

**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**



- 皆様、本日はご多用の中ご参加していただき、誠にありがとうございます。楽天グループの2025年第1四半期の財務状況について、詳細にご報告いたします。

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

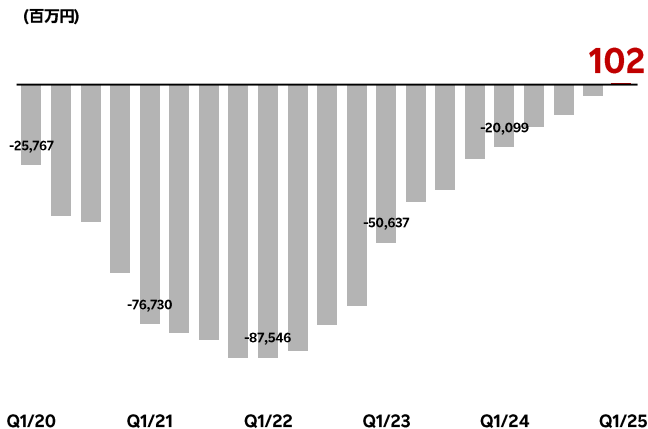
4 AI

- 本日のプレゼンテーションでは、全体のサマリー、各セグメントの業績、財務状況、さらにAIに関する最新の取り組みについて、順を追ってご説明いたします。最後までご清聴いただけますと幸いです。

1. サマリー

- まずはじめに、楽天モバイルの状況についてご報告します。

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

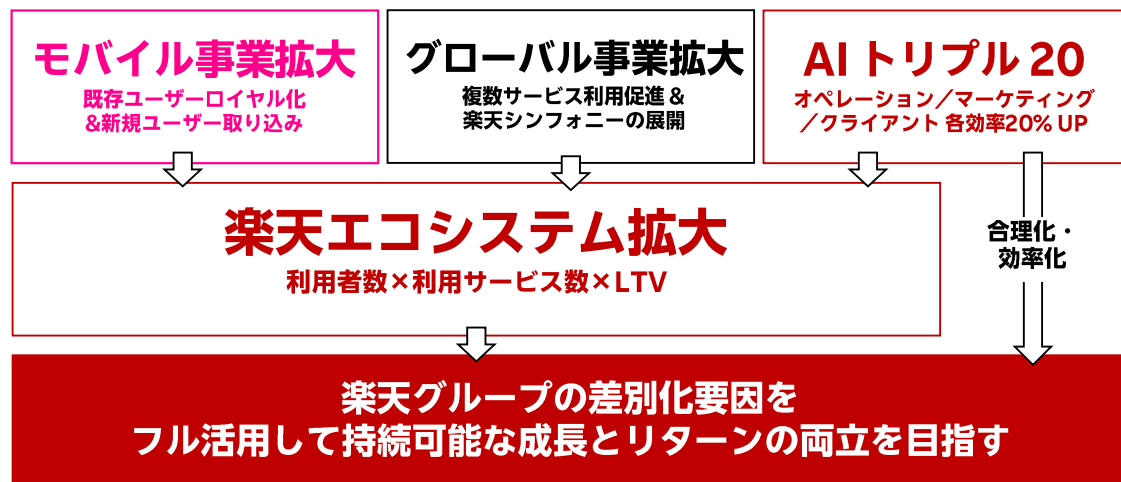
2025年通期EBITDA
黒字化に向けて好発進

R

4

- 第1四半期に、固定資産税を除くEBITDAで1億円の黒字を達成しました。昨年以降、赤字の改善が継続しており、通期でのEBITDA黒字化に向けて着実に前進していることを示しています。ネットワーク品質の向上や顧客獲得戦略の成果が表れており、今後もさらなる成長を期待しています。

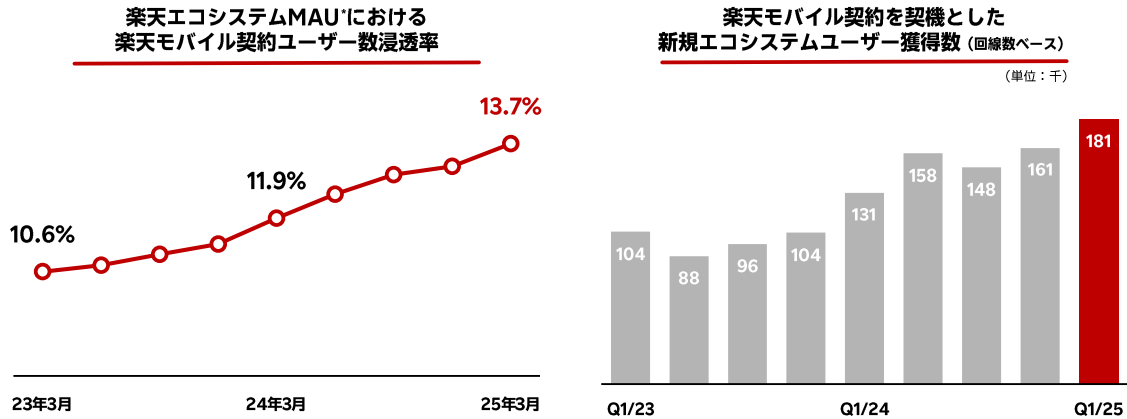
楽天グループの長期成長モデル



- 楽天グループの長期成長モデルは三つの柱で構成されています。第一に楽天モバイル事業の拡大、次にグローバル事業展開、そしてAIを活用した「トリプル20」です。
- これらを通じて、ユーザー数の増加、サービス利用の拡大、顧客生涯価値の向上を図り、持続可能な成長と高いリターンを目指しています。特にエコシステム全体の拡大に注力し、差別化されたサービスで競争優位性を確立してまいります。

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



*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

R

6

- 楽天モバイルはエコシステムの中核として重要な役割を担い、契約者数は継続的に増加し、2025年3月時点でエコシステムにおけるモバイルユーザー数の浸透率は13.7%に達しています。
- さらに、モバイル契約者が新規エコシステムユーザーの獲得を牽引し、第1四半期には18.1万の新規ユーザーを生み出しました。これにより、楽天のサービス全体の利用が促進され、エコシステムの垂直・水平方向の拡大に貢献しています。

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

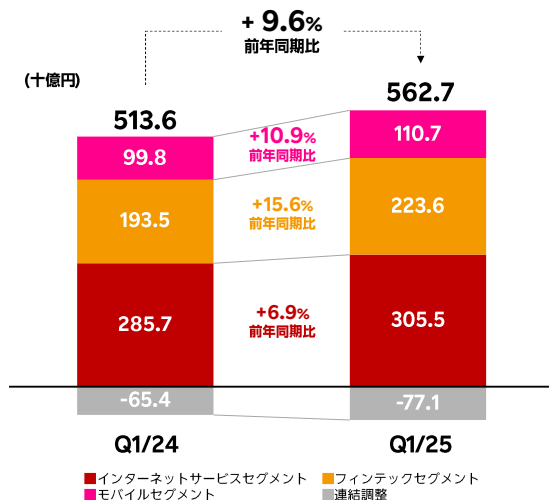


R

7

- AIについては、業務効率を20%向上させる「トリプル20」を推進し、約3万人の従業員のうち13,000人以上の社員が社内AI「Rakuten AI for Rakutenians」を活用しています。
- さらに16,000以上のカスタムAIが事業運営全体で作成・使用されており、広告、UXパーソナライゼーション、コーディング、カスタマーサポート、営業サポートなど多岐にわたり効果を発揮しています。楽天を、AIを圧倒的に使い倒す、“AI大国”として進化させていきたいと思っています。

Q1/25 連結売上収益

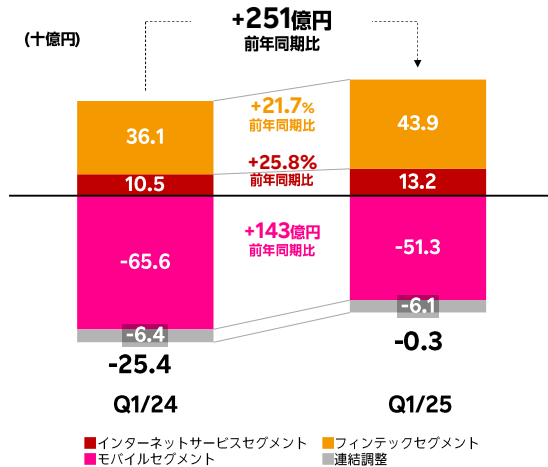


第1四半期 過去最高 売上

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

- 第1四半期の連結売上高は5,627億円となり、過去最高を記録しました。前年同期比で9.6%の増加であり、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売上が伸びております。

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)

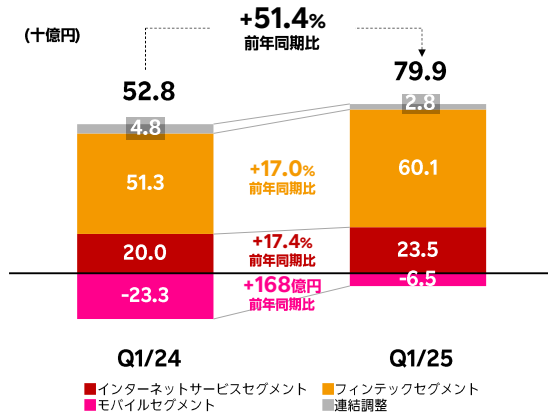
楽天モバイルの増収による損失改善、
楽天銀行、楽天ペイメントの大幅増益等を背景に大幅改善

*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悪影響を及ぼす修正を実施。



- 営業利益に関しても全セグメントで増益及び改善が見られ、前年同期比で251億円の改善となりました。特にモバイルセグメントの損失が大幅に縮小しました。

Q1/25 連結EBITDA^{*1*2}



連結EBITDA 799億円

**非金融EBITDAも
198億円の黒字**

^{*1}: EBITDAはNon-GAAP営業利益に減価償却費等を加算して算出。 ^{*2}: 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題及修正を実施。



- EBITDAは799億円で、前年同期比51.4%の増益を達成しました。非金融EBITDAも198億円の黒字となり、全セグメントで好調な業績を維持しております。これらの数字は、楽天グループ全体の健全な財務基盤を示すものであり、今後の成長に向けた強力な土台となっています。

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



Q1では前年同期比
251億円改善の-3億円



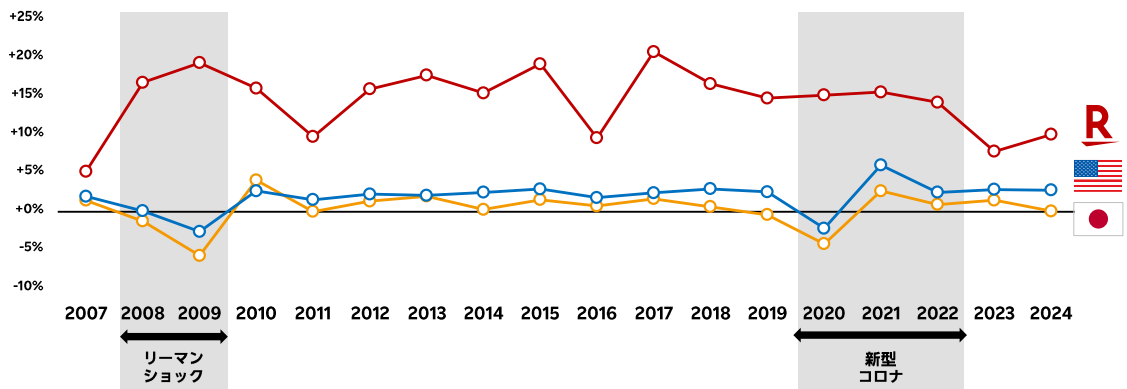
Q1では前年同期比207億円改善の-65億円。
固定資産税を除くと1億円の黒字

- 今後も連結Non-GAAP営業利益の拡大に注力し、楽天モバイルの通期EBITDA黒字化を目指してまいります。マクロ経済の不確実性がありますが、現時点で目標の変更は必要ないと考えております。引き続き、経営の安定性と成長の両立を図ってまいります。

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



R

12

- マクロ経済の影響についてですが、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日本および米国のGDP成長率の推移に左右されない成長を持続しています。高まるマクロの不確実性への警戒は必要ですが、引き続き期初に提示した収益目標に向けて事業を推進し、持続的な成長を追求してまいります。

2. セグメント別業績

- 次にセグメント別業績の説明をさせていただきます。

インターネットサービスセグメント

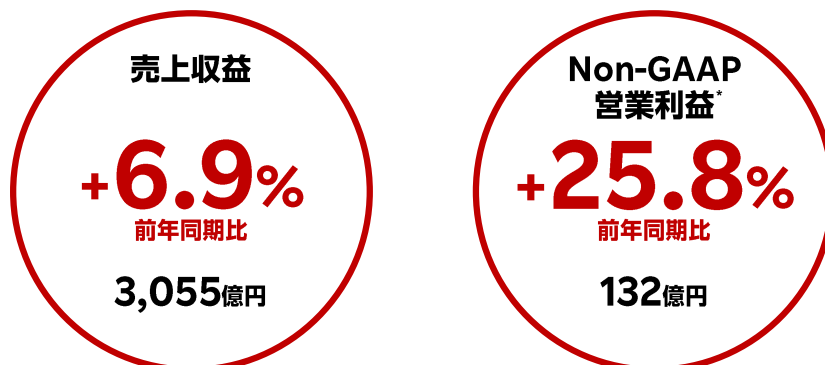
R

14

- それでは最初に、インターネットサービスセグメントの第1四半期業績ハイライトについてご説明いたします。

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



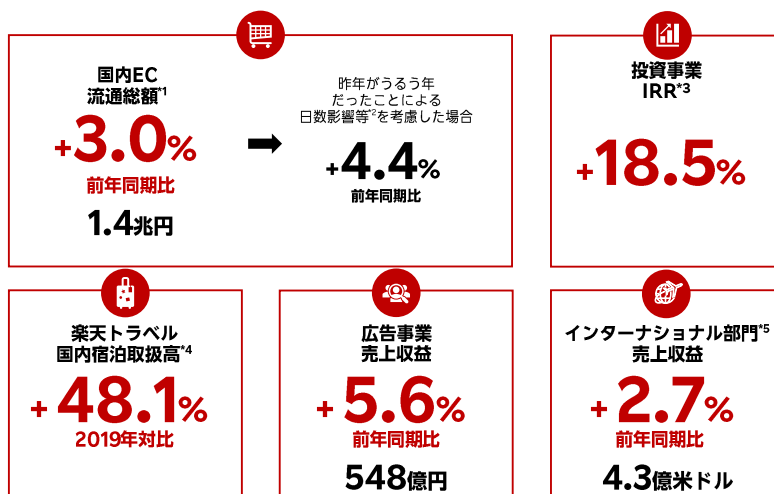
*Q3/24～モバイルエコシステム貢献額をセグメント業績に反映したことに伴い、Q1/23以降のセグメント業績に勘及修正を実施。



15

- 売上収益は3,055億円となり、前年同期比で6.9%の増収を達成しました。Non-GAAP営業利益は132億円となり、前年同期比で25.8%の大幅な増益となっております。
- 国内EC事業とインターナショナル事業の双方で増収増益を実現し、特に楽天市場を中心とした流通総額の拡大が業績を牽引しています。また、Rakuten Koboのカラー電子書籍リーダーの販売も好調に推移しており、事業の多角化が進んでいます。

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、勘定修正を実施。 *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～日本円ベースで開示。 *4: 国内宿泊チェックアウト流通総額、法人様へ。 *5: オープンコマース、Rakuten Rewards（米国、欧州、カナダ）、Fillir、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。



- 続いて、インターネットサービスセグメントの主要なKPIをご覧ください。国内ECの流通総額は1.4兆円に達し、前年同期比で3.0%の増加となりました。2024年のうるう年の反動や、大雪や寒波など悪天候の影響を除くと4.4%の増加となっており、堅調な成長を示しています。
- 楽天トラベルの国内宿泊取扱高は2019年と比較して48.1%増加しております。広告事業の売上収益は548億円で、前年同期比5.6%の成長となっています。
- インターナショナル部門の売上収益は4.3億米ドルとなり、前年同期比で2.7%の成長を達成しています。

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

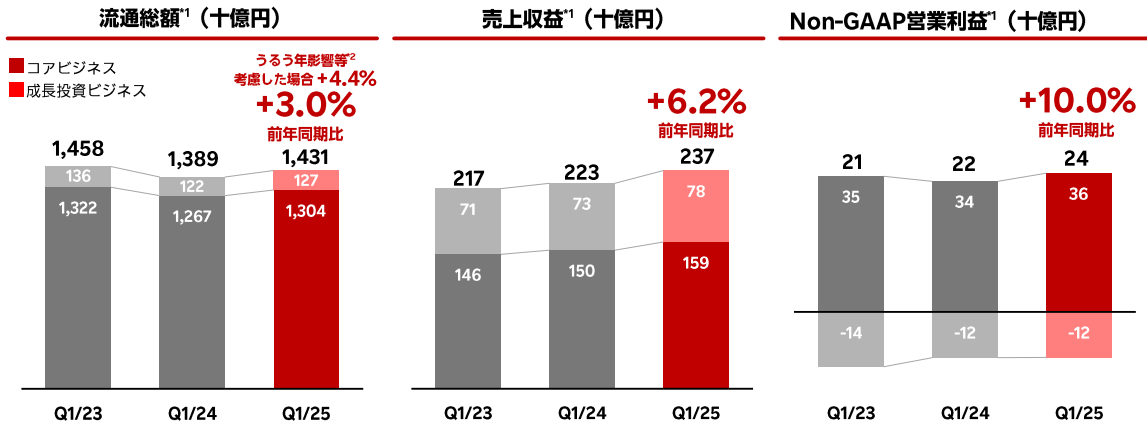
2025 注力分野

- 「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

- 一部ご存じの方もいらっしゃるかと存じますが、今年の3月29日より、我々のコマース&マーケティングカンパニーは新体制に移行いたしました。この新体制のもと、国内EC流通総額10兆円という大きな目標を掲げております。2025年は特に、楽天モバイルとの連携強化、顧客体験のさらなる進化、そしてAI技術の活用に注力してまいります。これらの取り組みにより、今期の国内EC流通総額の成長率は1桁半ばから後半を目指していきたいと考えております。

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



*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。

R

18

- 国内EC事業の詳細についてご説明いたします。売上収益は2,367億円で前年同期比6.2%の増加となりました。Non-GAAP営業利益は243億円で10.0%の増益を達成しています。
- 楽天市場では、楽天モバイルとの連携強化策を推進しており、他にも『楽天最強翌日配送』対応商品の売上が順調に伸びています。これにより、顧客満足度の向上と流通総額の拡大を図り、引き続き楽天市場やトラベルをはじめとしたコアビジネス、そして物流事業などの成長投資ビジネスも、成長に貢献しております。

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額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

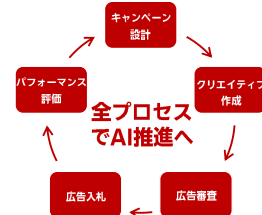
21.4pt



- 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画

*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最近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月の売上年対比成長率を比較



19

- 楽天市場ですが楽天モバイルとの連携強化により、楽天モバイル契約者の流通額が非契約者より47.5%高いという成果が出ております。これを支える施策として、SPU特典の認知促進や先行セールを実施しています。
- 次に、顧客体験の向上では、『楽天最強翌日配送』サービスが好調で、対応商品の売上成長率が大きく伸びています。ふるさと納税商品への対応も開始し、配送品質の向上に努めています。
- 最後に、AI活用を進め、バナー自動生成やクリエイティブ審査などの広告オペレーションの効率化を実現しています。今後も楽天モバイルとの連携強化とAI活用を軸に、エコシステムを活用した顧客基盤及び利用拡大、顧客満足の向上と流通総額の拡大を目指してまいります。

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

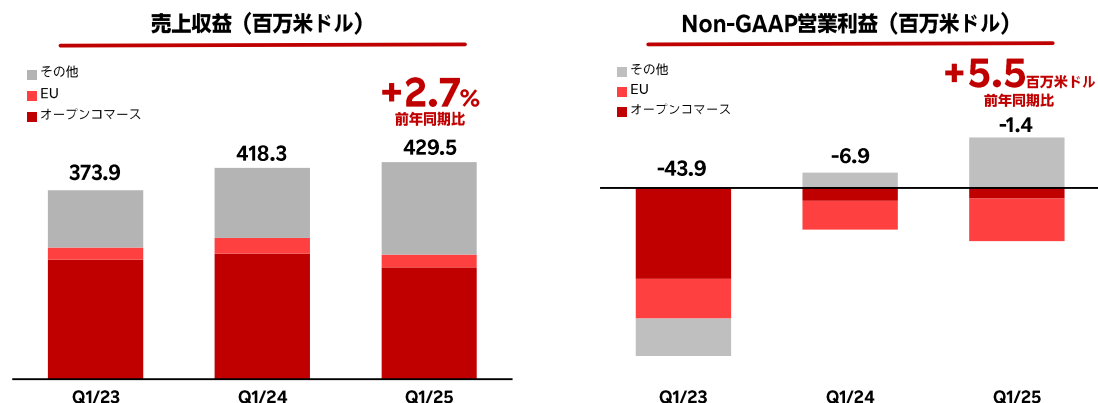


20

- 続いて楽天トラベルです。国内宿泊に関しては人泊数はマーケット全体の縮小に伴い減少傾向にありますが、宿泊単価上昇により取扱高は横ばいを維持しています。
- 一方で、インバウンドはマーケットシェアを拡大し、取扱高前年同期比36%と、確実な成長を実現しました。こういったインバウンド需要の取り込みに向けて、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しております。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していきます。

インターナショナル部門^{*1*2}：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



^{*1}: オープンコマース：Rakuten Rewards（米国、欧州、カナダ）、Fillr、海外広告事業の合計。EU：Rakuten TV、Rakuten Franceの合計。その他：Rakuten Kobo、Rakuten Viber、Rakuten Vikiの合計。なお、楽天シンフォニー、台湾EC事業、海外の金融子会社による事業は含まない。^{*2}: 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、適正修正を実施。



- インターナショナル部門は、Rakuten Rewardsにおいて関税の影響により米国企業のマーケティング費用削減トレンドが見られたものの、売上収益は4億3千万ドル、前年同期比で2.7%の増収を確保しました。Rakuten Koboはカラー端末が引き続き好調で、Rakuten Viberも広告売上が好調だったことから増益に貢献しました。

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
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客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あり</p>

R

22

- インターネットサービスセグメントにおける相互関税の影響ですが、現時点では国内事業への影響は限定的と見ています。海外事業においては、Rakuten Rewardsや広告事業に少し影響が出てきていますが、影響を最小限に抑えるための対応策を検討中であり、引き続き状況を注視してまいります。

フィンテックセグメント

- 次に、フィンテックセグメントについてご説明いたします。

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



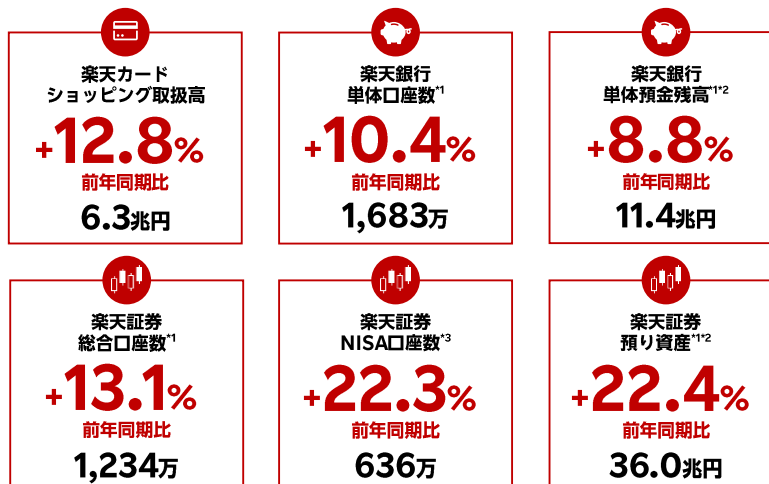
*Q3/24～モバイルエコシステム貢献額をセグメント業績に反映したことに伴い、Q1/23以降のセグメント業績に勘及修正を実施。



24

- 楽天銀行や楽天カードを中心に、堅調な収益成長が継続し、売上高は2,236億円となり、前年同期比15.6%の成長を遂げました。Non-GAAP営業利益も439億円と21.7%増加し、楽天銀行や楽天ペイメントが利益成長を牽引しています。

フィンテックセグメント：Q1/25 主要KPI



*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



25

- 各事業のKPIも成長が継続しております。楽天カードのショッピング取扱高は前年同期比12.8%増の6.3兆円、楽天銀行では口座数が1,683万口座、あともう少力で1,700万口座というところまできております。預金残高は11.4兆円とアセットの拡大が続いております。楽天証券の口座数は13.1%増の1,234万口座となりました。業界1位のシェアを誇るNISA口座数や預かり資産も20%以上の伸びを示しています。これらは顧客基盤の拡大とサービスの多様化を反映しています。

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



国田 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

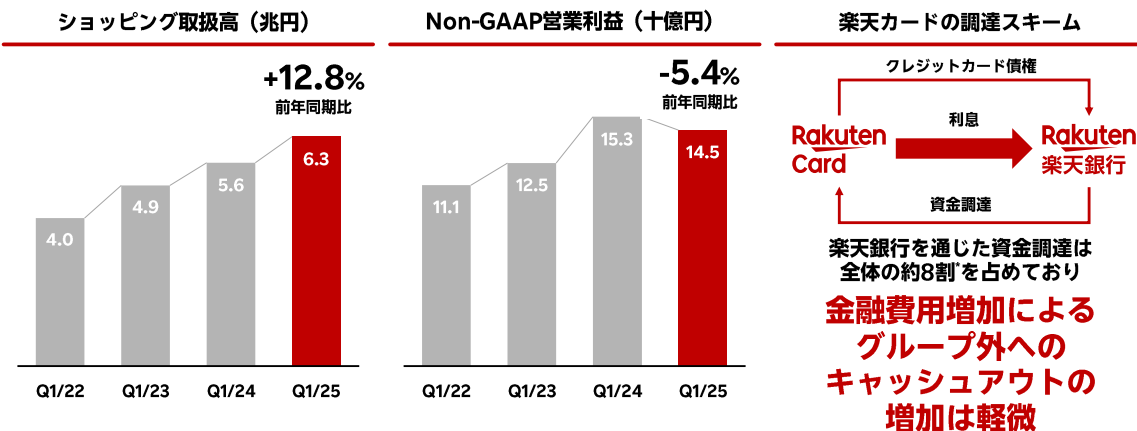
2025 注力分野

- 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

- インターネットサービスだけでなく、フィンテックも3月29日から新体制に移行しています。戦略面では、これまでのカード決済を起点とした送客からさらに一歩進み、各フィンテック企業の顧客基盤を活用した双方向の送客体制へと転換し、経済圏の一層の拡大を目指します。

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



*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

R

27

- 楽天カードは取扱高が着実に拡大している一方で、金融費用や貸倒関連費用の増加により利益は減少しました。
- 金融費用増は見られましたものの、資金調達の約8割が楽天銀行を通じて行われているため、グループ全体で見れば大きな影響はありません。
- 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、根底にあるクレジットリスクは低位を維持しています。リスク管理を徹底しつつ、成長を継続してまいります。

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



*楽天ペイメント株式会社、楽天Edy株式会社の合算。



28

- 楽天ペイメントは取扱高の増加が継続し、営業黒字の拡大を牽引しています。今年の夏からは楽天ペイアプリで新たに保険商品の販売を開始し、簡単な保険加入体験を提供しています。これにより、顧客の利便性向上と新たな収益源の確保を図っています。

楽天銀行（連結）：業績ハイライト^{*1}（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 <small>十億円</small> +33.7% 前年同期比	経常利益 (2025年3月期、連結) 71.5 <small>十億円</small> +47.8% 前年同期比	非金利収益^{*2}の比率 (2025年3月期、連結) 30.0% -7.9pts 前年同期比	ROE^{*3} (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 <small>百万</small> +10.4% 2024年3月末対比 メイン口座 ^{*4} 率: 32.7%	預金残高 (2025年3月末時点、単体) 11.4 <small>兆円</small> +8.8% 2024年3月末対比	経費率^{*5} (2025年3月期、単体) 35.6% -6.9pts 前年同期比	自己資本比率^{*6} (2025年3月末時点、連結) 10.6% -0.3pts 2024年3月末対比

*1: 表示単位未満切り捨て *2: 役務取引等収益、その他業務収益、信託報酬の合計。 *3: 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月の公費増資及び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、仮に前首に増資が実施されていたと仮定して算出。 *4: 口座振替または給与・異動受取口座として利用されている口座。 *5: 営業経費を業務粗利益で除して算出。 *6: 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、パーセルIII最終化を適用。

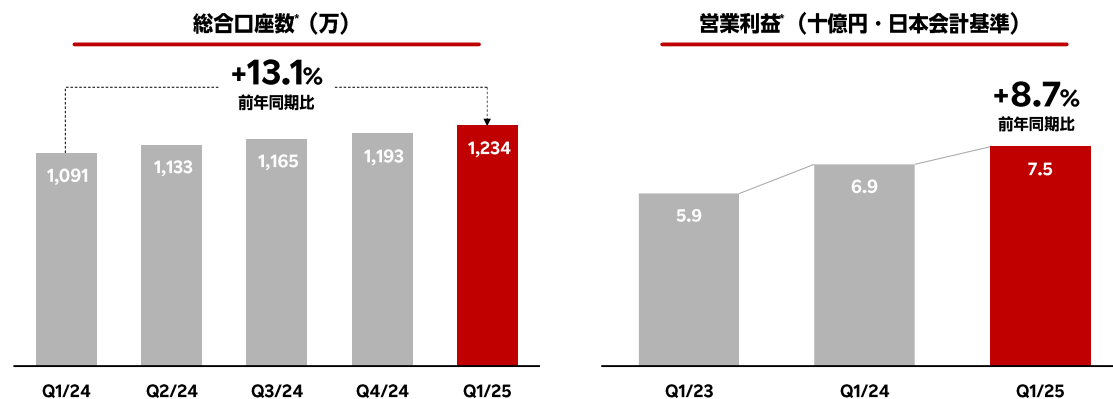
R

29

- 楽天銀行については、上場企業であるため既に決算を公表しておりますが、念のためご報告いたします。楽天銀行の会計年度は、昨年4月から今年3月までとなっているため、通期連結業績のハイライトとなります。日銀の政策金利変更と運用ポートフォリオの改善により、金利収益が大幅に伸長し、売上に相当する経常収益が、通期で1,845億円、経常利益は715億円となっております。資本面では、ROEが18%、自己資本比率が10.6%と、引き続き健全なバランスシートを維持しております。

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



*表示単位未満切り捨て



30

- 楽天証券は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、営業利益は前年同期比8.7%の増益を達成しました。口座数も前年同期比13.1%増の1,234万口座へと伸長しています。
- アメリカの関税政策を巡って相場が荒れている昨今の環境においては、FX等のトレーディング収益が増加しておりますが、一方株取引や信用取引などは落ち込みを見せるため、今後の相場次第では影響が出る可能性もあります。

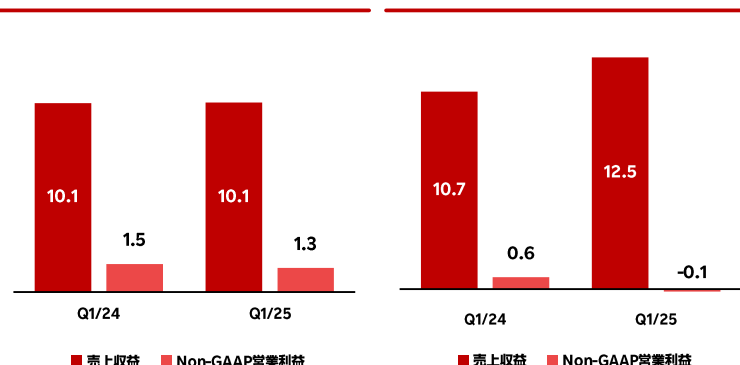
保険事業：特性に合わせた申込チャネルのさらなる強化へ

- 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）

楽天損保 業績推移（十億円）

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



- 保険事業ですが、生命保険については、やはりオンラインだけでなく、対面でご契約されたいという方も一定いらっしゃいますので、ここを強化しておりますが、実際に効果が出てきております。
- 損害保険については、過去に販売した、いわゆるレガシーの保険契約が残っておりますので、これが原因となって赤字となっておりますが、足元では収益性の高いインターネット経由での保険販売が好調ですので、ここにさらに力を入れていながら、マーケティング効率も高めていくことで、損失の改善を進めていきます。

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
楽天カード 楽天ペイメント	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
楽天銀行	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
楽天証券	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
保険事業	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

R

32

- 関税政策の影響は、フィンテックにおいては足元大きなものはございません。今後マーケットに大きな変動があった場合や消費者のセンチメントに変化があった場合においては、消費活動における決済や株式取引に影響、そして業績に影響が出る可能性もあると考えております。

モバイルセグメント

- 最後にモバイルセグメントに移らせて頂きます。

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



*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

R

34

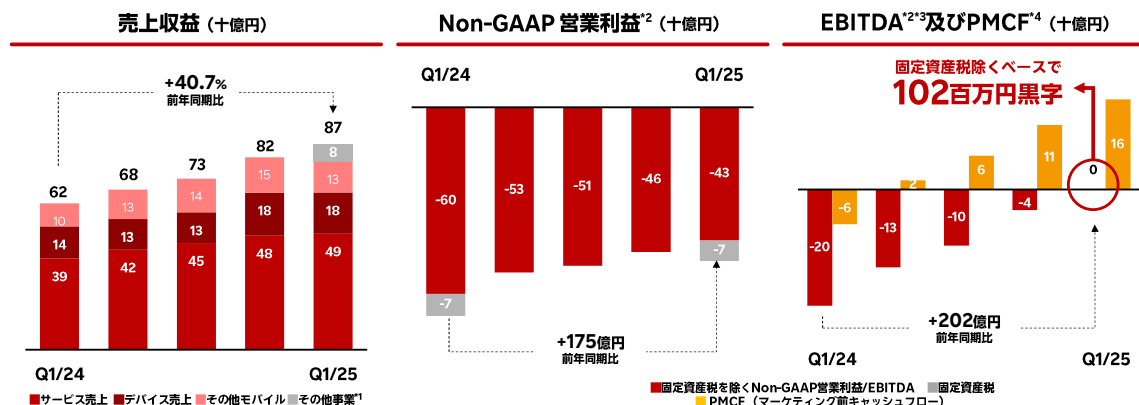
- 売上高は前年同期比10.9%増の1,107億円となり、Non-GAAP営業損失は143億円改善しました。固定資産税除くEBITDAも164億円改善し、初めての四半期ベースでの黒字となっております。
- 契約者数及び正味ARPUの上昇に伴い、前年対比で大幅に損益改善を続けております。楽天シンフォニーは、メイン顧客への納入タイミング影響で減収も、クラウド及びOSS事業を中心に新規契約が増加しております。

The Rakuten Mobile logo is displayed in a vibrant pink color. The word "Rakuten" is in a bold, sans-serif font, with a distinctive pink swoosh underline beneath the "a". The word "Mobile" follows in a similar, slightly lighter pink font.

- ここからは楽天モバイルの業績に関して詳しくご説明させていただきます。

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



*1: 25年2月～楽天エナジーを楽天モバイル(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。

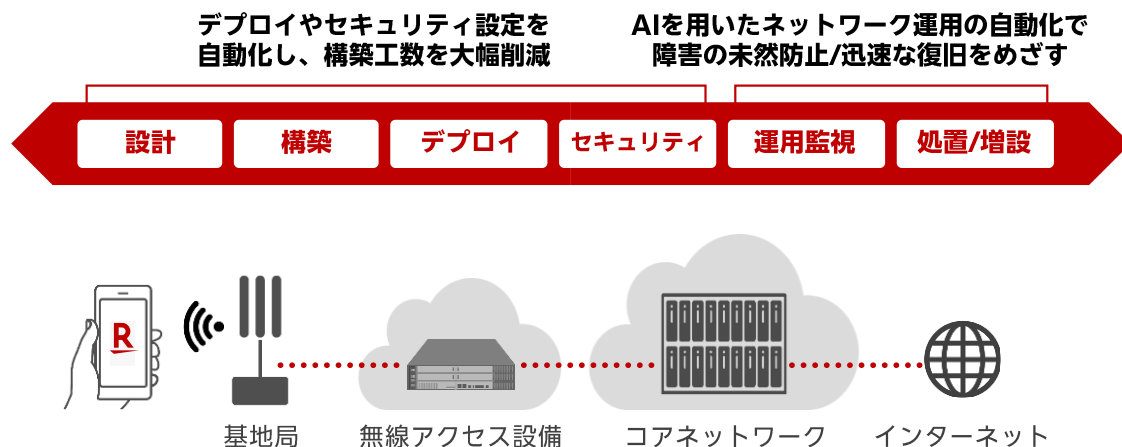
R

36

- 楽天モバイル単体の売上高については、前年同期比40.7%増加、Non-GAAP営業損失も175億円改善しました。そして、固定資産税を除いたEBITDAにおいては、102百万円の利益を計上し、初の四半期ベースでの黒字を達成する事が出来ました。今後2025年通期EBITDAの黒字化を目指します。
- なお、将来への投資であるマーケティング費用を除く既存契約者からのキャッシュフローであるプレマーケティングキャッシュフローは既に四半期で160億円にのぼっています。

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



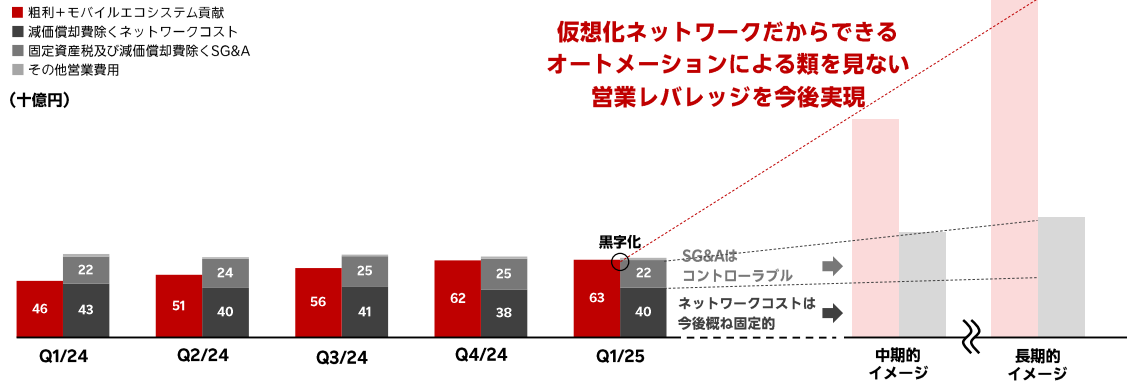
R

37

- ご覧のように当社は仮想化技術を活用し、基地局から無線アクセス設備、コアネットワーク、そしてインターネットまでをシームレスに接続するネットワークを構築しております。ネットワークのあらゆる機能を自動化することで、前例のない効率性を実現しています。具体的には、デプロイやセキュリティ設定の自動化により構築工数を大幅に削減し、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と迅速な復旧を可能にしています。

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

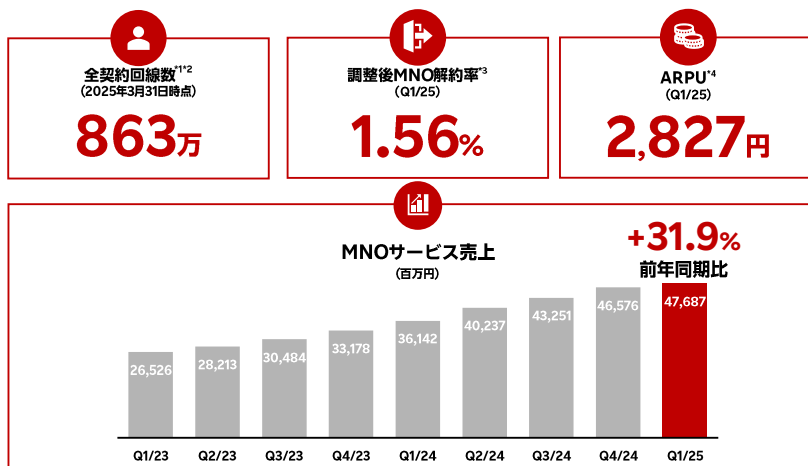


R

38

- 次に、この仮想化がもたらす財務面でのメリットについてご説明いたします。注目すべき点は、費用の大半を占めるネットワークコストが一定水準で概ね維持できることです。これにより、今後の契約数と売上の増加に伴い、営業レバレッジが急拡大する見込みです。グラフをご覧いただくと、赤い部分の粗利が伸びている一方でネットワークコストや販管費は効率化により抑制されていることがわかります。仮想化ネットワークだからこそ実現できるオートメーションによる類を見ない営業レバレッジを今後実現してまいります。

楽天モバイル(株)：Q1/25 主要KPI



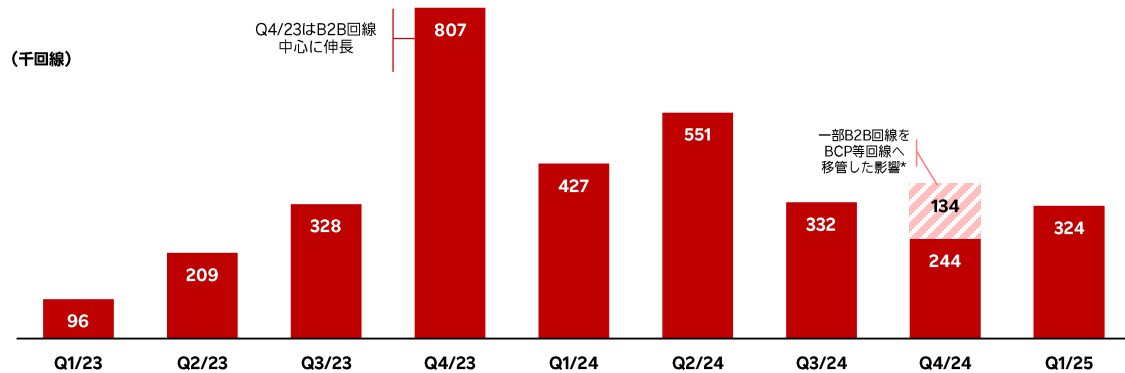
*1: BCP等回線を含むMNO、MVNE及びMVNOの合計値。BCPとは、B2BにおいてBusiness Continuity Plan用途に販売しているプラン。 *2: Q3/24から法人向けMVNO回線数をMVNO回線数に反映。 *3: B2Cにおいて契約と同月に解約した回線数及び法人事業における売上計上方法の変更に伴いBCP等回線へ移行となった回線を除いた解約率。 *4: エコシステムARPUを含む。ARPUの分母となる契約回線数は、BCP及びMVNE回線を除くMNO契約回線数の各四半期における前四半期末平均を用いて算出。



- 第1四半期のKPIでは、全契約回線数が863万、調整後解約率は1.56%、ARPUは2,827円となり、MNOサービス売上は前年同期比31.9%増加しました。顧客基盤と収益の拡大が順調に継続しています。

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

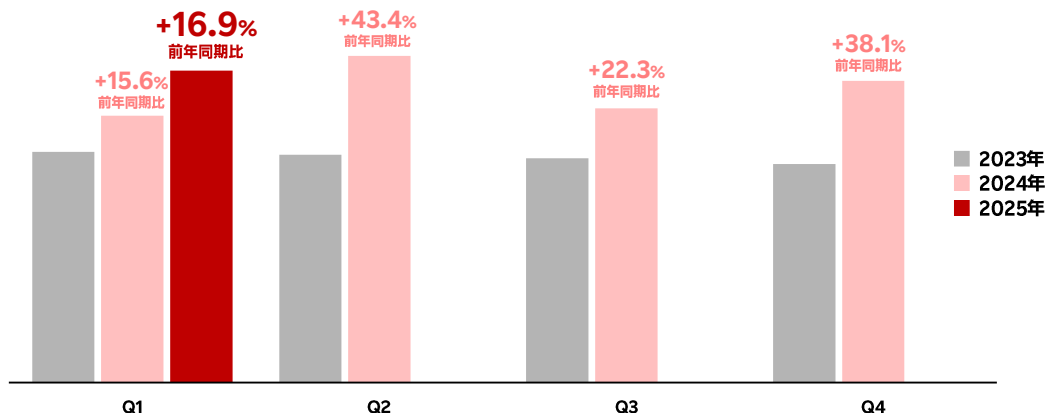
R

40

- 四半期の純増数は約30万となっています。春の販売競争による一時的な解約増加が見られましたが、全体としては安定した成長を続けており、今後純増ペースの加速を目指したいと思っています。

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



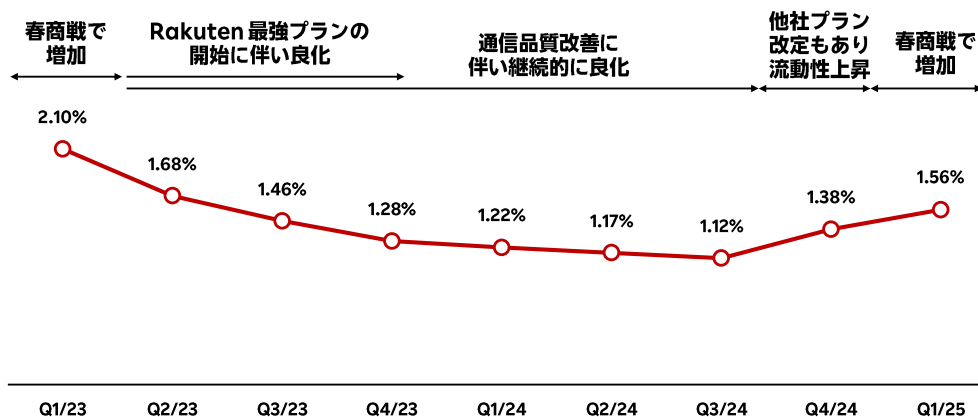
R

41

- MNOのB2C獲得の成長率は前年同期比16.9%で、2024年第1四半期のレベルを上回り、四半期を通じて好調なパフォーマンスを継続しています。また、MNP転入数についても2024年第1四半期ならびに第4四半期を上回りました。今後も顧客獲得に注力してまいります。

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



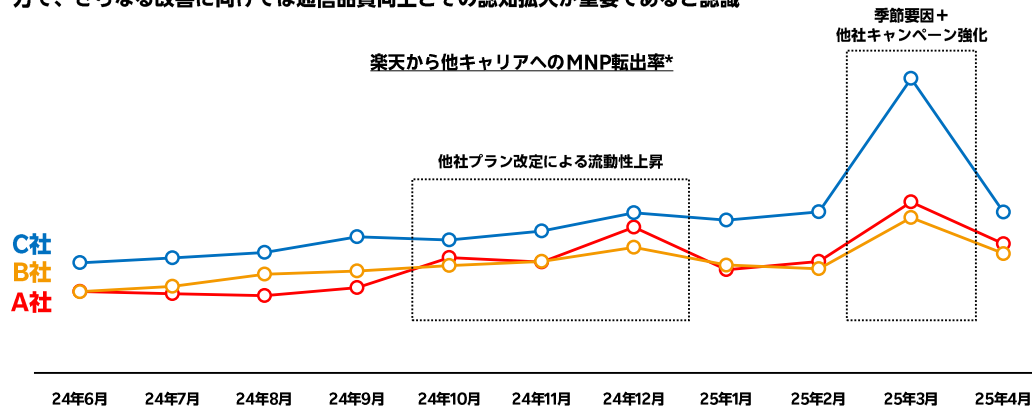
*B2Cにおいて契約と同月に解約した回線数 及び 法人事業における売上計上方法の変更に伴いB2C等回線へ移管となった回線を除いた解約率

R

- 調整後の解約率は春商戦期間中、特に3月単月に上昇しましたが、商戦終了後となる今では改善が見られています。

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算出したもの

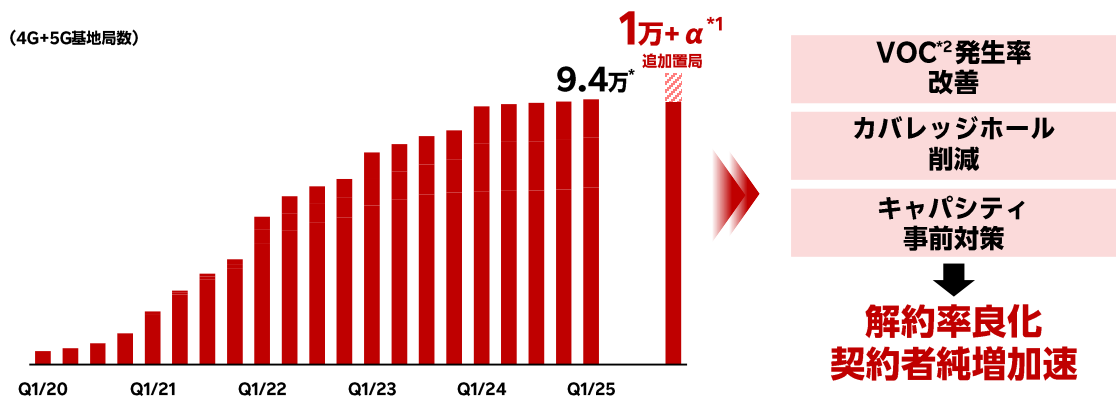
R

43

- こちらは、当社から他キャリアへのMNP転出率を示したグラフです。24年10月以降の他社プラン改定は、一時的な流動性上昇要因となったものの、その影響は短期であったと考えています。
- 一方で、25年3月の転出率の上昇は、通常の季節要因に加えて、一部キャリアによる一時的な還元率強化に起因していることがお分かりいただけたと思います。実際に4月のグラフは改善しており、再び良化していくとみています。
- また、ここからさらに改善していくためには、やはり通信品質の向上とその認知拡大が最も重要であると思っています。

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+ α ^{*1}の追加置局を計画
- これにより、カバレッジホールの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



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



- 契約者純増を今後加速するためのネットワーク品質の改善計画として、2025年末までに10,000以上の追加基地局を設置し、カバレッジホールを大幅に削減します。人口密集地域の混雑対策も事前に実施し、VOC発生率を削減させることにより解約率の改善を図ります。これにより、顧客満足度のさらなる向上を目指します。

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、離陸降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内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。



45

- 国際ローミングサービスの一環として、追加料金や申込不要で18の国際航空会社と機内ローミングを先月より開始しました。アジアナ航空、ルフトハンザ航空、エミレーツ航空、シンガポール航空など主要な航空会社が含まれています。海外出張や旅行の多いお客様にとって利便性が向上しています。

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^{*1}

Rakuten 最強衛星サービス <small>powered by AST SpaceMobile</small>		S社
アンテナ サイズ	64.4㎡ (Block 2は223㎡) <small>※衛星通信でも最強を目指します</small>	約 6.2㎡ <small>※2024年1月時点</small>
	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
	ほぼ全てのスマホ ^{*2}	サービス対応済みスマホ

^{*1}: 50万ドル/年のメンテナンス費を支払いの対面による。 ^{*2}: 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）

R

46

- AST SpaceMobileの進捗については、2025年4月に日本国内での試験に成功し、今後2年間で約60の商用衛星の打ち上げを計画しています。楽天は日本での排他的権利を保有しており、2026年第4四半期の国内サービス開始を目指しております。
- 他社の衛星の何十倍もの巨大なアンテナを駆使してブロードバンドによる面積カバー率 100%の通信サービス提供が可能となります。では、先日行いました記者会見のビデオをご覧ください。

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

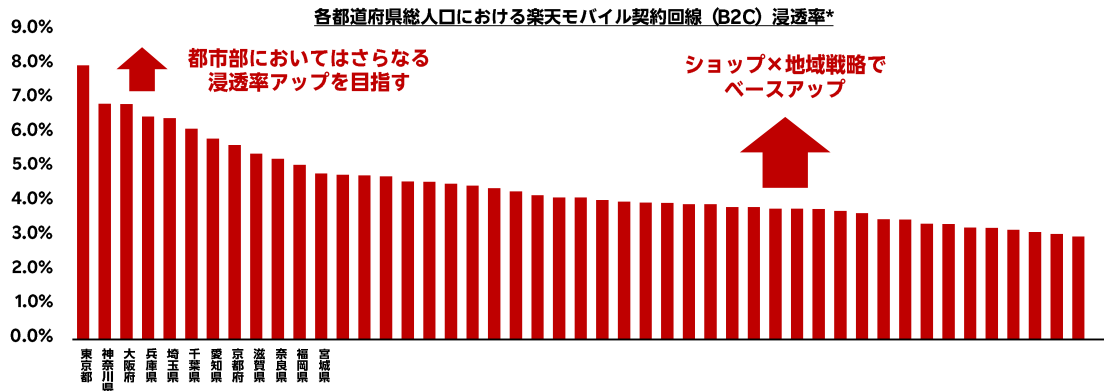
- ・ ~2024年施策の継続
- ・ 店舗数拡充によるオフラインチャネル強化
- ・ マーケティング施策の地域毎ローカライズ

- 中高齢の獲得推進
- 都心以外での獲得数拡大

- 続きまして、顧客獲得戦略についてですが、ネットワーク品質の向上と認知度の拡大に注力し、オンライン・オフラインのチャネル強化を進めます。2024年の戦略としては家族や若年層向けのプログラム、紹介マーケティング、エコシステムユーザーのターゲティングを実施し、2025年は追加でオフラインチャネル強化とローカライズドマーケティングの強化を計画しています。これにより、幅広い層へのリーチを拡大してまいります。

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。

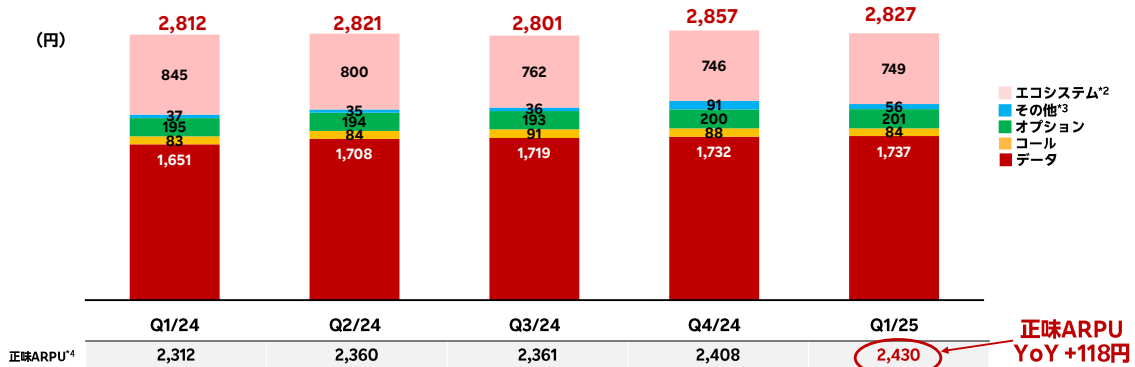
R

49

- 都道府県別の人口に対する楽天モバイルの契約回線浸透率を見ると、2025年3月時点で東京都では既に8%の方にご契約いただいています。一方で、5%や4%に到達していない県もございます。
- 今後、ショップを活用した地域戦略を推進することで、全国的に楽天モバイルの魅力と認知度をさらに高め、契約者数の拡大を加速させてまいります。

ARPU^{*1}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



*1: ARPUの分母となる契約回線数は、MVNE及びB2B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 x MNO契約回線数）は楽天モバイル系の損益計算書上、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。

R

50

- ARPUは四半期の日数が少ない中でも若干の成長を示しており、データ使用量は増加傾向を維持しています。重要なのは正味ARPUが前年比118円増加したことにより、四半期ベースで初の黒字達成に貢献した事です。
- その他に含まれている広告収入は強力なドライバーである楽天モバイル最強感謝祭の3月の開催日数が12月に比べて7日間少なかったのですが引き続き良い結果を出せたと思います。

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。



51

- モバイルを核としたさらなるシナジー創出に向けたグループ内組織再編も進めており、2月には楽天エナジーとの合併、4月には楽天コミュニケーションズの一部事業を吸収合併したことで、楽天モバイルのクロスセル・アップセル推進を目指します。

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 ^{*1}	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	KÔSOKU Access, Turbo
UCaaS ^{*2}	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

^{*1}: 表内のサービス数は、2025年内の開始サービス数を含む。 ^{*2}: 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。



- 法人事業では、特定業界のニーズに対応した包括的な製品・サービスを提供しており、2025年4月から楽天コミュニケーションズ製品をラインナップに追加しました。72のソリューションサービスを含む製品ポートフォリオを持ち、2025年度内にさらに10以上のサービス追加を計画しています。

Rakuten Symphony

- 次に楽天シンフォニーについてアップデートさせていただきます。

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）



新パートナーシップ締結（強化）



- この四半期では、新たに13社との契約、9社とのパートナーシップを締結しました。これにより、当社のソリューション展開が一層加速しております。今後も市場ニーズに応じたソリューションの開発に注力してまいります。

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

R

55

- 最後に、相互関税のモバイルセグメントに対する影響についてですが、調達や供給側への直接的な影響は現時点ではないものと評価しています。ただし、米国関連の政策に対する潜在的リスクは引き続き注意が必要です。
- 私からの説明は以上となります。次はCFOの廣瀬から財務について説明させていただきます。ご清聴ありがとうございました。

3. 財務

- では財務を担当しております廣瀬からご説明いたします。

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	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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 <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 ^{*1,2} /非金融事業Non-GAAP EBITDA ^{*3} 5倍以内 連結自己資本比率10%		

*1: IFRS会計ベース *2: 非金融事業純有利子負債(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勘定繰越前の数値を使用)



57

- 足元のマクロ経済環境は不透明感を増していますが、当社の財務目標、方針の変更は必要ないと判断しています。当社の財務方針は「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」であり、当社クレジットの継続的な改善を図ることで、中期的な財務健全性の維持を目指しています。
- 事業面では、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、運転資本の削減に取り組んでおります。
- 財務面では、有利子負債の削減と能動的な社債償還スケジュールのコントロールを行っています。
- 具体的な中期の財務目標として、非金融事業純有利子負債と非金融事業Non-GAAP EBITDAの比率を5倍以内に、そして連結自己資本比率を10%にすることを掲げています。

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



手当済み

- ☑ 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



多様な調達手段

- 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

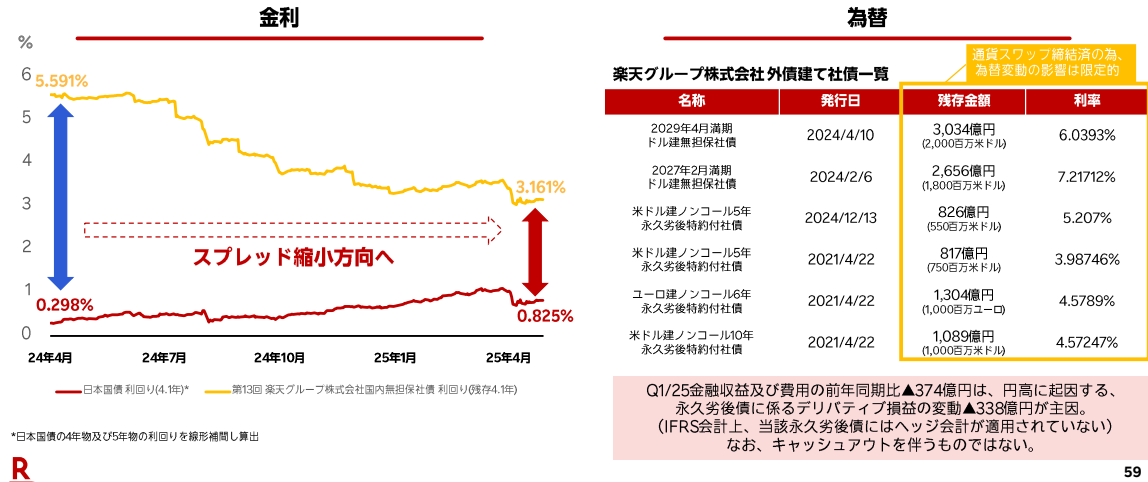


58

- 次に、社債管理についてご説明します。当社は高まる市場のボラティリティにも柔軟に対応できるよう、多様な調達手段による安定的な財務運営に取り組んでいます。
- 2025年に満期が到来する有利子負債については、既に全ての社債の資金を確保済みであり、ハイブリッド債のリプレイスメントも含めた対応を完了しています。
- 2026年以降に満期が到来する有利子負債については、複数の調達手段の中から、市場環境、経済性を鑑み、柔軟に対応していく方針です。なお、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致します。

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債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



- 先ほど申し上げたとおり、足元においては世界経済の不透明性が高まっていますが、まず、金利環境については、左側のグラフをご覧ください。赤い線は日本国債の利回り、黄色い線は当社の国内無担保社債の利回りを表しています。ご覧のように、当社の信用力の改善に伴いクレジットスプレッドが縮小傾向にあります。これは非常に重要なポイントでありまして、仮にベース金利である国債利回りが上昇したとしても、クレジットスプレッドの縮小により、金利上昇影響を打ち消すことで、当社の実質的な調達金利は低下傾向にあるということです。
- 次に為替環境についてですが、右側の表をご覧ください。こちらは当社の外債一覧ですが、2021年から2024年にかけて発行した米ドル建てやユーロ建ての社債については、すべて通貨スワップを締結済みです。そのため、為替レートが変動しても、元本および金利支払いに関しては円貨で固定されており、キャッシュフローへの影響はございません。尚、金融収支に関しましては、財務諸表上、前年同期比で大きく悪化しているものの、このうち太宗は、円高による永久劣後債に関わるヘッジ損益変動338億円が占めています。これは、会計上、永久劣後債は資本勘定であり、ヘッジ会計が適用されないことによるものであり、キャッシュアウトを伴うものではないことから、財務への実質的な影響はございません。他方で、為替換算調整勘定を経由するバランスシートへの影響については、引き続き注視して参ります。いずれにしましても、不確実性の高いマクロ、あるいは市場環境においても、当社は財務面での安定性を確保できていると考えておりますし、今後も継続してまいります。
- 続いて、AIに関する取り組みについて、チーフAI&データオフィサーのTingからご説明させていただきます。ありがとうございました。

4. AI

- 皆様、こんにちは。楽天グループのチーフAI&データオフィサーの、ティン・ツァイです。本日は、AIについての最新の状況を私のAIアバターがお伝えします。日本語でお話しするのは私よりもAIの方が得意だからです。

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



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



- お客様、パートナー、そして楽天グループの社員のために、AIをあらゆる活動に組み込む「AI-nization」の進捗状況について、皆様にお伝えできることを楽しみにしています。
- 私たちのビジョンは、AIの力で人間の創造性を拡張することです。2024年8月に開催したRakuten Optimismにて発表したビジョンと戦略については日々、着実に進捗していますが、私たちの強みであるユニークなデータアセット、膨大なチャンネルをさらに活用していくことで、成長のためのフライホイールをこれまで以上に加速させていけると考えています。
- 私たちは、ディープラーニング基盤の強化、大規模言語モデルへの投資をさらに推進し、消費者向け・法人向けビジネスをさらに強化・拡張してまいります。

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	2月	3月
<p>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</p> <p>Rakuten AI for Business 楽天モバイルを通じてサービスを開始</p>	<p>楽天プロモーションプラットフォーム (広告)</p> <p>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</p> <p>コンテキスト検索 楽天ファッションの人気検索</p> <p>Rakuten AI 2.0 & 2.0 mini オープンモデルとして一般提供開始</p> <p>Rakuten Analytics 自動品質管理を開始</p> <p>Rakuten AI for Rakutenians 複合的な情報処理能力を実装</p>	<p>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</p> <p>Rakuten AI for Rakutenians 統合ウェブ検索を実装</p> <p>Rakuten Analytics 自動A/Bテストレポート</p> <p>Rakuten AI Assistant [Snap & Ask] ビジュアル検索</p>

■ 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



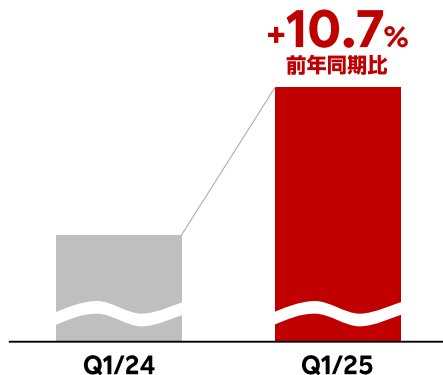
62

- 2025年第1四半期には、楽天エコシステム全体で多くの新しいツール、新しいイノベーション、そして新しい製品を提供しました。これらは楽天グループ全体で取り組んでいる試みの一部にすぎませんが、それぞれの取り組みが、お客様とパートナーにとって真に有用であることに焦点を当てています。

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

R

63

- 我々が構築したディープラーニング基盤を最大限に活用しているケースとして特に顕著なのはセマンティック検索です。セマンティック検索とは、顧客が検索を行う際に、AIを活用することで、顧客が言うことや入力することだけでなく、顧客が意図することを理解するものです。
- 昨年の第一四半期に楽天市場でセマンティック検索を実装して以来、成長をさらに加速させるいくつかのアップデートを行ってきました。たとえば、キーワード検索とセマンティック検索を組み合わせ、関連性と検索精度を高めるハイブリッド検索をリリースしました。今四半期の2桁成長は、まさにAI検索の力の証です。顧客が必要なものや、欲しいものを迅速に見つけることができれば、購入に至る可能性が高くなります。
- 今後は、ディープラーニングを活用し、関連性の高い商品をもれなく検索結果に表示することから、商品の人気度や、ユーザーへのパーソナライズといった要素も検索結果に反映できるよう精度を向上してまいります。この分野についてはさらなる応用の可能性があると考えており、詳細は近日中に改めてご報告させていただきます。

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



- AIを活用した広告の分野でも、大きな成果が出ています。2025年第1四半期には、広告主の皆様がより手軽に、効果的な広告運用ができるよう、キーワードとクリック単価の提案機能をアップデートしました。さらに、AIが広告の関連性を判断する機能を拡充しました。
- その結果、広告のクリック率と収益が大幅に向上し、AIによる改善の効果が数字として明確に表れています。

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



65

- 社内でも、各チームがAIを幅広い業務で活用し、創造性と生産性を高めています。より魅力的なマーケティングコンテンツの作成から、メールの管理、会議の要約などの管理タスクまで、さまざまな分野・用途のタスクで力を発揮できるように、各従業員がカスタムAIツールを作成しており、その数は16,000以上にのぼります。
- ソフトウェア開発における効果が特に印象的です。要件定義から製品定義、プロトタイプ開発、テスト、運用まで、ソフトウェア開発サイクル全体でAIを活用することで、Rakuten AI for Rakuteniansのエンジニアチームは、リリースまでの時間を最大で80%短縮することに成功しました。

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



66

- 日本で生まれたグローバル企業として、私たちは日本のすべての企業がAIを導入し、成功を収めるため、エンパワーメントしていきたいと思っています。ですので、初のMixture-of-Experts大規模言語モデルRakuten AI 2.0と、初の小型言語モデルRakuten AI 2.0 miniをHugging Face リポジトリでオープンモデルとして一般利用できるようになったことを大変うれしく思います。
- どちらのモデルも最先端のテクノロジーに基づいて構築されており、非常に効率的かつ費用対効果が高く、発表時には同規模の大規模言語モデルで最高の日本語パフォーマンスを提供しました。日本の独特な言語的、文化的ニュアンスを捉え、かつ日本の法律や規制に完全に準拠するべく、日本語のデータで広範囲にわたってトレーニングしたことが、これを実現しました。

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



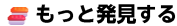
あらゆる言語間でテキストを瞬時に翻訳



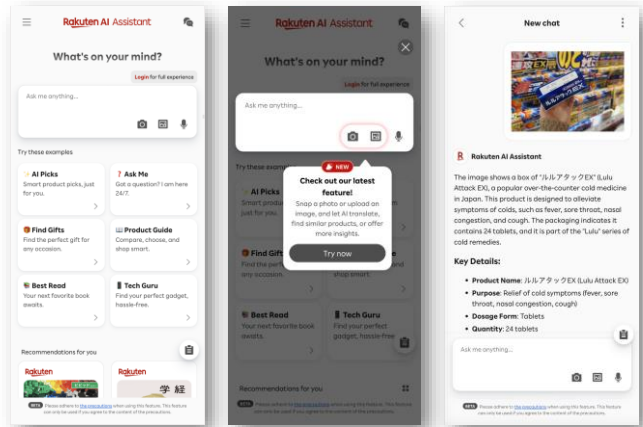
詳細な説明を即座に取得



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



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



67

- また、ユーザーが、よりパーソナライズされた形で、かつマルチモーダルな方法で、楽天エコシステムを体験することを実現すべく、楽天 AI アシスタントのアップグレードも続けています。
- 今四半期には、AIを活用したビジュアル検索を誰でも利用できるようにする新しい「スナップ・アンド・アスク」機能を導入しました。これにより、ユーザーは、写真を撮るだけで、ショッピング、食事、文化イベントを通じて、新しい場所での生活をより簡単に体験できる情報やアクションを発見できます。書いてある言葉がわからなくても大丈夫です。
- オープンベータ版は公開中ですが、正式リリースについては近いうちに改めてお知らせします。

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

- 楽天 AI アシスタントは、エージェント AI の新たな世界への重要な第一歩です。エージェント AI は、AI を様々な場面で常時活用し、デジタル情報の利用を可能にすることで、プライベートとビジネス両方を含めたユーザーの生活全体を積極的に支援する大きな可能性を秘めていると考えています。楽天グループは、この技術的進歩を活用し、お客様と社会に新たな価値を創造できるユニークな立場にあります。
- 第一に、AIエージェントは消費者と企業がウェブと関わる方法を変えると信じています。検索、ブラウジング、広告など、あらゆる場面で、エージェントは人々がより楽しく生産的な生活を送るのに役立ちます。第二に、当社の日本語言語モデルや、各ドメイン、さらには個々のユーザー向けの専門モデルなど、特化したAIを構築し続ける機会があると考えています。最後に、楽天エコシステム内外のすべての人々にとって、より多くの価値を創造するために、スピードと規模をもって革新を続けていきます。
- AI-nization を実現するために、我々が今四半期に達成した様々な取り組みについて誇りに思っています。数か月後に、さらなるアップデートを共有できることを楽しみにしております。
- ありがとうございました。

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。