

# 2025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

2025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 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

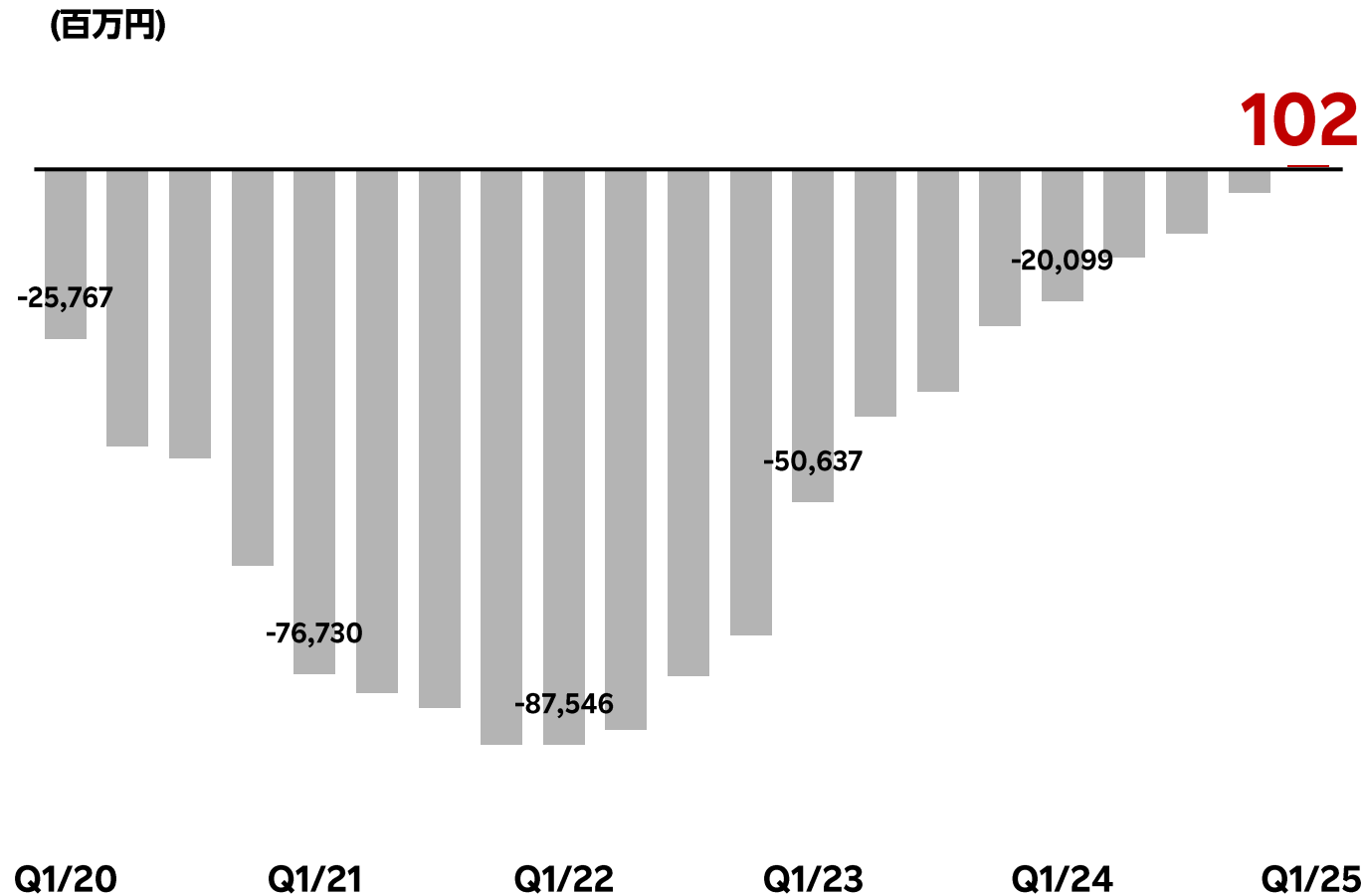
## 3 財務

## 4 AI

# 1. サマリー

---

# 楽天モバイル(株) 固定資産税除く EBITDA

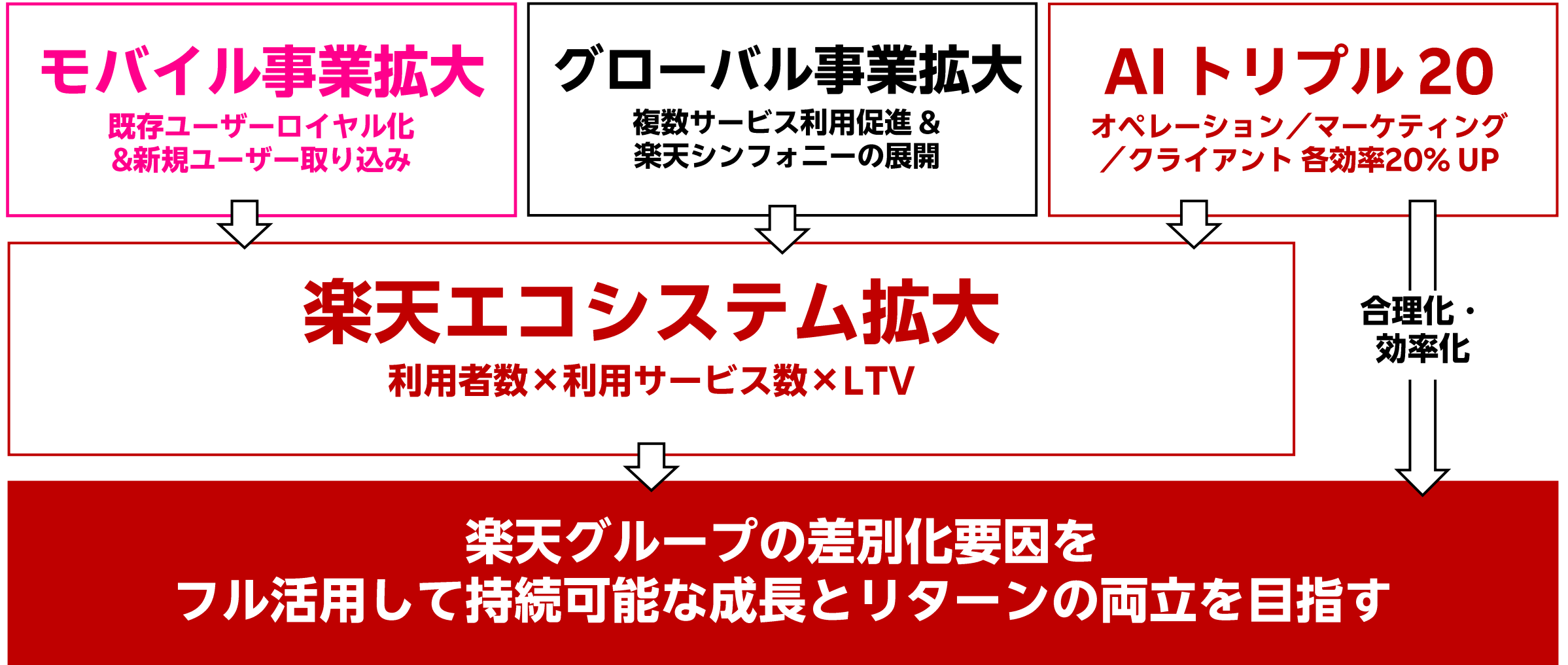


Q1/25 固定資産税除く  
**EBITDA**  
**黒字化**

2025年通期EBITDA  
黒字化に向けて好発進



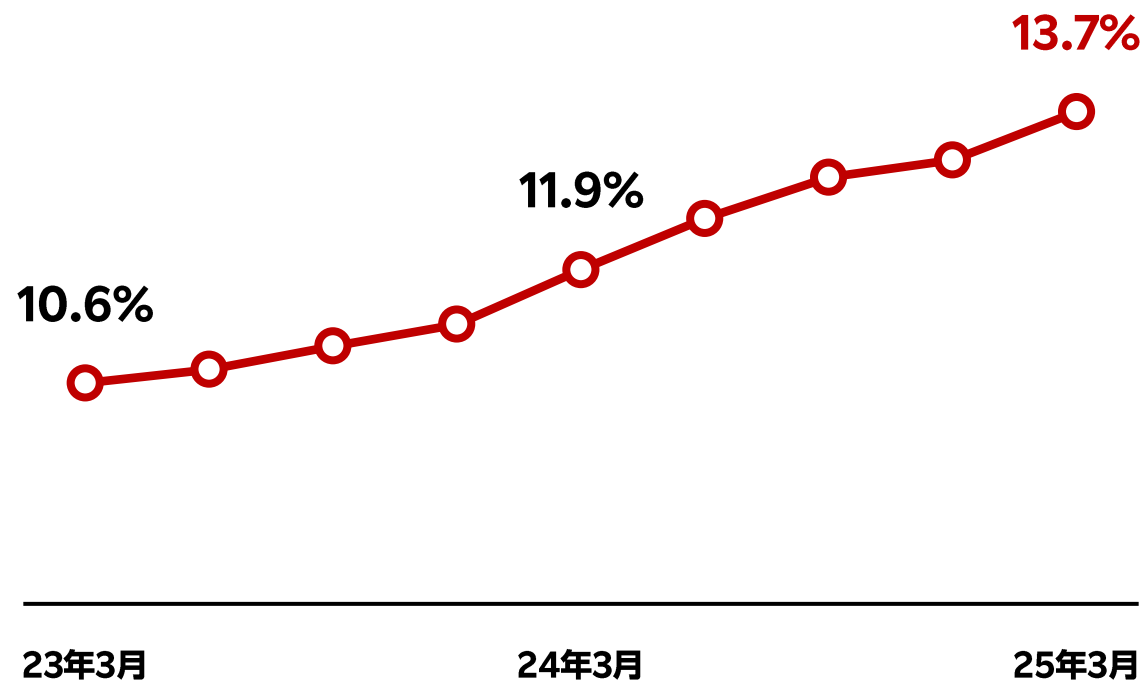
# 楽天グループの長期成長モデル



# 楽天モバイルによるエコシステムの活性化及び裾野拡大

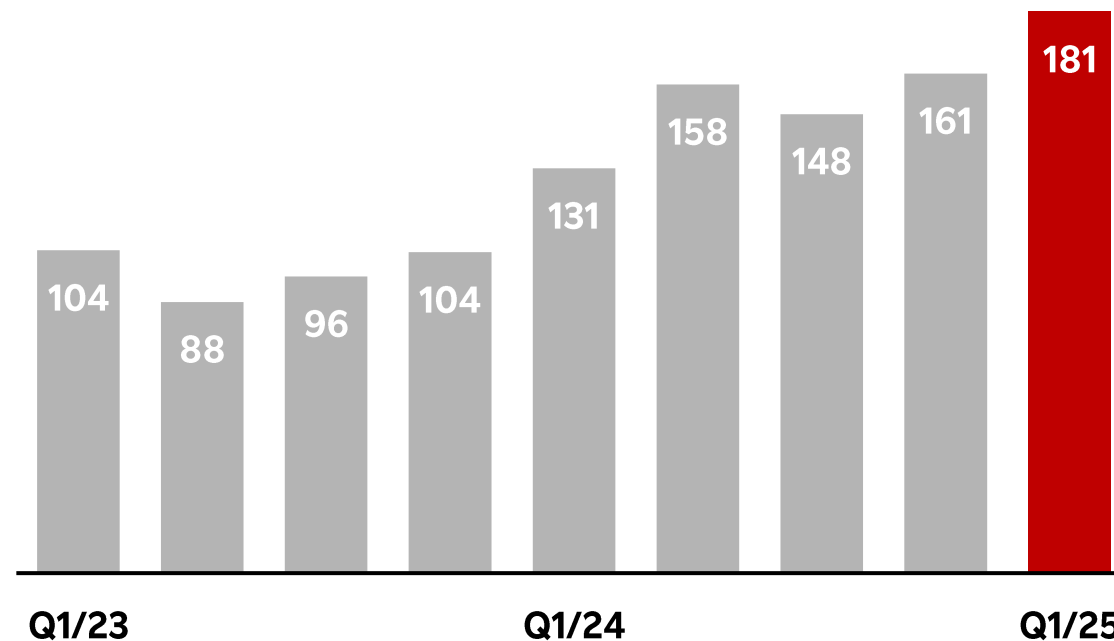
- 楽天エコシステムにおける楽天モバイル契約者数は堅調に増加。モバイル契約を契機とした新規エコシステムユーザー数も増加しており、エコシステムの垂直・水平方向の拡大に寄与

楽天エコシステムMAU\*における  
楽天モバイル契約ユーザー数浸透率



楽天モバイル契約を契機とした  
新規エコシステムユーザー獲得数（回線数ベース）

（単位：千）



\*月間アクティブユーザー。当月に何らかの楽天ポイントが獲得可能なサービスの利用をしたユーザー数

# AI大国「楽天グループ」へ

- 今年も引き続きAIを活用し「トリプル20」を推進
- 13,000人以上の従業員が日常的に社内向け生成AIツール「Rakuten AI for Rakutenians」を日常的に利用

## トリプル20

マーケティング効率  
20%増

オペレーション効率  
20%増

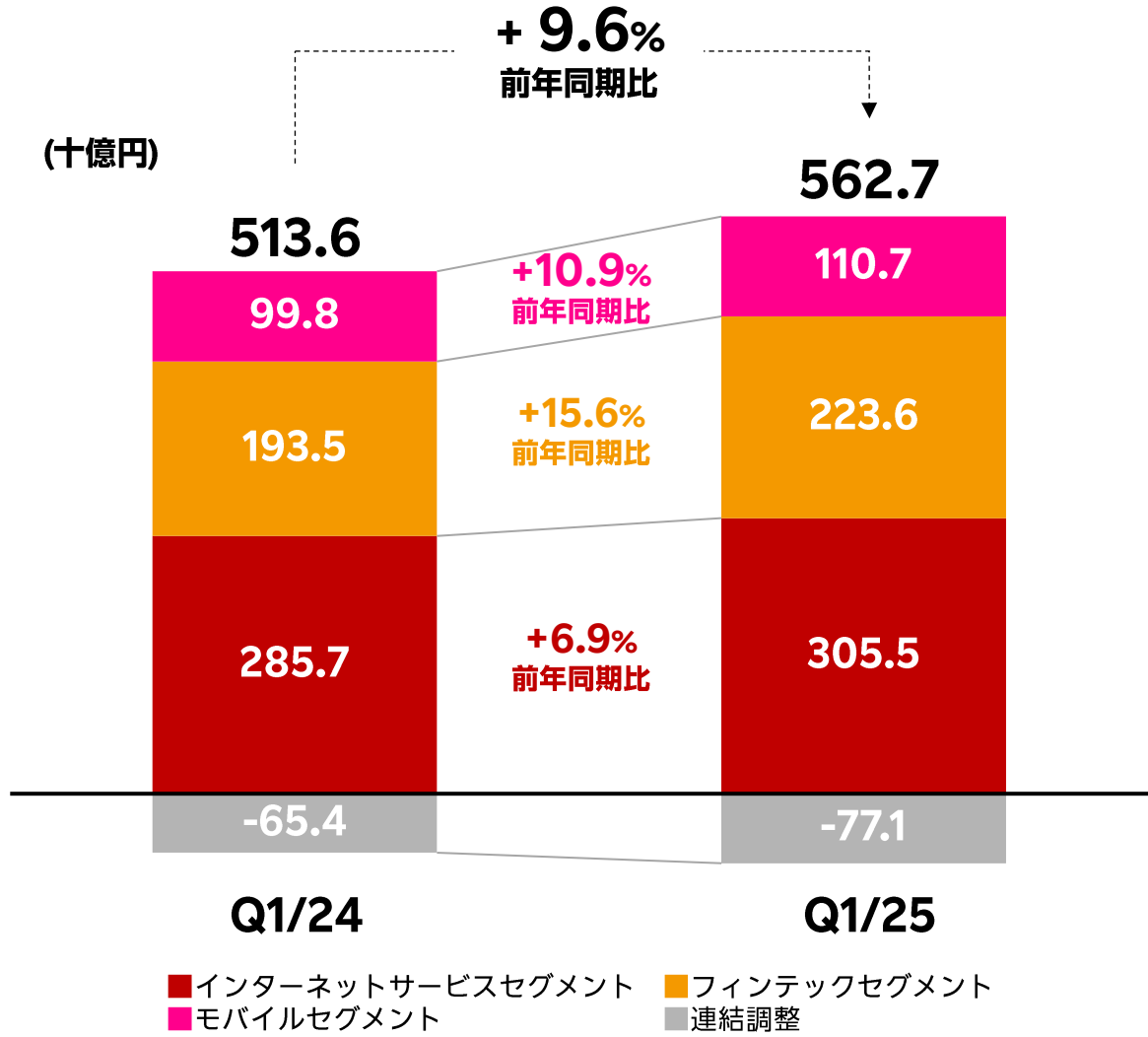
クライアント効率  
20%増

## 16,000+

Rakuten AI for Rakutenians 内  
のカスタムAI数



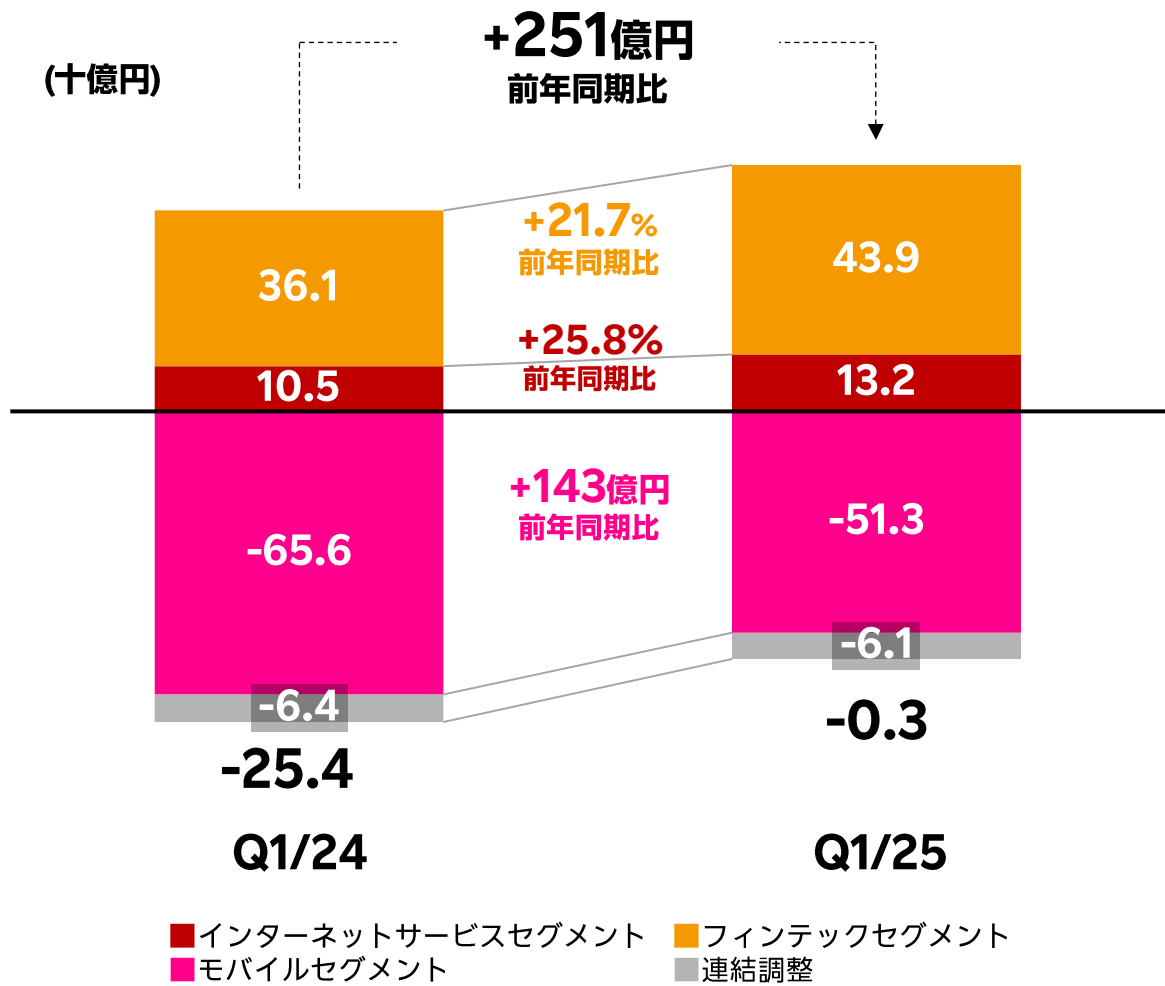
# Q1/25 連結売上収益



## 第1四半期 過去最高 売上

取扱高増加を背景に楽天カードが、  
金利上昇を背景に楽天銀行が増収を牽引  
インターネットサービスでは、楽天市場を中心に国内EC、  
Rakuten Koboを中心に海外事業がそれぞれ好調  
楽天モバイルも契約回線数増加により増収に大きく貢献

# Q1/25 連結Non-GAAP営業利益\*



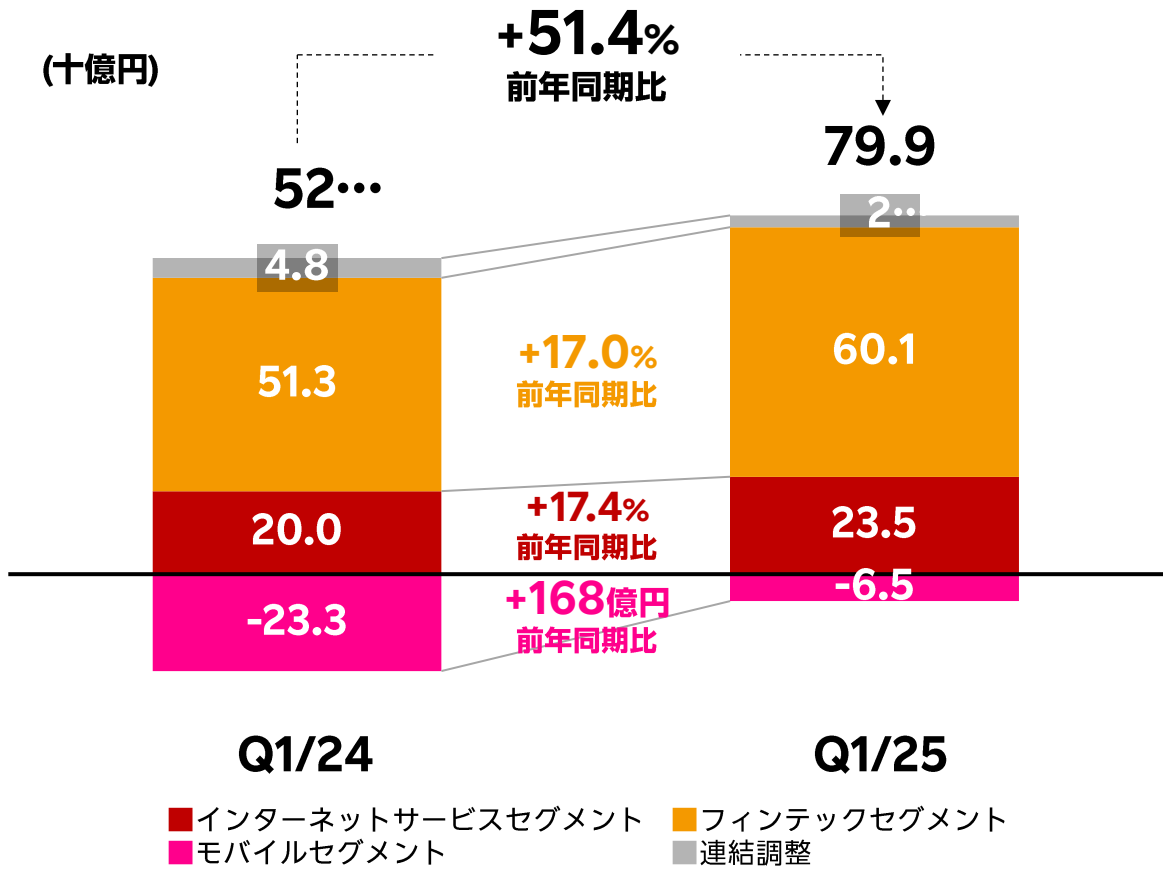
## 全セグメント 増益

(モバイルは損失改善)

楽天モバイルの増収による損失改善、  
楽天銀行、楽天ペイメントの大幅増益等を背景に大幅改善

\*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。

# Q1/25 連結EBITDA<sup>\*1\*2</sup>



連結EBITDA  
799億円

非金融EBITDAも  
198億円の黒字

<sup>\*1</sup>: EBITDAはNon-GAAP営業利益に減価償却費等を加算して算出。 <sup>\*2</sup>: 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。

# 2025年度 収益目標

■ マクロの不透明性への警戒は必要なものの、現時点で目標変更の必要性はない

**Rakuten**

**連結Non-GAAP  
営業利益  
黒字拡大**

Q1では前年同期比  
251億円改善の-3億円

**Rakuten Mobile**

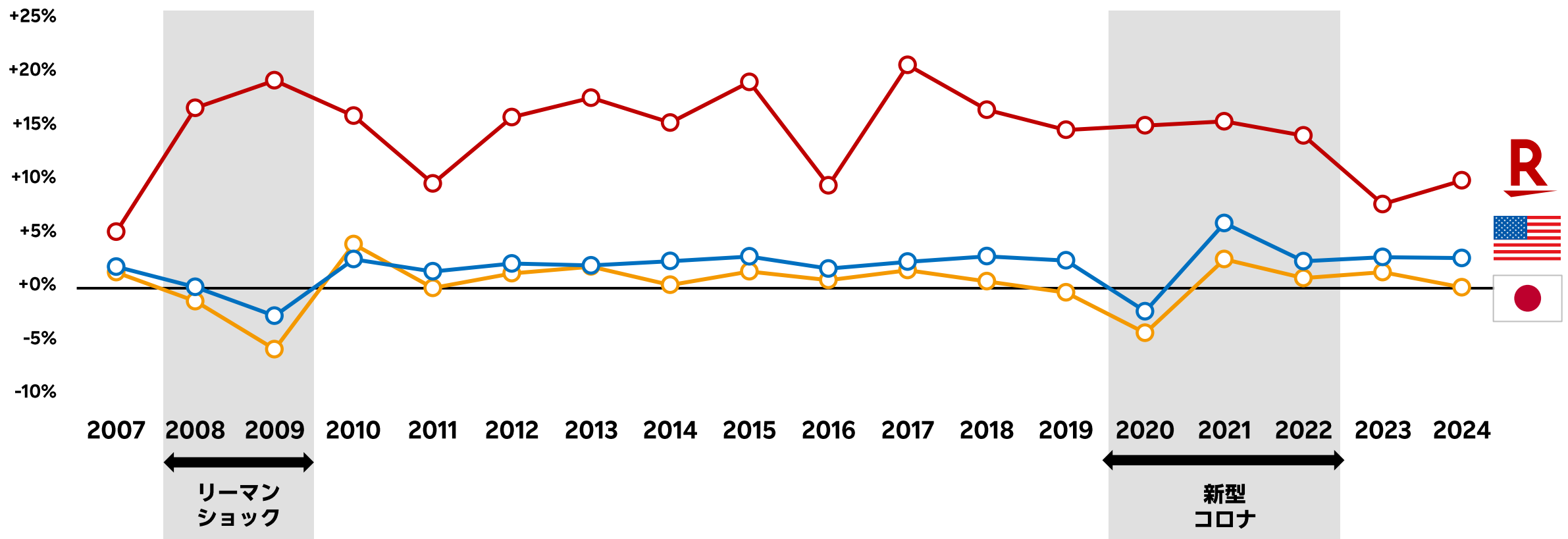
**楽天モバイル(株)  
EBITDA  
通期黒字化**

Q1では前年同期比207億円改善の-65億円。  
固定資産税を除くと1億円の黒字

# 相互関税影響について

- 楽天エコシステムを軸にした経営により、経済環境に影響されにくく、過去の様々なマクロ環境下でも高い成長率を持続
- 高まるマクロの不確実性への警戒は必要なものの、引き続き期初に提示した収益目標に向けて事業を推進

日本、米国の実質GDP成長率と楽天の売上高成長率の推移





## 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：Q1/25 業績ハイライト

- 国内EC、インターナショナル部門共に増収増益
- 国内ECは、楽天市場等のコアビジネスの流通総額拡大が寄与。インターナショナル部門は、昨年Q2に発売開始したカラー電子書籍リーダーの好調な販売によるRakuten Koboの増収が部門成長をけん引

売上収益

**+6.9%**

前年同期比

**3,055億円**

Non-GAAP  
営業利益\*

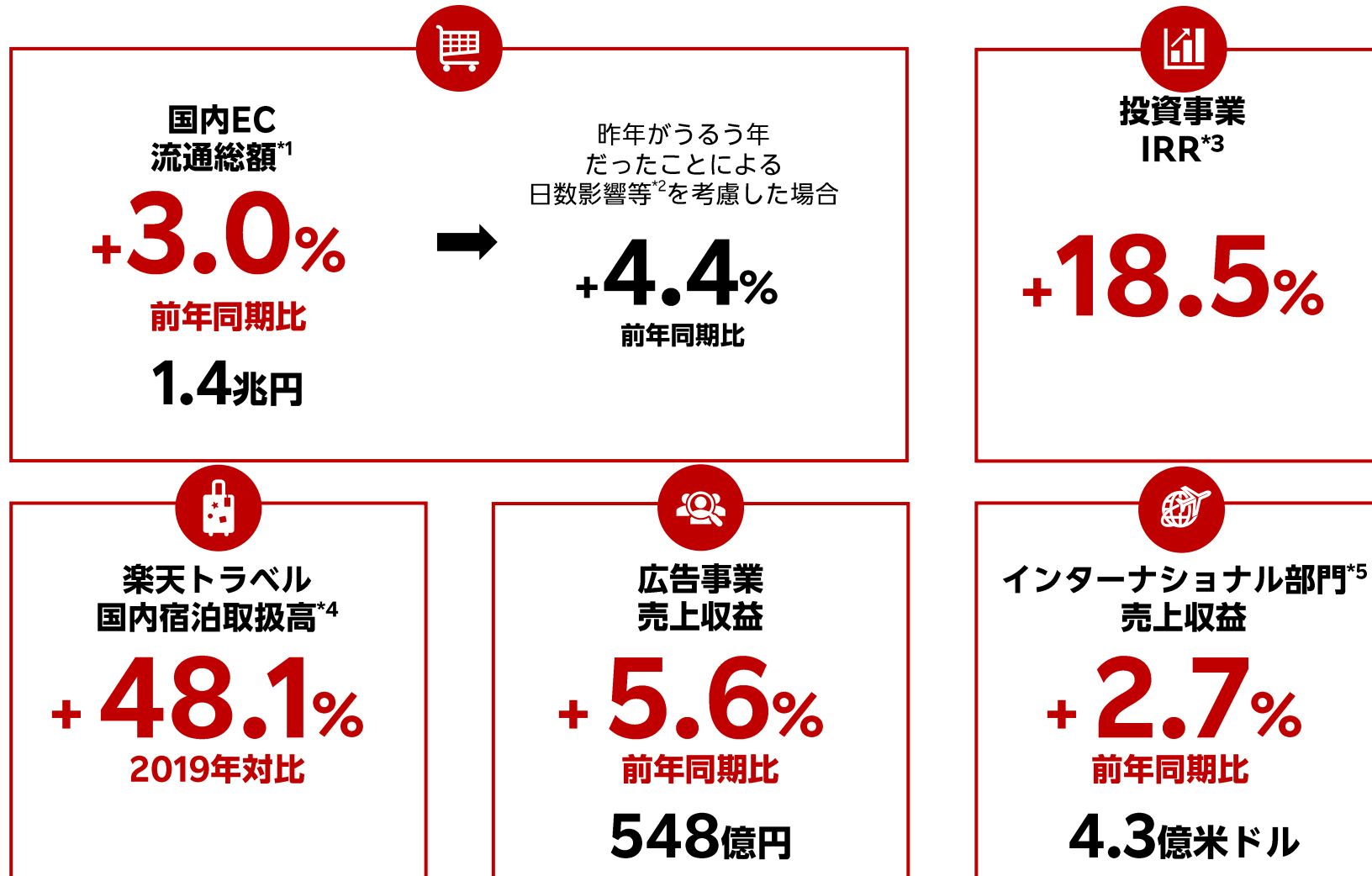
**+25.8%**

前年同期比

**132億円**

\*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。

# インターネットサービスセグメント：Q1/25 主要KPI



\*1：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。 \*2：2024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興行のキャンセルの影響を考慮。 \*3：Q1/25～日本円建ベースで開示 \*4：国内宿泊チェックアウト流通総額、法人除く。 \*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。

# 2025年3月29日より、コマース&マーケティングカンパニーは新体制に

## 新リーダー シップ



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



高野 芳行

コマース&マーケティング  
カンパニーシニアヴァイス  
プレジデント

## 戦略

エコシステムを活用した、さらなる規模拡大と、  
機能面の継続的な進化によるユーザー・クライアント双方の利便性向上

➡ 国内EC流通総額 10兆円を目指す

## 2025 注力分野

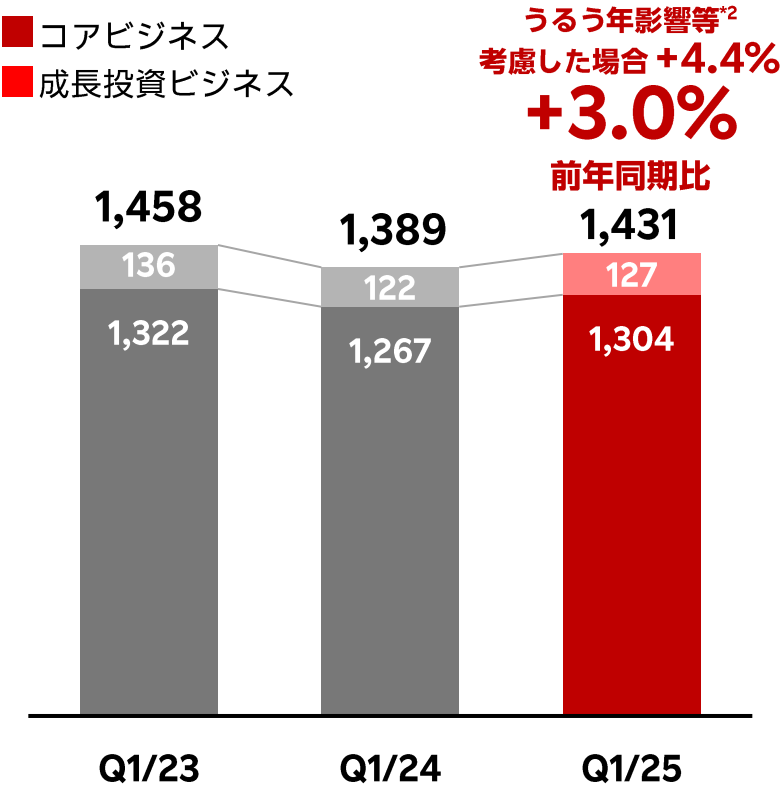
- 「楽天モバイル」との連携強化（既存顧客の育成、若年層を中心とした顧客基盤拡大等）
- 顧客体験のさらなる進化（配送面での満足度向上、商品力強化によるインバウンド獲得等）
- AI活用（広告効率向上、クライアントの作業効率向上支援等）

➡ 2025年通期の国内EC流通総額 前年比成長率 1桁半ば～後半を目指す

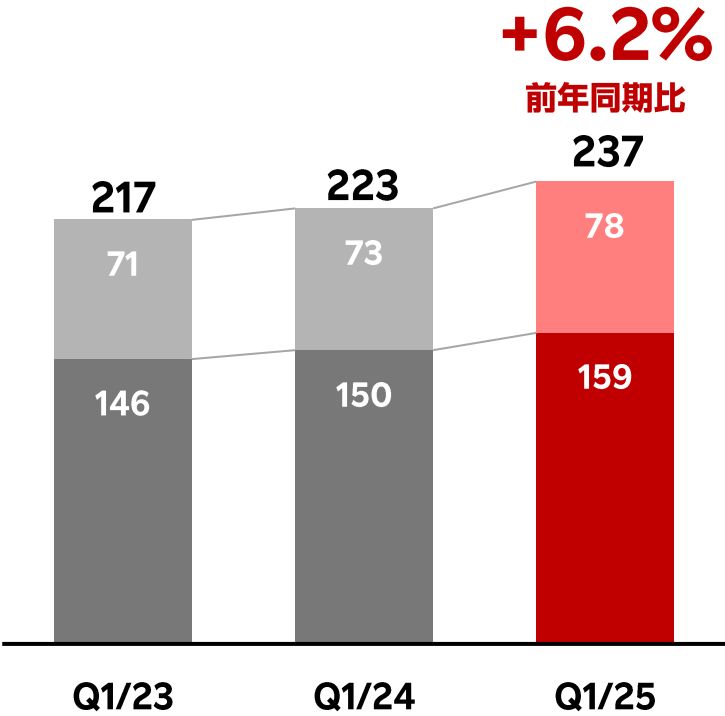
# 国内EC：Q1/25業績

- 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%増
- 成長投資ビジネスにおいては、物流事業、楽天24、楽天ブックス、Rakuten Fashionが増収をけん引

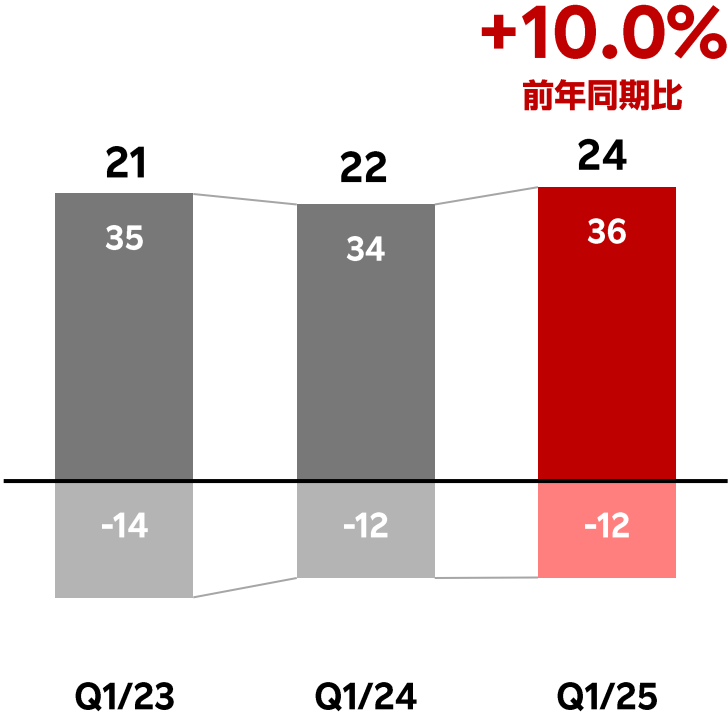
流通総額\*1（十億円）



売上収益\*1（十億円）



Non-GAAP営業利益\*1（十億円）



\*1：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。  
\*2：2024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興行のキャンセルの影響を考慮。

# 楽天市場：Q1/25 ビジネスアップデート

- Q1/25は購入者数・客単価増により流通総額拡大
- エコシステムを活用した顧客基盤及び利用拡大と、機能面の継続的な進化によるユーザー・クライアント双方の利便性向上により引き続き流通総額拡大を図る

## 楽天モバイルとの連携強化

Q1/25 月間アクティブユーザーに占める  
楽天モバイル契約者の割合\*1

**15.4%**

前年同期比 +2.1 pt

楽天モバイル非契約者に対する契約者の  
平均年間流通総額\*2

**+47.5%**

- SPU特典（楽天モバイル契約で毎日全員5倍）認知促進
- 楽天モバイル契約者向け先行セール開催
- 楽天市場利用者向けのモバイル契約促進施策

## 顧客体験の進化

Rakuten最強翌日配送（24年7月開始）  
対応商品と非対応商品の売上成長率における差分\*3

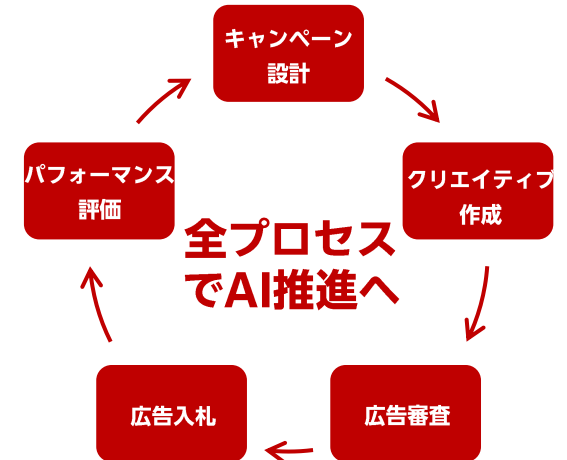
**21.4pt**



- ふるさと納税でも最強翌日配送ラベルの付与開始（25年3月）
- 楽天スーパーロジスティクスでのサポートも行いながら対象商品数を拡大

## AI活用

広告オペレーションにおける各プロセス



- Q1/25にAIによるバナー自動生成機能の提供とクリエイティブ審査へのAI導入開始
- AI活用に加えて、外部広告枠の活用推進も行い売上機会拡大を企図

\*1：各四半期の月間平均値。 \*2：\*楽天モバイル契約者と非契約者の直近1年間の1人あたり平均流通総額の差。契約者は、2020年3月～2024年4月のいずれかの月（該当月）に楽天モバイル（MNO B2C）を契約し、2024年4月から2025年3月の間に回線がアクティブであり、かつ該当月から過去1年間の購買傾向を非契約者と揃えたユーザー。非契約者は、2025年3月から過去1年間に、楽天モバイル（MNO B2C）以外の何らかの楽天サービスの利用があり、かつ該当月から過去1年間の購買傾向を契約者と揃えたユーザー。 \*3：2025年3月時点「最強翌日配送」ラベル商品を対象に、2024年7月～2025年3月の売上昨年対比成長率を比較

# 楽天トラベル：Q1/25 ビジネスアップデート

- 国内宿泊は、マーケット全体の縮小に伴い人泊数が減少傾向にある一方、単価上昇のため流通総額は横ばい維持
- インバウンドは、マーケットシェアを拡大し、確実な成長を実現。今後は顧客満足度の高い商品の拡充を進め、グローバルOTA\*として更なる事業拡大を目指す

インバウンド取扱高  
**+36.0%**  
前年同期比

楽天トラベルのグローバルサイトは現在8言語、  
15種類の通貨での決済に対応

一定の基準を満たす宿泊施設への  
Japan Qualityバッジ付与



国内向けとインバウンド向けの  
掲載宿泊施設向け管理サイトの統合（Q1/25）

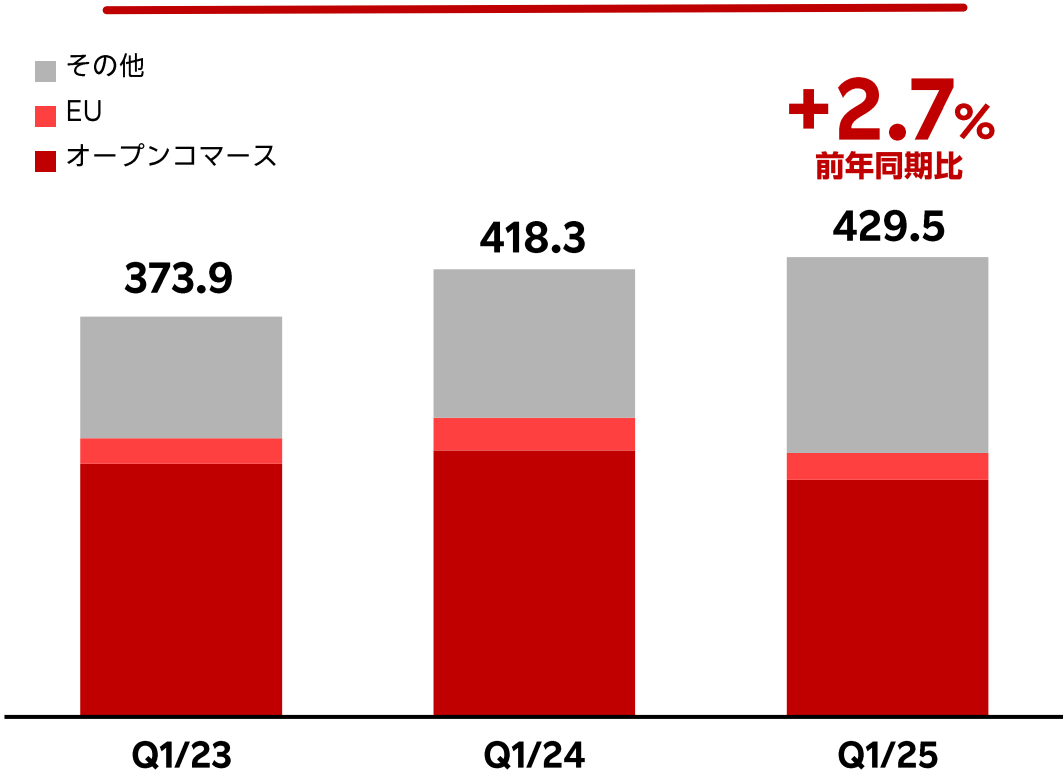
\*OTA (Online Travel Agent)：オンライン旅行代理店



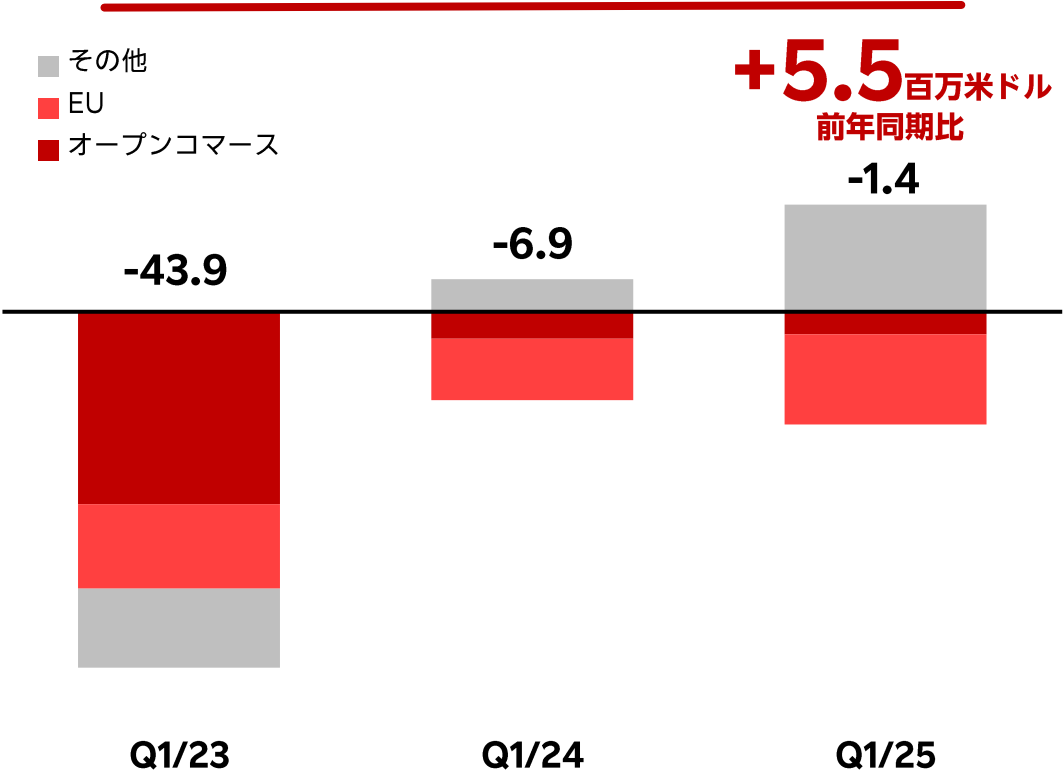
# インターナショナル部門<sup>\*1\*2</sup>：Q1/25業績

- 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、新カラー端末の販売が好調なRakuten Koboや、広告売上が好調だったRakuten Viberが増益に寄与

売上収益（百万米ドル）



Non-GAAP営業利益（百万米ドル）



<sup>\*1</sup>: 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。  
<sup>\*2</sup>: 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。

# 相互関税影響について（インターネットサービス）

- 国内の物販系EC、サービス系何れも足もとの影響はないが、今後日本の景気動向含め注視していく
- 海外事業においては、米国がメイン市場となるRakuten Rewardsでユーザーの購買及びクライアント企業のマーケティング費用削減等の影響を見込む

Q1/25（1~3月）影響

足もとの影響

今後想定され得る環境変化

	Q1/25（1~3月）影響	足もとの影響	今後想定され得る環境変化
物販系EC	<p>調達：影響なし</p> <p>供給：国内ECは影響なし。Rakuten Rewardsは市場軟化により流通弱含み</p>	<p>調達：影響なし</p> <p>供給：Rakuten Rewardsにおいて、市場軟化により流通縮小影響を見込む Rakuten Koboはアメリカへの端末輸出に影響する可能性があるが事業全体への影響は軽微</p>	<p>調達：影響なし</p> <p>供給：物価上昇や日本の輸出業の不振により失業率が上昇する場合、日本における消費意欲が減退し、嗜好品の需要等が冷え込む可能性あり</p>
サービス系EC	<p>調達：影響なし</p> <p>供給：海外広告事業において、消費者心理と購入意欲が影響され、収益に影響あり</p>	<p>調達：影響なし</p> <p>供給：海外広告事業において、関税影響によるインフレ・金利上昇が消費者支出を抑制し、コミッション収益に影響を見込む</p>	<p>調達：影響なし</p> <p>供給：為替影響で米国からのインバウンド観光者が減少する可能性があるが事業全体への影響は軽微、広告事業では、長引く経済の不確実性は、世界のサプライチェーンやクライアントの広告予算に混乱をもたらす可能性があり</p>

# フィンテックセグメント

---

# フィンテックセグメント：Q1/25 業績ハイライト

- 楽天銀行や楽天カードを中心に、堅調な収益成長が継続
- 楽天銀行や楽天ペイメントの牽引により、引き続き大幅な増益を実現



\*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：Q1/25 主要KPI



楽天カード  
ショッピング取扱高

**+12.8%**

前年同期比

6.3兆円



楽天銀行  
単体口座数<sup>\*1</sup>

**+10.4%**

前年同期比

1,683万



楽天銀行  
単体預金残高<sup>\*1\*2</sup>

**+8.8%**

前年同期比

11.4兆円



楽天証券  
総合口座数<sup>\*1</sup>

**+13.1%**

前年同期比

1,234万



楽天証券  
NISA口座数<sup>\*3</sup>

**+22.3%**

前年同期比

636万



楽天証券  
預り資産<sup>\*1\*2</sup>

**+22.4%**

前年同期比

36.0兆円

\*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

# 2025年3月29日より、フィンテックグループカンパニーは新体制に

## 新リーダー シップ



**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



**中村 晃一**

フィンテックグループ  
カンパニーシニアヴァイス  
プレジデント

## 戦略

**「カード決済を足掛かりにした送客」から  
「フィンテック各社の顧客基盤を活用した相互送客」を推進することで  
さらなるフィンテック経済圏を拡大**

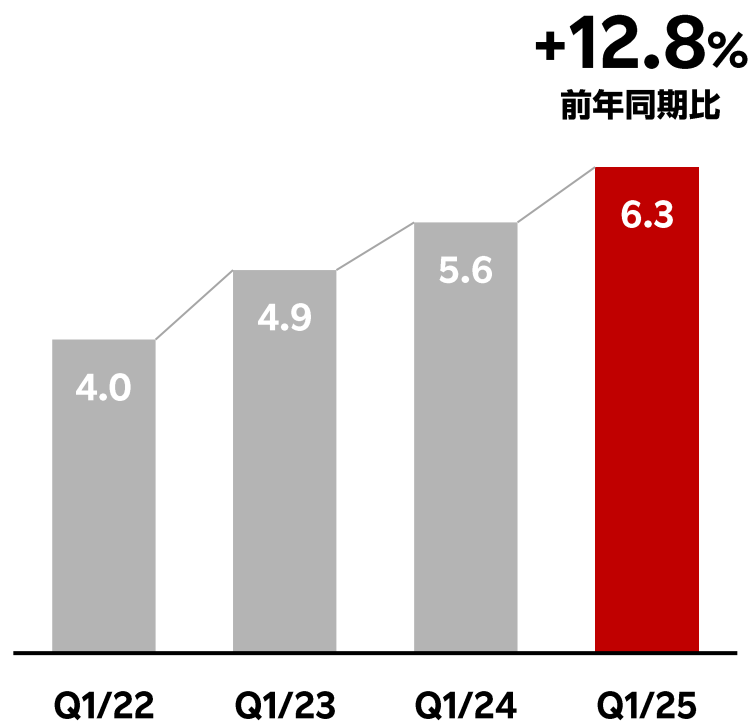
## 2025 注力分野

- AI活用による金融サービスの開発・向上・効率化**
- 金融サービスの連携強化＝シナジーの深化**

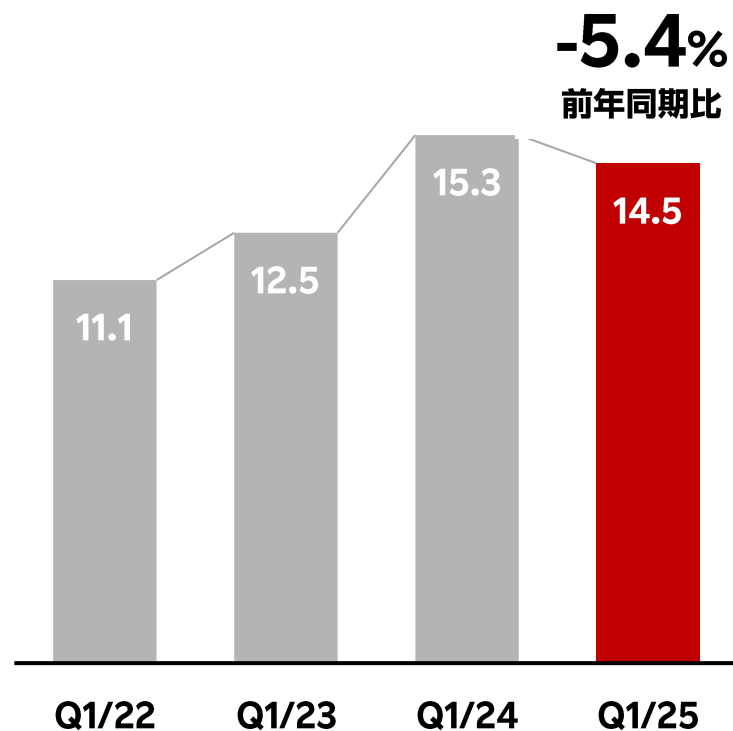
# 楽天カード：取扱高継続拡大。金融費用増加の影響は楽天銀行で吸収

- 取扱高の拡大が継続し増収に貢献。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

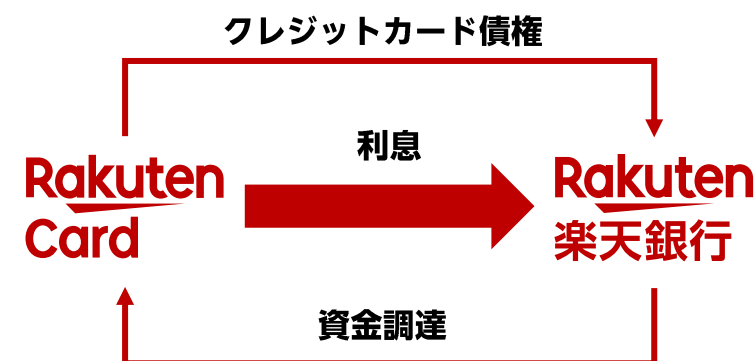
## ショッピング取扱高（兆円）



## Non-GAAP営業利益（十億円）



## 楽天カードの調達スキーム



楽天銀行を通じた資金調達は  
全体の約8割\*を占めており

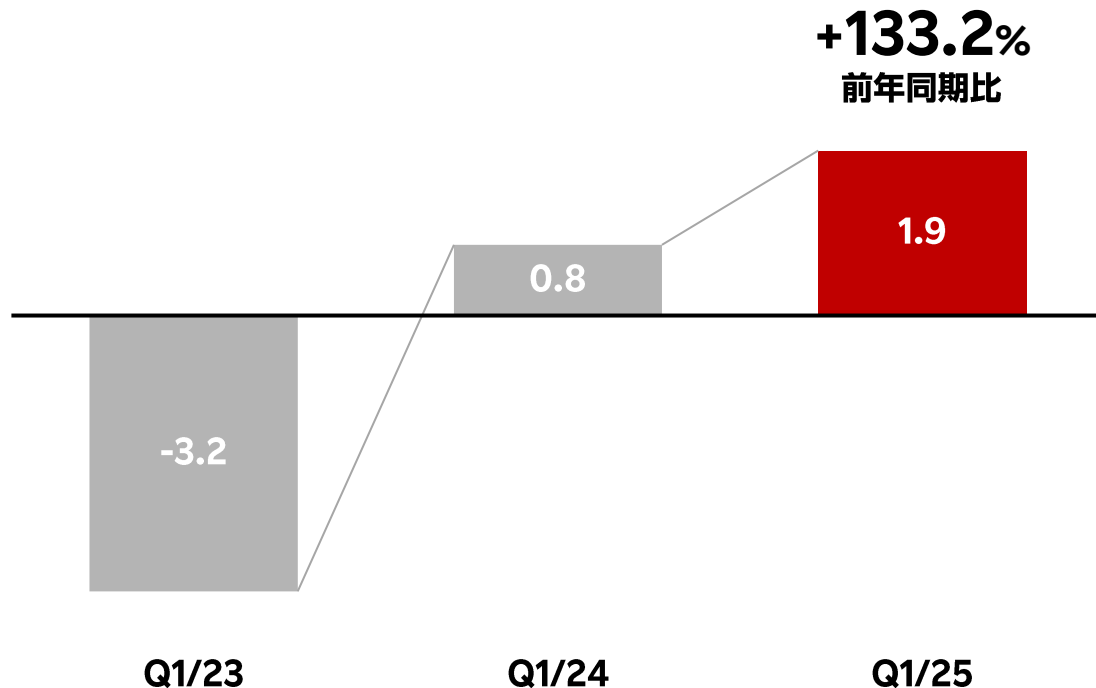
**金融費用増加による  
グループ外への  
キャッシュアウトの  
増加は軽微**

\*2024年12月末時点の残高ベース。楽天カード株式会社 第25期有価証券報告書より算出

# 楽天ペイメント：黒字拡大。楽天ペイを入口に保険販売の拡大を

- 取扱高の拡大が増収に寄与し、営業黒字が拡大
- 今夏から楽天ペイアプリで保険商品を提供。「簡単に保険に加入する体験」を創出

Non-GAAP営業利益\*（十億円）



楽天ペイアプリでの保険商品提供（25年夏頃～）

簡単な保険加入の体験を提供



\*楽天ペイメント株式会社、楽天Edy株式会社の合算。



# 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）

■ 口座数・預金残高の増加が継続。運用資産の積み上げと日銀の政策金利引き上げ及びポートフォリオの改善により金利収益が大きく伸長し、セグメント利益の拡大に大きく貢献

## 経常収益

（2025年3月期、連結）

**184.5** 十億円

+33.7% 前年同期比

## 経常利益

（2025年3月期、連結）

**71.5** 十億円

+47.8% 前年同期比

## 非金利収益<sup>\*2</sup>の比率

（2025年3月期、連結）

**30.0** %

-7.9pts 前年同期比

## ROE<sup>\*3</sup>

（2025年3月期、連結）

**18.0** %

+3.9pts 前年同期比

## 口座数

（2025年3月末時点、単体）

**16.8** 百万

+10.4% 2024年3月末対比  
メイン口座<sup>\*4</sup>率: **32.7** %

## 預金残高

（2025年3月末時点、単体）

**11.4** 兆円

+8.8% 2024年3月末対比

## 経費率<sup>\*5</sup>

（2025年3月期、単体）

**35.6** %

-6.9pts 前年同期比

## 自己資本比率<sup>\*6</sup>

（2025年3月末時点、連結）

**10.6** %

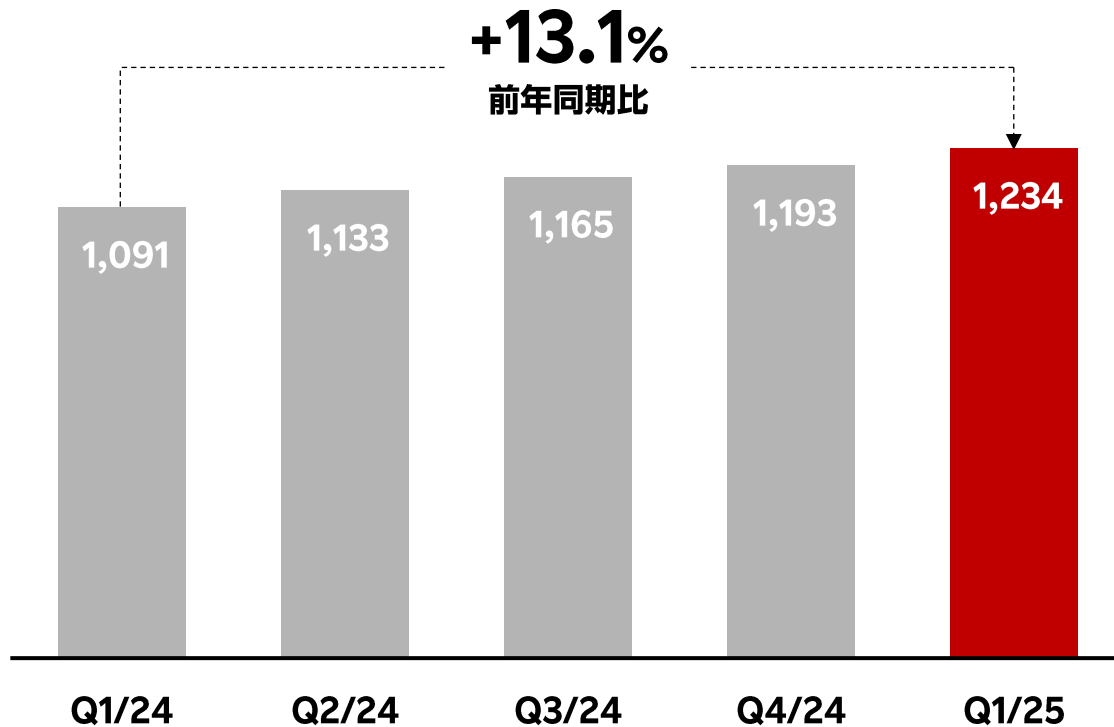
-0.3pts 2024年3月末対比

<sup>\*1</sup>: 表示単位未満切り捨て <sup>\*2</sup>: 役務取引等収益、その他業務収益、信託報酬の合計。 <sup>\*3</sup>: ROEについては、親会社株主に帰属する四半期純利益を自己資本の期首期末平均で除して算出。なお、2024年3月期期首の自己資本は、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。 <sup>\*4</sup>: 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。 <sup>\*5</sup>: 営業経費を業務粗利益で除して算出。 <sup>\*6</sup>: 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Ⅲ最終化を適用。

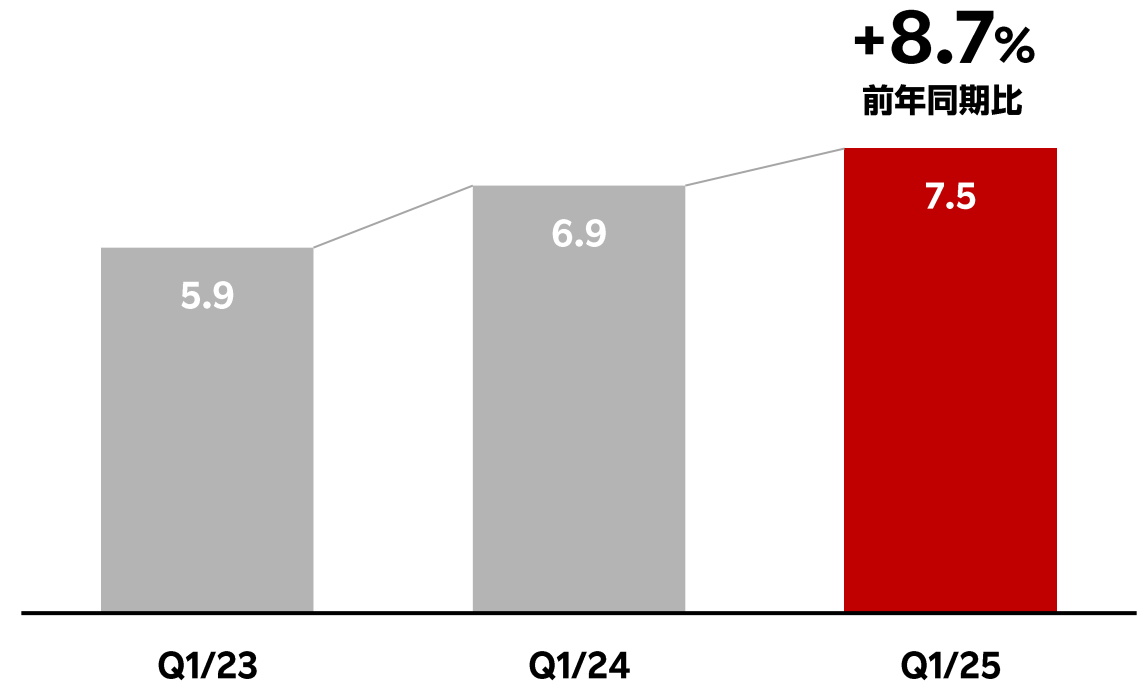
# 楽天証券：顧客基盤の拡大が継続し堅調な収益成長

- 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し、増益を達成
- 今四半期はマーケットのボラティリティ高まりを受けトレーディング収益が好調も、今後の相場次第では取引硬直化のリスク有り

総合口座数\*（万）



営業利益\*（十億円・日本会計基準）

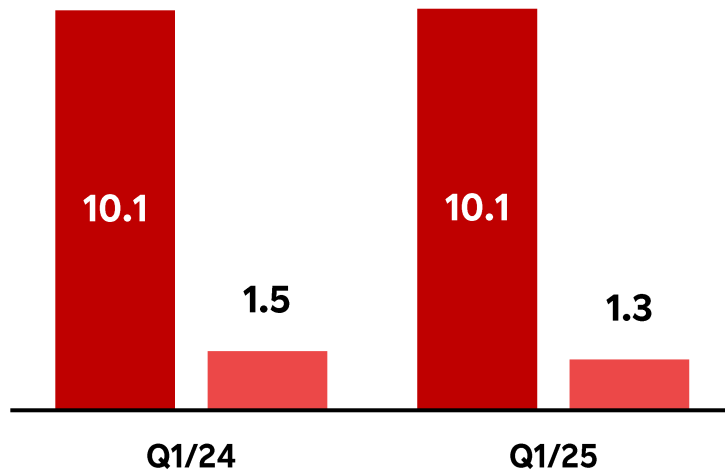


\*表示単位未満切り捨て

# 保険事業：特性に合わせた申込チャネルのさらなる強化へ

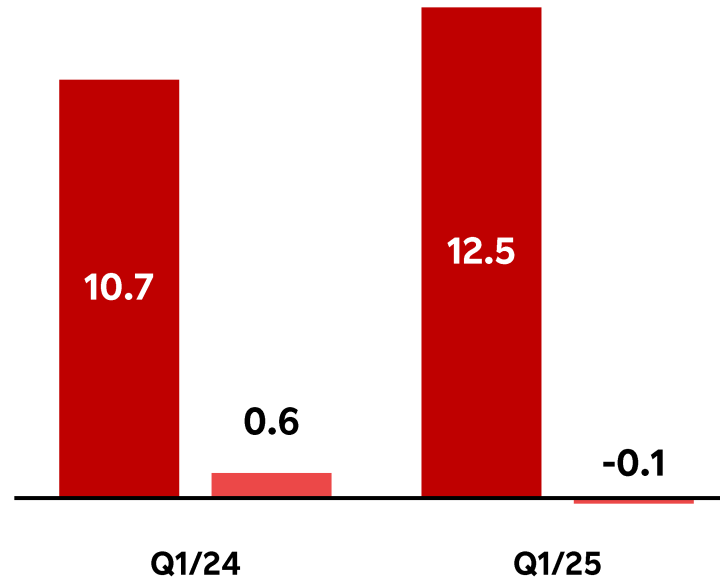
- 生命保険は対面での保険販売が好調。エコシステムを活用した対面チャネル（O2O\*）の営業活動を強化
- 損害保険ではインターネット経由での保険販売が好調も、過去販売した収益性の低い保険契約の残存により赤字が継続。販売商品の「選択と集中」により損失の改善を図る

楽天生命 業績推移（十億円）



■ 売上収益 ■ Non-GAAP営業利益

楽天損保 業績推移（十億円）



■ 売上収益 ■ Non-GAAP営業利益

2025年 注力分野

## 楽天生命

- ・ エコシステムからの顧客誘導推進
- ・ 対面チャネルのさらなる強化

## 楽天損保

- ・ 自動車保険のさらなる伸長
- ・ マーケティング・オペレーションの効率化

\* [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

# 相互関税影響について（フィンテック）

- マーケット環境の変動による運転資金・運用資金調達への影響は極めて軽微。クレジットリスクの悪化も足もとと見られず
- 消費者・個人投資家のセンチメントが悪化すれば消費活動における決済や株式取引に影響

## Q1/25（1~3月）影響

## 足もとの影響

## 今後想定され得る環境変化

<b>楽天カード 楽天ペイメント</b>	資金調達：影響なし 売上/運用：影響なし	資金調達：大きな影響なし 売上/運用：影響なし	資金調達：日銀の利上げ後ろ倒しによる 金融費用の抑制 売上/運用：消費活動の低迷による決済機会の 減少、失業率悪化によるファイナ ンスサービス需要増加の可能性有
<b>楽天銀行</b>	資金調達：影響なし 売上/運用：影響なし	資金調達：影響なし 売上/運用：影響なし	資金調達：影響なし 売上/運用：日銀の利上げ後ろ倒しにより 利ざや改善が遅れる可能性有
<b>楽天証券</b>	資金調達：影響なし 売上/運用：米国株取引の減少 為替関連取引の活性化	資金調達：影響なし 売上/運用：為替関連取引の活性化 信用取引残高の減少	資金調達：影響なし 売上/運用：取引停滞の可能性有
<b>保険事業</b>	資金調達：影響なし 売上/運用：影響なし	資金調達：影響なし 売上/運用：ドル建の運用資産の含み損発生	資金調達：影響なし 売上/運用：失業率悪化に起因するデフォルト の増加に伴うポートフォリオ悪化 の可能性有

# モバイルセグメント

---

# モバイルセグメント：Q1/25業績ハイライト

- 楽天モバイルは契約者数及び正味ARPU上昇に伴い、前年対比で大幅に損失改善
- 楽天シンフォニーは、メイン顧客への納入タイミング影響で減収も、クラウド及びOSS事業を中心に新規契約が増加中

売上収益

**+10.9%**

前年同期比

**1,107億円**

Non-GAAP  
営業利益<sup>\*1</sup>

**+143億円**

前年比改善額

**-513億円**

固定資産税除く  
EBITDA<sup>\*1\*2</sup>

**+164億円**

前年比改善額

**1億円**

固定資産税支払含むEBITDAは  
前年比168億円改善の-65億円

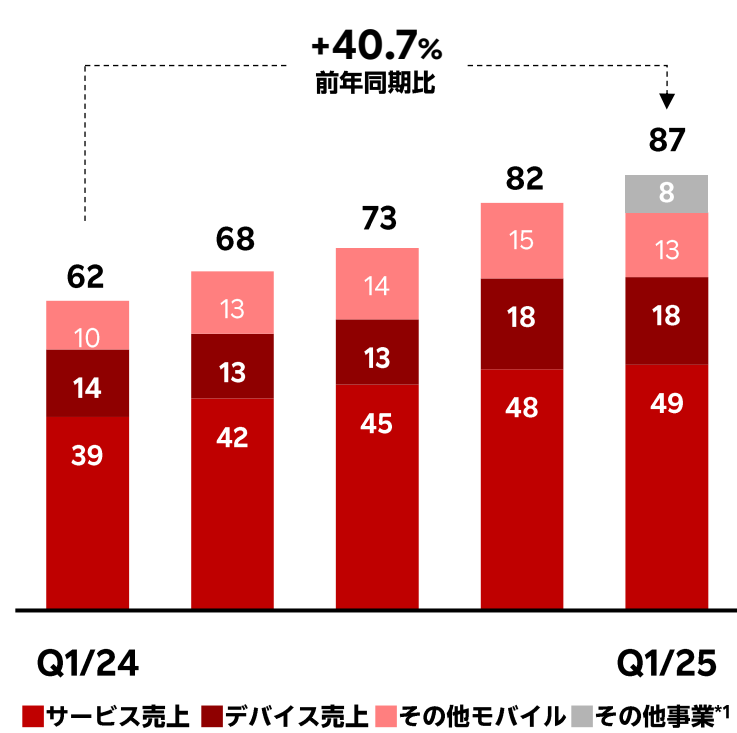
\*1：Q3/24～モバイルエコシステム貢献額をセグメント業績に反映したことに伴い、Q1/23以降のセグメント業績に遡及修正を実施。また、モバイルセグメント関連投資損益をインターネットサービスセグメントの投資事業からモバイルセグメントに移管したことに伴い、遡及修正を実施。 \*2：固定資産税除くEBITDAはNon-GAAP営業利益に減価償却費及び楽天モバイルの固定資産税支払等を加算して算出

# Rakuten Mobile

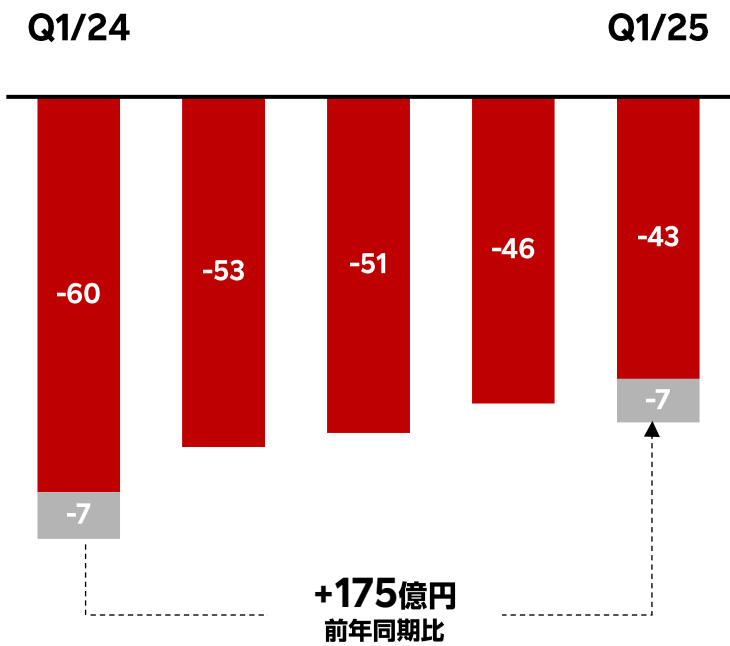
# 楽天モバイル(株)：Q1/25業績

- 固定資産税除くEBITDAベースで四半期黒字化を達成。2025年通期EBITDA黒字化を目指す
- 将来への投資である顧客獲得関連費用を除いたPMCF（プレマーケティングキャッシュフロー）は今四半期 160億円に到達

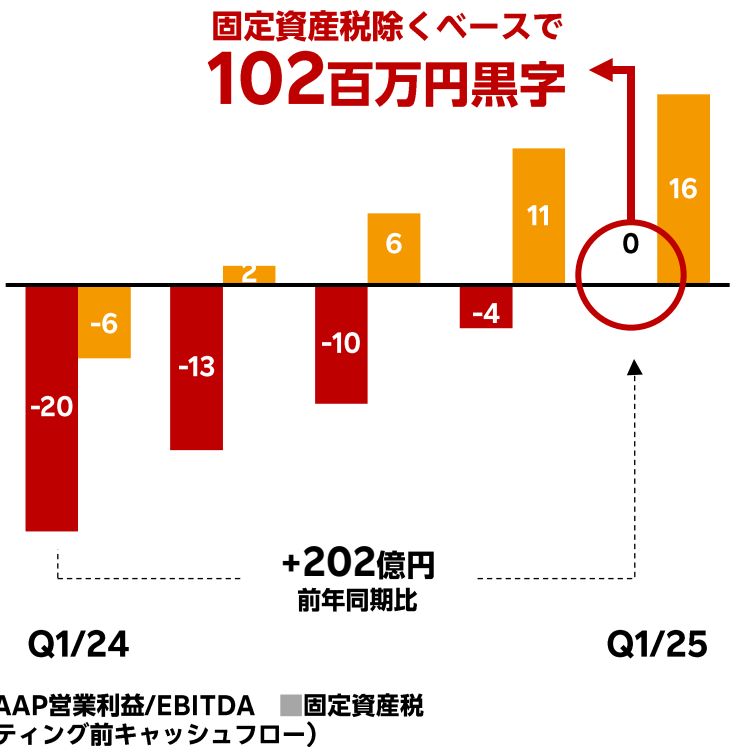
売上収益（十億円）



Non-GAAP 営業利益\*2（十億円）



EBITDA\*2\*3及びPMCF\*4（十億円）



\*1：25年2月～楽天エナジー(株)を楽天モバイル(株)が吸収合併したことに伴い、Q1/25よりその他事業を追加。 \*2：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。  
\*3：EBITDAはNon-GAAP営業利益に減価償却費等を加算して算出。 \*4：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。

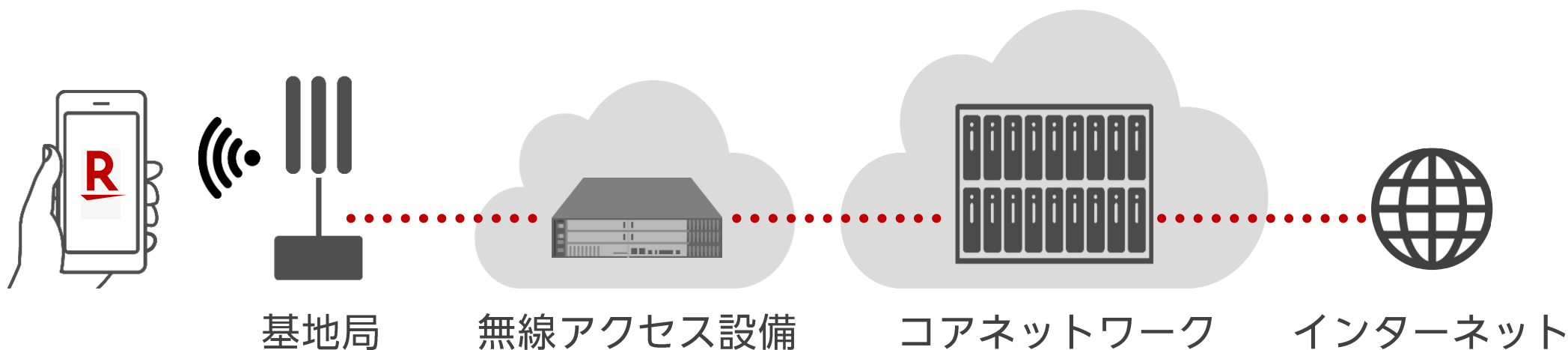


# 楽天モバイルは仮想化により、効率的なネットワーク展開・運用が可能

## ■ ネットワークのあらゆる機能を自動化

デプロイやセキュリティ設定を  
自動化し、構築工数を大幅削減

AIを用いたネットワーク運用の自動化で  
障害の未然防止/迅速な復旧をめざす

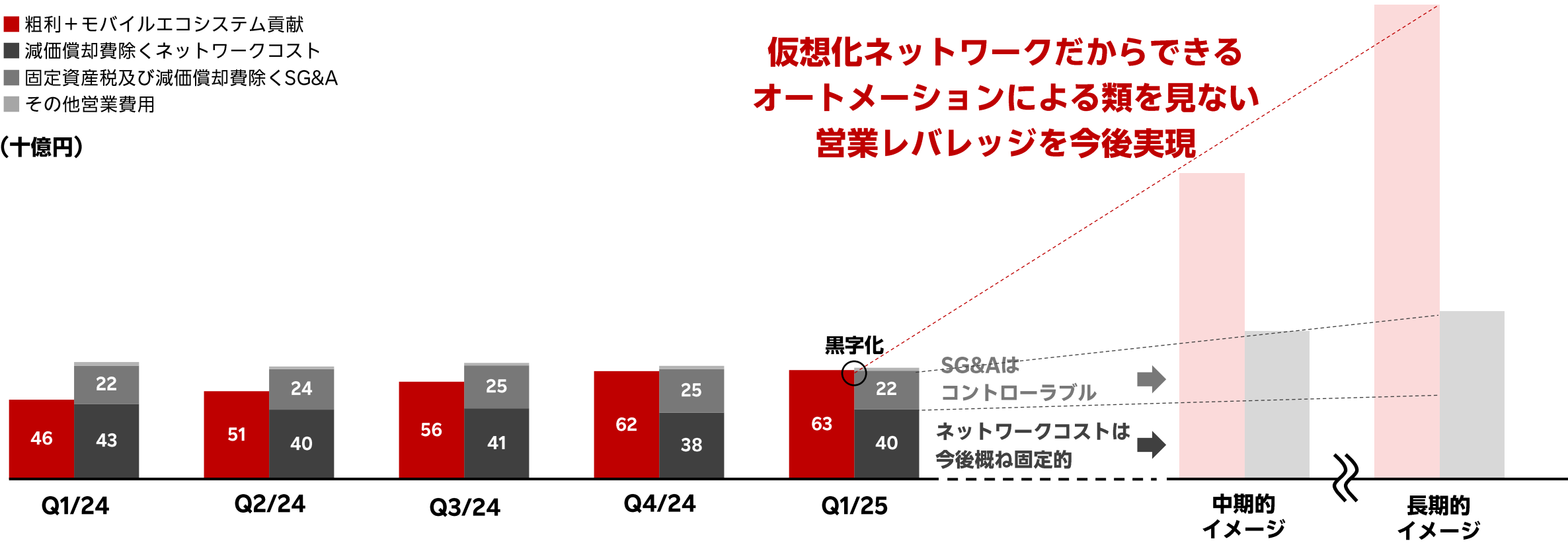


# ネットワーク仮想化により実現する高いEBITDAマージン

■ Q1/25でEBITDAマージンはプラスポジションに。費用は一定水準を維持可能であり、今後の契約数増に伴い、営業レバレッジがさらに拡大

- 粗利+モバイルエコシステム貢献
- 減価償却費除くネットワークコスト
- 固定資産税及び減価償却費除くSG&A
- その他営業費用

(十億円)

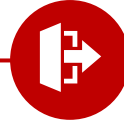


# 楽天モバイル(株)：Q1/25 主要KPI



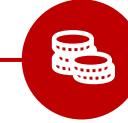
全契約回線数<sup>\*1\*2</sup>  
(2025年3月31日時点)

863万



調整後MNO解約率<sup>\*3</sup>  
(Q1/25)

1.56%



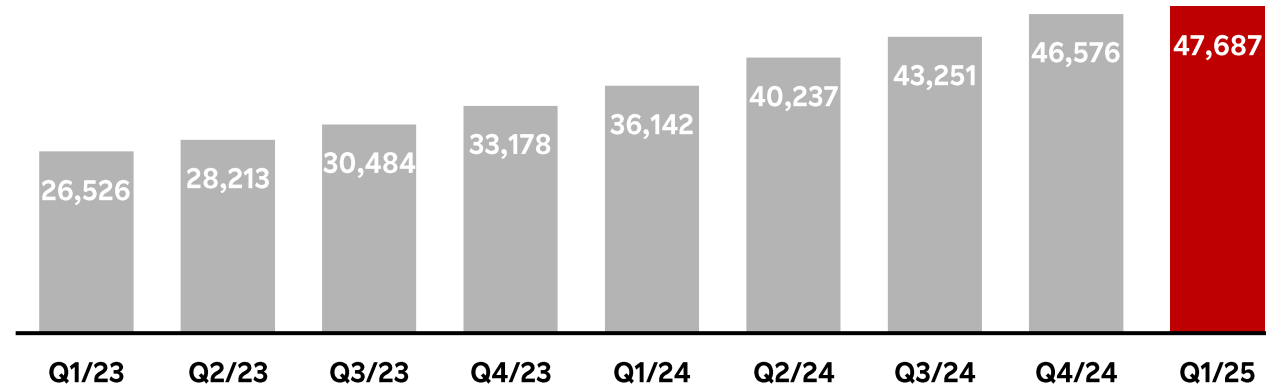
ARPU<sup>\*4</sup>  
(Q1/25)

2,827円



MNOサービス売上  
(百万円)

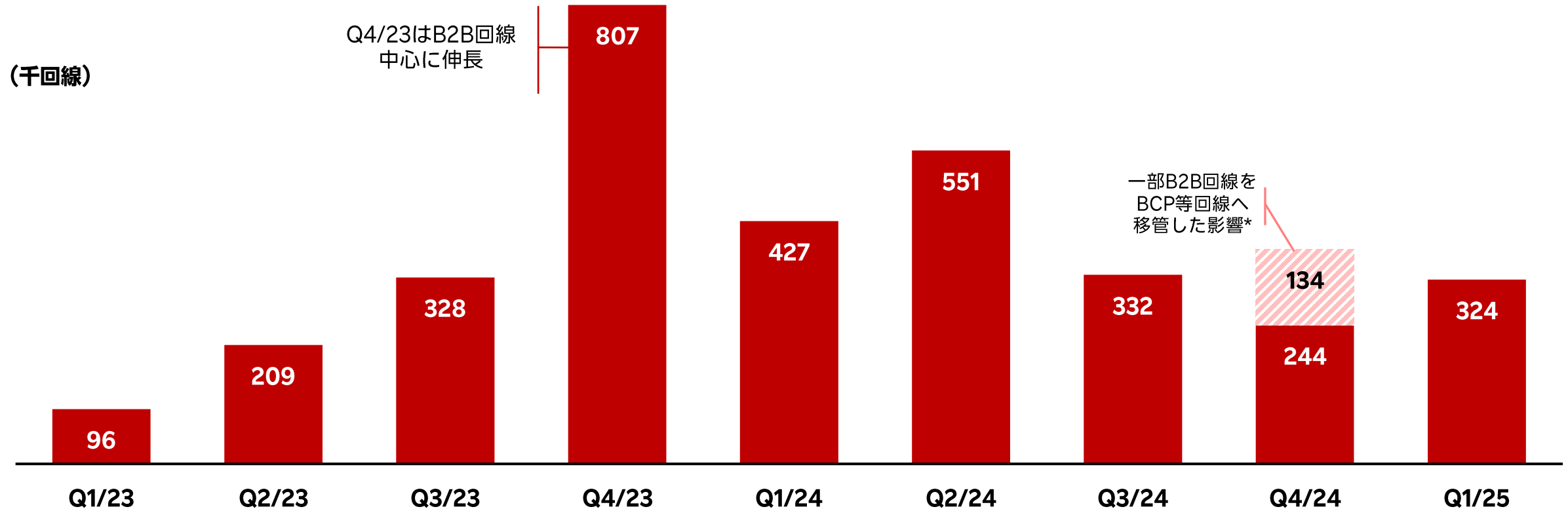
+31.9%  
前年同期比



\*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：Q3/24から法人向けMVNO回線数をMVNO回線数に反映。\*3：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。\*4：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。

# MNO純増数は、30万回線／四半期ペースから今後加速を目指す

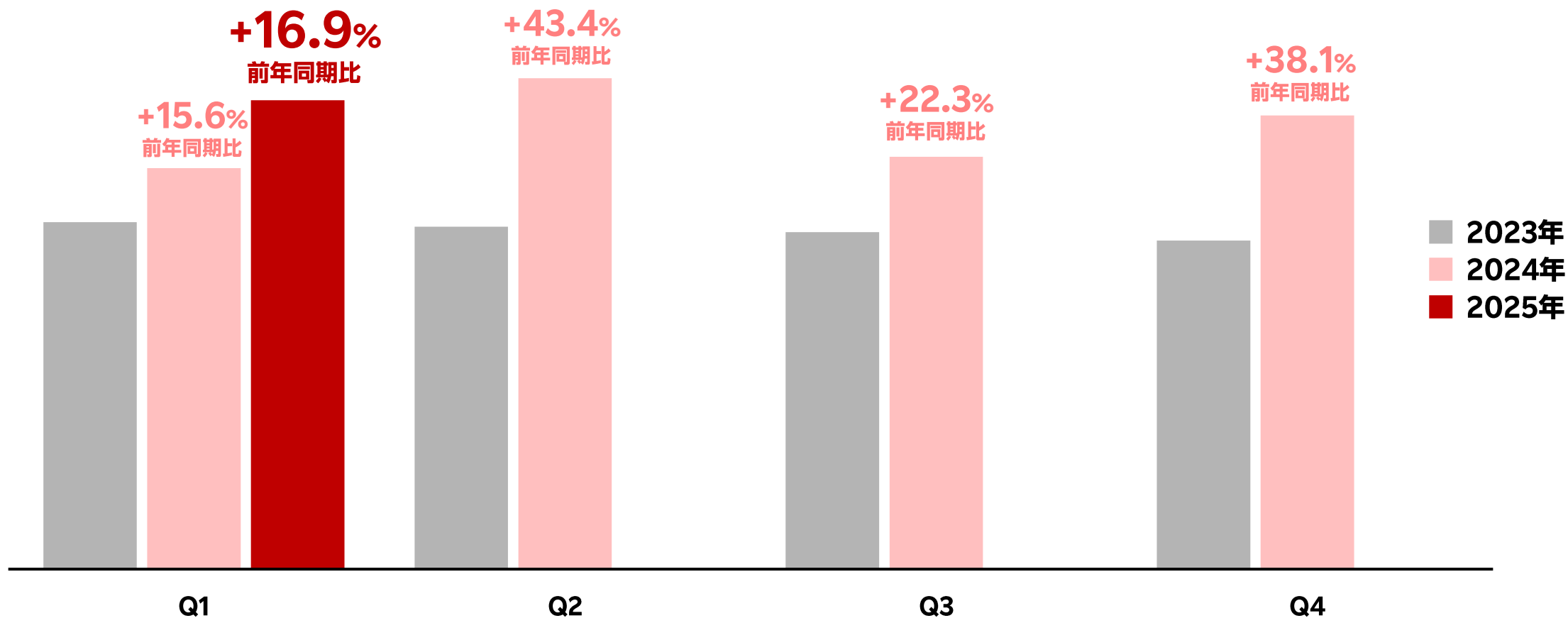
■ 前年同期を上回る開通数達成。一方、春商戦での流動性上昇により解約数が増加（詳細後述）



\*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

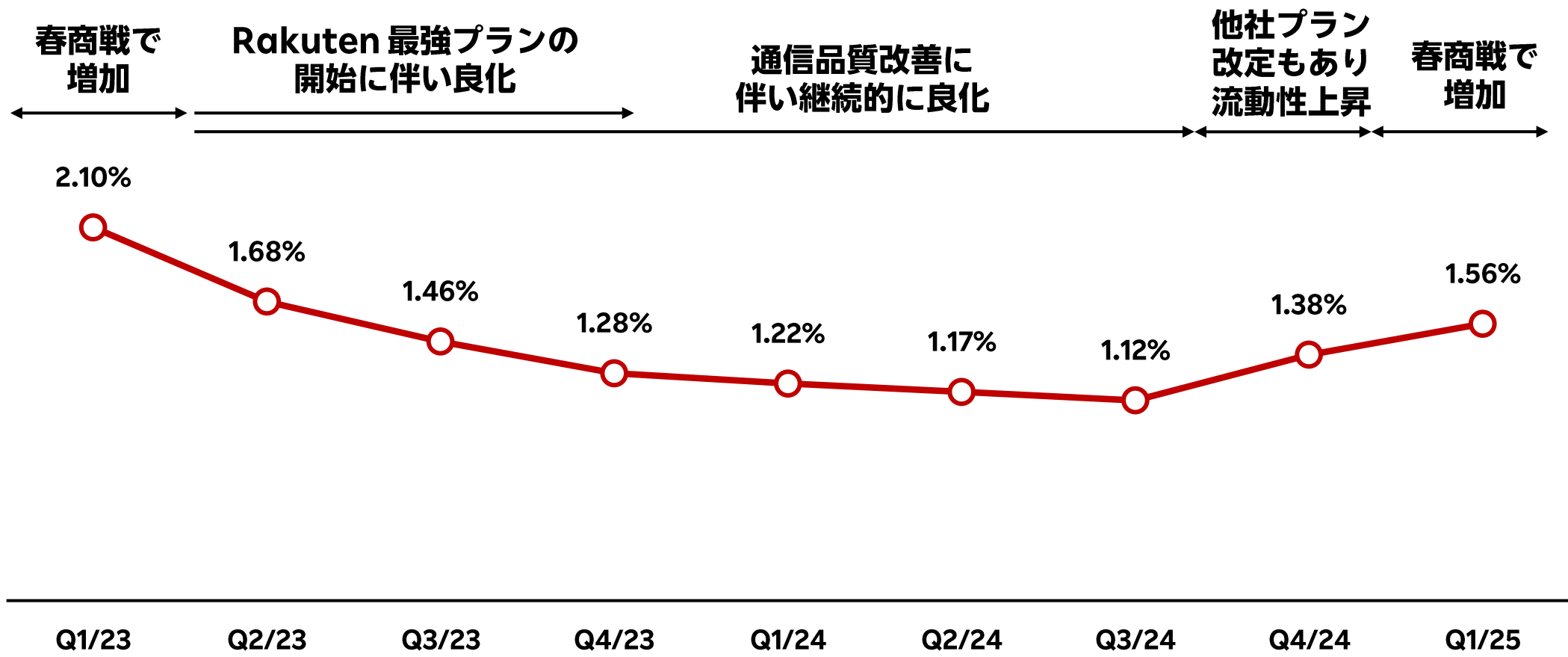
# MNO（B2C）開通数は引き続き堅調に増加。高い競争力を堅持

- Q1/25の対前年比成長率はQ1/24を上回る水準に
- MNP転入数も前年同期ならびに前四半期を上回るレベルに



# 調整後解約率\*

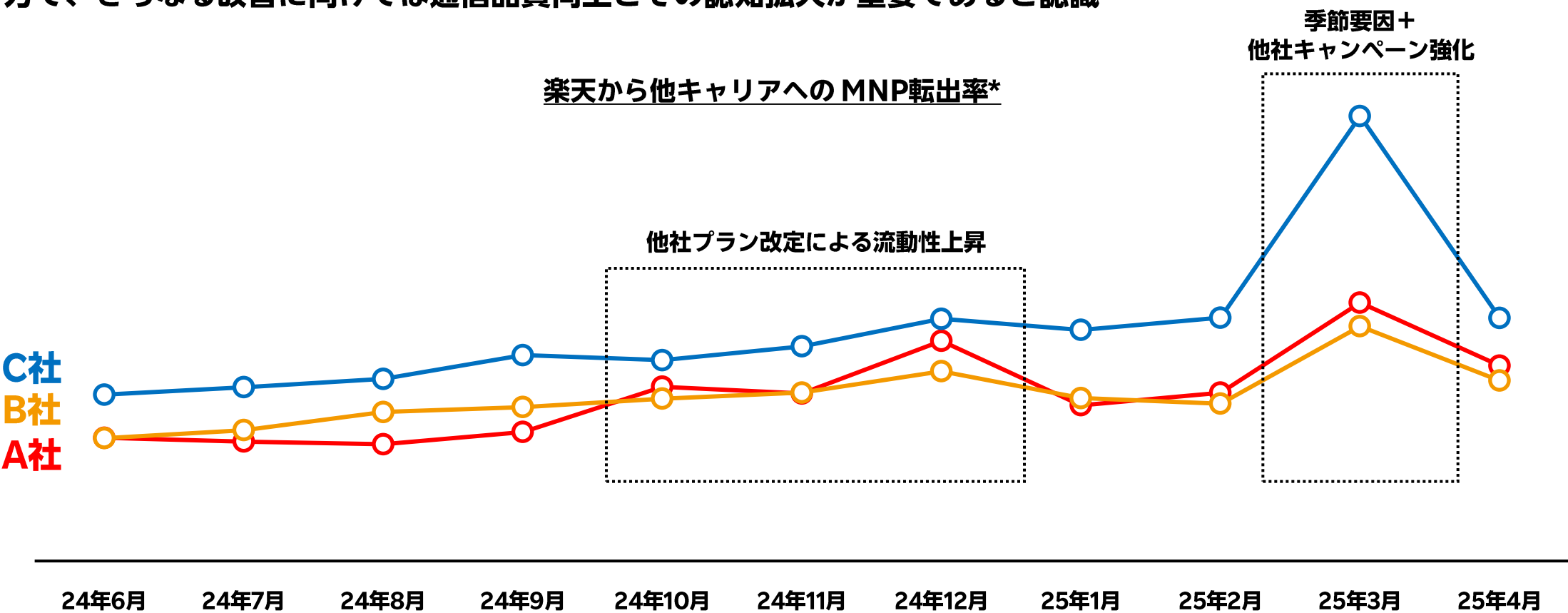
- 他社プラン改定による市場の流動性上昇に伴い増加した前四半期に対し、今四半期の上昇は春商戦に伴うもの
- 商戦終了に伴い解約率は良化を見込む



\*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

# MNP転出率\*トレンド

- 秋以降の他社プラン改定による影響は一時的な流動性上昇要因となったものの影響は短期。25年3月の転出率上昇は、季節要因及び各キャリアの一時的なキャンペーン強化に起因しており、商戦終了に伴い再び良化を見込む
- 一方で、さらなる改善に向けては通信品質向上とその認知拡大が重要であると認識

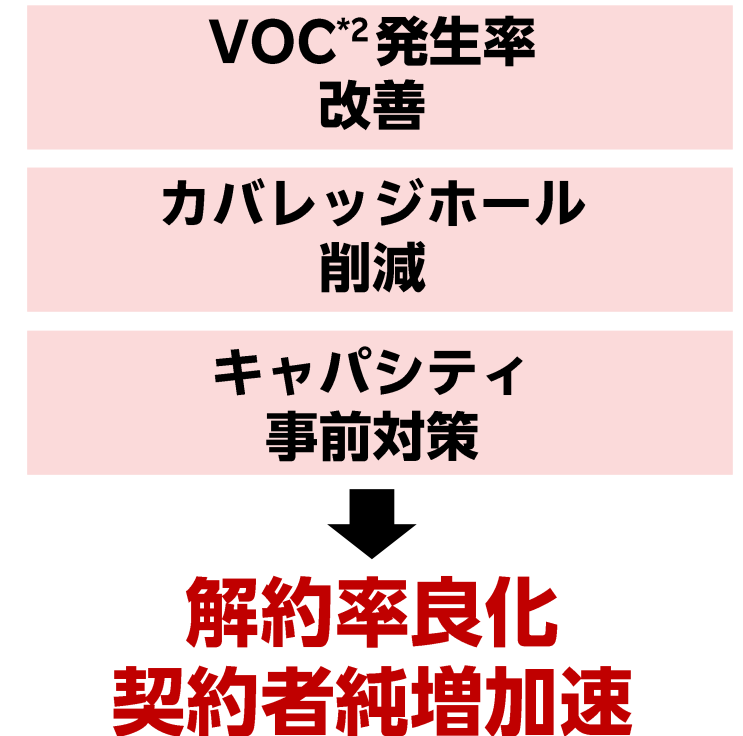
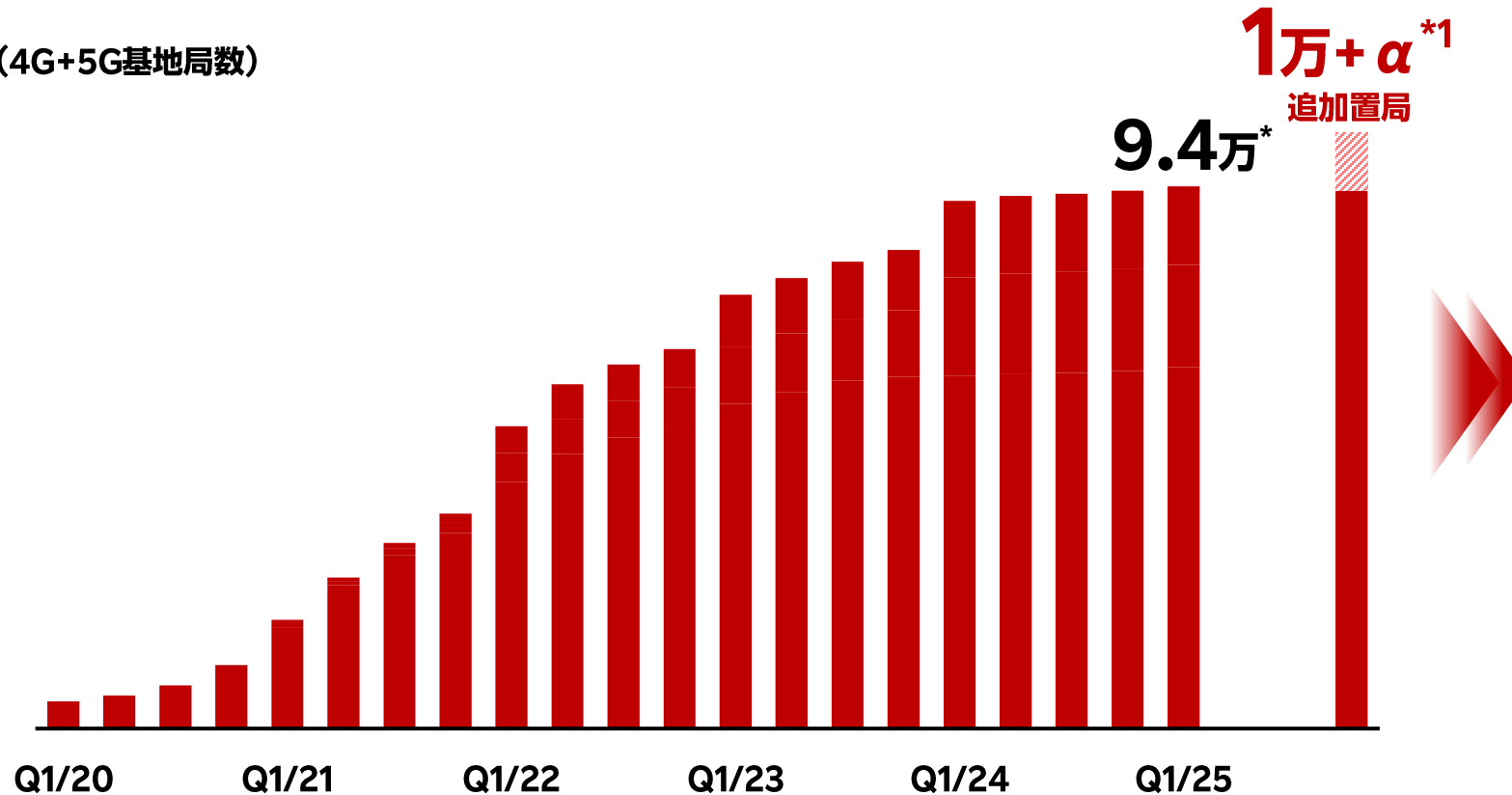


\*MNPによる転出率を、当月と前月の契約者数の平均で除したもの

# 通信品質改善に向け新規基地局設置を推進

- 2025年内に10,000局+  $\alpha$ <sup>\*1</sup>の追加置局を計画
- これにより、カバレッジホール的大幅削減を見込むと共に、人口集中エリアにおける混雑を対策

(4G+5G基地局数)



\*1: 4Gと5Gの合計。 \*2: VOC=Voice of customer



# 25年4月、機内ローミングスタート

■ 18の国際航空会社の対象機で追加申込・追加料金なしで楽天モバイルが利用可能に\*

Aer Lingus	Asiana Airlines	Biman Bangladesh Airlines	Cathay Pacific
EgyptAir	Emirates Airline	Etihad Airways	EVA Air
ITA Airways	Kuwait Airways	Lufthansa	Malaysia Airlines
SAS Scandinavian Airlines	Singapore Airlines	SWISS	
Tap Air Portugal	Turkish Airlines	Uzbekistan Airways	



\*地上、離着陸時はサービスが制限される場合あり。利用可能なエアラインおよび機体ローミングのサービスエリア、提供条件は、予告なく変更される場合あり。ご利用の際は、my楽天モバイルアプリおよびスマホの設定が別途必要。機内ローミングのデータ利用量は、プランの利用量としてカウントされ、2GB超過後は、通信速度が最大128kbpsに制限されます。対象機材及び詳細はWebサイトをご確認ください。

# AST SpaceMobile：2025年4月、日本国内での試験に成功

- 2026年末までに約60機の商用衛星打ち上げを計画。2026年第4四半期での国内サービス開始を目指す
- AST SpaceMobileのサービスは国内では楽天モバイルの独占<sup>\*1</sup>

Rakuten 最強衛星サービス <small>Powered by AST SpaceMobile</small>		S社
※衛星通信でも最強を目指します		
アンテナ サイズ	64.4㎡ (Block 2は223㎡) <small>S社の 約36倍</small>	約 6.2㎡ <small>※2024年1月時点</small>
特徴	テキストメッセージ データ通信・音声通話 動画視聴・ソーシャルメディア等の 高速インターネット通信	テキストメッセージ データ通信 音声通話
対応端末	ほぼ全てのスマホ <sup>*2</sup>	サービス対応済みスマホ

<sup>\*1</sup>：50万ドル／年のメンテナンス費を支払いの対価による。 <sup>\*2</sup>：LTE端末であれば利用可能（楽天モバイル対応・動作確認済み端末推奨）

# Rakuten 最強衛星サービス

Powered by AST SpaceMobile

生中継



## VIDEO

We are connected like this right now in real time,  
while the other side is connected via satellite.

# 獲得強化に向けて

- 通信品質の改善とその認知拡大に加えて、今年はチャネル及び地域戦略に注力
- オンラインとオフライン両輪での獲得推進で獲得ペース加速を図る

## 2024年までの 主な獲得施策

- ・ 最強家族プログラム、最強青春プログラム等、属性別・世代別のプログラム展開
- ・ リファラルマーケティング
- ・ 楽天エコシステムユーザー向け獲得施策
- ・ 都市部を中心とした交通広告の展開

- ☑ 20-40代中心に  
オンライン経由での獲得加速
- ☑ 都市部の獲得増加

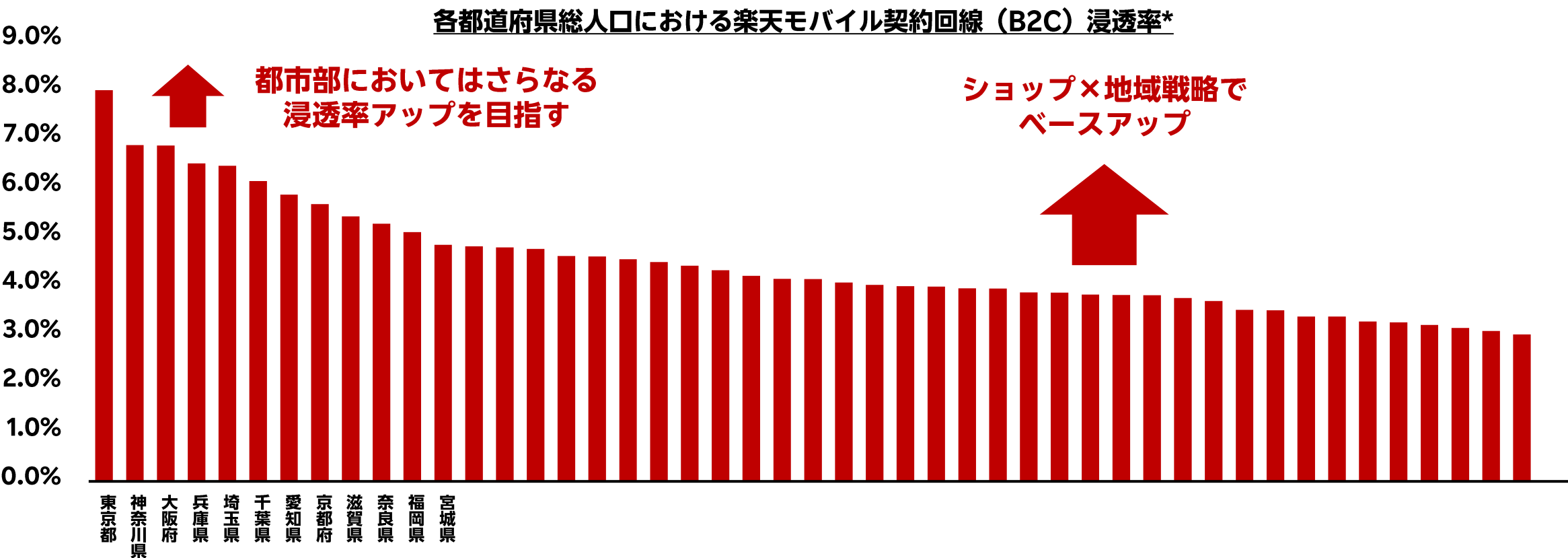
## 2025年 予定施策

- ・ ~2024年施策の継続
- ・ 店舗数拡充によるオフラインチャネル強化
- ・ マーケティング施策の地域毎ローカライズ

- 中高齢の獲得推進
- 都心以外での獲得数拡大

# ショップ×地域戦略で浸透率のベースアップを図る

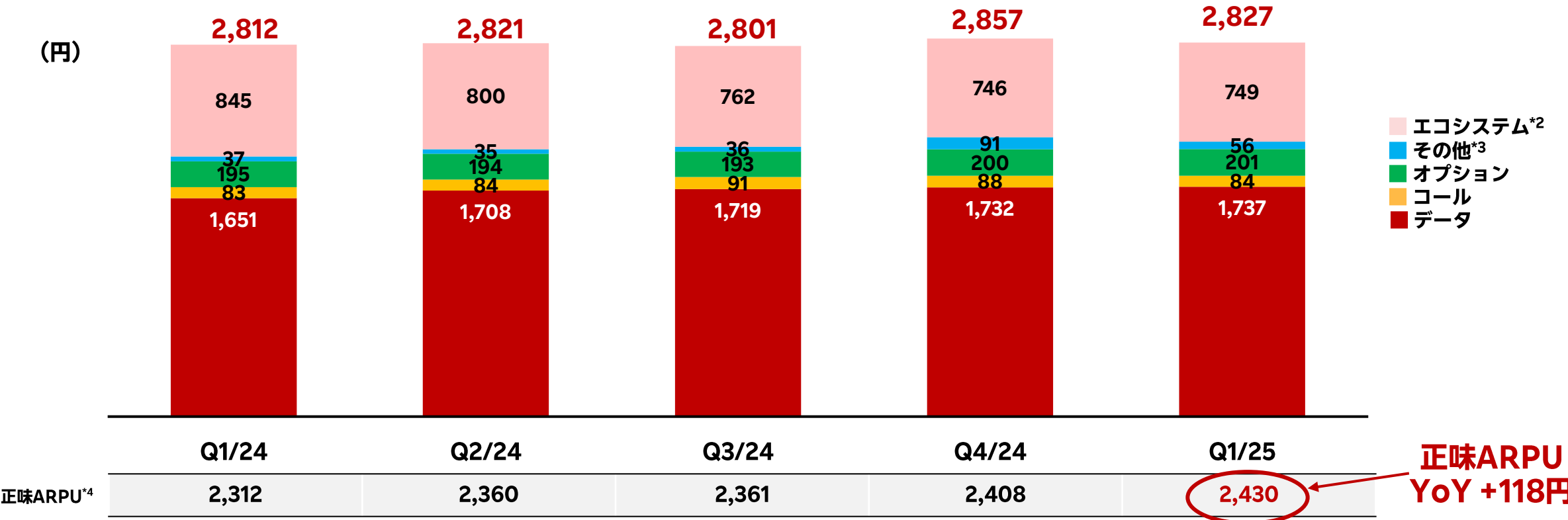
- 東京都の人口に対する楽天モバイルの契約者率は25年3月末時点で8%
- ショップ×地域戦略で、全国の浸透率のベースアップを実現することで、契約者数の拡大加速を目指す



\*都道府県人口は令和6年1月1日現在住民基本台帳に基づく人口を用いて算出。楽天モバイル契約回線数は25年3月末時点。

# ARPU<sup>\*1</sup>動向

- 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



<sup>\*1</sup>: 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。  
<sup>\*2</sup>: 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。  
<sup>\*3</sup>: 広告、B2B雑収入を含む。  
<sup>\*4</sup>: 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。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。

# モバイルを核とした更なるシナジー創出に向けたグループ内組織再編を実施

■ 本再編により、売上拡大とオペレーション効率化を企図



\*モバイルデータ通信サービス（楽天モバイル回線を用いたMVNO・MVNEサービス）は、楽天コミュニケーションズ㈱にて事業を継続。

# ソリューション拡充による法人事業アップセル推進

- 25年4月より、楽天コミュニケーションズの取扱商品もラインアップに加え、さらなるニーズへの充足を企図
- 各業界特有のニーズに対応した総合的な商品とサービスを提案

ソリューション種別		サービス数 <sup>*1</sup>	主なサービス
SaaS	SaaS	55	楽天モバイルあんしん管理, Buddycom
	AI	4	Rakuten AI for Business, MiiTel phone
Fixed	固定回線	15	KŌSOKU Access, Turbo
UCaaS <sup>*2</sup>	CS	2	楽天コネクトSmacom, 楽天コネクトStorm
IP・ISP	IP電話	6	モバイルチョイス050, IP-phone
合計		82	※2025年内開始予定の10サービスを含む

Q1/25 付帯率  
**+20.4pt**  
前年同期比

<sup>\*1</sup>: 表内のサービス数は、2025年内の開始サービス数を含む。 <sup>\*2</sup>: Unified Communications as a Service。メール・テキストチャット・音声・ビデオ会議などの統合コミュニケーションを、インターネット経由で提供するサービス。



# Rakuten Symphony

# 楽天シンフォニー Q1/25 事業進捗

- 新たに13社との契約を締結
- 9社とのパートナーシップを締結・強化。今後の各種ソリューション展開を加速

## 新顧客（PoC含む）

ウクライナ通信大手

Veon Kyivstar



(RAN)

テルコム・ケニア社



(RAN)



(OSS)



(CPaaS)



(Rakuten Maritime)



(CPaaS)



(CPaaS)

etc...

## 新パートナーシップ締結（強化）

リアルOpen RANライセンスプログラムを導入促進



クラウドソリューショングローバル展開強化



その他、Open RAN、クラウド、OSS等  
各種ソリューションの提供促進



etc...

# 相互関税影響について（モバイル）

■ 調達、供給面何れにおいても直接的な影響はなし。今後の状況を注視

	Q1/25（1~3月）影響	足もとの影響	今後想定され得る環境変化
楽天モバイル	調達：影響なし 供給：影響なし	調達：端末は相互関税対象外で影響なし。 基地局部材も米国産品の取扱なし 供給：影響なし	調達：半導体価格の上昇による 各種調達コスト上昇可能性 供給：米国景気冷え込みが日本に波及 した場合、消費者の固定費見直しの 機運が高まり、楽天モバイル への機会にも
楽天シンフォニー	調達：米国からの調達なく影響なし 供給：影響なし	調達：影響なし 供給：影響なし	調達：影響なし 供給：米国企業の景気悪化による契約終 了や新規契約獲得ハードル上昇等。 デジタル課税発動によるリスクも

# 3. 財務

---

# 財務戦略

- 不透明感が強まるマクロ環境の中でも、引き続き当初の財務方針・戦略を維持
- 状況は注視しつつも、財務目標についても現状変更はない

## 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

**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**

### 事業面

- ・ コア事業の継続的な利益成長
- ・ 全社的な効率化・コスト削減
- ・ 運転資本の削減

### 財務面

- ・ **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**

## 目標

**非金融事業純有利子負債<sup>\*1\*2</sup>/非金融事業Non-GAAP EBITDA<sup>\*3</sup>5倍以内**  
**連結自己資本比率10%**

\*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）

# 社債

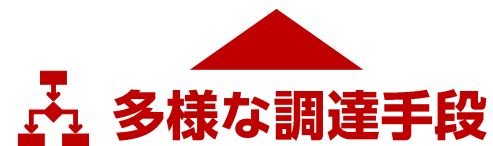
- 多様な資金調達手段により、高まるボラティリティにも柔軟に対応、安定的な財務運営を企図
- 2026年4月に初回コール日を迎えるドル建て永久劣後債については、初回コール日での期限前償還を実施する方針

## 2025年に満期\*が到来する有利子負債



- ☑ 2025年に償還を迎える全ての社債の資金を確保済み  
(ハイブリッド債のリプレイスメントを含む)

## 2026年以降に満期\*が到来する有利子負債

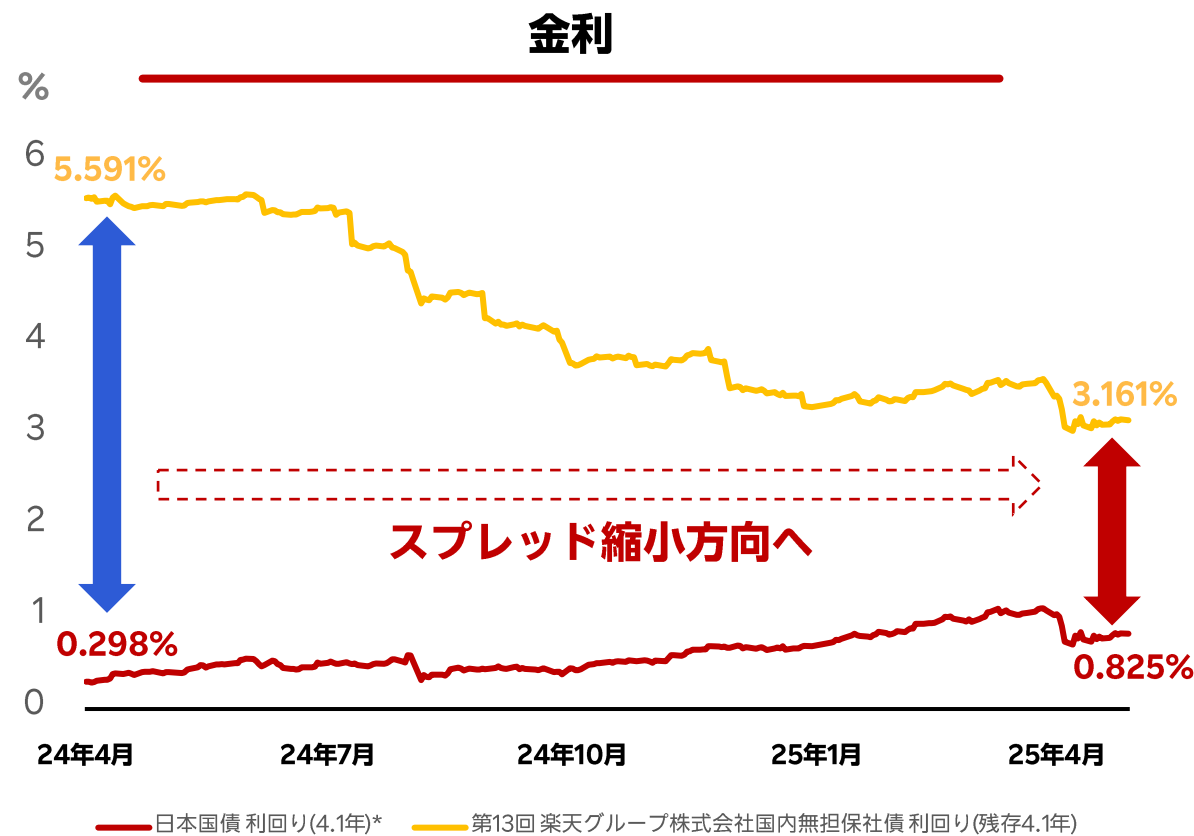


- モバイルを含むグループ内CFの伸長
- 国内社債／劣後債、外貨建て社債／永久劣後債
- 社債型種類株式
- 楽天キャピタルが保有するポートフォリオ
- 必要に応じた非有利子負債性調達

\*劣後債については初回コール日

# グローバルマクロ経済不透明性の影響（財務）

- 金利：クレジット良化に伴うスプレッド縮小で、ベース金利が上昇したとしても、当社の調達金利は低下傾向
- 為替：過年度に発行した外貨建て社債はすべて通貨スワップを締結しているため元本・金利は固定済み。  
ただし、為替換算調整勘定を経由するバランスシートへの影響は注視



\*日本国債の4年物及び5年物の利回りを線形補間し算出

為替

楽天グループ株式会社 外債建て社債一覧

名称	発行日	残存金額	利率
2029年4月満期 ドル建無担保社債	2024/4/10	3,034億円 (2,000百万米ドル)	6.0393%
2027年2月満期 ドル建無担保社債	2024/2/6	2,656億円 (1,800百万米ドル)	7.21712%
米ドル建ノンコール5年 永久劣後特約付社債	2024/12/13	826億円 (550百万米ドル)	5.207%
米ドル建ノンコール5年 永久劣後特約付社債	2021/4/22	817億円 (750百万米ドル)	3.98746%
ユーロ建ノンコール6年 永久劣後特約付社債	2021/4/22	1,304億円 (1,000百万ユーロ)	4.5789%
米ドル建ノンコール10年 永久劣後特約付社債	2021/4/22	1,089億円 (1,000百万米ドル)	4.57247%

通貨スワップ締結済の為、  
為替変動の影響は限定的

Q1/25金融収益及び費用の前年同期比▲374億円は、円高に起因する、永久劣後債に係るデリバティブ損益の変動▲338億円が主因。  
(IFRS会計上、当該永久劣後債にはヘッジ会計が適用されていない)  
なお、キャッシュアウトを伴うものではない。

## 4. AI

---

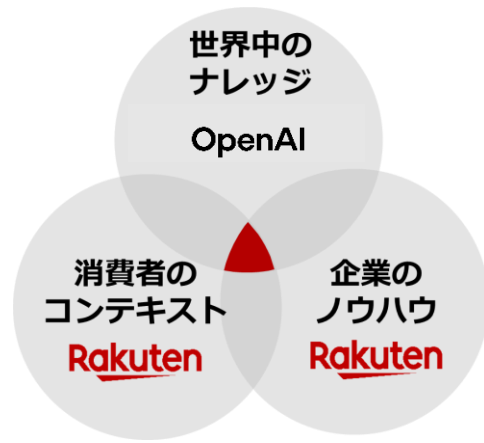


# 楽天における **AI-nization** プラン

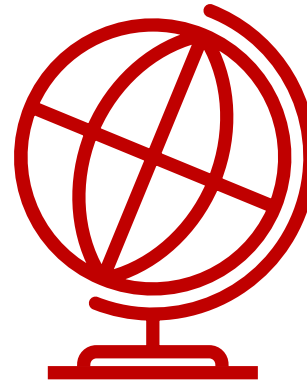
## Vision

AIの力で人間の**創造力**を高める

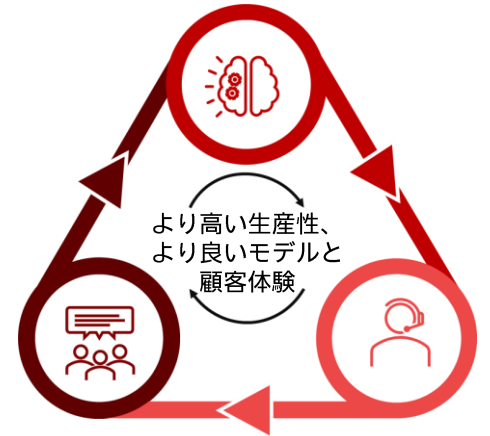
## 戦略



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  
「フライホイール」

## ロード マップ

### 第1弾

ディープ  
ラーニング基盤

### 第2弾

企業向け  
Rakuten AI

### 第3弾

消費者向け  
Rakuten AI

# 2025年第1四半期：AI活用における着実な進展を遂げた3カ月

## ■ 楽天エコシステム全体で15以上の製品、サービス、ツールをリリース

### 1月

セマンティックレコメンデーション  
楽天フランスで利用開始

**Rakuten AI for Business**  
楽天モバイルを通じてサービスを開始

### 2月

楽天プロモーションプラットフォーム  
(広告)

キーワード/CPC機能の改善導入  
検索キーワードロジックを導入

コンテキスト検索  
楽天ファッションの人気検索

**Rakuten AI 2.0 & 2.0 mini**  
オープンモデルとして一般提供開始

**Rakuten Analytics**  
自動品質管理を開始

**Rakuten AI for Rakutenians**  
複合的な情報処理能力を実装

### 3月

セマンティックレコメンデーション  
台湾楽天市場で利用開始

**Rakuten AI for Rakutenians**  
統合ウェブ検索を実装

**Rakuten Analytics**  
自動A/Bテストレポート

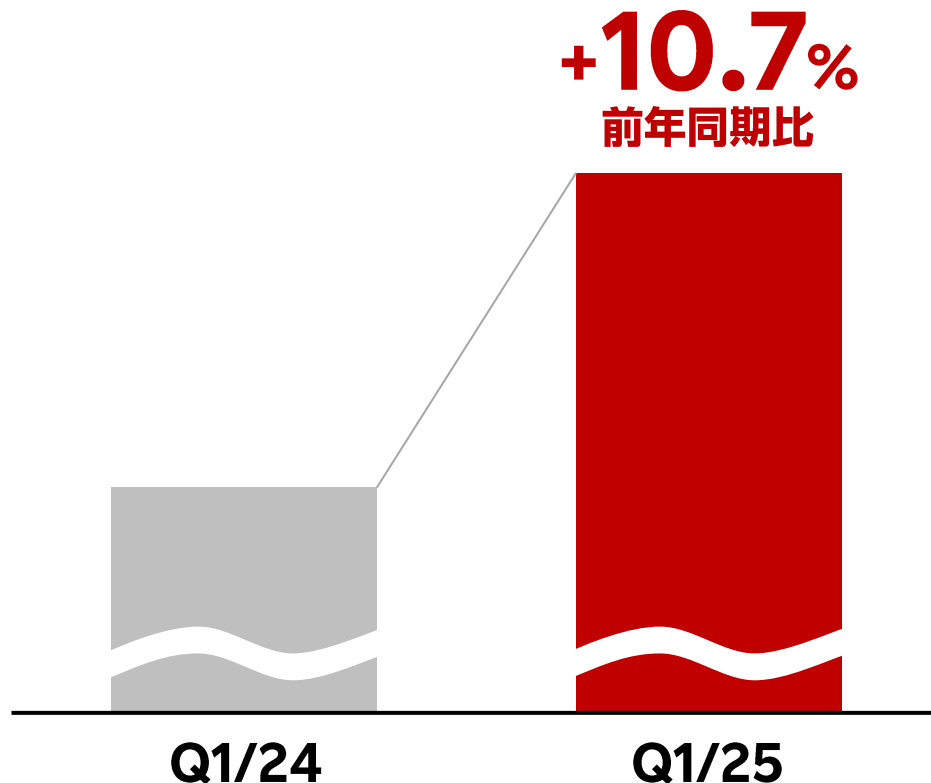
**Rakuten AI Assistant**  
[Snap & Ask] ビジュアル検索

■ ディープラーニング ■ 企業向けRakuten AI ■ 消費者向けRakuten AI ■ 言語モデル

# セマンティック検索：第1四半期の楽天市場検索経由GMSが2桁成長

■ 楽天市場における検索経由GMSは、AI活用により前年同期比**10.7%**増加

AIによる押し上げ効果：検索経由GMS



成長のドライバー

- ・ **2024年1月**：楽天市場に埋め込みでの **セマンティック検索**を実装
- ・ **2024年6月**：追加及び最新のデータによるトレーニングで、**セマンティックモデルを改善**
- ・ **2024年9月**：ショップ内の検索結果における**ハイブリッド検索**を実装。キーワード検索とセマンティック検索の両立による検索精度向上に寄与

近日リリース予定  
最先端の検索アーキテクチャ

**人気検索**：関連性の高い検索結果において、トレンドとなっているアイテムを表示

**パーソナライズ検索**：顧客の好みに合わせて検索結果を最適化

**ディープラーニングランキング**：顧客の意図にマッチした検索結果のランキング表示を可能に

# 楽天プロモーションプラットフォームを通じた**広告へのAI貢献**

- AIアルゴリズムの改善により、広告主及び楽天の収益を押し上げ

## 楽天プロモーションプラットフォーム

**キーワード/クリック単価レコメンデーション機能**  
キーワードと最適な入札価格を提案することで、  
出店店舗による検索広告への商品登録を容易に

**検索キーワードロジック改善**  
データのクレンジングと集約を施した追加データを用いて  
クリック率予測の精度を高める、より精度の高い指標を提供

### 検索広告クリック率

### 検索リクエストあたり広告売上



# Rakuten AI for Rakutenians

■ マーケティング、オペレーション、セールス、エンジニアリング全体で、生産性と効率性を向上

# 16,000以上

これまでにRakuten AI内で作成されたカスタムAIツール・テンプレート数  
13,000人以上の従業員がRakuten AIを毎日利用

# ~ 80%

AIを活用したソフトウェア開発で、  
製品リリースまでの期間を短縮



AIによる製品要件ドキュメント生成

AIによるソフトウェアプロトタイプ作成

AIのユニットテストケース作成

AIによるコード保守支援

# 言語モデル：Rakuten AI 2.0 LLM & 2.0 Mini がオープンモデルとして利用可能に

■ 自社開発の次世代言語モデルが、発表時点（2025年2月12日）での同規模のLLMで最高レベルの日本語パフォーマンスを実現

## RAKUTEN AI 2.0 8x7B MIXTURE OF EXPERTS LLM

30倍のキュレーションされたデータセット  
楽天AI 7Bの8倍の規模&コストは2.5倍の微増

## RAKUTEN AI 2.0 MINI 1.5B SLM（小規模言語モデル）

ネットワークエッジでの使用を想定された設計  
ゼロからの学習及び開発  
高いコスト効率

### Rakuten AI LLM：日本の企業やプロフェッショナルにとっての独自の強み

#### スマートなトレードオフを実現

楽天ユーザーと顧客がパフォーマンス、セキュリティ、レイテンシー、コストのバランスを最適化できるよう支援

#### 日本のビジネス向けに構築

独自の言語、文化的背景を捉え、礼節をわきまえた言い回しや所作などに対応  
著作権法および個人情報保護法（APPI）に準拠

#### コミュニティをエンパワー

オープンソース化されており、楽天グループ公式Hugging FaceリポジトリのApache 2.0ライセンスを通じて誰でも利用可能

# Rakuten AI Assistant : 「Snap & Ask」 機能

■ 最新アップデートにより、AIを活用した画像検索が、日本の利用者全員に対し使用可能に

## ステップ1：写真を撮影

メニュー、看板、商品等、  
気になるものを撮影

## ステップ2：AIに聞く



翻訳

あらゆる言語間でテキストを瞬時に翻訳



理解

詳細な説明を即座に取得



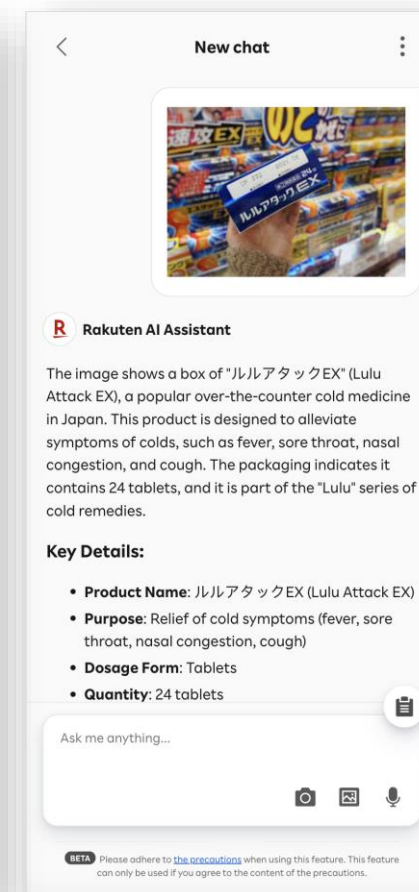
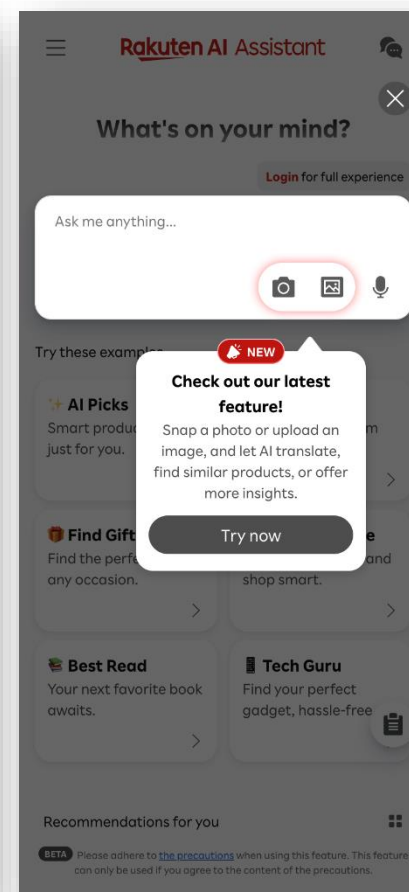
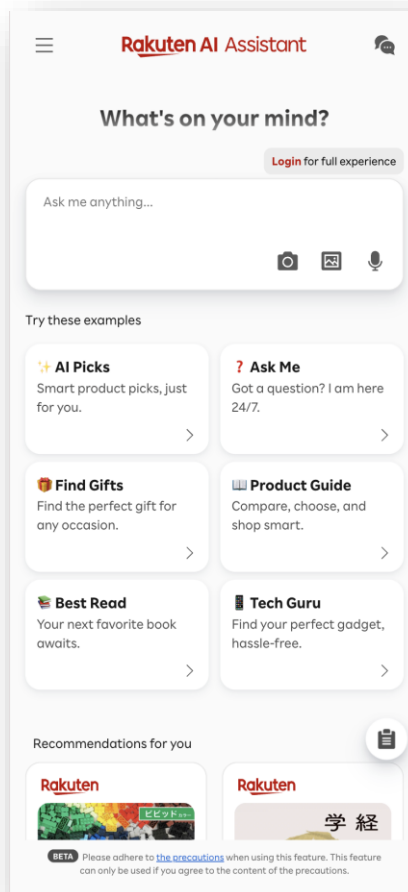
賢くお買い物

製品の機能を理解し、レビューを発見し、  
オンラインで購入



もっと発見する

気になる食べ物の情報、作り方、  
どこで体験できるのか、さらなる詳細を発見



# 今後の展望：楽天が描く、エージェント型AIの未来

- 最新のトレンドと技術革新を生かし、楽天エコシステムに関わる全ての企業、顧客、パートナーがAIをより手軽に、より強力に、そしてより便利に活用できる姿を目指す

01

## 人間とAIエージェントの協働を促進

人間を中心に据えながら、AIによる革新的な生産性向上を支援するツールとサービスの開発を目指す

02

## 特化型AIへの投資

独自のデータとドメイン知識を活用し、クライアントと一般消費者の現実世界の課題を解決する、クラス最高のAIエージェントを構築

03

## AIによる価値創造の加速

エージェント型AIの新たな活用方法を開拓し、ビジネスパートナー、広告主、そして楽天エコシステムの拡大と成長を推進



**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。