

2025年度第1四半期決算説明会（連結） 補足資料

2025年5月14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/25Q1Datasheet.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Q1として過去最高の5,627億円（前年同期比9.6%増）に。
- 売上増収に加え、楽天モバイルの大幅な収益改善により、Non-GAAP営業損失は3億円（前年同期比251億円改善）、IFRS営業損失は154億円（前年同期比178億円改善）と大幅に改善。EBITDA^{*1}は799億円の黒字（前年同期比51.4%増）。
- 不透明感が強まるマクロ環境の中でも、引き続き当初計画の経営及び財務戦略を維持。マクロ経済環境を丁寧に注視しつつも、当社の2025年度経営目標ならびに中期財務目標の変更の必要性は現時点でない。

財務活動

- 2025年に満期^{*2}が到来する有利子負債については、ハイブリッド債のリプレースメントも含め、全ての資金を確保済み。2026年以降に満期^{*2}が到来する有利子負債についても、多様な資金調達手段を有している。
- 2026年4月に初回コール日を迎えるドル建て永久劣後債について、初回コール日での期限前償還を実施する方針に、変更はない。

^{*1}: EBITDAはNon-GAAP営業利益に減価償却費等を加算して算出。 ^{*2}: 劣後債については初回コール日。

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3,055億円（前年同期比6.9%増）、Non-GAAP営業利益^{*1}は132億円（前年同期比25.8%増）で増収増益。
- 国内EC流通総額^{*2}は、利用者数の伸長を背景に「楽天市場」「楽天リーベイツ」等ショッピングECの流通総額が拡大し、1兆4,307億円（前年同期比3.0%増）に。さらに昨年がうるう年だったことによる日数影響や、大雪・寒波等による旅行や公営競技のキャンセル影響を考慮すると前年同期比+4.4%増だったと試算。2025年通期は、国内EC流通総額において、一桁半ばから後半の成長率を引き続き目指す。
- 国際部門^{*2*3}の売上収益は、Rakuten Rewardsが米国企業のマーケティング費用削減トレンドに伴う市場の軟化に影響され軟調だったものの、Q2/24より発売した新カラー端末の販売が好調だったRakuten Kobo及び広告売上が好調だったRakuten Viberが牽引し、430百万米ドル（前年同期比2.7%増）に。

*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。また、モバイルセグメント関連投資損益をインターネットサービスセグメントの投資事業からモバイルセグメントに移管したことに伴い、遡及修正を実施。 *2：Q1/25～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：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。

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2,236億円（前年同期比15.6%増）、Non-GAAP営業利益^{*1}は439億円（前年同期比21.7%増）で増収増益。各事業において顧客基盤及び取扱高の拡大が継続し、全事業で増収。
- 「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6.3兆円（前年同期比12.8%増）となりセグメント増収に貢献。金融費用は増加したものの、資金調達の大半は楽天銀行を通じたものであり、グループ外へのキャッシュアウトの増加は軽微。
- 「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1,683万口座^{*2}（2025年3月末時点。前年同期比10.4%増）に。メイン口座化・生活口座化のさらなる進展に伴い預金残高も増加し、単体預金残高は11.4兆円^{*2*3}（2025年3月末時点。前年同期比8.8%増）に。運用資産の積み上げに加えて日銀の政策金利の引き上げにより金利収益が大きく伸長した結果、大幅な増収増益を達成。
- 「楽天証券」は、顧客基盤の拡大が継続し、証券総合口座数は1,234万口座^{*2}（2025年3月末時点）に。多様化した収益構造により過去最高収益を記録し、マーケティング費用のコントロールも相俟って、増益を達成。
- 楽天ペイメントは、顧客基盤の拡大に伴い取扱高が継続的に拡大し、営業黒字が大幅に拡大。楽天グループのフィンテックサービスの入口としての役割を強化し、各サービスとの連携を加速。

^{*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

エグゼクティブサマリ

モバイル

- セグメント売上収益は1,107億円（前年同期比10.9%増）、Non-GAAP営業損失^{*1}は513億円（前年同期比143億円改善）。
- 楽天モバイル(株)では、契約回線数増加及びARPU向上により、売上収益^{*2}は872億円（前年同期比40.7%増）、Non-GAAP営業損失^{*1*2}は491億円（前年同期比175億円改善）、EBITDA^{*1*2*3}は▲65億円（前年同期比207億円改善）で着地。毎年Q1に計上する固定資産税を除くEBITDAは102百万円で、参入以来初の四半期黒字化を達成。2025年通期EBITDA黒字化に向けて好発進。
- 2025年3月末時点の楽天モバイル全契約回線数^{*4}は863万回線。開通数は前年同期を上回る水準となったものの、流動性上昇による解約数の増加により、前四半期比32万回線の純増だった。業界の動向を注視しつつも、通信品質改善及びその認知拡大に一層注力することで、解約率の良化を目指す。また、今期は店舗数拡充によるオフラインチャネル強化及びマーケティング施策のローカライズを推進することで、獲得ペースの加速も企図。ARPU^{*5}は前年同期比16円増の2,827円で、データARPU及び主に広告売上から成るその他ARPUの向上が貢献。黒字化の目安となる正味ARPU^{*6}は前年同期比118円の上昇となった。

*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。また、モバイルセグメント関連投資損益をインターネットサービスセグメントの投資事業からモバイルセグメントに移管したことに伴い、遡及修正を実施。 *2：25年2月～楽天エナジー(株)を楽天モバイル(株)に吸収合併。 *3：EBITDAはNon-GAAP営業利益に減価償却費等を加算して算出。 *4：BCP等回線を含むMNO、MVNE及びMVNOの合計値。 *5：ARPUは、MVNE及びBCP等回線を除く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。 *6：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×MNO契約回線数）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、決算短信をご覧ください。

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
- ◆ グローバル取扱高

2 連結業績

- ◆ 連結業績サマリ
- ◆ 売上収益・Non-GAAP営業損益・EBITDA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

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）

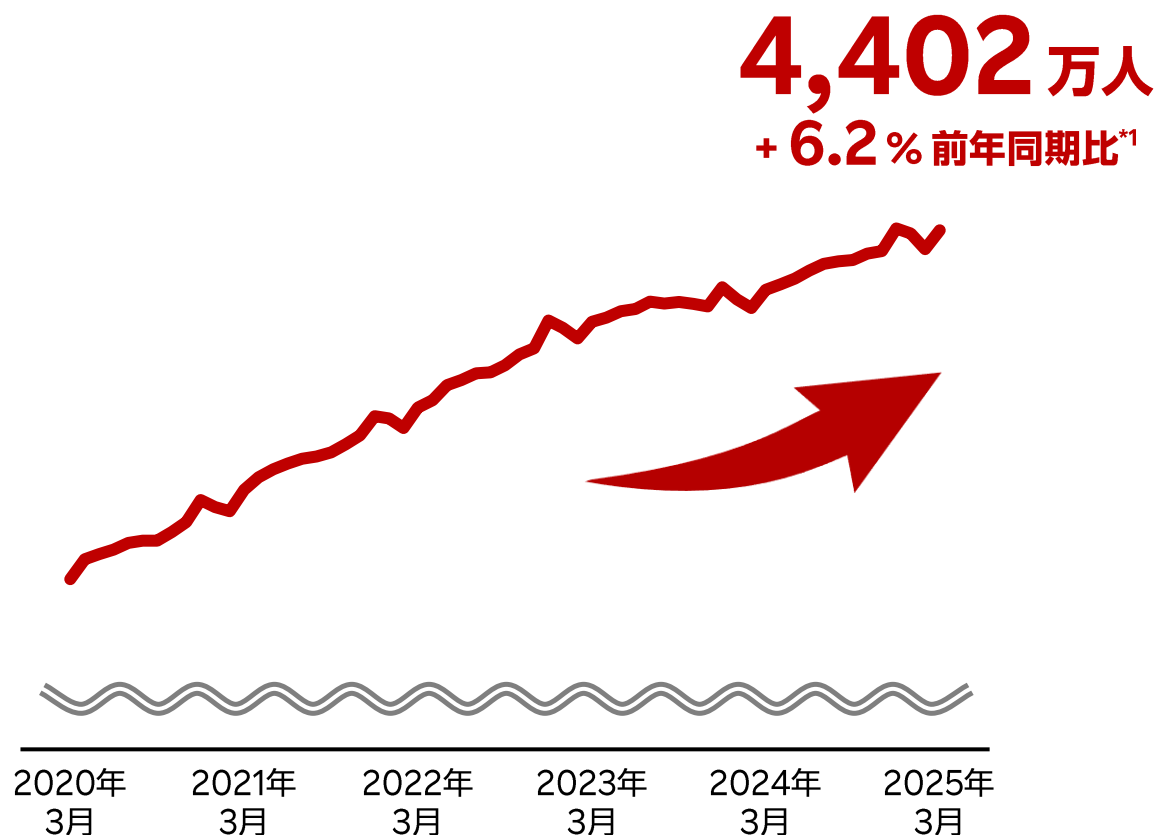
■ 多くの市場においてリーディングポジションを確立。MNOキャリアの中で最も高いクロスユース率*を実現

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	
国内EC	インターナショナル	決済	保険	証券	銀行	モバイル
<div>Rakuten (楽天市場)</div> <div>Rakuten Travel</div> <div>Rakuten Rakuma</div> <div>Rakuten GORA</div> <div>Rakuten Fashion Rakuten</div>	<div>Rakuten (Rakuten Rewards)</div> <div>Rakuten kobo</div> <div>Rakuten Viber</div> <div>Rakuten Advertising</div> <div>Rakuten Viki</div> <div>Rakuten TV</div>	<div>Rakuten Card</div> <div>R Pay</div> <div>R POINT</div> <div>R Edy</div>	<div>Rakuten 楽天生命</div> <div>Rakuten 楽天損保</div>	<div>Rakuten 楽天証券</div> <div>Rakuten Wallet</div>	<div>Rakuten 楽天銀行</div>	<div>Rakuten Mobile</div> <div>Rakuten Symphony</div>

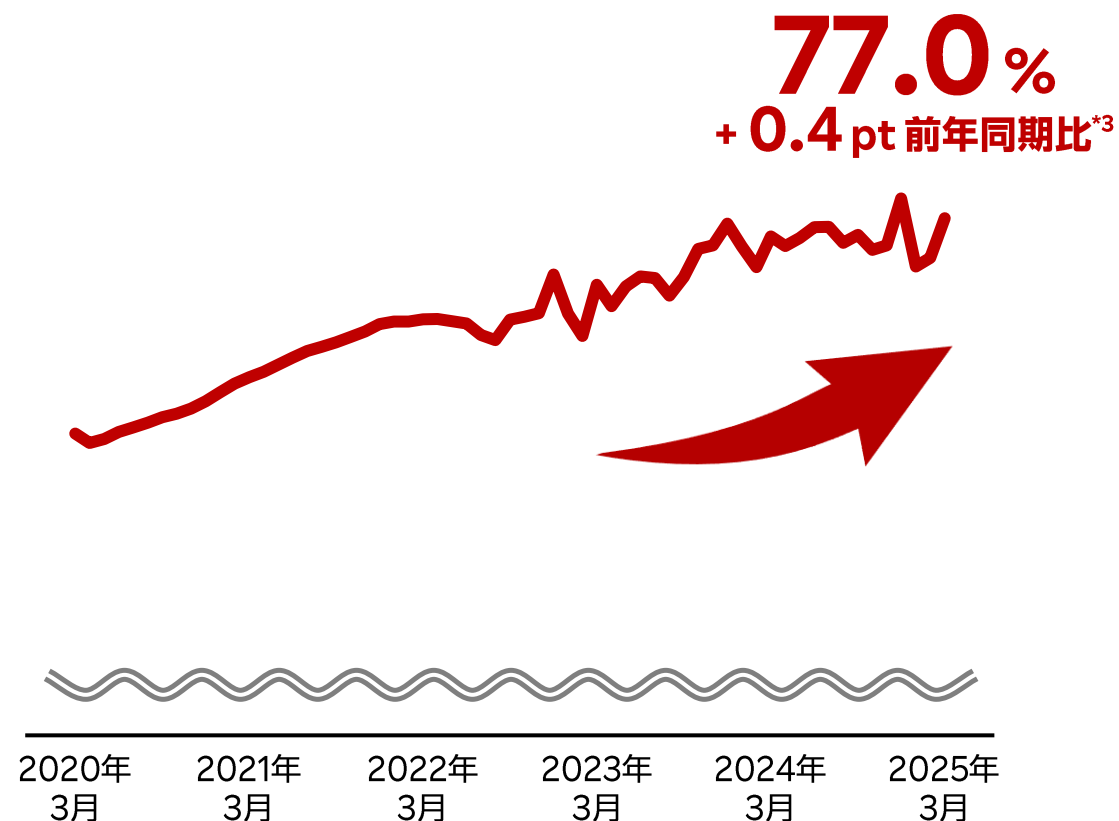
*MMD研究所 2023年2月20日「大手4キャリアの関連サービス利用実態調査」4キャリアユーザーの携帯電話契約以外のキャリア関連サービスの利用数（インターネット調査、対象: 18歳～69歳の大手4キャリアユーザー、有効回答=2,000人：ドコモユーザー（n=500）、auユーザー（n=500）、ソフトバンクユーザー（n=500）、楽天モバイルユーザー（n=500））

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}

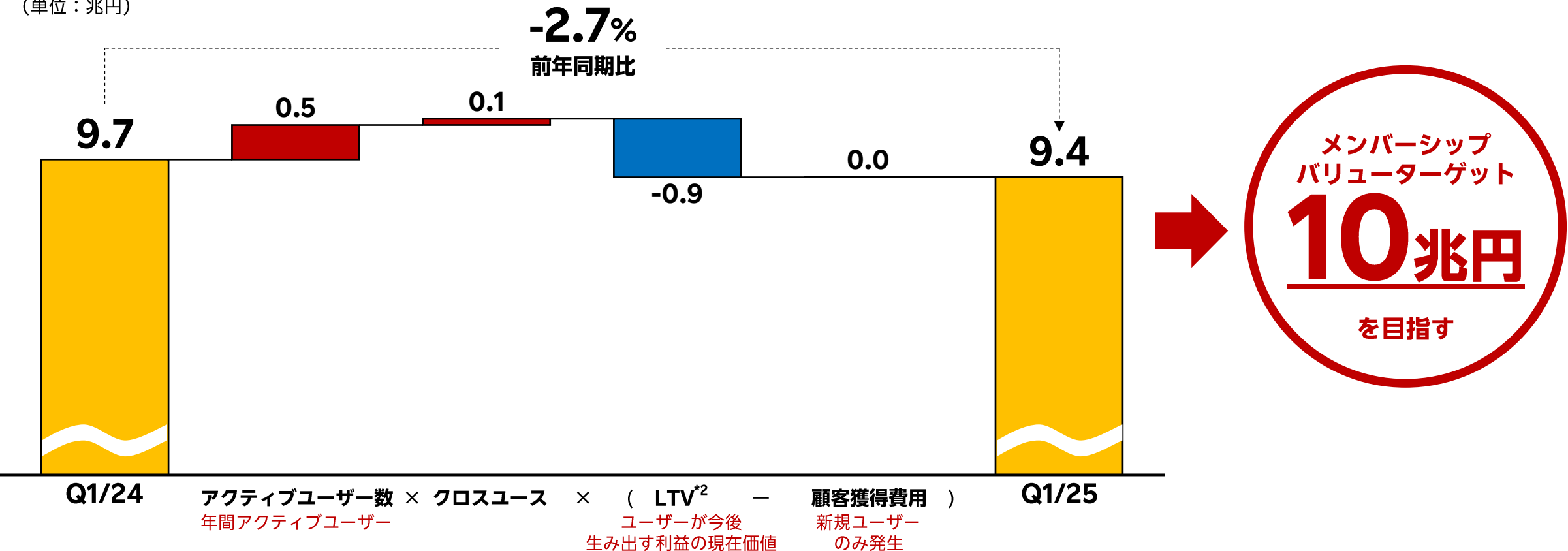


^{*1}: 2025年3月末月間アクティブユーザー数と2024年3月末月間アクティブユーザー数の比較。 ^{*2}: 過去12か月間における2サービス以上利用者数／過去12か月間における全サービス利用者数。（2025年3月末時点。楽天ポイントが獲得可能なサービスの利用に限る。） ^{*3}: 2025年3月と2024年3月の月別クロスユース率の比較。

メンバーシップバリュー^{*1}

■ 前年に楽天証券での新NISA制度開始や楽天トラベルで政府施策の実施を受け増大していたリテンションが落ち着きメンバーシップバリューは低下した一方、業績が改善した楽天市場や楽天24等のショッピング系EC及び楽天銀行等では上昇

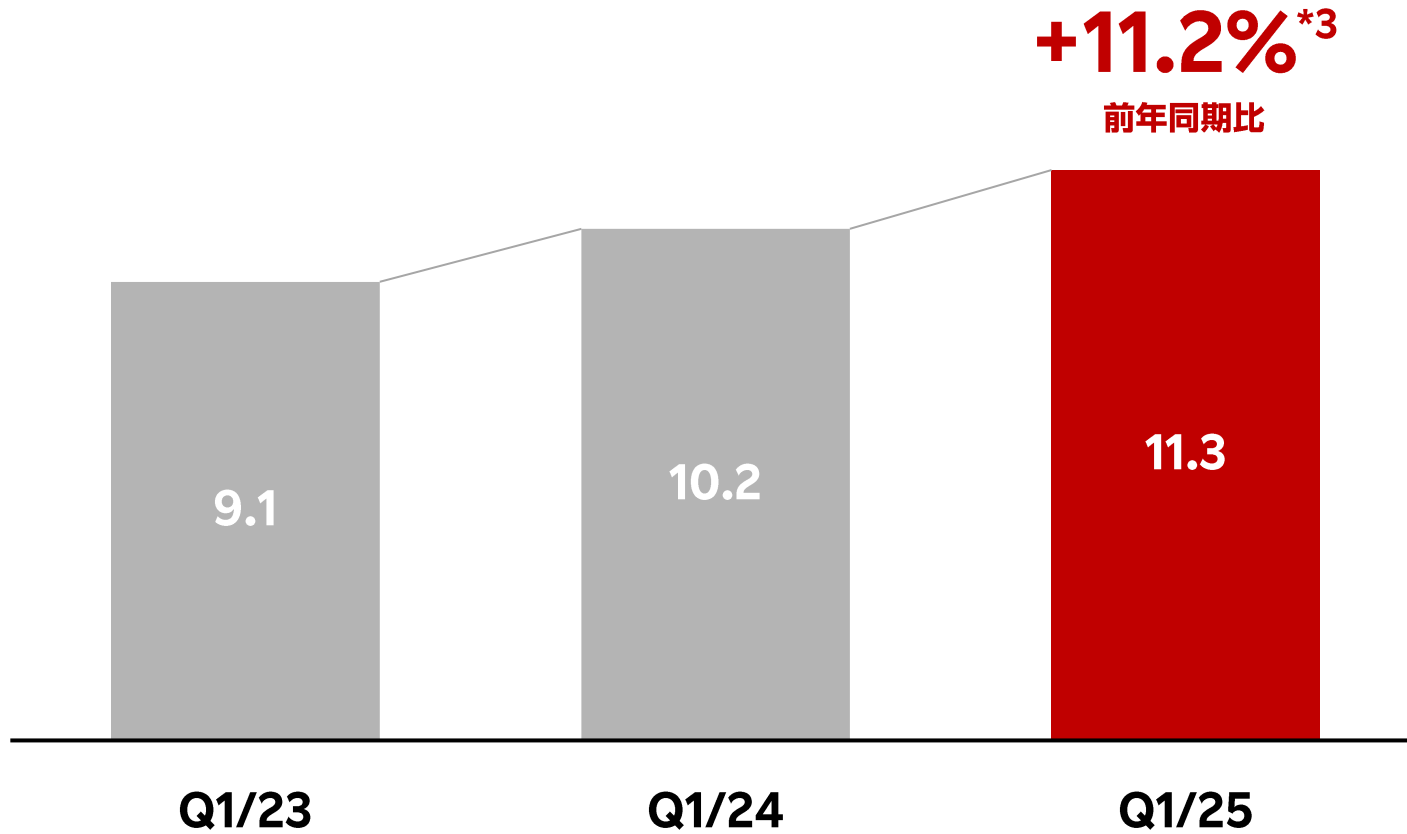
(単位：兆円)



^{*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。 $LTV = \sum (ARPU \times \text{利益率}^{\text{*3}} \times \text{リテンション率}) \div (1 + \text{割引率})^{K-1}$ 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) ^{*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)		Q1/24	Q1/25	前年同期比
連結売上収益		513.6	562.7	+9.6%
	インターネットサービスセグメント	285.7	305.5	+6.9%
	フィンテックセグメント	193.5	223.6	+15.6%
	モバイルセグメント	99.8	110.7	+10.9%
	調整額	-65.4	-77.1	-11.7
Non-GAAP 営業利益（損失）^{*1*2}		-25.4	-0.3	+25.1
	(参考：モバイルセグメント、マイノリティ投資除き)	41.9	52.2	+24.7%
	インターネットサービスセグメント	10.5	13.2	+25.8%
	フィンテックセグメント	36.1	43.9	+21.7%
	モバイルセグメント	-65.6	-51.3	+14.3
	調整額	-6.4	-6.1	+0.3
EBITDA^{*1*2*3}		52.8	79.9	+51.4%
	インターネットサービスセグメント	20.0	23.5	+17.4%
	フィンテックセグメント	51.3	60.1	+17.0%
	モバイルセグメント	-23.3	-6.5	+16.8
	調整額	4.8	2.8	-40.4%

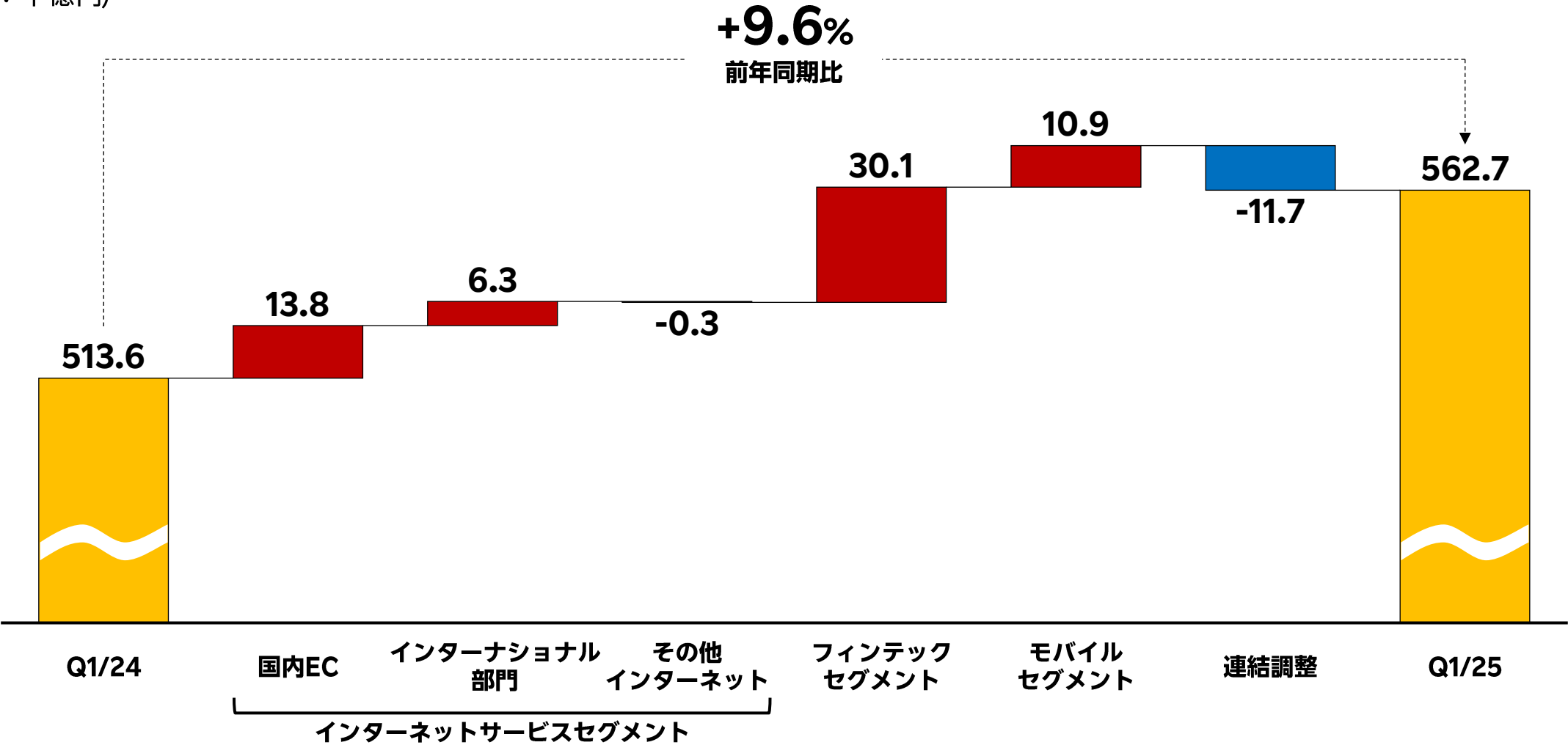
*1：Q3/24～モバイルエコシステム貢献額をセグメント業績に反映したことに伴い、Q1/23以降のセグメント業績に遡及修正を実施。連結Non-GAAP営業利益（損失）及び連結EBITDAには影響はありません。モバイルエコシステム貢献額の算出方法詳細は、決算短信をご覧ください。*2：Q4/24～モバイルセグメント関連投資損益をインターネットサービスセグメントのマイノリティ投資からモバイルセグメントに移管したことに伴い、遡及修正を実施。*3：EBITDAはNon-GAAP営業利益に減価償却費等を加算して算出。

連結業績サマリ②

(単位：十億円、四捨五入)		Q1/24	Q1/25	前年同期比
Non-GAAP 営業利益（損失）		-25.4	-0.3	+25.1
無形資産償却費		-1.8	-1.4	+0.5
株式報酬費用		-3.8	-4.4	-0.6
非経常的な項目		-2.2	-9.4	-7.2
IFRS 営業利益（損失）		-33.3	-15.4	+17.8
金融収益・費用		6.6	-30.8	-37.4
	有価証券評価損益	25.6	-2.5	-28.1
	デリバティブ評価損益	12.5	-9.7	-22.2
	支払利息	-16.9	-21.8	-4.9
	為替差損益	-11.3	2.8	+14.1
	その他	-3.3	0.4	+3.7
持分法による投資損益		-1.8	0.4	+2.2
税引前四半期損益		-28.5	-45.8	-17.4
法人所得税費用		7.4	16.0	+117.7%
四半期損益		-35.8	-61.9	-26.0
	親会社の所有者に帰属する四半期損益	-42.4	-73.5	-31.1
	非支配持分に帰属する四半期損益	6.6	11.6	+76.8%

売上収益推移^{*1*2}

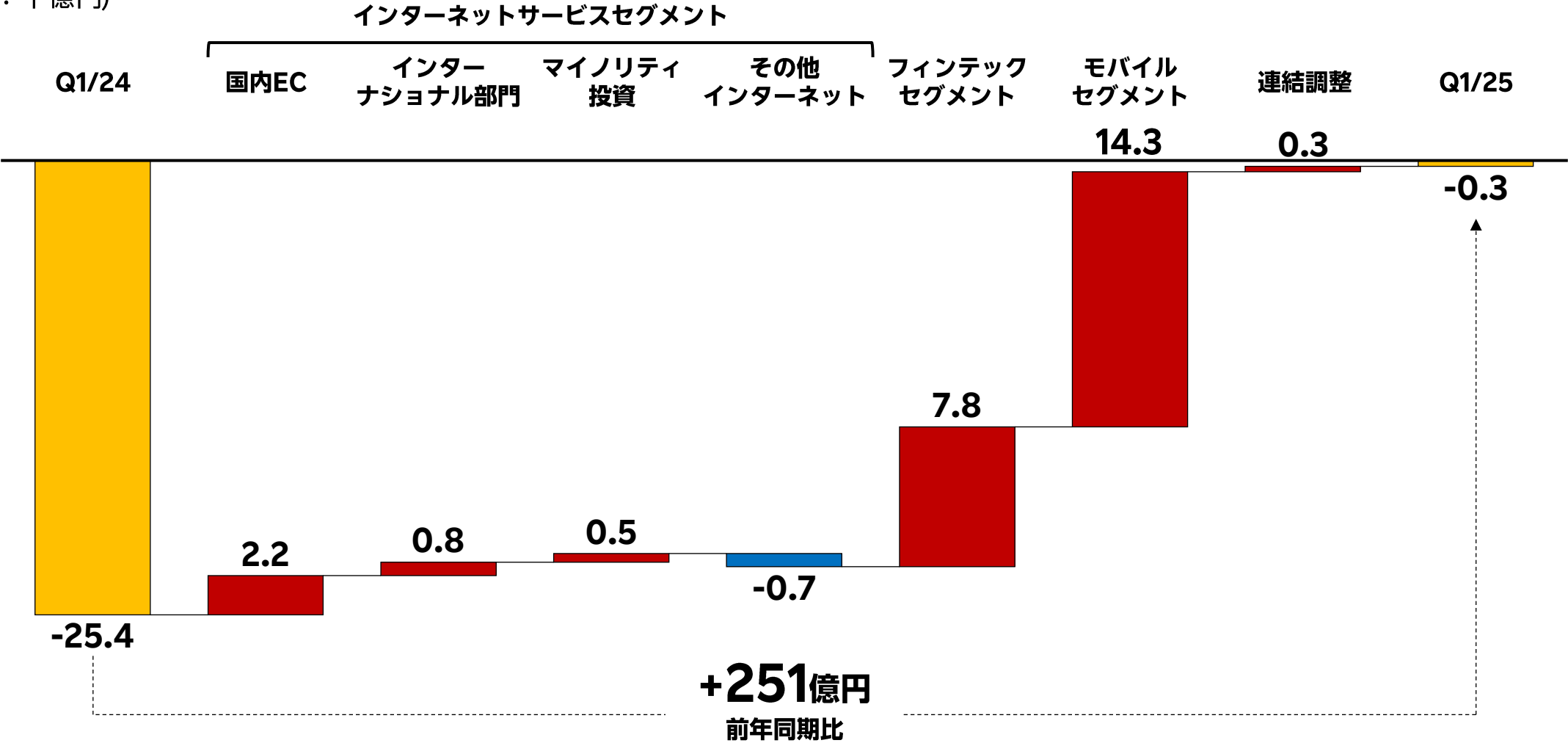
(単位：十億円)



^{*1}：Q4/24～国際EC部門及びマイノリティ投資をその他インターネットサービスから区分して別掲。その他インターネットサービスの過去数値について遡及修正を実施。
^{*2}：Q1/25～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。

Non-GAAP営業損益推移^{*1*2*3*4}

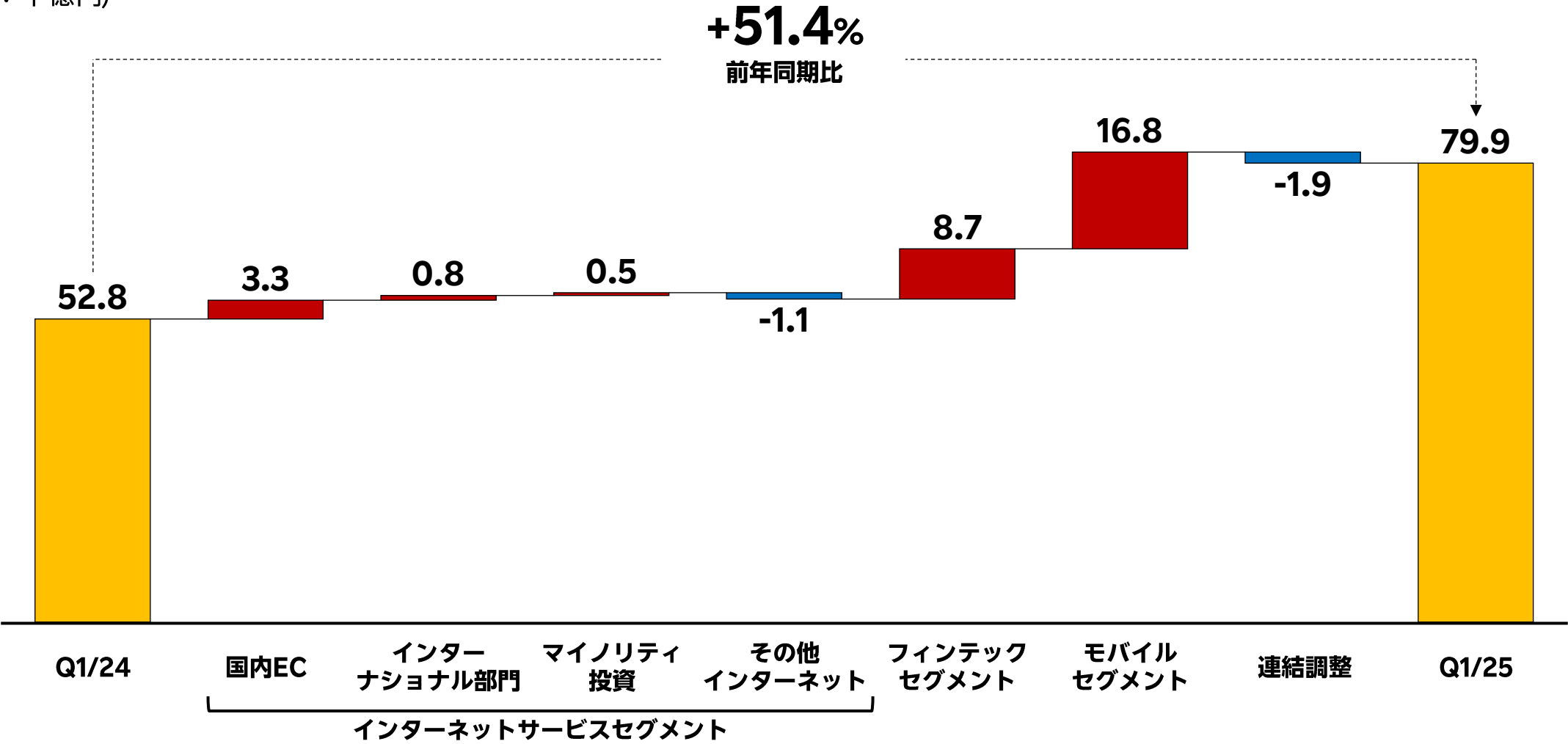
(単位：十億円)



^{*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。連結Non-GAAP営業利益（損失）には影響はありません。 ^{*2}：Q4/24～インターナショナル部門及びマイノリティ投資をその他インターネットサービスから区分して別掲。その他インターネットサービスの過去数値について遡及修正を実施。 ^{*3}：Q4/24～モバイルセグメント関連投資損益をインターネットサービスセグメントの投資事業からモバイルセグメントに移管したことに伴い、遡及修正を実施。 ^{*4}：Q1/25～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。

EBITDA推移 ^{*1*2*3*4*5}

(単位：十億円)



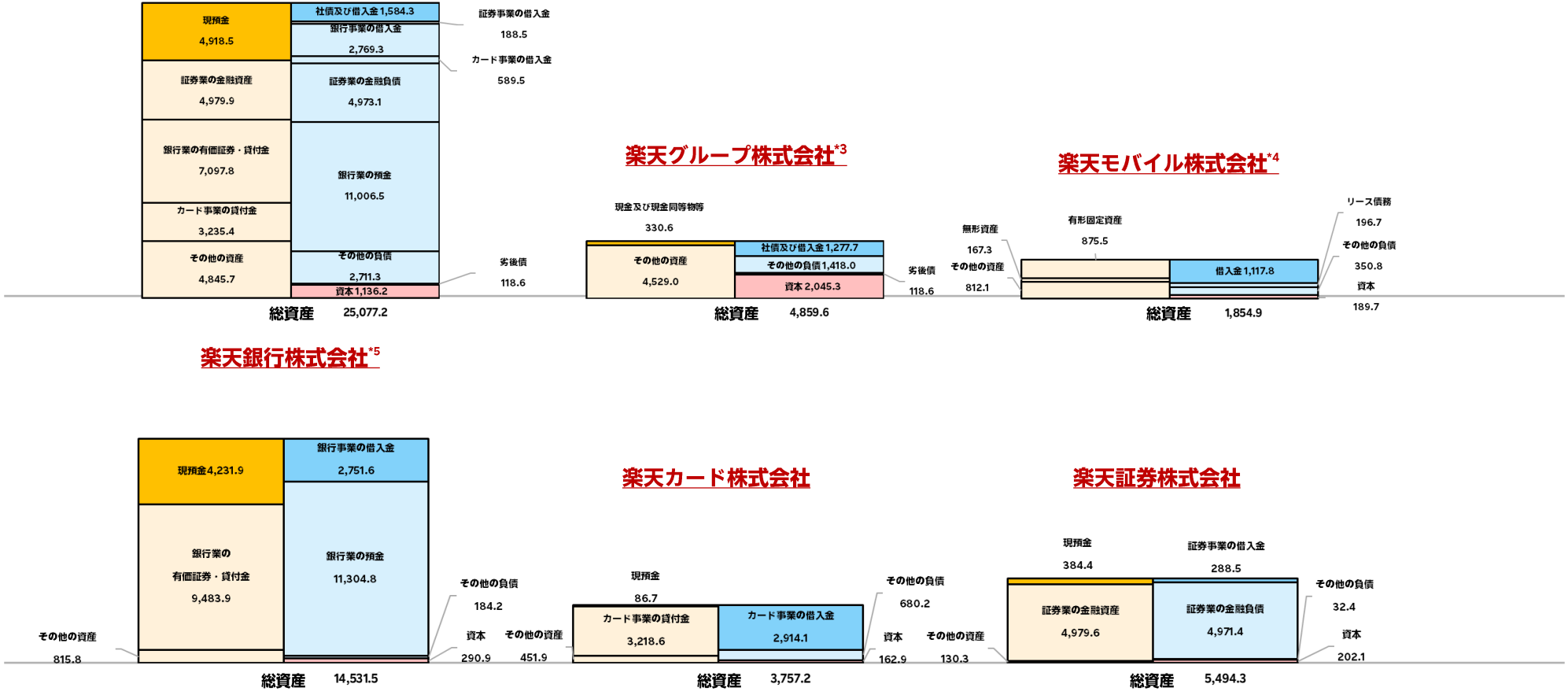
*1：Q3/24～モバイルエコシステム貢献額をセグメント業績に反映したことに伴い、Q1/23以降のセグメント業績に遡及修正を実施。連結EBITDAには影響はありません。 *2：Q4/24～国際EC及びマイノリティ投資をその他インターネットサービスから区分して別掲。その他インターネットサービスの過去数値について遡及修正を実施。 *3：Q4/24～モバイルセグメント関連投資損益をインターネットサービスセグメントの投資事業からモバイルセグメントに移管したことに伴い、遡及修正を実施。 *4：Q1/25～インターネットサービスセグメント内の各事業についてセグメント内での区分の見直しを実施したことに伴い、遡及修正を実施。 *5：EBITDAはNon-GAAP営業利益に減価償却費等を加算して算出。

連結・主要子会社のバランスシートサマリ（2025年3月末）^{*1*2}

※単体BSは内部取引含む

（単位：十億円）

連結



*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（2025年3月末）

（単位：十億円、四捨五入）	Q4/24	Q1/25	前四半期対比
楽天グループ株式会社（連結）			
資産合計	26,514.7	25,077.2	-5.4%
現預金 ^{*1}	6,170.9	4,918.5	-20.3%
証券業の金融資産	5,212.0	4,979.9	-4.5%
銀行業の有価証券・貸付金	6,561.2	7,097.8	+8.2%
カード事業の貸付金	3,497.1	3,235.4	-7.5%
その他資産	5,073.5	4,845.7	-4.5%
負債合計	25,276.2	23,941.0	-5.3%
社債及び借入金 ^{*2}	2,052.8	1,702.9	-17.0%
内）劣後債	158.5	118.6	-25.2%
証券事業の借入金	115.0	188.5	+63.9%
カード事業の社債及び借入金	587.9	589.5	+0.3%
銀行事業の借入金	2,706.0	2,769.3	+2.3%
銀行事業の預金	11,312.0	11,006.5	-2.7%
証券事業の金融負債	5,512.3	4,973.1	-9.8%
その他の負債	2,990.2	2,711.3	-9.3%
資本合計	1,238.5	1,136.2	-8.3%
負債及び資本合計	26,514.7	25,077.2	-5.4%

*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（2025年3月末）^{*1*2}

（単位：十億円、四捨五入）	Q4/24	Q1/25	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	5,417.9	4,859.6	-10.3%
現金及び現金同等物等 ^{*3}	750.0	330.6	-55.9%
その他資産	4,667.9	4,529.0	-3.0%
負債合計	3,363.7	2,814.3	-16.3%
社債及び借入金	1,729.1	1,396.3	-19.2%
外部金融からの負債	1,710.2	1,374.9	-19.6%
内）劣後債	158.5	118.6	-25.2%
内部取引	18.9	21.4	+13.4%
その他の負債	1,634.6	1,418.0	-13.3%
資本合計	2,054.2	2,045.3	-0.4%
負債及び資本合計	5,417.9	4,859.6	-10.3%

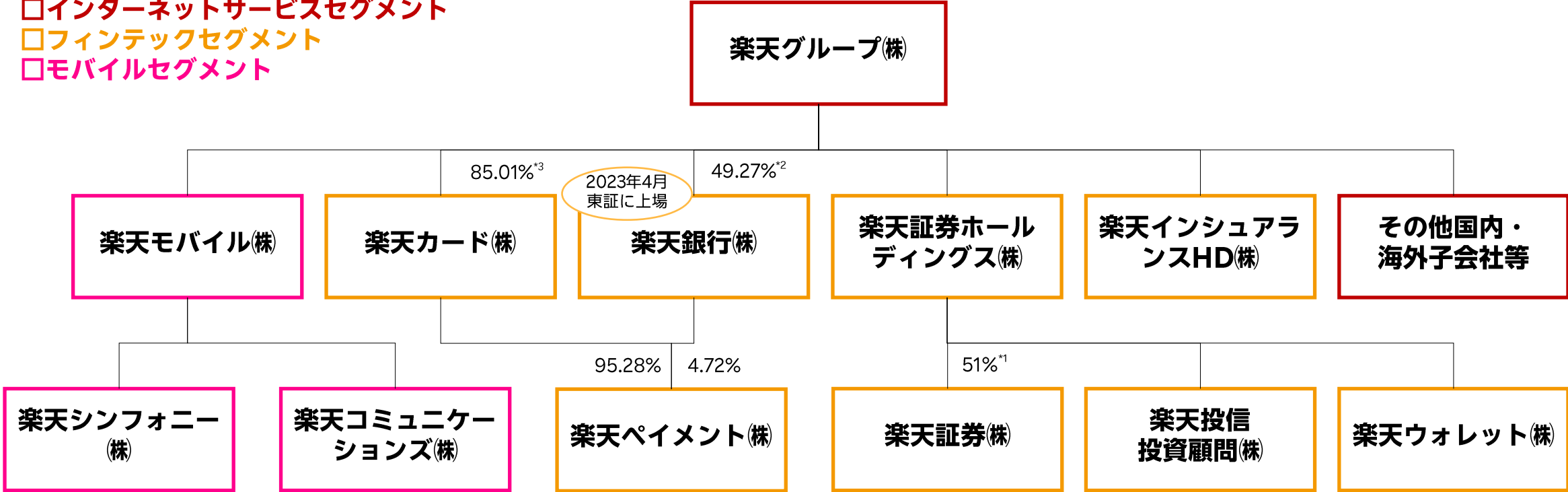
（単位：十億円、四捨五入）	Q4/24	Q1/25	前四半期対比
楽天モバイル株式会社			
資産合計	1,917.1	1,854.9	-3.2%
有形固定資産	905.3	875.5	-3.3%
無形資産	167.3	167.3	-0.0%
その他の資産	844.5	812.1	-3.8%
負債合計	1,660.4	1,665.2	+0.3%
借入金・リースファイナンス・その他	1,125.0	1,117.8	-0.6%
外部金融からの負債	342.0	327.4	-4.3%
内部取引	782.9	790.4	+0.9%
リース債務（IFRS16で求められる使用权資産に係る債務）	207.2	196.7	-5.1%
その他の負債	328.2	350.8	+6.9%
資本合計	256.7	189.7	-26.1%
負債及び資本合計	1,917.1	1,854.9	-3.2%

*1：楽天グループ㈱、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

- 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%。 *3：2024年12月に楽天カードの普通株式14.99%をみずほフィナンシャルグループに譲渡。

セグメント経営体制

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



松村 亮
コマース&マーケティング
カンパニープレジデント

フィンテック



セグメントリーダー
園田 征一郎
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



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



鈴木 和洋
楽天モバイル株式会社
代表取締役 共同CEO



矢澤 俊介
楽天モバイル株式会社
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GORA ■ 広告関連ビジネス 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 ■ 楽天ブックス ■ 楽天24 ■ Rakuten Fashion 等
インターナショナル部門		■ Rakuten Rewards ■ Rakuten Viber ■ Rakuten TV ■ Rakuten Kobo ■ Rakuten Viki 等
マイノリティ投資		■ 楽天キャピタル 等
その他インターネットサービス		■ 台湾楽天市場 ■ スポーツ事業（イーグルス・ヴィッセル等） 等

*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分けを実施。区分けの主な定義は以下の通り
- 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タビリティ」「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

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	<ul style="list-style-type: none">■ 楽天モバイル■ 楽天エネルギー（楽天でんき、楽天ガス）
楽天シンフォニー	<ul style="list-style-type: none">■ 楽天シンフォニー
その他	<ul style="list-style-type: none">■ 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

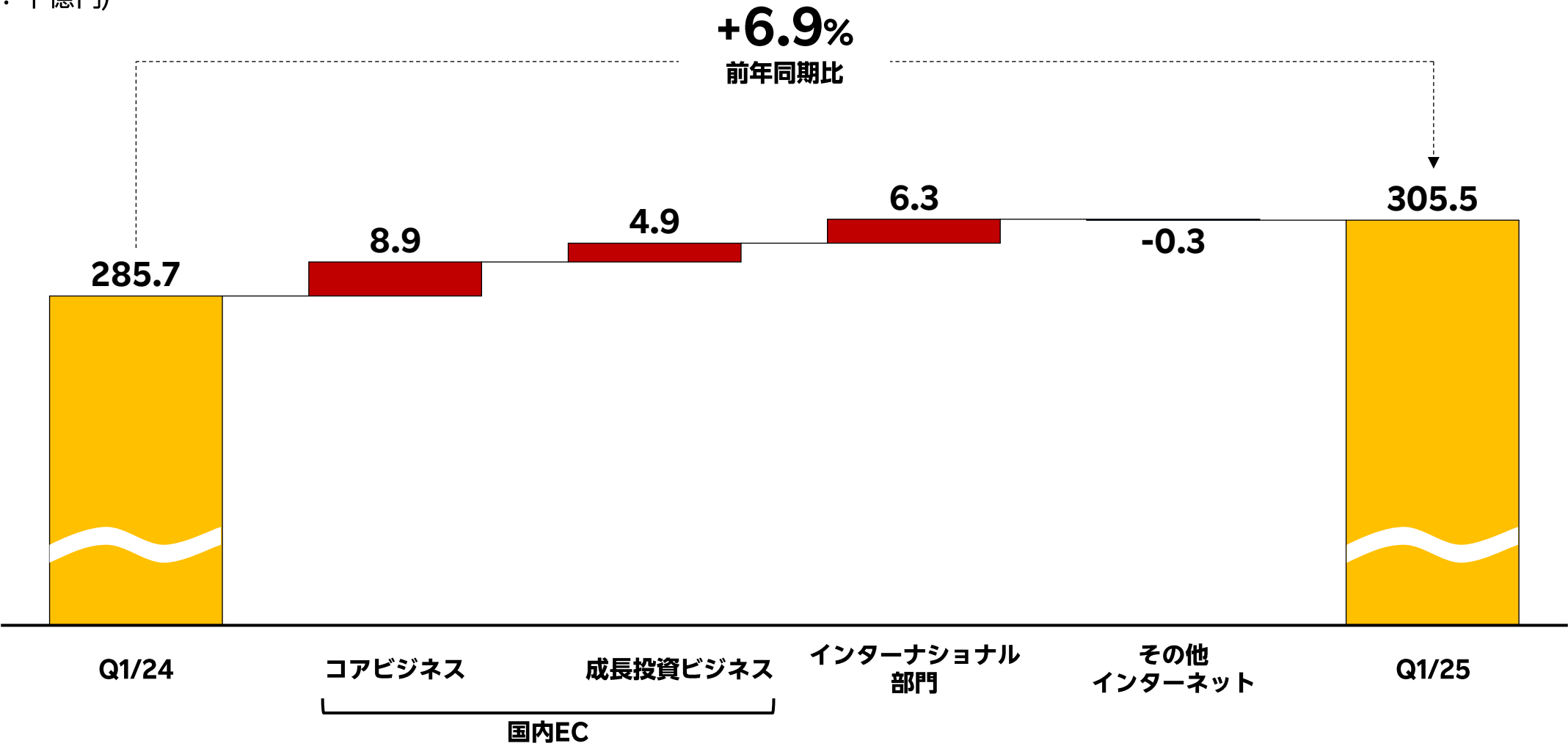
インターネットサービスセグメント業績^{*1*2*3*4}

Q1/25（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 ^{*4}	236.8	+6.2%	24.3	+10.0%
コアビジネス	159.3	+5.9%	36.1	+6.3%
成長投資ビジネス	77.5	+6.7%	-11.8	+0.1
インターナショナル部門 ^{*2*4*5*6}	64.4	+10.8%	-0.2	+0.8
内）Rakuten Rewards	27.9	-2.2%	0.5	-64.7%
マイノリティ投資 ^{*2*3*6}			-1.2	+0.5
その他インターネットサービス ^{*1*2*4*6}	4.3	-5.9%	-9.6	-0.7
セグメント合計	305.5	+6.9%	13.2	+25.8%

^{*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}：Q4/24～インターナショナル部門及びマイノリティ投資をその他インターネットサービスから区分して別掲。その他インターネットサービスの過去数値について遡及修正を実施。
^{*3}：Q4/24～モバイルセグメント関連投資損益をインターネットサービスセグメントの投資事業からモバイルセグメントに移管したことに伴い、遡及修正を実施。
^{*4}：Q1/25～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。
^{*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}：マイノリティ投資の売上収益は、その他インターネットサービスに含まれる。

インターネットサービスセグメント売上収益推移^{*1*2}

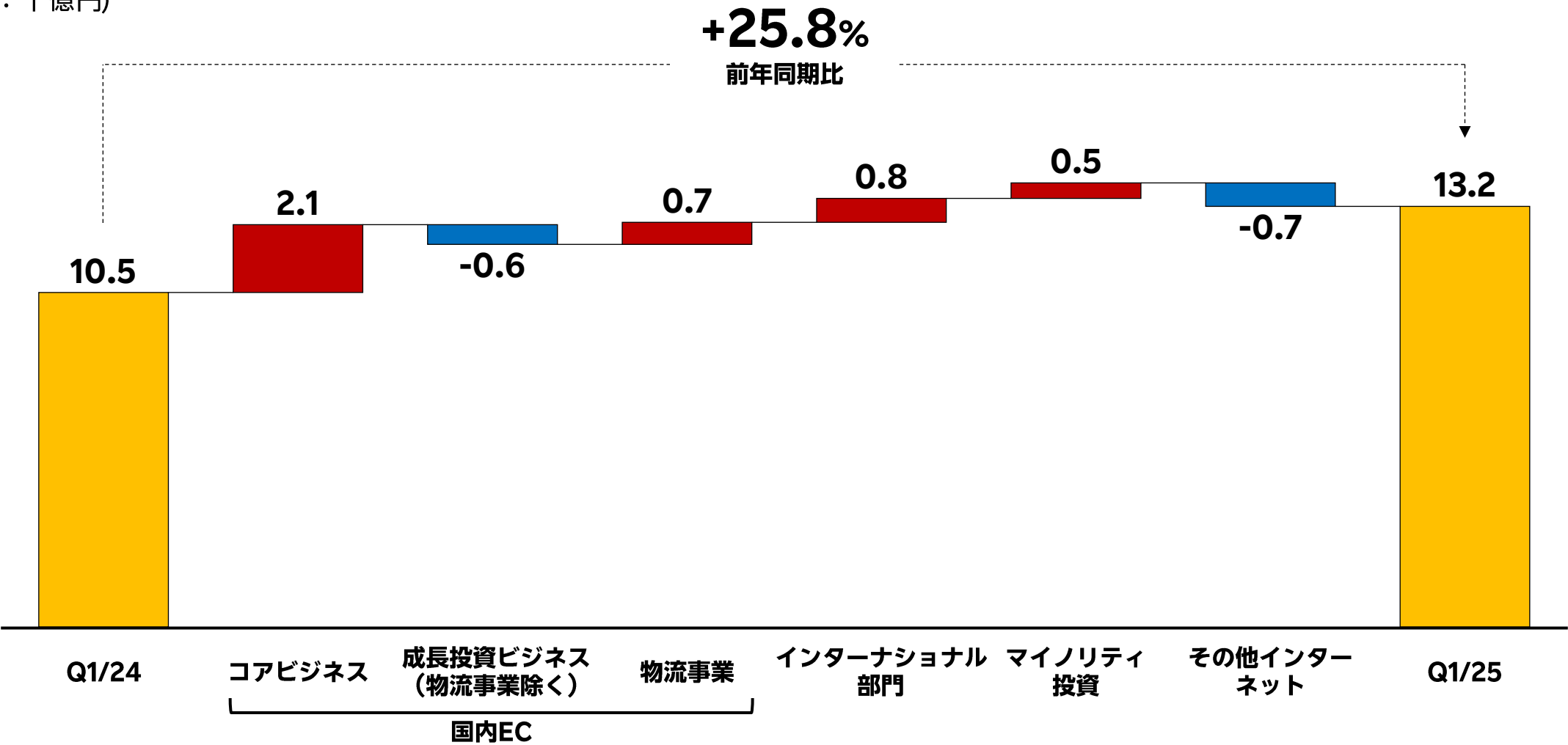
(単位：十億円)



^{*1}: Q4/24～国際部門及びマイノリティ投資をその他インターネットサービスから区分して別掲。その他インターネットサービスの過去数値について遡及修正を実施。
^{*2}: Q1/25～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。

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*3*4}

(単位：十億円)

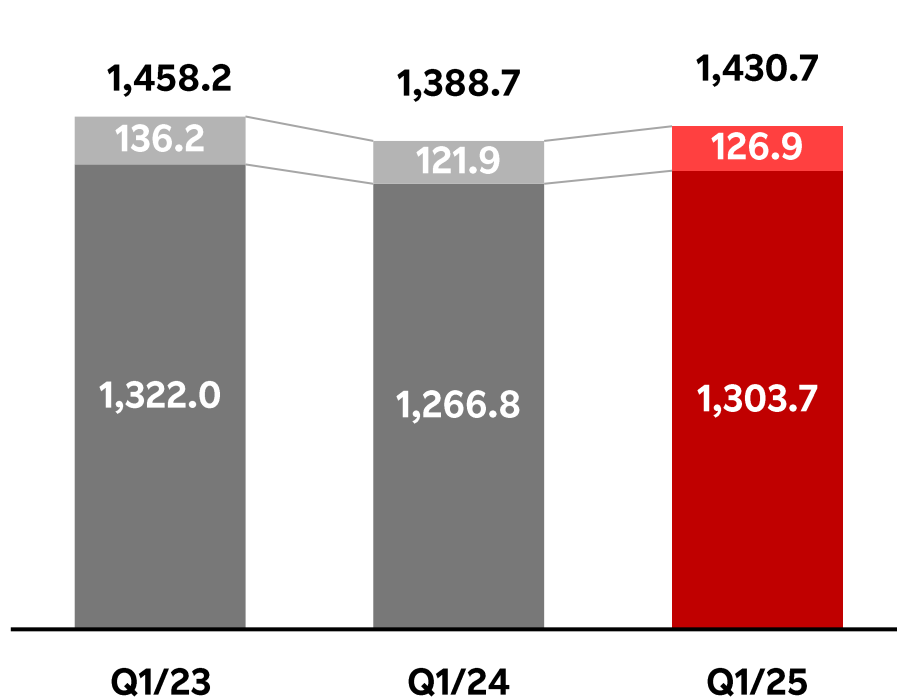


^{*1}: Q3/24～モバイルエコシステム貢献額をセグメント業績に反映したことに伴い、Q1/23以降のセグメント業績に遡及修正を実施。
^{*2}: Q4/24～国際部門及びマイノリティ投資をその他インターネットサービスから区分して別掲。その他インターネットサービスの過去数値について遡及修正を実施。
^{*3}: Q4/24～モバイルセグメント関連投資損益をインターネットサービスセグメントの投資事業からモバイルセグメントに移管したことに伴い、遡及修正を実施。
^{*4}: Q1/25～インターネットサービスセグメント内の各事業についてセグメント内での区分の見直しを実施したことに伴い、遡及修正を実施。

国内EC 流通総額^{*1*2*3*4}

- 利用者数の伸長を背景に楽天市場、楽天リーベイツ等ショッピングECの流通総額が拡大。さらに、昨年がうるう年だったことによる日数影響や、大雪・寒波等による旅行や公営競技のキャンセル影響を考慮すると+4.4%
- 2025年以降は、一桁半ばから後半の成長率を引き続き目指す

(単位：十億円)

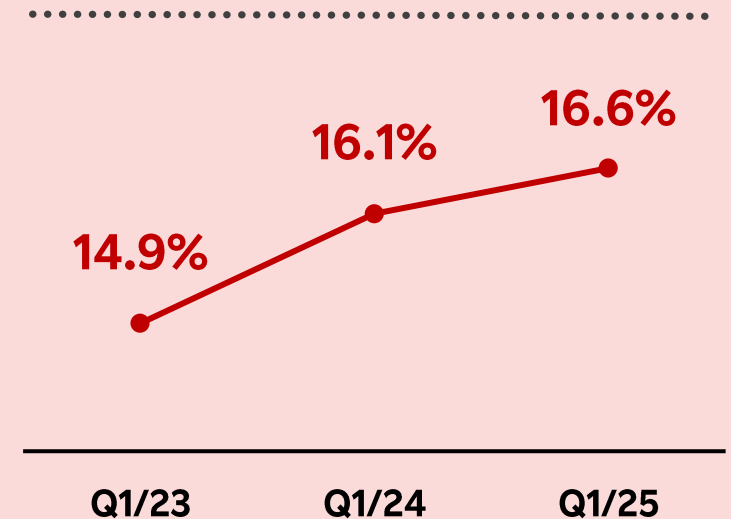


国内EC
+3.0%
前年同期比

成長投資ビジネス
+4.2%
前年同期比

コアビジネス
+2.9%
前年同期比

国内EC テークレート推移

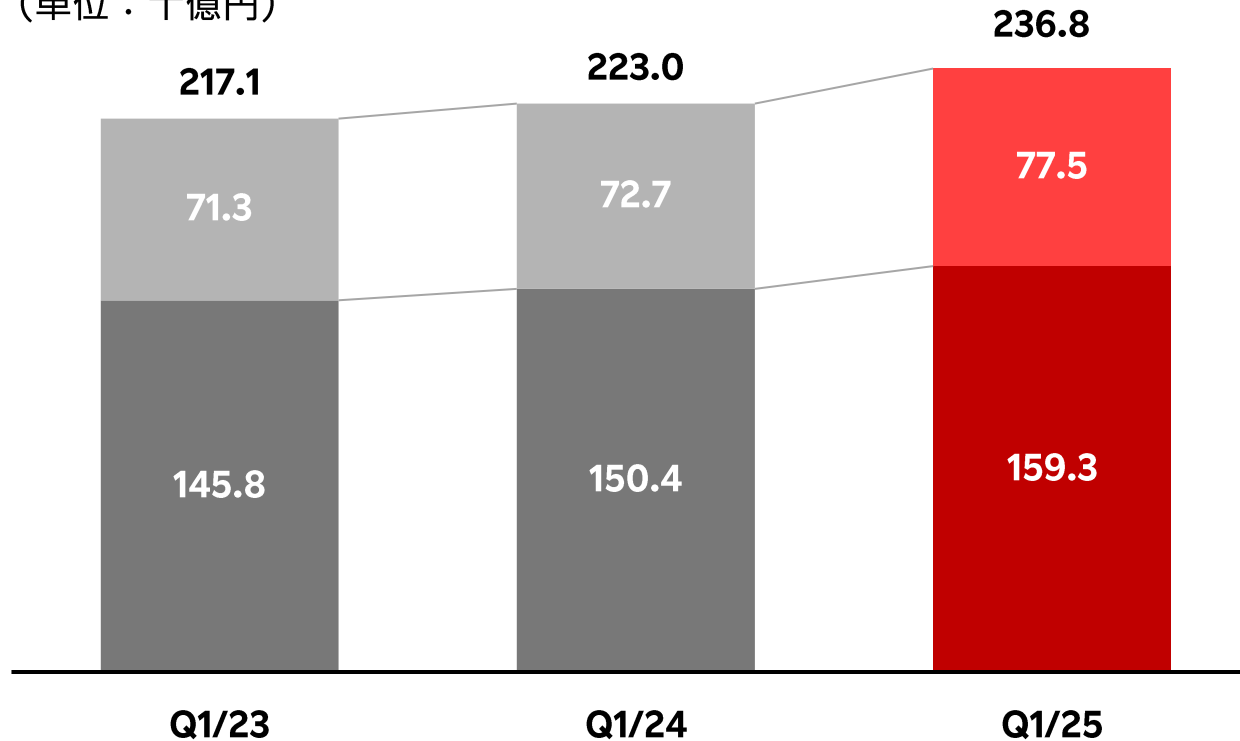


*1：国内EC流通総額（一部の非課税ビジネスを除き、消費税込み）＝市場、トラベル（宿泊流通）、ブックス、ブックスネットワーク、ゴルフ、ファッション、ドリームビジネス、ビューティ、Rakuten24などの日用品直販、Car、ラクマ、Rebates、楽天市場、楽天チケット、クロスボーダートレーディング等の流通額の合計。 *2：Q2/23より、国内EC流通総額の定義等を一部見直し。これに伴い遡及修正を実施。 *3：Q3/23～楽天ペイ（オンライン決済）事業をインターネットサービスセグメントからフィンテックセグメントへ移管。金額規模から判断し、過去実績の遡及修正は実施していません。 *4：Q1/25～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。

国内EC 売上収益*

- コアビジネスは、流通総額が拡大した楽天市場、インバウンド中心に好調だった楽天トラベルが牽引し増収
- 成長投資ビジネスは、Q2/24に価格改定を実施した物流事業に加え、流通総額が拡大した楽天ブックスや楽天24、Rakuten Fashionが貢献し増収

(単位：十億円)



国内EC
+6.2%
前年同期比

成長投資ビジネス
+6.7%
前年同期比

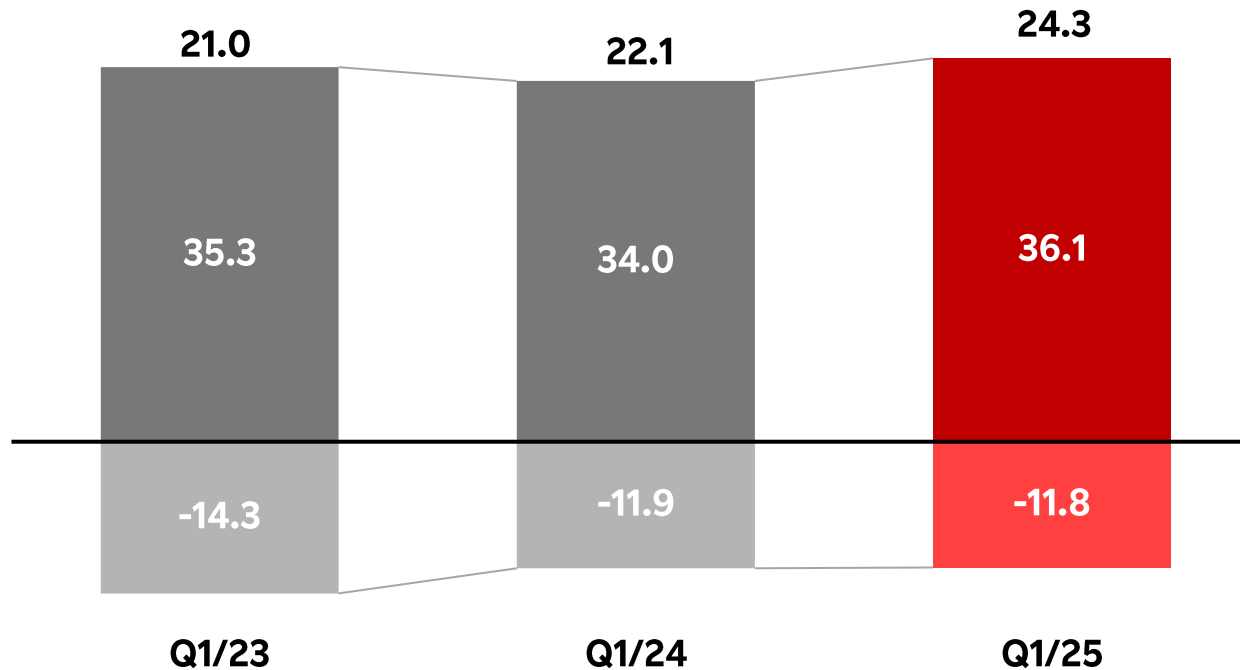
コアビジネス
+5.9%
前年同期比

*Q1/25～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。

国内EC 営業利益*

- コアビジネスは、楽天市場と楽天トラベルを中心とした売上増収により増益
- 成長投資ビジネスは、物流事業の収益性向上等により損失改善

(単位：十億円)



国内EC
+10.0%

前年同期比

コアビジネス
+6.3%

前年同期比

成長投資ビジネス

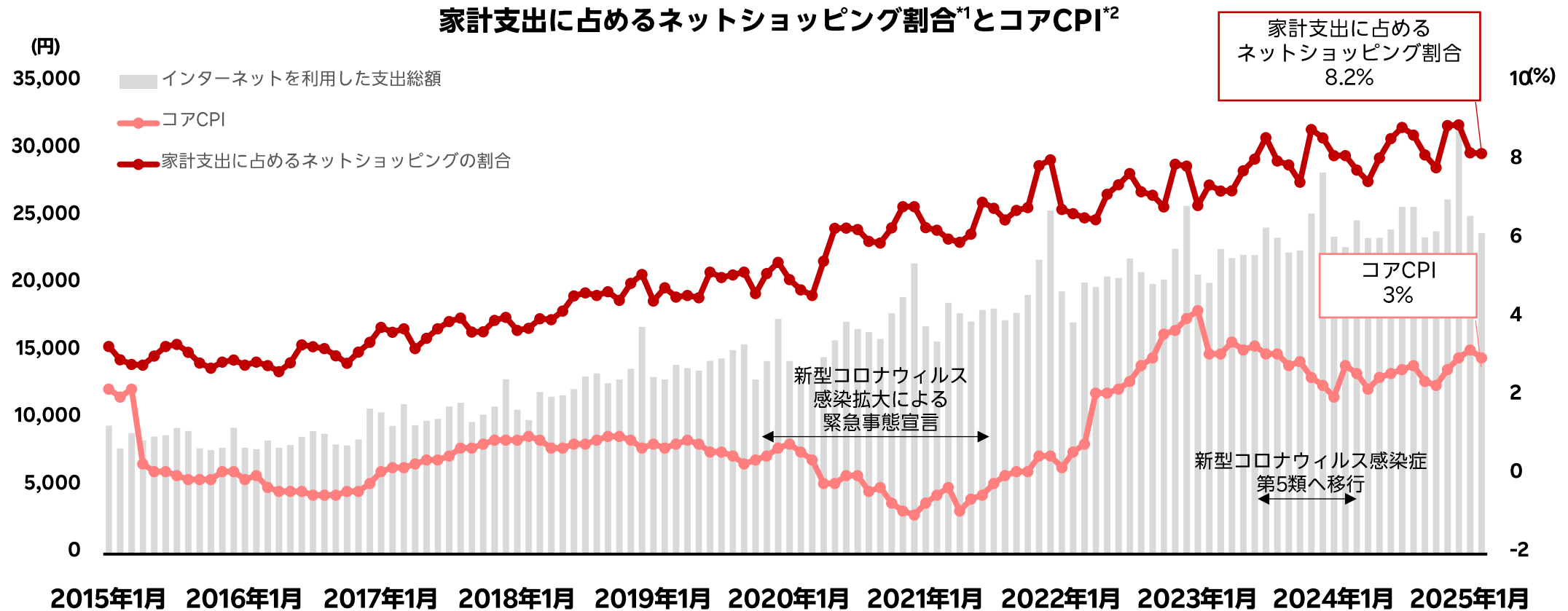
+1億円

前年同期比

*Q1/25～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。

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



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

物流拠点一覧

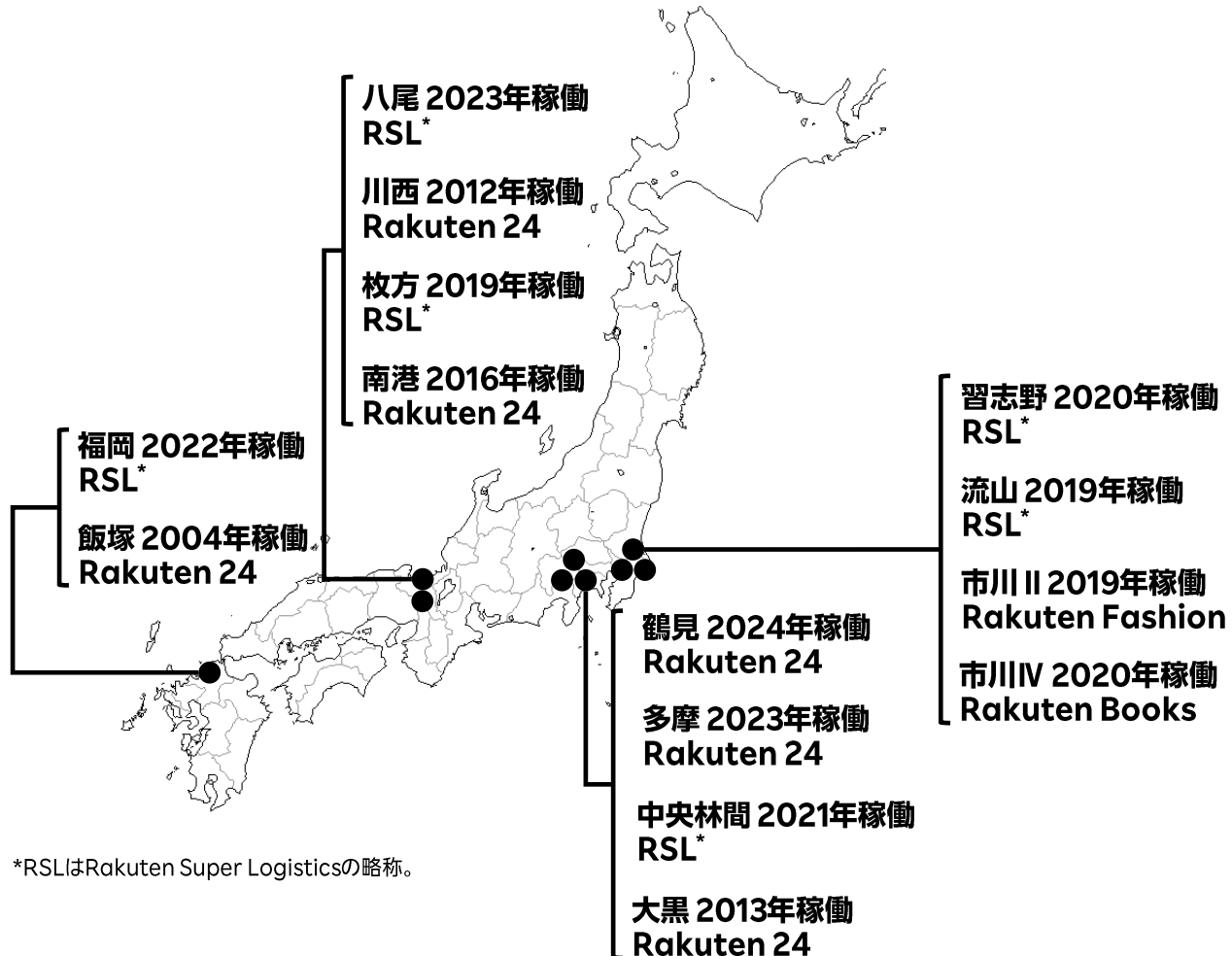
インターネットサービスセグメント

国内EC

インターナショナル

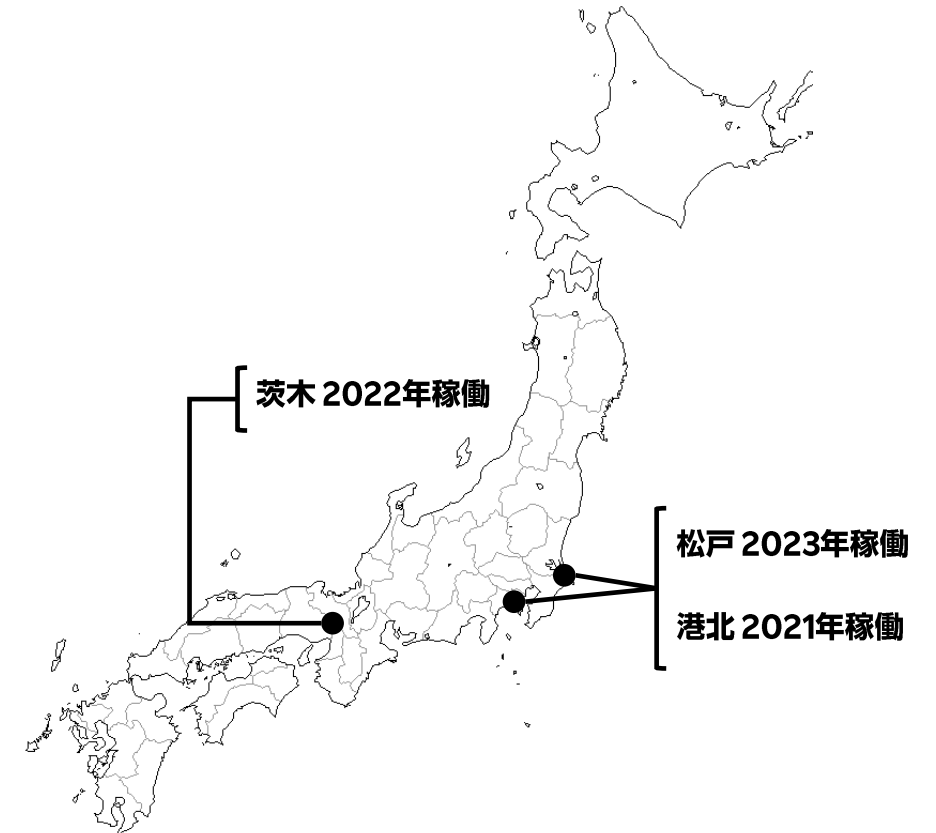
マイノリティ投資

JP楽天ロジスティクス



*RSLはRakuten Super Logisticsの略称。

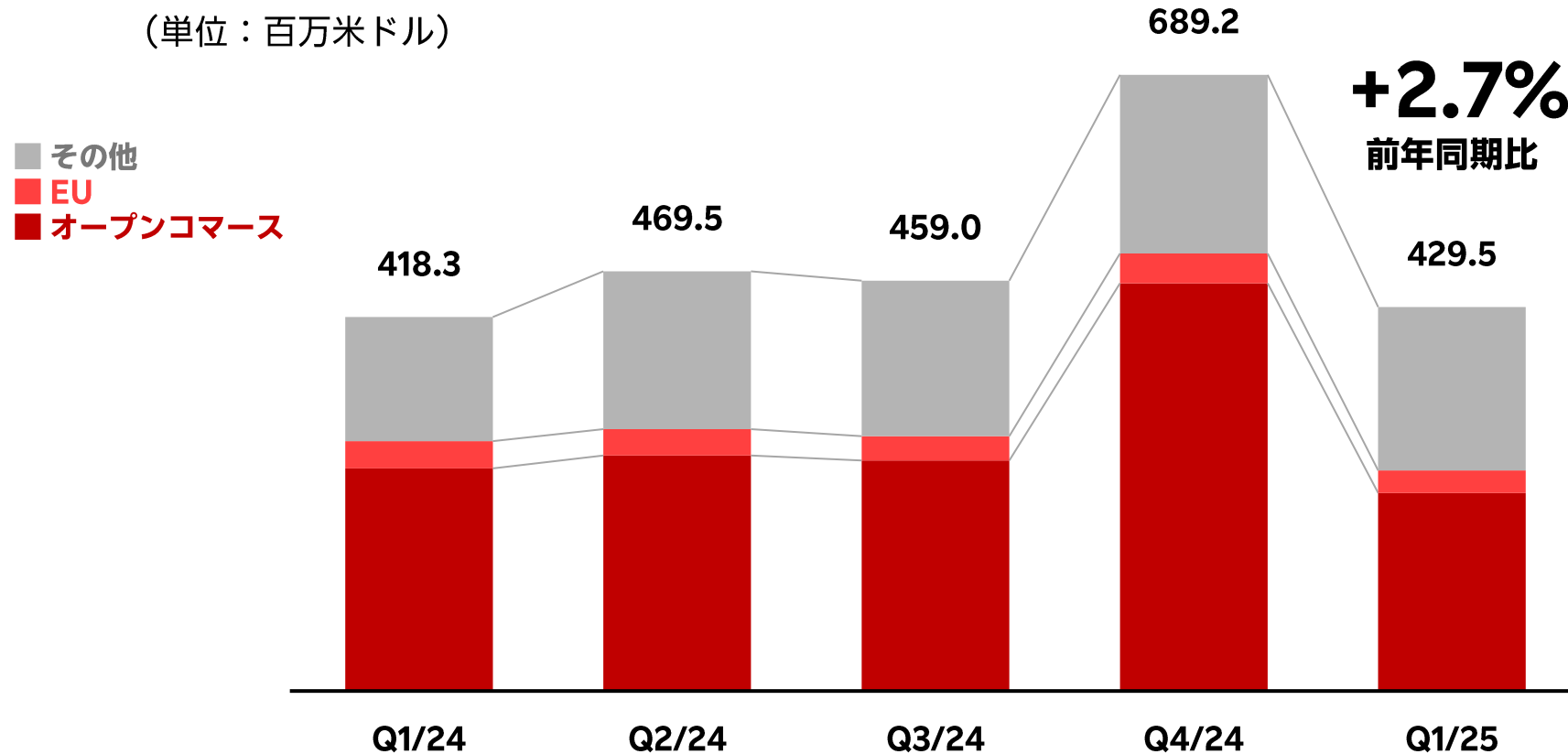
楽天マート物流センター



インターネットサービス部門売上収益^{*1*2}

- Rakuten Rewardsは、米国企業のマーケティング費用削減トレンドに伴う市場の軟化を受け弱含み
- 一方で、Rakuten Koboの新カラー端末の販売好調や、Rakuten Viber、Rakuten Vikiの顧客基盤拡大が増収に寄与

(単位：百万米ドル)



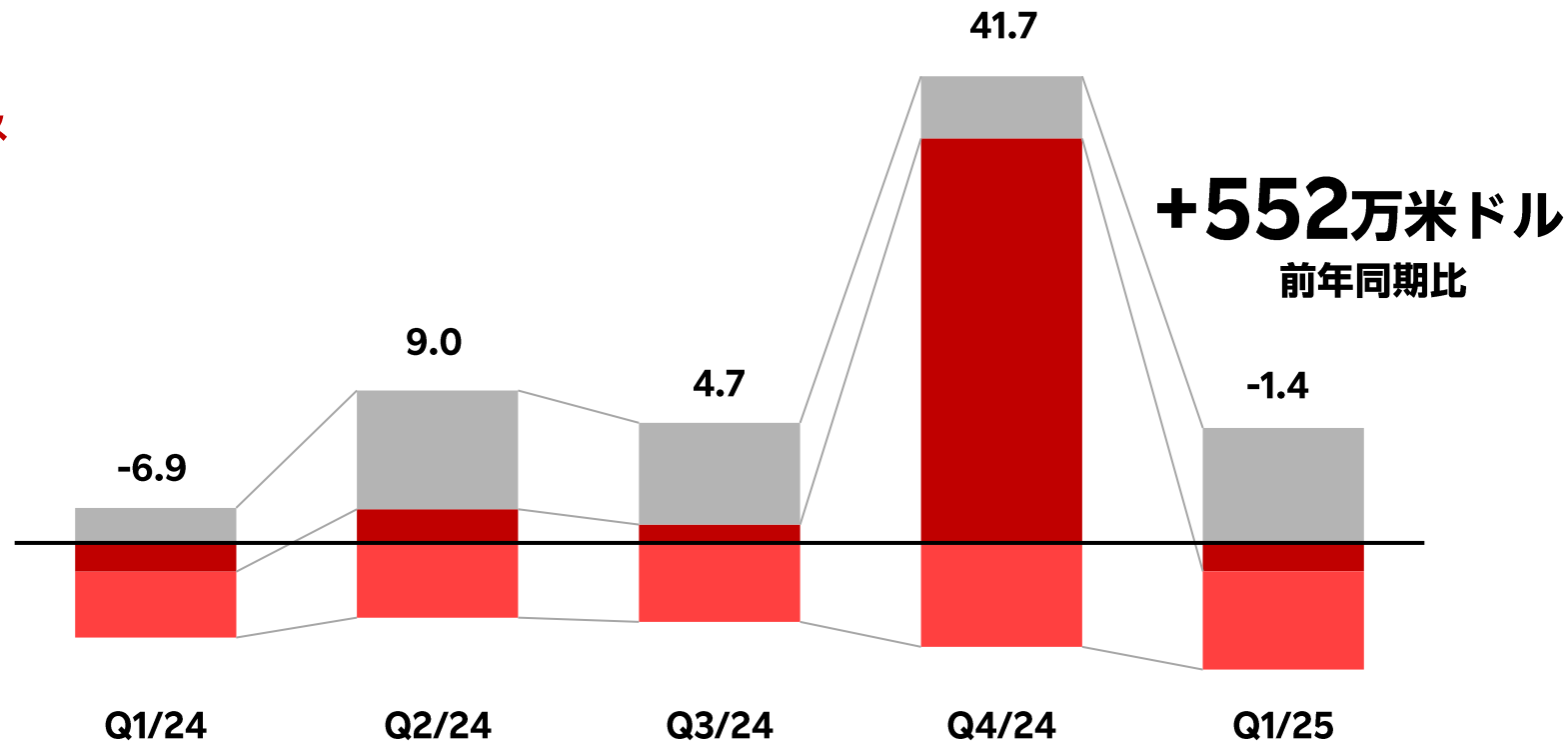
*1：オープンコマース：Rakuten Rewards（米国、欧州、カナダ）、Fillr、海外広告事業の合計。EU：Rakuten TV、Rakuten Franceの合計。その他：Rakuten Kobo、Rakuten Viber、Rakuten Viki等の合計。なお、楽天シンフォニー、台湾EC事業、海外の金融子会社による事業は含まない。*2：Q1/25にインターネットサービスセグメント内の各事業についてセグメント内での区分の見直しを実施したことに伴い、遡及修正を実施。

インターネットサービス部門営業利益^{*1*2}

- オープンコマー스는マクロ環境の影響を受け減益となったものの、Rewards事業は黒字を維持
- Rakuten Kobo、Rakuten Viber等の力強い売上成長が損益改善に大きく貢献

(単位：百万米ドル)

■ その他
■ オープンコマー스
■ EU

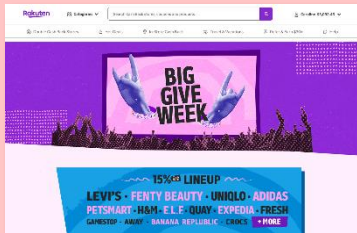


*1：オープンコマー스：Rakuten Rewards（米国、欧州、カナダ）、Fillr、海外広告事業の合計。EU：Rakuten TV、Rakuten Franceの合計。その他：Rakuten Kobo、Rakuten Viber、Rakuten Viki等の合計。なお、楽天シンフォニー、台湾EC事業、海外の金融子会社による事業は含まない。*2：Q1/25にインターネットサービスセグメント内の各事業についてセグメント内での区分の見直しを実施したことに伴い、遡及修正を実施。

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
Q1/25

-7.5%

前年同期比

24.9 億米ドル

Rakuten TV



ユーザー数*
(2025年3月末時点)

+36.8%

前年同期比

140.9 百万人

Rakuten kobo



総登録者数
(2025年3月末時点)

+7.5%

前年同期比

70.6 百万人

Rakuten Viber



総登録者数
(2025年3月末時点)

+4.7%

前年同期比

15.9 億人

Rakuten Viki



総登録者数
(2025年3月末時点)

+20.4%

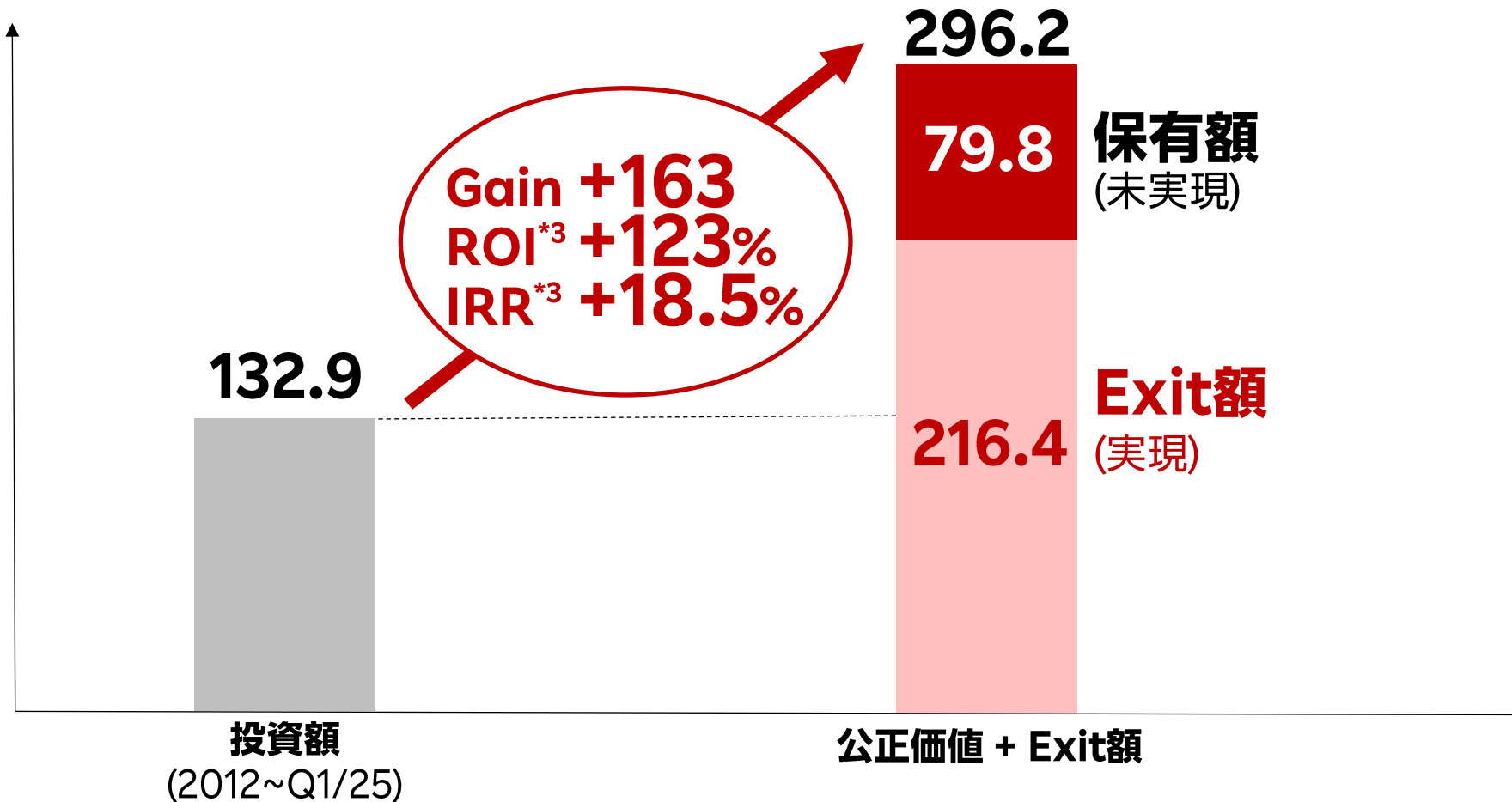
前年同期比

104.5 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^{*2} (2025年3月末時点)

(単位：十億円)



*1：楽天グループ投資事業（楽天キャピタル） *2：楽天キャピタル以外のマイノリティ投資（Lyft及び楽天メディカル）及び短期投資を除く。モバイルセグメント関連投資を含む。

*3：Q1/25より、ROI及びIRRを日本円建での値に変更。（参考）米ドル建パフォーマンス：ROI +106%、IRR +16.9%

マイノリティ投資ポートフォリオ

保有

投資件数*1 :

50 件

eコマース



SaaS



モバイル*4



サステナビリティ



ライドシェアリング



ヘルスケア



AI/その他



Exit済*2

43 件



楽天キャピタル以外*3

2 件



(関連会社)

*1: 投資件数はQ1/25時点の楽天キャピタルの投資に限定。

*2: 2015年以降Exit分、件数は一部Exitを除く。

*3: 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。

*4: モバイルセグメント関連投資を含む

フィンテックセグメント

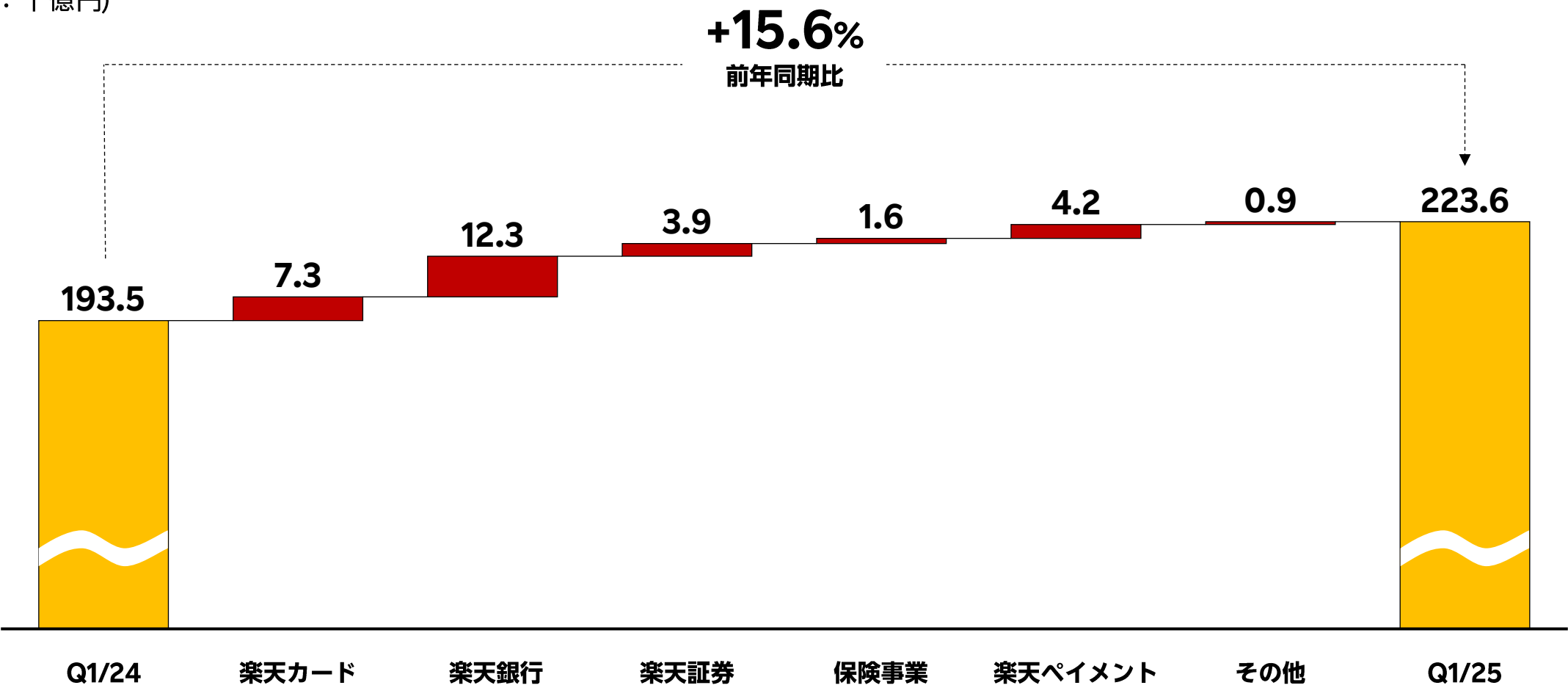
フィンテックセグメント業績^{*1*2*3*4*5}

Q1/25（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	87.3	+9.1%	14.5	-5.4%
楽天銀行	47.9	+34.7%	22.8	+63.8%
楽天証券	35.1	+12.4%	8.2	+10.7%
保険事業	24.0	+7.1%	1.1	-48.5%
楽天ペイメント	24.3	+20.9%	1.9	+133.2%
その他 ^{*5}	4.9	+21.2%	-4.7	-1.0
セグメント合計	223.6	+15.6%	43.9	+21.7%

^{*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、楽天Edy、ポイントパートナーを含む。 ^{*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。

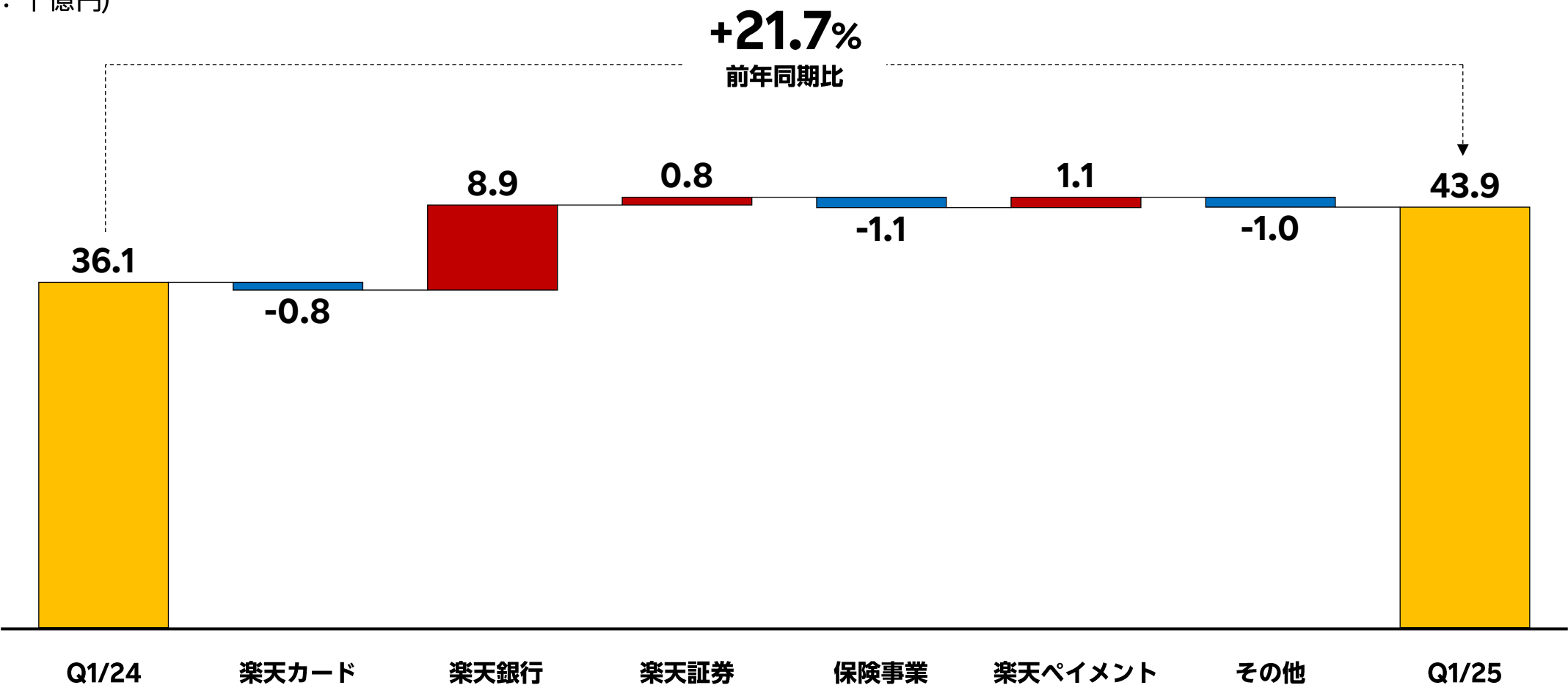
フィンテックセグメント売上収益推移

(単位：十億円)



フィンテックセグメントNon-GAAP営業利益推移*

(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。

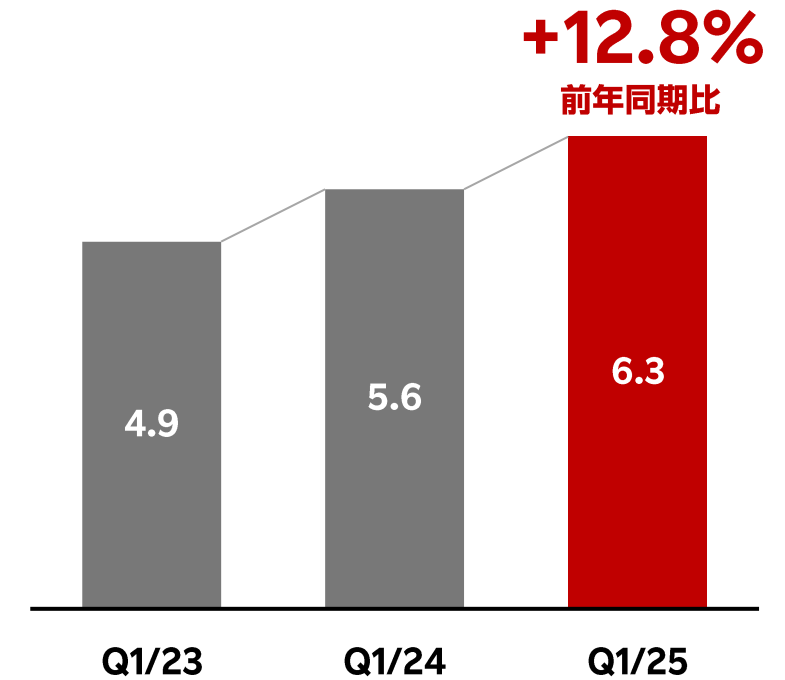
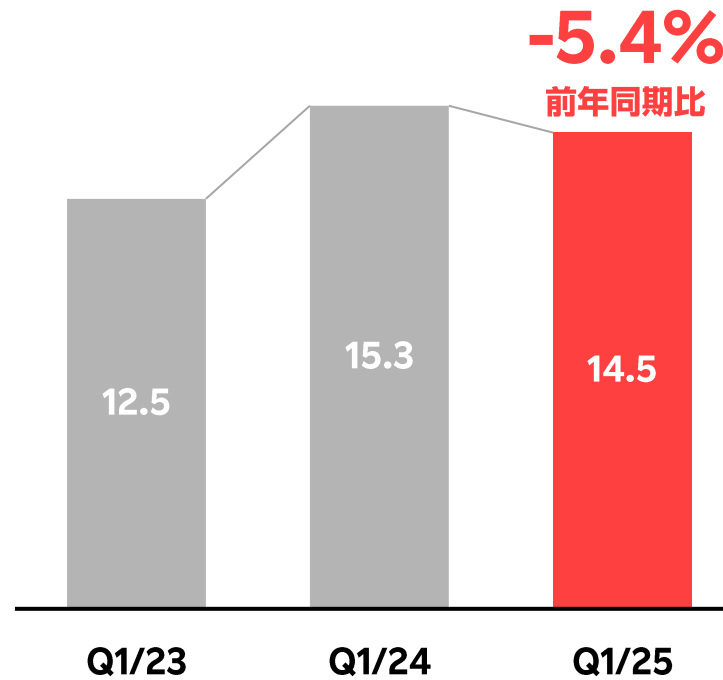
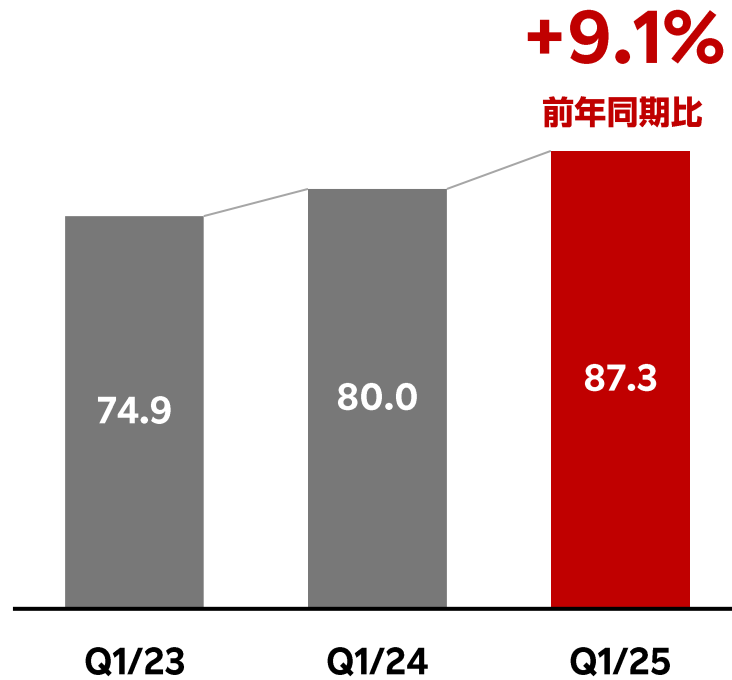
楽天カード 業績及び経営指標の推移

- ショッピング取扱高及び分割払い取扱高・ショッピングリボ払残高拡大による手数料収入の増加により増収
- 市場金利上昇により金融費用は増加したものの、グループ外へのキャッシュアウトの増加は軽微。貸倒関連費用の増加は一部不良債権の売却損によるもので、クレジットリスクは低位を維持

売上収益（十億円）

Non-GAAP営業利益（十億円）

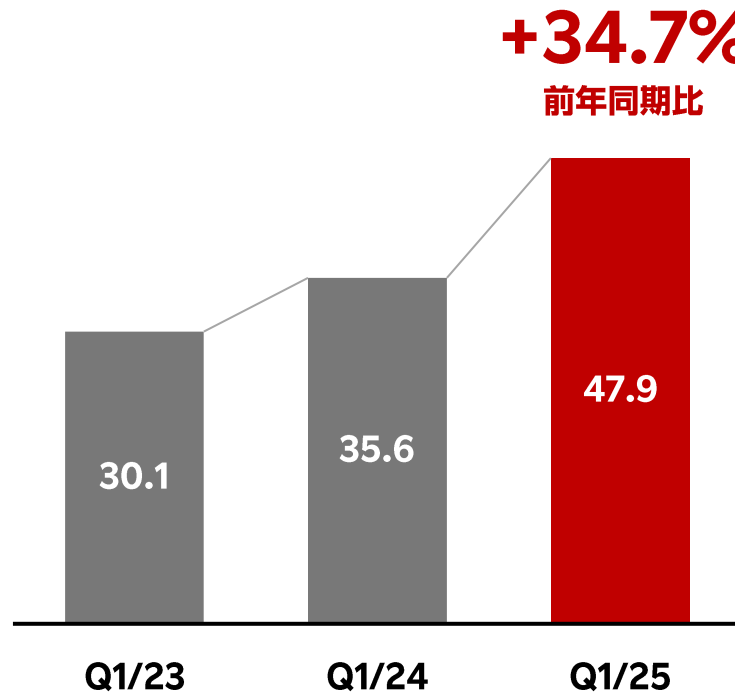
ショッピング取扱高（兆円）



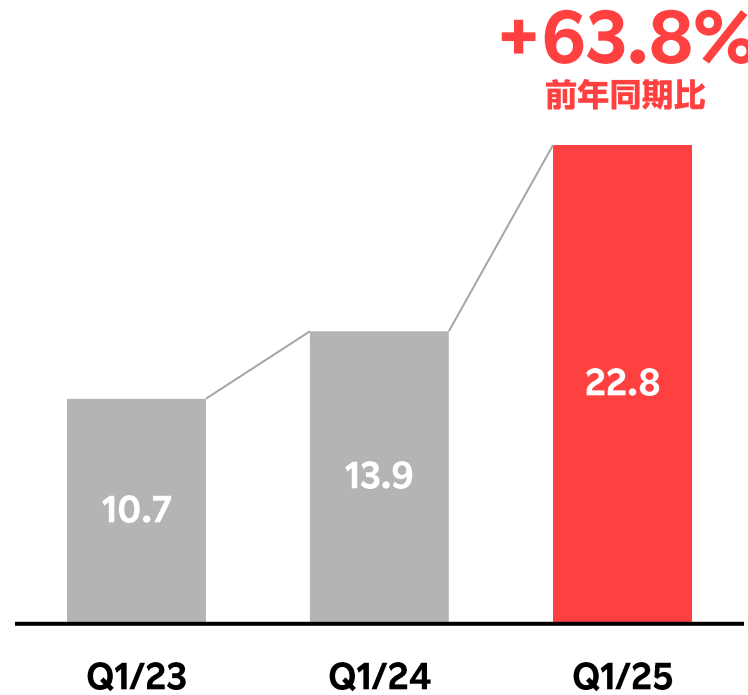
楽天銀行 業績及び経営指標の推移

- エコシステムとのシナジーを活用した口座獲得推進により、顧客基盤が引き続き拡大
- 日銀の政策金利引き上げの効果もあり、大幅な増収増益

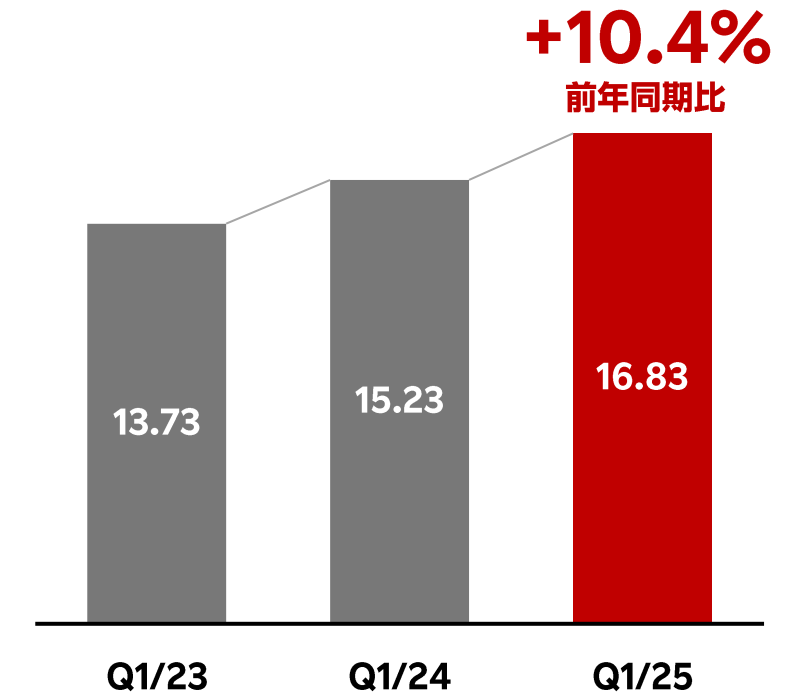
売上収益（十億円）



Non-GAAP営業利益（十億円）



銀行口座数*（百万口座）



*表示単位未満切り捨て

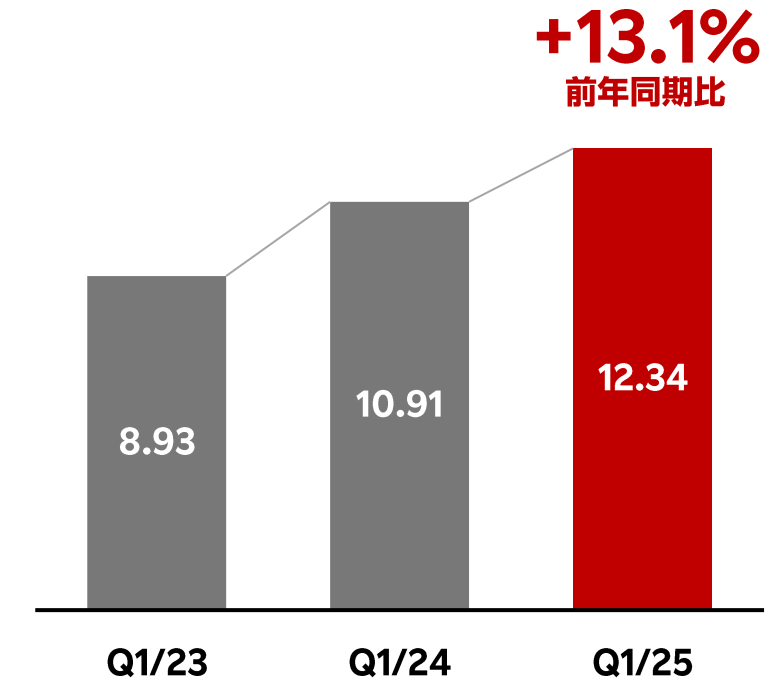
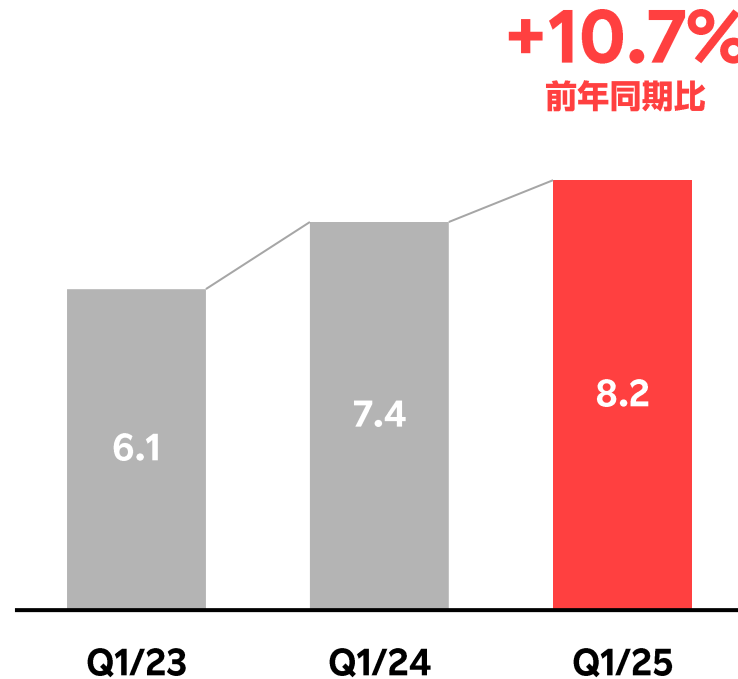
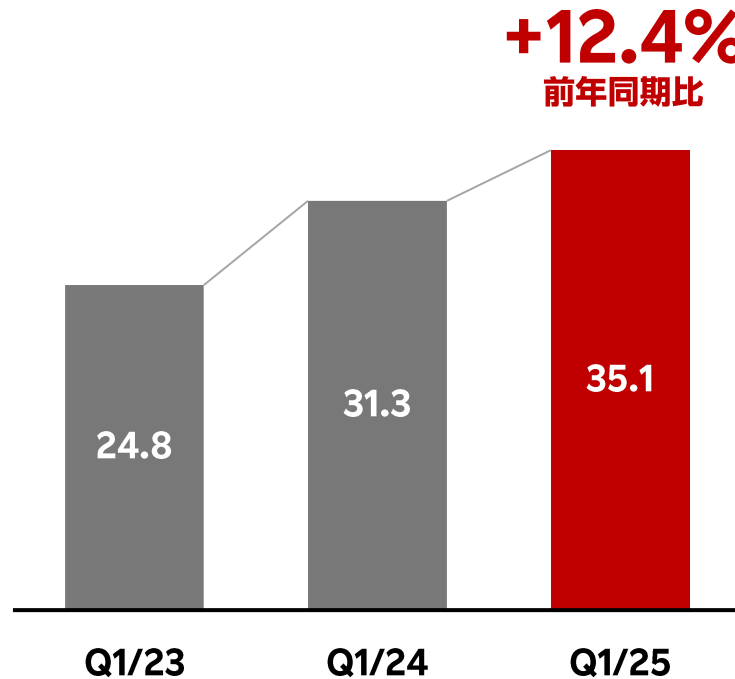
楽天証券 業績及び経営指標の推移

- 継続的な顧客基盤の拡大と収益構造の多様化により過去最高収益を記録
- 金融費用は増加したものの、マーケティング費用等のコントロールが奏功し、2桁増益を達成

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）



*表示単位未満切り捨て

楽天証券：不正取引への対策

■ フィッシング詐欺等を通じた不正取引の発生に対し、迅速な対応を実施

**不審なアクセスを自動検知した場合、
追加の本人確認（電話認証）を導入**

一部株式の買い注文受付停止

不正取引が行われた可能性のある銘柄の買い注文を順次受付停止

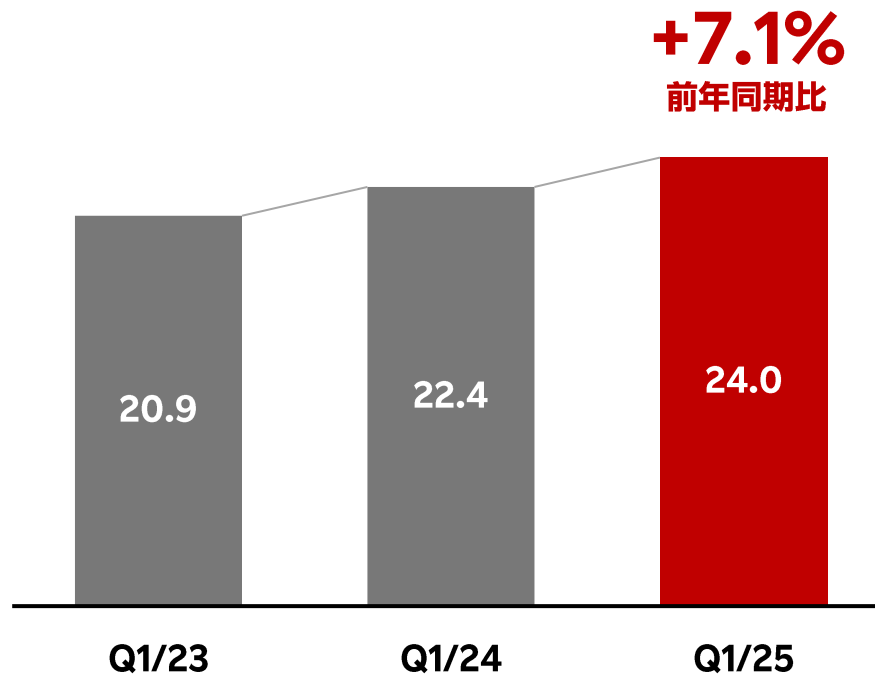
6月1日よりログイン追加認証（多要素認証）の必須化

登録メールアドレスに送付される認証コード（画像）による認証を要求

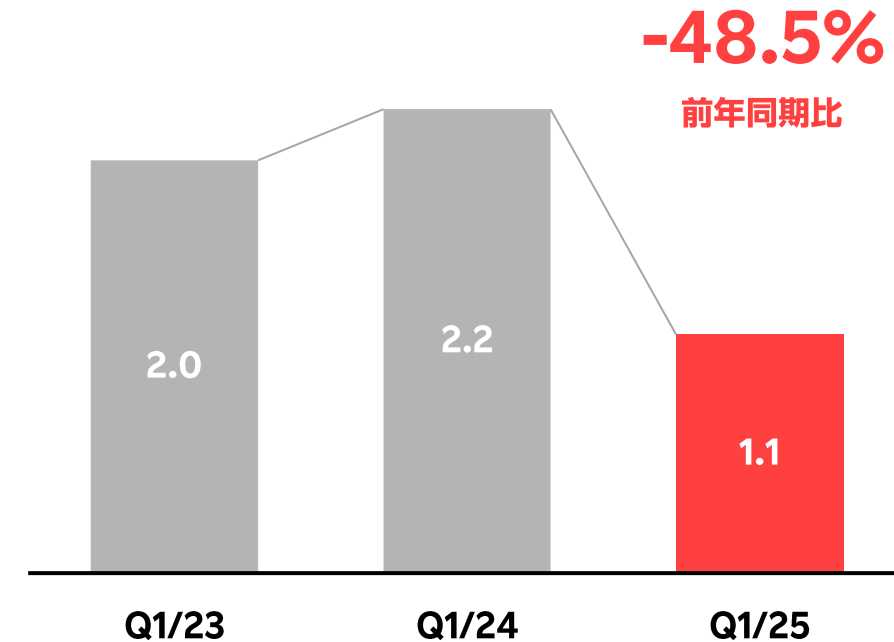
保険事業 業績推移

- 生命保険は対面での保険販売が好調。エコシステムを活用した対面チャネル（O2O^{*1}）の営業活動を強化
- 損害保険ではインターネット経由での保険販売が好調も、過去販売した収益性の低い保険契約^{*2}の残存により赤字が継続。販売商品の「選択と集中」により損失の改善を図る

売上収益（十億円）



Non-GAAP営業利益（十億円）

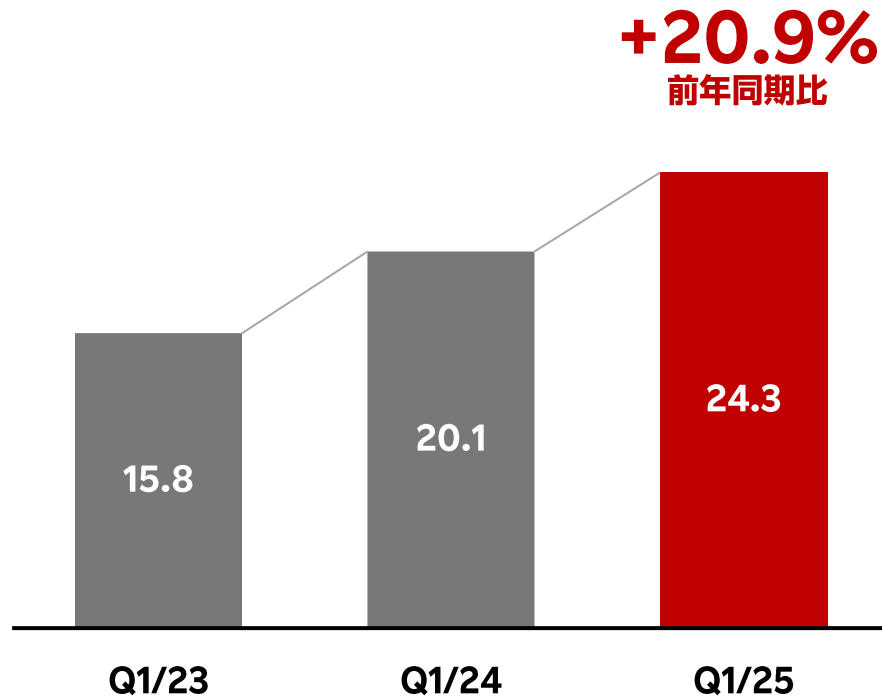


*1：「Online to Offline」。オンラインからオフラインへ顧客を誘導する手法 *2：旧朝日火災海上保険株式会社が当社連結子会社となる以前に販売していたレガシーの保険商品

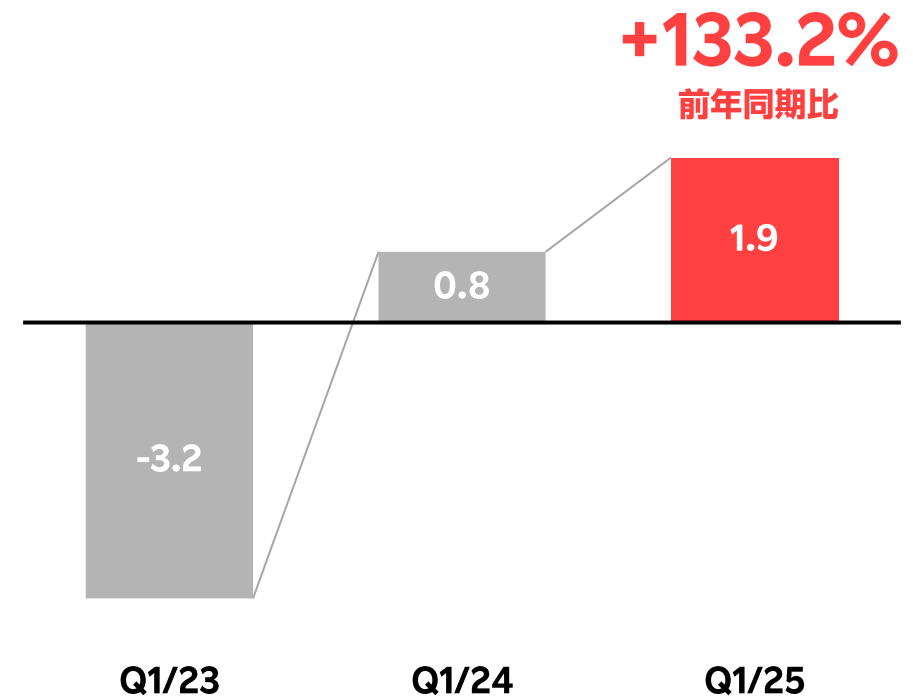
楽天ペイメント 業績推移

- 楽天ペイアプリのユーザー数増加に伴い取扱高が拡大し増収
- マーケティング費用の継続的なコントロールも相俟って、営業黒字が拡大

売上収益（十億円）



Non-GAAP営業利益（十億円）



モバイルセグメント

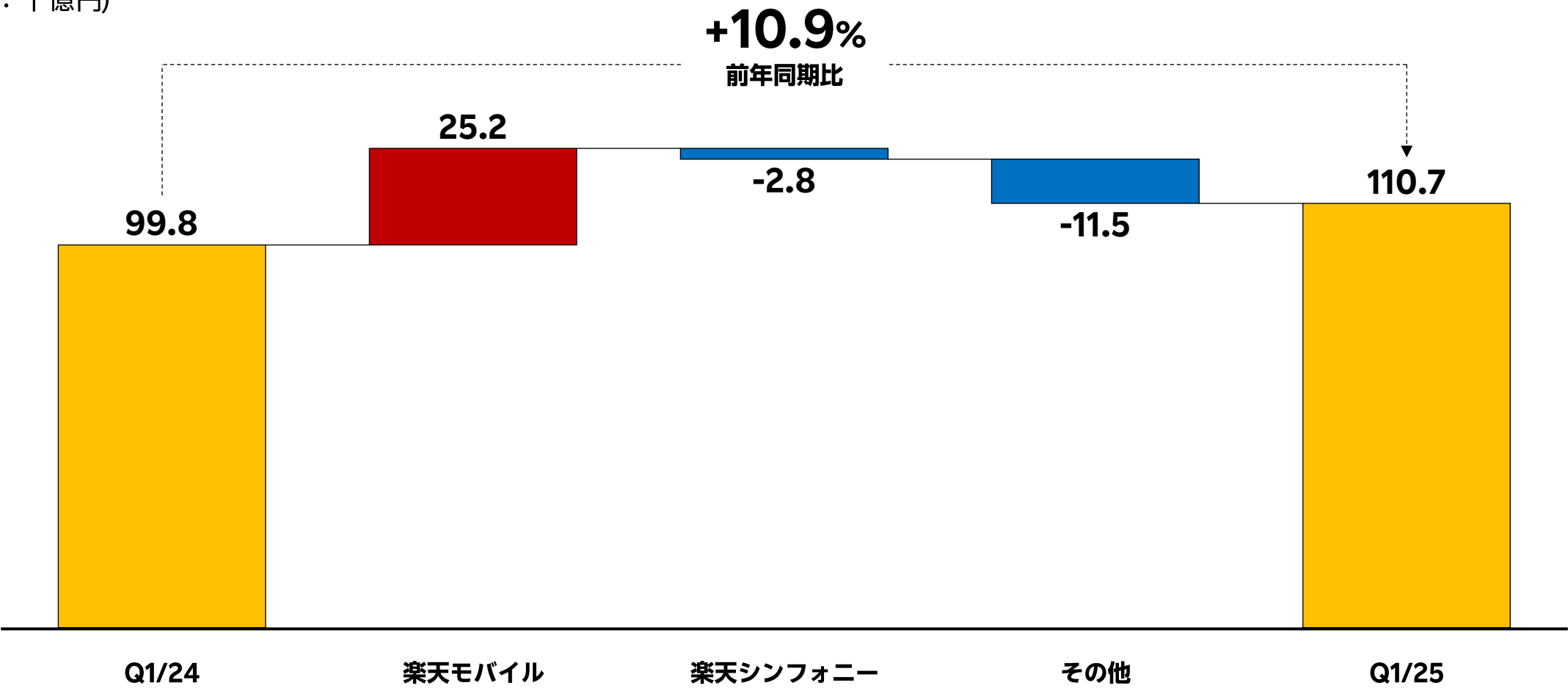
モバイルセグメント業績^{*1*2*3}

Q1/25（十億円）	売上収益	前年同期比	Non-GAAP 営業利益	前年同期比
楽天モバイル ^{*1}	87.2	+40.7%	-49.1	+17.5
MNO ^{*3}	47.7	+31.9%		
MVNO ^{*3*4}	1.5	-42.9%		
デバイス売上	17.5	+29.5%		
モバイルその他（楽天ひかり等を含む） ^{*3}	12.9	+33.1%		
その他事業 ^{*2}	7.6	+7.6		
楽天シンフォニー	13.6	-17.1%	-2.2	-3.2
その他 ^{*2}	9.9	-53.7%		
セグメント合計	110.7	+10.9%	-51.3	+14.3

^{*1}：Q3/24～モバイルエコシステム貢献額を楽天モバイル業績に反映したことに伴い、Q1/23以降の楽天モバイル及びセグメント業績に遡及修正を実施。
^{*2}：25年2月に楽天エナジー株式会社を楽天モバイル株式会社が吸収合併。その他事業には、25年1月までの楽天エナジー売上を計上。25年2月からは楽天モバイルに内包。
^{*3}：Q4/24に集計範囲の見直しを実施したことに伴い、遡及修正を実施。
^{*4}：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

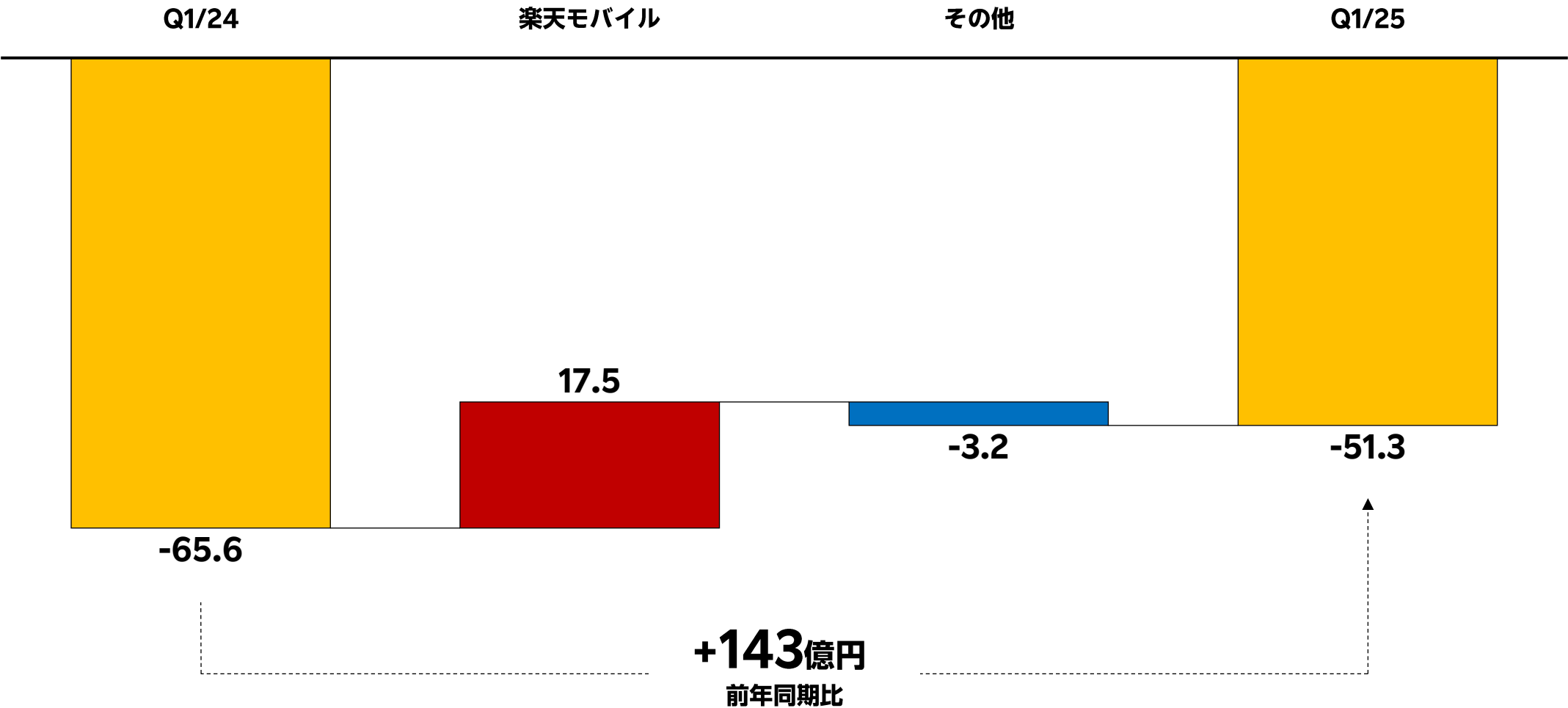
モバイルセグメント売上収益推移

(単位：十億円)



モバイルセグメントNon-GAAP営業損益推移^{*1*2}

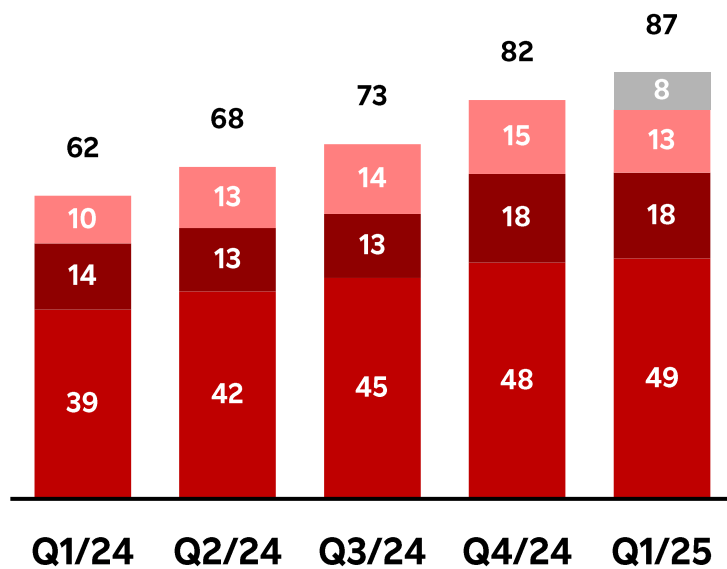
(単位：十億円)



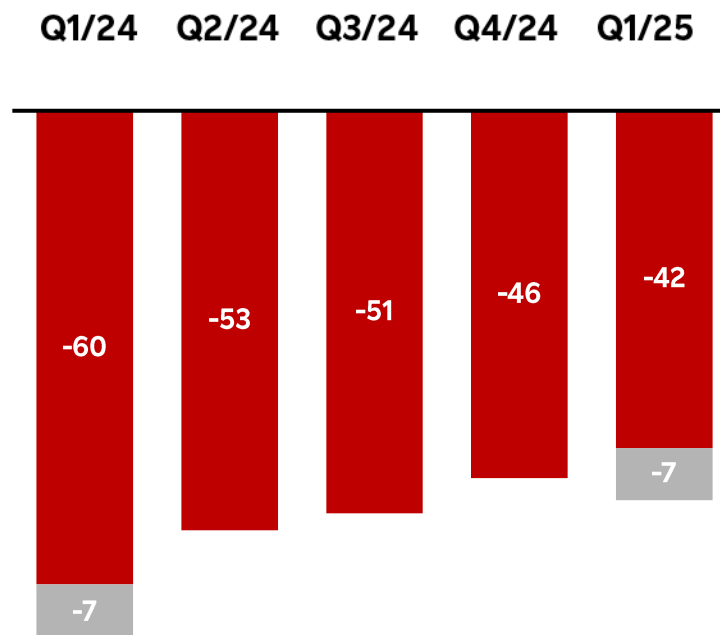
^{*1}：Q3/24～モバイルエコシステム貢献額を楽天モバイル業績に反映したことに伴い、Q1/23以降の楽天モバイル及びセグメント業績に遡及修正を実施。
^{*2}：Q4/24～モバイルセグメント関連投資損益をインターネットサービスセグメントの投資事業からモバイルセグメントに移管したことに伴い、遡及修正を実施。

楽天モバイル(株) 四半期業績推移

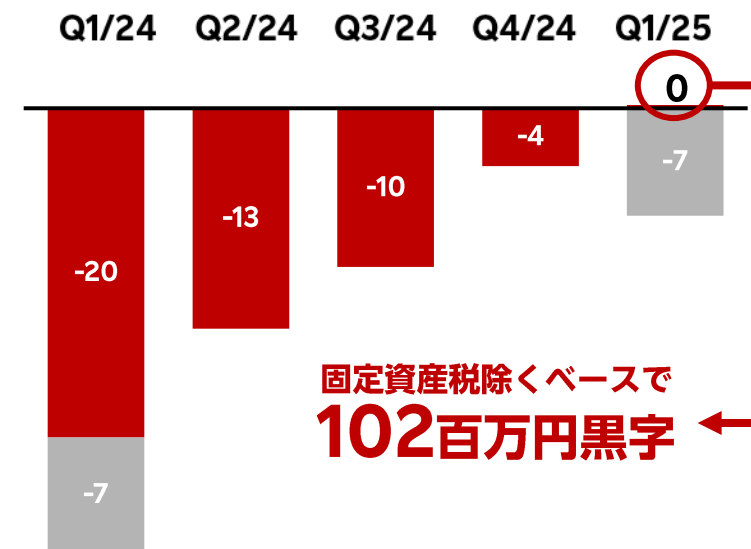
売上収益（十億円）



Non-GAAP営業利益*3（十億円）



Non-GAAP EBITDA*3*4（十億円）



固定資産税除くベースで
102百万円黒字

■ サービス売上*1*2 ■ デバイス売上

■ その他モバイル(楽天ひかりを含む)*2 ■ その他事業

■ 固定資産税を除くNon-GAAP営業利益/EBITDA ■ 固定資産税

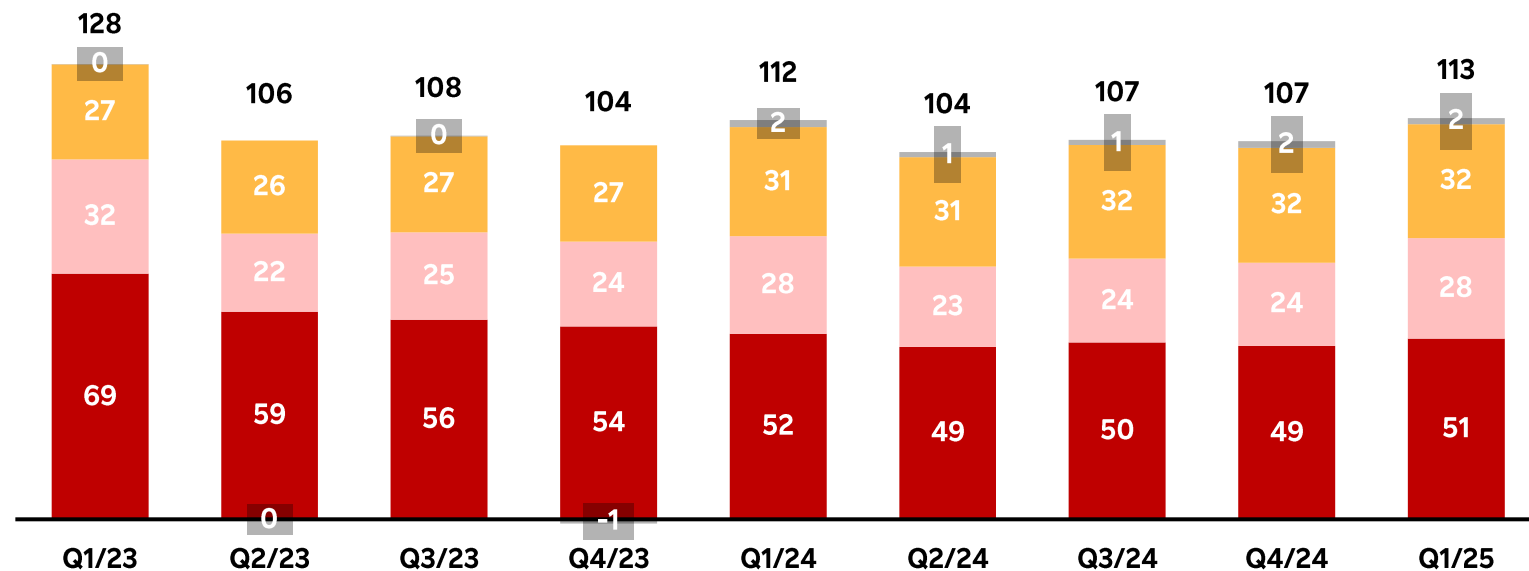
*1: Q1/24よりRakuten Turbo経由のサービス売上を含む。過去数値についても遡及修正を適用。 *2: Q4/24に集計範囲の見直しを実施したことに伴い、遡及修正を実施。 *3: Q3/24～モバイルエコシステム貢献額を楽天モバイル業績に反映したことに伴い、Q1/23以降の業績に遡及修正を実施。 *4: EBITDAはNon-GAAP営業利益に減価償却費等を加算して算出。

楽天モバイル(株) 営業費用推移及び設備投資

- 効率的なコスト管理により営業費用は一定水準を維持
- 2025年度は1,500億円規模の設備投資を予定

営業費用（減価償却費を含む）

（単位：十億円）

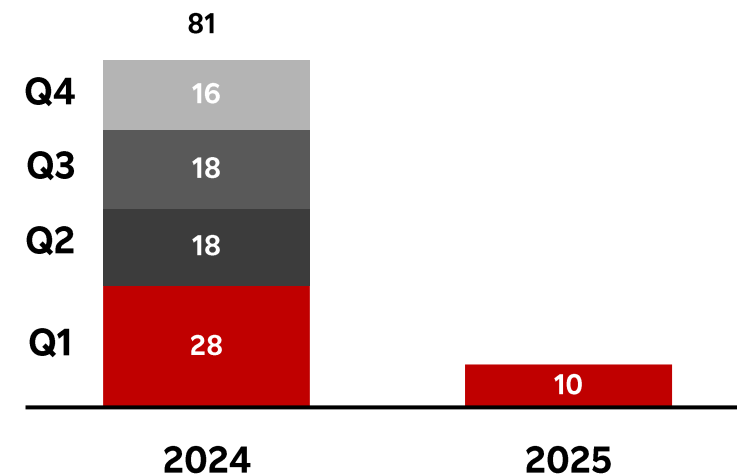


■ 販売管理費（マーケティング、固定資産税等を含む）^{*3}
 ■ ネットワーク費用（ローミング費用等を含む）

■ 減価償却費^{*4}
 ■ その他（為替調整等）

設備投資^{*1*2}

（単位：十億円）

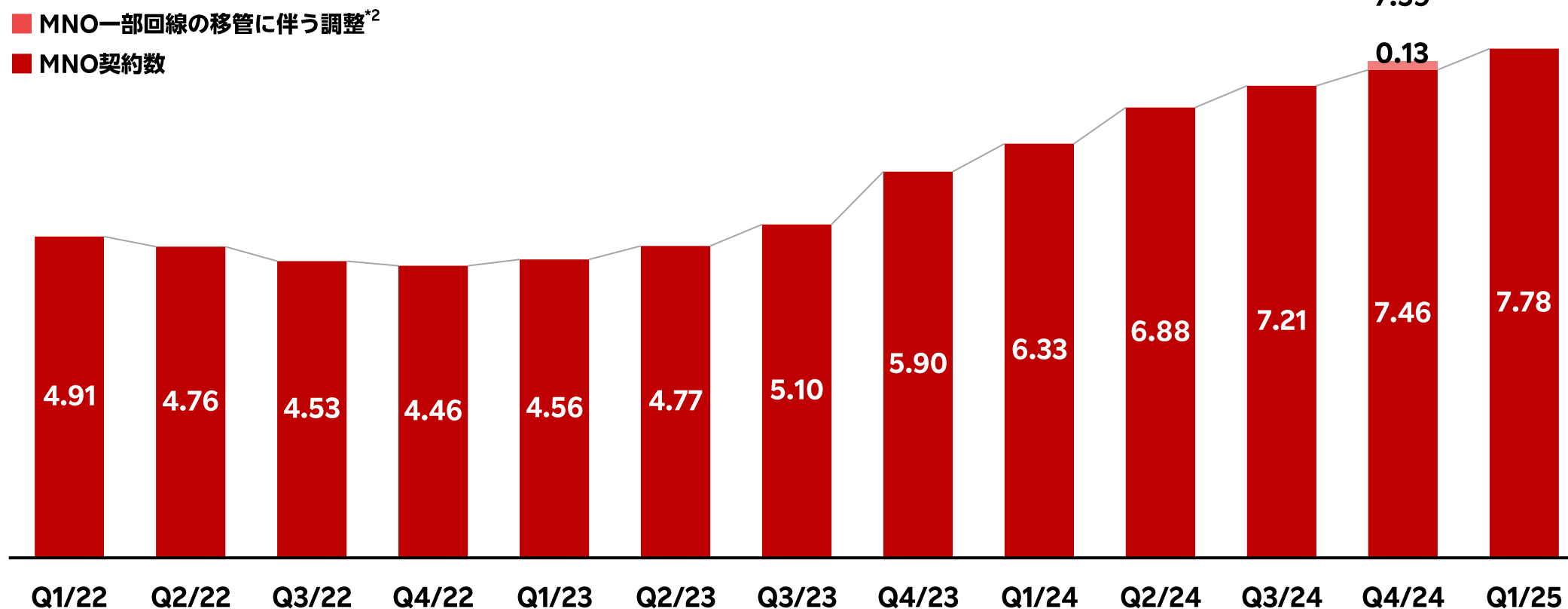


*1: 1.7GHz、3.7GHz、28GHz、屋内を含む。IFRS16で求められる使用权資産、5G 1.7GHz帯の特定基地局開設料等を除く。
 *2: プラチナバンド関連の設備投資を含む。
 *3: 固定資産税を含む。
 *4: 販売管理費に係る減価償却費の集計範囲を見直し。これに伴い過去数値を遡及修正。

楽天モバイル MNO契約回線数（B2C+B2B）^{*1}

■ 通信品質改善及びその認知拡大に伴い、24年春以降B2C回線を中心に契約数が順調に伸長

(単位：百万回線)

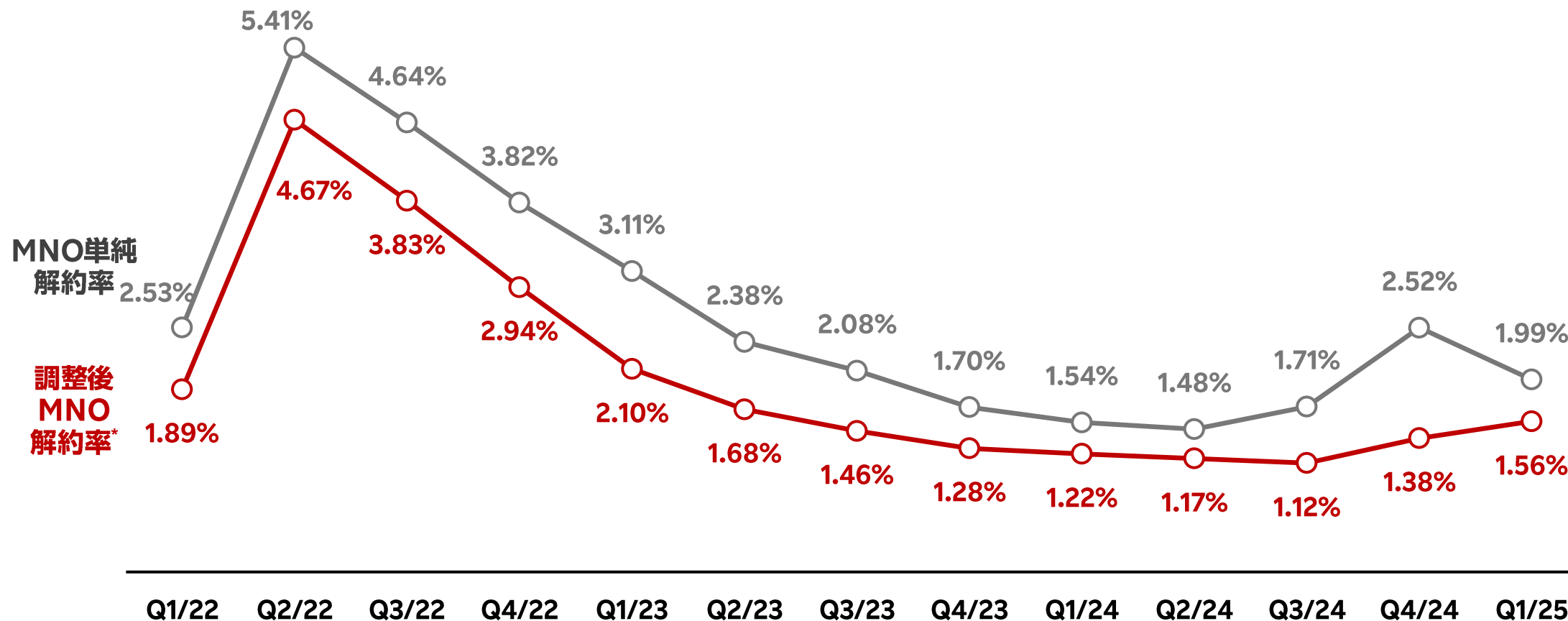


^{*1}：MNO（B2C ※Turbo含む +B2B ※BCP回線およびMVNEを除く）の合算。BCPは法人プランにおいてBusiness Continuity Plan用途に販売しているプラン。MVNEは楽天モバイルから楽天コミュニケーションズに対する帯域の卸売。

^{*2}：法人事業において売上計上方法の変更に伴いBCP等回線へ移管した回線

楽天モバイル MNO解約率（B2C+B2B）

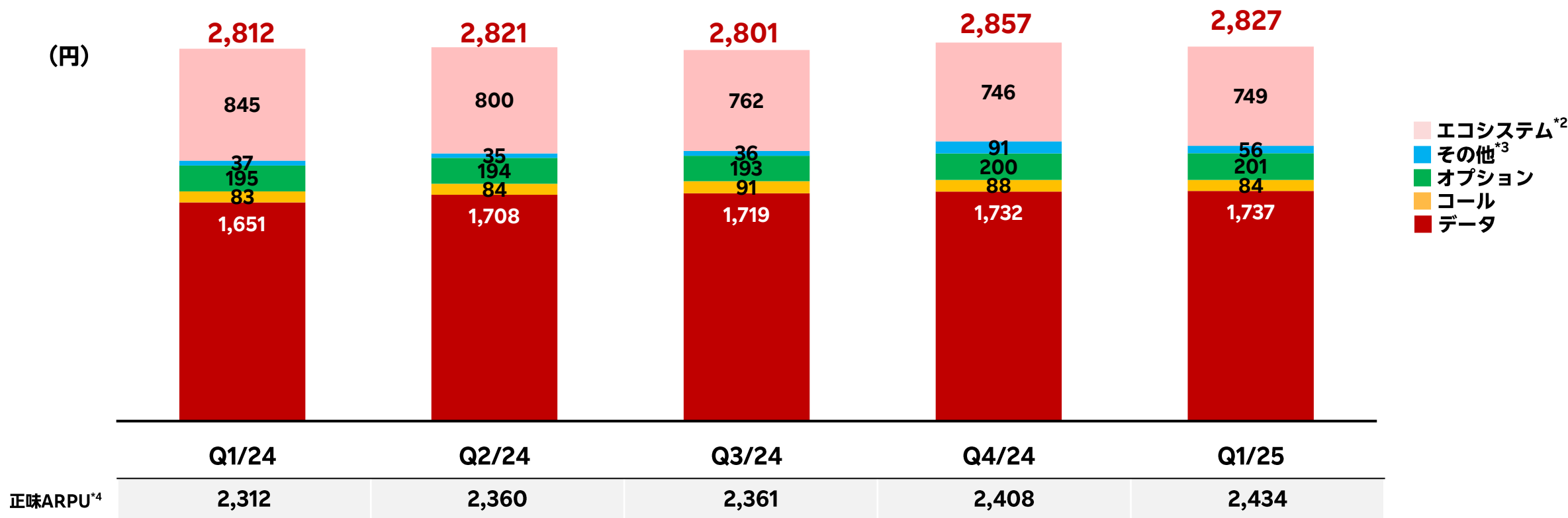
- 前四半期は他社プラン変更によりユーザーの流動性が上昇。今四半期は春商戦に伴うもの
- 商戦終了に伴い解約率は良化を見込む



*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

ARPU動向^{*1}

- Q1は日数が少ないため、データARPUは前四半期比微増に留まったが、データ利用量増加に伴い引き続き上昇トレンド
- 黒字化の目安となる正味ARPUは前年同期比118円の上昇



^{*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}: 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 × 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。モバイルエコシステム貢献額の算出方法詳細は、決算短信をご覧ください。

ARPU定義

■ EBITDA黒字化分析は、**正味ARPU**×MNO契約回線数^{*1}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}

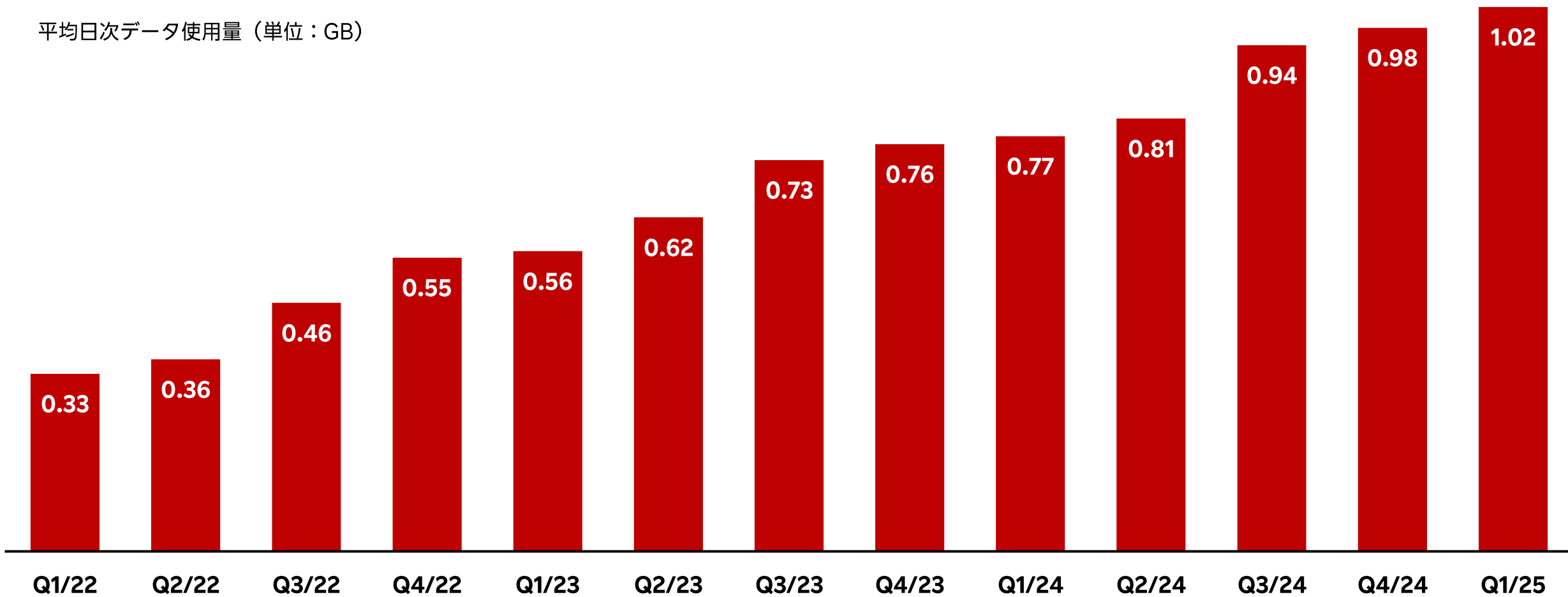
= (楽天モバイルMNO契約者の粗利益ベースのアップリフト効果) - (グループ会社からモバイル事業への送客効果)

^{*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)

■ 引き続き、平均データ利用量は増加

平均日次データ使用量 (単位: GB)



楽天モバイル 保有及びローミング周波数帯域

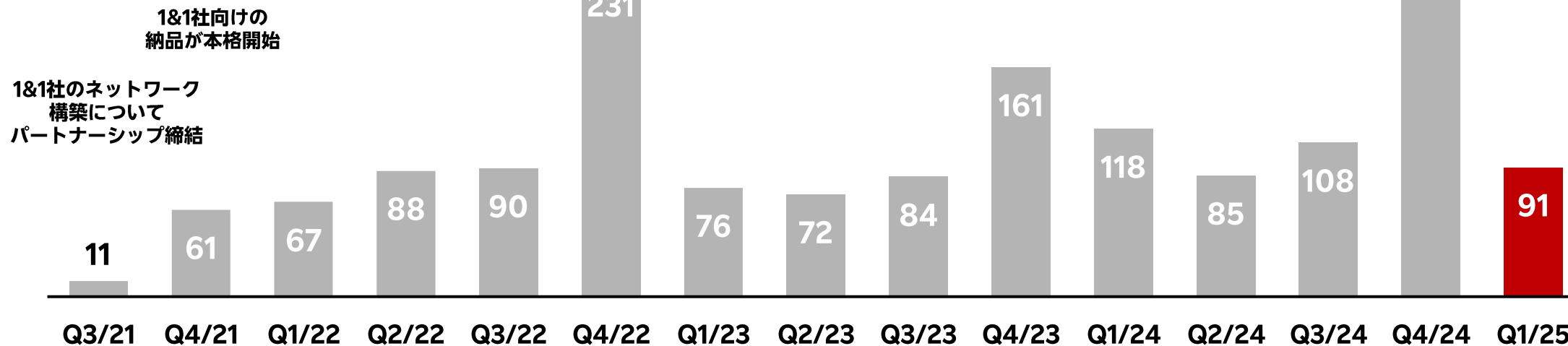
周波数帯		ステータス	帯域幅
4G	1.7GHz	割当済み	40MHz 上り：1,730 - 1,750MHz 下り：1,825 - 1,845MHz
	700MHz	2023年10月割当済み 2024年6月商用サービス開始	6MHz 上り：715 - 718MHz 下り：770 - 773MHz
	【参考】ローミング	KDDI株式会社よりローミング提供 (2026年9月30日まで*)	
	【参考】 800/900MHzを含む	楽天モバイルが判断するタイミングで 開設指針制定の申出が可能	既存免許人に割り当てられている複数の帯域幅
5G	1.7GHz (東名阪以外)	割当済み	40MHz 上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

■ 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)



パートナーシップを通してAIネイティブソフトウェアソリューションを推進

- AIを活用したソフトウェア中心のソリューションに注力し、顧客基盤を拡大
- グローバル企業及びクラウドソリューションプロバイダーとのパートナーシップを構築

Rakuten Symphony

インターネット
サービス



楽天エコシステム

Rakuten
Maritime

Rakuten
NEO

Rakuten
CPaaS

Rakuten Drive

OSS

サイトマネジメント

インテリジェント
オペレーション

RAN



Open RAN
CU & DU



Open RAN
CU & DU

Cloud

クラウドネイティブ
プラットフォーム

クラウドネイティブ
ストレージ

クラウドネイティブ
オーケストレーター

Powered by Rakuten AI

2024年末にRakuten Maritimeを開始

CPaaSはグローバル企業への導入が拡大しており、**堅調に成長**

**製品導入の増加と新規顧客の獲得により、
安定した売上収益と営業利益の成長を実現**

シスコ、エアSPAN、テックマヒンドラとのパートナーシップを
通じてOpen RANライセンスプログラムを推進

Google Cloud Marketplaceを通じたストレージ
ソリューションのグローバル展開を強化

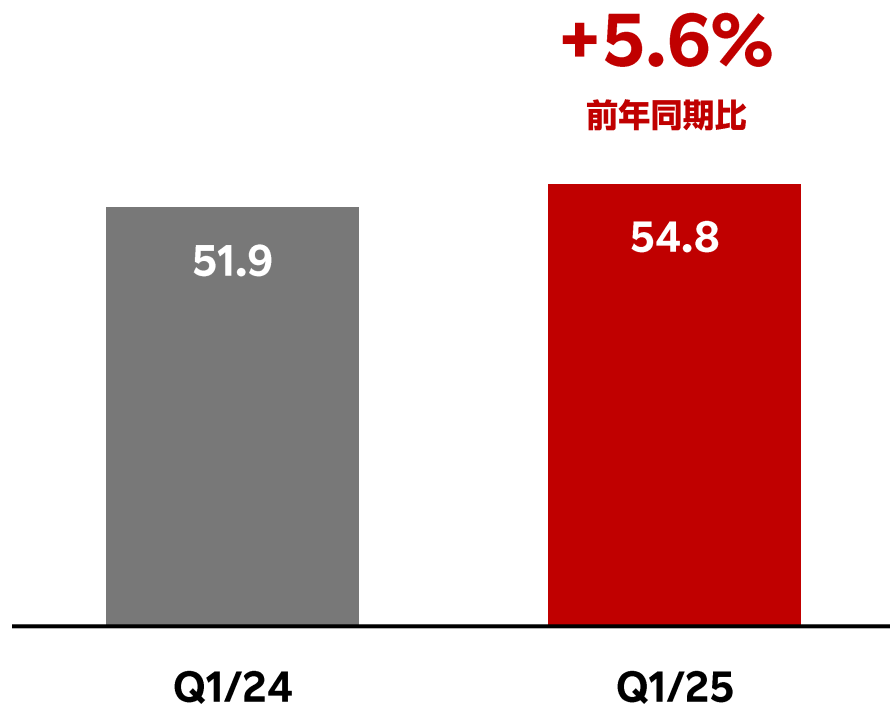
多様な業界（小売、ヘルスケア、教育、メディアなど）に
クラウドソリューションを展開

次世代データセンター向けAI対応クラウドプラットフォームを強化

広告事業

広告事業^{*1}業績推移

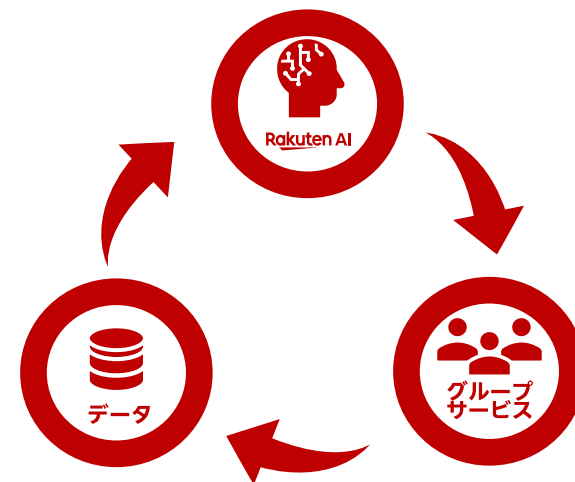
売上収益^{*2}（十億円）



^{*1}: 国内で展開する事業体の広告売上高を集計。海外の広告事業はインターナショナル部門に含まれる。

^{*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）。

さらなる成長への取り組み

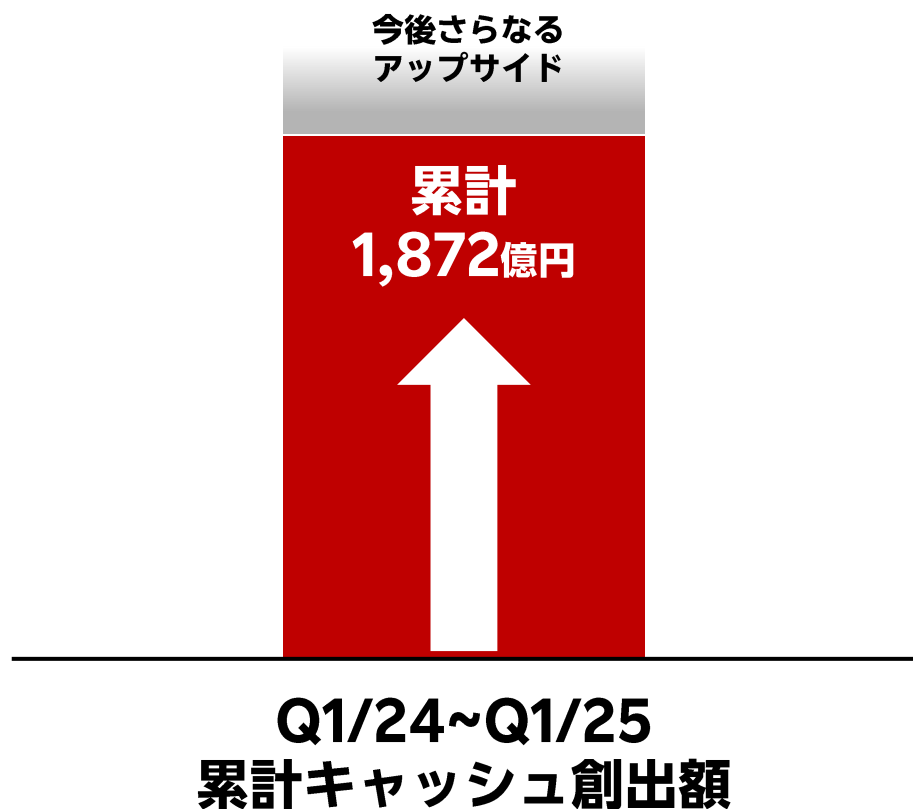


- 質の高いオンライン、オフライン双方の楽天エコシステムデータの活用
- AI技術を活用した未来購買予測によるターゲティングの最適化
- 楽天グループのメディアを横断した広範囲な広告配信

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
- 非金融事業でのキャッシュ創出額は、2024年度以降、累計1,872億円に

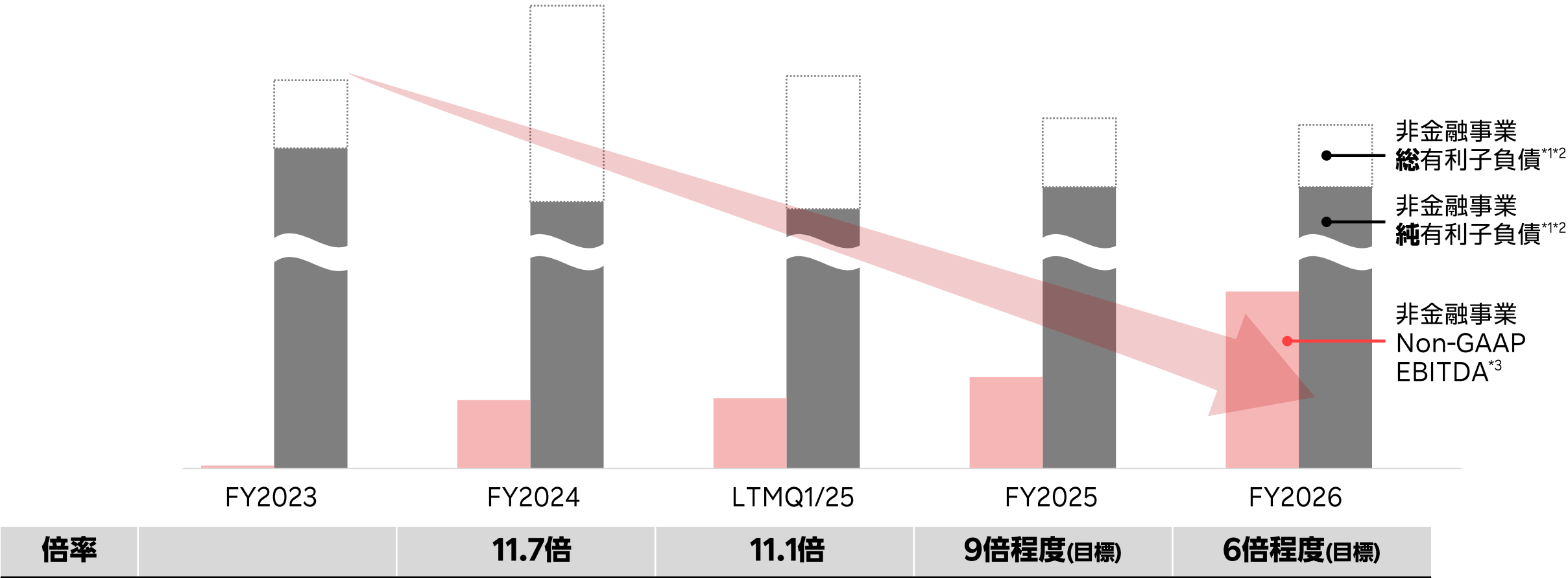


非金融事業において
**1,872億円の
キャッシュ創出を実現**

2025年度末までに累計2,000億円超の
キャッシュを創出することを目指し
運転資本最適化に向けた取組を継続

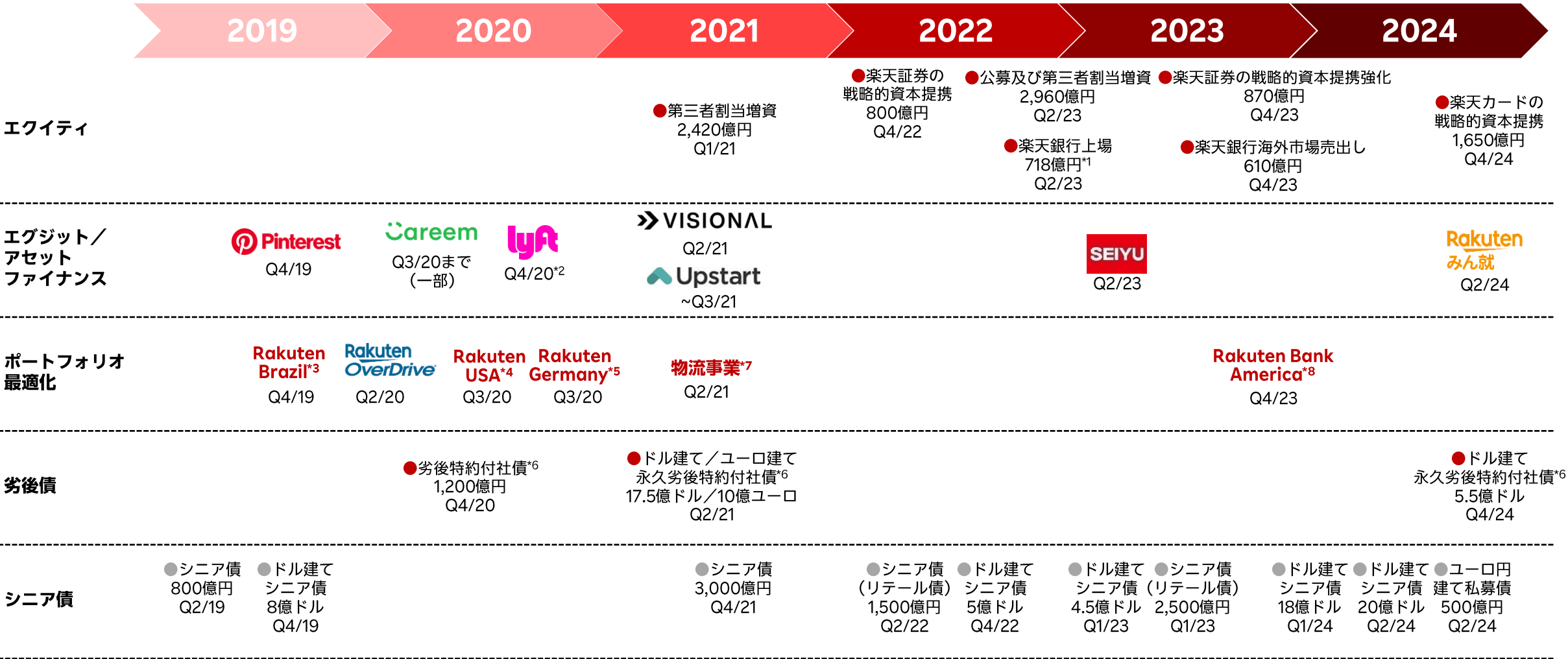
非金融事業純有利子負債^{*1*2}/非金融事業Non-GAAP EBITDA^{*3}

■ 2027年までに非金融事業の純有利子負債^{*1*2}/非金融事業Non-GAAP EBITDA^{*3} 5倍以内を目指す



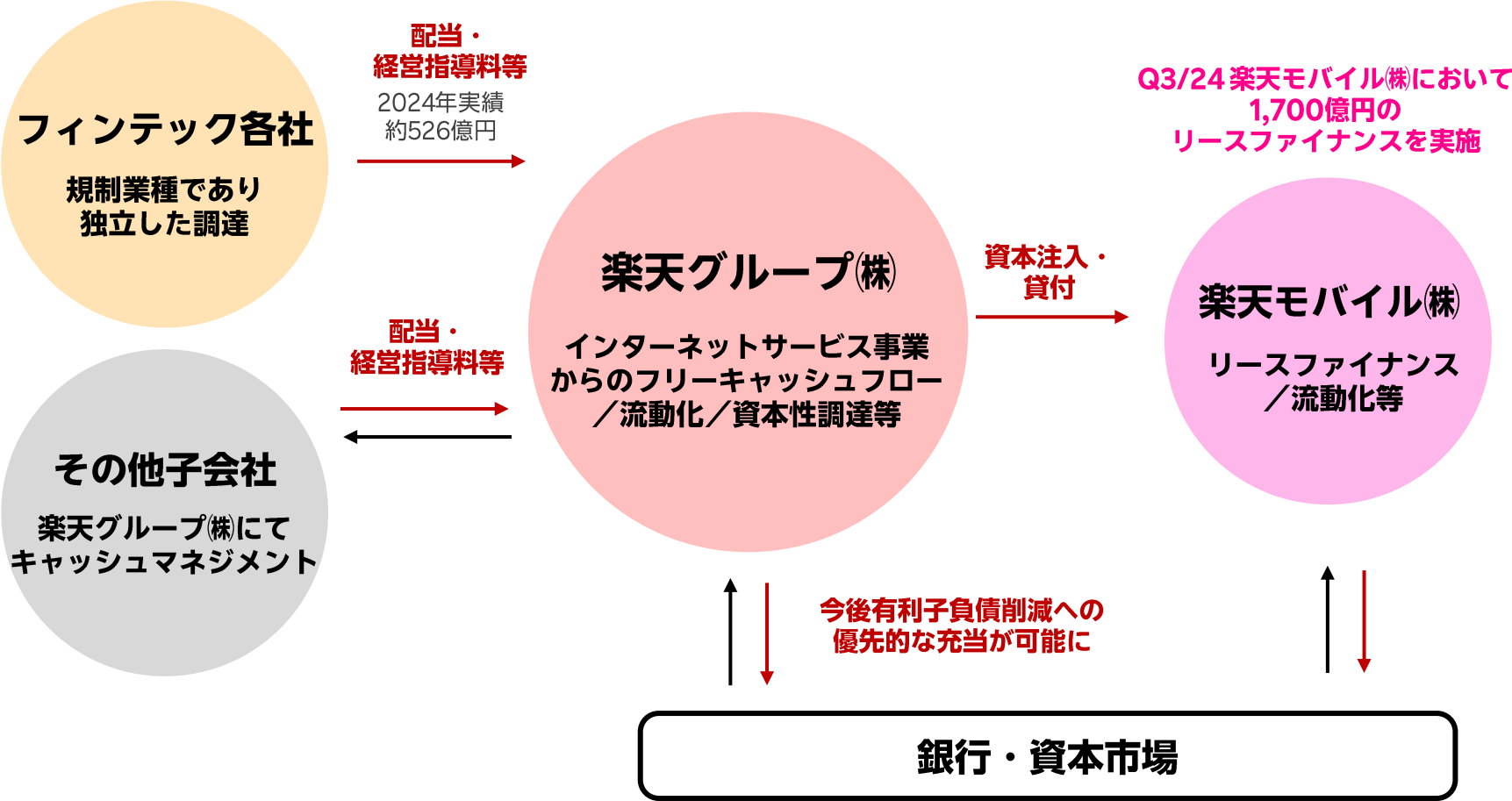
^{*1}: IFRS会計ベース ^{*2}: 非金融事業総有利子負債（社債及び借入金＋リース負債）－非金融事業現金等（非金融事業の現金及び現金同等物等＋上場有価証券＋余剰運用資金）＝非金融事業純有利子負債
^{*3}: 連結Non-GAAP EBITDA－フィンテックNon-GAAP EBITDA＋フィンテックからの配当金及び左記に含まれていない経営指導料等（Non-GAAP EBITDAはモバイルエコシステム貢献額考慮前の数値を使用）

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



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。