

2022年度第4四半期および通期決算説明会 CEOグループ戦略

2023年2月14日

楽天グループ株式会社



トピックス

1 サマリー

2 2022年度 事業進捗

- ◆ インターネットサービス
- ◆ フィンテック
- ◆ モバイル（国内No.1携帯キャリアに向けた戦略）
- ◆ 楽天シンフォニー

3 財務戦略

4 ESG

5 業績ハイライト

1 サマリー

2022年 主要経営指標（国内）

国内 EC 流通総額

+12.3%
前年同期比
5.6兆円



楽天トラベル
国内宿泊流通総額*

+12.9%
2019年対比



MNO+MVNO
契約者数

5.06百万



楽天カード
ショッピング取扱高

+25.8%
前年同期比
18.2兆円



楽天カード
発行枚数

+11.9%
前年同期比
2,808万枚



楽天証券総合口座数

+21.1%
前年同期比
864万口座



楽天銀行口座数

+13.3%
前年同期比
1,339万口座



*法人を除く

連結売上高

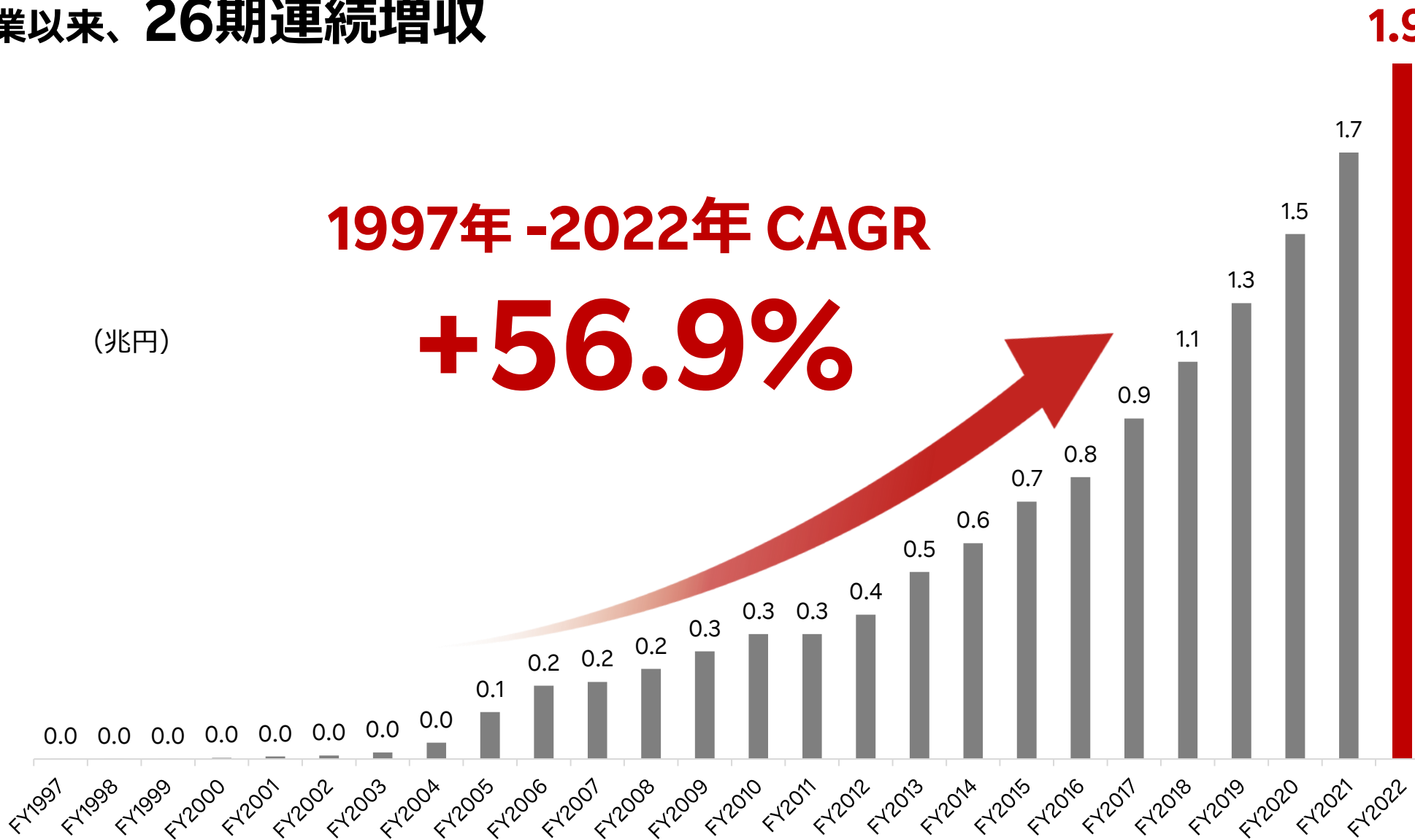
■ 創業以来、26期連続増収

+14.6%
前年同期比

1997年 - 2022年 CAGR

+56.9%

(兆円)



グローバル流通総額

■ 上場以来連続、飛躍的な成長を実現

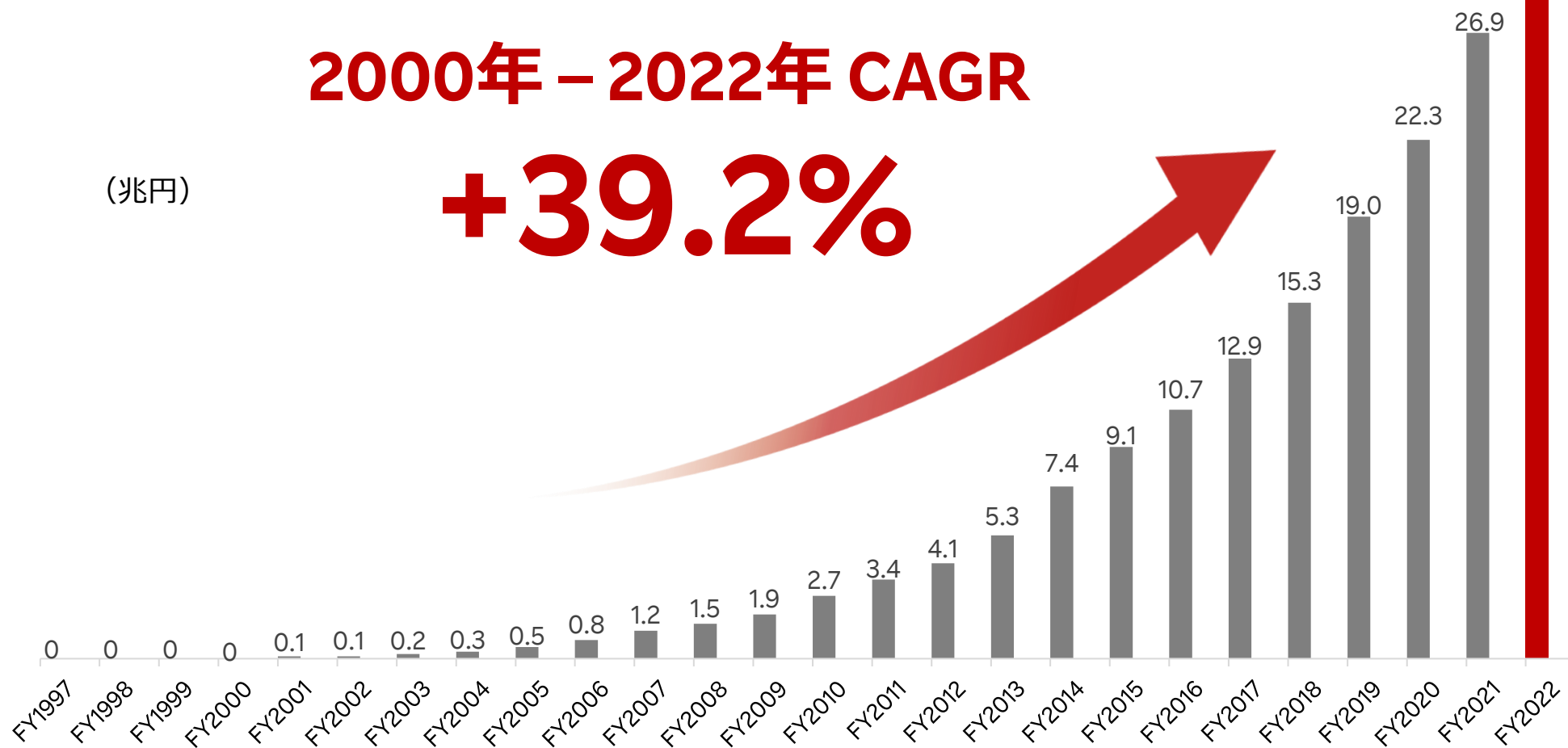
+23.0%
前年同期比

33.8

2000年 - 2022年 CAGR

+39.2%

(兆円)



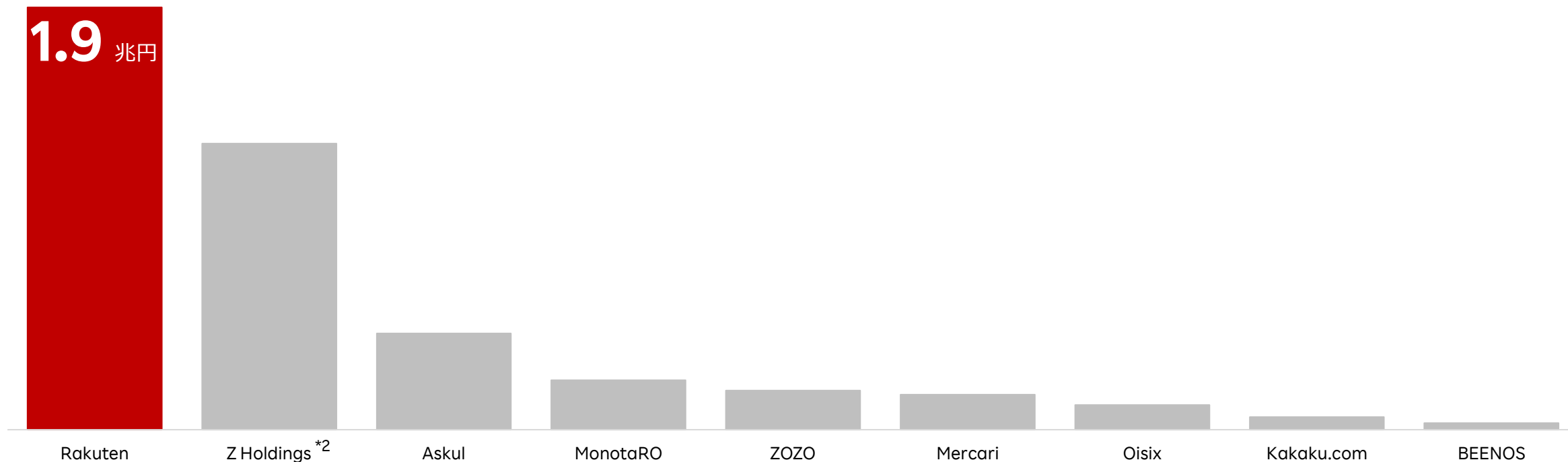
日本における楽天グループのプレゼンス

日本

連結売上高*1

Rakuten

1.9 兆円



出典: SPEEDA

*1 2023年2月10日時点で取得可能な直近12カ月データ

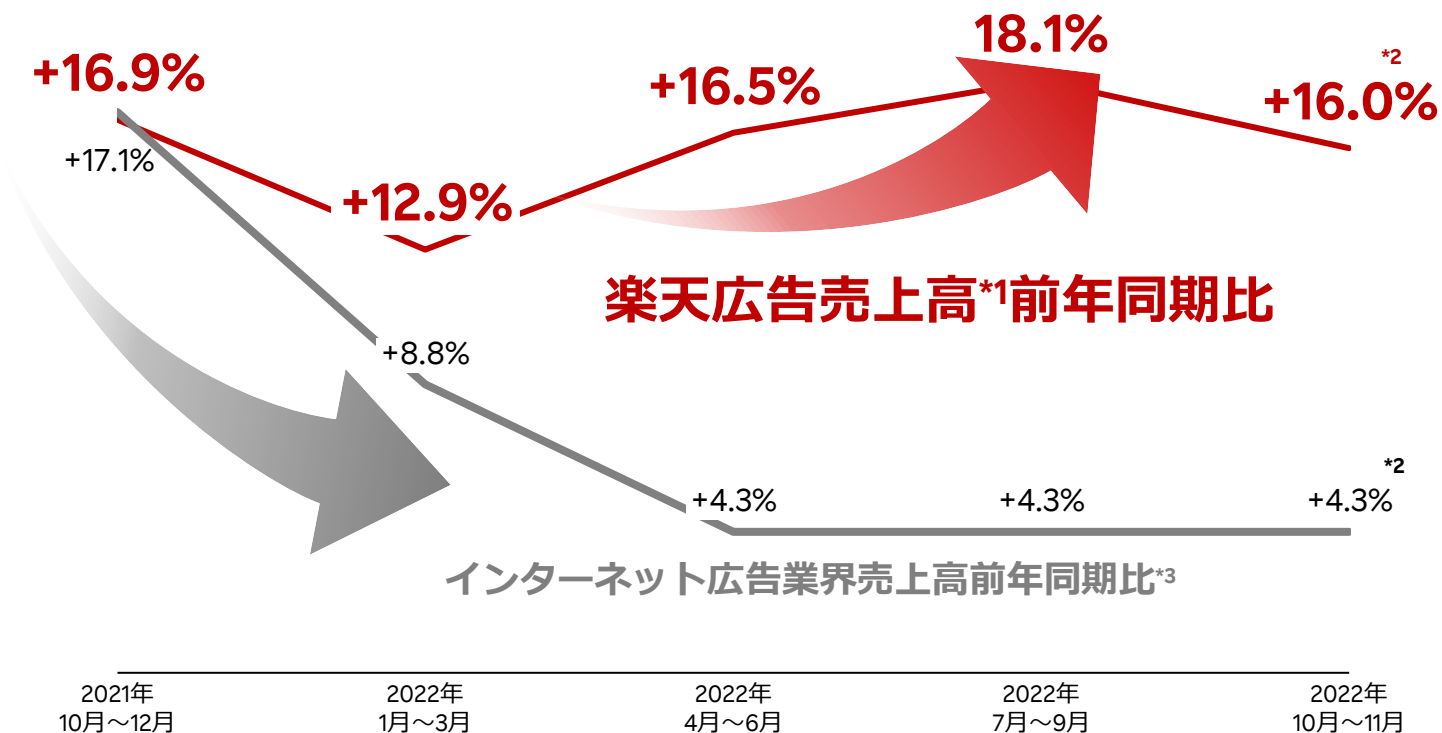
*2 ZOZOとAskulは除外



業界成長を上回る楽天の広告事業

- 国内インターネット広告業界は不調が続いているが、2022年の楽天の広告ビジネスは楽天市場・楽天トラベルの成長により、業界対比でも圧倒的な成長を実現

広告売上高 前年同期比比較



*1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）

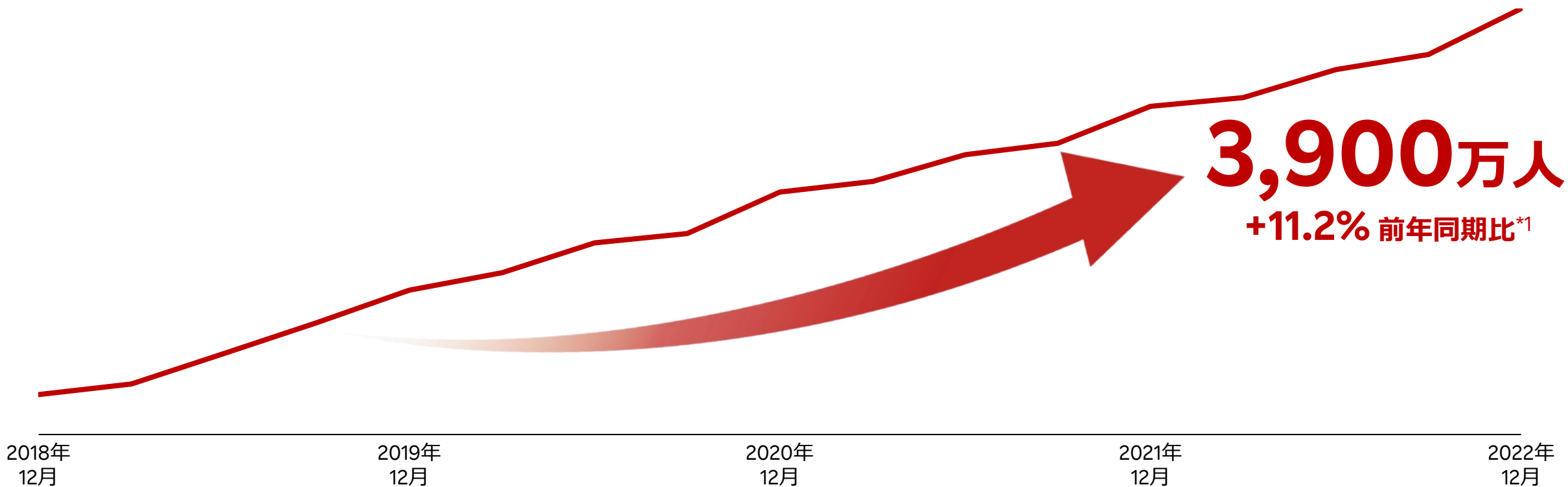
*2 10月、11月の合計売上高を元に前年同期比を算出

*3 経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」。2022年12月分は未公表のため、10月・11月合計の成長率

楽天グループの成長を支える楽天エコシステム

- 楽天グループの日本における月間アクティブユーザー数は引き続き成長を遂げており3,900万人を達成

日本における月間アクティブユーザー数の推移

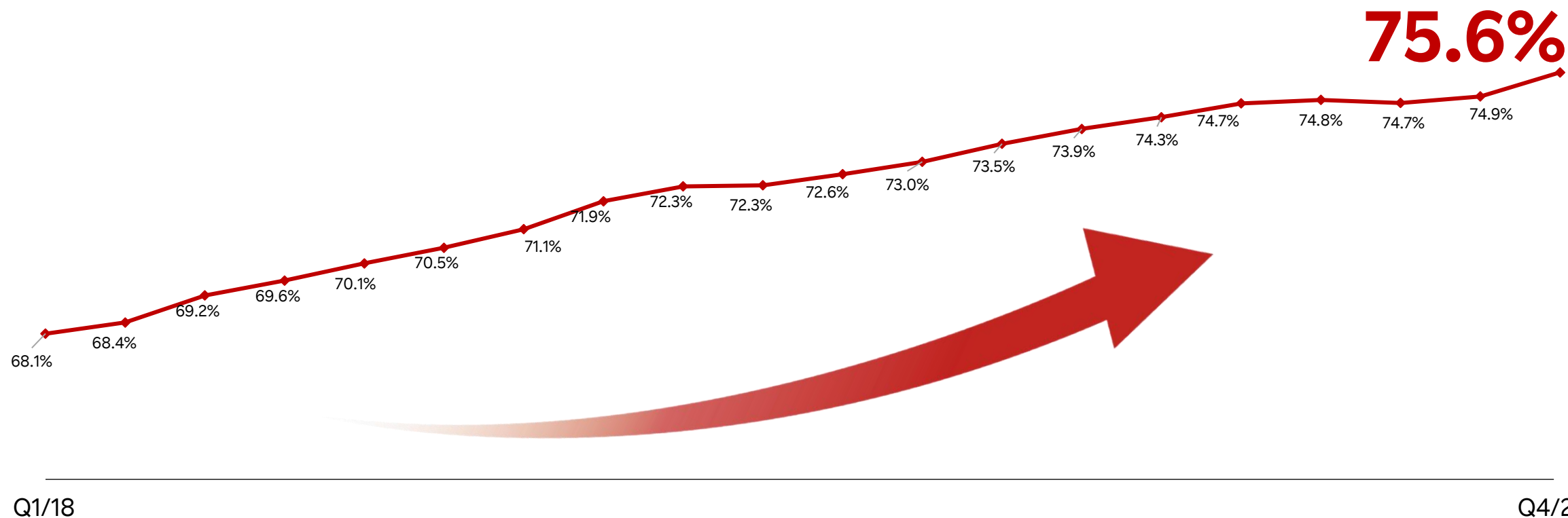


*1 2022年10月末-12月末における平均月間アクティブユーザー数と2021年10月末-12月末における平均月間アクティブユーザー数の比較

楽天グループの成長を支える楽天エコシステム

■ クロスユースも引き続き堅調に拡大

2サービス以上利用ユーザー比率の推移 *1



*1 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(2022年12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)

満足度ランキング1位*1の楽天ポイント

- 楽天ポイント発行数は2022年のみで6,200億を超え、累計発行数も3.3兆と突破
- ポイント失効率もわずか2%と、会員の高い満足度を示している

楽天ポイント発行数

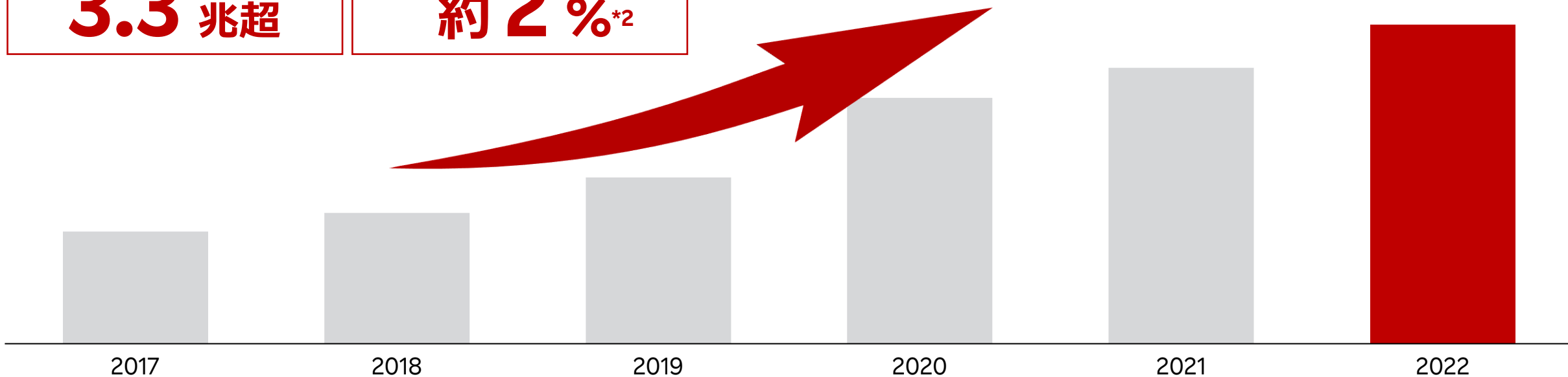
累計楽天ポイント発行数

3.3 兆超

楽天ポイント失効率

約 2 %*2

約 6,200 億



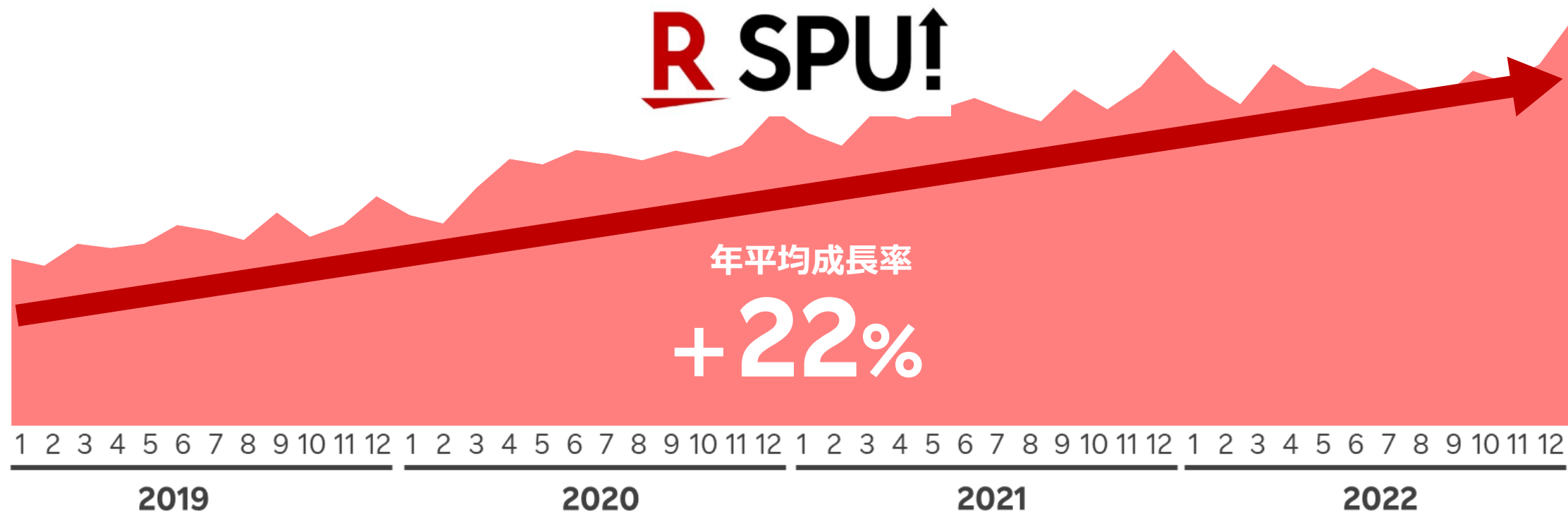
*1 ポイントに関する調査、2022年11月、実施機関：マイボイスコム

*2 2022年の総失効ポイント数÷2022年の総発行ポイント数

SPU*は堅調な成長を示す

- SPUは、エコシステムで提供されるサービスの相互利用を促進させるものであり、引き続き堅調な伸びを示している

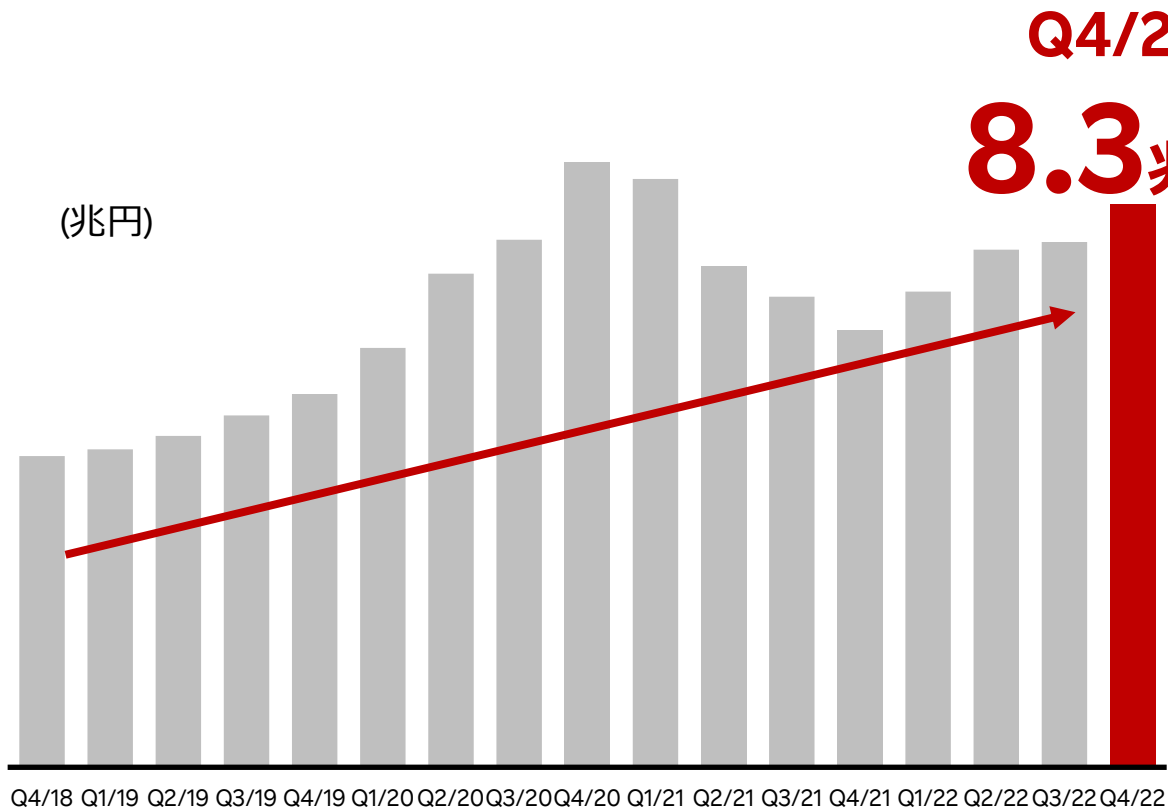
2019年から2022年におけるSPUの利用者数×1人当たりのサービス利用数



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

楽天エコシステムのメンバーシップバリュー

- Q4/22は、EC事業の継続成長並びに旅行需要の急速回復に伴い、楽天市場、楽天トラベルを中心とするアクティブユーザー数の増加及びリテンションの向上がメンバーシップバリュー全体の拡大に寄与



Q4/22
8.3兆円

+28.6%
前年同期比

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

メンバーシップ・バリュー*1 (MV) の算出方法

メンバーシップ・バリュー (MV)

||

(① LTV*2 - 顧客獲得費用) × アクティブユーザー数

- 新規ユーザーのみ発生
- 既存ユーザーは発生しない

➢ 年間アクティブユーザー (YAU)

ユーザーが今後生み出す利益の現在価値

*1 楽天グループ算出値

*2 LTV=Lifetime Valueの略称。 $LTV = \sum (ARPU \times \text{利益率}^3 \times \text{リテンション率}) \div (1 + \text{割引率})^{K-1}$ ①Kは計画年数 ②ARPU=売上高/年間アクティブユーザー

*3 利益率 = $\{(\text{売上高} \times \text{限界利益率}) - \text{リテンション費用}^4\} \div \text{売上}$ 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

楽天市場スーパーSALE流通総額*1におけるMNOユーザー



楽天モバイルユーザー (MNO)
による流通総額占有率

23.8%

MNOのユーザー獲得におけるSPUの効果

Rakuten UN-LIMITの魅力に関するユーザーアンケート*

データ量3GBまでの利用で
980円/月（税込み1,078円）

26%

SPUの対象である

22%

+11.4pt
対 2022年6月

使った分だけお支払い、
新料金プランRakuten UN-LIMIT VII

20%

契約事務手数料、契約解除料、
MNP転出手数料ゼロ円

19%

データ使い放題で
最大2,980円（税込み3,278円）

18%

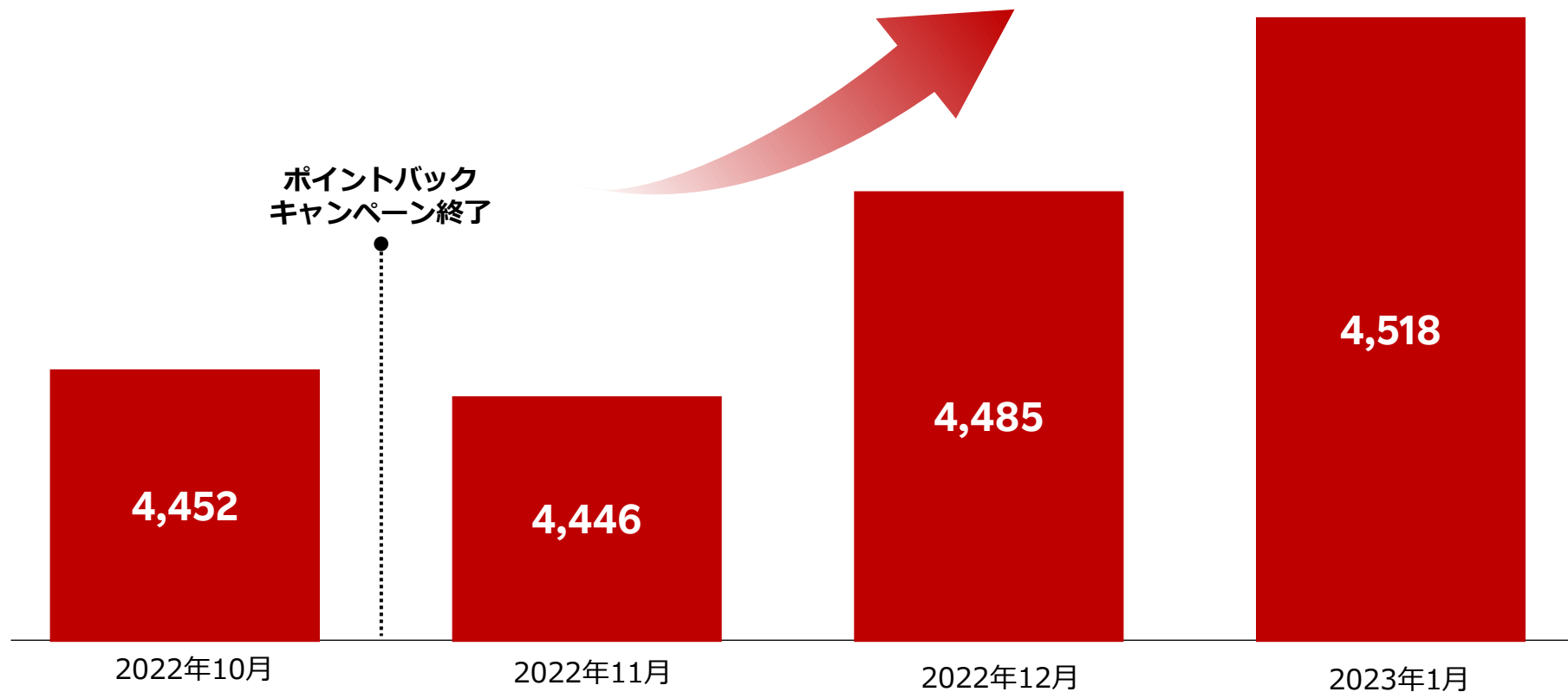
*携帯電話利用者を対象としたインターネット調査より、楽天モバイル認知者 2,628人の回答に基づく（実施期間：2023年1月12～19日、2022年6月16～22日）

契約回線数（課金ユーザー）の伸びが加速

MNO 契約回線数（課金ユーザー）*

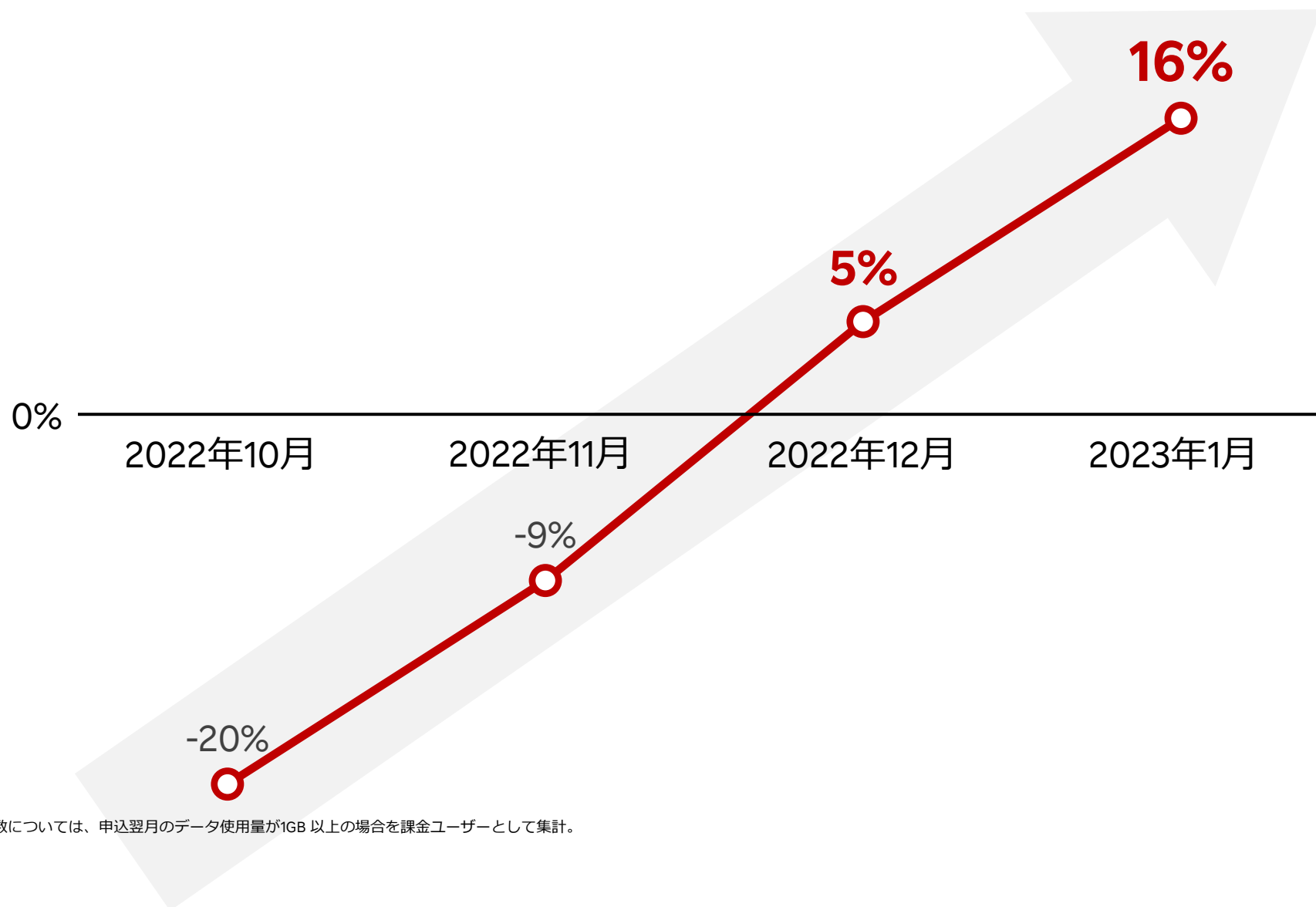
+294%
前年同期比

(千)



* 速報値

MNO獲得数（課金ユーザー）の前年同期比推移



*2022年10月以前の申込数については、申込翌月のデータ使用量が1GB 以上の場合を課金ユーザーとして集計。

2022年 主要経営指標 (グローバル)

グローバル流通総額

+23.0%

前年同期比
33.8兆円



Rakuten Rewards
流通総額

+5.6%

前年同期比
120.7億米ドル



Rakuten Kobo
総登録者数

+8.1%

前年同期比
60.8百万人



Rakuten TV
総登録者数^{*1}

+48.3%

前年同期比
70.0百万人



Rakuten Viki
総登録者数

+27.2%

前年同期比
66.8百万人



Rakuten Viber
総登録者数

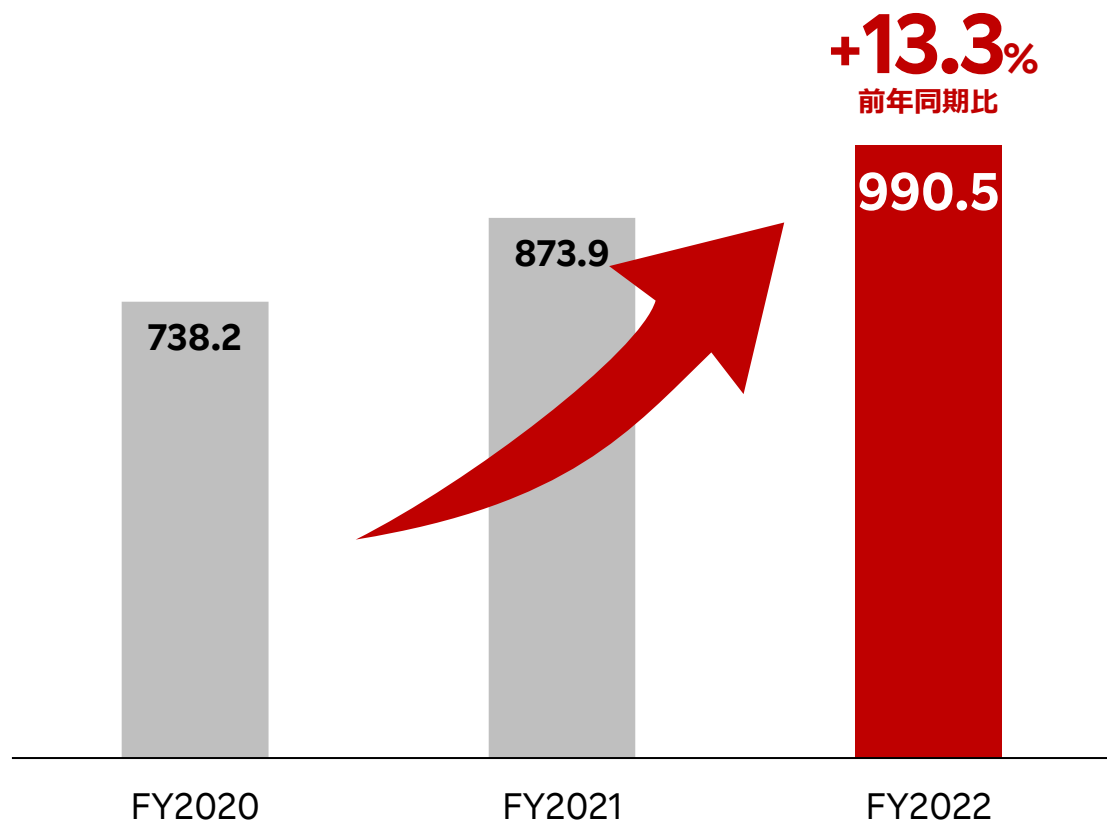
+6.4%

前年同期比
14.2億人

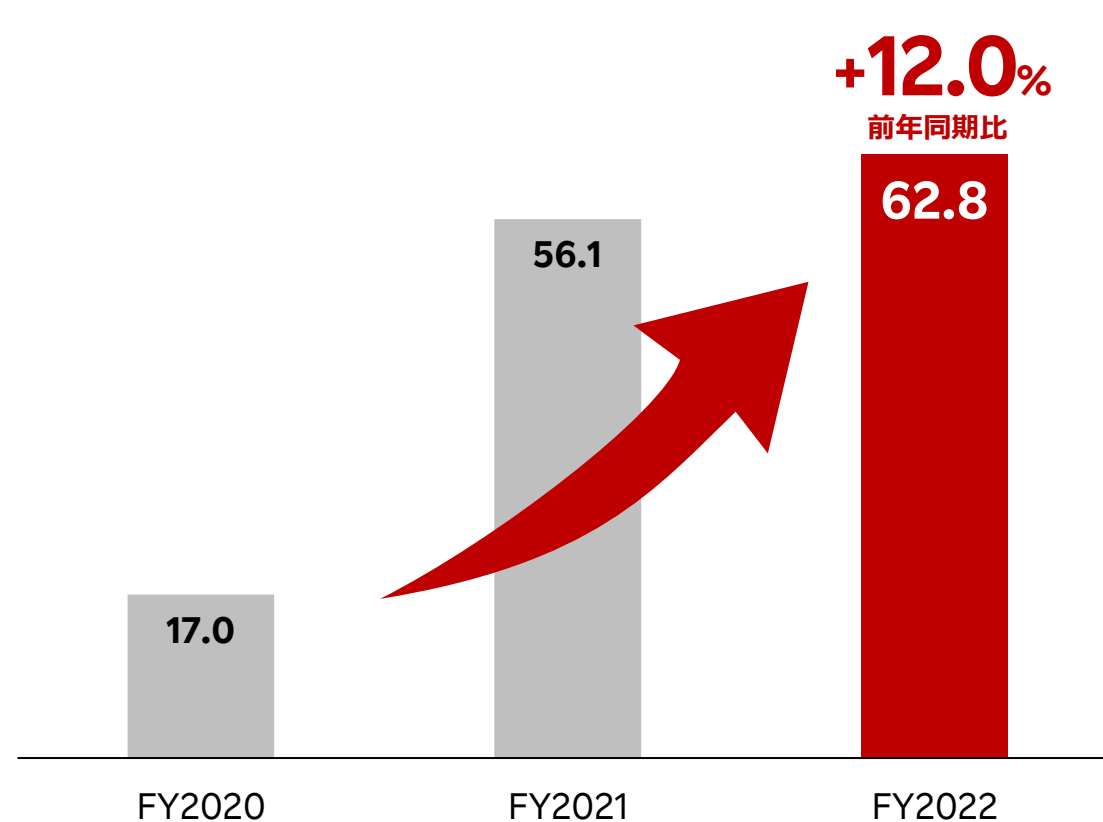


米キャッシュバックECのRakuten Rewardsは力強い成長を実現

売上高
(百万米ドル)

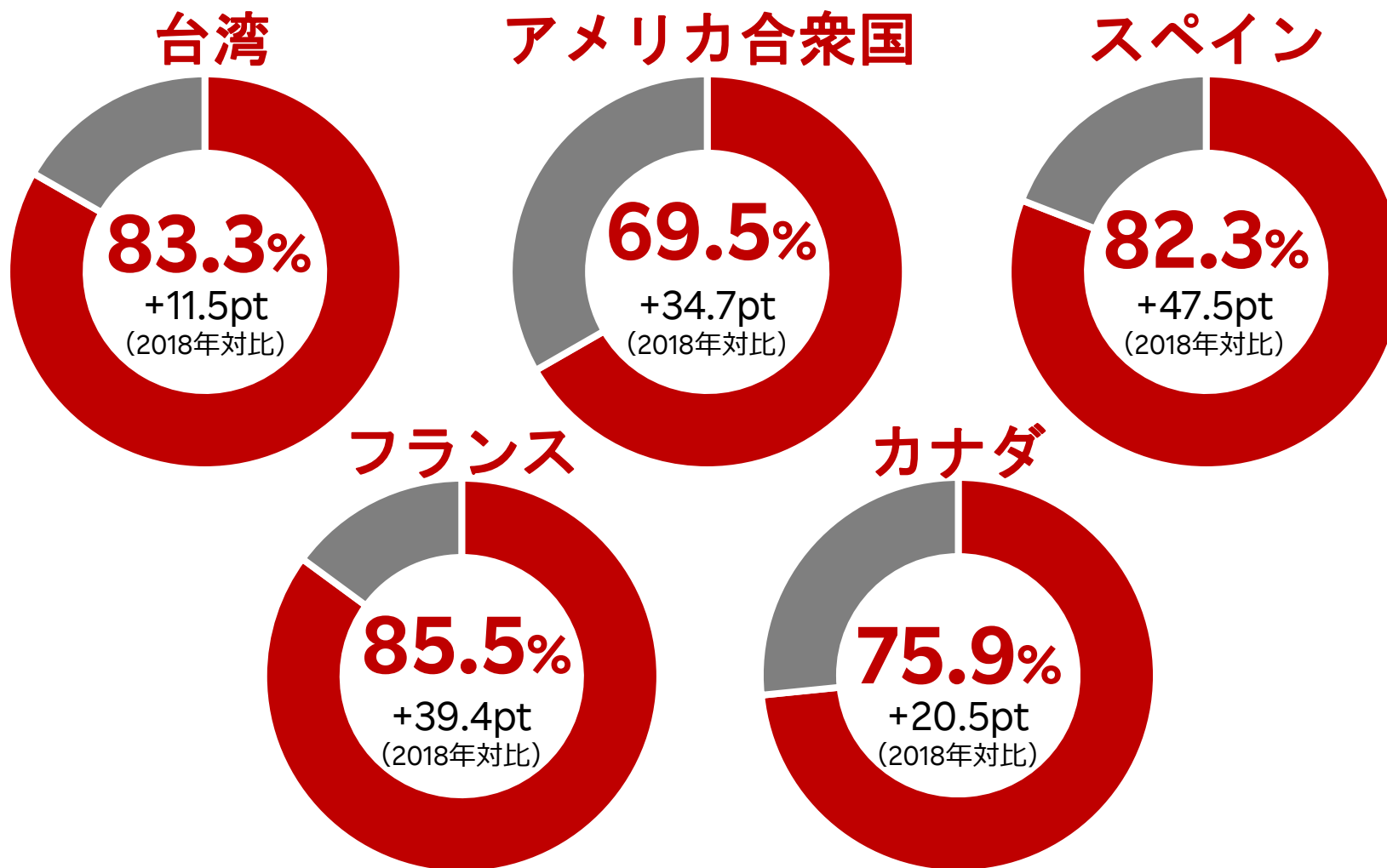


Non-GAAP 営業利益
(百万米ドル)



世界中で広がる楽天グループ認知度*

ロゴ認知度 (2023年1月)



2 2022年度 事業進捗

(単位：十億円)



インターネットサービス

	FY2021	FY2022	前年同期比
インターネットサービスセグメント			
売上収益	999.2	1,085.9	+8.7%
営業利益	103.4	78.2	-24.3%
国内EC			
売上収益	707.7	797.0	+12.6%
営業利益	70.0	95.6	+36.6%
マイノリティー投資			
営業利益	34.3	-10.2	-44.6
その他インターネットサービス (マイノリティー投資事業を除く)			
売上収益	291.5	288.9	-0.9%
営業利益	-1.0	-7.2	-6.2
その他インターネットサービス (マイノリティー投資事業、R-ad ^{*1} 、Viber、スポンサーシップ ^{**2} を除く)			
営業利益	-0.9	3.7	+4.5

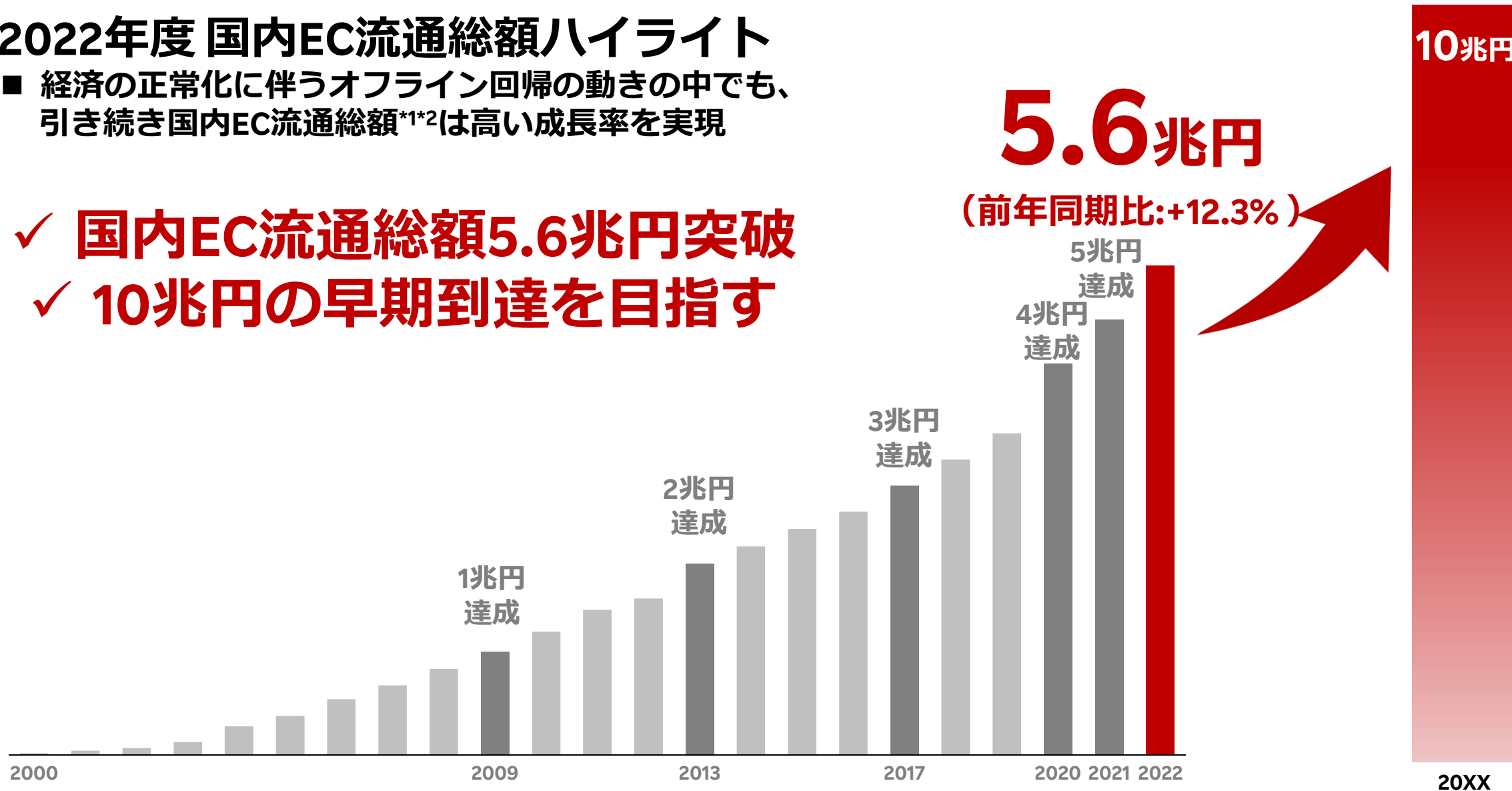
*1 海外における楽天広告事業

**2 ゴールデンステート・ウォリアーズのスポンサー費用、等

2022年度 国内EC流通総額ハイライト

- 経済の正常化に伴うオフライン回帰の動きの中でも、引き続き国内EC流通総額*1*2は高い成長率を実現

- ✓ 国内EC流通総額5.6兆円突破
- ✓ 10兆円の早期到達を目指す



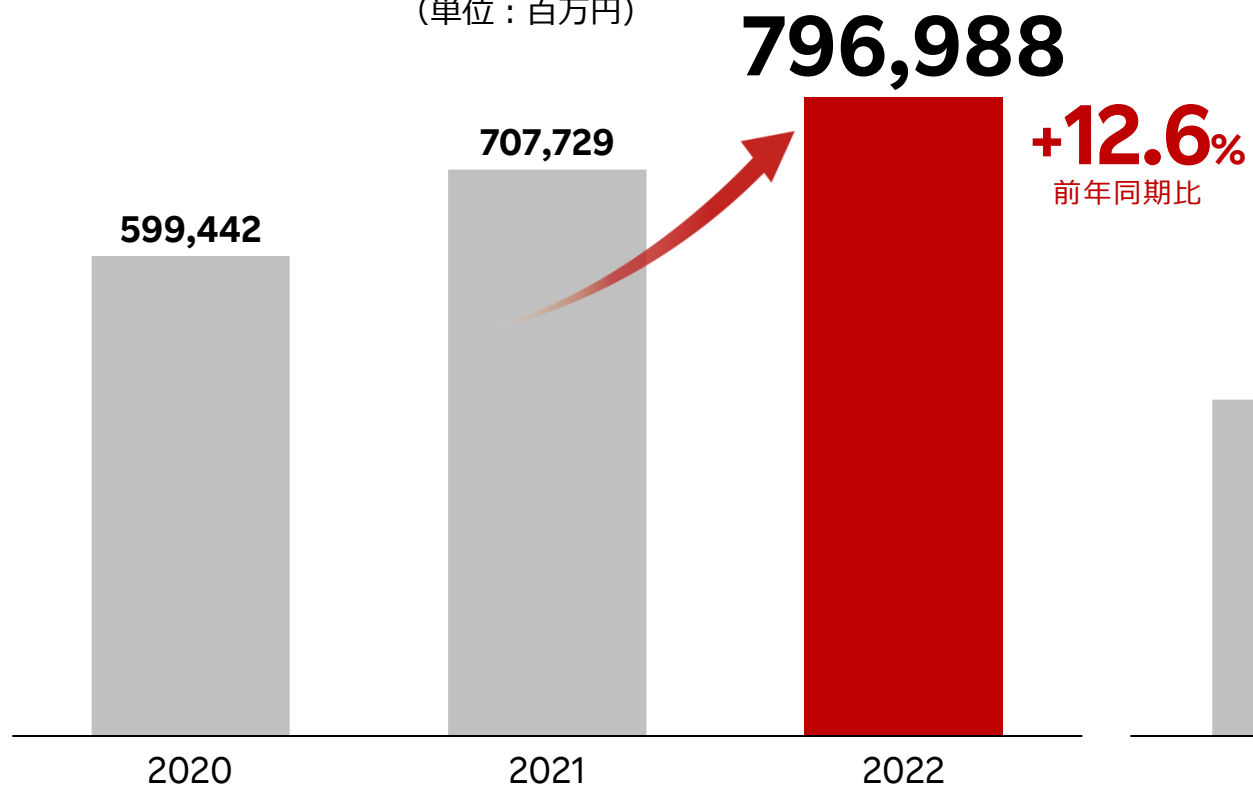
*1国内EC流通総額（一部の非課税ビジネスを除き、消費税込み）＝市場、トラベル（宿泊流通）、ボックス、ボックスネットワーク、Kobo（国内）、ゴルフ、ファッション、ドリームビジネス、ビューティ、Rakuten24などの日用品直販、Car、ラクマ、Rebates、楽天西友ネットスーパー、クロスボーダートレーディング等の流通額の合計。

*2 Q4/21より、国内EC流通総額にボックスネットワーク、クロスボーダートレーディング、Kobo（国内）を追加。これに伴い、遡及修正を実施。

2022年度 国内EC業績ハイライト

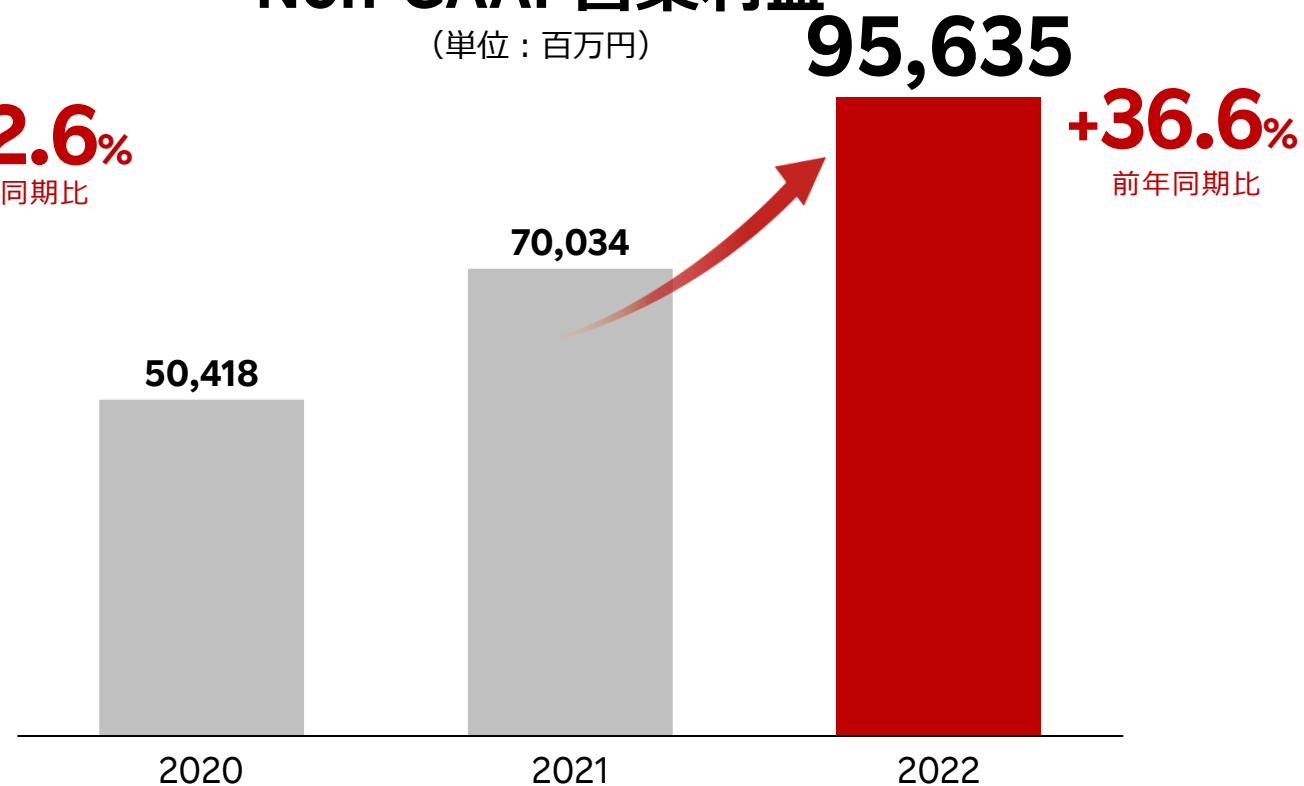
国内EC 売上収益

(単位：百万円)



国内EC Non-GAAP営業利益

(単位：百万円)



日本のEC市場における圧倒的な存在感

- 楽天の国内ECは、日本のEC市場において圧倒的な規模に。成長率においても競合他社対比で高い水準を維持
- 楽天市場のユーザー一定着率はコロナ一巡後も高い水準を維持

国内主要EC会社の過去12カ月間(LTM) 流通総額*1比較

楽天市場成長実績

Rakuten 国内 EC

(10億円/LTM)

5,630

Z Holdings
3,637

Mercari
933

ZOZO
540

直近四半期 流通総額 前年同期比率

Rakuten 国内EC: Q4/22 **+13.6%**

Z Holdings: Q3/23 +5.6%

Mercari: Q2/23 +10.0%

ZOZO: Q3/23 +6.4%

*1直近に開示された決算数値から過去12カ月間の流通総額を記載

- Z Holdings: 国内物販系取扱高+国内サービス系取扱高

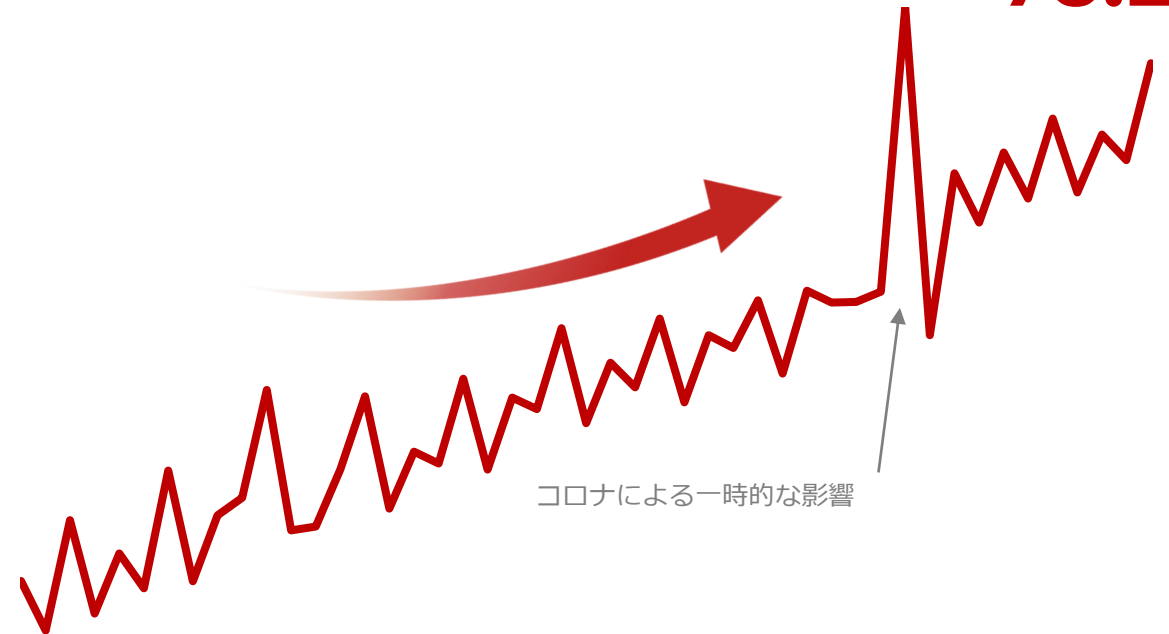
- Mercari: 日本におけるGMV

- ZOZO: 全商品取扱高

*2ある四半期で購入したユーザーの内、翌四半期で購入したユーザーの割合

ユーザー一定着率*2

78.2%



楽天におけるファッション事業*1の国内での圧倒的な存在感

- 楽天におけるファッション事業*1の規模は、国内EC業界の中でも最大級の流通総額規模となっている
- また、規模が最大級であることのみならず、前年同期比で10%の成長を実現
- 今後も圧倒的な規模を維持しながら、成長を見込む

直近12カ月 流通総額

(10億円/LTM)

規模は**2.5倍**以上

427

ZOZOTOWN*2
(Q4/21-Q3/22)



1,052

Rakuten
(Q1/22-Q4/22)

1兆円超

規模だけでなく

10% 前年同期比
の高い成長率も実現

*1 楽天市場で取り扱うファッション関連ジャンル（ファッション、服飾雑貨小物、スポーツ、美容ビューティー等）と楽天ファッションを合計したもの

*2 ZOZOTOWN事業の商品取扱高（Q4/21-Q3-22）を掲載

楽天国内ECのビジネスポートフォリオマネジメント

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



- ✓ 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

- ✓ 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トビリティ
- ✓ 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

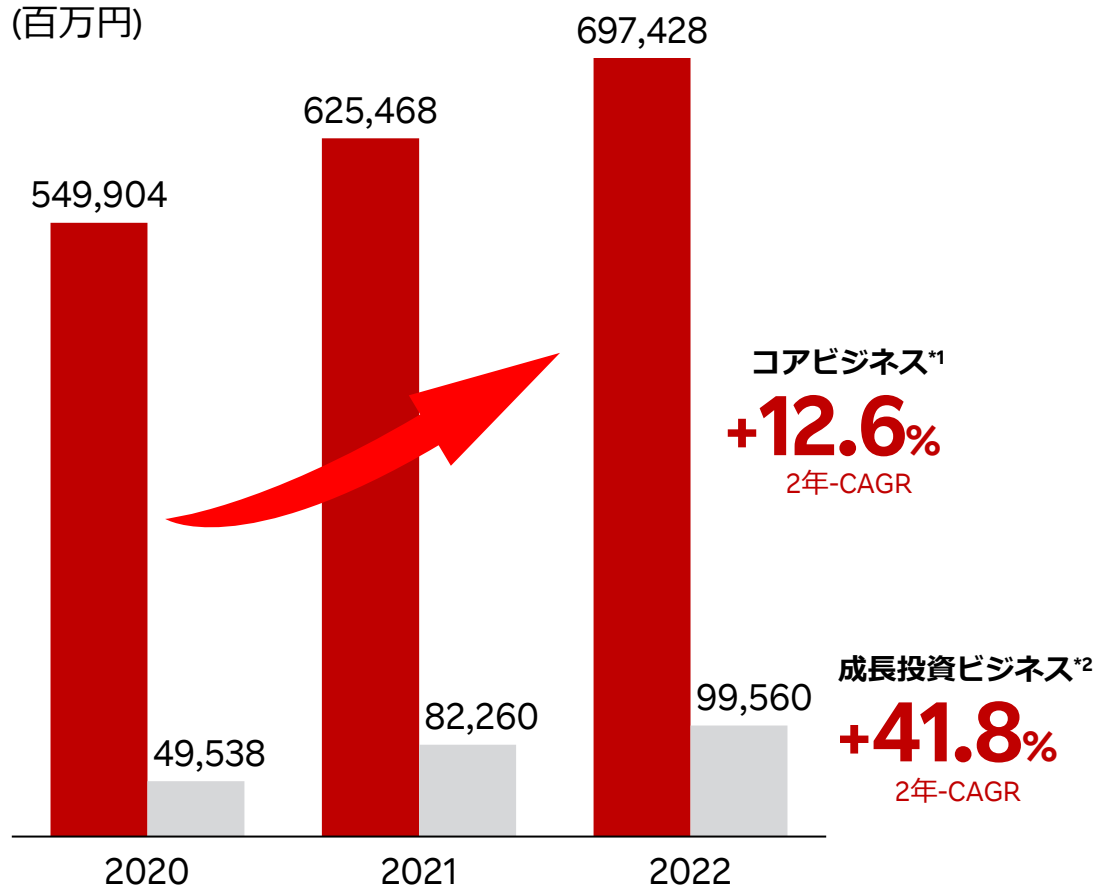
*1市場、トラベル、ブックスネットワーク、ゴルフ、ドリーム、Open Commerce、Hunglead、BIC、Home life Direct、Car、等

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

コアビジネスのさらなる成長と成長投資ビジネスの収益性改善

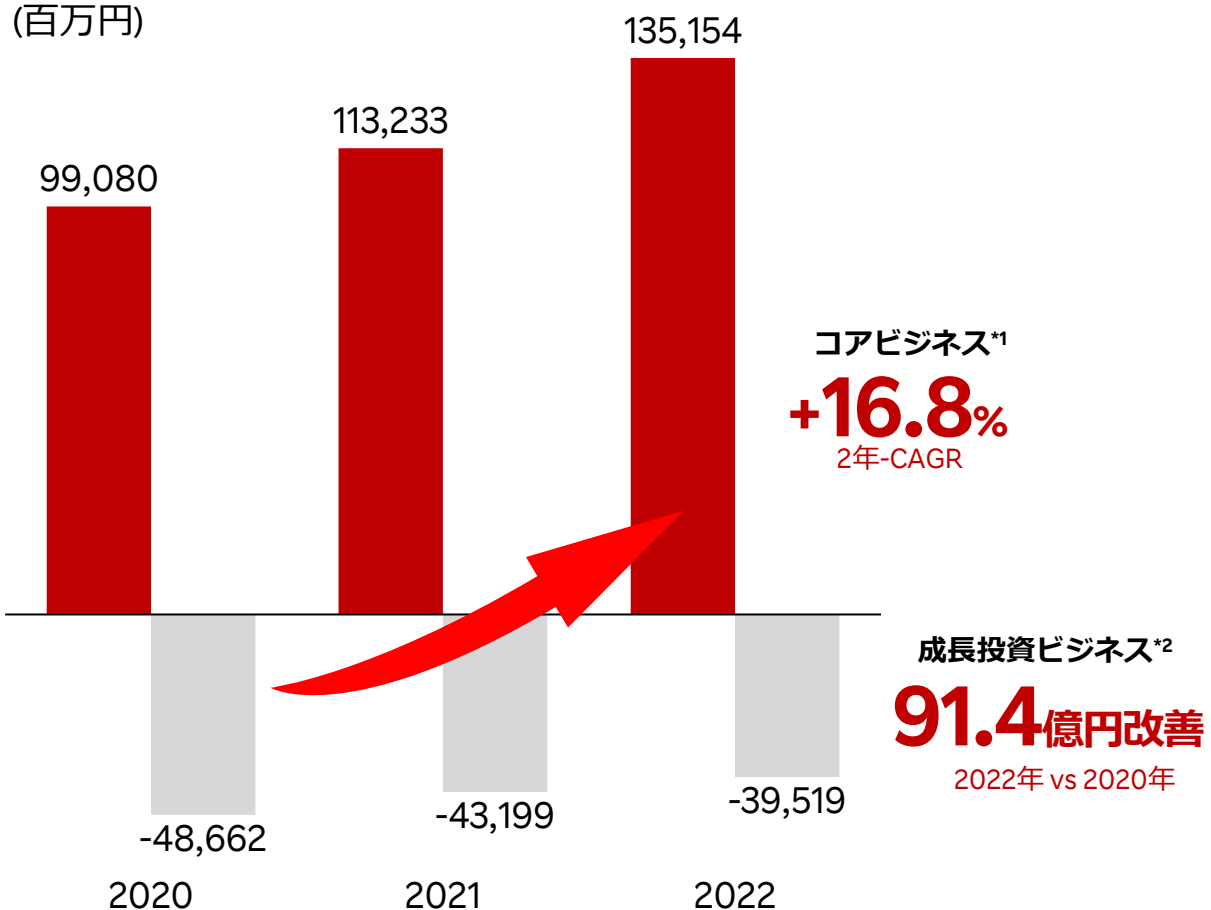
売上高

(百万円)



Non-GAAP営業利益

(百万円)



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

*2 Fashion1st Party、C2C、楽天西友ネットスーパー、物流事業、ビューティー、ダイニング、クロスボーダートレーディング、等

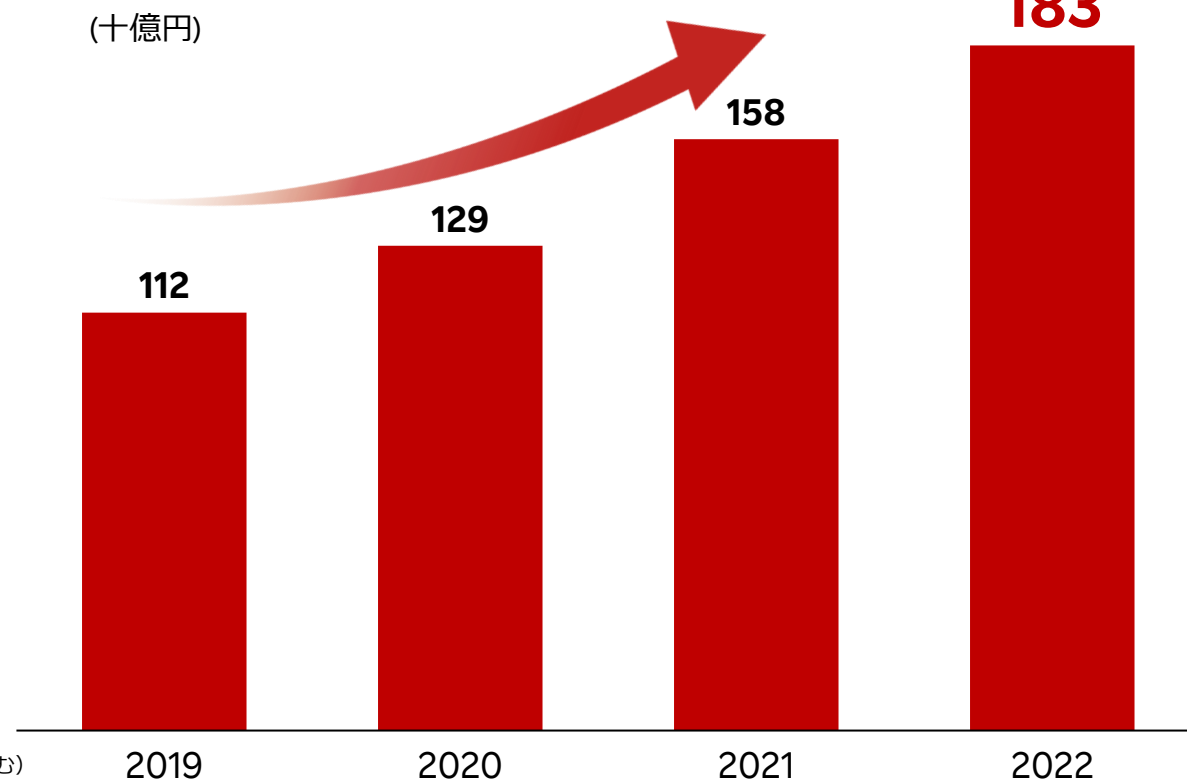
楽天広告事業の堅調な成長

- 楽天の広告ビジネス売上高*1は引き続き大きく成長しており、今後もさらなる拡大を見込む

広告事業業績



楽天広告事業売上高推移
(3年-CAGR:17.9%)



*1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）



(単位：十億円)



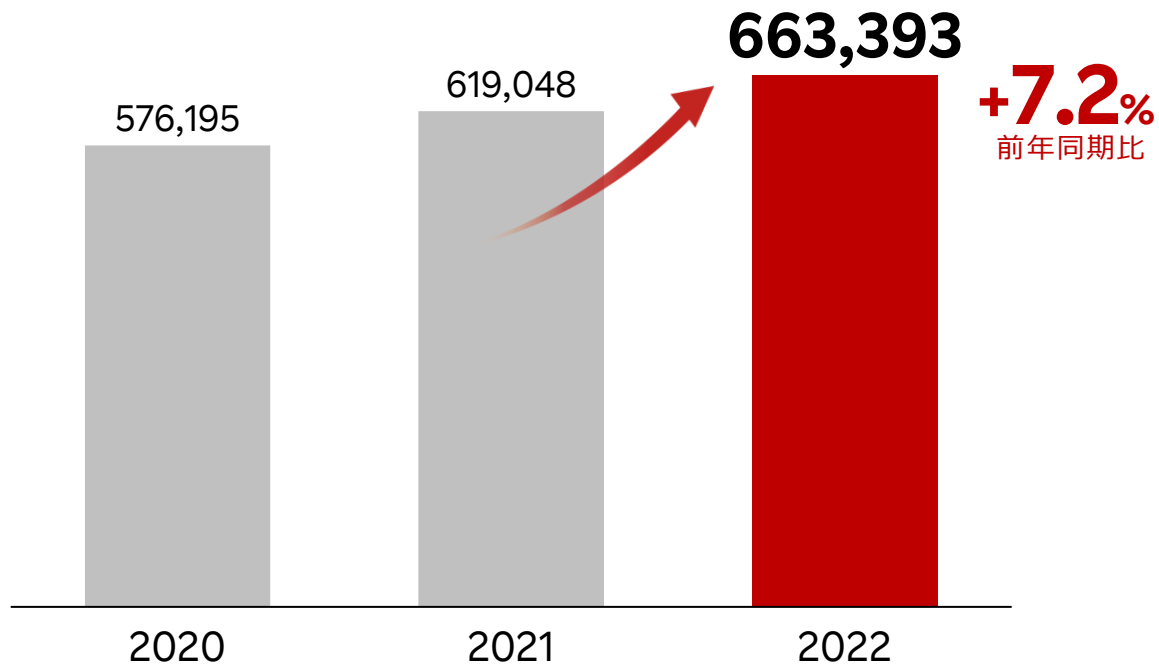
フィンテック

FY2022	売上収益	前年同期比	営業利益	前年同期比
楽天カード	295.6	+5.6%	44.0	+10.9%
楽天銀行	112.2	+9.3%	38.0	+28.5%
証券事業	95.8	+6.5%	18.7	+3.3%
保険事業	99.7	-1.2%	10.0	+10.4%
楽天ペイメント	51.4	+37.3%	-5.1	-0.8
その他	8.5	+5.0%	-7.0	-4.0
フィンテック 合計	663.4	+7.2%	98.7	+10.8%

フィンテックセグメント FY2022通期業績ハイライト

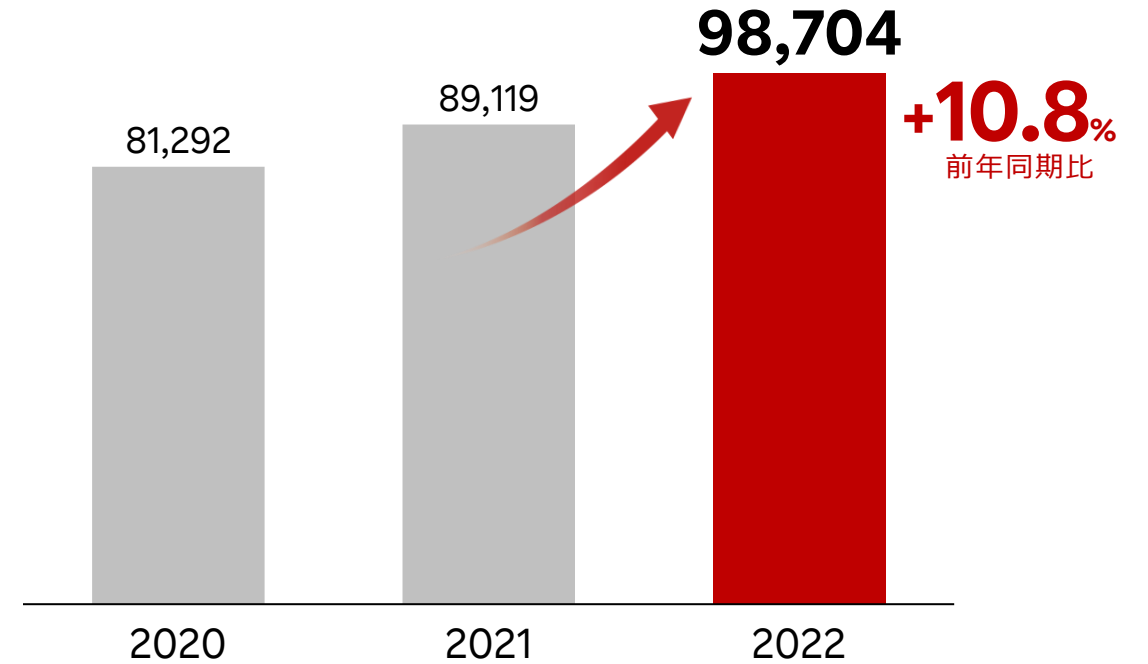
セグメント売上収益

(単位：百万円)



セグメント Non-GAAP営業利益

(単位：百万円)



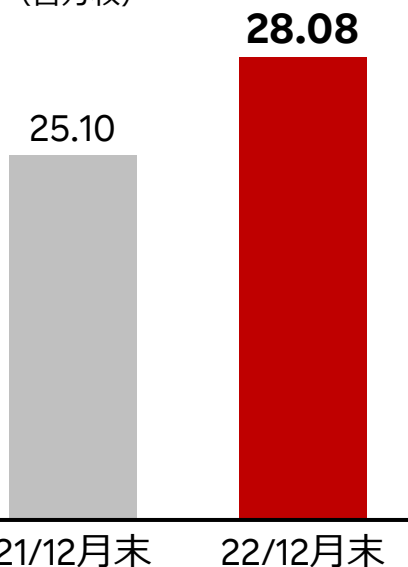
FY2022 フィンテック会員基盤の継続拡大

楽天カード

カード発行枚数

+11.9%
(前年同期比)

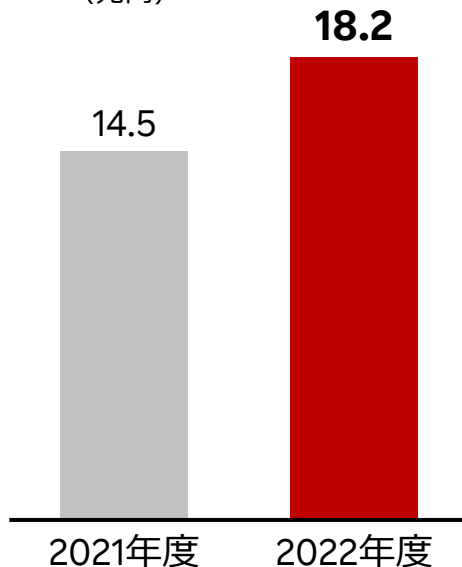
(百万枚)



ショッピング取扱高*

+25.8%
(前年同期比)

(兆円)

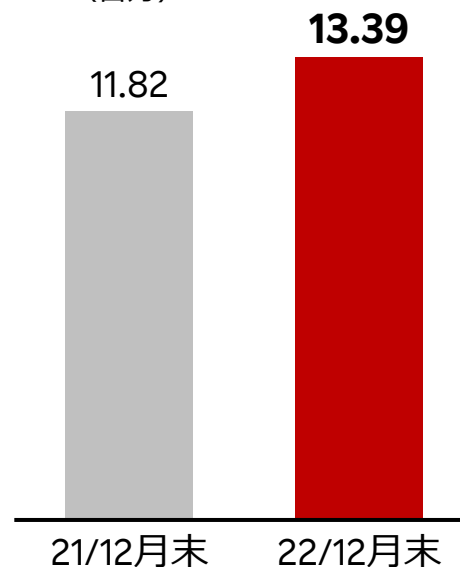


楽天銀行 (単体)

預金口座数

+13.3%
(前年同期比)

(百万)

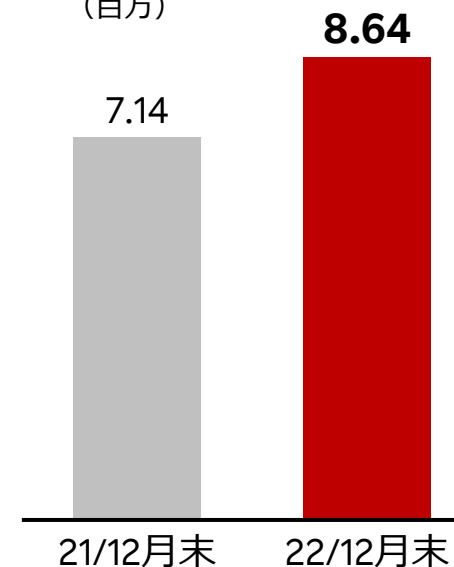


楽天証券 (単体)

証券総合口座数

+21.1%
(前年同期比)

(百万)



* 管理会計ベース。決算データシートとは異なる定義。

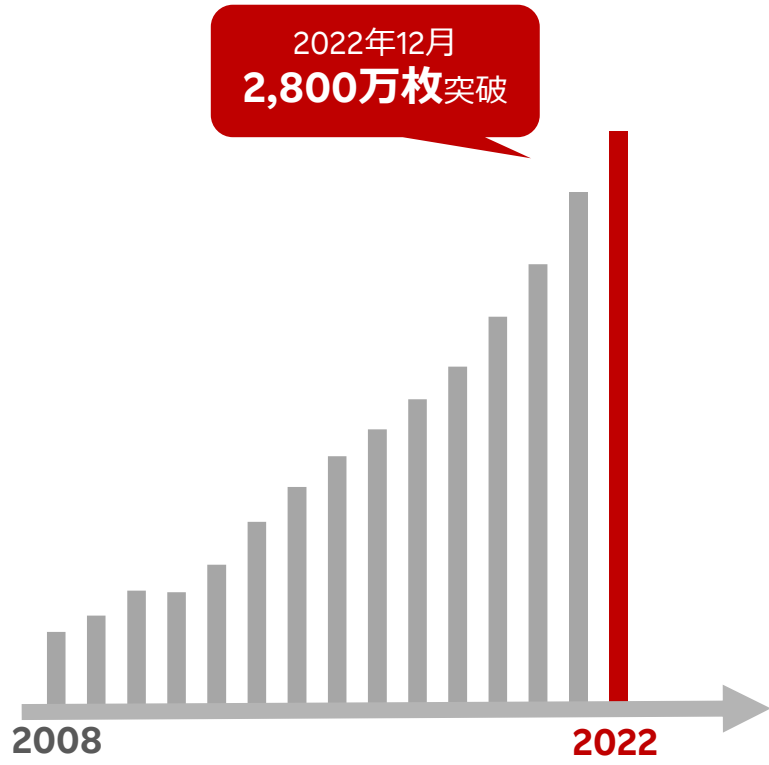
楽天カード：「トリプル3」達成に向けた進捗

カード発行枚数 → **3000**万枚

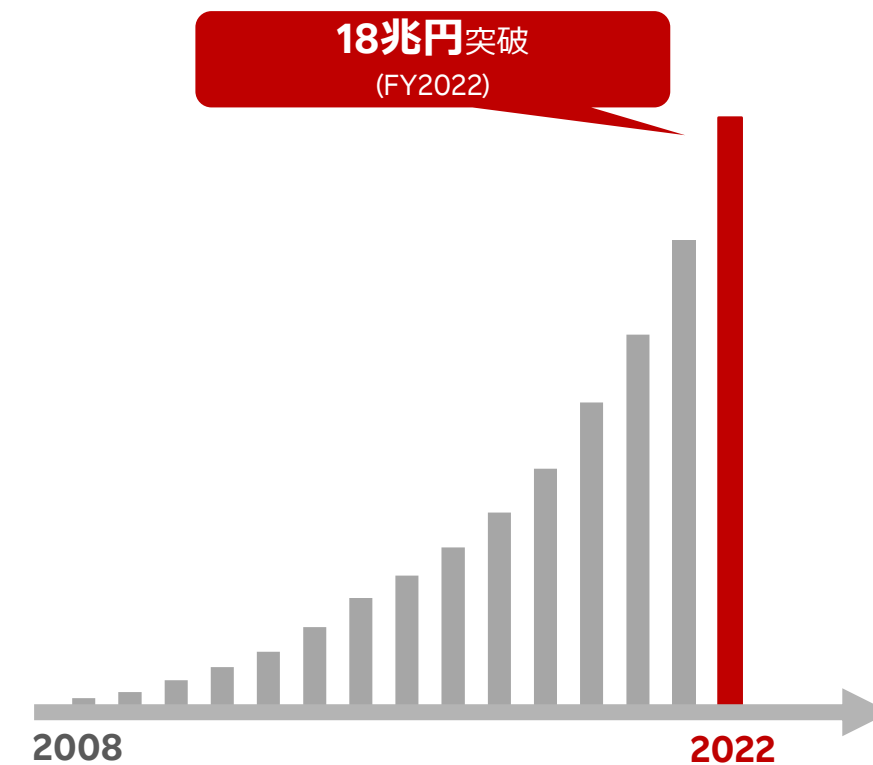
ショッピング取扱高 → **30**兆円

取扱高シェア*1 → **30**%

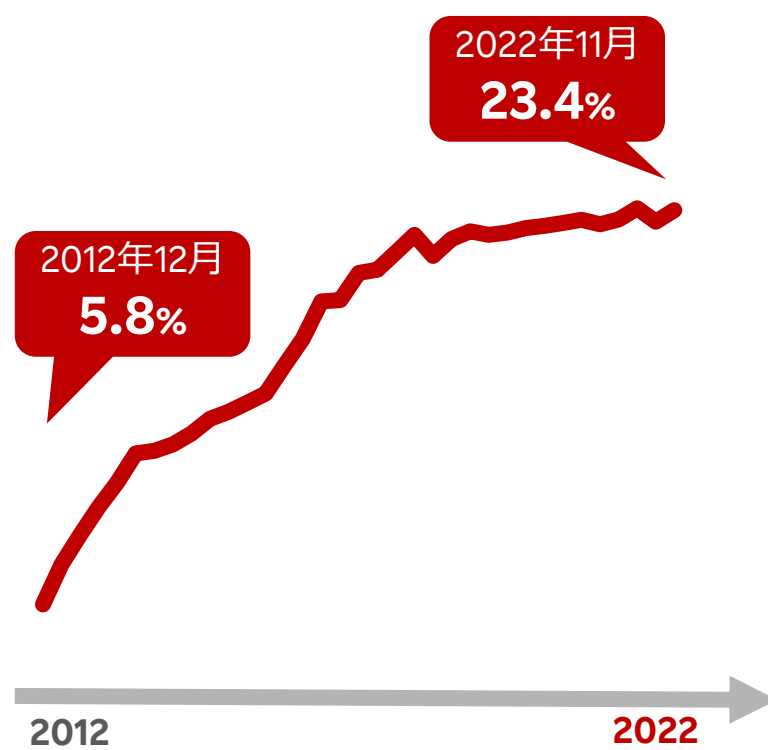
2022年12月
2,800万枚突破



18兆円突破
(FY2022)



2022年11月
23.4%

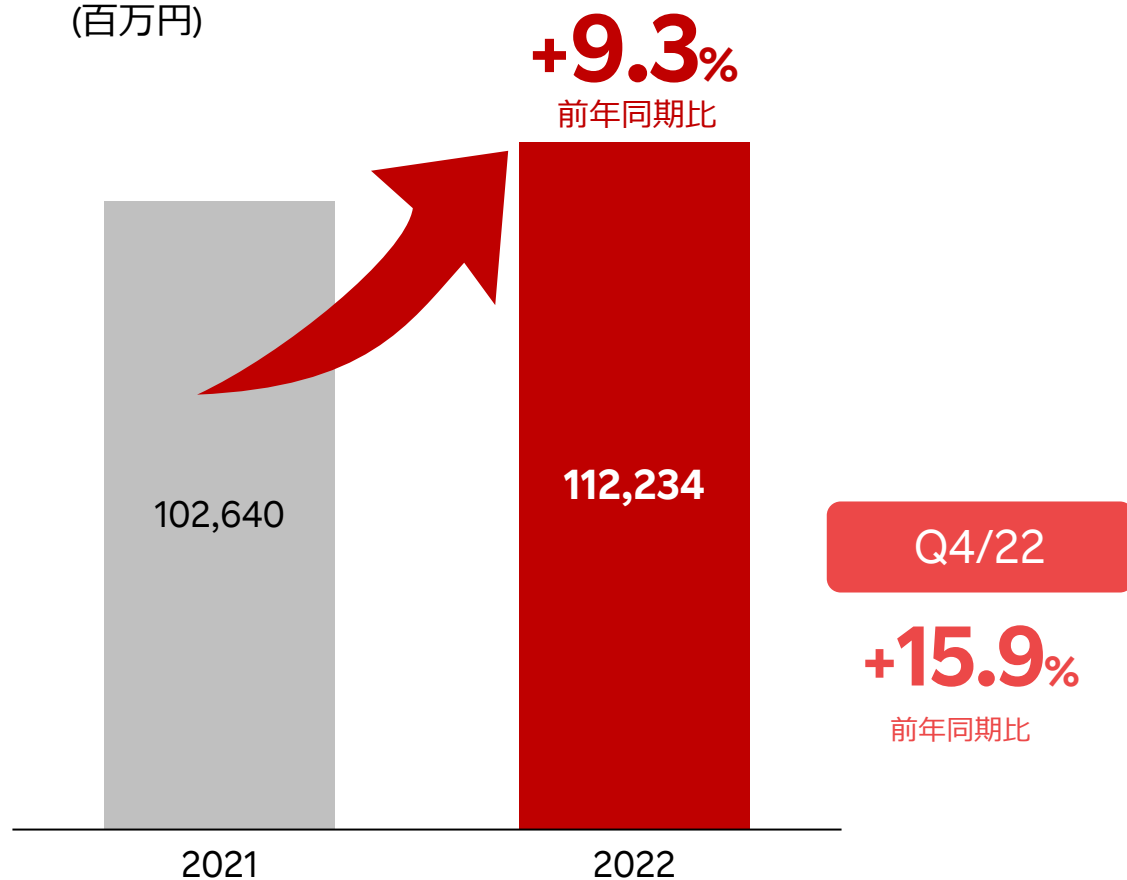


*経済産業省、特定サービス産業動態統計調査、クレジットカード業 を参考に当社にて算出。

楽天銀行通期業績

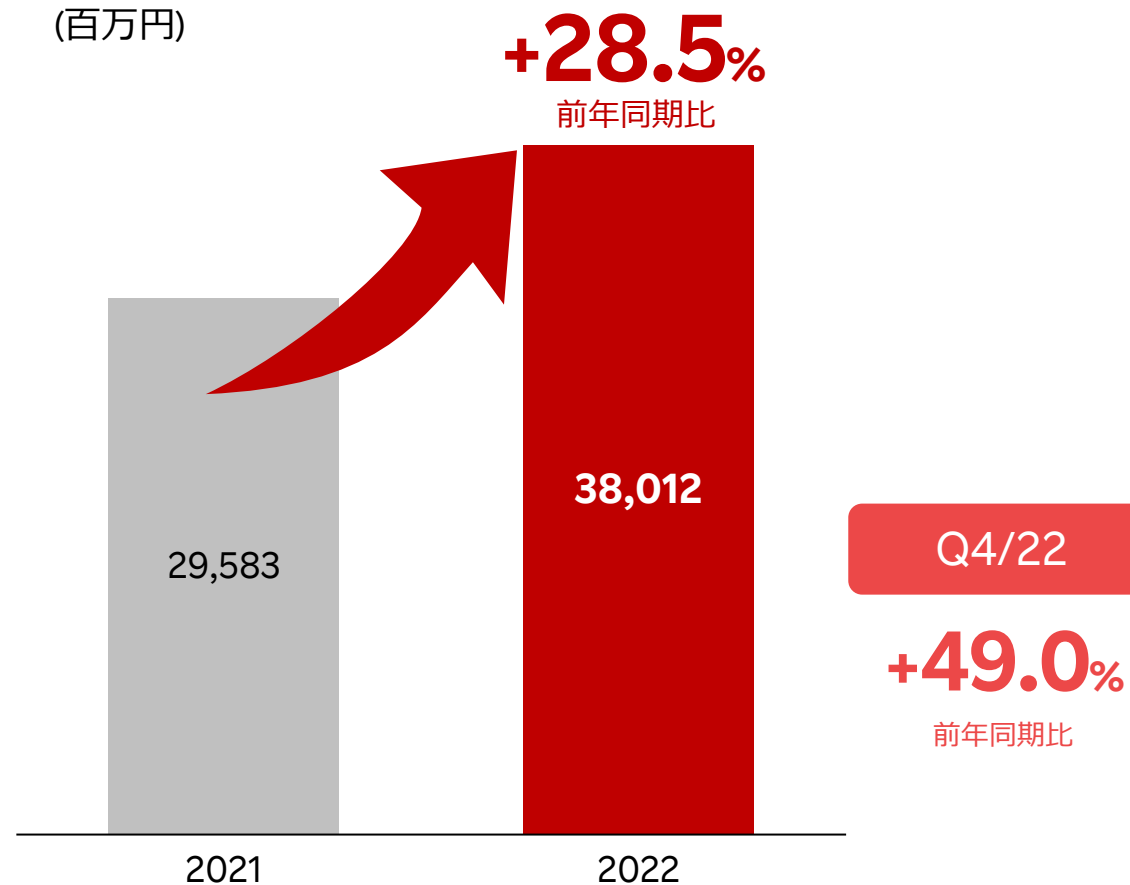
売上収益

(百万円)



Non-GAAP 営業利益

(百万円)



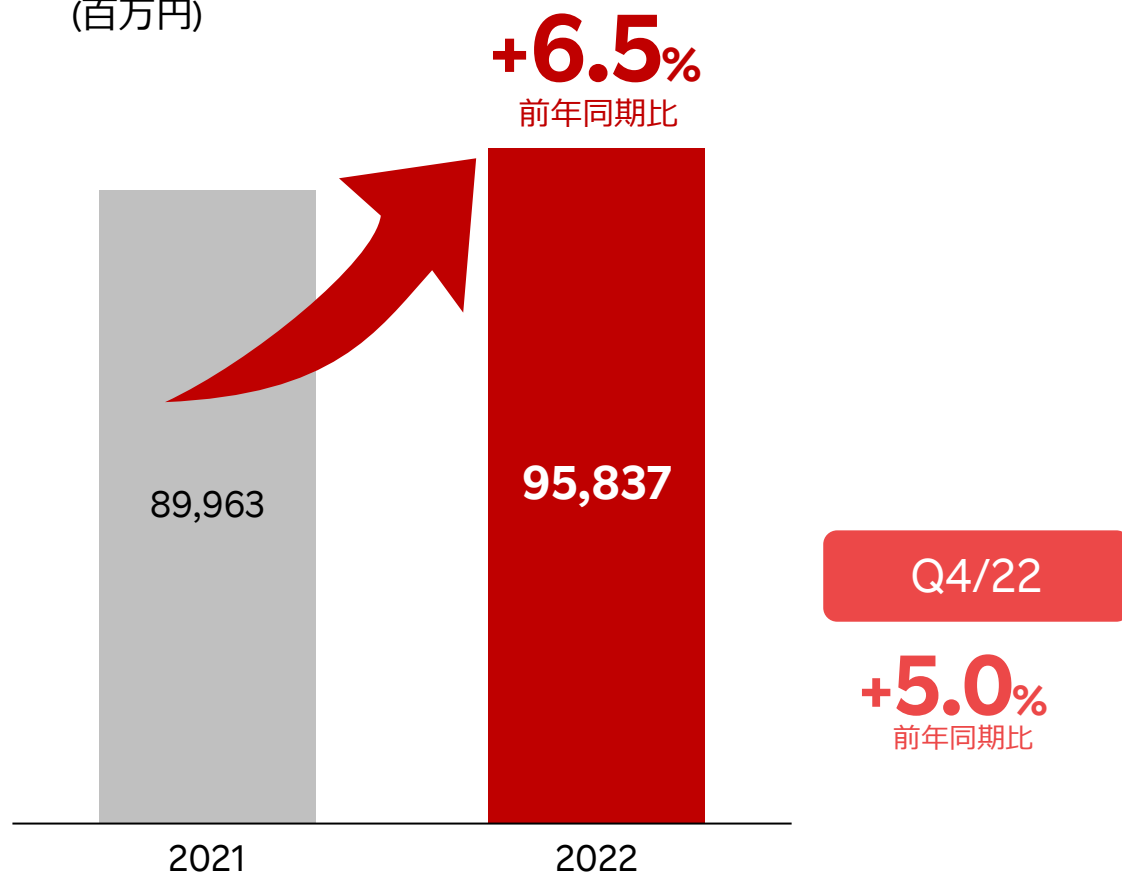
* IFRSベース。楽天銀行はJ-GAAP基準で決算報告。

* Q2/20に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）を連結子会社化。上記には含まない。

証券事業通期業績

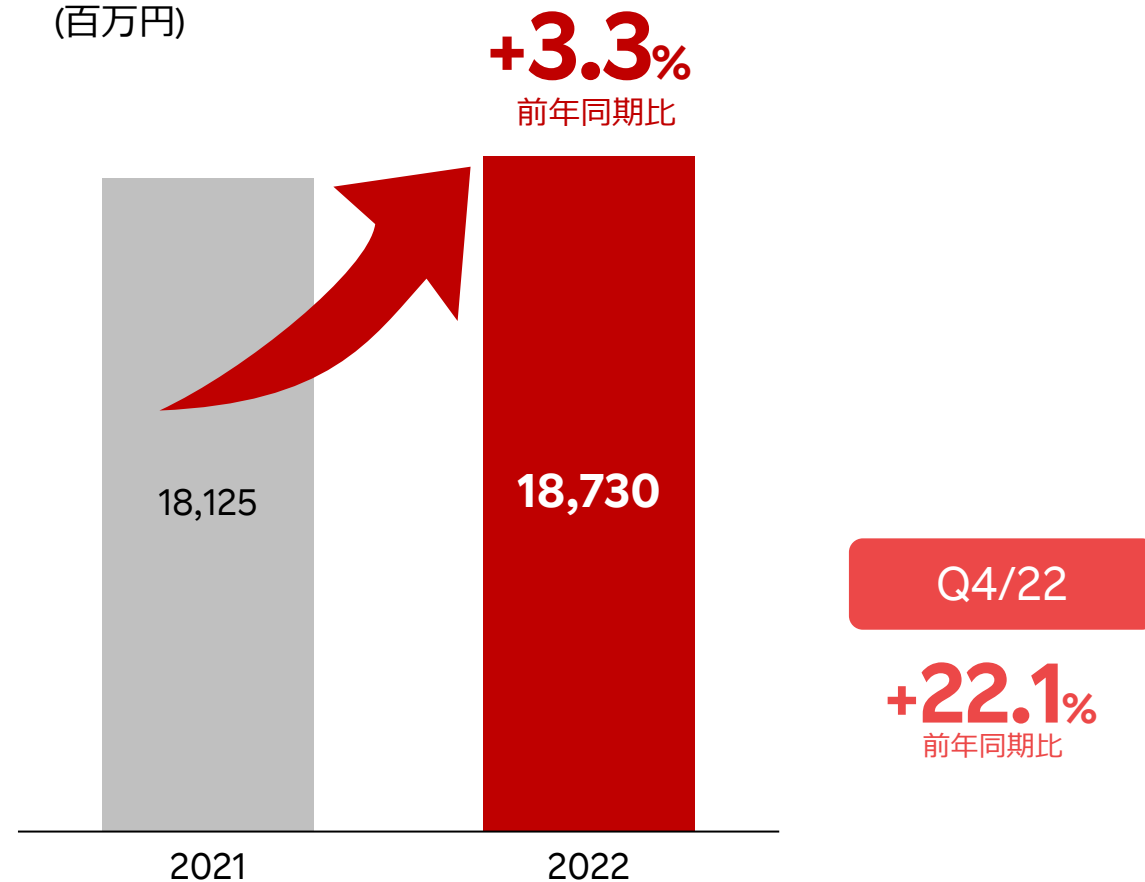
売上収益

(百万円)



Non-GAAP 営業利益

(百万円)

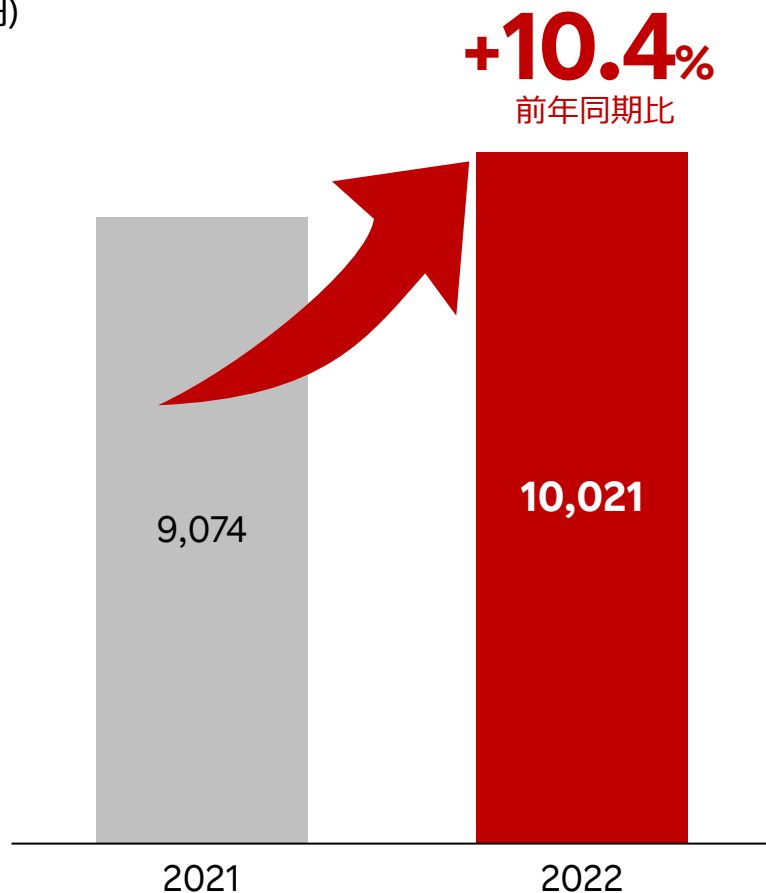


* 証券事業は、楽天証券および連結海外子会社を含む。

楽天保険グループ：営業利益の拡大および対面販売チャネルの回復

Non-GAAP 営業利益

(百万円)



Q4/22 対面販売チャネル 新契約年換算保険料 (ANP) *1*2

Rakuten 楽天生命

+21.3%

前年同期比

Rakuten 楽天損保

+46.4%

前年同期比

*1 団信除く。

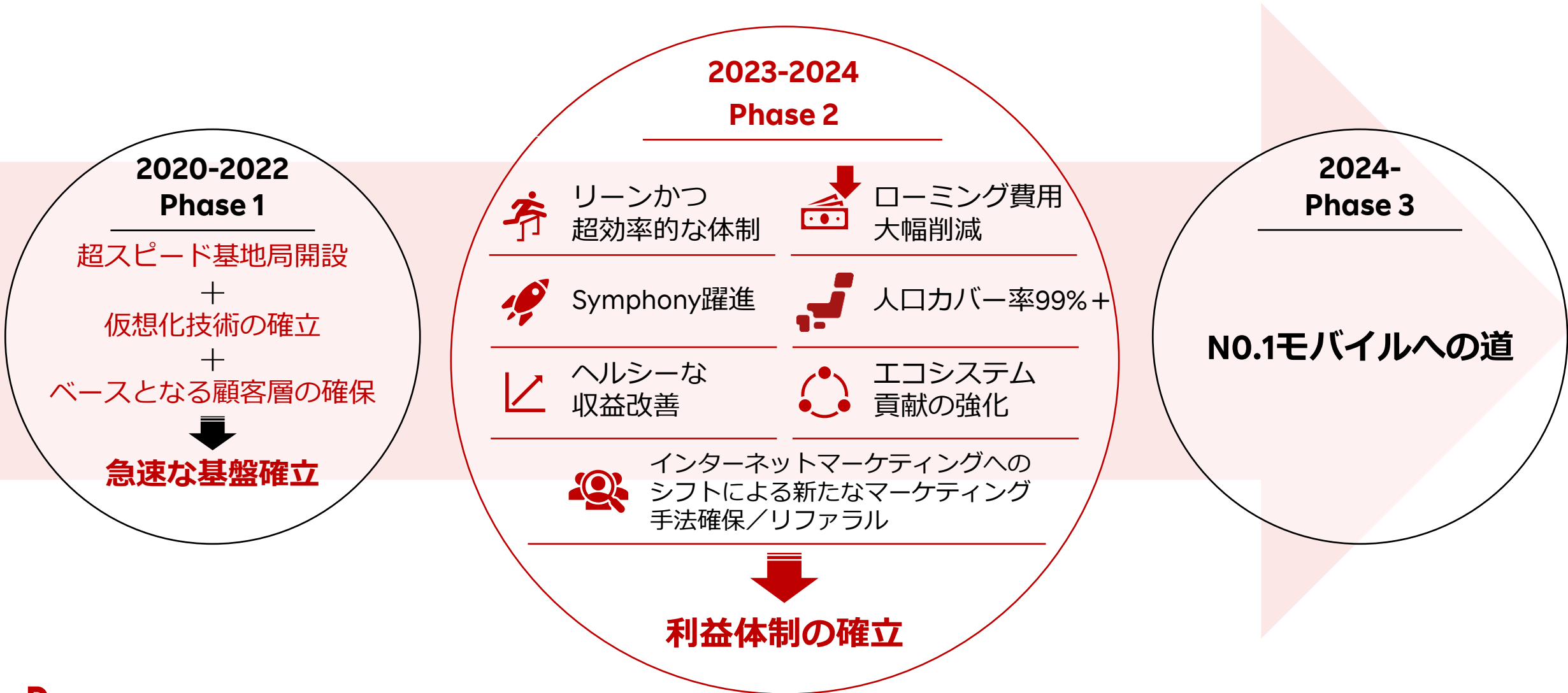
*2 ペット保険除く。楽天損保（Q1より契約移管を行ったペット保険含む）は +29.3% YoY伸長。

(単位：十億円)

◆ モバイル

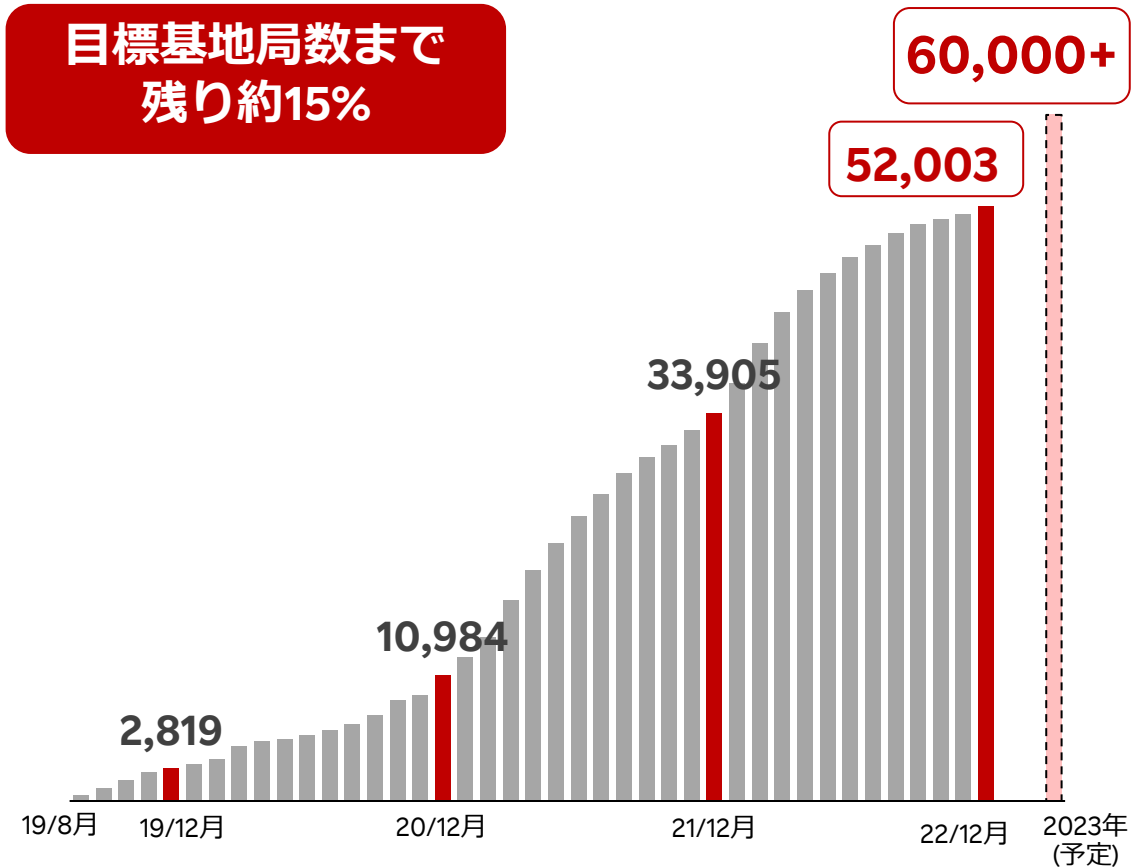
	FY2021	FY2022	前年同期比
モバイルセグメント			
売上収益	227.5	368.7	+62.0%
営業利益	-421.2	-492.8	-71.7
楽天モバイル			
売上収益	135.0	191.0	+41.5%
営業利益	-403.8	-459.3	-55.5

Rakuten Mobile Moving on to Next Steps



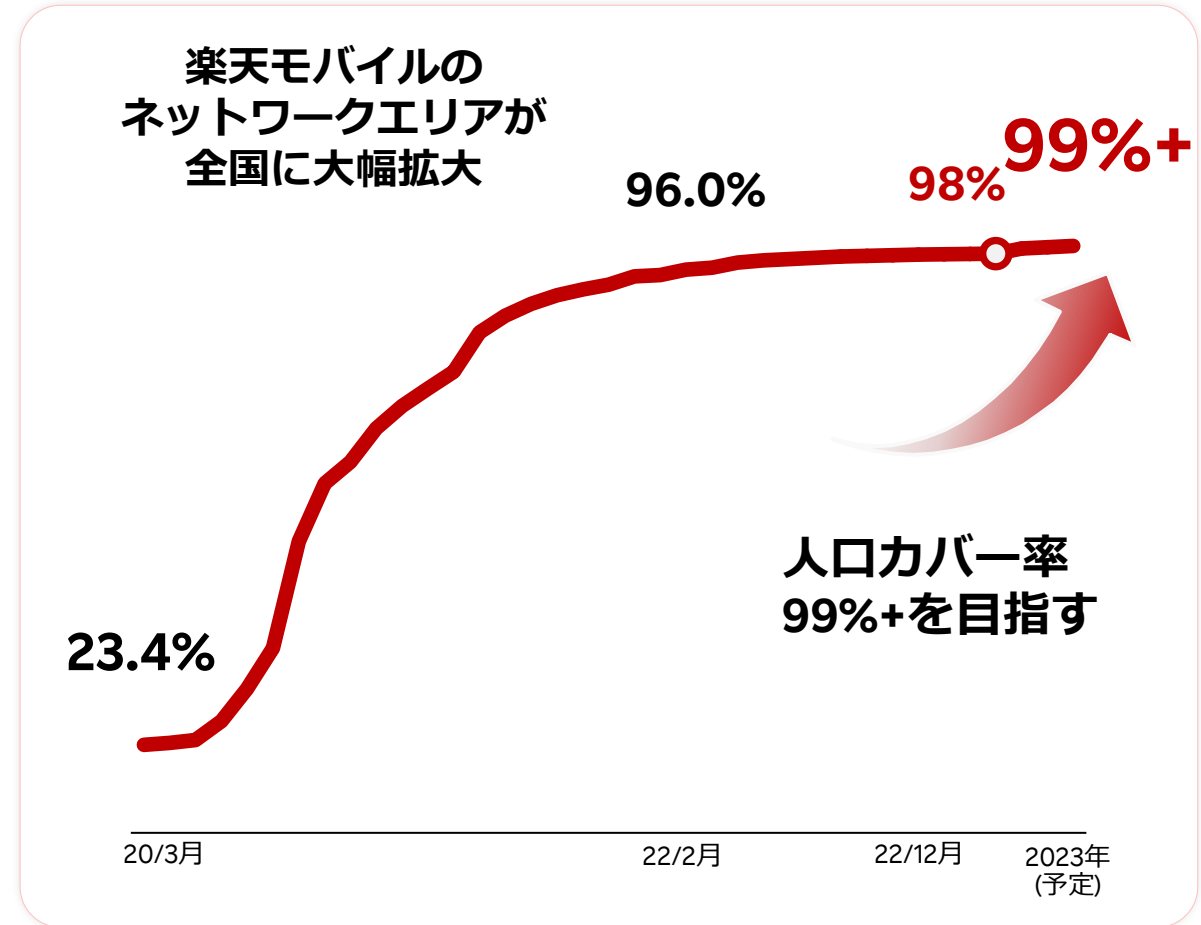
4Gのエリア展開はほぼ完了

4G屋外基地局の開設数



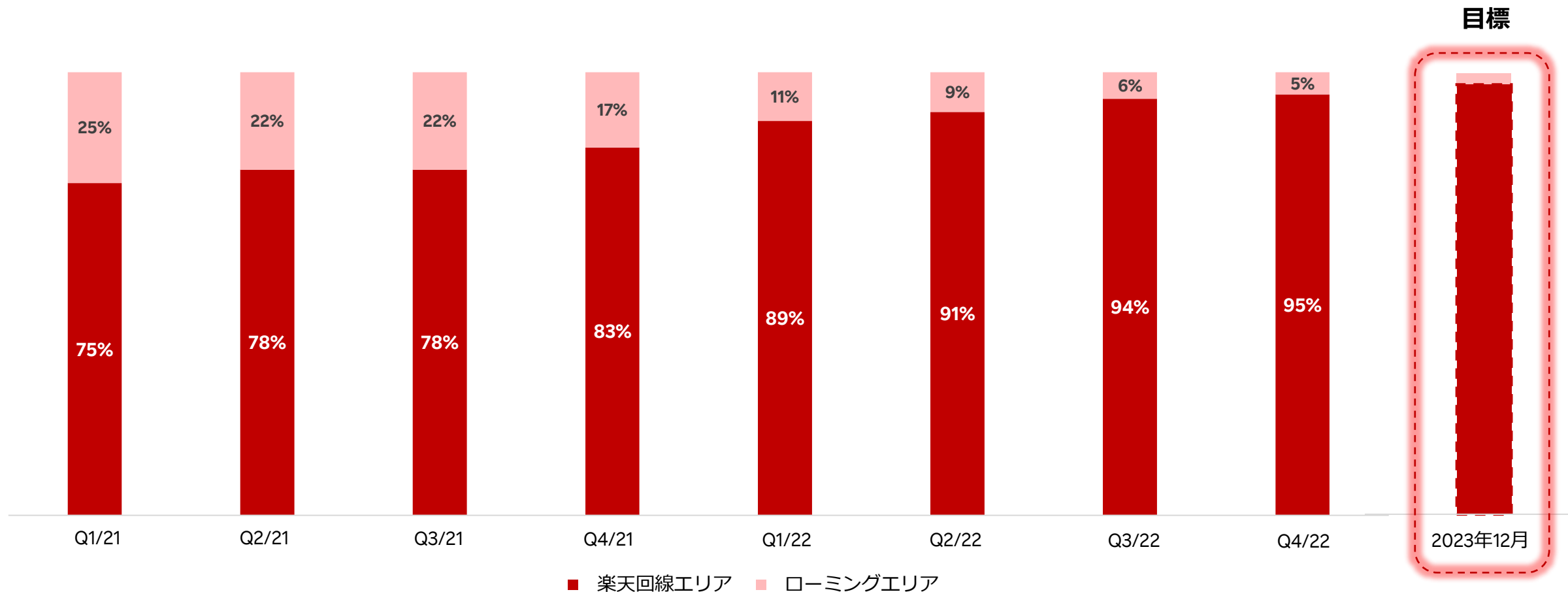
*基地局建設に関わる機器納入状況に影響を受ける可能性あり。

4G全国人口カバー率



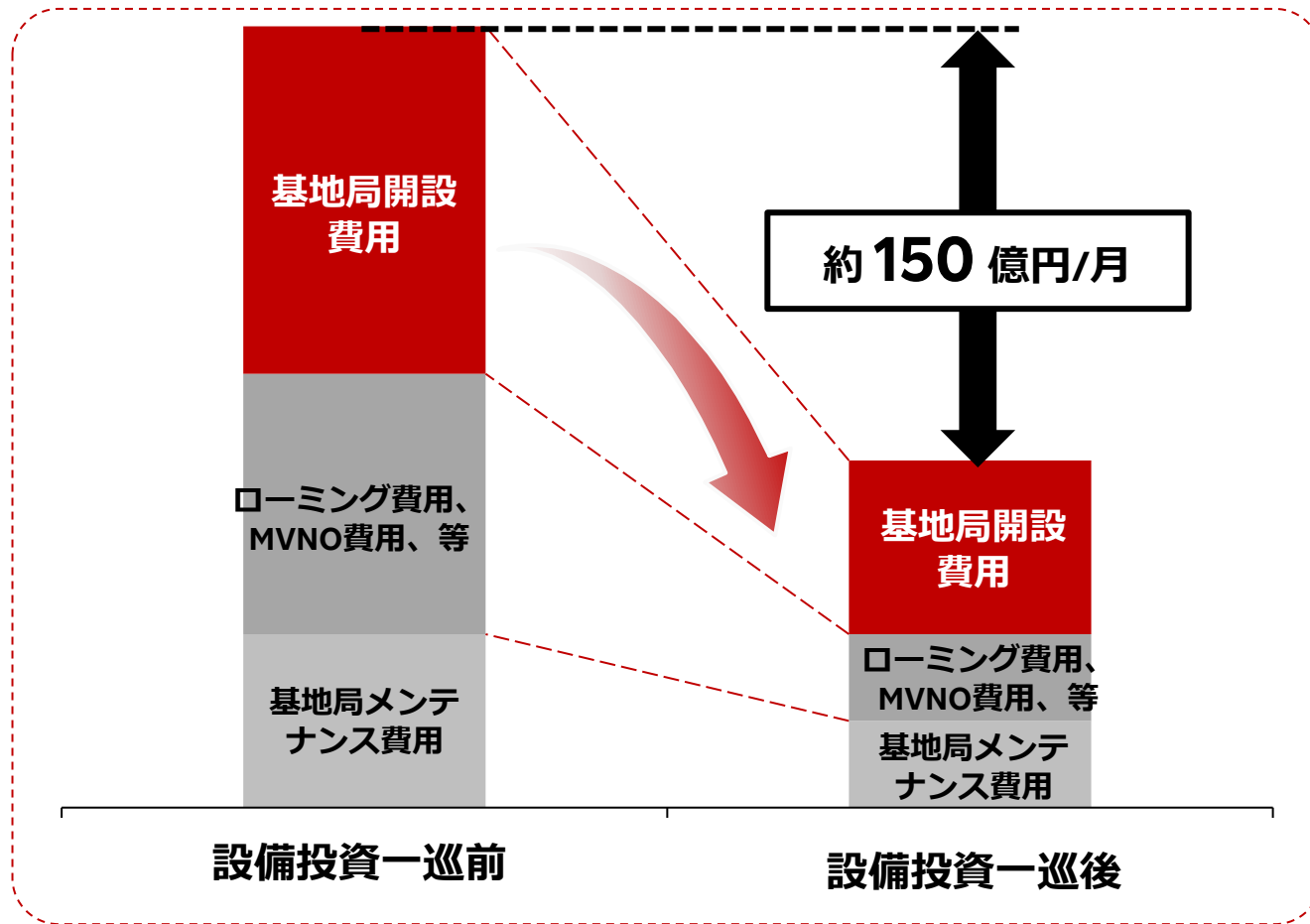
ローミングエリアにおけるデータ使用量の減少

■ 楽天回線エリアのデータ通信量が急増



2023年のネットワーク完成に伴う大幅なコスト減

- 楽天回線エリアでのデータ利用量の増加や設備投資一巡により、ローミング費用、基地局開設費用、MVNO費用は大幅に減少



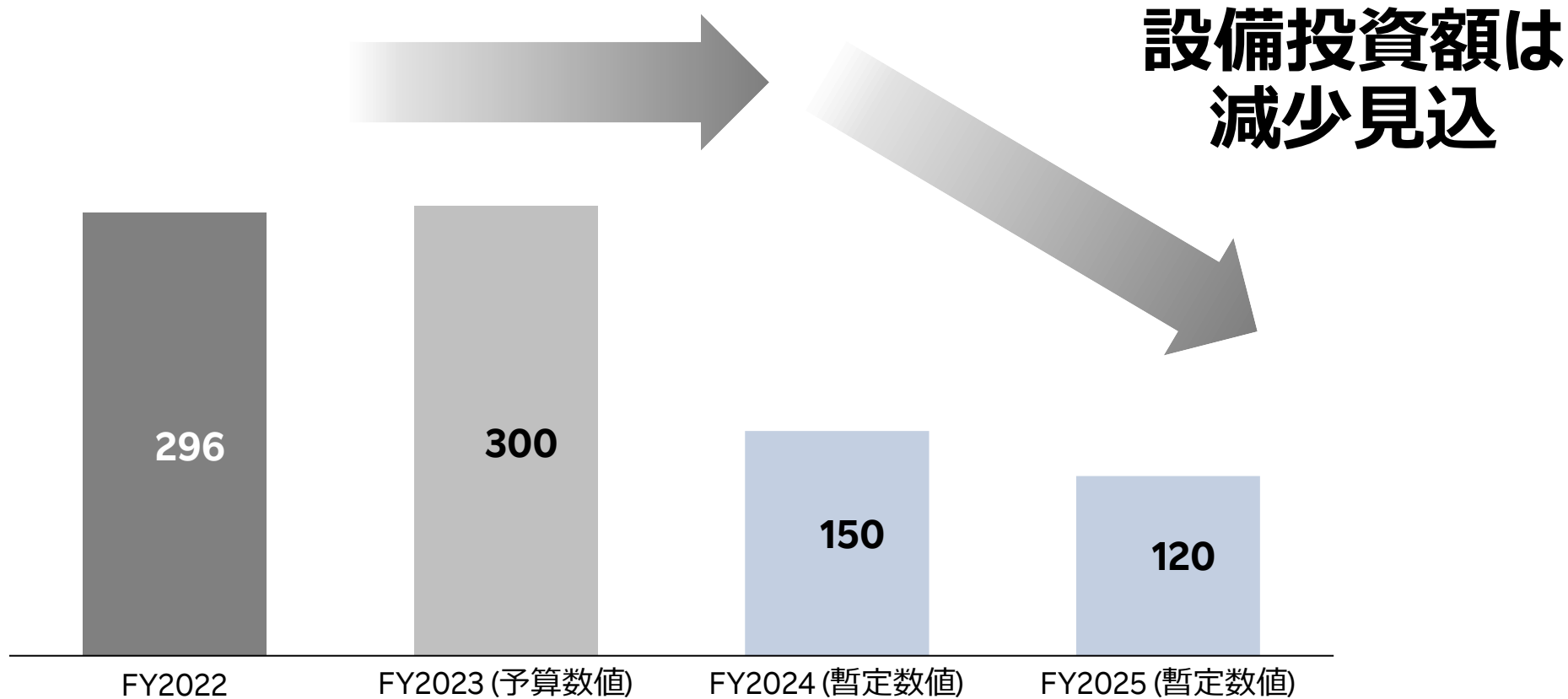
コスト削減要因

- 基地局開設費用：設備投資一巡により
- グループ会社への人員異動に伴う人件費や外注費が減少
- ローミング費用：楽天回線エリアが拡大、楽天回線エリアでのデータ使用量が増加
- MVNO費用：MNOへの移行により減少
- ショップ費用：ショップ戦略の最適化

楽天モバイル(株)設備投資

(IFRS16で求められる使用权資産、特定基地局開設料等を除く)

(単位：十億円)



* 基地局建設に関わる機器納入状況に影響を受ける可能性あり

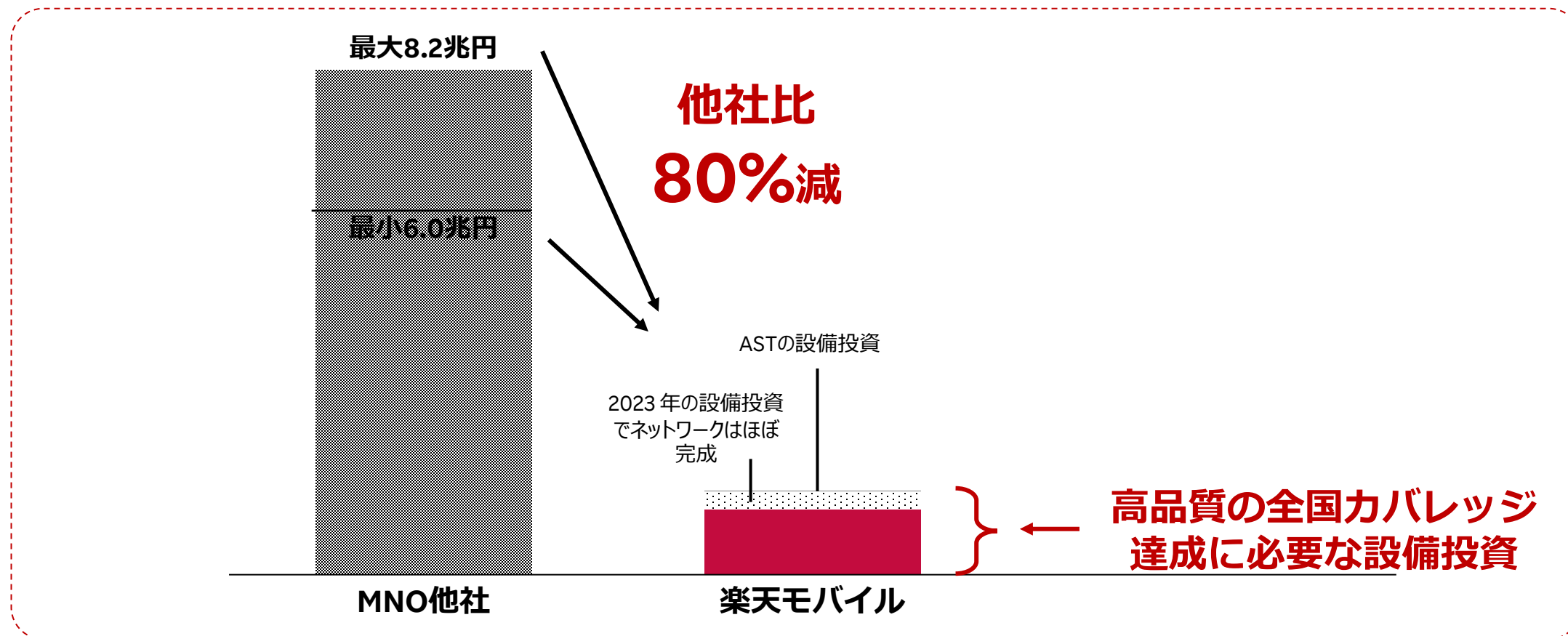
* 1.7Ghz、3.7Ghz、28Ghz、屋内を含む

既存企業と比較して設備投資を大幅に削減

- 楽天モバイルのソフトウェア中心のネットワークにより、大幅な設備投資削減を実現

日本のMNOの累積CAPEX*1*2

(2008年4月～2022年12月)

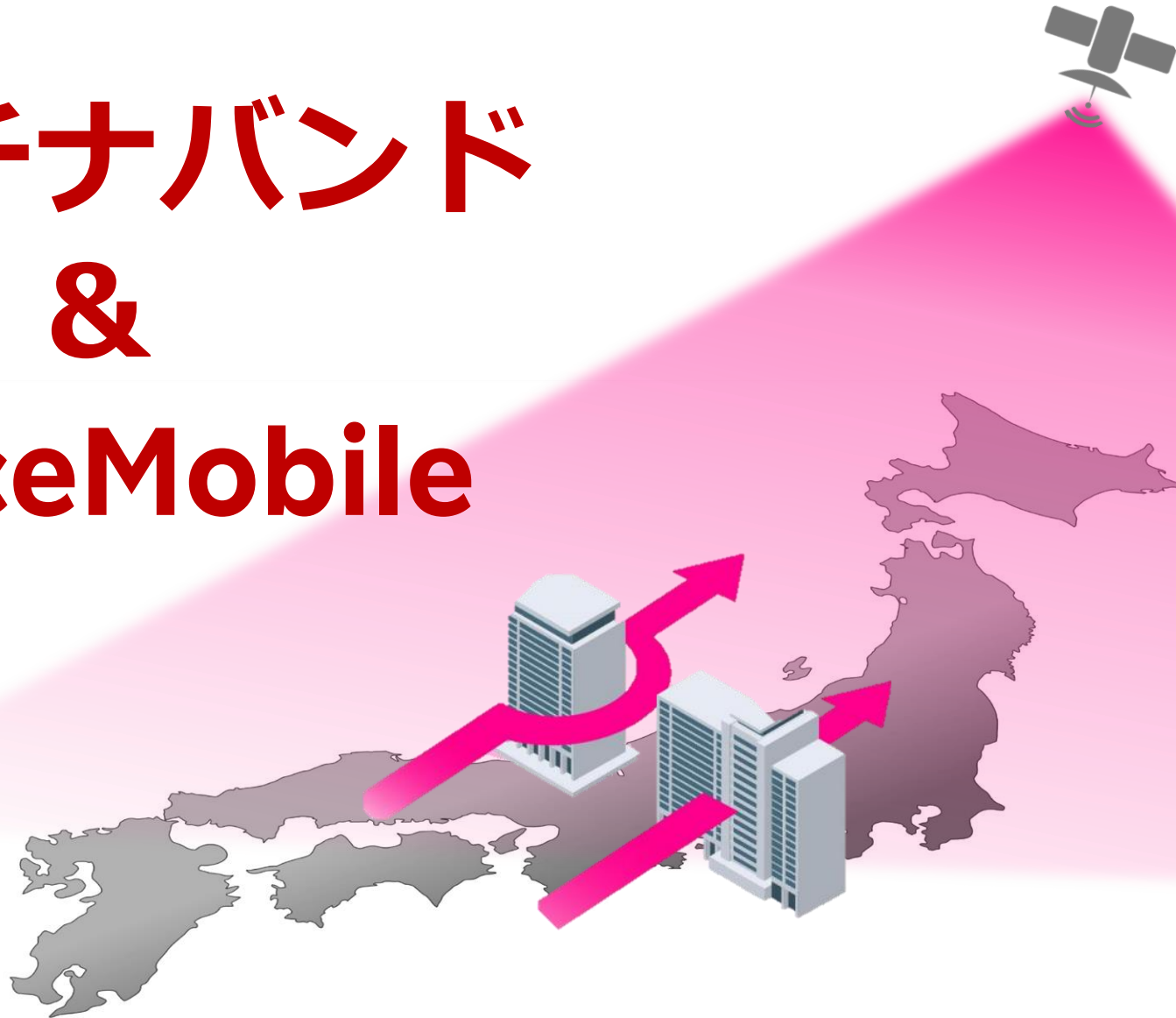


*1参考：総務省「通信市場の動向に関する事項」。

*2日本では2010年に4G商用サービス開始。

日本全土にネットワークを提供するために

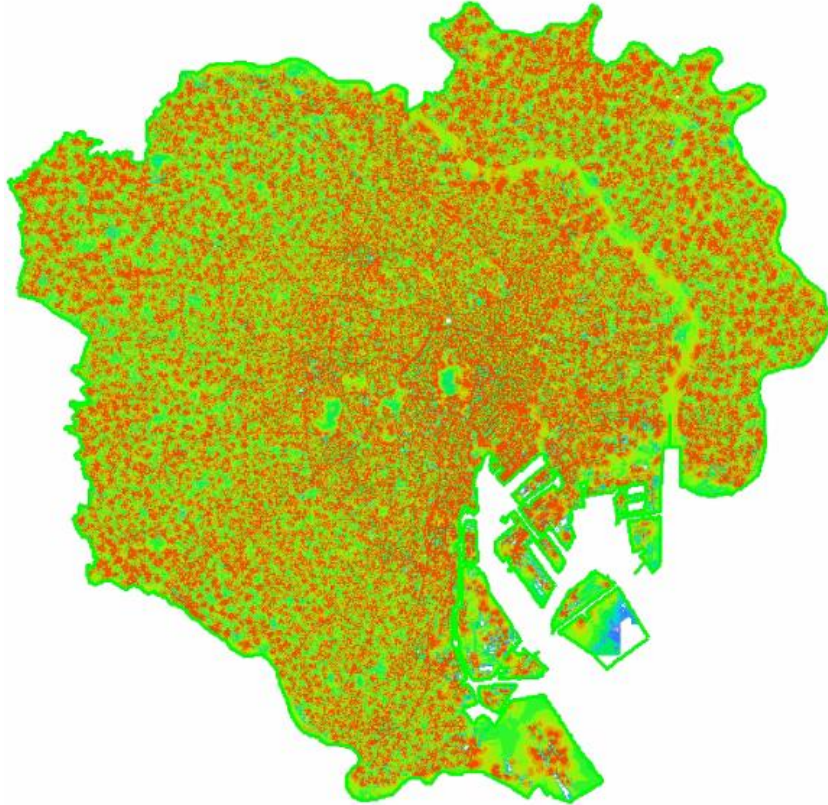
プラチナバンド & SpaceMobile



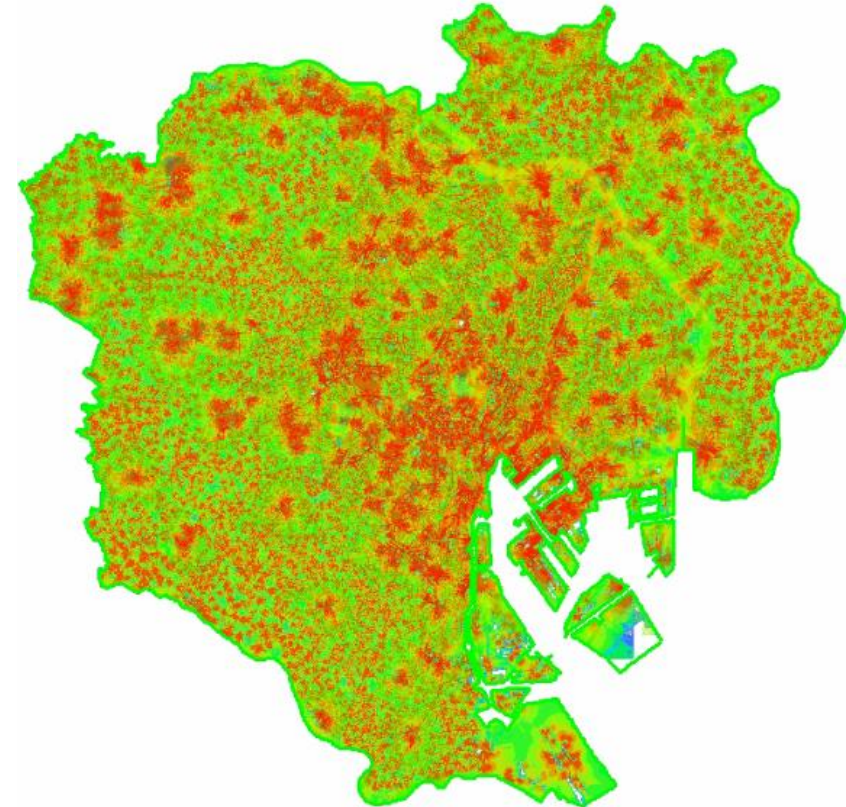
プラチナバンド獲得後のシュミレーション

東京23区 - カバレッジマップシュミレーション

バンド3



バンド3+プラチナバンド



カバレッジと屋内での顧客エクスペリエンスの大幅な向上

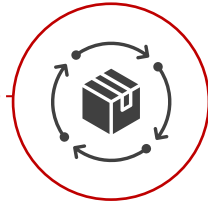
プラチナバンド設備投資

■ 低コストでの導入を目指す



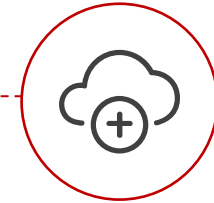
**ネットワーク技術と
既存の基地局サイトを活用**

プラチナバンドの基地局を
柔軟かつ効率的に、
低コストで開設



**既存の電柱、ファイバー等の
バックホール、バッテリー等の
付属品を再利用**

建設費と材料費の削減が可能



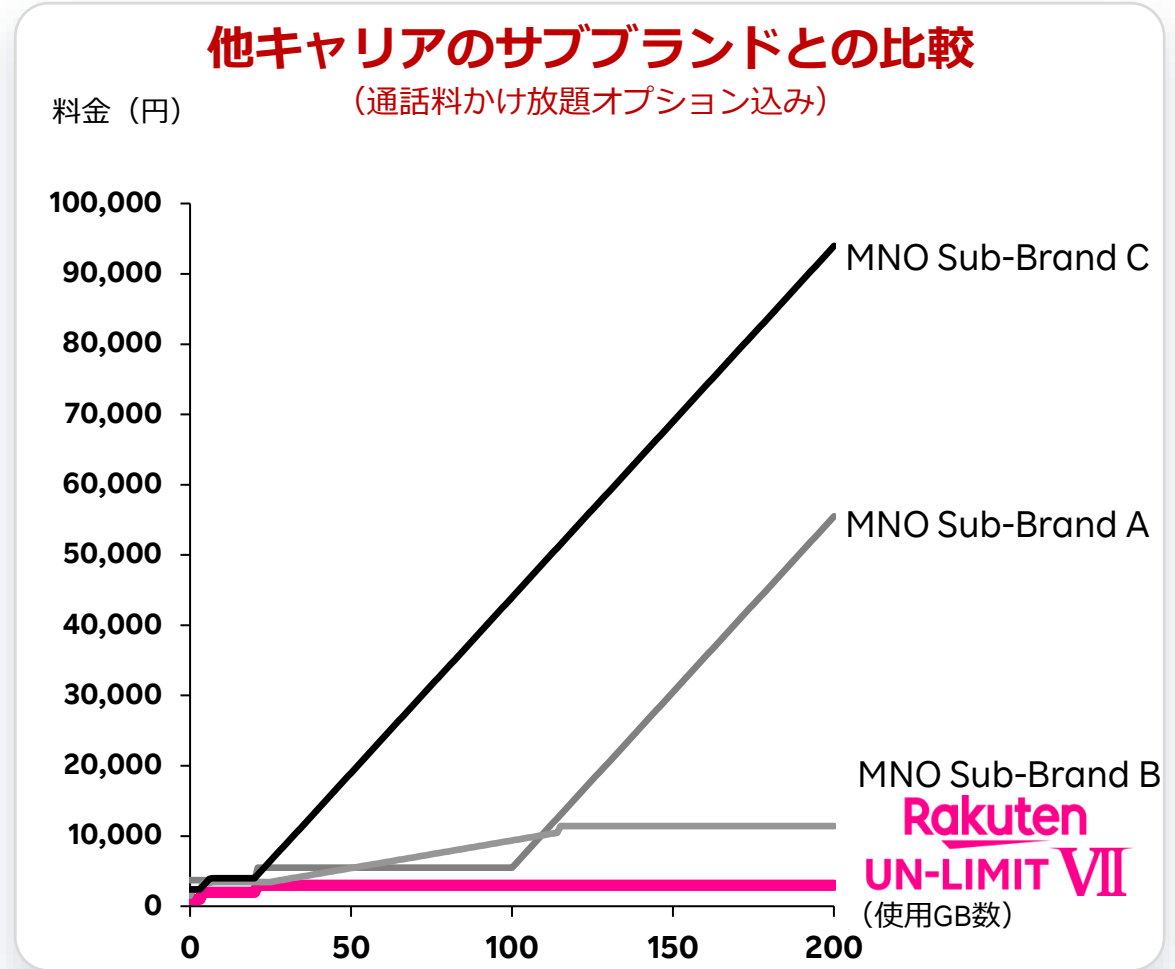
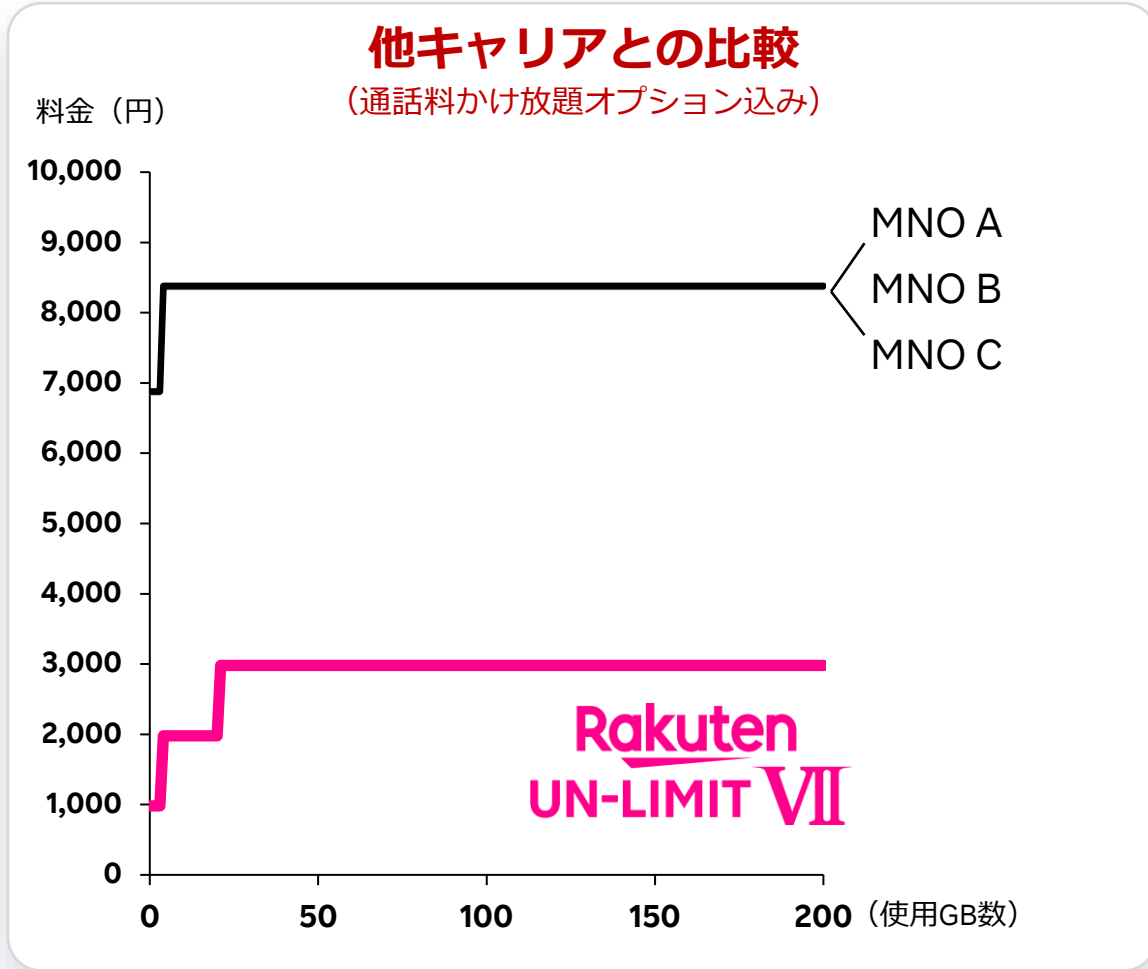
**楽天が所有する
4Gおよび5Gソフトウェア**

ソフトウェア関連の
設備投資を最小限に

楽天エコシステムからロイヤルユーザーを獲得

楽天モバイルの価格優位性を支えるコスト構造

■ 100GBでも200GBでも高速でデータ無制限*を2,980円（税抜）で楽しめるワンプラン



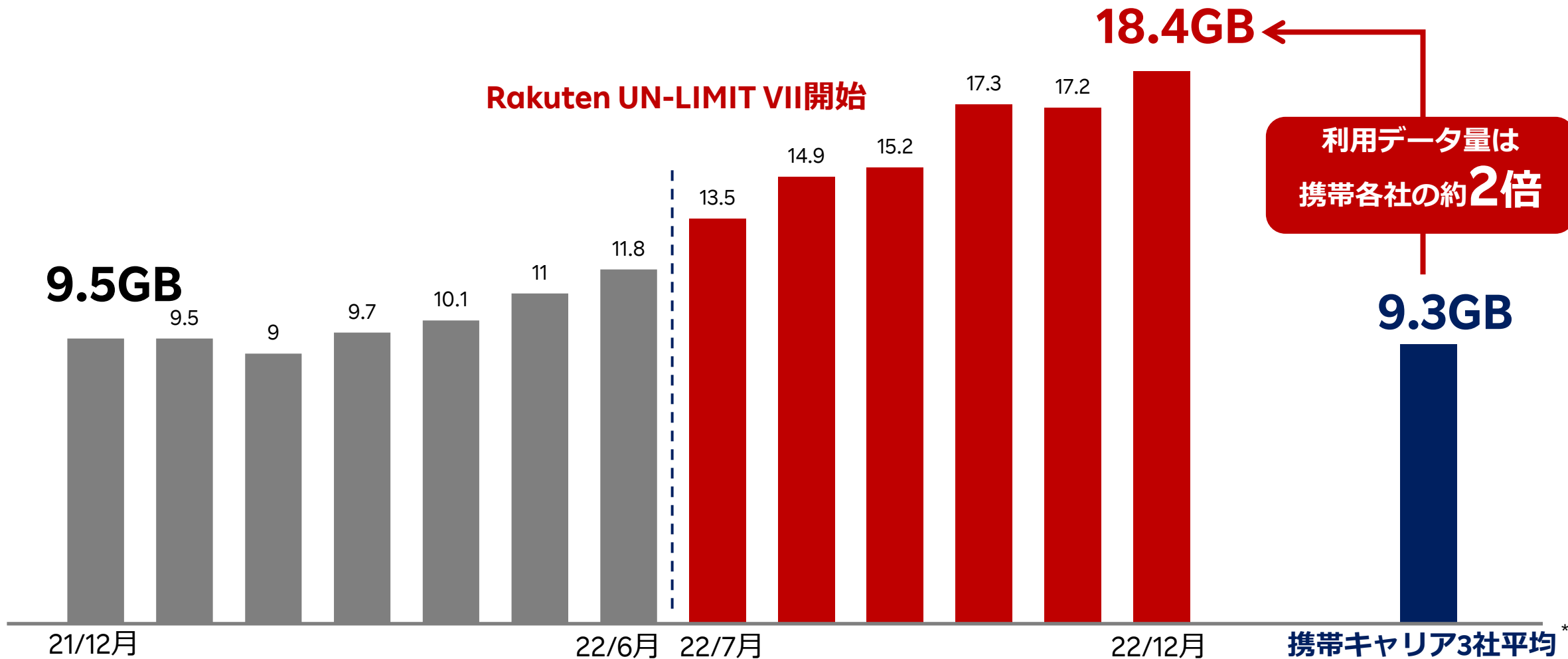
* 2023年1月時点、当社調べ。

* データ無制限は、楽天基地局に接続時。公平にサービスを提供するため通信速度の制御を行う場合があります。パートナー回線エリアは、国内は5GB超過後は最大1Mbps、海外は2GB超過後は最大128kbpsで使い放題。最大1Mbpsで使用時、動画再生・アプリダウンロード等では、時間がかかる場合があります。通信速度はベストエフォート（規格上の最大速度）であり、実効速度は通信環境・状況により変動します。月間データ利用量20GB超過後の料金は2,980円/月（税込3,278円）※各社とも、通話料かけ放題プラン込み。Rakuten UN-LIMIT VIIはRakuten Linkアプリを使った場合。アプリ未使用時30秒20円。一部対象外番号あり。

Rakuten UN-LIMIT VII開始後、データ使用量が大幅に増加

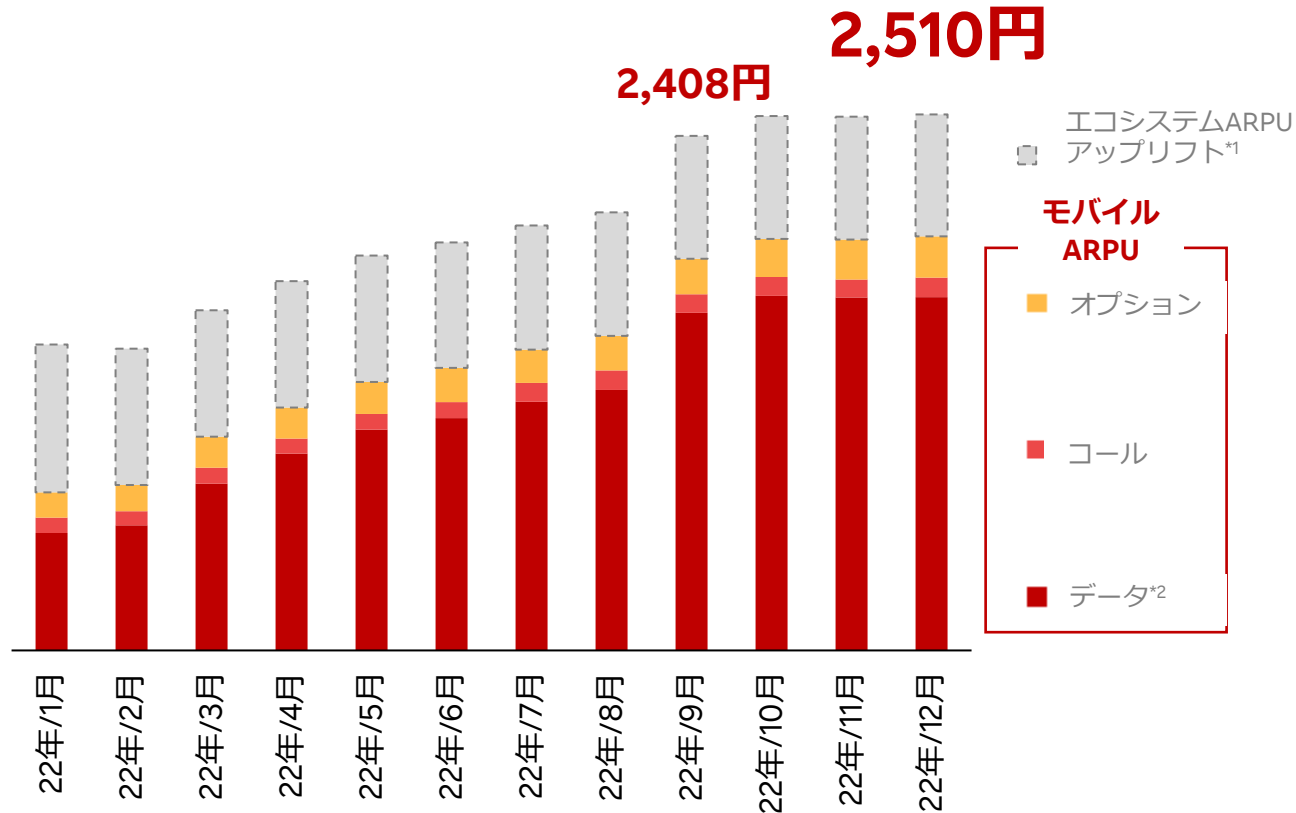
月間平均データ使用量 (GB)

Rakuten UN-LIMIT VII開始



ARPUの上昇

■ モバイルARPU（データ+オプション+コール）+エコシステムARPUアップリフト



成長ドライバー

- **ヘビーユーザー層の拡大**
- **5G拡大に伴うデータ使用量の増加**
- **新サービスの開始:
法人サービス等**
- **エコシステムの貢献**

*1エコシステムARPUアップリフト：MNOユーザーとNon MNOユーザーの直近1年間の一人当たり平均売上の差。

契約から1年以上経過しているMNOユーザーと、比較対象となるNonMNOユーザー(対応する各契約月から過去1年に楽天アクティブかつMNO未契約なユーザーのうち、該当月から過去1年間の売上を揃えたユーザー)との比較から算出。

*2データARPU：2022年9月-10月に実施した1GB未満ユーザーへのポイントバック施策は売上マイナスとして計上だが、本データARPUの計算には含む。

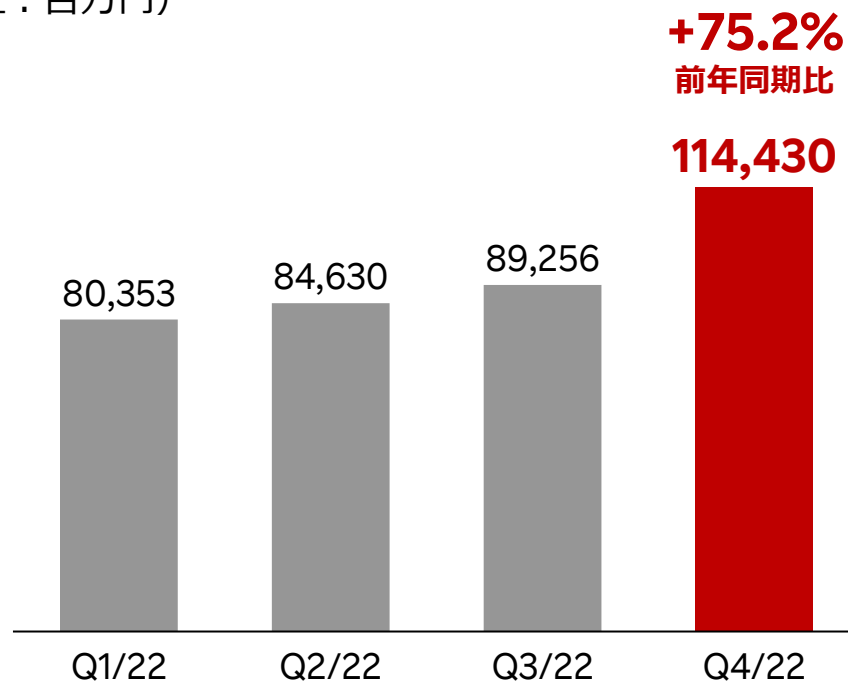
*3 2022年9月の数値は遡及調整により変更。

モバイルセグメント 四半期業績推移*1*2

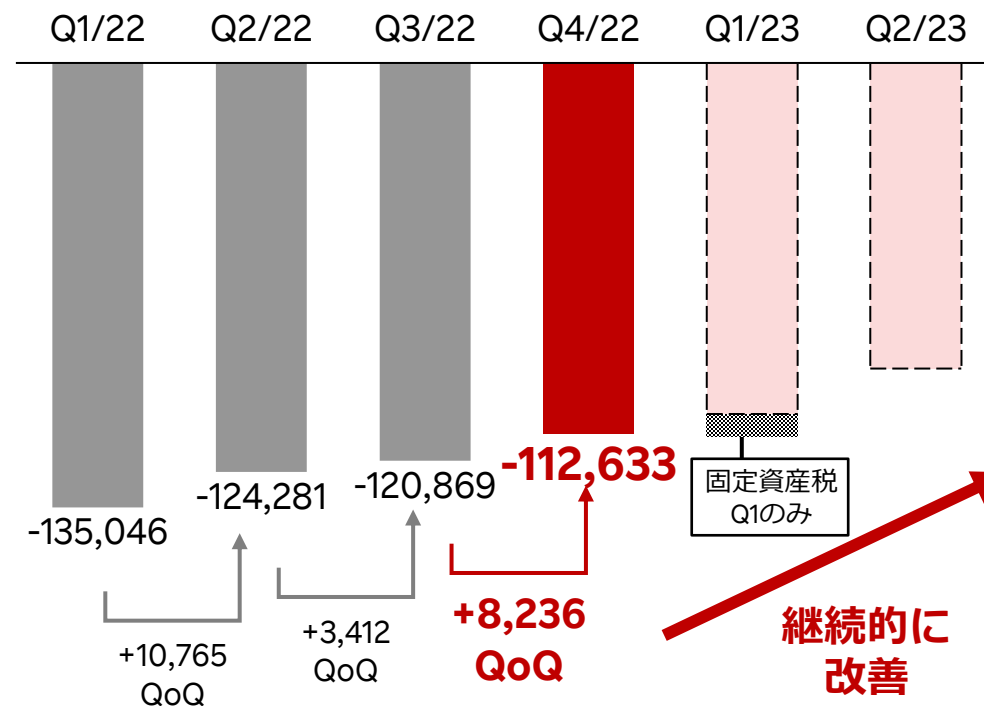
- 新料金プラン移行に伴いARPUが上昇。パートナー回線エリアから楽天回線エリア*3への切り替えによる費用削減効果もあり、損益は継続的に改善

売上

(単位：百万円)



営業利益



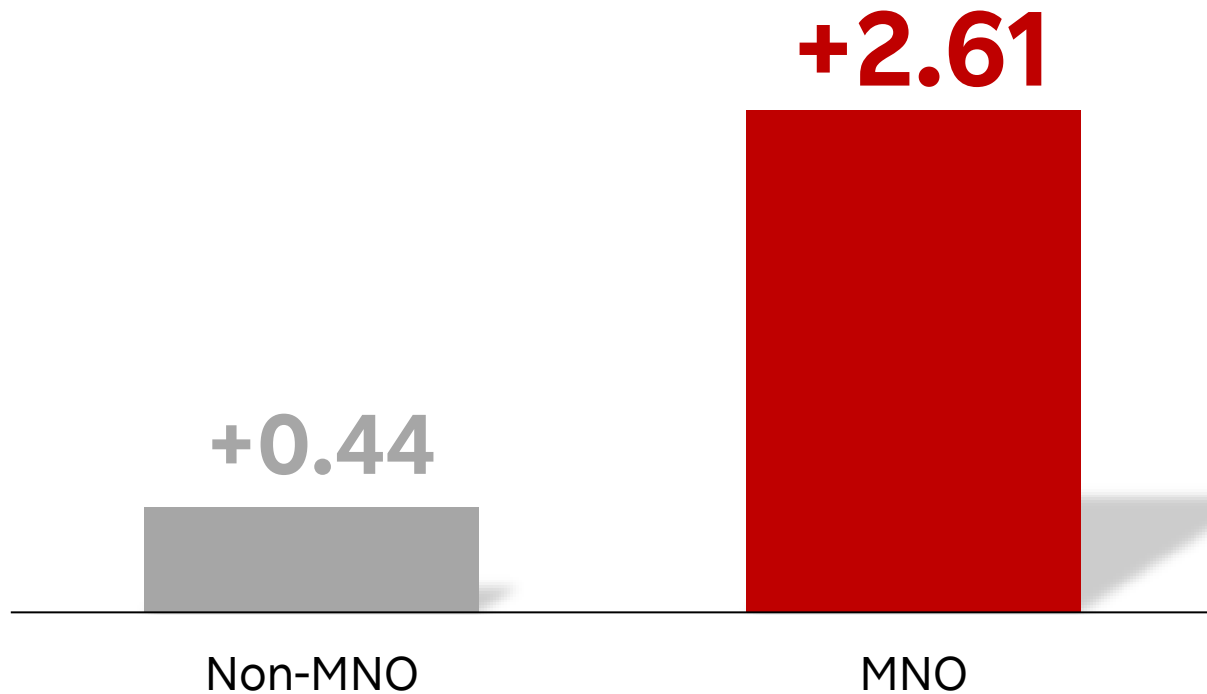
*1 モバイルセグメントは楽天コミュニケーションズ、MNO事業、MVNE/O事業、エナジー事業、コンテンツ事業等により構成。

*2 Q2/21よりRakuten Kobo、Rakuten Viki、Rakuten Viber等の事業はインターネットサービスセグメントへ移動。

*3 電波発射済基地局数：52,003 契約締結済基地局数：16,603 (2022年12月末時点)

MNO契約によるサービス利用の加速

MNO契約から1年間での平均サービス利用増加数



MNO契約により延べ

1,000万+

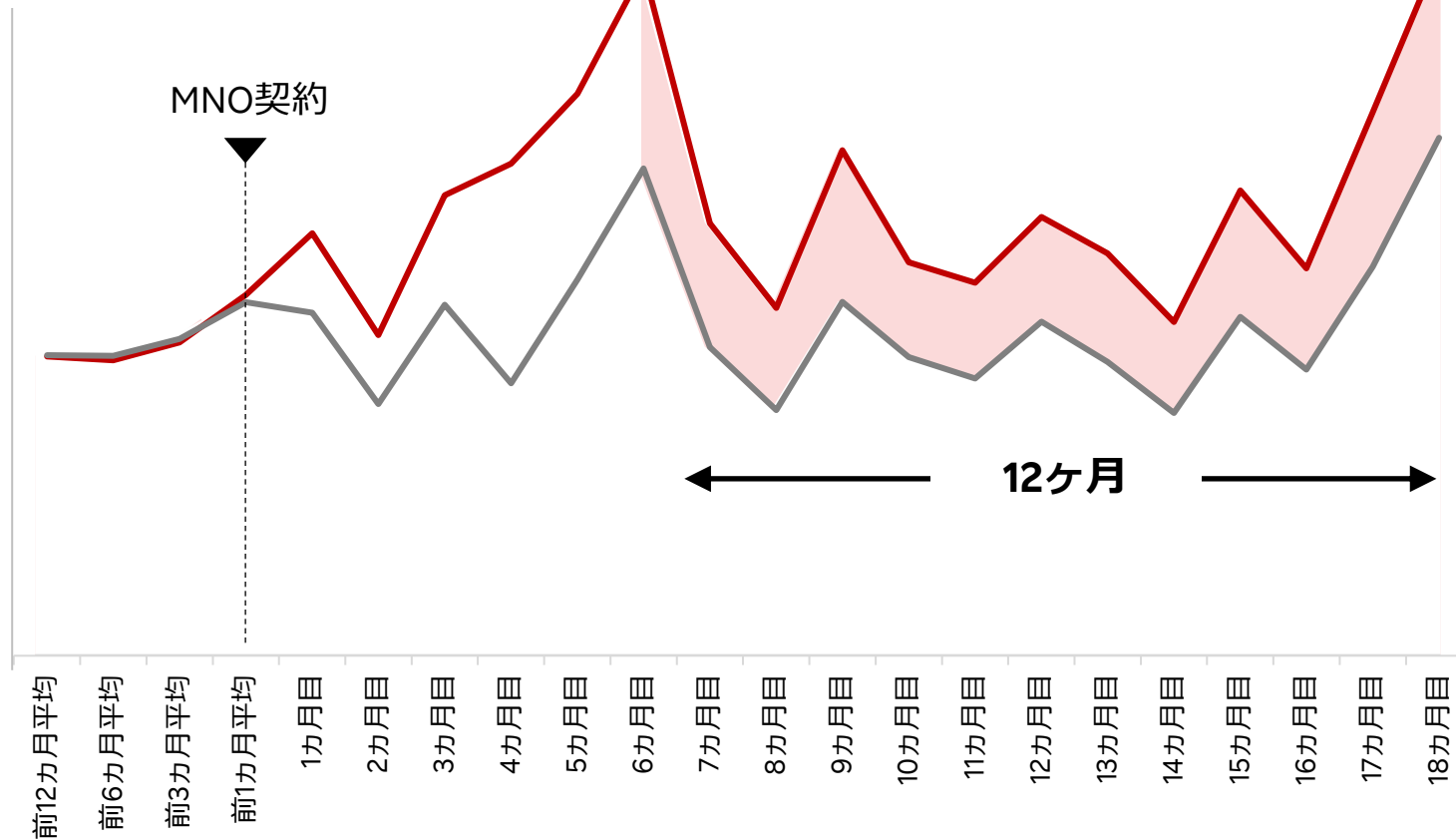
楽天グループサービス
新規利用の増加

* MNOユーザー：2022年1月までに申し込みを行い請求対象となっているユーザー。Non-MNOユーザー：MNO契約履歴のないアクティブな楽天会員ユーザー。

* サービス利用は対象期間のポイントベースでの判定（モバイルも含むサービス利用数）。

MNO契約者による楽天市場流通総額押し上げ効果

ユーザーあたりの
月額流通総額 (円)



MNO契約による
流通総額押し上げ効果平均額

+ 37,683 円/年*4

- : MNOユーザーのGMS*1
- : Non MNOユーザーのGMS*2
- : MNOによるGMSリフト*3

*1 MNOユーザー: 該当月にMNO契約を行ったユーザー、該当月から過去1年間の購買傾向をNon MNOユーザーと揃えたユーザー。

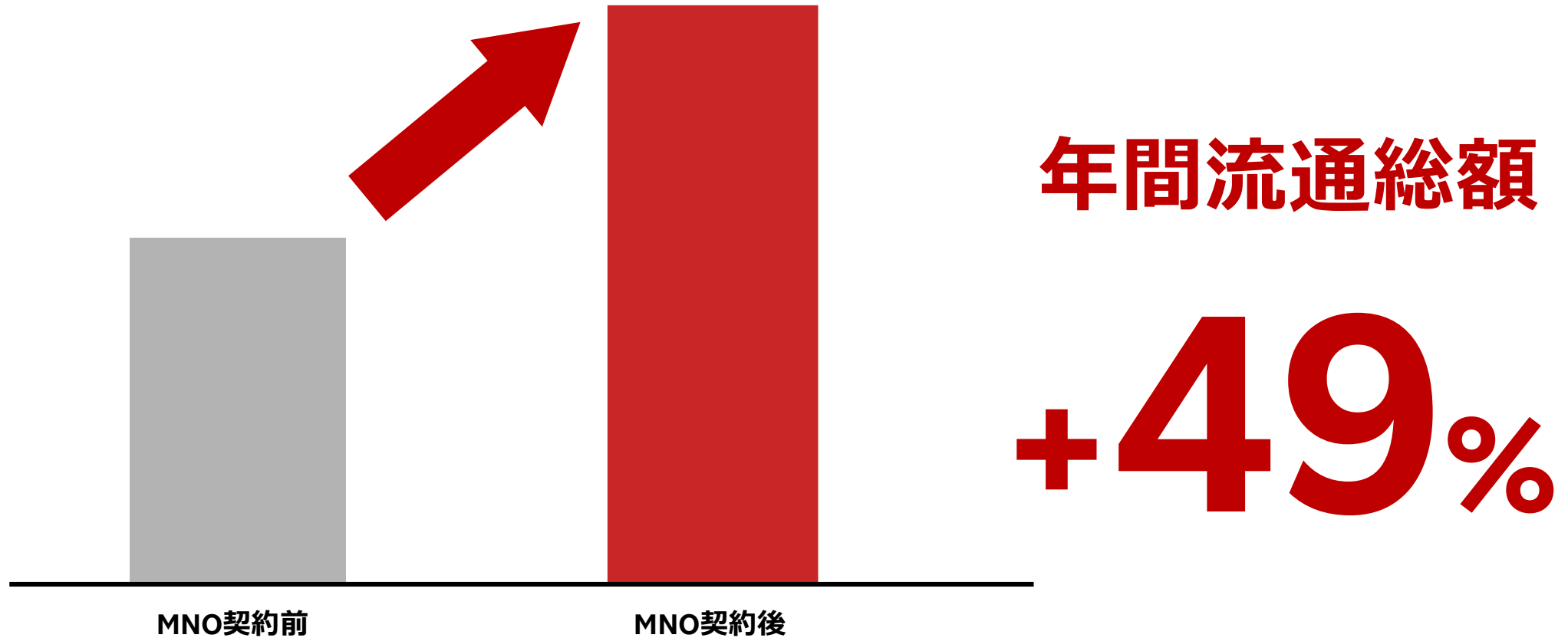
*2 Non MNOユーザー: 該当月から過去1年に楽天アクティブであるMNO未契約のユーザーのうち、該当月から過去1年間の購買傾向をMNOユーザーと揃えたユーザー。

*3 MNOユーザーとNon MNOユーザーの直近1年間の一人当たり平均購買額の差。

*4 該当月から1年以上経過しているモバイルユーザーにおける平均。

MNO契約後の楽天市場流通総額の上昇

2022年1月～2022年12月の契約者（1年以上の利用者）比較

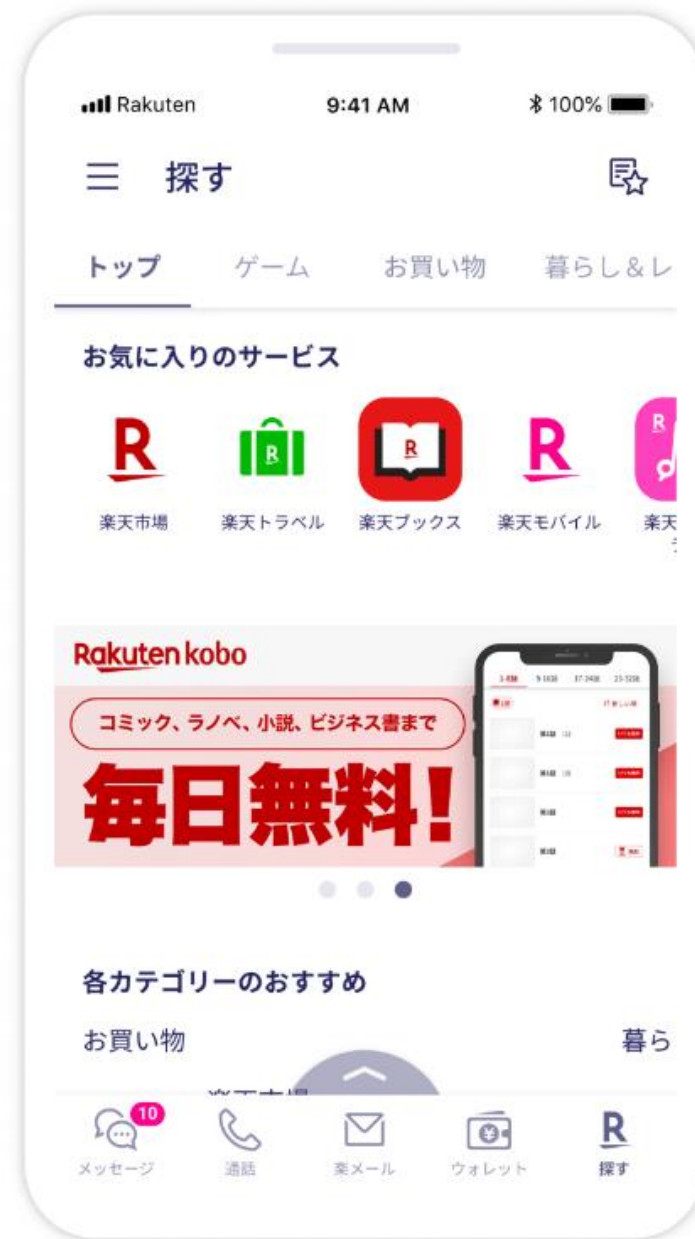
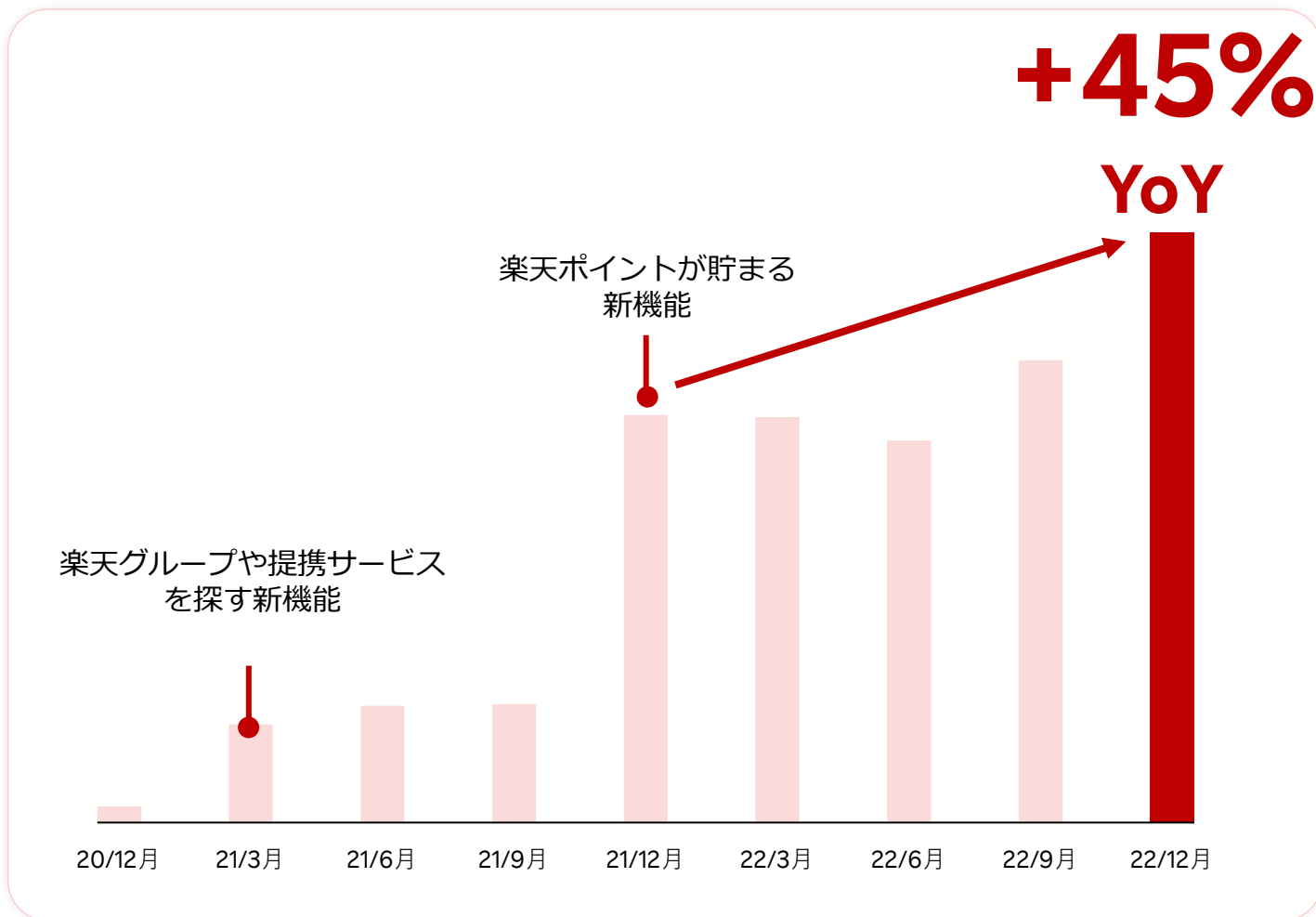


* 2022年1月から2022年12月の期間内に楽天モバイルの契約が存在し、契約開始月から12ヶ月以上が経過したユーザー(期間内に解約したユーザーも含む)が算出対象。

* 流通総額の伸びは、契約開始月ごとに、ユーザーの契約前の12ヶ月と直近の12ヶ月（2022/01～2022/12）の期間の流通総額を比較した数値の加重平均。

Rakuten Linkから楽天グループへの送客

Rakuten Linkから楽天グループサービスへの送客数





法人サービスの提供開始

法人の皆様に対しても
携帯市場の民主化

楽天モバイル法人サービス ニーズに合わせて選べる3プランをローンチ

2023/1/30 ローンチ

既に **600** 超の顧客に提供

1

通話+データ3GB

1,980円/月

(税込¥2,178/月) *1

国内通話
かけ放題*2 + データ
3GB + SMS

2

通話+データ5GB

2,380円/月

(税込¥2,618/月) *1

国内通話
かけ放題*2 + データ
5GB + SMS

3

通話+データ30GB

2,780円/月

(税込¥3,058/月) *1

国内通話
かけ放題*2 + データ
30GB + SMS

*1 端末代、事務手数料、オプション料金、通話料、ユニバーサルサービス料、電話リレー等は別費用となります。

*2 (0180) (0570) などから始まる他社接続サービス、一部特番(188)への通話については、無料通話の対象外となります。Rakuten Link Officeアプリ未使用時、国内通話は30秒22円(税込)。

* 楽天回線エリア内でのデータ通信接続時は、公平にサービスを提供するため通信速度の制御を行う場合があります。パートナー回線エリアは、プラン毎の容量超過後、国内データは最大200Kbps、国際データは最大128Kbpsで使い放題。各最大データ速度で使用時、動画再生・アプリダウンロード等では、時間がかかる場合あり。通信速度はベストエフォート(規格上の最大速度)であり、実効速度は通信環境・状況により変動します。

* 楽天回線エリア外での利用はパートナー回線エリアのデータ容量を消費します。各プラン、パートナー回線データ容量は以下の通りです。

・音声+データ3GB：パートナー回線(国内)1GB/パートナー回線(海外)1GB

・音声+データ5GB：パートナー回線(国内)2GB/パートナー回線(海外)1.5GB

・音声+データ30GB：パートナー回線(国内)5GB/パートナー回線(海外)2GB

* Rakuten Link Officeアプリを利用した際のデータ通信は、パートナー回線エリアの高速データ容量としてカウントせず、高速データ容量を超えた場合でも速度制限なくご利用いただけます。なお、この点は予告なく変更になる場合があります。

* 一定期間以上回線のご利用が無い場合は、回線の利用停止または解約をさせていただきます。

「楽天モバイル法人プラン」3つの特徴

1

Rakuten Link Office
アプリ経由で
国内通話/SMSが無料

国内通話
かけ放題^{*1}

2

Rakuten Link Office
アプリ経由で海外から国内の
国際通話/SMSが無料
(対象国と地域)

国際通話も
無料^{*2}

3

法人契約でも
4Gに加えて5G利用が
基本プランに含まれます

5Gも
使える^{*3}

*1 (0180) (0570) などから始まる他社接続サービス、一部特番 (188) への通話については、無料通話の対象外となります。Rakuten Link Officeアプリ未使用時、国内通話は30秒22円 (税込)。

*2 Rakuten Link Officeアプリを利用した場合、海外の対象国と地域からのみ発着信可能となります。その他の地域に関してはWi-Fi接続中の場合のみ発着信可能となります。国際通話・国際SMSのサービスエリア・提供条件は予告なく変更になる場合があります。

*3 楽天モバイルの5Gサービスエリアにおいて5G対応製品を用いることで、5Gサービスをご利用いただけます。5Gサービスエリアについては、楽天モバイル公式サイトをご参照ください。

ISP – (インターネット サービスプロバイダー) ローンチ予定

■ B2C & B2B への高速ブロードバンド接続

B2Bサービス

POC進行中:
ダークファイバーで
接続された高速
インターネット サービス

ローンチ予定日: **2023年度**

B2Cサービス

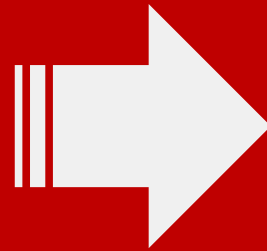
POC進行中:
VNE*としてフレッツに
よって接続された
新しい楽天ひかり

ローンチ予定日: **2023年度上期**

* Virtual Network Enabler

Phase2

リーンな経営
黒字化達成へ



Phase3

飛躍
国内 No.1 携帯キャリアへ

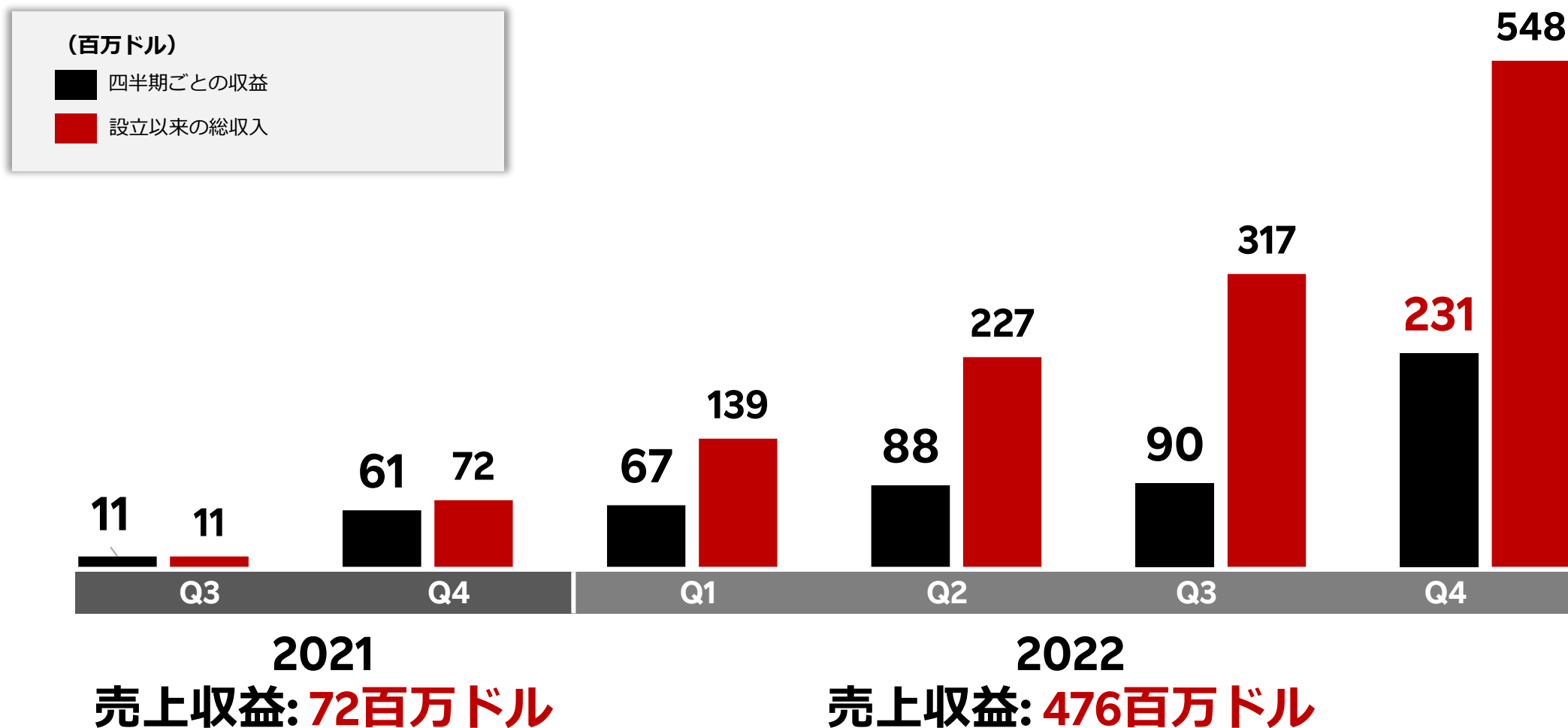


キャッシュフローの最大化

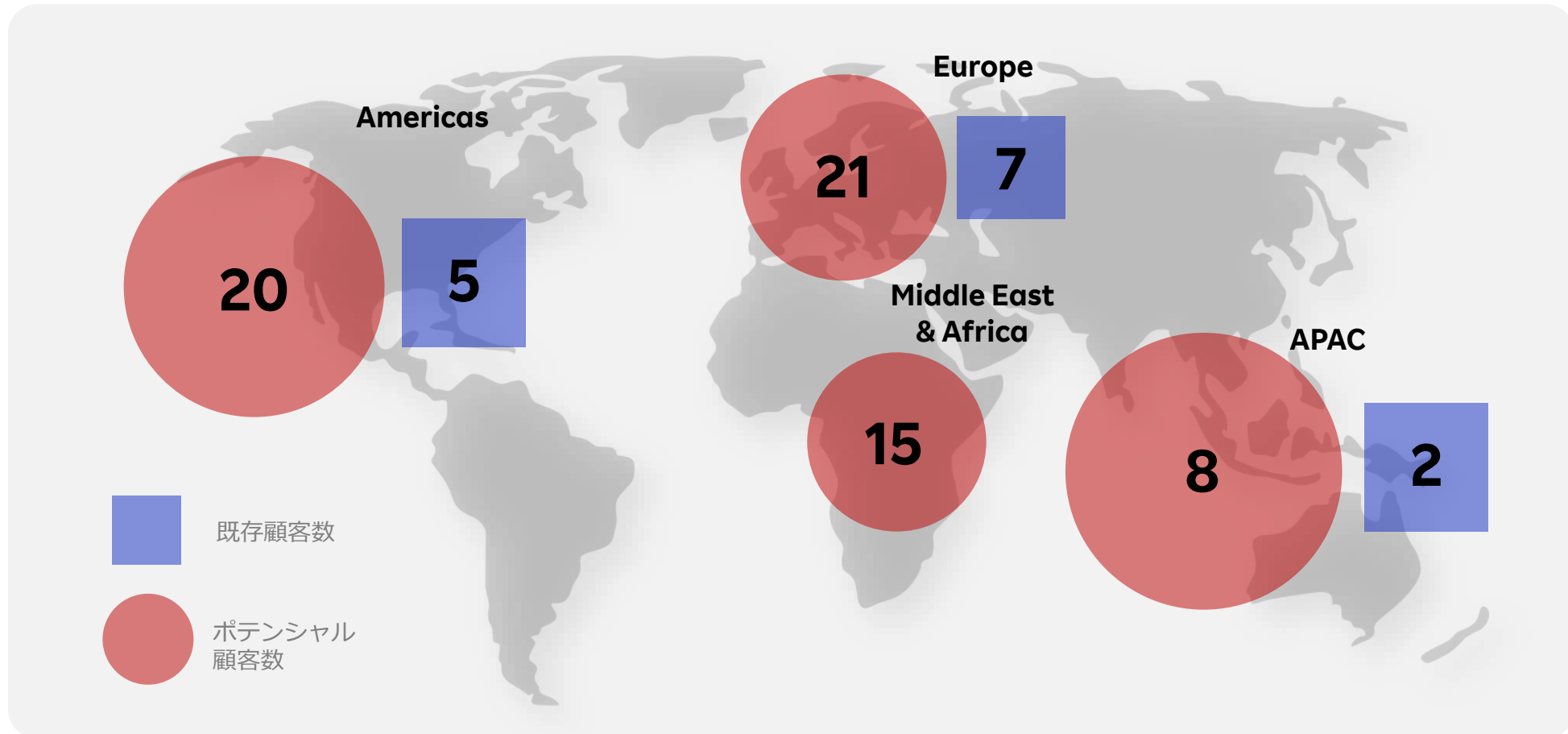
◆ 楽天シンフォニー

楽天シンフォニー設立来の収益

- 設立以来、最初の6四半期で5億ドル以上の収益計上を達成



40億ドル以上のパイプラインを着実に収益化へ



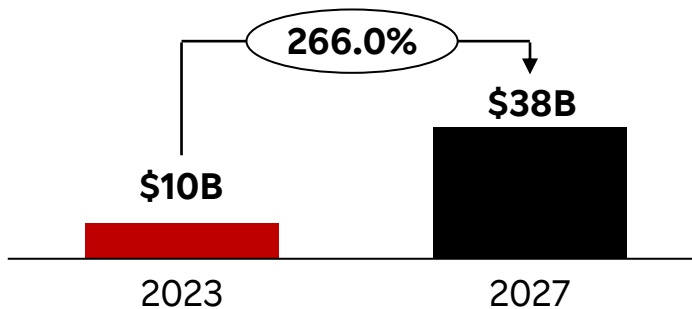
需要拡大が成長を加速

■ 楽天シンフォニーの主要セグメントで需要が多く加速

I. Open RAN

- 1 トライアルと公開入札の大幅増加
- 2 各国政府の資金援助と設備転換プログラム
- 3 Open RAN 準拠のハードウェア環境の継続的な多様化

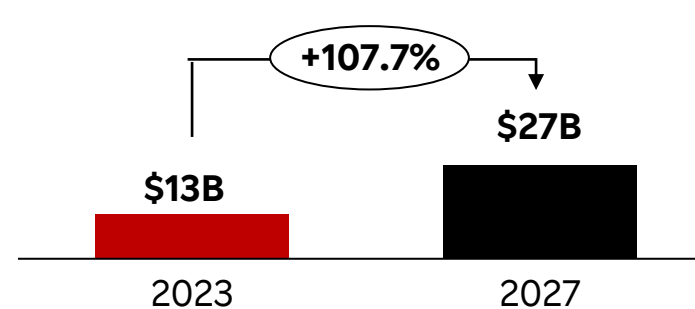
獲得可能なOpen RAN市場^{*1}



II. クラウド

- 1 通信スタック仮想化の増加
- 2 クラウドベースのワークロード配置戦略
- 3 マルチクラウドオーケストレーションソリューションの必要性

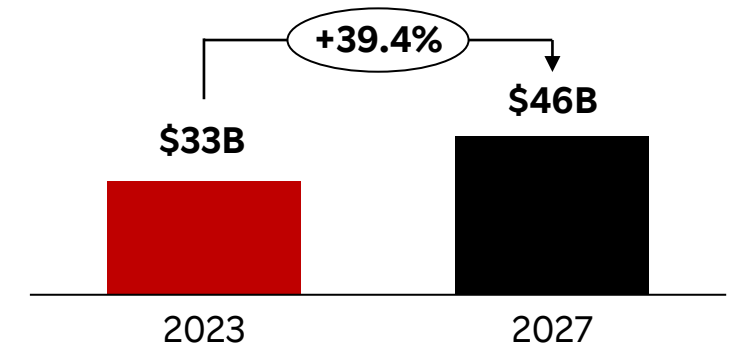
獲得可能なクラウド市場^{*2}



III. オペレーションのDX

- 1 次世代OSSおよびBSSアプリへの支出の増加
- 2 コア通信ワークフローの自動化に集まる注目
- 3 SaaSベースの展開及びビジネスモデル

獲得可能なOSS/BSS市場^{*3}



*1 Analysys Masonのレポートを基に楽天シンフォニー調べ。Open RANのみ(全RANの一部)。ハードウェア、ソフトウェア及びサービスを含む。中国を除く。

*2 Analysys Mason及びIDCのレポートを基に、楽天シンフォニー調べ。

*3 Analysys Mason及びAllied Market Researchのレポートを基に楽天シンフォニー調べ。

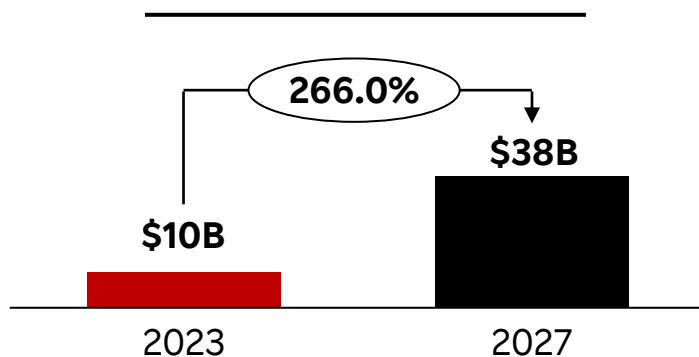
Open RAN: 楽天シンフォニーのモメンタム

■ 楽天シンフォニーはOpen RAN業界の変革加速をリード

需要の拡大

- 1 トライアルと公開入札の大幅増加
- 2 各国政府の資金援助と設備転換プログラム
- 3 O-RAN準拠のハードウェア環境の継続的な多様化

獲得可能なOpen RAN市場*

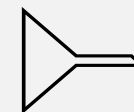


Open RANにおける達成



200百万
ドル 超

設立来のOpen RAN関連
売上収益



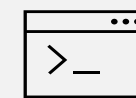
50%超

セールスパイプラインに含まれる
Open RAN関連案件



300,000超

Open RANソフトウェアを使
用したセル数



600超

直近365日間のRAN
新機能リリース数

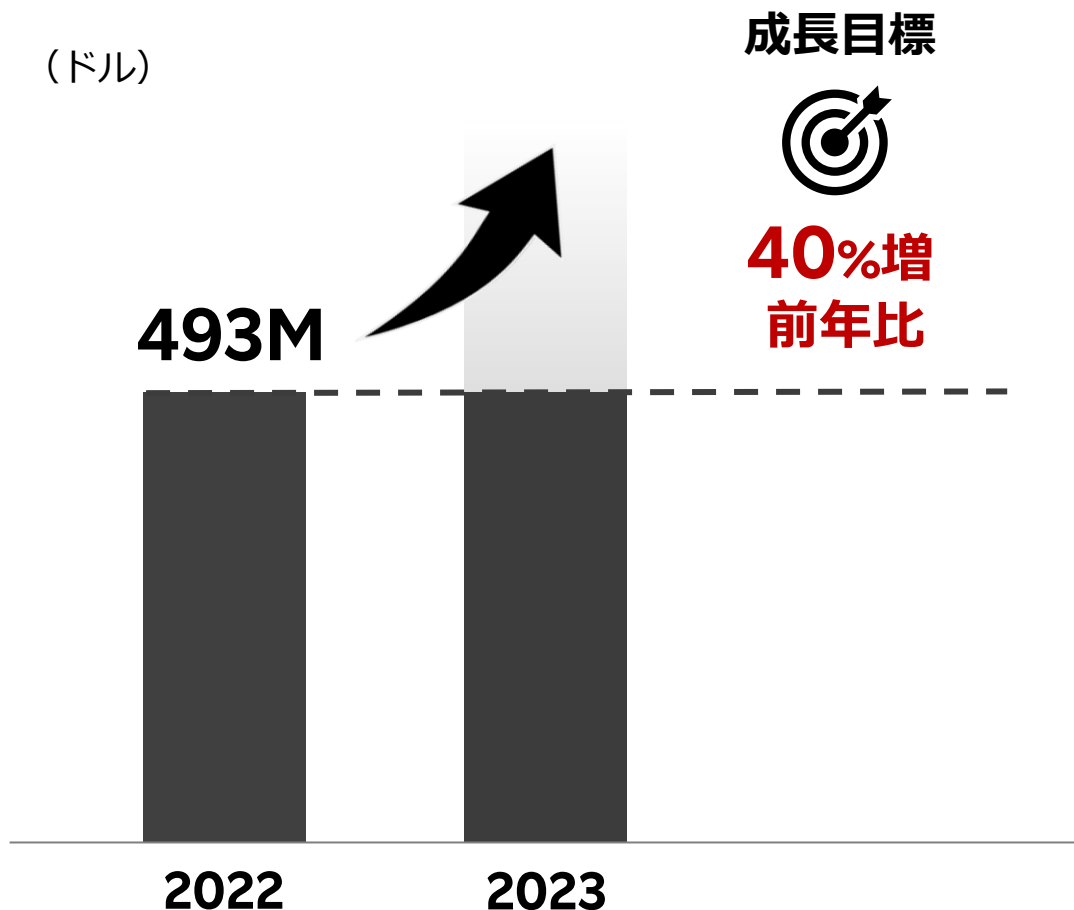


売上収益の成長

- 2023年の大幅な売上収益増を目指す

売上収益の成長軌道

(ドル)



成長ドライバー

- 1) 14の既存顧客**
グリーンフィールド及びブラウンフィールドの既存顧客におけるスケールアップのための継続的な投資
- 2) 40億ドルを超えるパイプライン**
RAN、OSS、クラウドの新規取引を成立させ、パイプラインを収益化
- 3) 既存のトライアル及びPoCの収益化**
進行中の Open RAN PoC を商用化、複数年契約へと変換し収益化
- 4) 製品ポートフォリオと販売戦略の強化**
新製品・機能のローンチ及び収益化と、販売市場の拡張に向けた投資

5 財務戰略

コミットメント：規律ある財務方針



今後、**グロス有利子負債を増やす予定はなく、既に発表済みの資金調達を確実に実行することで有利子負債残高を削減**

- 楽天銀行のIPO
- 楽天証券ホールディングスのIPO

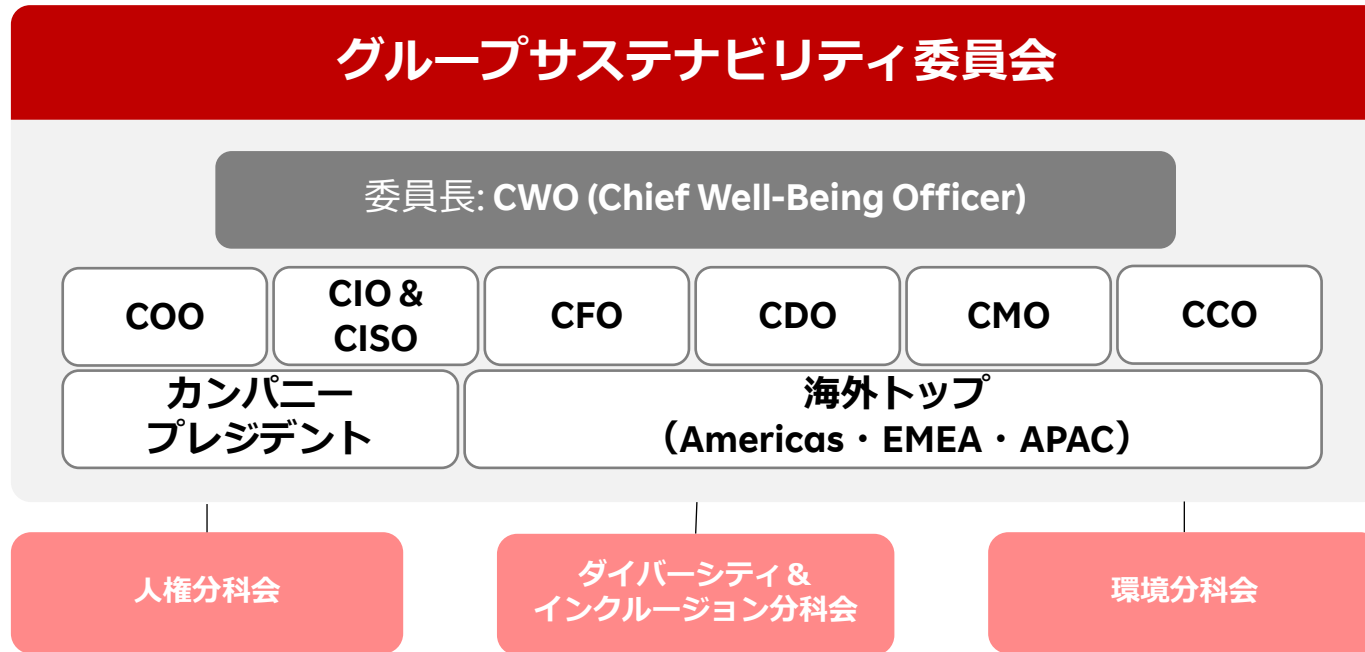


親会社および子会社での**戦略的業務提携・外部資本の活用も柔軟に検討**

4 ESG

【ESG】サステナビリティ委員会始動

サステナビリティへの取り組み加速のため、国内外の経営陣で構成されるグループ横断の「サステナビリティ委員会」を2021年11月より設置。さらに、長期的な議論が必要な課題に対応するため、「環境分科会」「人権分科会」「ダイバーシティ・インクルージョン分科会」も組織しています。



CIO & CISO = Chief Information Officer & Chief Information Security Officer
 CFO = Chief Financial Officer
 CDO = Chief Data Officer

CMO = Chief Marketing Officer
 CCO = Chief Compliance Officer

委員会の会議実施回数	
サステナビリティ委員会	2回
環境分科会	10回
人権分科会	4回
ダイバーシティ & インクルージョン	2回

【ESG】 持続可能な社会の実現に向けたステークホルダーエンゲージメント

持続可能なプラットフォームの提供を通じ、ユーザーやパートナーの皆様をはじめとする多様なステークホルダーと共にサステナブルな取り組みを行っています。

パートナーと共に

楽天トラベルと始める

旅行 × サステナビリティ

TRAVEL × SUSTAINABILITY

- 宿泊施設におけるサステナビリティへの取り組み内容を紹介する「サステナビリティアイコン」
- 独自に定めたサステナブルな取り組み基準を満たした施設に表示する「サステナブルトラベル」バッジ
- 宿泊施設によるサステナビリティへの取り組みを推進するための「ハンドブック」



ユーザーと共に



- 楽天エコシステム全体で、持続可能なライフスタイルの選択を促進する「Go Green Together」キャンペーンを実施
- サービス利用者が日常生活において環境を意識できるような、環境に関するクイズや「楽天ポイント」などがもらえる各種キャンペーン・コンテンツを展開



【ESG】外部評価・表彰

サステナビリティ指数

Member of
**Dow Jones
Sustainability Indices**

Powered by the S&P Global CSA



2022 MSCI ESG Leaders
Indexes Constituent

2022 CONSTITUENT MSCI日本株
女性活躍指数 (WIN)



FTSE4Good



FTSE Blossom
Japan



FTSE Blossom
Japan Sector
Relative Index

認証・外部評価



5 業績ハイライト

FY2022 業績ハイライト

(単位：十億円)

	FY2021	FY2022	前年同期比
インターネットサービスセグメント			
売上収益	999.2	1,085.9	+8.7%
営業利益	103.4	78.2	-24.3%
国内EC			
売上収益	707.7	797.0	+12.6%
営業利益	70.0	95.6	+36.6%
マイノリティー投資			
営業利益	34.3	-10.2	-44.6
その他インターネットサービス（マイノリティー投資事業を除く）			
売上収益	291.5	288.9	-0.9%
営業利益	-1.0	-7.2	-6.2
その他インターネットサービス（マイノリティー投資事業、R-ad、Viber、スポンサーシップを除く）			
営業利益	-0.9	3.7	+4.5
フィンテックセグメント			
売上収益	619.0	663.4	+7.2%
営業利益	89.1	98.7	+10.8%
モバイルセグメント			
売上収益	227.5	368.7	+62.0%
営業利益	-421.2	-492.8	-71.7
楽天モバイル			
売上収益	135.0	191.0	+41.5%
営業利益	-403.8	-459.3	-55.5
調整額			
売上収益	-164.0	-190.1	-26.1
営業利益	3.7	-9.7	-13.4
連結			
売上収益	1,681.8	1,927.9	+14.6%
Non-GAAP 営業利益	-225.0	-325.6	-100.6
IFRS 営業利益	-194.7	-363.9	-169.2
Non-GAAP 営業利益 (モバイルセグメント、投資事業除き)	161.8	177.4	9.6%

Rakuten

The Rakuten logo consists of the word "Rakuten" in a bold, red, sans-serif font. A red horizontal line is positioned below the letters "a", "k", and "u", starting from the left edge of the "a" and extending to the right edge of the "u".

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。