

2023年度第2四半期連結決算補足資料

2023年8月10日

楽天グループ株式会社



1. 連結業績

楽天の優位性を支える楽天ポイントとSPU^{*1}

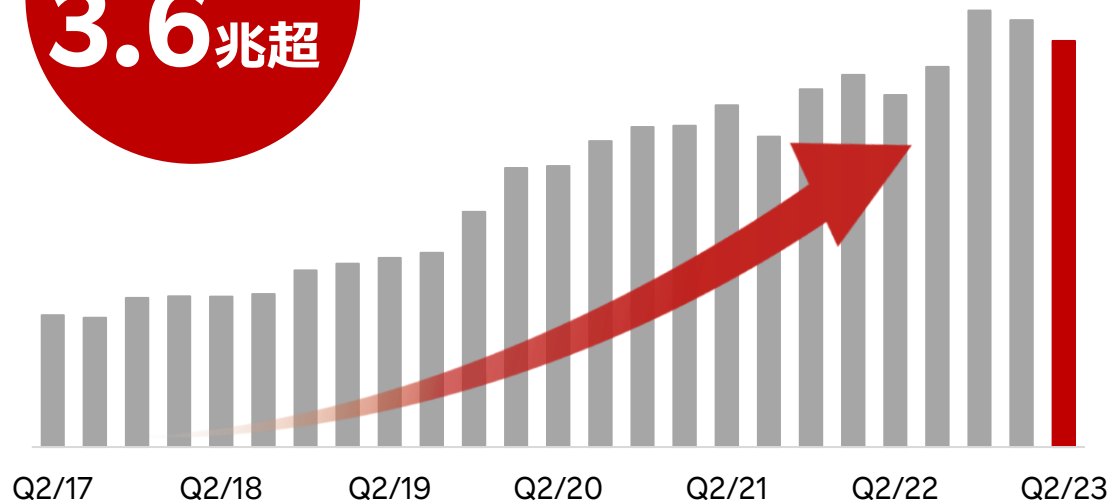
■ 満足度No.1の楽天ポイント^{*2}とSPUの堅調な成長

楽天ポイント発行数

最新12カ月

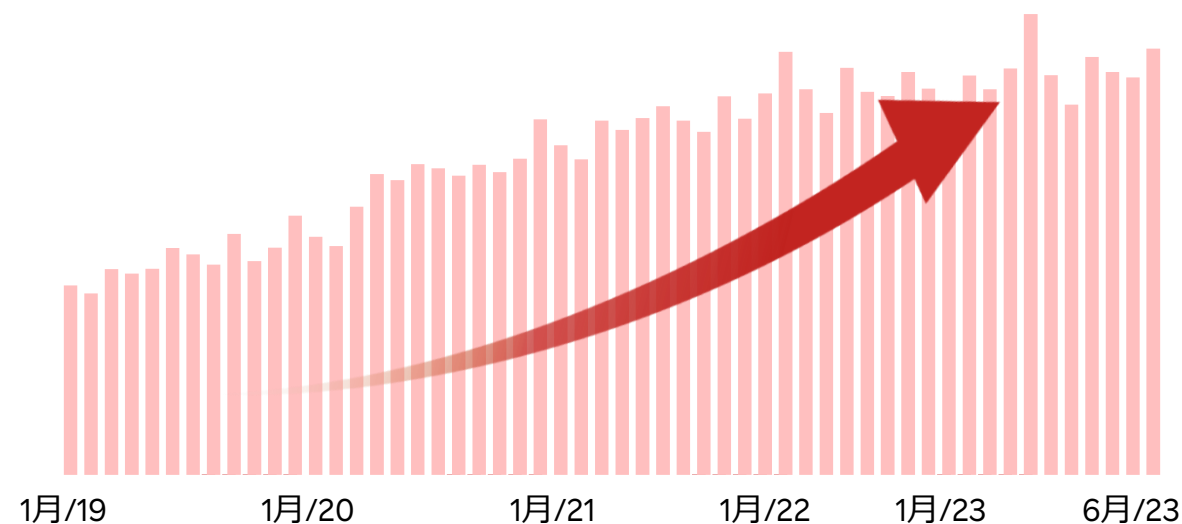
約 6,600 億

累計楽天ポイント
発行数
3.6兆超



SPUの利用者数×1人当たりのサービス利用数

R SPU! + 20% 年平均成長率^{*3}



^{*1}スーパーポイントアップ。対象サービスの条件を達成すると楽天市場でのお買い物のポイントアップするプログラム

^{*2}ポイントに関する調査、2022年11月、実施機関：マイボイスコム

^{*3}2019/7-2020/6、2022/7-2023/6のSPU使用量を用いて算出

連結業績サマリ*

- モバイルセグメントは減収も、インターネットサービス及びフィンテックセグメントにおいて売上収益は2桁のYoY成長率を実現。
- 連結EBITDAは継続的に黒字を達成

(単位：十億円、四捨五入)	Q2/22	Q2/23	前年同期比
売上収益	453.2	497.2	+9.7%
Non-GAAP 営業利益（損失）	-80.4	-39.4	+41.0
無形資産償却費	-2.2	-2.2	+0.0
株式報酬費用	-2.9	-3.9	-0.9
非経常的な項目	0.0	-3.4	-3.4
IFRS 営業利益（損失）	-85.5	-48.9	+36.7
EBITDA	-16.7	33.6	+50.3

* IFRS第17号「保険契約」を2023年12月期第1四半期連結会計期間の期首から適用し、基準移行日である2022年1月1日時点に基準変更による累積的影響額を反映しています。これに伴い、2022年12月期に係る各数値については、当該会計基準を遡って適用した後の数値となっています。

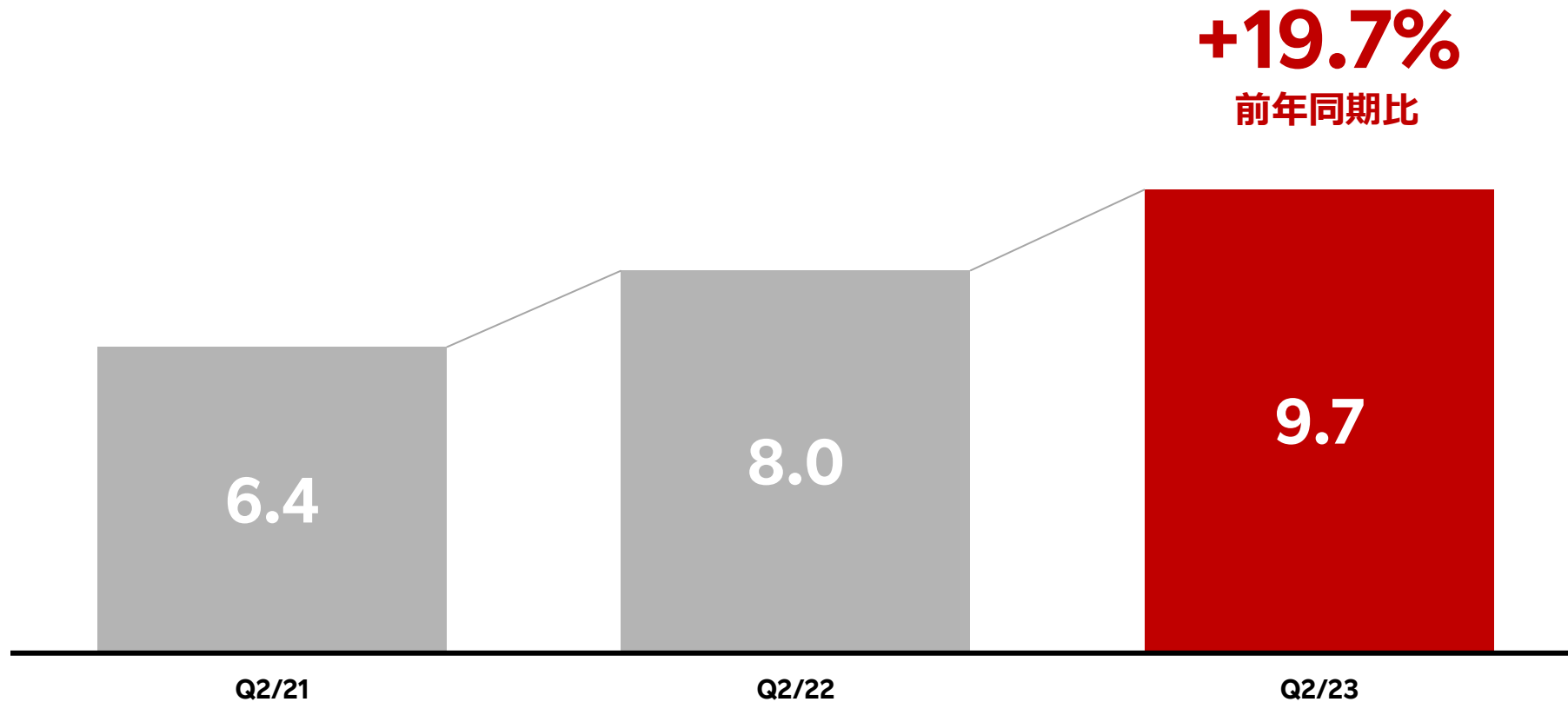
売上収益と営業利益*

(単位：十億円、四捨五入)		Q2/22	Q2/23	前年同期比
	国内EC			
	売上収益	190.9	216.7	+13.5%
	営業利益	20.2	20.6	+2.0%
	その他			
	売上収益	72.8	78.0	+7.0%
	営業利益	-1.4	-6.1	-4.7
インターネットサービスセグメント				
	売上収益	263.8	294.7	+11.7%
	営業利益	18.8	14.5	-23.0%
フィンテックセグメント				
	売上収益	159.8	181.0	+13.3%
	営業利益	25.2	33.0	+31.2%
モバイルセグメント				
	売上収益	80.8	80.1	-0.9%
	営業利益	-121.5	-82.4	+39.1
調整額				
	売上収益	-51.1	-58.6	-7.5
	営業利益	-2.8	-4.5	-1.7
連結				
	売上収益	453.2	497.2	+9.7%
	Non-GAAP 営業利益	-80.4	-39.4	+41.0
	IFRS 営業利益	-85.5	-48.9	+36.7
Non-GAAP 営業利益				
(モバイルセグメント、投資事業除き)		38.7	45.6	17.8%

* Q1/23より、モバイルセグメントより楽天チケットをインターネットサービスセグメントの国内EC（成長投資ビジネス）へ、Point Galleryもその他インターネットサービスセグメントのから国内EC（コアビジネス）に移管を実施。また、Contents Media、Streaming JP、NBA Broadcast、Rakuten TV Europe、IP Content、Pacific League等をモバイルセグメントからインターネットサービスセグメントのその他インターネットサービスに移管を実施。これに伴い遡及修正を実施。

グローバル流通総額^{*1*2}

(単位：兆円)

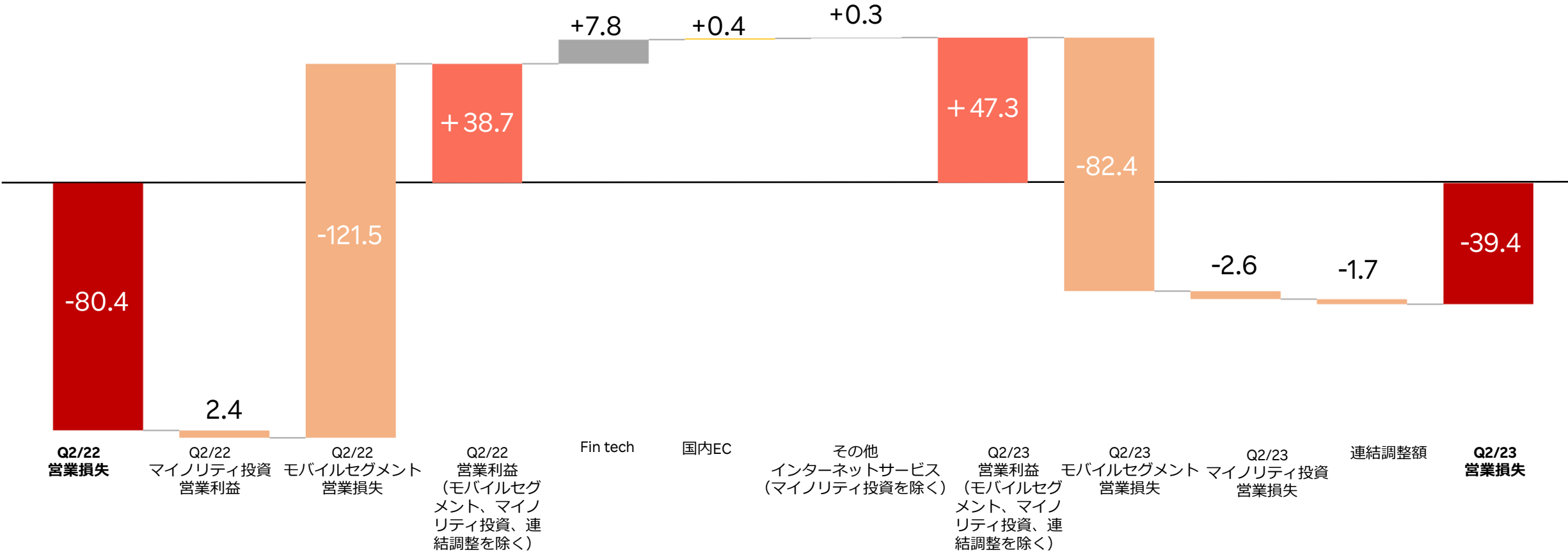


^{*1} グローバル流通総額 = 国内EC流通総額 + クレジットカードショッピング取扱高 + 楽天Edy決済取扱高 + 楽天ペイ決済取扱高 + 楽天ポイントカード取扱高 + 海外EC流通総額 + Rakuten Rewards (Ebates) 流通総額 + デジタルコンテンツ取扱高 + Rakuten Advertising (Rakuten Marketing) 取扱高。

^{*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。

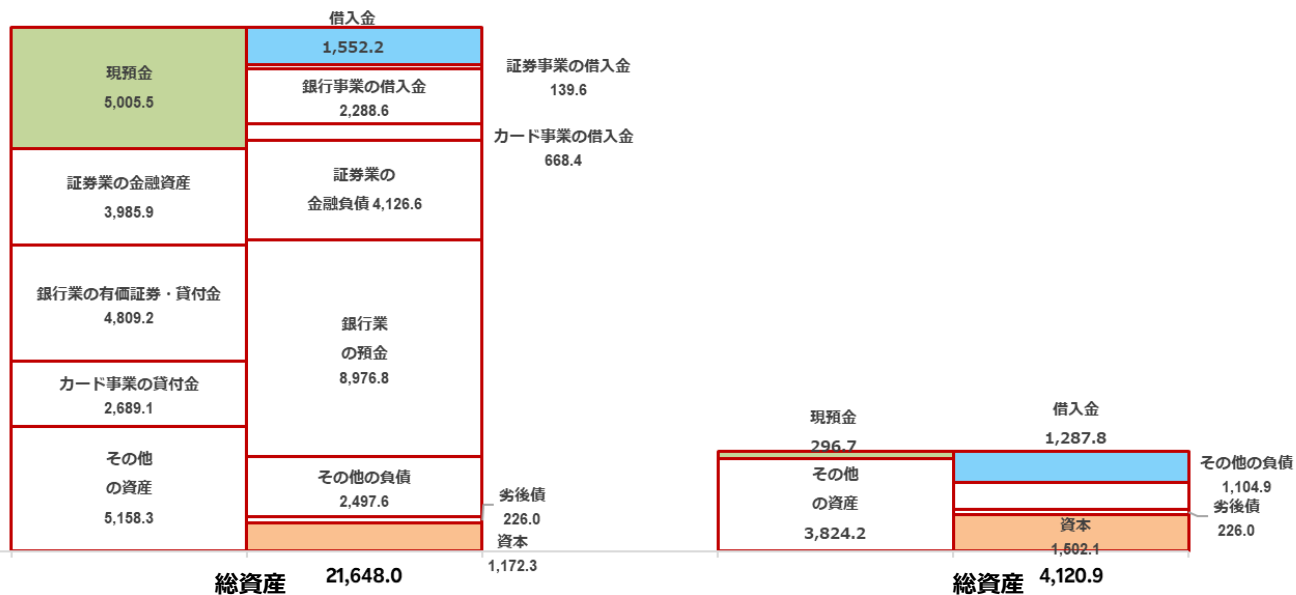
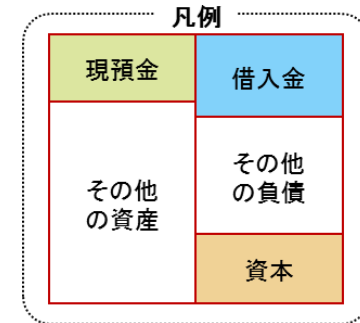
Q2/23 Non-GAAP営業損益詳細

(単位：十億円)



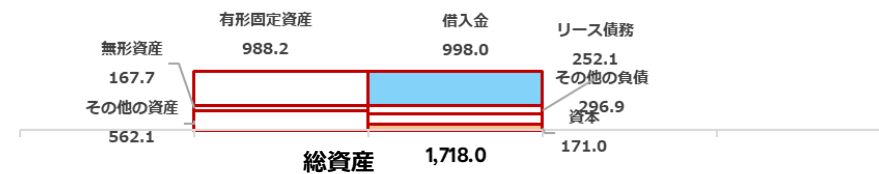
連結・主要子会社のバランスシート概要①(2023年6月末) ^{*1*2}
(単体BSは内部取引を含む)

(単位：十億円)



連結

楽天グループ株式会社



楽天モバイル株式会社*3

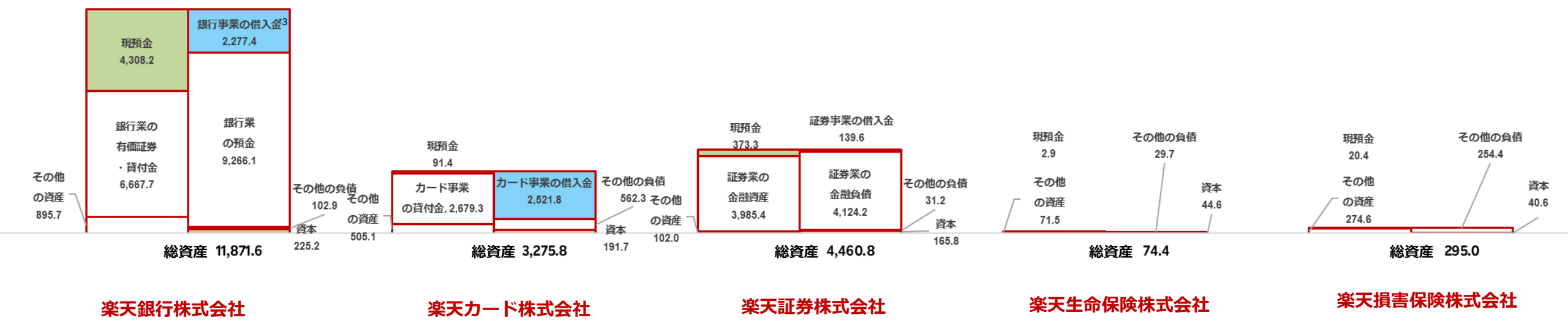
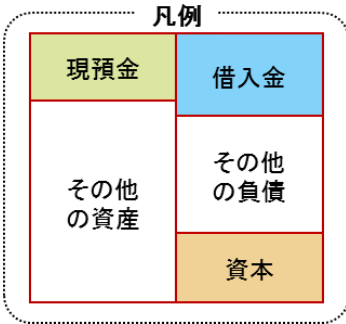
*1 楽天グループ(株)、楽天銀行、楽天カード、楽天証券、楽天生命、楽天損保、楽天モバイルはIFRSに準拠した単独決算の数値。

*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。

連結・主要子会社のバランスシート概要②(2023年6月末) ^{*1*2} (単体BSは内部取引を含む)

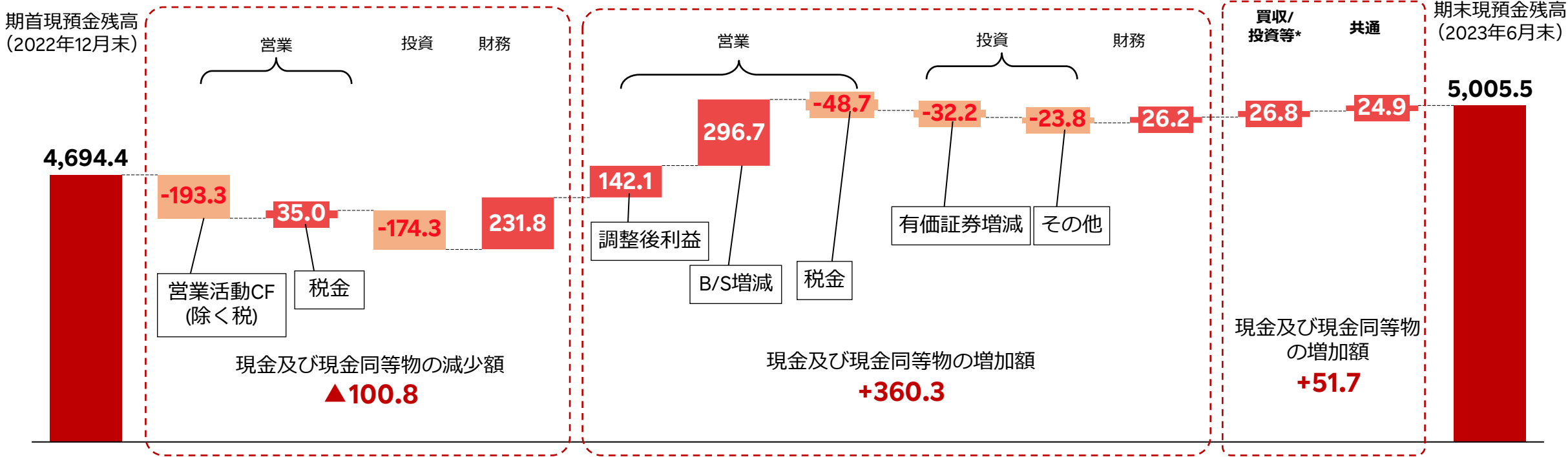
(単位：十億円)



*1 楽天グループ(株)、楽天銀行、楽天カード、楽天証券、楽天生命、楽天損保、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 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（楽天國際商業銀行股份有限公司）は、上記に含まない。

キャッシュ・フローの状況 (2023年1月 - 6月)

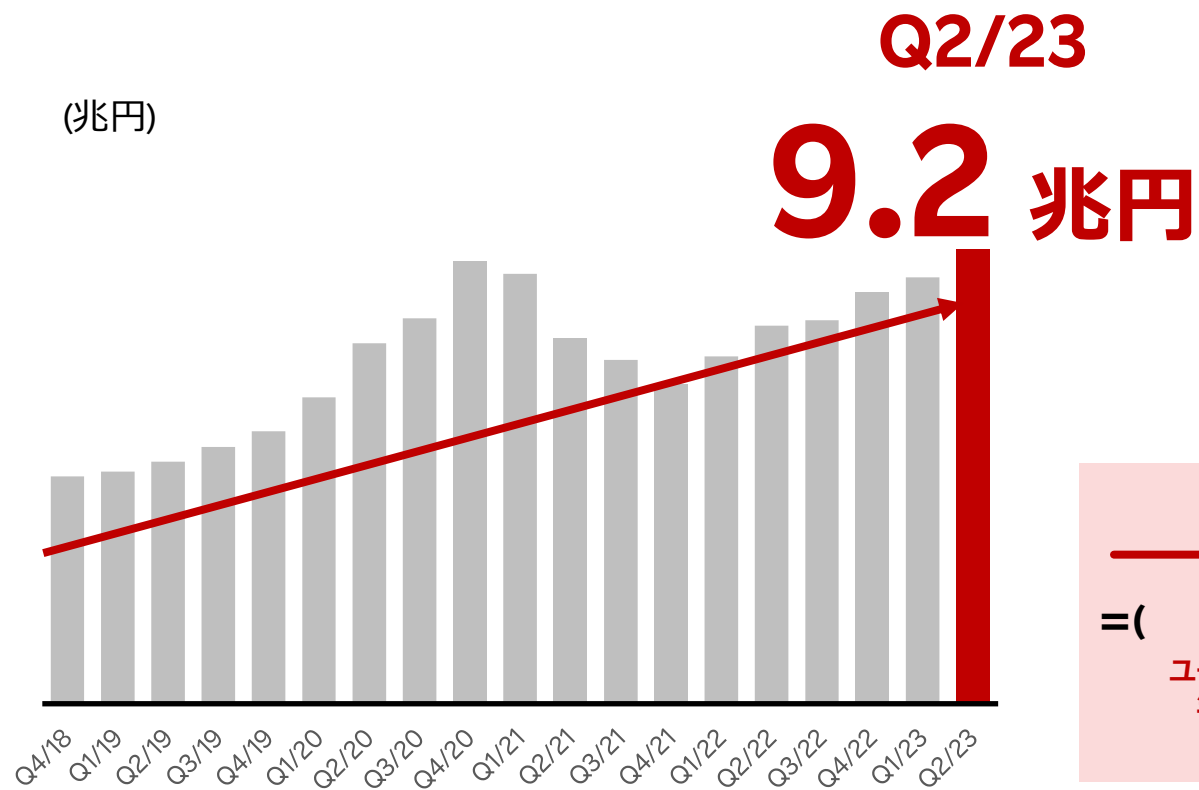
(単位：十億円)



* 買収/投資等には、「子会社の取得による支出」、「持分法投資の取得による支出」及び「持分法投資の売却による収入」の他、非金融における「有価証券の取得による支出」及び「有価証券の売却及び償還による収入」が含まれます。

楽天エコシステムのメンバーシップバリュー

- 楽天市場や楽天トラベル等の主要事業におけるアクティブユーザー数の増加、ARPUの増加及びリテンション率の改善により、メンバーシップバリューが増大



+20.7%

前年同期比

メンバーシップバリュー^{*1}(MV)

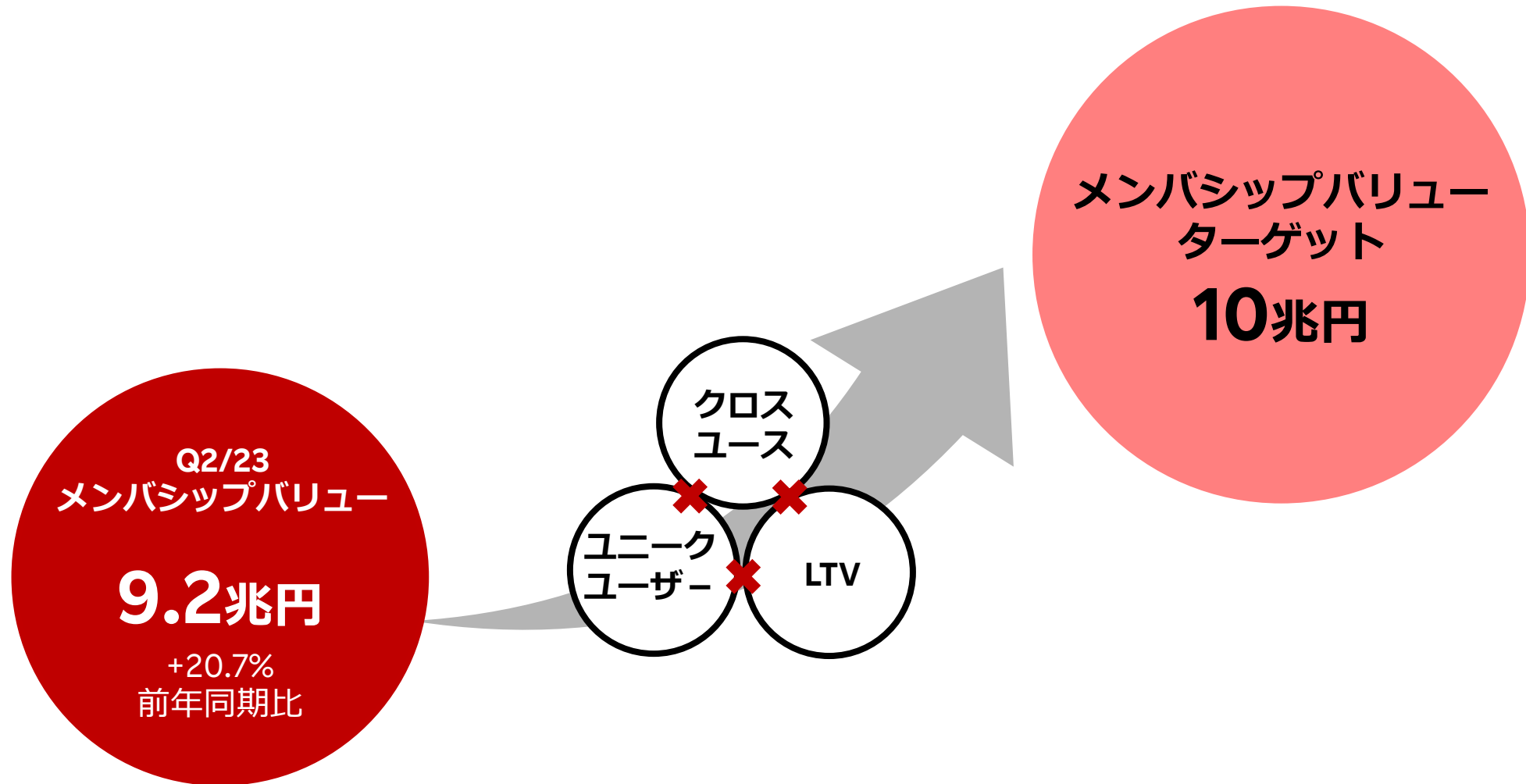
$$= (\text{LTV}^{*2} - \text{顧客獲得費用}) \times \text{アクティブユーザー数}$$

ユーザーが、今後、生み出す利益の現在価値 新規ユーザーのみ発生 年間アクティブユーザー (YAU)

Q1/20-Q4/21にかけて成長が加速し、その後、減少したのは、パンデミックの一時的な影響

^{*1} 楽天グループ算出値
^{*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
利益率= (売上高x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)
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

楽天エコシステムの超拡大*

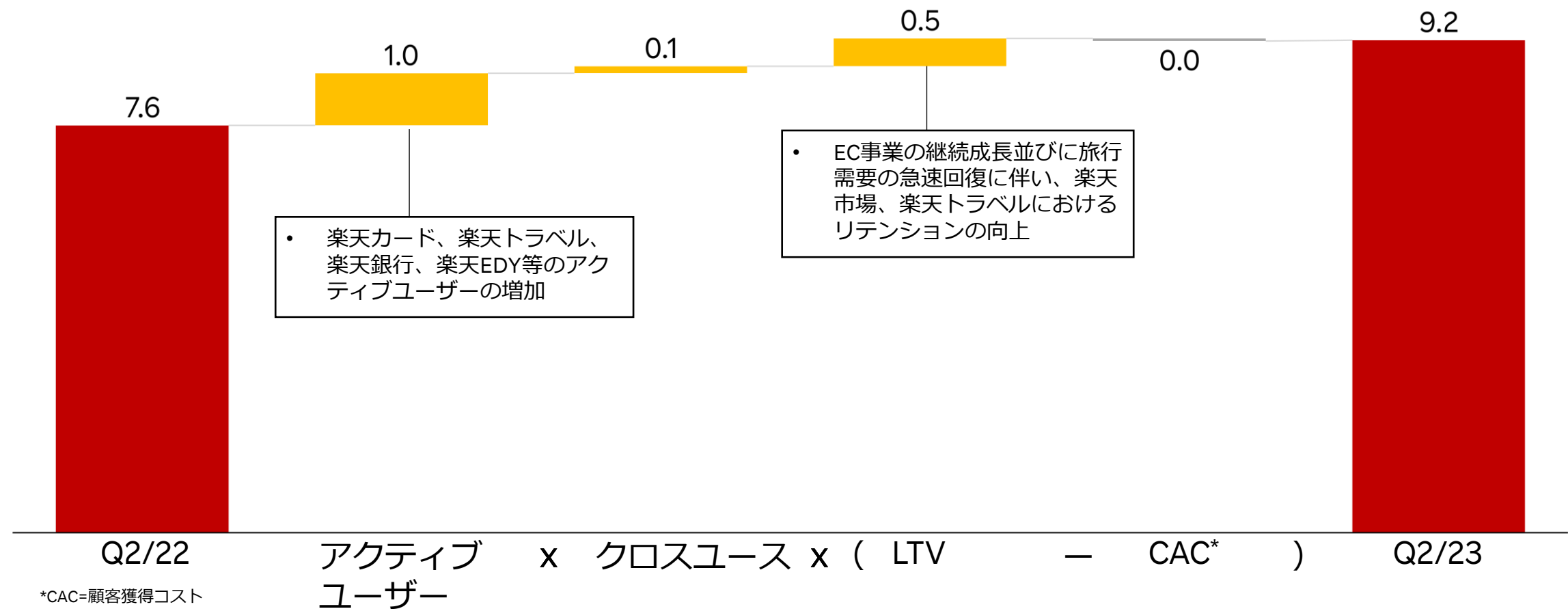


*モバイル事業は上記計算に含まない。

楽天エコシステムのメンバーシップバリュー

- 楽天市場、楽天トラベルにおけるアクティブユーザー数の増加・ARPUの増加及びリテンション率の改善、楽天証券でのアクティブユーザー数増加率の改善等の主要事業の改善によりメンバーシップバリューが増大を遂げている

(単位：兆円)



2. インターネットサービス

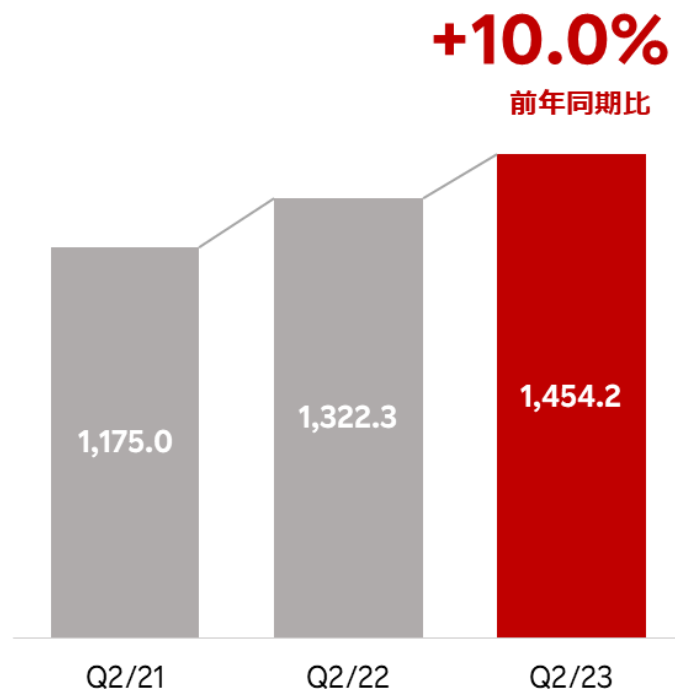
インターネットサービスセグメントの構造



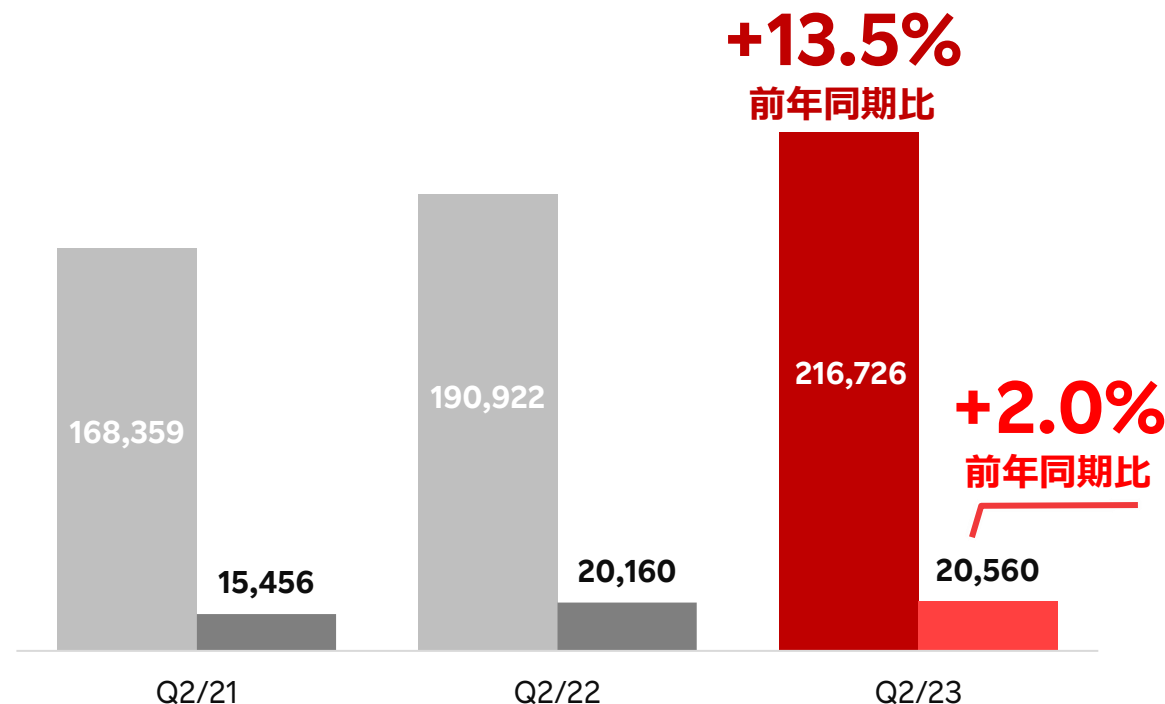
国内EC^{*1*2}

- 国内EC流通総額^{*1*2*3} はポストコロナでも引き続き堅調な成長を実現
- 売上収益が前年同期比+13.5%伸長したのに対し、営業利益は前年同期比 +2.0%の成長となったが、主に SPU コストの移管によるもので、SPUコスト移管の影響がなければ、営業利益は+12.0%の成長率を実現

国内流通総額(十億円)



◆ 売上収益 ◆ Non-GAAP営業利益(百万円)



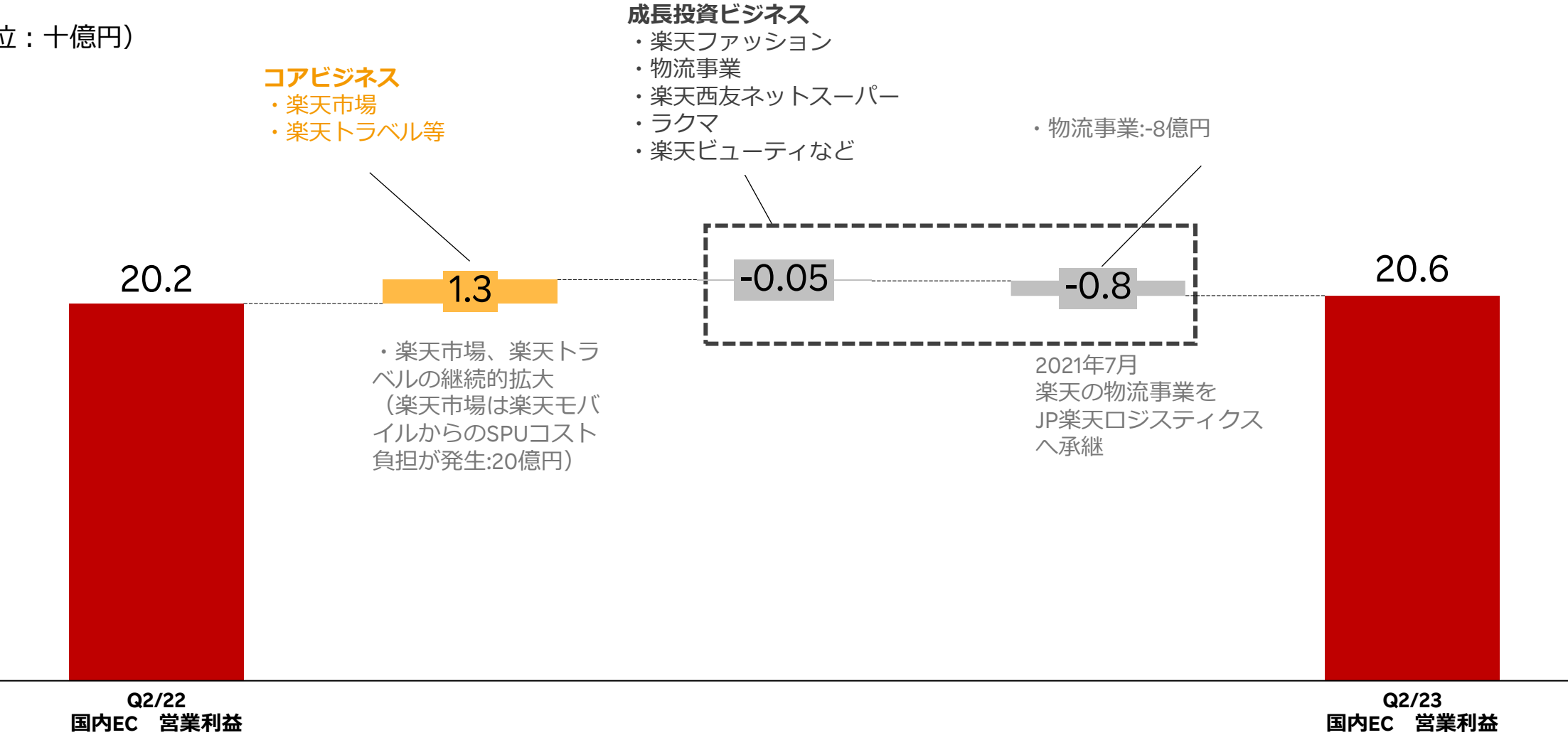
*1 国内EC流通総額（一部の非課税ビジネスを除き、消費税込み）＝市場、トラベル（宿泊流通）、ブックス、ブックスネットワーク、Kobo（国内）、ゴルフ、ファッション、ドリームビジネス、ビューティ、Rakuten24などの日用品直販、Car、ラクマ、Rebates、楽天西友ネットスーパー、楽天チケット、クロスボーダートレーディング等の流通額の合計。

*2 Q1/23より、モバイルセグメントより楽天チケットを国内ECセグメントへ移管を実施。これに伴い遡及修正を実施。

*3 Q2/23より、国内EC流通総額の定義等を一部見直しを実施。これに伴い遡及修正を実施。

国内EC営業利益詳細*1*2

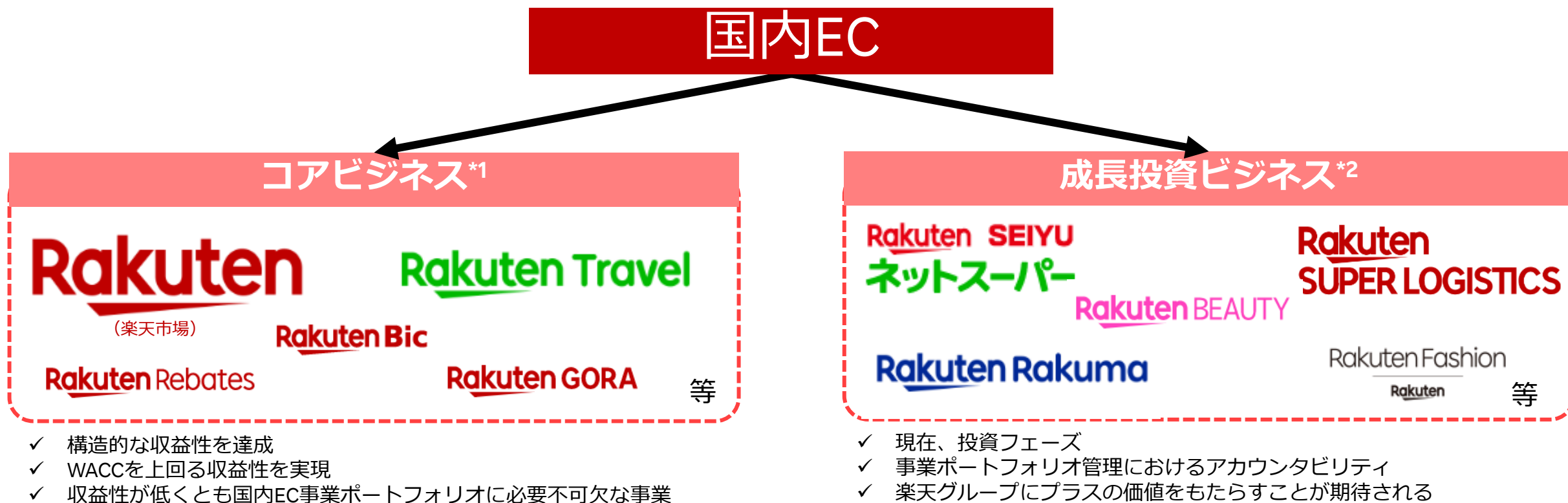
(単位：十億円)



*1 Q1/23より、モバイルセグメントより楽天チケットを国内ECセグメントへ移管を実施。これに伴い遡及修正を実施。
*2 Q1/23より、楽天モバイルのSPUコストの一部を楽天市場へ移管を実施。遡及修正は実施しない。

楽天国内ECのビジネスポートフォリオマネジメント

- 22Q4より国内ECをコアビジネスと成長投資ビジネスに区分けを実施
- 楽天グループは引き続き、更なる成長のための投資及び、エコシステム強化を図る
- 成長投資ビジネスの各事業はアカウンタビリティをもって成長と収益性を追求することにより、楽天グループに価値をもたらす



*1市場、トラベル、ブックスネットワーク、ゴルフ、ドリーム、Open Commerce、Hunglead、BIC、Home life Direct、Car、等

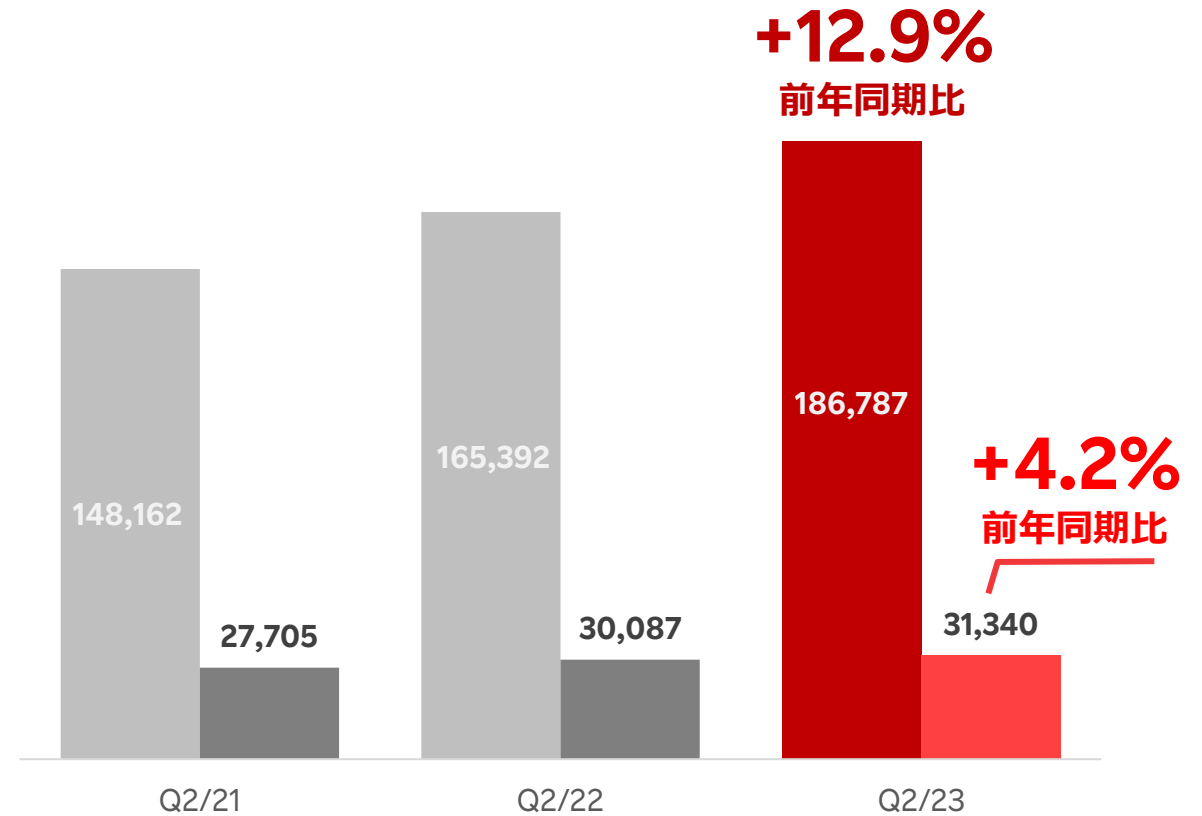
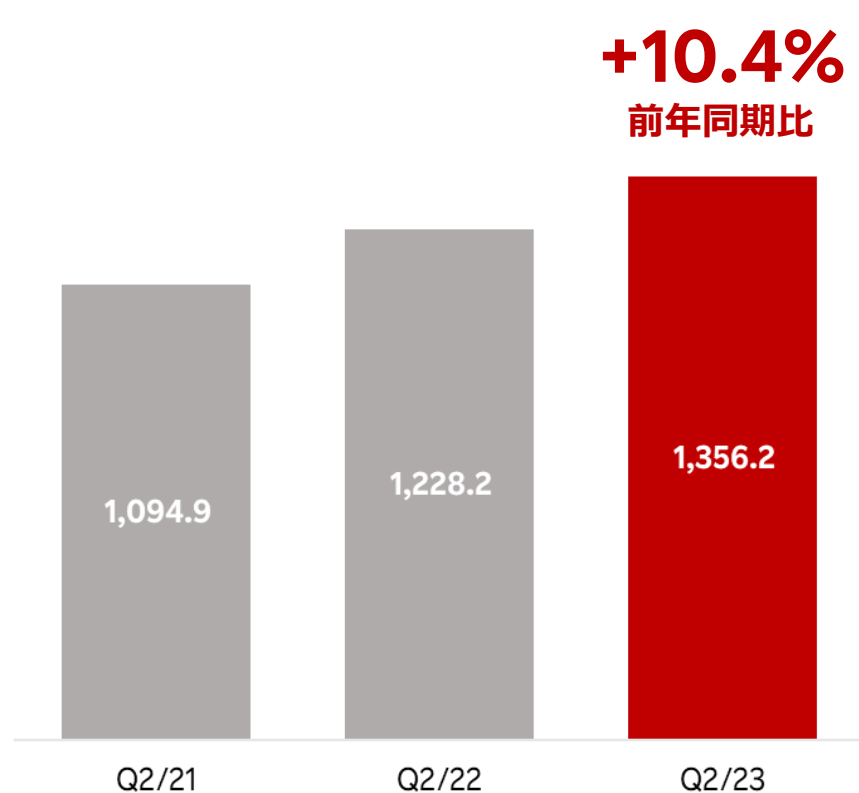
*2 Fashion 1st Party、C2C、楽天西友ネットスーパー、物流事業、ビューティー、ダイニング、クロスボーダートレーディング、等

国内EC コアビジネス*

- 国内ECのコアビジネス*は、売上高、営業利益共に高い成長率を実現
- 営業利益については、楽天モバイルからの人員移管やSPUコストの再配分による影響があるが、楽天モバイルからの人員移管は今後の国内ECのさらなる収益拡大に寄与していく

流通総額(十億円)

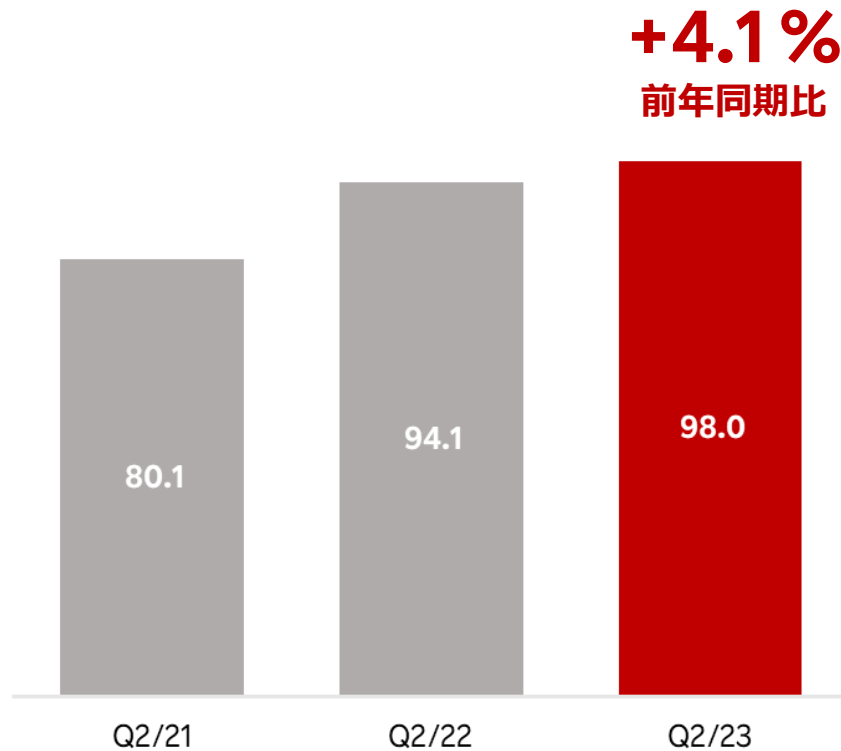
◆ 売上収益 ◆ Non-GAAP営業利益(百万円)



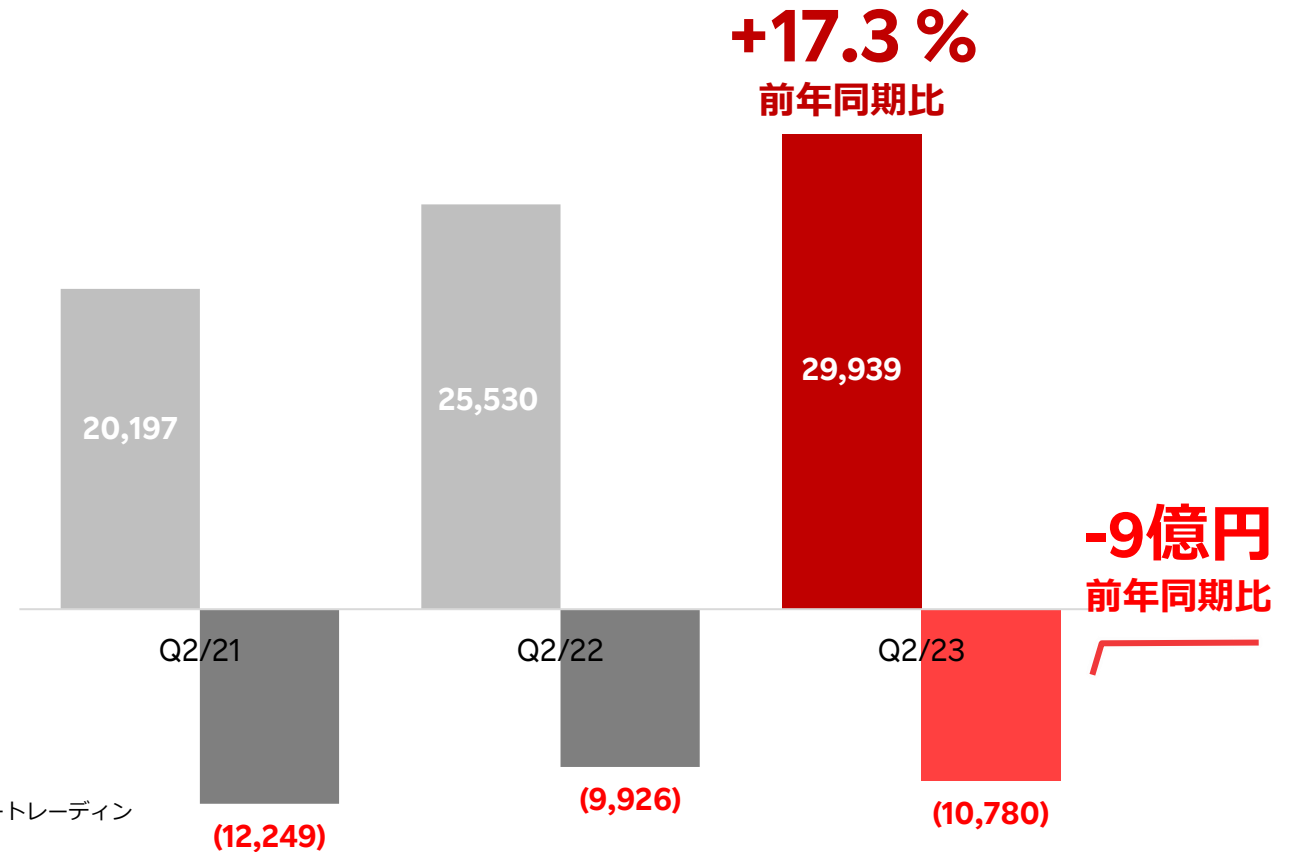
国内EC 成長投資ビジネス*

- 成長投資ビジネス*の成長率はコアビジネスを上回っており、楽天国内EC事業にとっても流通総額向上等の大きな貢献を実現させており、今後も更なる売上高向上を見込む
- 徹底したコストコントロール等を行い、早期黒字化を目指していく

流通総額(十億円)



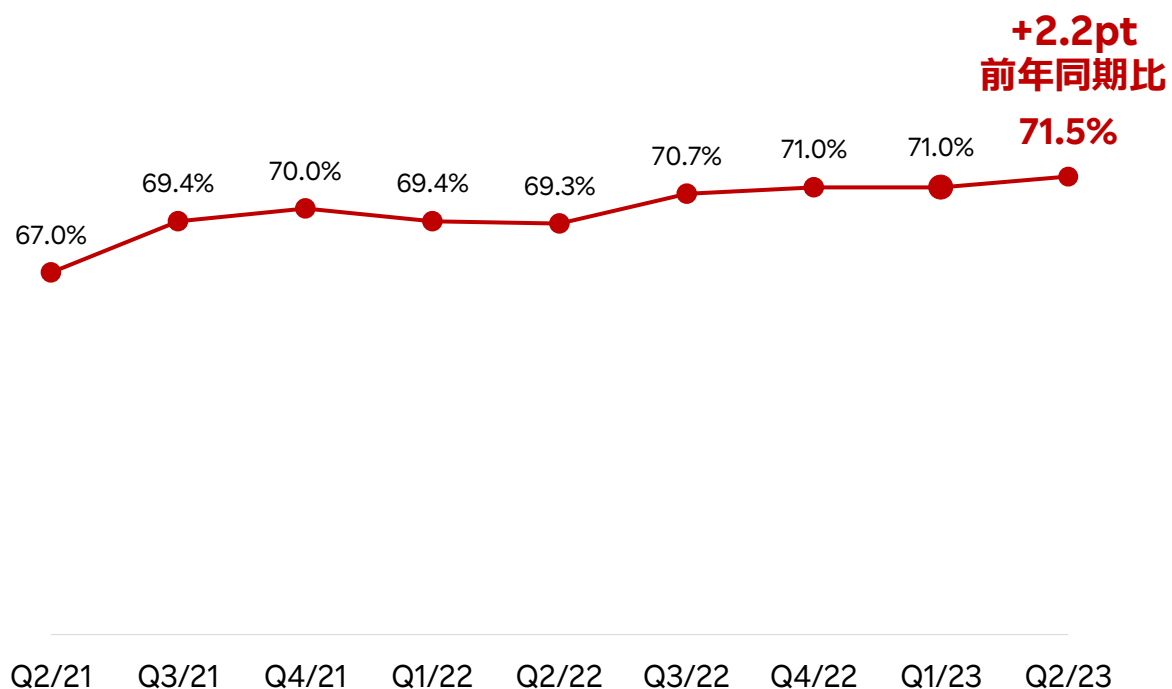
◆ 売上収益 ◆ Non-GAAP営業利益(百万円)



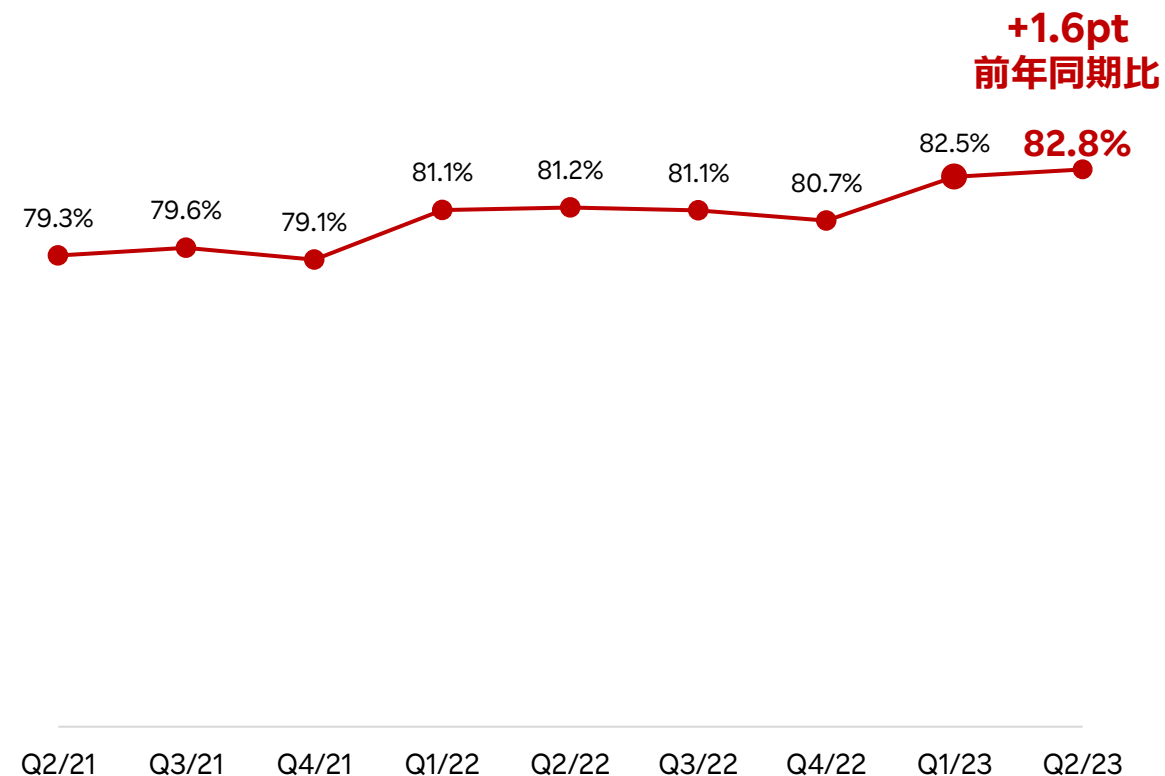
* Fashion 1st Party、C2C、楽天西友ネットスーパー、物流事業、ビューティー、ダイニング、クロスボーダートレーディング、楽天チケット、等

楽天市場における楽天カード決済比率、楽天市場モバイル流通総額*

楽天市場GMSの楽天カードシェア



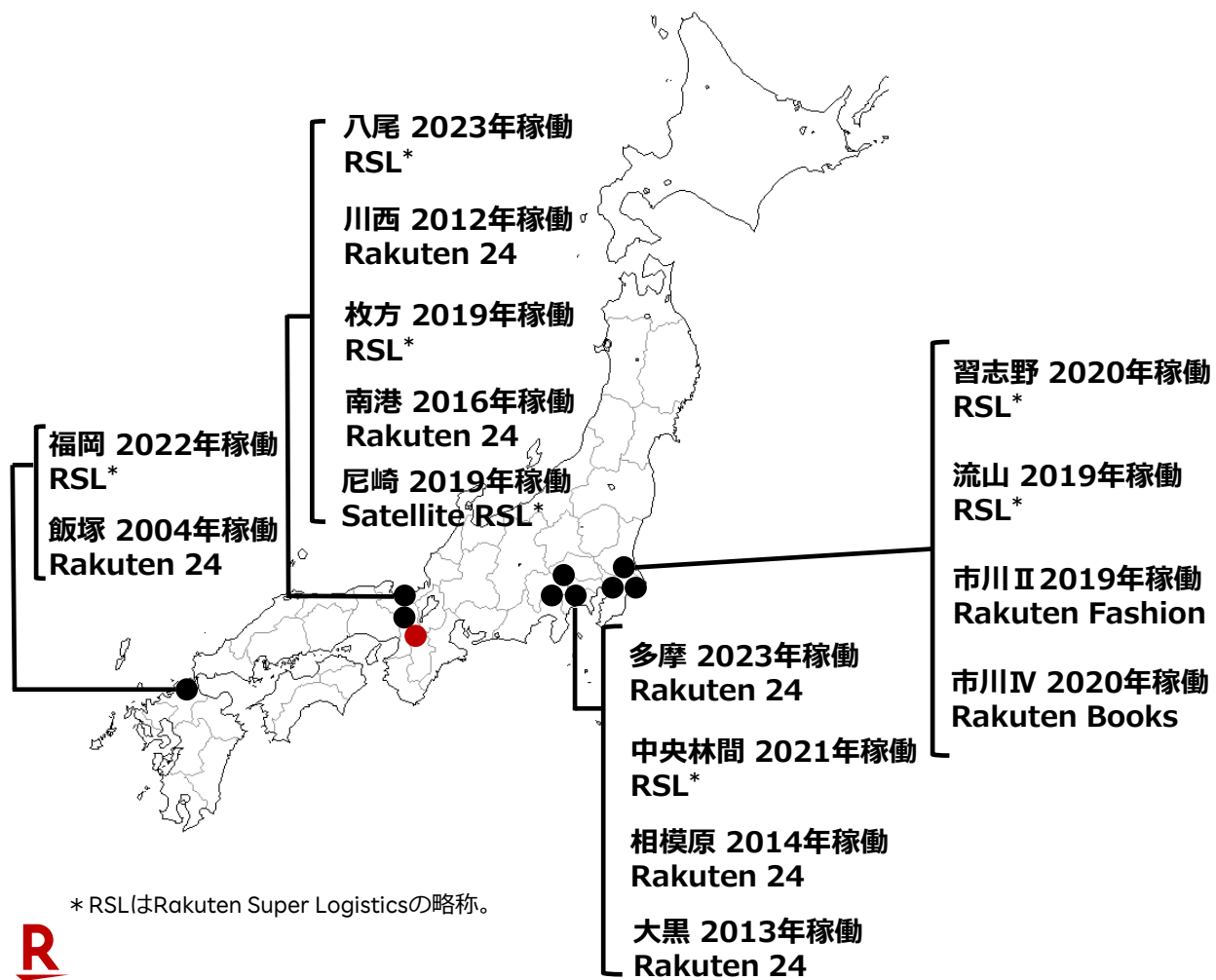
楽天市場モバイルGMS比率*



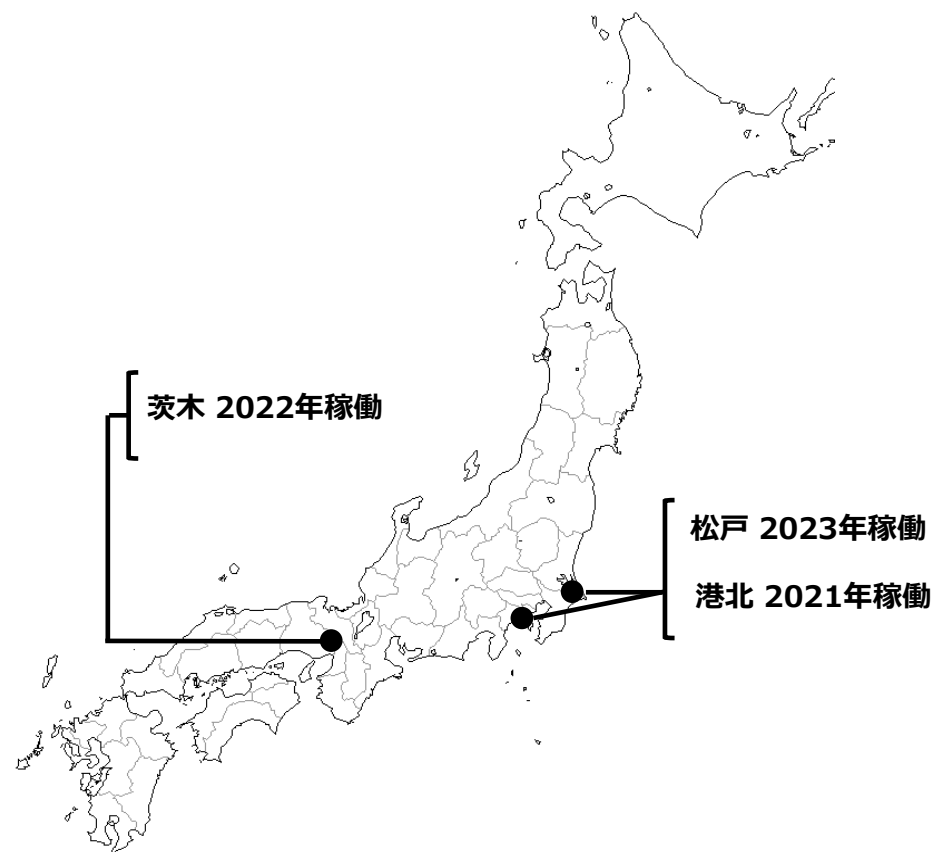
*楽天市場モバイルGMS比率=市場モバイルGMS/市場GMS合計(スマホ・タブレット含む)

物流拠点一覧

JP楽天ロジスティクス

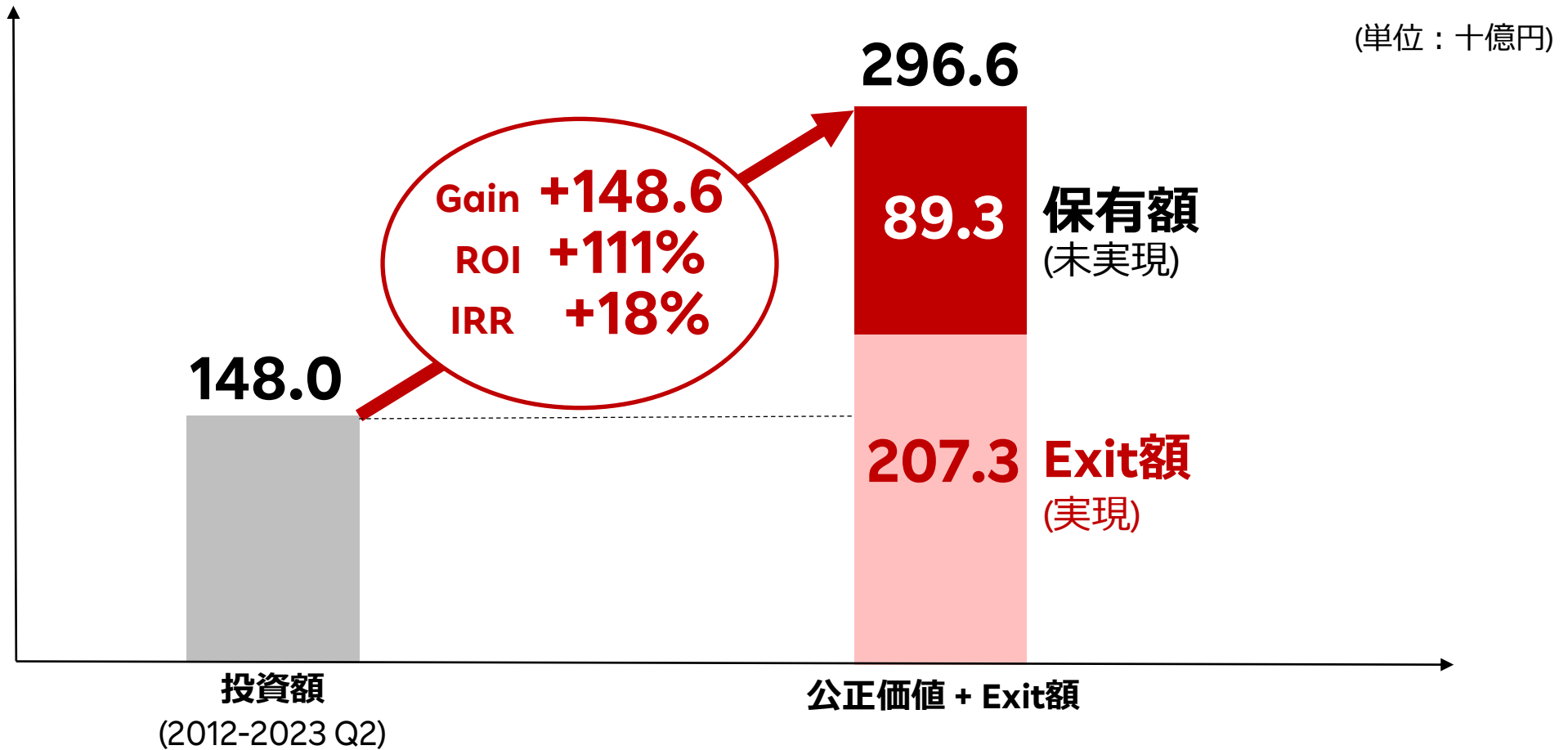


楽天西友ネットスーパー物流センター



楽天キャピタル*1 投資パフォーマンス

楽天キャピタル 投資パフォーマンス (2023年6月末時点)*2

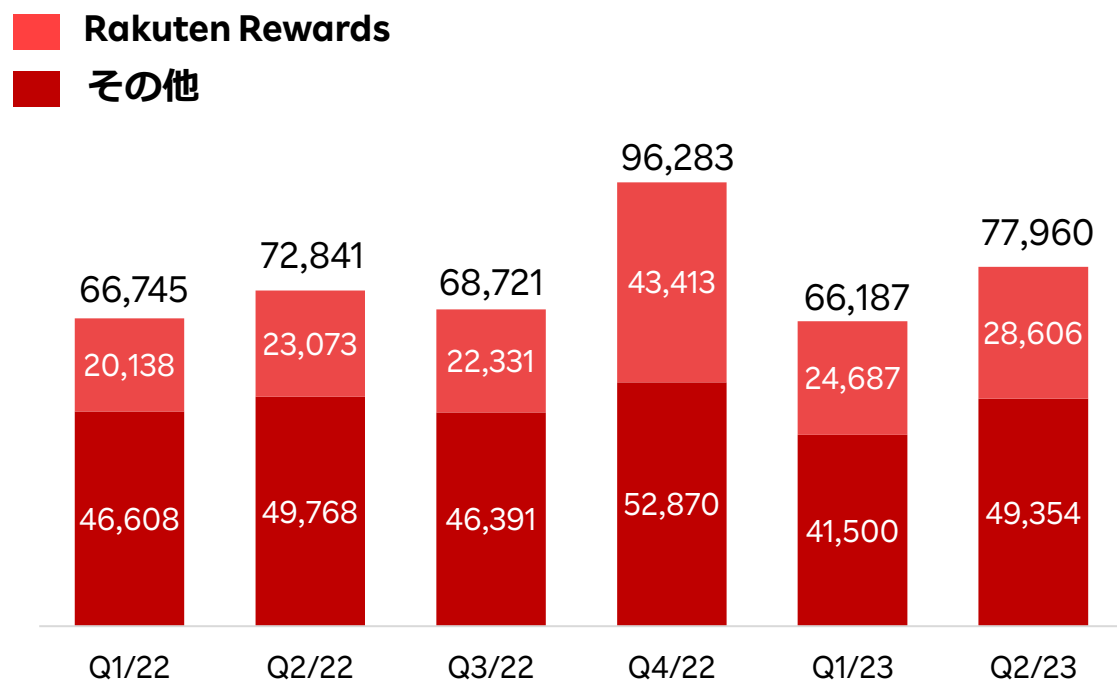


その他インターネットサービス*1（マイノリティ投資*2損益除く）

- 売上高・営業利益はともに前年同期比でも成長・改善を遂げており、売上高についてはRakuten Rewardsの夏休み前の需要の発生に伴う成長、Viberでもウクライナでのサービス再開に伴う回復、Koboのデバイスセールスの成長、野球事業のホームゲーム開催数等の増加が主な牽引要因となる
- 営業利益については主に上述の要因と同様であるが、Rakuten RewardsについてはQ3/22よりGolden State Warriors スポンサーシップコスト等を連結調整額から海外事業（特にRakuten Rewards）に移管したことにより、営業利益は前年同期比で減少
- その他インターネットサービスは引き続き、米国の消費減退等の海外市場のマクロ影響を受ける可能性はあるものの、事業ポートフォリオ委員会による事業の集中と選択の推進による更なるコスト削減実現に向けて取り組んでいく

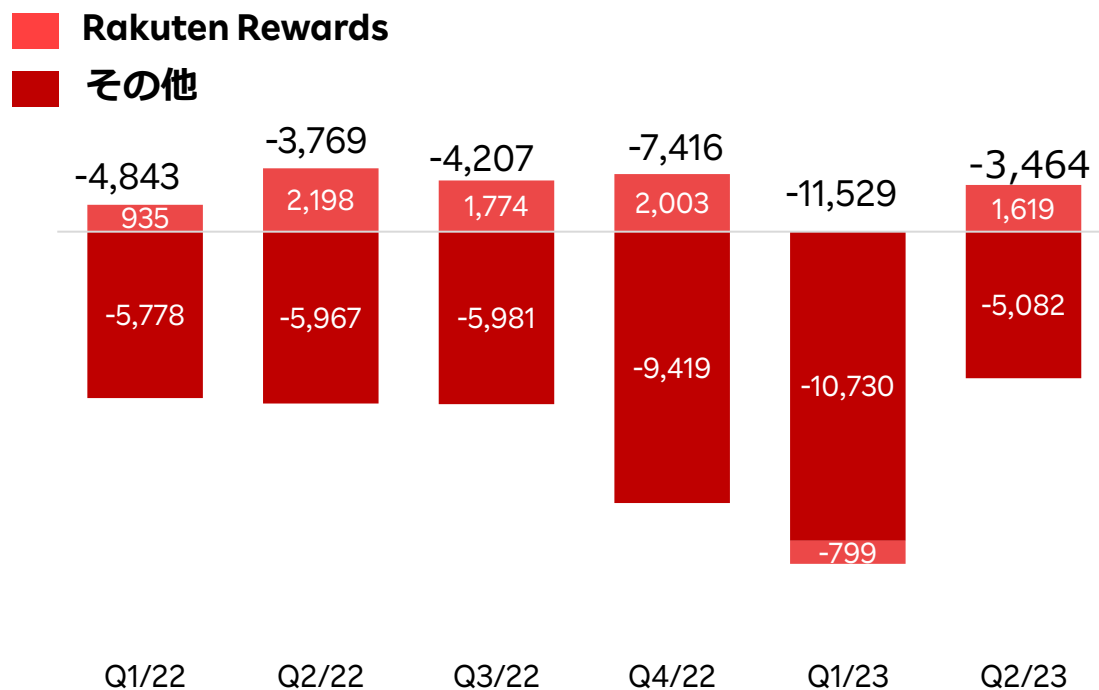
売上高(百万円)

(マイノリティ投資損益除く)



Non-GAAP営業利益(百万円)

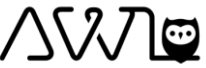
(マイノリティ投資損益除く)



*1 Q1/23より、モバイルセグメントよりContents Media、Streaming JP、NBA Broadcast、Rakuten TV Europe、IP Content、Pacific Leagueをインターネットサービスセグメントのその他インターネットサービスに移管を実施。これに伴い遡及修正を実施。

*2 楽天キャピタル

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} : 45	41	2
<u>インターネット</u>     <u>ライドシェアリング</u>  <u>DI/DX</u>   <u>ヘルスケア</u>    <u>サステナビリティ</u>    <u>モバイル / AI</u>    <u>その他</u>   	     	 

*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Q2/23時点の楽天キャピタルの投資に限定。

3. FinTech

フィンテックセグメントの構造

	事業名・会社名	サービス
フィンテックセグメント	楽天カード	
	楽天銀行	
	楽天証券	
	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Cash ■ 楽天ポイントカード
	その他	■ 楽天Wallet ■ 楽天投信投資顧問 等

FinTechセグメント 決算概要^{*1*2*3*4*5}

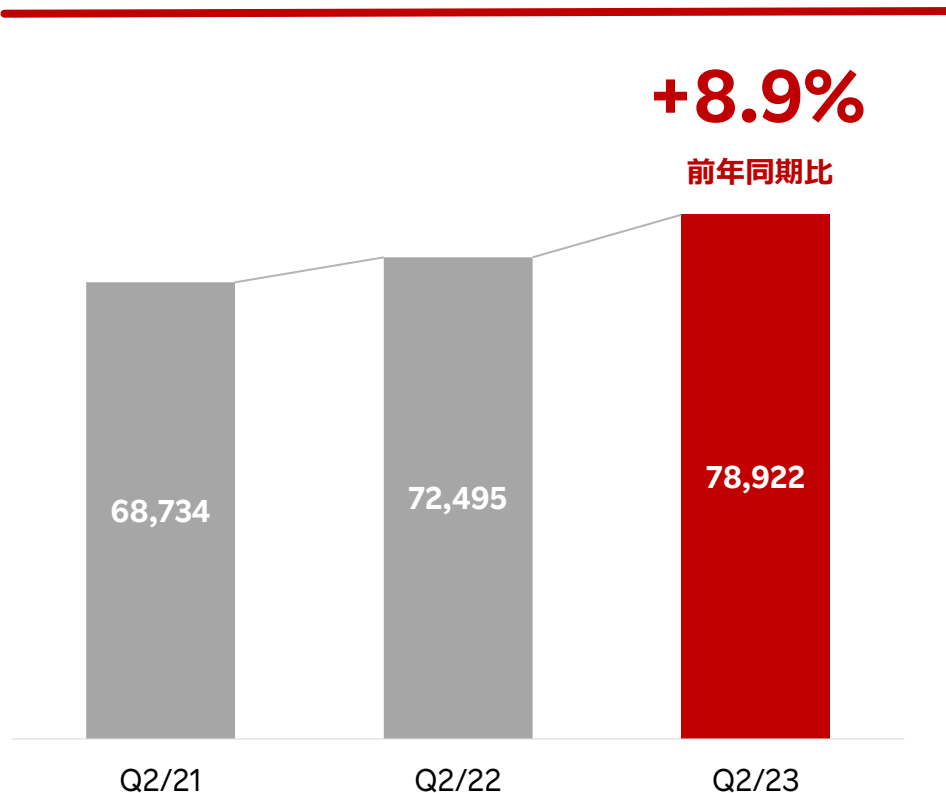
Q2/23（単位：十億円、四捨五入）	売上収益	前年同期比	Non-GAAP 営業利益	前年同期比
楽天カード	78.9	+8.9%	13.3	+5.7%
楽天銀行	31.4	+11.5%	12.0	+22.9%
楽天証券	29.5	+25.6%	9.9	+138.9%
保険事業	21.1	-4.0%	2.0	+42.6%
楽天ペイメント	17.0	+47.1%	-2.8	-1.4
その他	3.0	+49.1%	-1.4	-0.0
フィンテック 合計	181.0	+13.3%	33.0	+31.2%

^{*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} 2023年度よりIFRS17（保険契約）に移行。これに伴いQ2/22の売上収益及び営業利益に遡及修正を適用。
^{*4} 楽天ペイメントは、楽天ペイ、楽天Edy、ポイントパートナーを含む。
^{*5} 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。

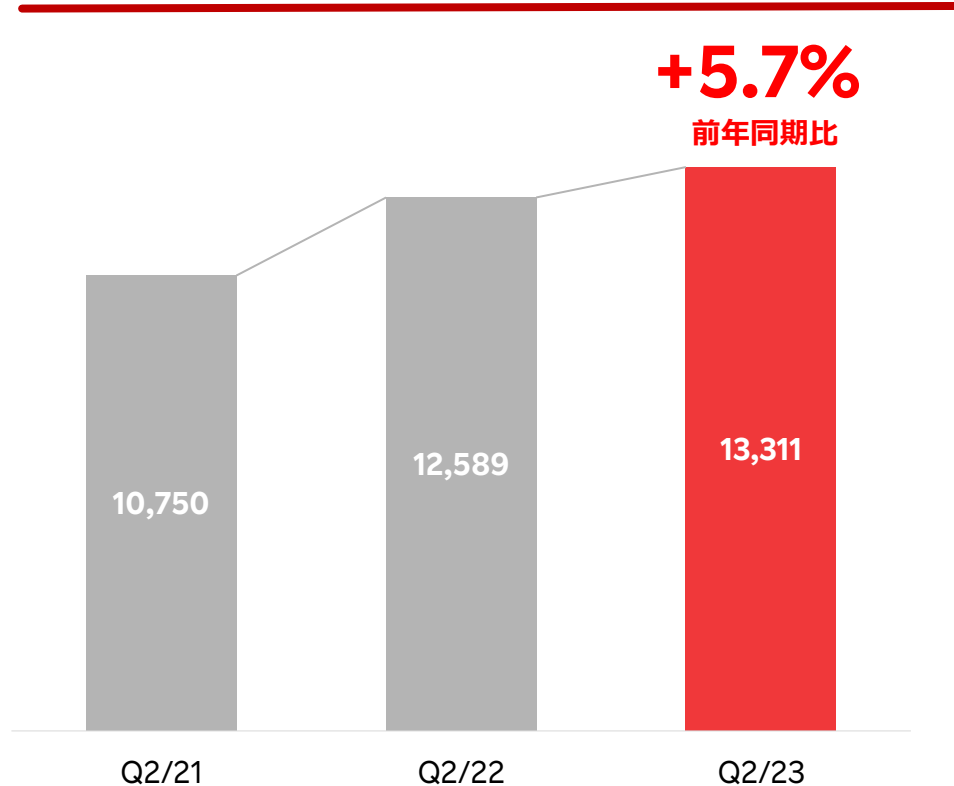
楽天カード 四半期業績推移

- ショッピング取扱高において前年同期比16.3%増と高い成長率を継続。分割払いによる売上収益も前年同期比28.1%増を達成
- 顧客獲得強化に伴う一時的なコスト増及び業容拡大に伴う各種費用計上も増益

売上収益 (百万円)



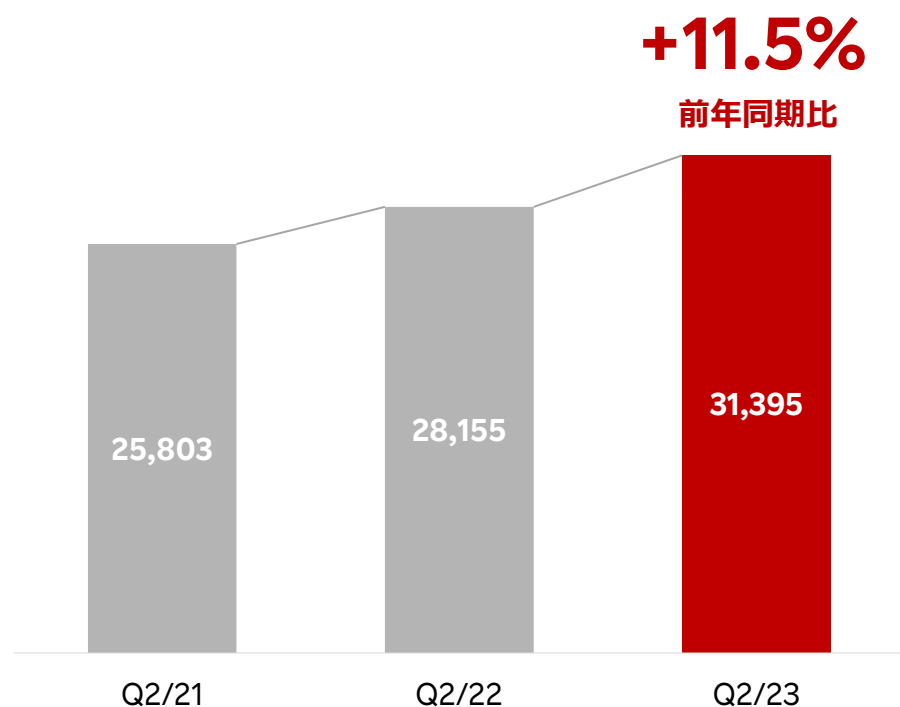
Non-GAAP営業利益 (百万円)



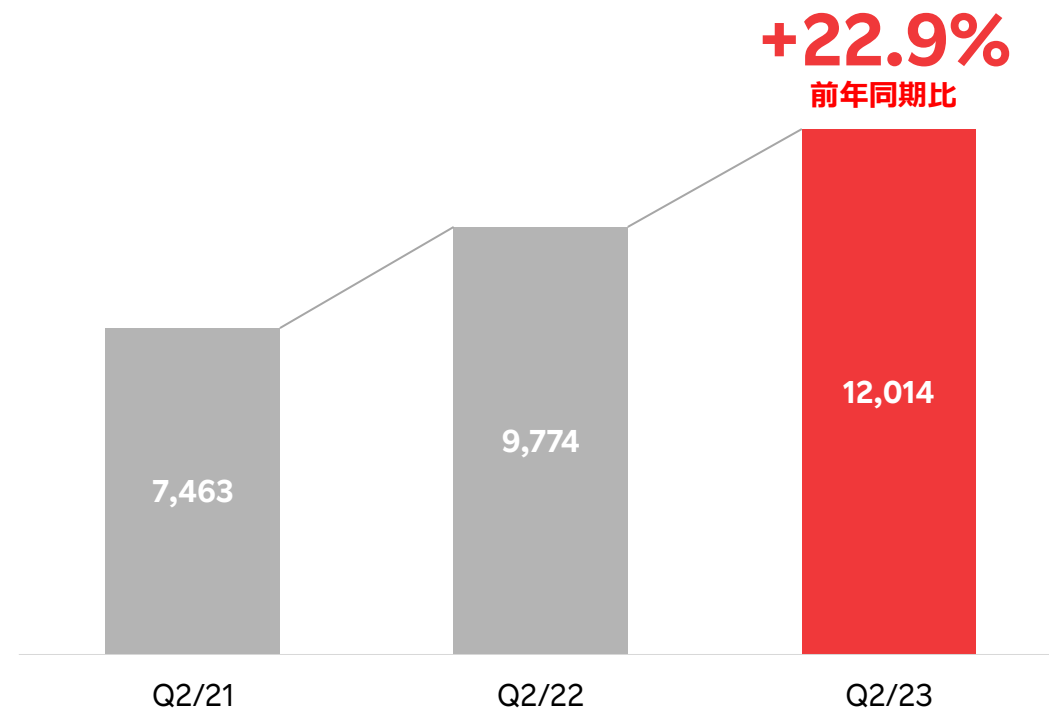
楽天銀行 四半期業績推移

- 楽天カード債権の信託受益権、投資用マンションローン、提携ローン等の残高伸長を背景とした金利収益の好調により堅調に成長
- 高い売上成長に加え、継続的なコスト制御により、高い利益成長を記録

売上収益 (百万円)



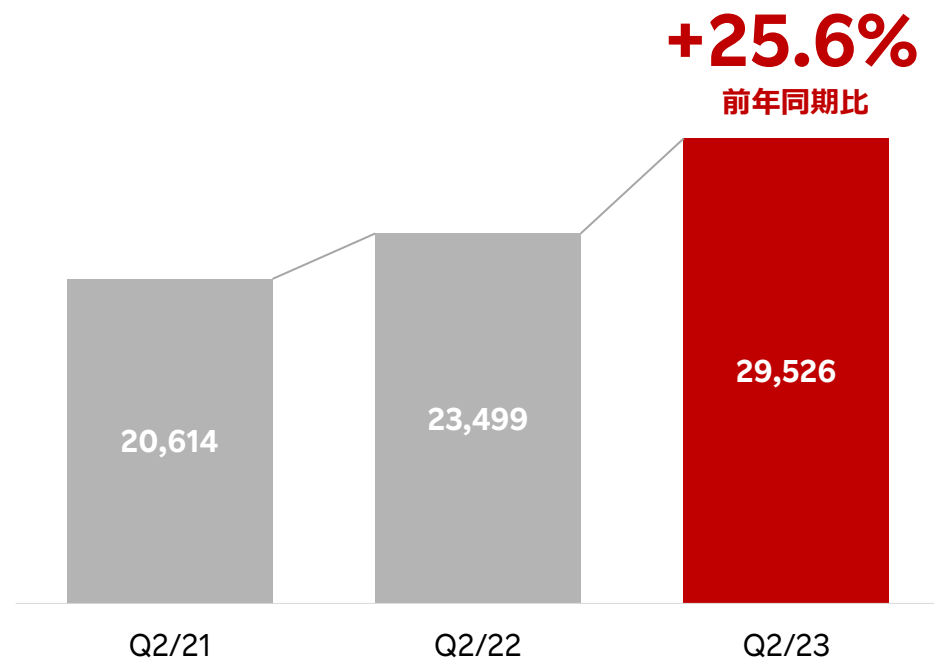
Non-GAAP営業利益 (百万円)



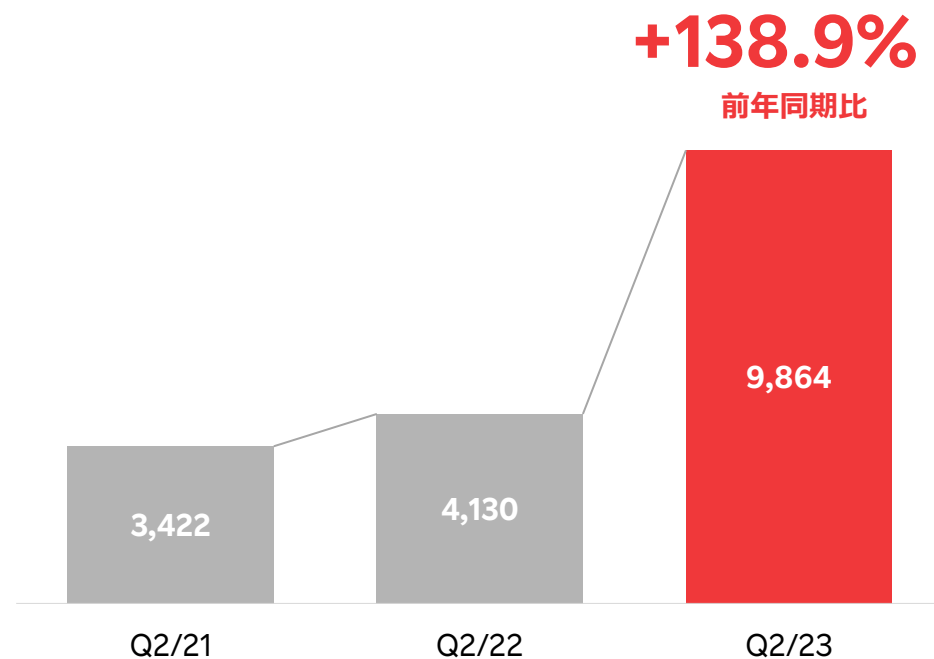
楽天証券 四半期業績推移

- 国内株式を対象とした単元未満株の取り扱いを開始。マーケット活況の追い風を受けて高成長を記録
- 高い売上成長に加え、継続的なコスト制御により、高い利益成長も継続

売上収益 (百万円)



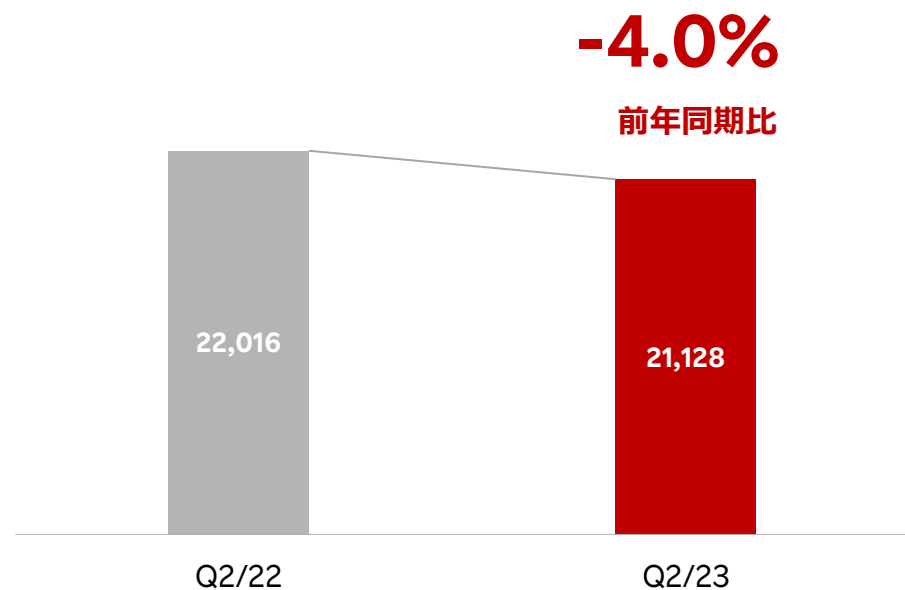
Non-GAAP営業利益 (百万円)



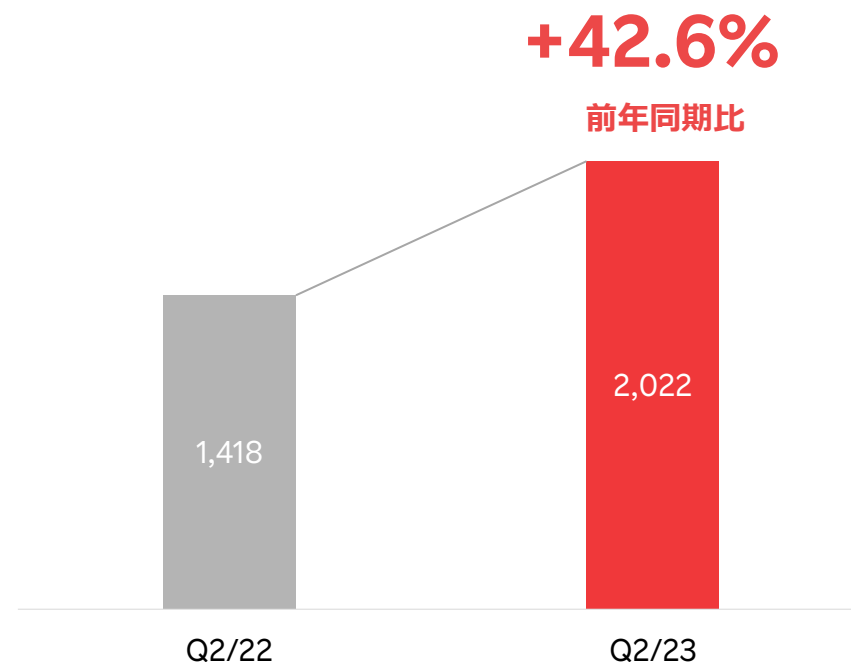
保険事業 四半期業績推移*

- 楽天生命においては、住宅ローン向け団体信用生命保険の取り扱い銀行が増加し売上成長に寄与。楽天損保においては、前年度に一部の再保険を解除したことに伴い、今期の再保険金が減少したことが要因
- コロナ禍の収束による支払い保険金の減少（楽天生命）と、AI活用等による運営効率向上により増益

売上収益 (百万円)



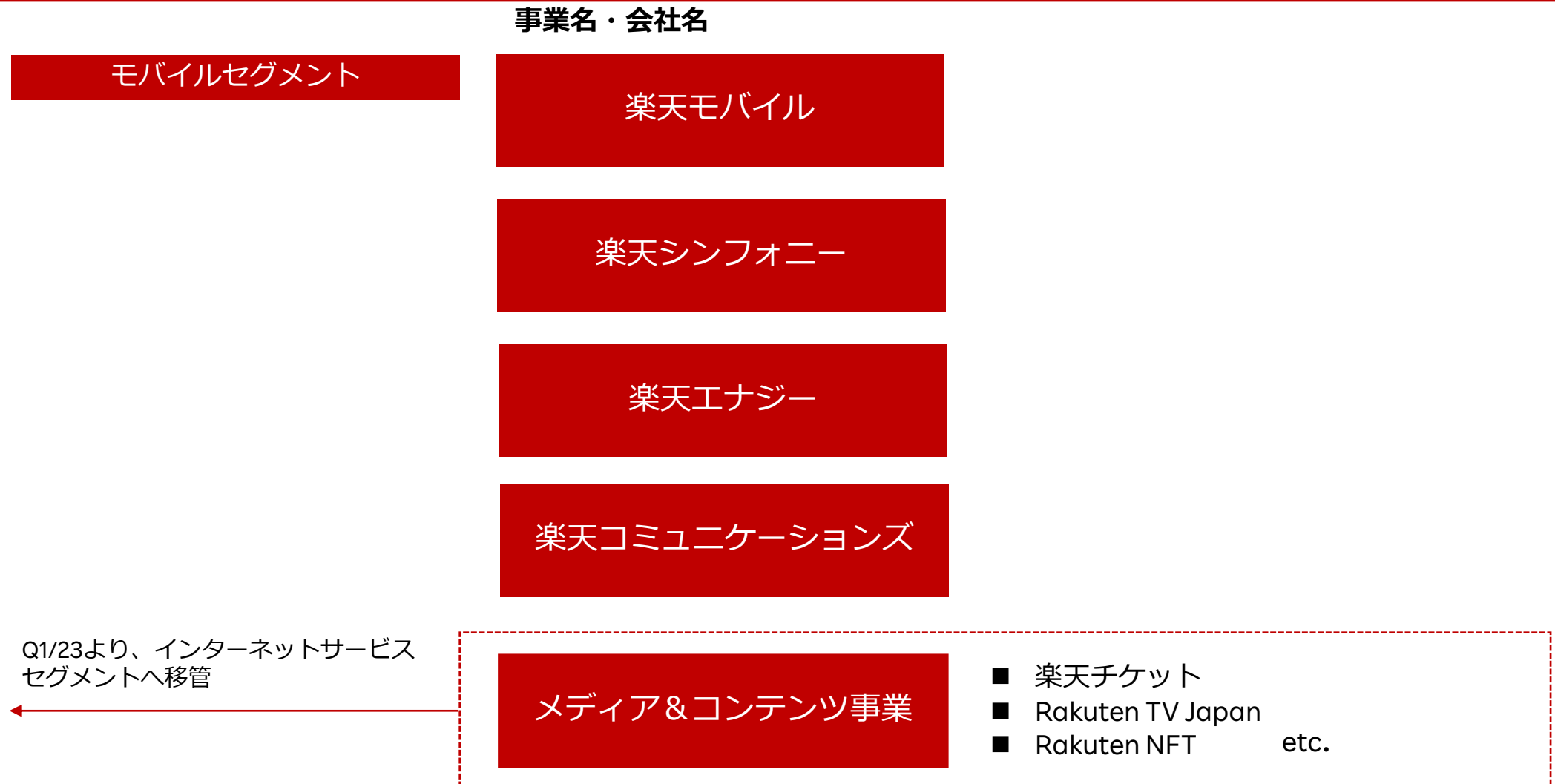
Non-GAAP営業利益 (百万円)



* 2023年度よりIFRS17（保険契約）に移行。これに伴いQ2/22の売上収益及び営業利益に遡及修正を適用。

4. モバイル

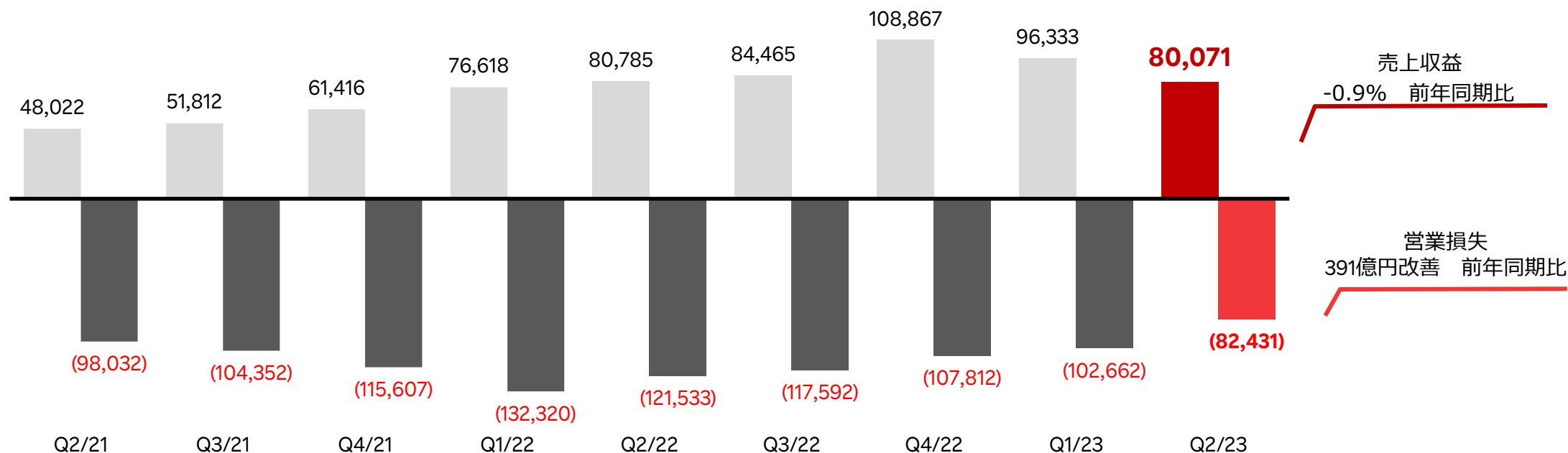
モバイルセグメントの構造



モバイルセグメント 四半期業績推移*

- 楽天でんきの料金改定影響で楽天エナジーにおいて減収
- 楽天モバイルはARPUが継続的に上昇、費用削減効果もあり、損益は継続的に改善

(単位：百万円)



* Q1/23よりRakuten Kobo、Rakuten Viki、Rakuten Viber等の事業はインターネットサービスセグメントへ移動。

700MHzに係る開設指針の概要（7月31日）

【絶対審査基準】

エリア展開	①	10年後までに、各総合通信局管区で人口カバー率を80%以上
設備	②	特定基地局設置場所の確保、設備調達及び設置工事体制の確保
	③	電気通信設備の安全・信頼性を確保するための対策
周波数の経済的価値	④	特定基地局開設料が「 $(281.3 - 0.0114 \times \alpha) \div 10 \div 2$ 億円/年」以上（ただし、最低額は1億円）※開設計画に記載する特定基地局の数
財務	⑤	必要な資金調達の計画及び認定の有効期間（10年間）の満了までに単年度黒字
コンプライアンス	⑥	法令遵守、個人情報保護及び利用者利益保護
サービス	⑦	MVNOに対する特定基地局の利用を促進
	⑧	低廉で、明瞭な、満足できる料金設定
混信対策	⑨	混信その他の妨害を防止するための措置
	⑩	地上デジタル放送の受信障害対策
	⑪	携帯電話端末の送信電力制御
	⑫	基地局を稠密に開設するエリア設計
	⑬	陸上移動中継局に関し、地上デジタル放送の受信設備や特定ラジオマイクとの離隔距離を確保し、送信フィルタを挿入
	⑭	小電力レピータ/陸上移動中継局を特定ラジオマイクが使用される場所と同一屋内で使用することを避ける取組
	⑮	基地局開設情報の事前提供、混信等発生時の問合せ窓口の設置を行う計画や、必要な対策を講じる体制
その他	⑯	同一グループの企業から複数の申請がない
	⑰	割当てを受けた事業者が、既存移動通信事業者へ事業譲渡等をしない

【比較審査基準】

エリア展開	A	認定から10年後における全国の特定基地局の開設数がより多いこと	28点	12点
	B	認定から10年後における全国の人口カバー率がより大きいこと		12点
	C	認定から10年後における全国の道路カバー率がより大きいこと		4点
公平性	D	ブラチナバンドの割当てを受けていないこと	24点	24点
周波数の経済的価値	E	特定基地局開設料の金額がより大きいこと	24点	24点
高度化	F	3MHz幅の5G・CA利用に関する国際標準化提案を行うこと	24点	12点
	G	高周波数帯（sub6・ミリ波）と組み合わせた整備をより行うこと		12点

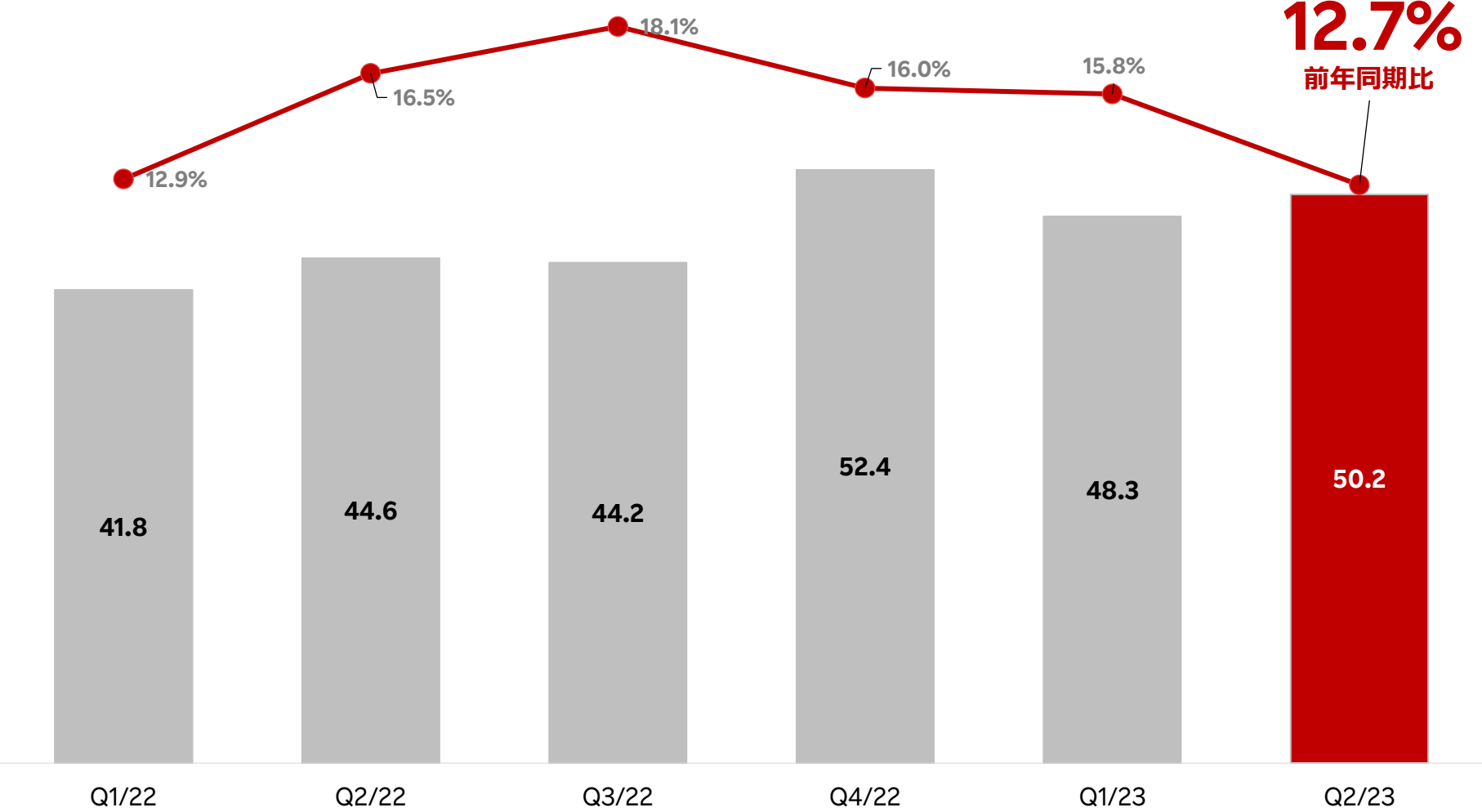
以下、基準A～Gを審査した結果として、総合点が同じ申請者が存在する場合に実施

その他	H	認定から10年後における全国の面積カバー率がより大きいこと	4点	4点
-----	---	-------------------------------	----	----

5. 広告事業

広告事業 売上収益*

(単位：十億円)

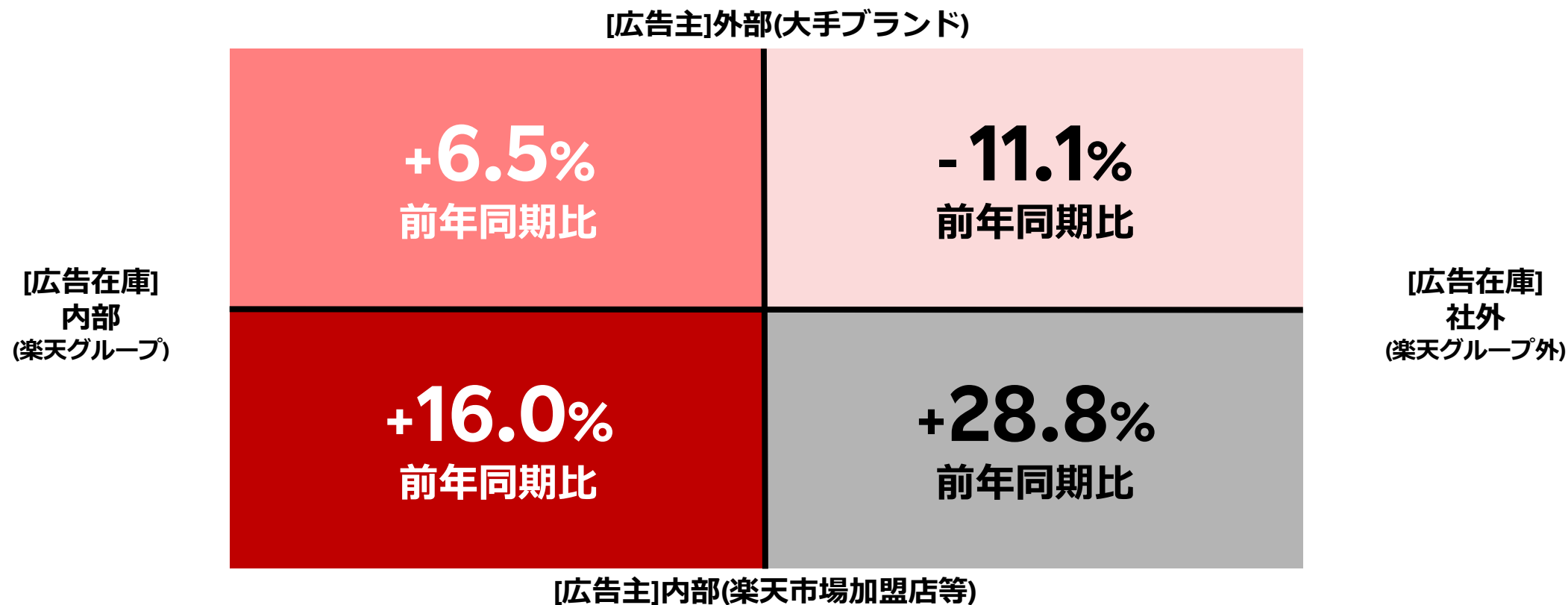


*各セグメント（インターネットサービス・フィンテック・モバイル）に計上される国内広告売上の合計値（内部取引含む）



広告事業 Q2/23 成長分析

- 堅調な成長を遂げている楽天市場や、コロナ規制緩和に伴う楽天トラベルの回復などの影響により、楽天グループ内における広告売上高が順調に拡大



6 . ESG

【ESG】外部評価・表彰

楽天グループのESGへの取り組みや透明性ある情報開示が、国内外の様々な機関から継続的に高い評価を受けています。

Sustainability Indexes

Member of
**Dow Jones
Sustainability Indices**
Powered by the S&P Global CSA



2022 CONSTITUENT MSCI日本株
女性活躍指数 (WIN)



ESG Score: 3.7
ICB Supersector: Retail
Percentile rank: 82 ⓘ

Awards



最新のESGレポートニング



● コーポレートレポート

- ・ 事業戦略・サステナビリティ戦略
- ・ ストーリーや数字で見るステークホルダーのエンパワーメント

● ESGデータブック

- ・ 数字で見るESGパフォーマンス
- ・ 一部のデータについては、独立第三者保証を取得

● 新サステナビリティページ

- ・ 必要なESG情報を探しやすいサイト・ページ構成となるよう、全面的にリニューアル

「女性のエンパワーメント原則（WEPs）」に署名

In support of

WOMEN'S EMPOWERMENT PRINCIPLES

Established by UN Women and the
UN Global Compact Office

- 楽天は、「女性のエンパワーメント原則（WEPs）」の署名企業となり、同原則に従って行動することにコミット
- WEPsは、国連グローバル・コンパクトとUN Womenが共同で作成した女性の活躍推進に積極的に取り組むための行動原則。企業が、職場、市場、地域コミュニティにおける**ジェンダー平等と女性のエンパワーメントを推進するための指針**
- WEPsに署名することで、会社の最高レベルにおいてこのアジェンダにコミットし、**多様なステークホルダーと協力しながら、女性のエンパワーメントにつながるビジネス慣行を醸成していくことを表明**

1
PRINCIPLE

企業トップによる
リーダーシップ

2
PRINCIPLE

職場における
ジェンダー平等

3
PRINCIPLE

従業員の健康、
ウェルビーイング、
安全

4
PRINCIPLE

女性のキャリア
アップを可能にす
る教育と研修

5
PRINCIPLE

サプライチェーン・
マネージメントと
マーケティング

6
PRINCIPLE

社会貢献活動と
アドボカシー
(啓発)

7
PRINCIPLE

成果のモニタリング
と報告

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。