長を追求



Rakuten Card

Rakuten 楽天銀行  
(デビットカード)

R Pay R POINT R Edy R Cash

総取扱高<sup>\*2</sup>  
(2023年)

30兆円超

1

決済サービスのさらなる  
利便性向上

2

銀行・証券・保険等  
高LTVサービスへの  
送客促進

\*1: 経済産業省 2024年3月29日「2023年のキャッシュレス決済比率を算出しました」

\*2: 楽天カードショッピング取扱高+楽天銀行デビットカード取扱高+楽天ペイメントグループ取扱高

# 決済サービスの利便性向上

- ①決済アプリの完全統合：楽天ペイ・楽天ポイントカード・楽天Edyアプリを**完全統合**
- ②楽天カードアプリとの連携を加速（下図参照）
- ③その他フィンテックサービスとの連携を加速。将来的にはAIを組み入れ、ユーザーごとにUI/UXをカスタマイズ化



分割払い

リボ払い

キャッシング

キャンペーン

利用明細

楽天カードアプリの  
主要機能を搭載



# 決済サービスを入り口として、高LTV\*サービスの利用を促進

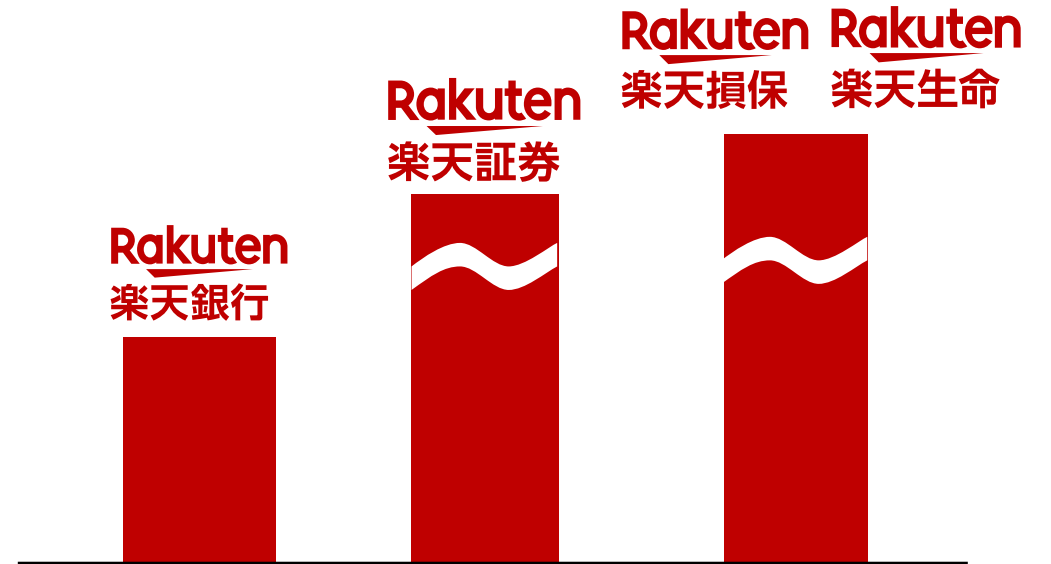
- 国内最大級の会員基盤を有する決済サービスを入り口に、銀行・証券・保険等の高LTV\*サービス利用を促進することで、フィンテック経済圏としての収益性を向上

ポイントが貯まる・使える  
サービスで日常的な決済をサポート

ユーザーのお金にまつわる  
あらゆる活動を生涯にわたりサポート



利用頻度：高



LTV\*：高

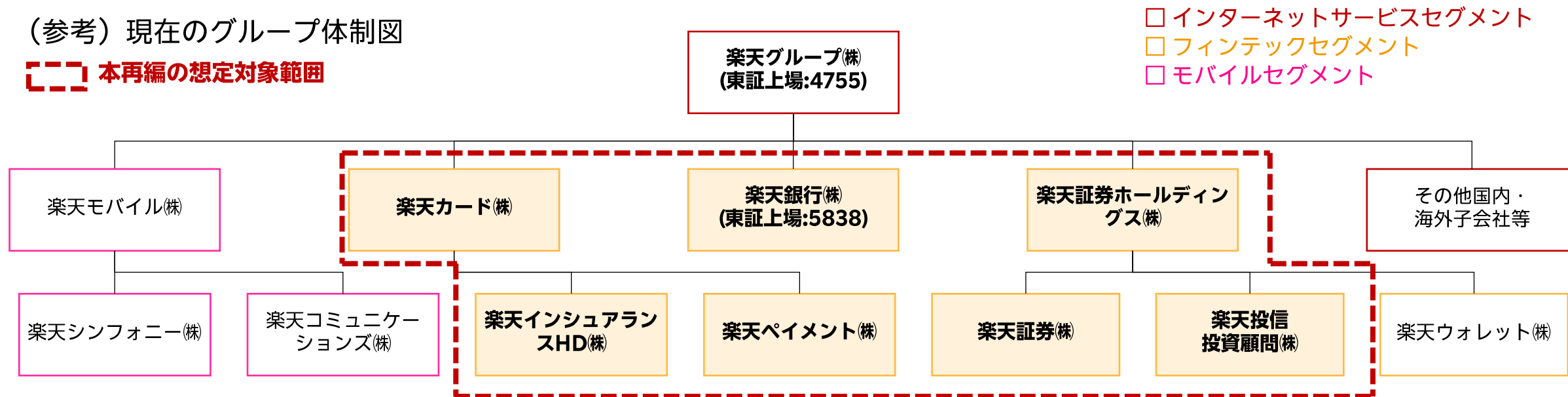
\*ライフタイムバリュー。顧客生涯価値

# 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<sup>\*1</sup>の再編に関する協議を開始するためMoU<sup>\*2</sup>を締結。本再編は2024年10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：Q1/24 業績ハイライト

- 楽天モバイル契約回線数増加に伴う増収とコスト最適化効果でNon-GAAP営業損失が前年同期比で継続的に改善
- 楽天シンフォニーにおいても事業の進捗により売上収益は前年同期比でプラス。トップラインのマネジメント（デリバリー含め）及び適切なコストコントロールにより収益性を改善

売上収益

**+3.6%**

前年同期比

**998億円**

Non-GAAP  
営業損失

**+307** 億円

前年同期からの改善額

**-719** 億円

EBITDA\*

**+337** 億円

前年同期からの改善額

**-297** 億円

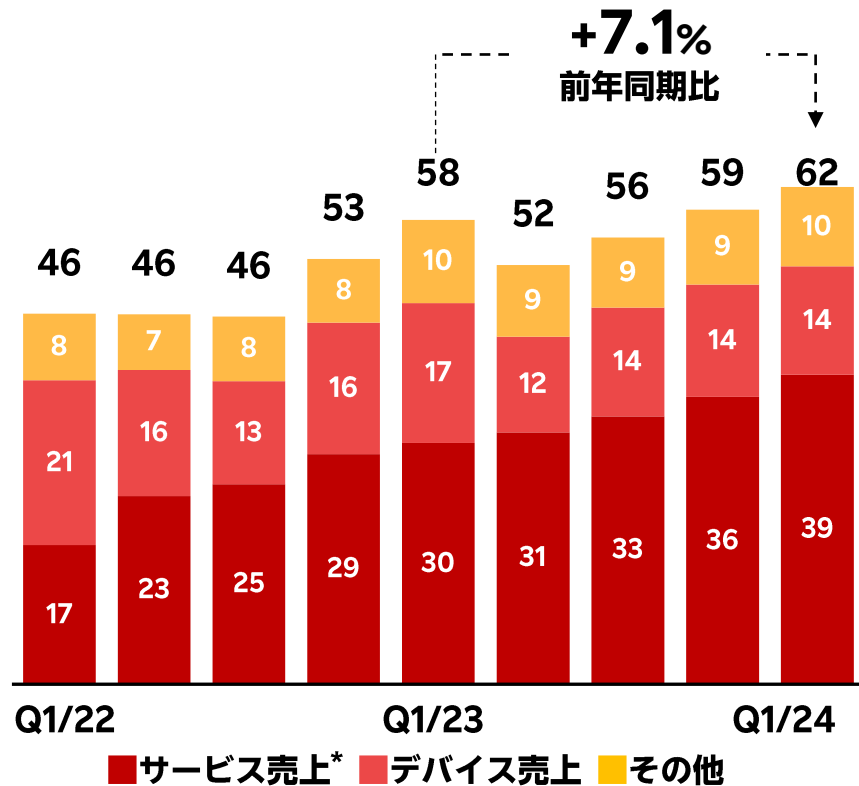
\*EBITDAはNon-GAAP営業利益に減価償却費等を加算して算出

# Rakuten Mobile

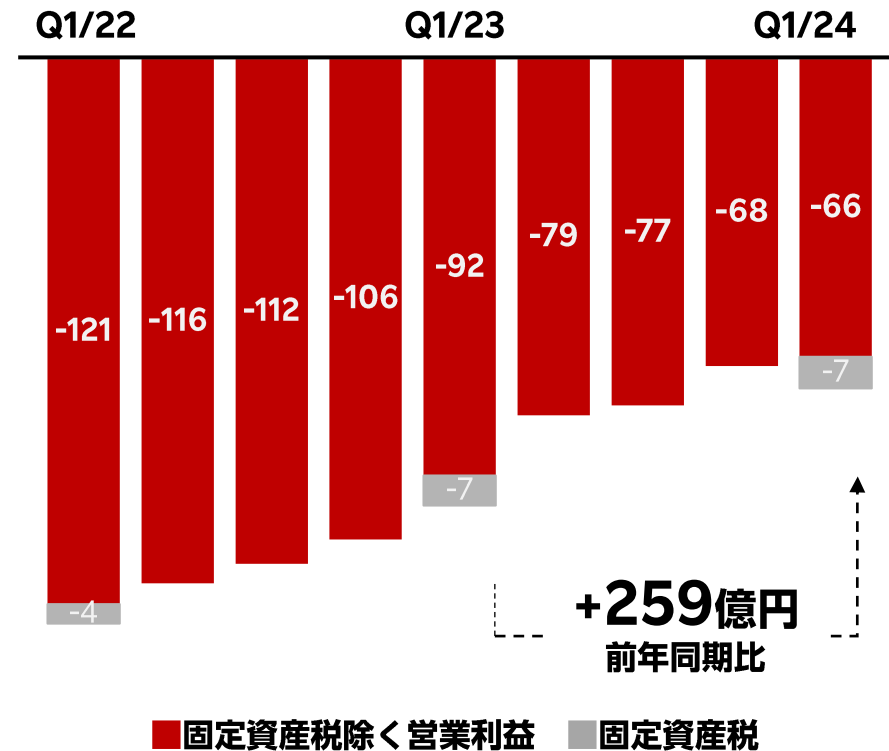
# 楽天モバイル(株)：売上収益及びNon-GAAP営業利益

- 契約回線数の伸長に伴うサービス収入増（前年同期比+28.3%）が売上収益の成長を牽引
- Non-GAAP営業利益においても、毎年1月に発生する固定資産税を除き継続的な損失改善を実現

売上収益（十億円）



Non-GAAP 営業利益（十億円）

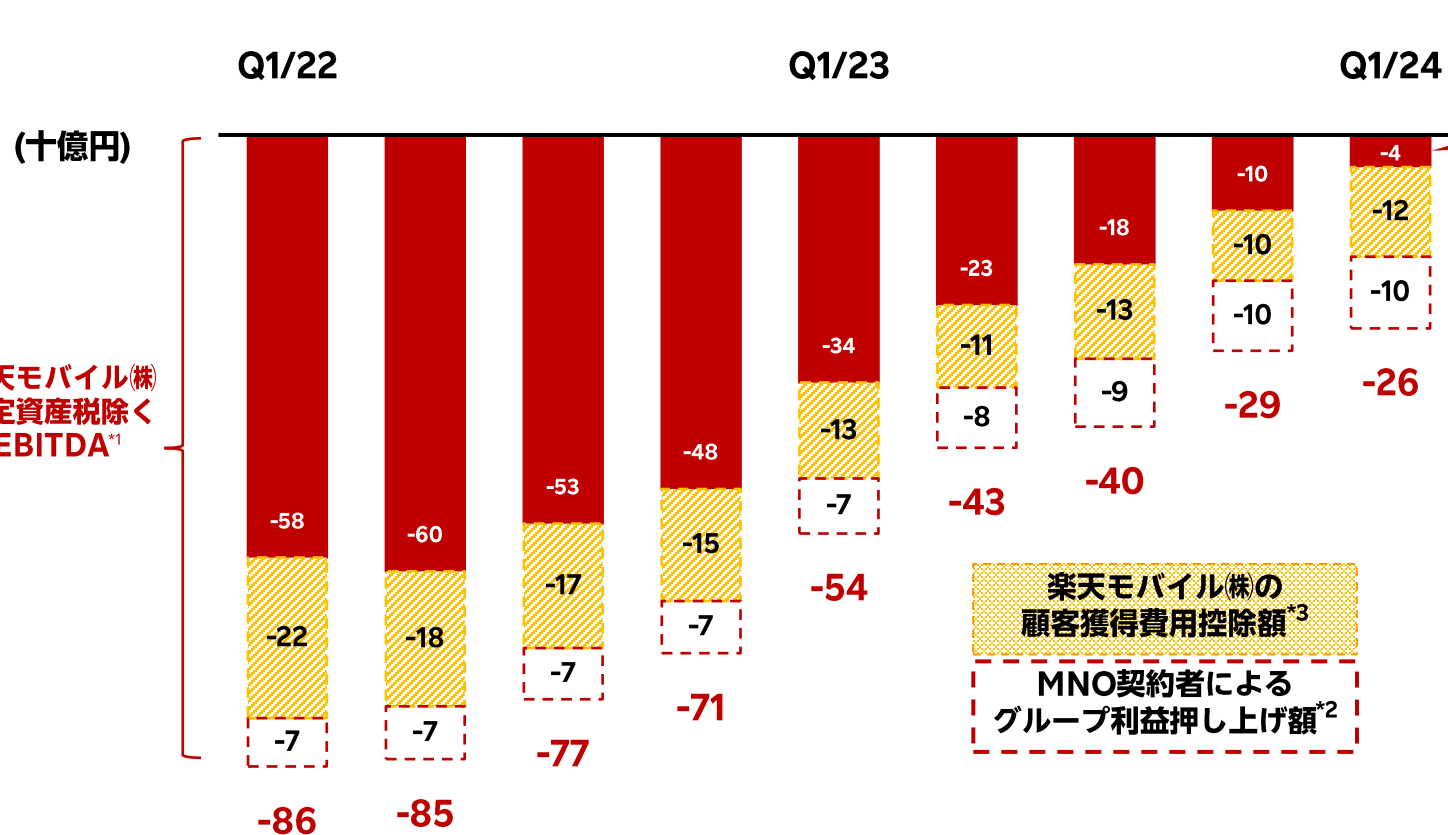


\*Q1/24よりRakuten Turbo経由のサービス売上を含む。過去数値についても遡及修正を適用。



# 楽天モバイル(株)：EBITDA\*1は堅調に改善

- 引き続き2024年内の楽天モバイル(株)のEBITDA単月黒字化に向けて各種施策を実行
- 楽天モバイル参入の目的は楽天モバイル(株)単体の成長のみならず、楽天エコシステム全体の利益の最大化

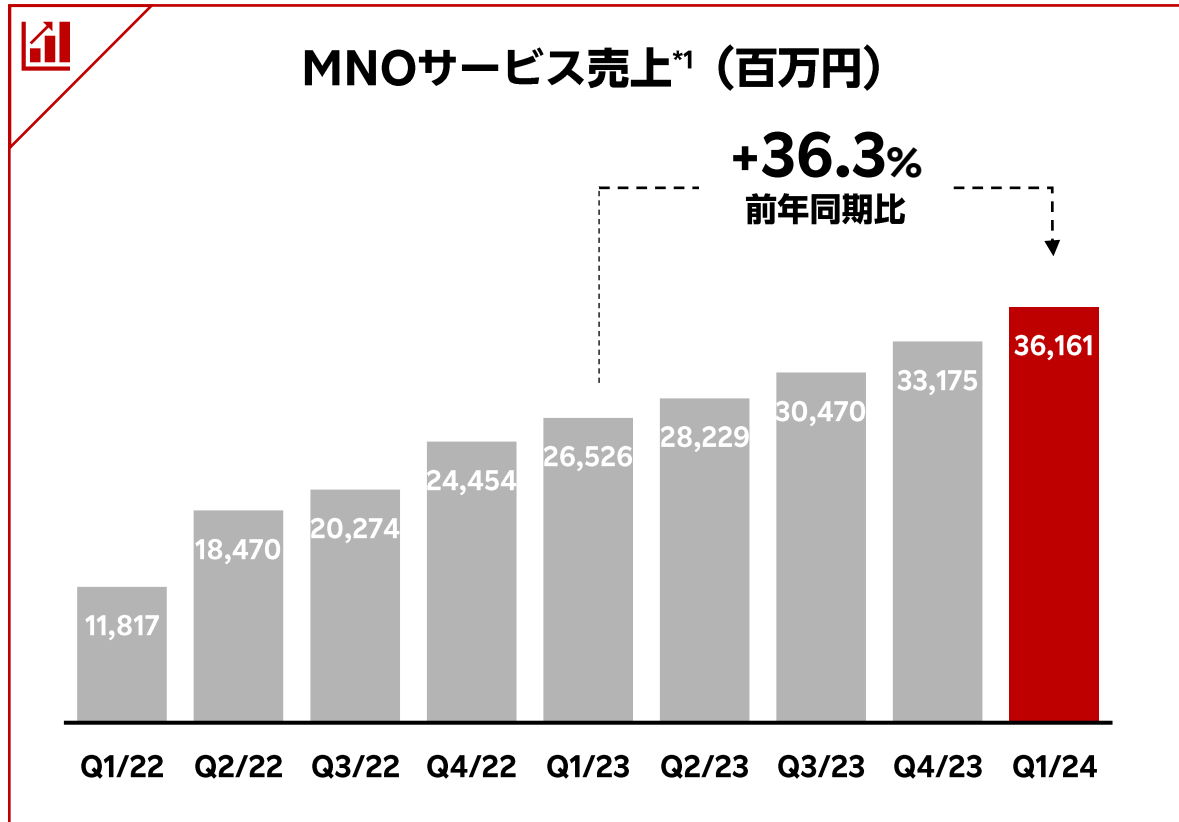


**顧客獲得費用は成長投資であり  
これを一般コストから除くと  
楽天モバイルの  
エコシステムEBITDAは  
黒字化目前の状態**

楽天モバイル(株)の  
顧客獲得費用控除額\*3  
MNO契約者による  
グループ利益押し上げ額\*2

\*1: EBITDAはNon-GAAP営業利益に減価償却費等を加算して算出 \*2: 16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、楽天ペイアブリ決済、楽天ペイオンライン決済、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 \*3: 楽天モバイル(株)における顧客獲得費用（顧客獲得費用としてプロモーション費用、ショップ費用等を含む。SPU等リテンション目的の販促コストは除く）。

# 楽天モバイル(株)：主要KPI



**MNO契約回線数\*2**  
(BCP除く\*3、2024年3月末時点)

**648万**

5/13時点  
680万\*6

**調整後MNO解約率\*4**  
(Q1/24時点)

**1.27%**

**MNO ARPU\*5**  
(24年3月月次)

**2,024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：Rakuten Turbo及びMVNE回線を含む。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。 \*3：BCPとは、B2BにおいてBusiness Continuity Plan用途に販売しているプラン。 \*4：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。 \*5：ARPUは、MVNE及びBCP回線を除くMNO契約回線数のQ1/24期末とQ4/23期末平均を用いて算出。  
\*6：速報値ベース

# 2024年、楽天モバイルはフェーズ3に

**フェーズ3 黒字化、シナジー増強、  
メジャー携帯キャリアへ**

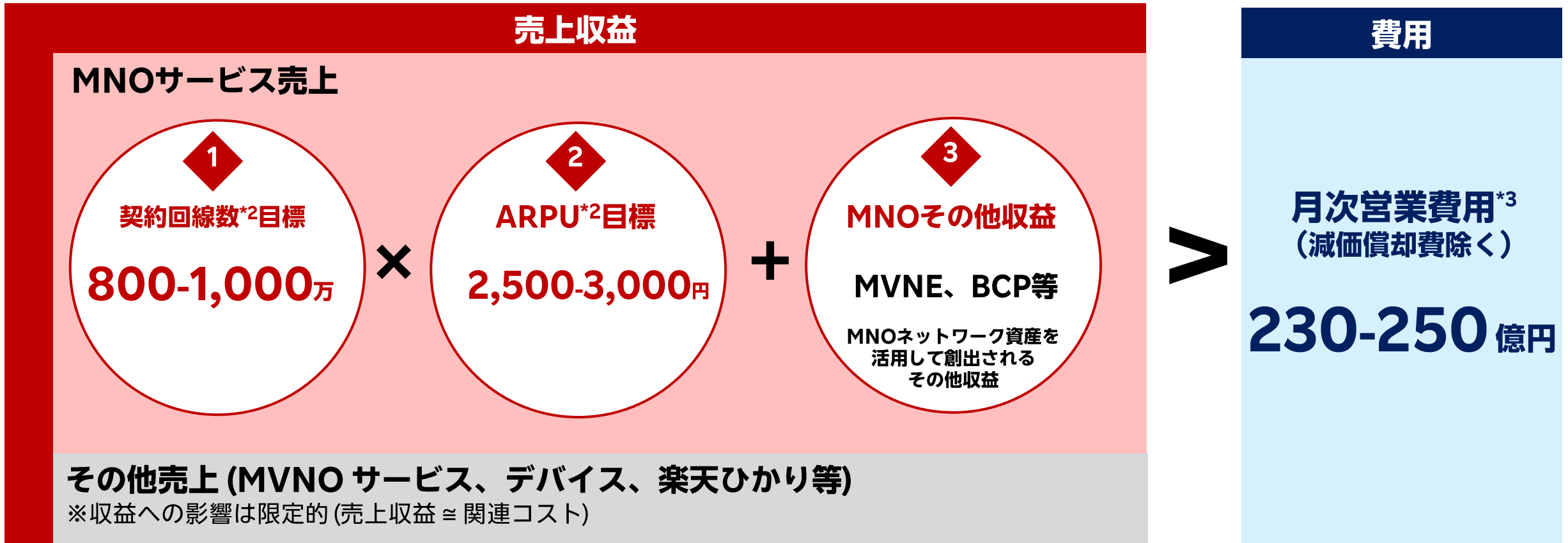
フェーズ2 リーンな経営の確立

フェーズ1 急速な基盤構築



# 2024年中の楽天モバイル(株) EBITDA\*1単月黒字化を目指す

- 減価償却費用を除く月次営業費用を上回るMNOサービス売上の成長により黒字化を実現へ



\*1: EBITDAはNon-GAAP営業利益に減価償却費等を加算して算出 \*2: BCP及びMVNEを除く。BCPとは、B2B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。 \*3: 固定資産税を含まない。

# フェーズ3の最重要事項は通信品質の認知改善と契約獲得

足下、通信品質改善に伴う獲得増加の好循環が回り始めている



**ローミング拡大  
通信品質がさらに向上**



**エコシステムユーザー  
からの契約獲得が増加**

\*2023年9月時点。人口カバー率は、国勢調査に用いられる約500m区画において、50%以上の場所で通信可能なエリアを基に算出（パートナー回線エリアを含む）。










**ローミング拡大  
通信品質がさらに向上**

\*2023年9月時点。人口カバー率は、国勢調査に用いられる約500m区画において、50%以上の場所で通信可能なエリアを基に算出（パートナー回線エリアを含む）。

# Opensignal社：

## 2024年4月版モバイル・ネットワーク・ユーザー体感レポート\*

■ 楽天モバイルは、日本国内における通信品質に関するユーザー体感分析結果において、7つの部門でNo.1を受賞

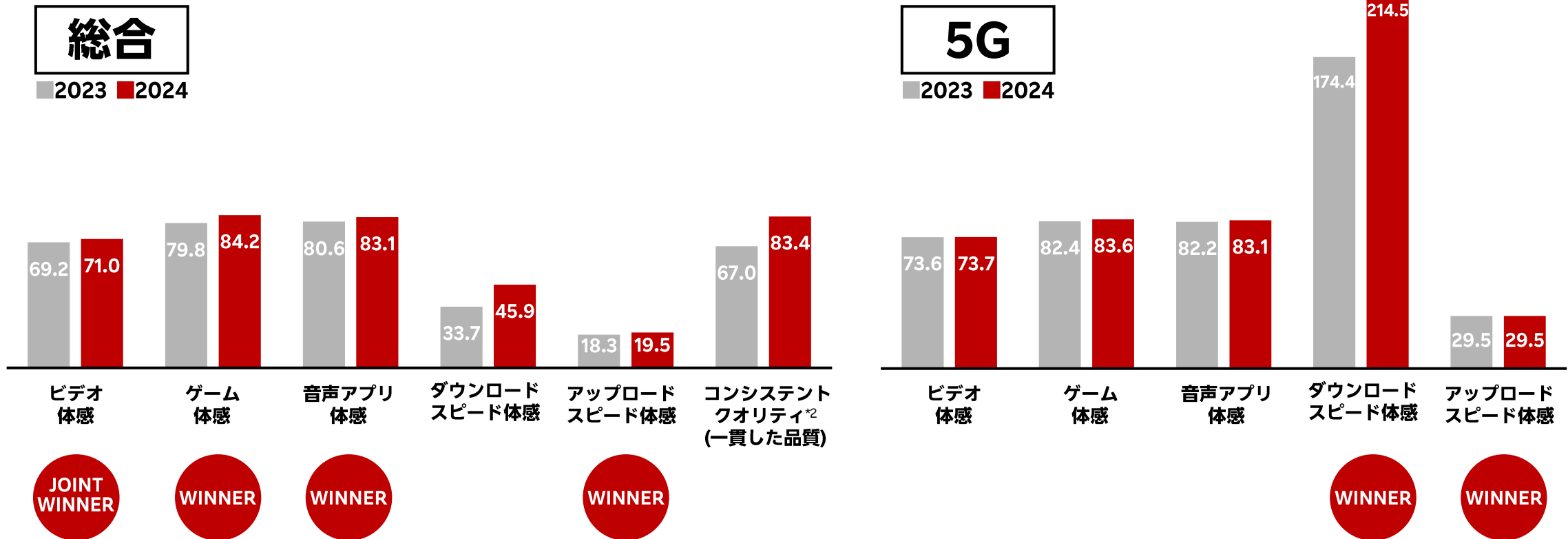
|   |                      |              |
|---|----------------------|--------------|
|    | ゲーム・エクスペリエンス         | WINNER       |
|    | 音声アプリ・エクスペリエンス       | WINNER       |
|    | アップロード・スピード・エクスペリエンス | WINNER       |
|    | 5Gアップロード・スピード        | WINNER       |
|    | 5Gダウンロード・スピード        | WINNER       |
|   | ビデオ・エクスペリエンス         | JOINT WINNER |
|  | ライブ・ビデオ・エクスペリエンス     | JOINT WINNER |

\*Opensignal2024年4月版モバイル・ネットワーク・ユーザー体感レポートより。データ収集期間: Dec 01, 2023 - Feb 28, 2024

\*パートナーエリア回線（4G）も含む。

# 各指標において昨年の分析結果から改善\*1

- 日本におけるゲーム体験プロバイダーとしてランクイン
- 5G アップロード速度を確実に維持し、5G ダウンロードスピード体感についても評価
- コンシステントクオリティ\*2が大幅に向上し、前年4位から2位へ



\*1: 上記チャートは、Opensignalの2023年4月版及び2024年4月版モバイル・ネットワーク・ユーザー体感レポートを基に当社作成。

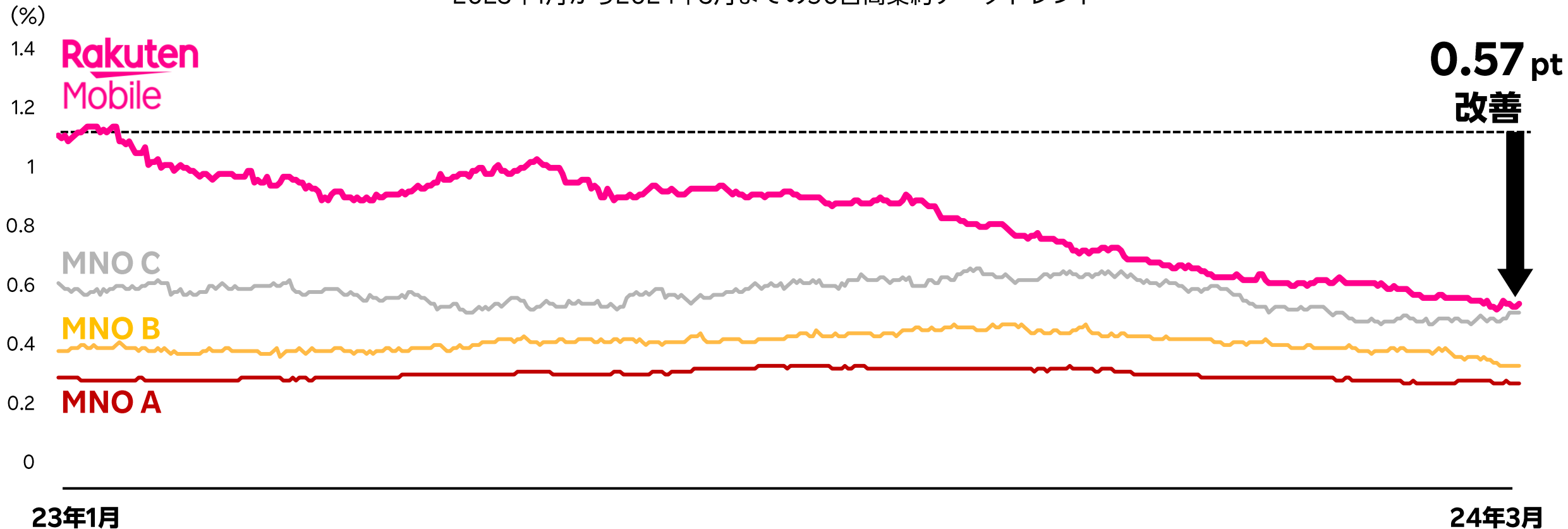
\*2: 「一貫した品質」は、ダウンロード・スピード、アップロード・スピード、遅延、ジッター、パケットロス、最初のバイトの読み込みまでの時間など、さまざまなエクスペリエンス指標を評価し、ビデオ通話、ソーシャルメディアへの画像のアップロード、スマート・ホーム・アプリの使用などのアクティビティが、目立った遅れや速度低下なく使用可能であることが示される。2023年4月の「コンシステントクオリティ」については、Opensignalの「優れた一貫した品質」指標に基づく。

\*パートナーエリア回線 (4G) も含む。



# 「No Signal Availability」 指標もローミング拡大を受けさらに改善\*

2023年1月から2024年3月までの90日間集約データトレンド

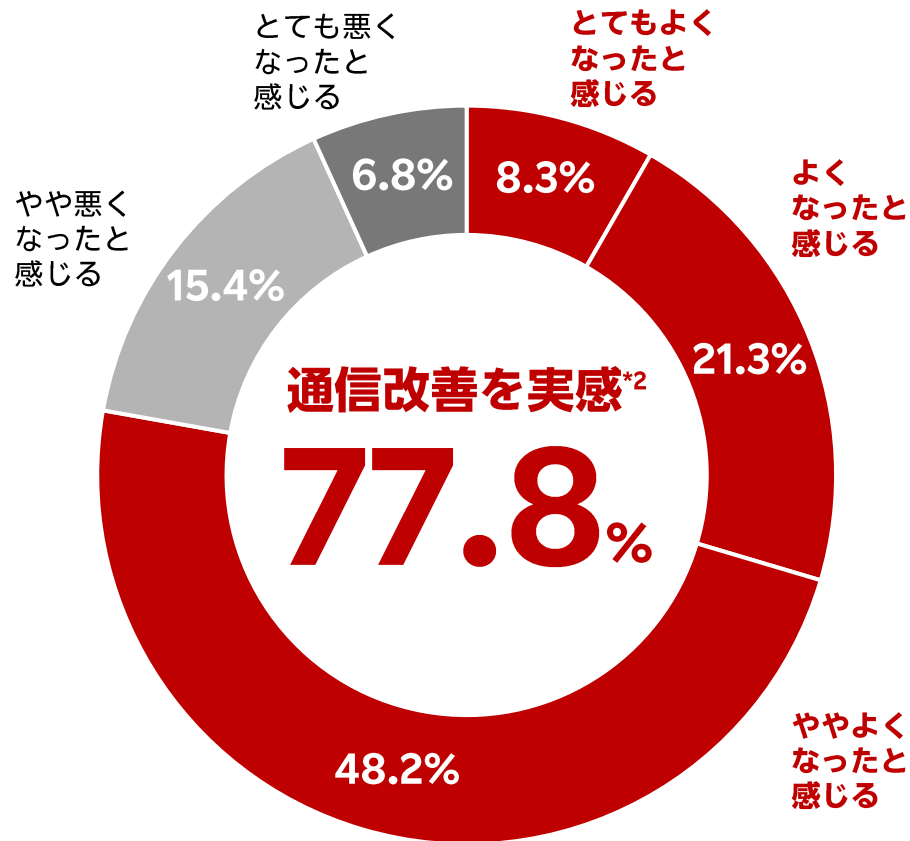


\*出典: 2023年1月1日-2024年3月31日 (90日間集約データ) に記録されたOpensignal作成のモバイル測定値を基に当社作成。「No Signal Availability」=オペレーターのネットワーク上での全てのOpensignalユーザーが携帯電話の接続がなかった時間の平均割合。\*パートナーエリア回線 (4G) も含む。

# 楽天モバイル契約者も通信品質の改善を実感

【2024年2月 楽天モバイル契約者対象の調査\*1】

Q. 楽天モバイルをご契約された当初に比べて、現在の楽天モバイルの電波・通信に対するお気持ちに変化があるか



契約者の約8割が  
楽天モバイルの電波が  
よくなってきていると実感

\*1: 「みんなに聞いた! 楽天モバイル通信簿」 調査企画: 楽天モバイル株式会社、調査協力: 株式会社エクスクリエ、調査期間: 2024年2月1日~2月6日、回答者数: 90,983人 \*2: 契約時と比較。

つながりやすさも  
最強へ。



# つながりやすさも最強へ

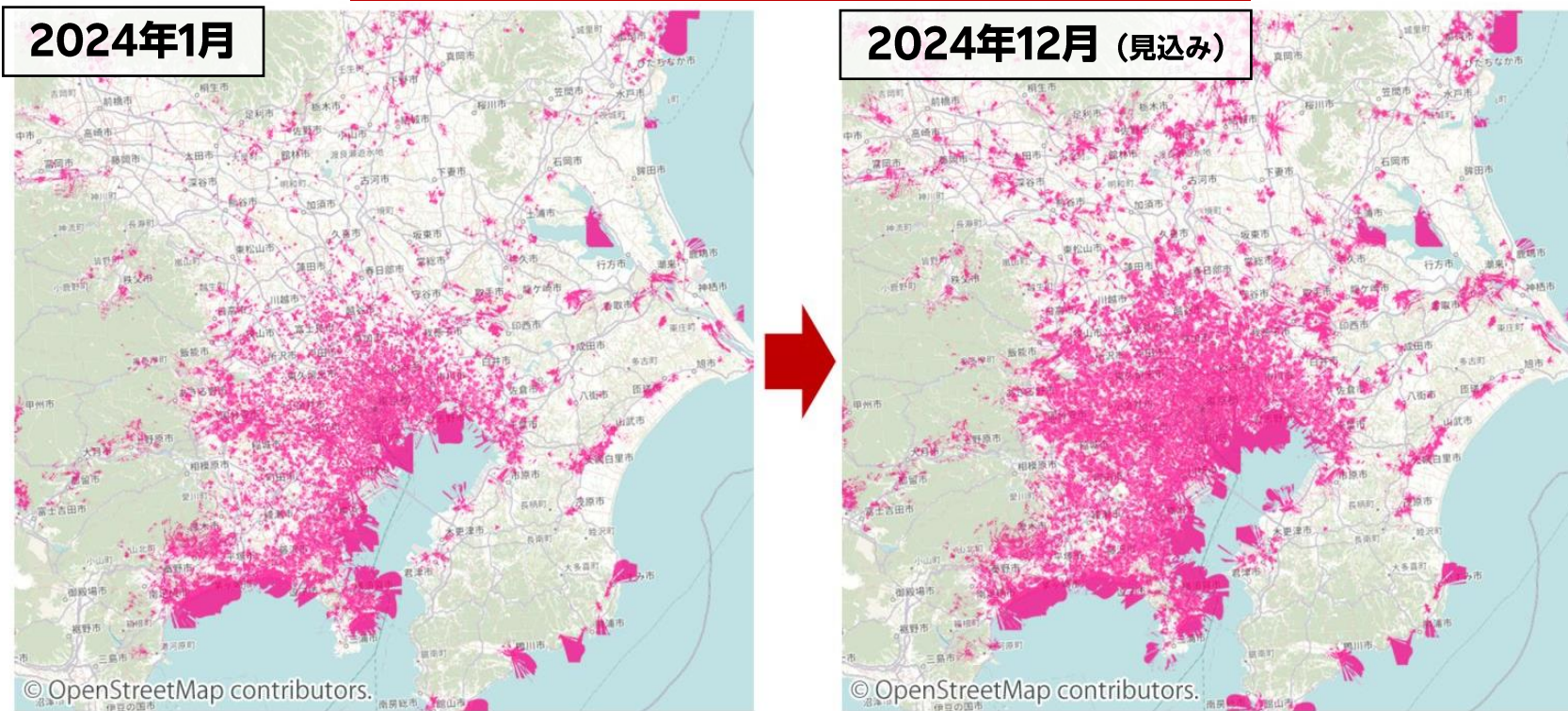
- 4G・5G自社基地局の継続的な拡充に加え、様々な施策のベストミックスで、効果的・効率的な品質改善を目指す

|                         |                                     |
|-------------------------|-------------------------------------|
| <b>エリアカバレッジ</b>         | <b>新ローミング契約に基づくネットワーク拡大</b>         |
| <b>カバレッジホール<br/>の改善</b> | <b>プラチナバンドの早期実現（6月頃の商用開始を目指す）</b>   |
|                         | <b>地下鉄・屋内での自社ネットワークのつながりやすさ改善</b>   |
| <b>5Gの拡大推進</b>          | <b>衛星通信との干渉緩和による5G（Sub 6）のエリア拡大</b> |
| <b>さらなる品質改善</b>         | <b>高密度化推進のさらなる改善等</b>               |

# 関東地方の5G (Sub6) エリアを2024年内に最大1.6倍まで拡大

- 共用帯域における衛星通信との干渉調整条件が緩和。2024年5月から年内を目途に関東地方\*1における楽天回線5G (Sub6) エリアの広さを、2024年1月比で最大1.6倍まで順次拡大
- 2023年にも東海地方\*2と近畿地方\*3で同様の対策を推進。東海地方では約1.7倍\*4、近畿地方では約1.1倍\*4 5Gエリアが拡大

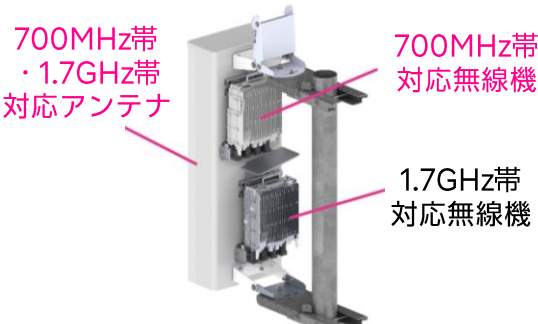
## 関東地方での5G (Sub6) エリア展開予定



\*1: 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 \*2: 岐阜県、静岡県、愛知県、三重県 \*3: 滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県 \*4: 同対策の実施前 (2023年8月) と実施後 (2023年12月) での楽天回線5G (Sub6) エリアの広さを比較。

# プラチナバンド展開のスケジュール

■ 2024年6月からの主要都市部における商用サービス開始に向けて準備中

| ステップ1<br>700MHz帯 認定  | ステップ2<br>運用準備  | ステップ3<br>試験電波発射   | ステップ4<br>商用サービス開始  |
|--|--|---|--|
| 2023年10月23日  | 2023年10月～  | 2024年4月30日～   | 2024年6月頃～  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>総務大臣より700MHz帯のプラチナバンドの割り当てを受ける</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>地上デジタル放送・特定ラジオマイクとの混信対策に係る調整を開始</li><li>基地局及びネットワークの構築等</li></ul>  <p>1.7GHz帯向けの無線設備に併設</p> | <ul style="list-style-type: none"><li>都内にて試験電波発射を実施</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>商用サービスの開始を目指す</li><li>主要都市部等から順次エリアを拡大していく予定</li></ul> |

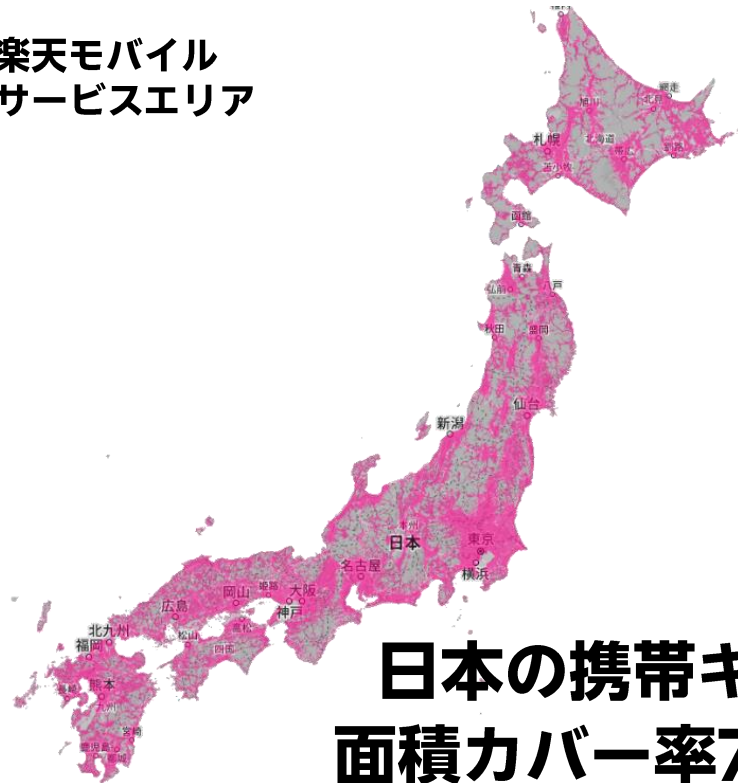
# 「一番つながる楽天モバイル」へ

- 低軌道衛星で構築するモバイル・ブロードバンド通信で市販のスマートフォンとの直接通信を目指すプロジェクトを進行中。2026年内の日本国内サービス開始を目指す

現在の楽天モバイルサービスエリア

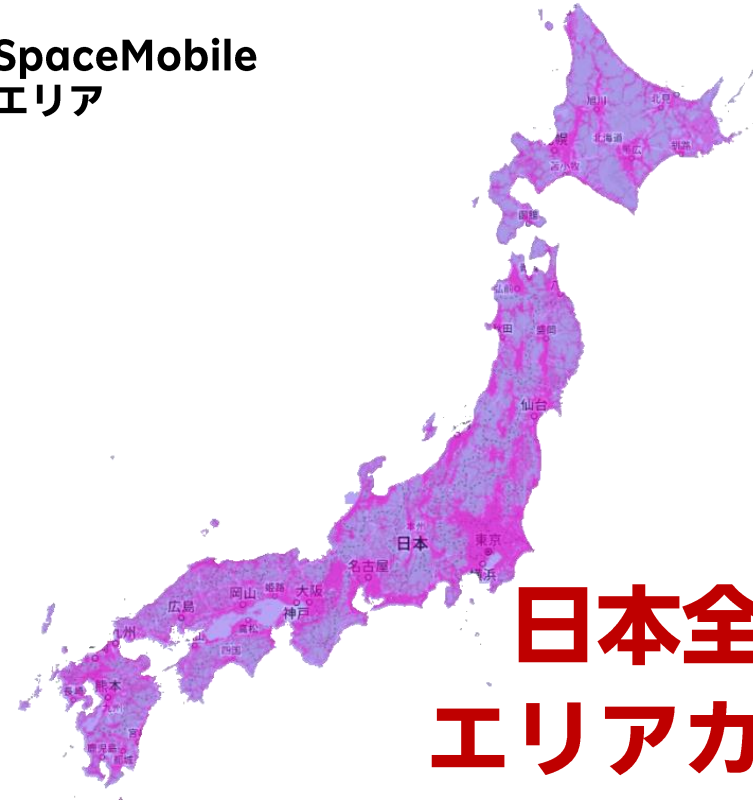
SpaceMobileによるエリア拡張イメージ

■ 楽天モバイル  
サービスエリア



日本の携帯キャリア  
面積カバー率70%程度

■ SpaceMobile  
エリア



日本全域の  
エリアカバーへ



**エコシステムユーザー  
からの契約獲得が増加**

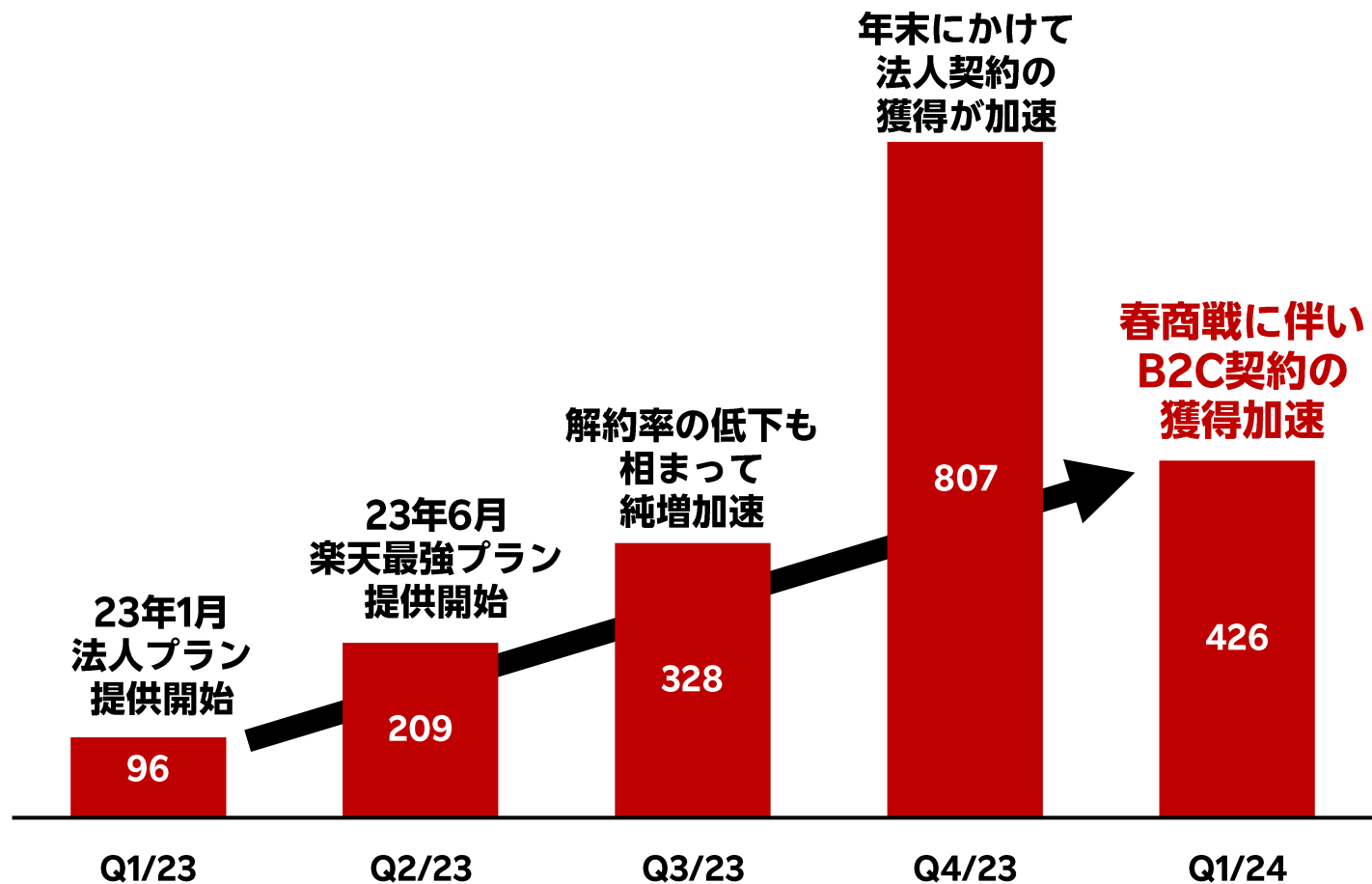
\*2023年9月時点。人口カバー率は、国勢調査に用いられる約500m区画において、50%以上の場所で通信可能なエリアを基に算出（パートナー回線エリアを含む）。



# MNO契約回線数（B2C+B2B）純増数\*

- 通信品質改善に伴い解約率が逡減
- 春商戦に伴うマーケティング強化によりB2Cの獲得が進行

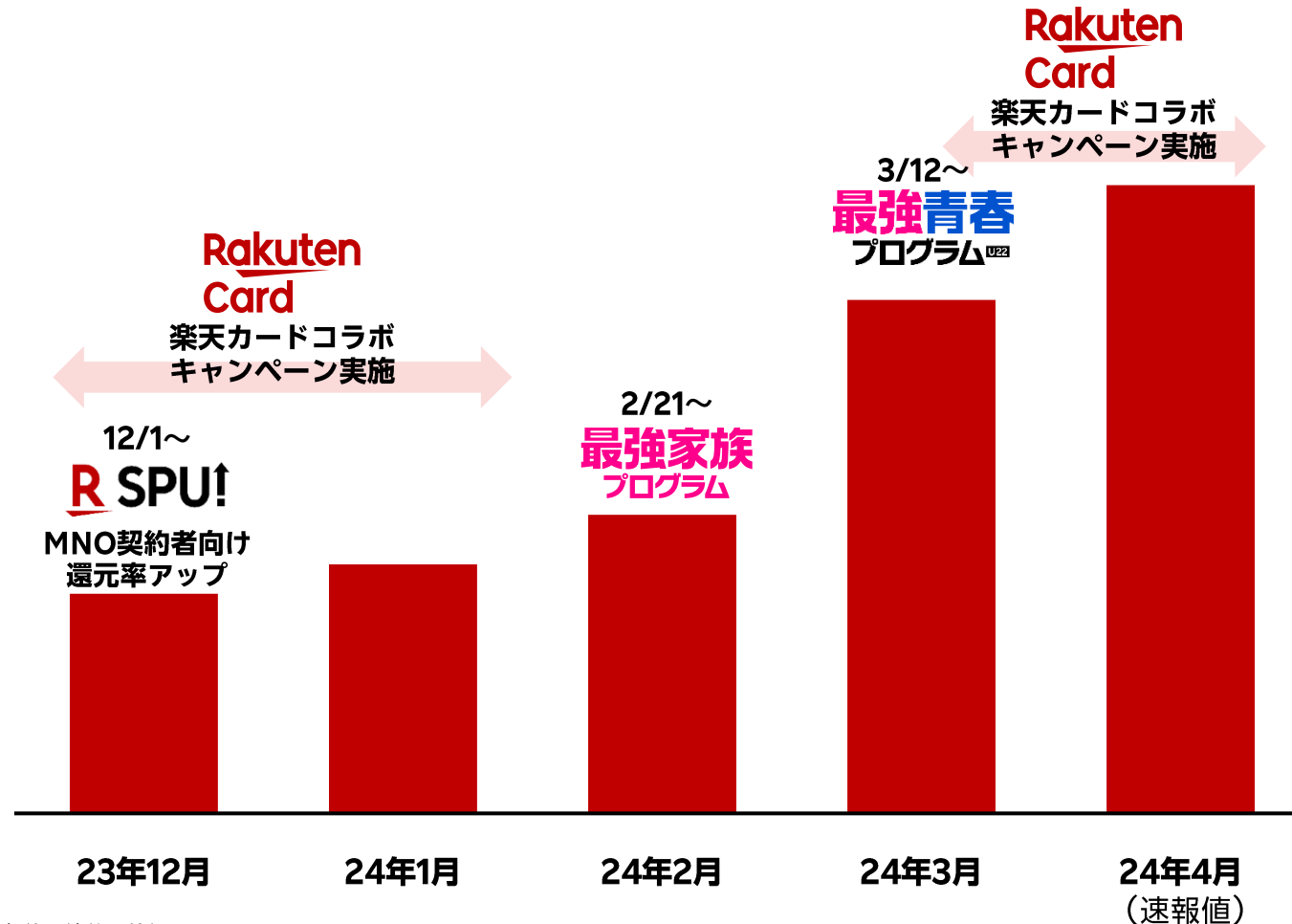
（千回線）



\*Rakuten Turbo含む。BCP及びMVNEを除く。

# MNO契約回線数（B2C<sup>\*1</sup>）純増<sup>\*2</sup>トレンド

- 23年12月以降、紹介キャンペーンの継続的な好調に加え、春商戦での各種マーケティング施策が奏功し、楽天エコシステムユーザーを中心にB2C契約獲得ペースが加速



\*1 Rakuten Turbo含む。 \*2 当月契約回線数と前月契約回線数の差額。

# 楽天エコシステムユーザーを対象とした各種施策を強化

## 楽天エコシステムユーザー にお得な獲得施策強化

### Rakuten Card

楽天カード新規入会 & 1回利用で **10,000** ポイント

楽天カードお持ちでない方も楽天カードお申し込みで対象に!

### Rakuten スーパーSALE

楽天市場のポイント最大 **45.5倍** ※本ページから楽天モバイル初めてのお申し込みで **9倍**

3/11(月) 01:59までの楽天市場のお買い物 **54.5倍** ポイント最大

3/11(月) 09:59まで

### Rakuten 楽天銀行

毎月開催 楽天銀行口座をお持ちのお客様へ!

楽天モバイル初めてのお申し込み & 本ページ経由の方限定

電話番号そのまま 他社からお乗り換えで **9,000** ポイント!

他社からじゃなくても **5,000** ポイント!

### Rakuten Travel

毎月開催! 初めて利用キャンペーン

各サービスを初めて使うごとに **最大 5,000** ポイント GET!

楽天モバイルご契約者様は2倍!

**最大 10,000** ポイント

### R Pay

楽天モバイルご契約者様限定!

楽天ペイ初めてのお支払いで **最大 3,000** ポイントプレゼント!!

800円以上で **2,200** ポイント

### Rakuten 楽天証券

毎月開催 楽天証券をご利用のお客様へ

楽天モバイル初めてのお申し込み & 本ページ経由の方限定

電話番号そのまま 他社からお乗り換えで **9,000** ポイント!

他社からじゃなくても **5,000** ポイント!

## 楽天エコシステムにおける 契約後ベネフィット強化

Rakuten最強プランご契約で

**ポイント毎日全員5倍**

※楽天会員1倍と楽天モバイルSPU+4倍の合計

Rakuten Mobile

楽天モバイルパーク宮城では楽天モバイルが **最強**

ノエビアスタジアム神戸では楽天モバイルが **最強**

NBAの全試合が **無料!!** で観られる!

2023-24シーズン全試合配信!

2024年シーズンのパ・リーグ主催公式戦が **全て無料** で観られる!

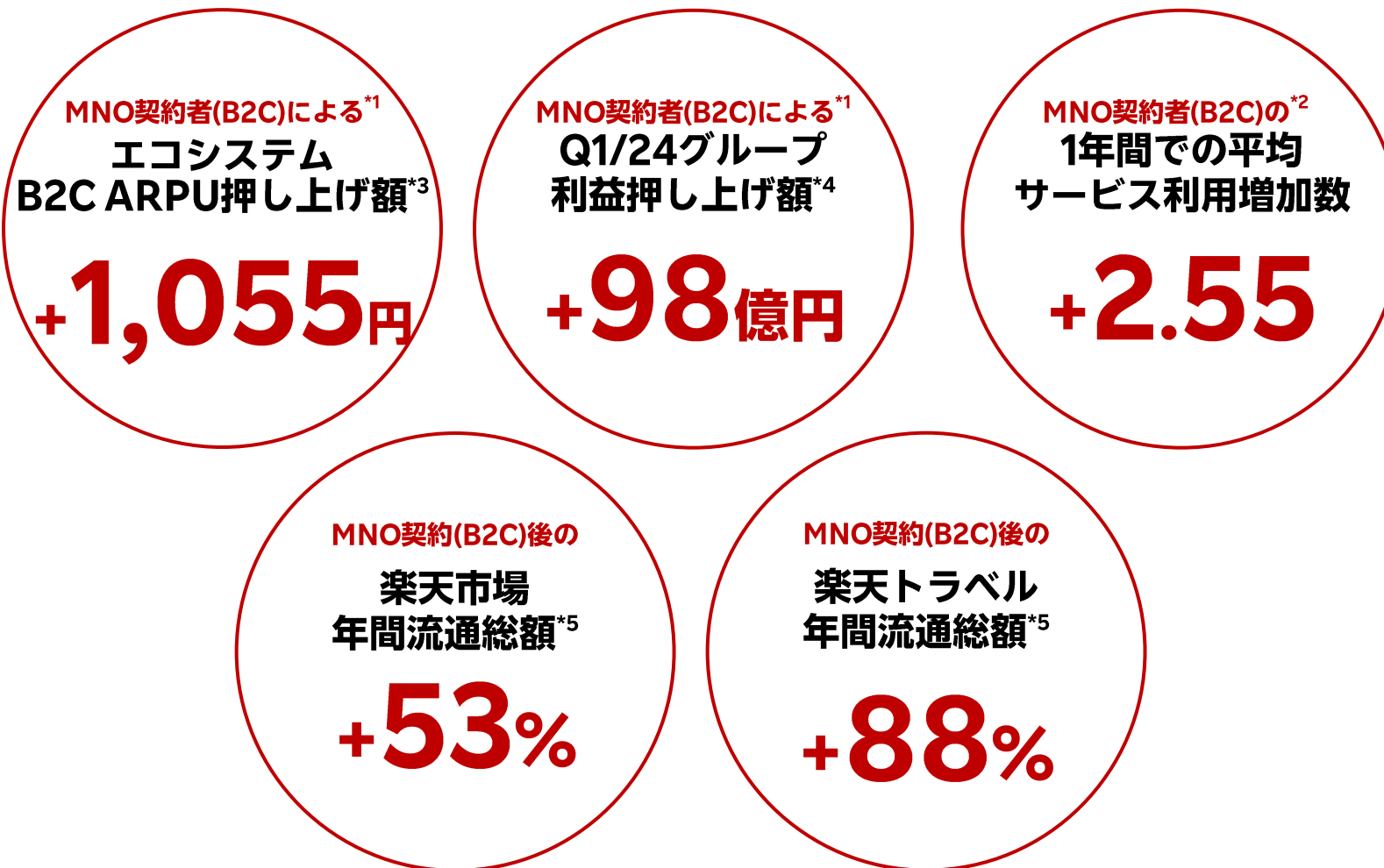
楽天ミュージック **バンドルプラン**

楽天モバイルご契約者様なら **ずっと音楽が無料**

30日ごとに5時間無料

**追加特典も  
続々企画中**

# 楽天モバイルのエコシステム貢献



\*1: 2020年3月~2024年3月にMNO契約あり。 \*2: 2020年3月~2023年4月にMNO契約あり。 \*3: 16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を算出。直近3カ月分の押し上げ額を各月末のMNO(B2C)契約者数を考慮し一か月分に加重平均して算出。 \*4: 各事業の月間エコシステムARPU押し上げ額に各事業の粗利率を乗じ16事業分を合算。各月末の契約回線数を乗じた月間の押し上げ額の直近3カ月分の合計。 \*5: 2020年4月~2023年4月にMNO契約のあるユーザー(1年以上の利用者)。流通総額の伸び: 契約開始月ごとに、対象ユーザーの契約前の12ヶ月と直近の12カ月(2023年4月から2024年3月)の期間の流通総額を比較した数値の加重平均。トラベルの数値はコロナ禍からの需要回復効果も含む。

# ワンプランはそのままに、様々なユーザーニーズへの対応を強化

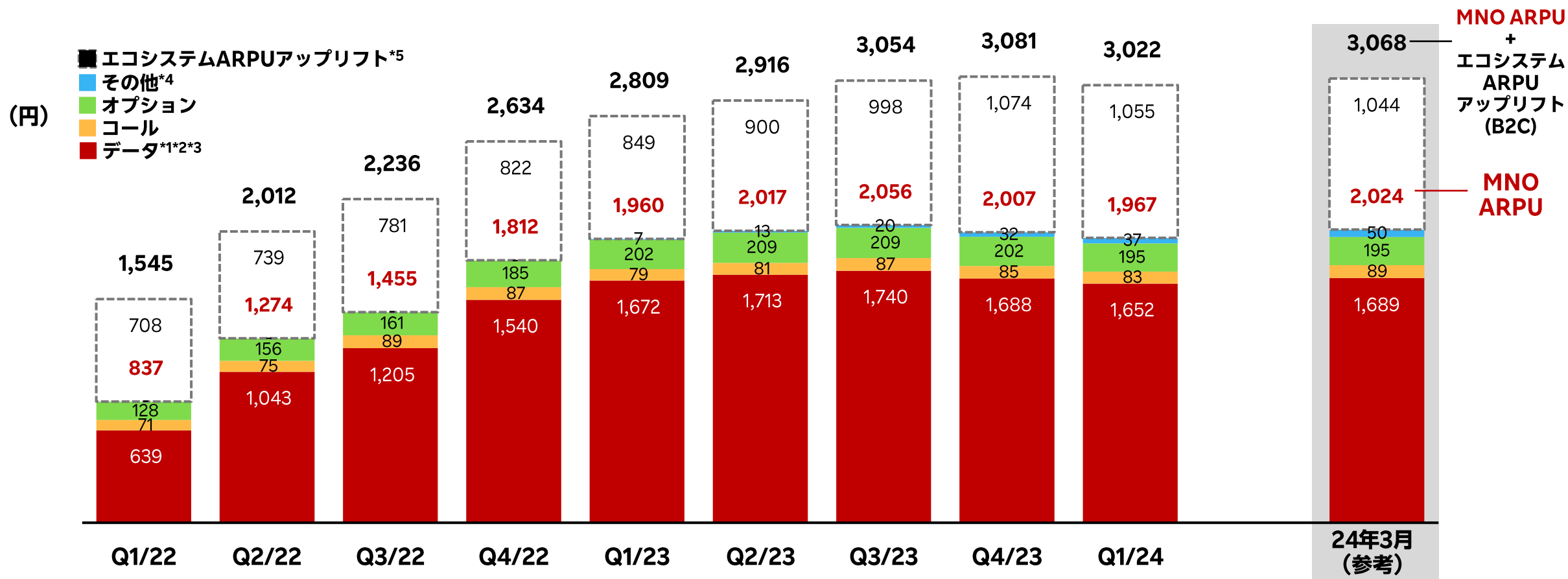
- 4月10日から「最強家族プログラム」をアップデート。幅広い家族のかたちでご利用可能に
- 5月2日から12歳まではさらにおトクになる「最強こどもプログラム」を開始

|  | 3GBまで   | 3GB超過後20GBまで  | 20GB超過後 <b>無制限</b>  |
|--|---|---|---|
| <b>Rakuten 最強プラン</b><br>(家族割適用後)                                 | <b>880円</b><br>(税込968円)   | <b>1,880円</b><br>(税込2,068円)                                       | <b>2,880円</b><br>(税込3,168円)                                       |
| <b>22歳まで</b> <sup>*1*2</sup><br><b>最強青春プログラム</b> <sup>U22</sup>  | <sup>*4</sup> <b>キャリア</b> <b>最強</b> 110ポイント還元で <sup>*3</sup><br><b>実質 780円</b><br>(税込858円) ※通話料等別 | 110ポイント還元で <sup>*3</sup><br><b>実質 1,780円</b><br>(税込1,958円) ※通話料等別 | 110ポイント還元で <sup>*3</sup><br><b>実質 2,780円</b><br>(税込3,058円) ※通話料等別 |
| <b>0~12歳まで</b> <sup>*1</sup><br><b>最強こどもプログラム</b> <sup>U12</sup> | 440ポイント還元で <sup>*3</sup><br><b>実質 480円</b><br>(税込528円) ※通話料等別                                     | 110ポイント還元で <sup>*3</sup><br><b>実質 1,780円</b><br>(税込1,958円) ※通話料等別 | 110ポイント還元で <sup>*3</sup><br><b>実質 2,780円</b><br>(税込3,058円) ※通話料等別 |

\*1: 還元する「楽天ポイント」は期間限定ポイントです。本プログラムの専用ページよりエントリーが確認された月の翌々月末日ごろから毎月ポイントを付与します。 \*2: 2024年5月2日より、最強青春プログラムの適用年齢は、0~22歳から「13~22歳」に変更となります。 \*3: 「実質価格」とは、本プログラムの適用条件達成により後日付与される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ります。 \*4: 家族割引、22歳以下のキャンペーンのみを適用し、その他の特典は含めない場合の実質価格を他キャリアと比較。

# ARPU (MNO\*1)

■ B2CとB2BそれぞれのARPUは前四半期比で上昇しているが、Q1/24の契約獲得が四半期末月に集中したことが一時的なマイナス要因。3月月次ARPUは2,024円

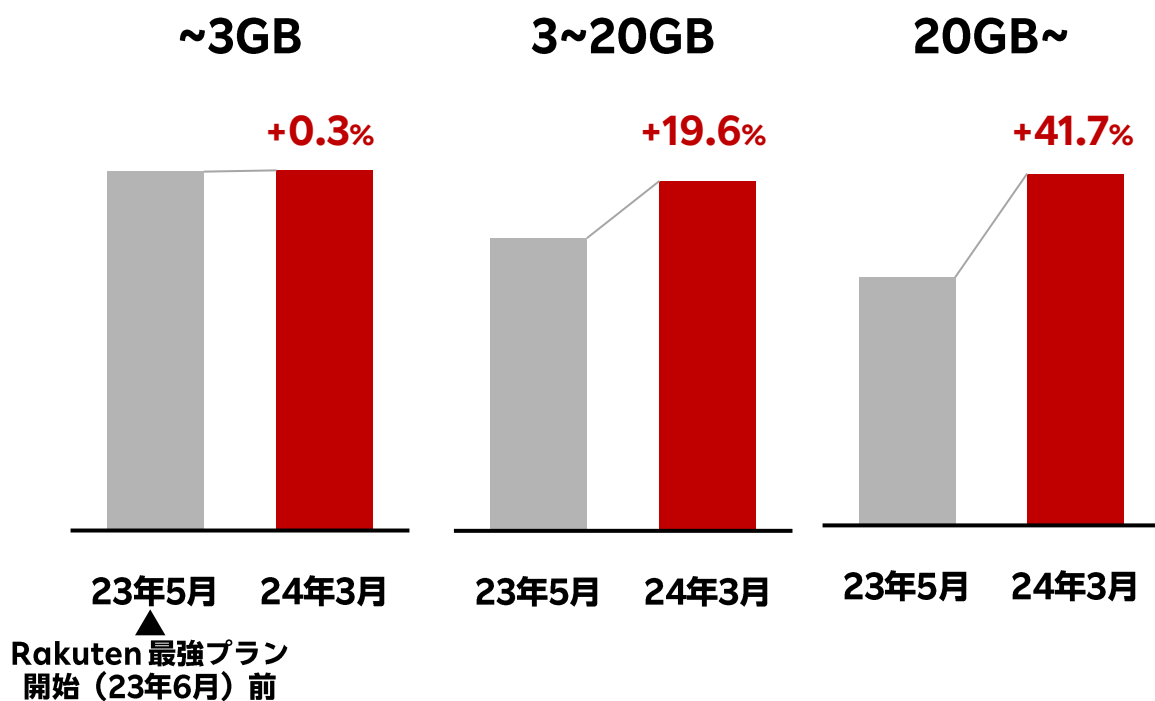


\*1: Rakuten Turboの契約回線数及び売上収益を含む。これに伴い過去数値を遡及修正済。 \*2: BCP及びMVNEは除外。BCPとは、B2BにおけるBusiness Continuity Plan用途に販売しているプラン。  
 \*3: データARPU: 2022年9月-10月に実施した1GB未満ユーザーへのポイントバック施策は売上マイナスとして計上していますが、本データARPUの計算には含んでいません。 \*4: 広告、B2B雑収入を含む。  
 \*5: 16事業(楽天市場、楽天ブックス、楽天ダイレクト、楽天ビック、楽天kobo、楽天ファッション、楽天トラベル、楽天西友ネットスーパー、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を算出。直近3カ月分の押し上げ額を各月末のMNO(B2C)契約者数を考慮し一か月分加重平均して算出。

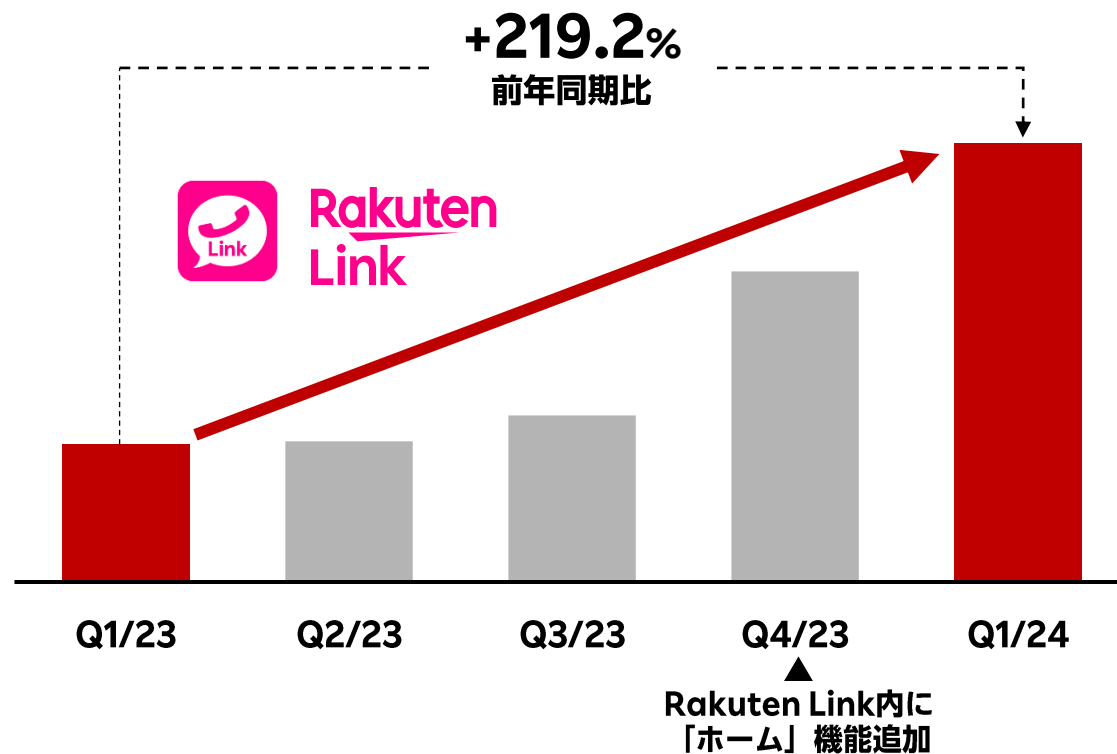
# ARPU上昇に向けて (B2C)

- Rakuten最強プラン開始 (23年6月) 前と比較し、月20GB以上利用帯が最も増加。継続的な増加を見込む
- Rakuten Linkのメディア価値向上により、今後の広告出稿増加並びに広告ARPU上昇を企図
- メイン利用ユーザーが増加し、データARPUのさらなる向上が期待

月間利用データ量別の契約回線数増加率



Rakuten Link内広告のインプレッション推移



# ARPU上昇に向けて (B2B)

- 楽天エコシステム関連パートナーの各業界に対応したソリューションを拡充
- 4月からは宿泊施設向けに法人プランとIP無線アプリ「Buddycom」を特別価格で提供するセットプランの提供を開始
- パートナー企業の利便性向上に資する自社ソリューションサービスの投入を行い、Win-Winな形での収益拡大を図る

例：楽天トラベルとの連携によるサービス拡大

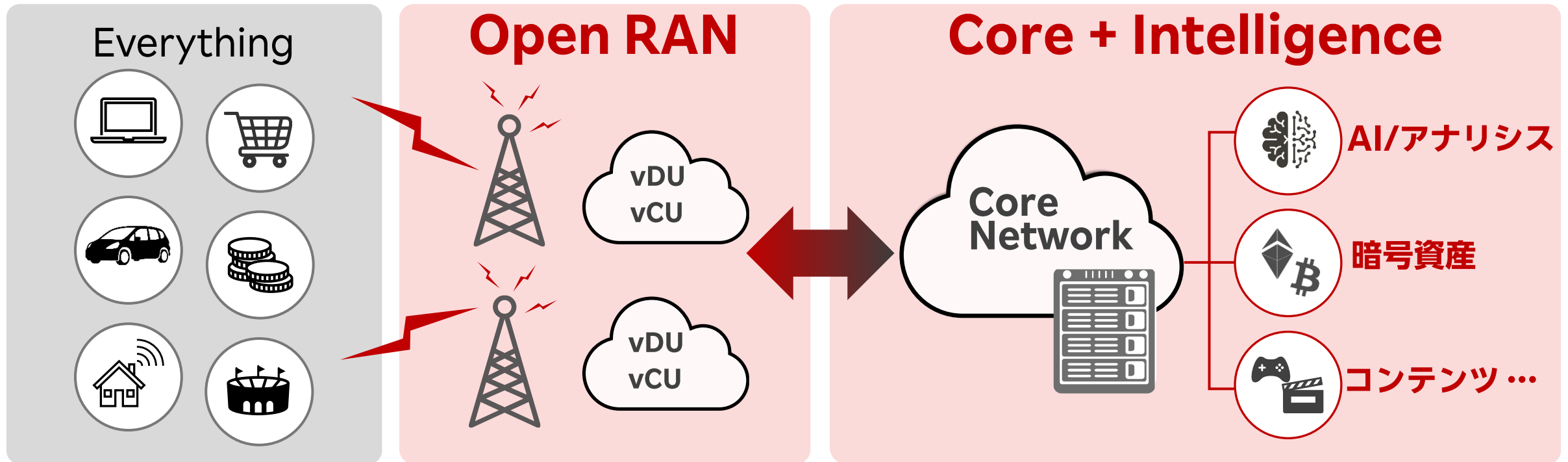




# Rakuten Symphony

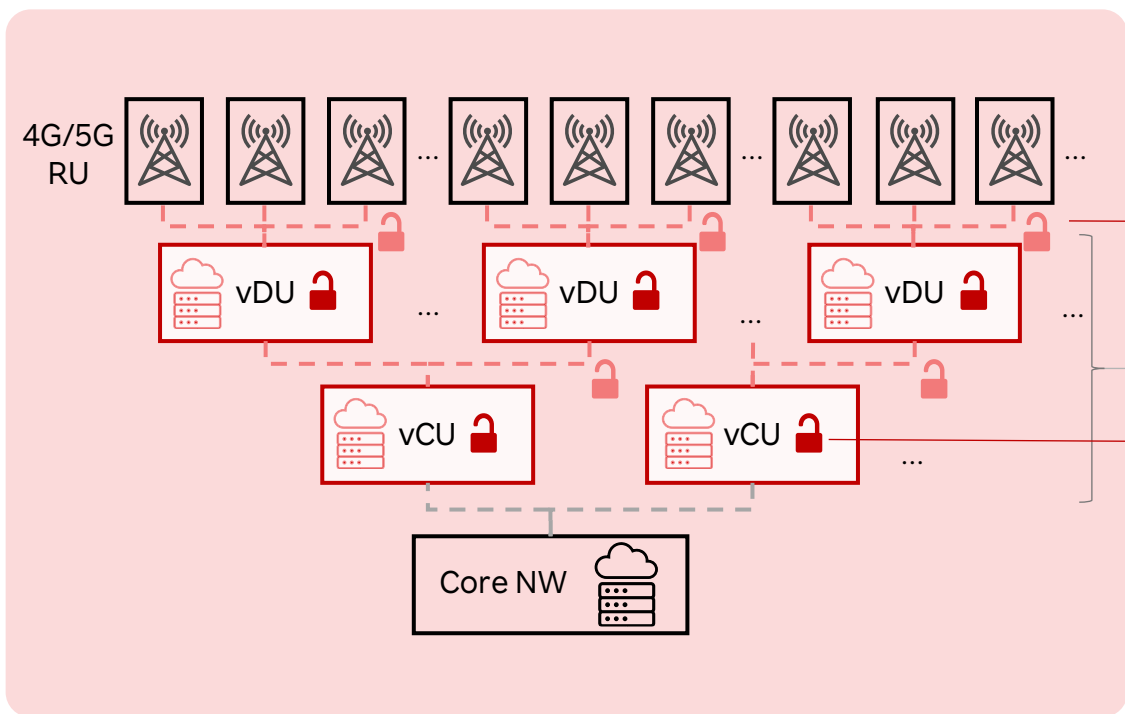
# 楽天は、OpenRANにおけるオープンインテリジェンスカンパニーへ

- あらゆるものが通信によって繋がっていく現代社会において、高品質な通信ネットワークの重要性は増大
- Open RANの登場により、低コストで高品質なワイヤレスネットワークの構築が可能に



# 楽天のOpen RANソフトウェアをライセンス化

- 楽天はいち早くOpen RANの商用化に成功。昨今業界でもOpen RANに対する注目が高まる
- 既に国内外で運用実績のあるOpen RANソフトウェアをライセンス提供することを計画



**自由にカスタマイズ可能な**

**ネットワーク構成**

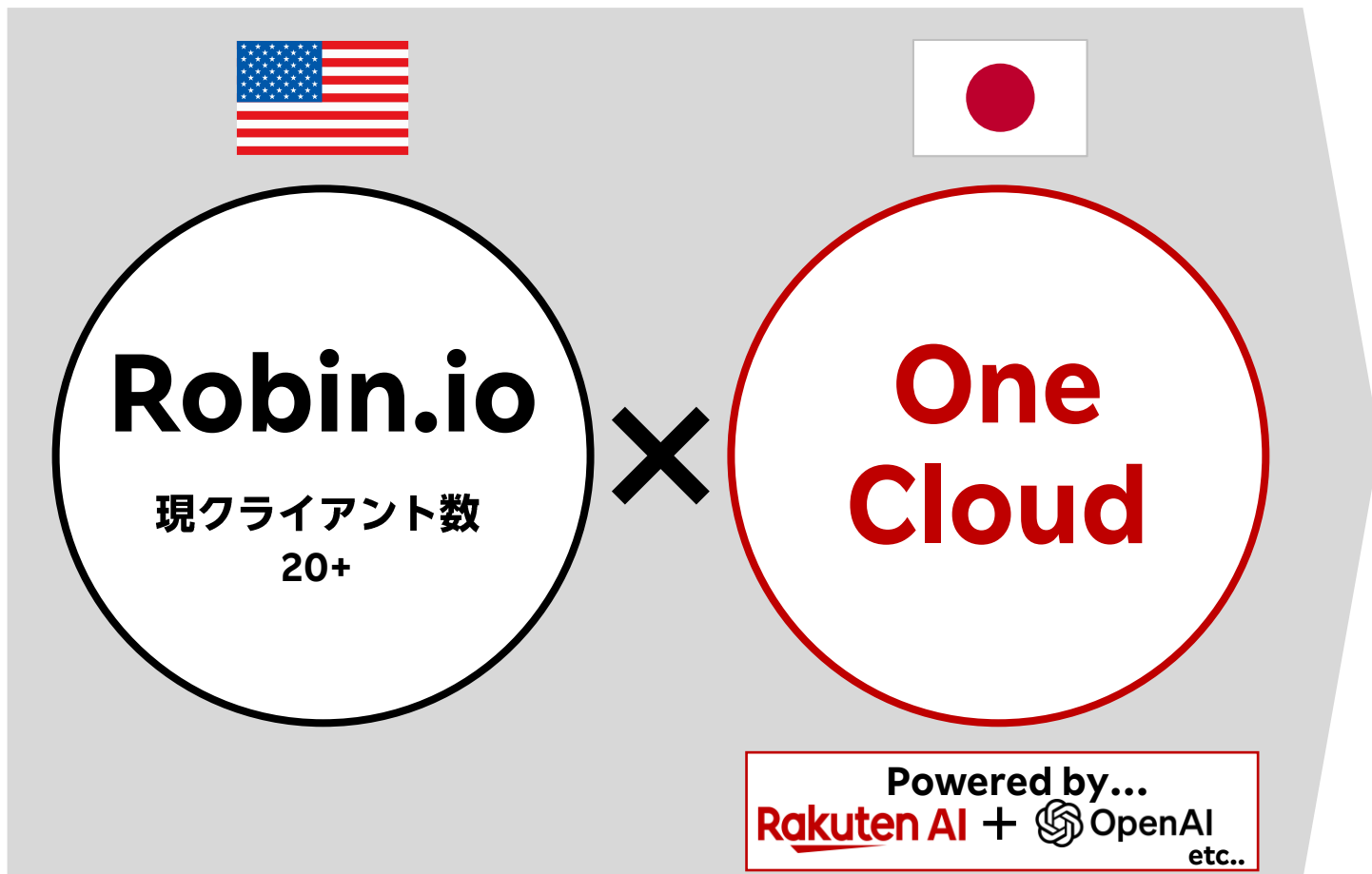
**低コストでのネットワーク構築・運用**

**透明性の高いソースコードによる**

**高い安全性**

# 楽天クラウドサービスの本格展開を目指す

- 外部事業者に対して、AI関連技術を含む楽天エコシステムのコアアセット及びクラウド関連の技術を提供



## Rakuten Cloud

楽天グループの2つの  
クラウドサービスを統合  
国産クラウドを  
外部向けに本格展開

# トリプル20

---

# グループ全社の効率性向上プロジェクト「トリプル20」

- グループ内の共通業務の一括管理や各種プロセス見直し等を実施
- AIも活用し、生産性向上・コスト削減を推進

## トリプル20\*

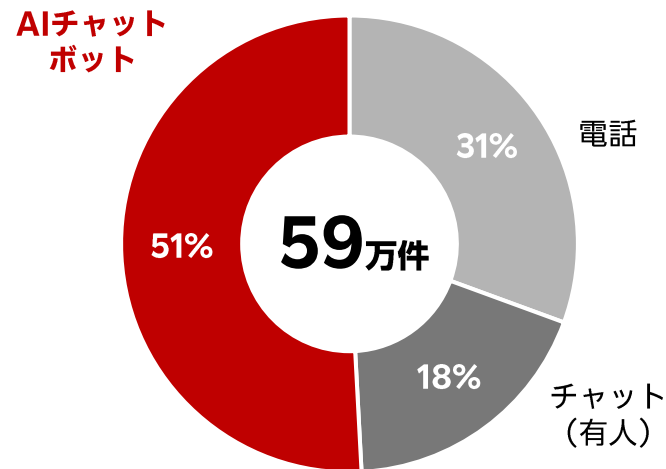
**20%増** マーケティング効率

**20%増** オペレーション効率

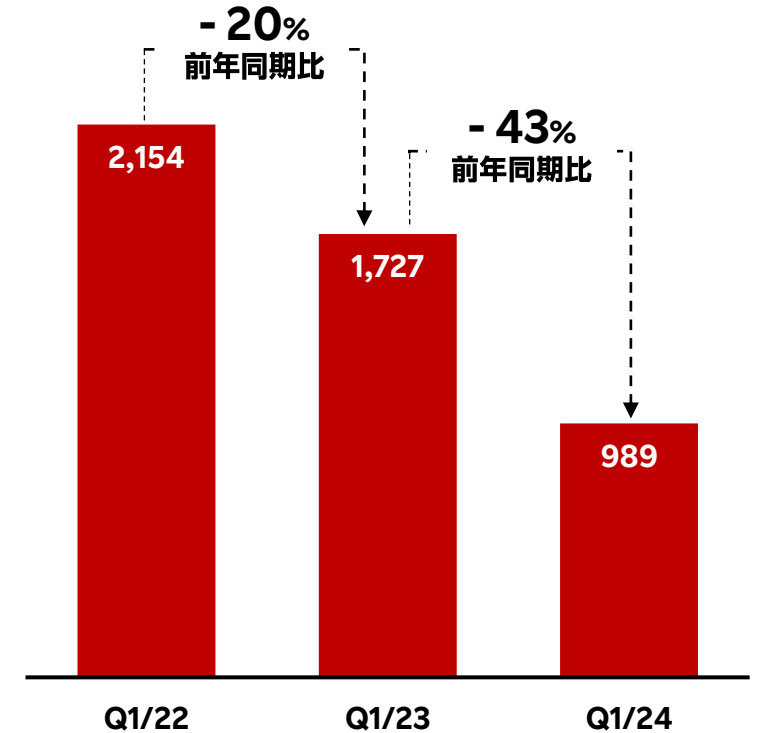
**20%増** クライアント効率

### 楽天モバイルの カスタマーサポートにおけるAI活用例

Q1/24 対応方法別  
お問い合わせ数

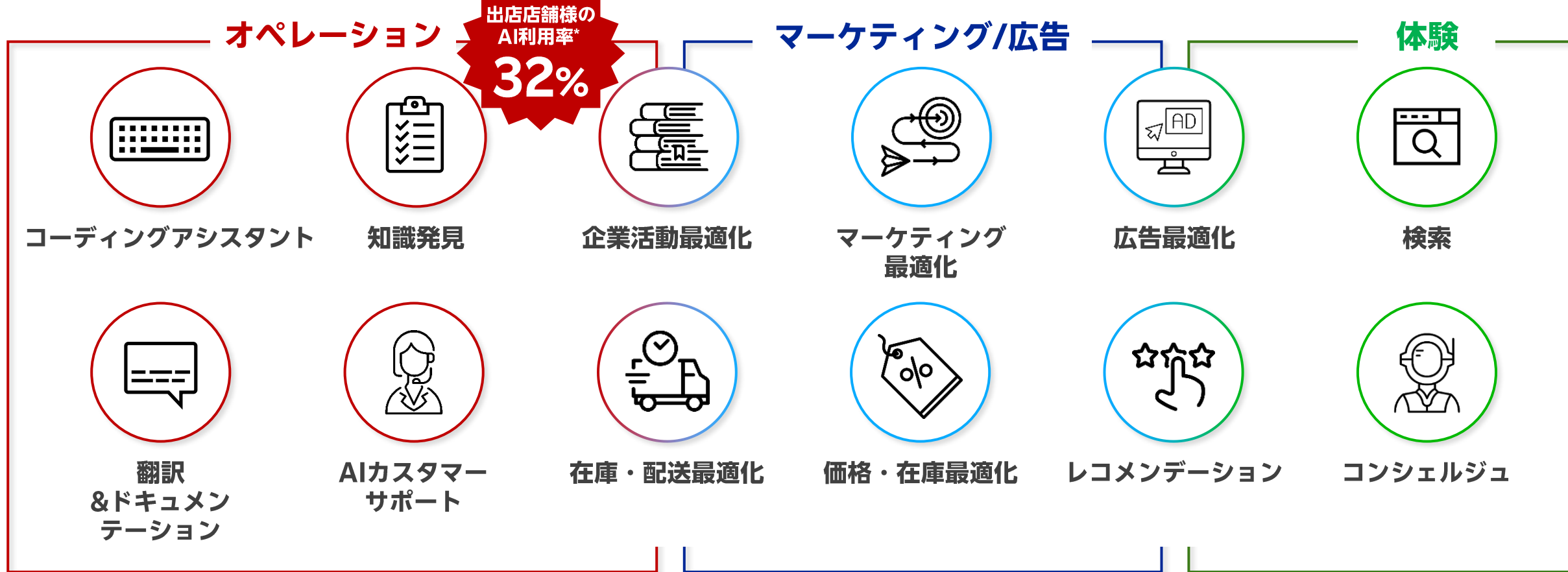


### 楽天モバイルの四半期 カスタマーサポート関連費用 (百万円)



\*測定方法:(1) マーケティング効率=収益/マーケティングコスト、(2) オペレーティング効率= Non-GAAP 営業利益/従業員数、(3) クライアントの効率= サービス提供数/クライアント

# 様々な領域でAIによるプロジェクトを展開



## トリプル20

**+20%** オペレーション  
効率

**+20%** マーケティング  
効率

**+20%** クライアント  
効率

\*2024年3月28日に提供開始された店舗運営支援ツール「RMS AIアシスタント β版」を2024年3月28日～4月30日にご利用いただいた出店店舗様数の割合（総出店店舗様と比較）

# 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概ね解消
- 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 一部買入償却済
- ・ 国内ホール債 一部買入償却済

- ・ 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）

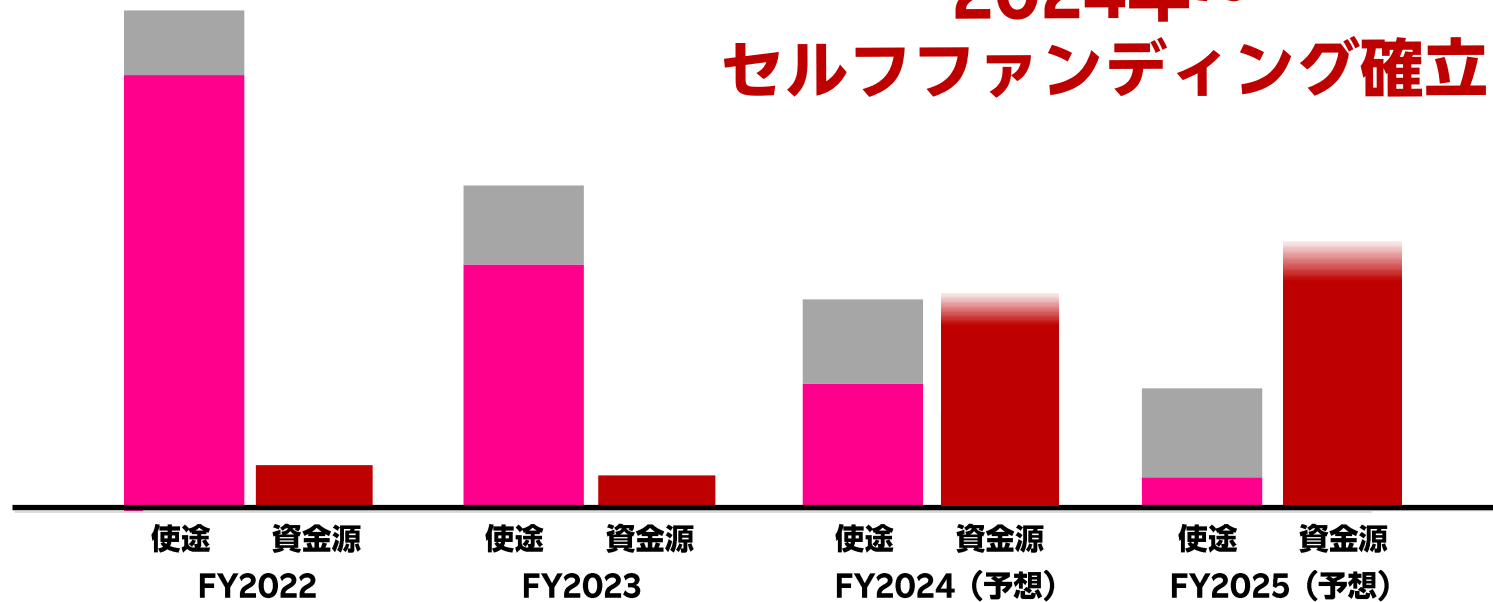
\*初回償還日の前12カ月以内に、同等以上の資本性を持つ手段によって調達。

# 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

- モバイル営業CF + 設備投資
- インターネットサービスのフリー・キャッシュ・フロー及びフィンテックからのキャッシュ・フロー
- 支払利息\*

## 2024年～ セルフファンディング確立



\* 非金融事業における支払利息及びIFRS第16号に基づくキャッシュアウト

## 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. インターネットサービスFCFの成長

EBITDAは継続して拡大  
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)

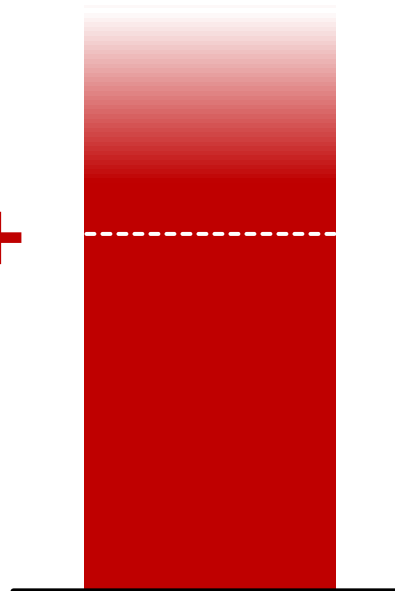
必要に応じて資本性調達によるCFを創出  
+  
モバイル独自の資金調達 (債権の流動化等)

# キャッシュ・コンバージョン・サイクル短縮プロジェクト

- 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

## グループ全社における キャッシュ創出余地大

非金融事業  
2024年度目標  
**500** 億円+



- 1 売掛金/買掛金回転率の改善
- 2 ポイントプログラムの見直し・活用

等

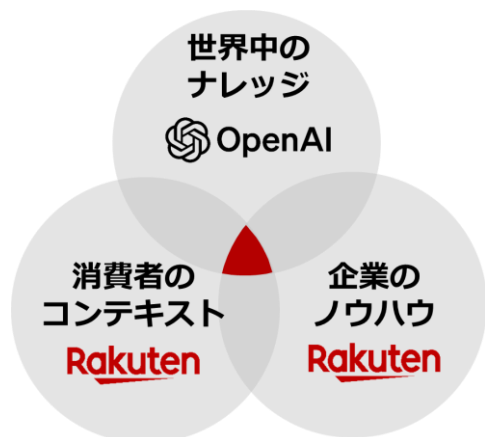
# 4. AI

---

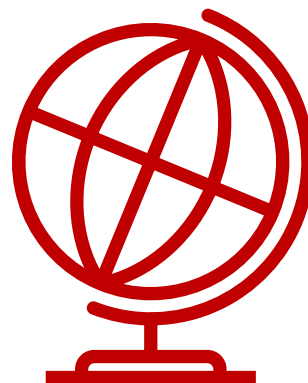
# 楽天におけるAI-nizationのプラン

**Vision** AIの力で人間の**創造力**を高める

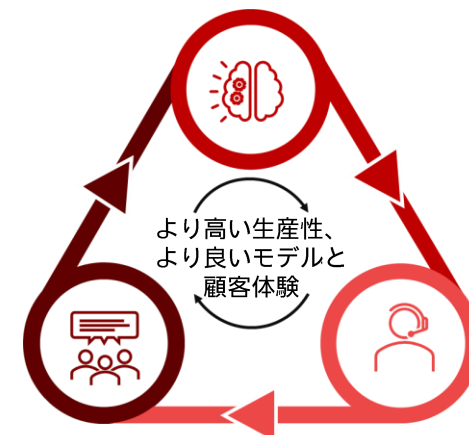
## 戦略



ユニークな  
データアセット



オンライン+オフライン  
チャンネル



成長のための  
「フライウィール」

## ロードマップ

**第一弾**  
ディープラーニング基盤

**第二弾**  
企業向けRakuten AI

**第三弾**  
消費者向けRakuten AI

# Rakuten AI: Q1における実行の加速

- 導入例：楽天市場向けセマンティックサーチおよびレコメンデーション機能、出店店舗様向けRakuten AI、オープンな日本語大規模言語モデル（LLM） Rakuten AI 7B

## 第一弾 - 展開 -

### ディープラーニングの展開

Rakuten Fashion向け  
セマンティックサーチ、楽天ラクマ向けレコメンデーション機能（2023年 導入済み）

楽天市場向けセマンティックサーチ、およびレコメンデーション機能（2024年Q1 導入済み）

セマンティックサーチとレコメンデーション機能活用サービスの拡大（2024年Q2-Q4）

## 第二弾 - 開始 -

### 企業向け Rakuten AI

出店店舗様向けRakuten AI  
（2024年3月 導入済み）

宿泊施設様向けRakuten AI（予定）

## 第三弾 - 支援 -

### 消費者向け Rakuten AI

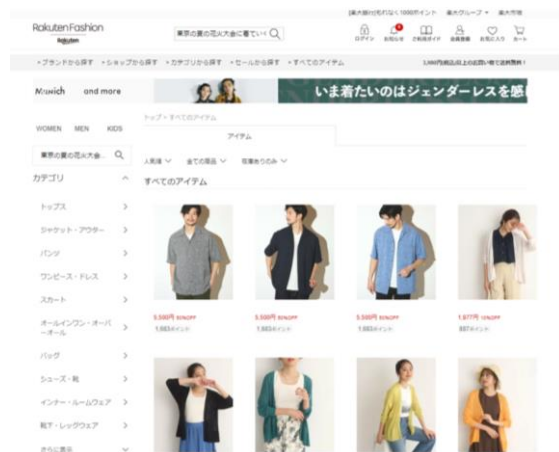
オープンな日本語LLM  
Rakuten AI 7B  
（2024年3月 発表済み）

# 実行の加速: ディープラーニング技術適応の拡大

- Rakuten Fashion、楽天市場に加え、2024年には、さらに10の楽天サービスにセマンティックサーチ導入予定
- セマンティックサーチに加え、レコメンデーション機能や広告にディープラーニング技術適応を拡大

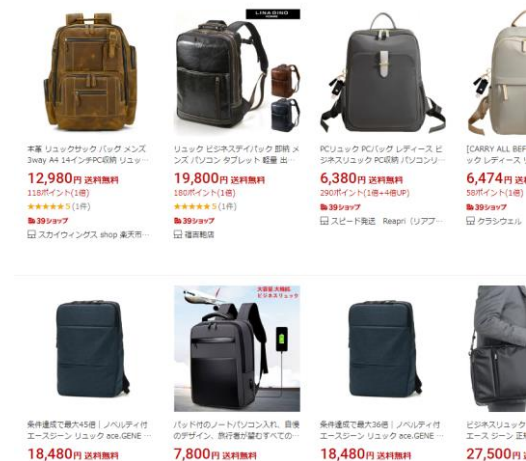
2023年 導入

## Rakuten Fashion



2024年Q1 導入

## 楽天市場



2024年 導入予定

Rakuten Rakuma

Rakuten ブックス  
(Rakuten Books)

Rakuten  
(Rewards)

And more...



# 生成AIによるEコマースの進化

- 楽天市場にて「出店店舗様向けRakuten AI」、そして動画講座「楽天AI大学」を提供。AI知識の取得および運用コスト削減、そしてAIツールを活用したビジネスの加速をサポートし、店舗運営の効率化や生産性向上を推進・支援

## 出店店舗様向け「Rakuten AI」による 店舗運営支援

「RMS AIアシスタント β版」24年3月28日 提供開始



- 商品の説明文生成、商品画像の加工（6月頃に提供予定）、ユーザーへの問い合わせ対応用の文章生成
- 出店店舗様向けAIチャットボット
- 自店舗の売り上げ傾向などのデータ分析・解説

## 「楽天AI大学」 2024年4月30日 公開

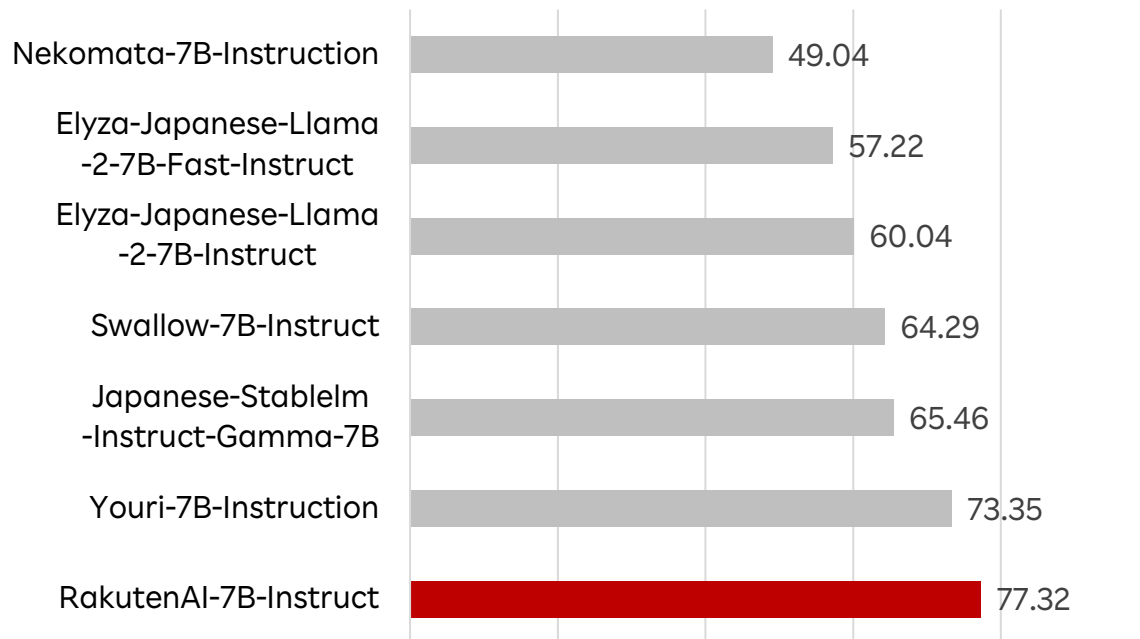


- 出店店舗様向けの動画講座
- AIの基礎知識に加えて、「RMS AIアシスタント β版」で提供する各機能の利用方法や出店店舗の活用事例などを学ぶことが可能

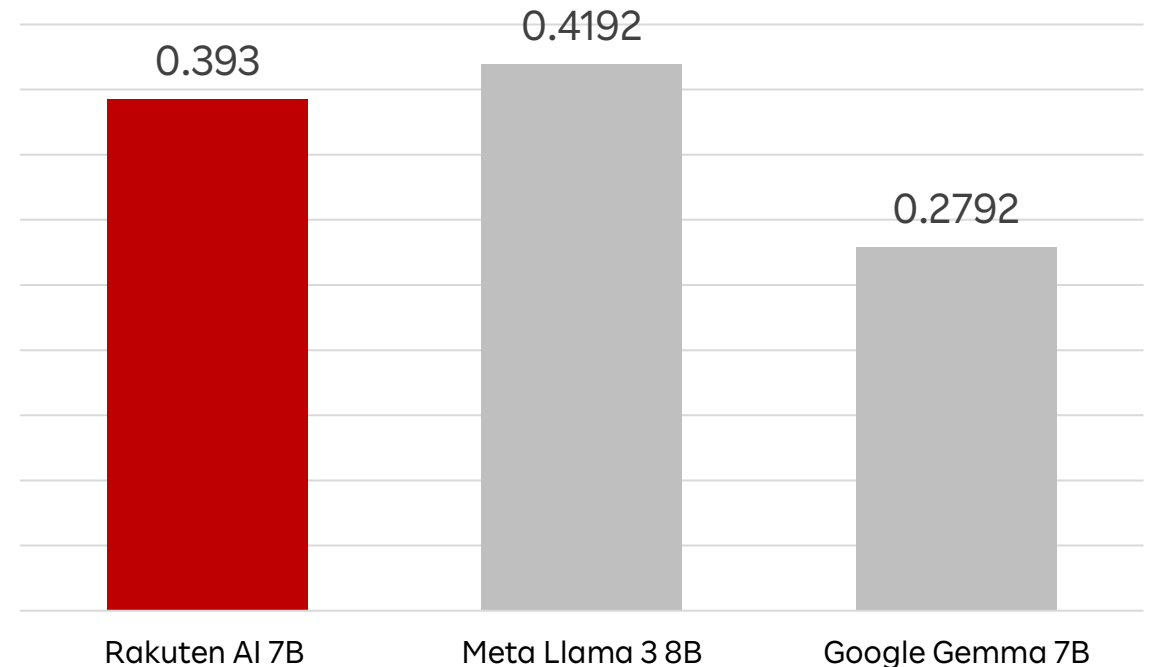
# Rakuten AI 7B: オープンな日本語LLMにおいてトップの評価\*1を獲得

## ■ 最も費用対効果の高いオープンな日本語LLMの一つ

「LM Evaluation Harness」\*1での日本語の評価  
(オープンな日本語LLMのインストラクションチューニング  
済みモデルにて比較)



「Nejumi LLMリーダーボード Neo」\*2での日本語の評価



\*1 「LM Evaluation Harness」のフレームワークにて、2024年1月～3月に楽天内にて、全評価を同じ環境において実施。

日本語評価 (テンプレートバージョン0.3で実施) : <https://github.com/Stability-AI/lm-evaluation-harness/tree/0fa86429679f521161d5b81a94c0c385e0a0976d>

※日本語評価の平均結果は、7項目の評価結果の平均です。

英語評価 : <https://github.com/EleutherAI/lm-evaluation-harness/tree/b281b0921b636bc36ad05c0b0b0763bd6dd43463>

\*2 Weights & Biases 「Nejumi LLMリーダーボード Neo: 総合評価」 2024年4月 <https://wandb.ai/wandb-japan/llm-leaderboard/reports/Nejumi-LLM-Neo--Vmlldzo2MTkyMTU0#総合評価>

**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。