2026年度第3四半期決算説明会（連結）
プレゼンテーション資料

2026年11月13日

楽天グループ株式会社

Rakuten

トピックス

01 サマリー

02 セグメント別業績

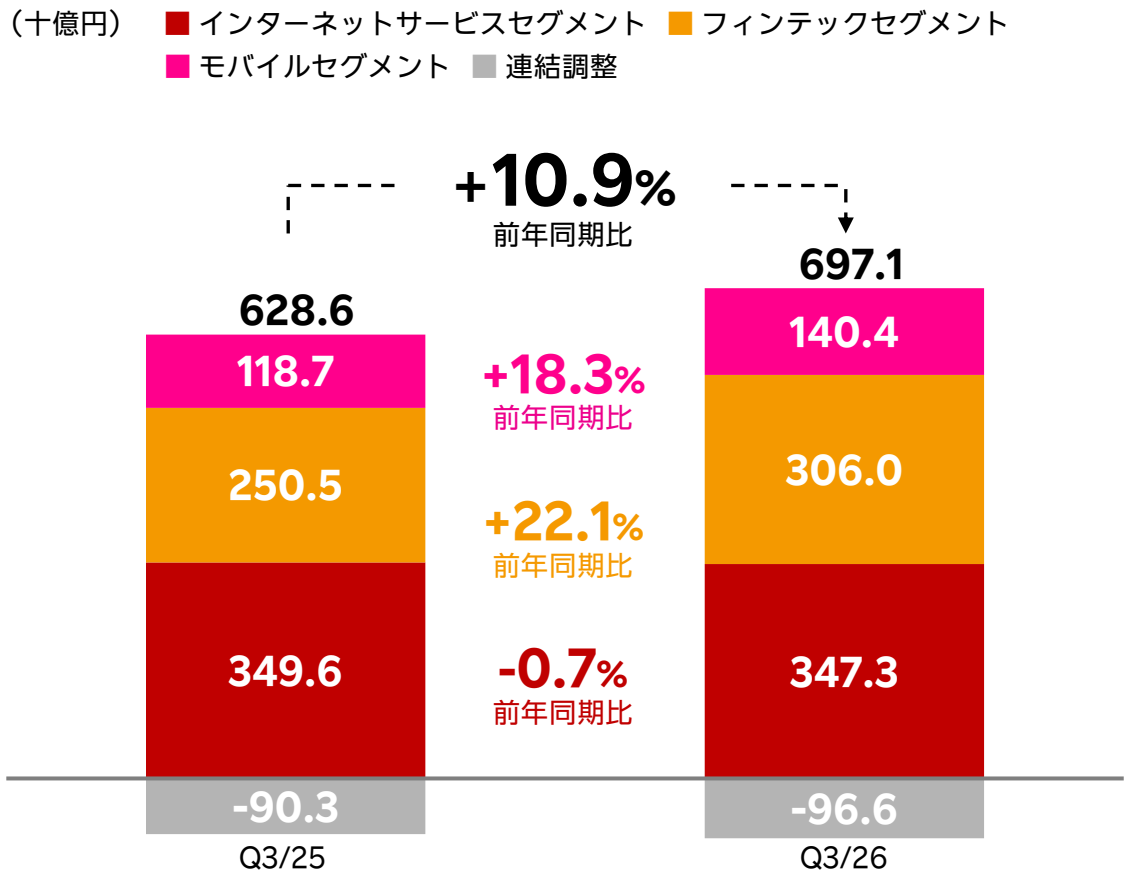
- インターネットサービスセグメント
- フィンテックセグメント
- モバイルセグメント

03 財務

04 AI

1. サマリー

Q3/26 連結売上収益*



第3四半期において

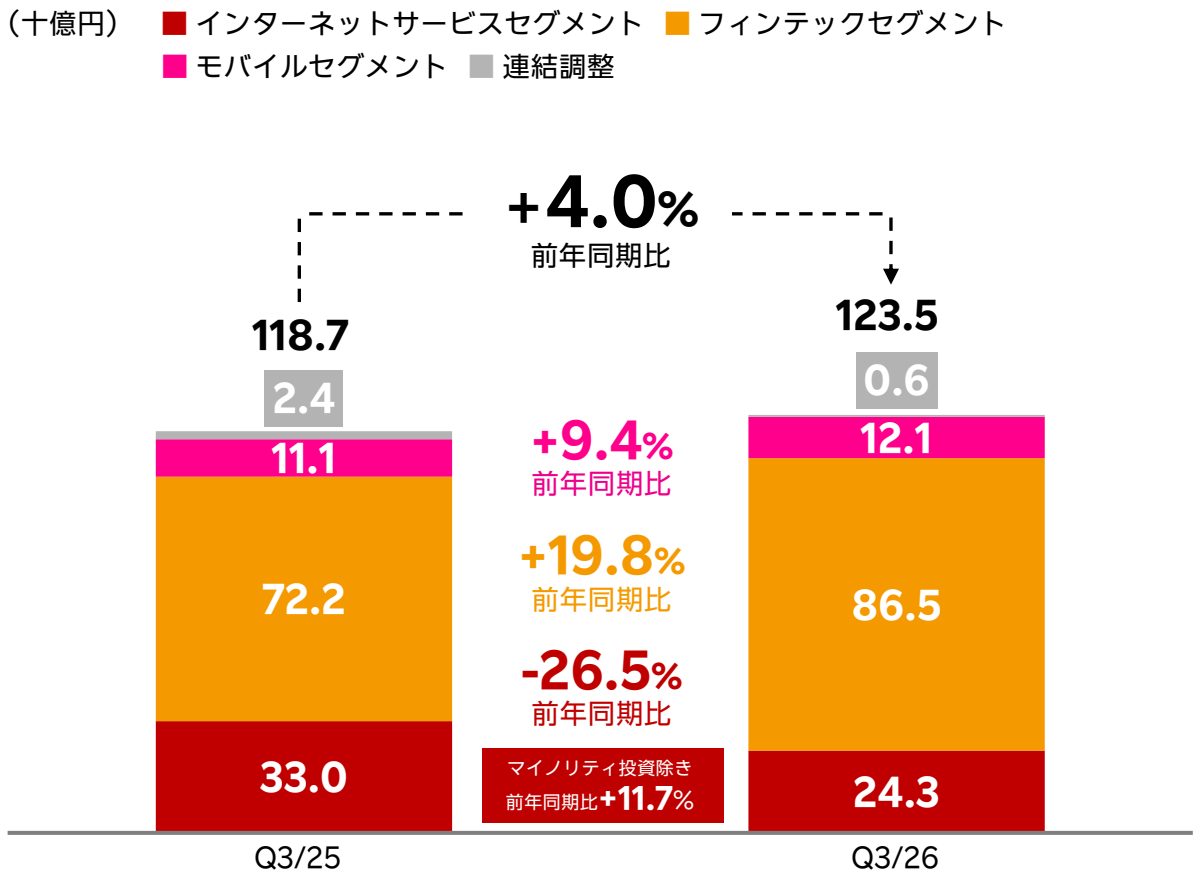
過去最高

6,971億円

フィンテック、モバイルが二桁成長で増収をけん引
インターネットサービスは前年のふるさと納税駆け込み需要の
反動を受けるも前年並みを維持

* Q1/26より、ポイント関連事業の一部をグループヘッドクオーター（調整額）からインターネットサービスセグメントへ移管。遡及修正は実施していません。

Q3/26 連結EBITDA*1*2*3



第3四半期において

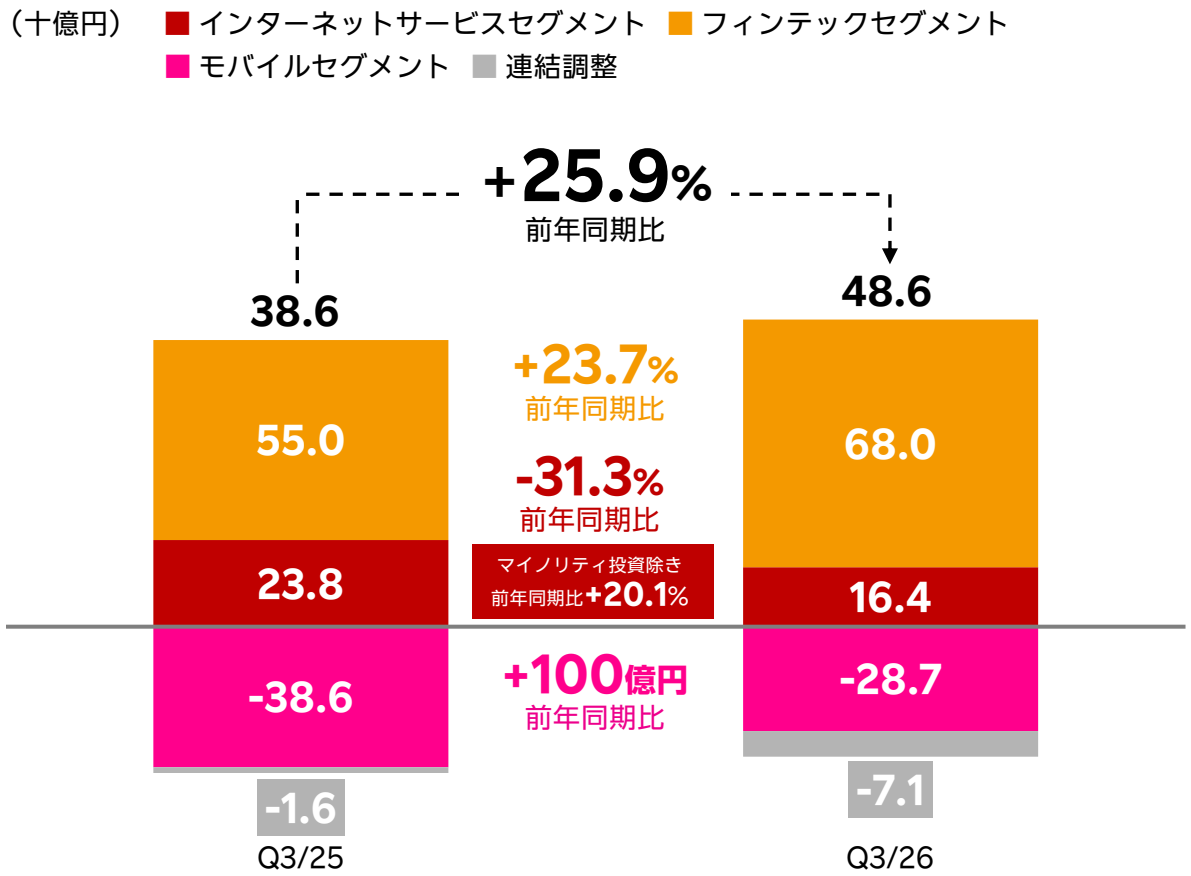
過去最高

1,235億円

フィンテックが力強く成長、モバイルもプラス成長
インターネットサービスはマイノリティ投資の影響で減少も
本要因を除くベースでは着実に成長
（マイノリティ投資▲175億円）

*1：EBITDAはNon-GAAP営業利益に減価償却費等を加算して算出。　*2：Q1/26より、ポイント関連事業の一部をグループヘッドクオーター（調整額）からインターネットサービスセグメントへ移管。遡及修正は実施していません。
*3：Q1/26より、一部のAI関連の開発費用を各事業に配賦するように変更。Q1/25以降のセグメント業績について遡及修正を実施。

Q3/26 連結Non-GAAP営業利益[*1*2]



MNOサービス開始後

過去最高

486億円

フィンテックは売上収益を上回る成長率を実現
モバイルも前年同期比100億円の損失改善
インターネットサービスはマイノリティ投資を除き増益
（マイノリティ投資▲175億円）

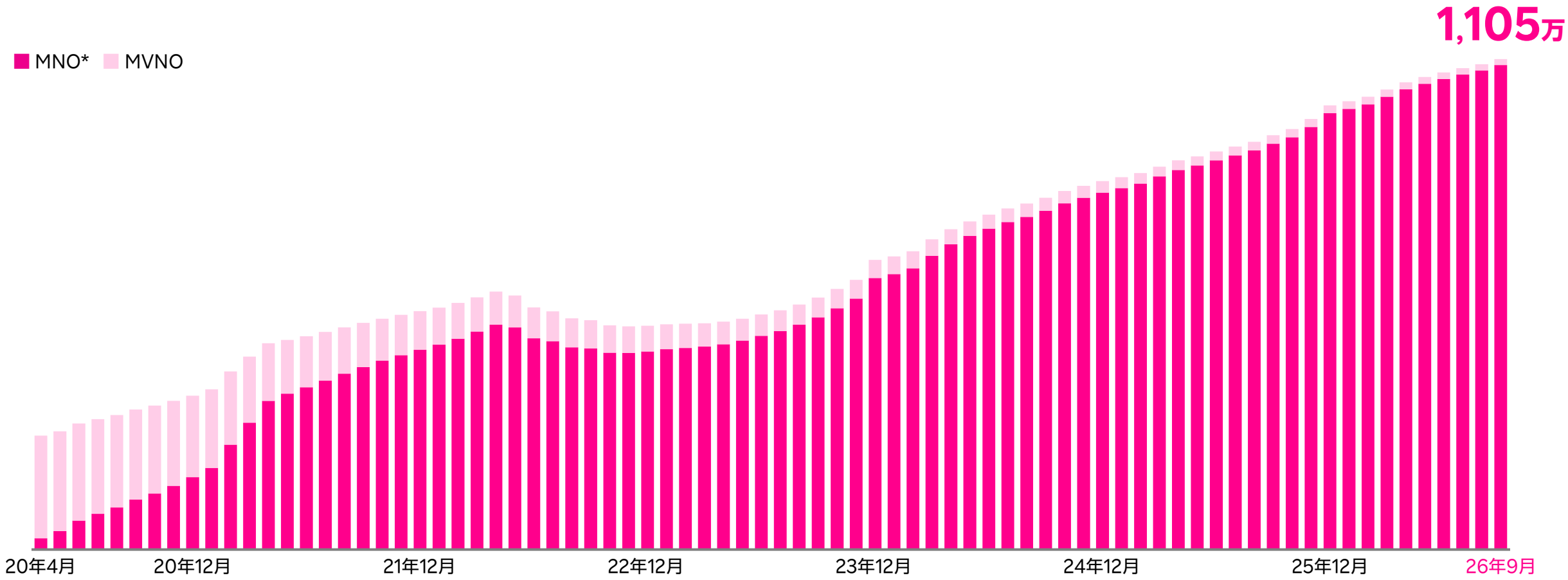
Q3/26ではマイノリティ投資及びデリバティブ評価損等が
生じたものの、今年度、通期税後黒字化を引き続き目指す

*1：Q1/26より、ポイント関連事業の一部をグループヘッドクオーター（調整額）からインターネットサービスセグメントへ移管。遡及修正は実施していません。　*2：Q1/26より、一部のAI関連の開発費用を各事業に配賦するように変更。Q1/25以降のセグメント業績について遡及修正を実施。

楽天モバイル全契約回線数、本格サービス開始から6年半で1,105万回線に

■ 9月末時点の全契約回線数は、1,105万回線（前年同期比172万回線増）に

■ B2C・B2B共に契約者基盤が拡大、着実な収益成長に貢献

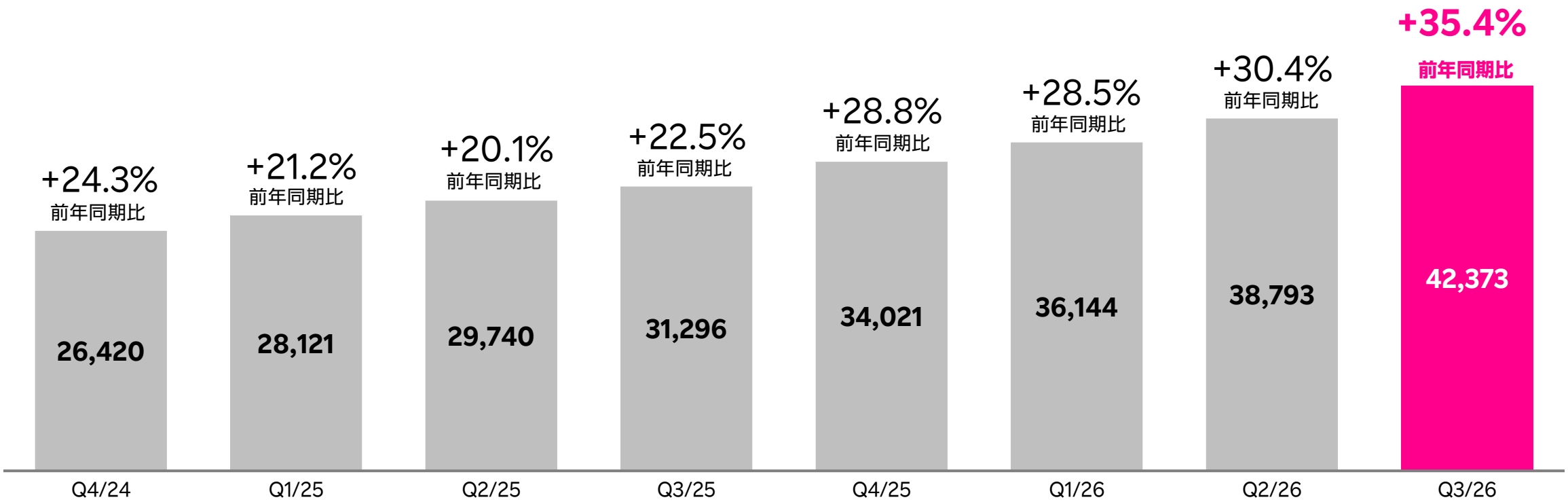


*BCP等回線、MVNE回線を含む。BCPとは、B2BにおいてBusiness Continuity Plan用途に販売しているプラン

拡大するモバイルの顧客基盤が、より大きなエコシステム価値を創出

■ モバイルエコシステム貢献額*は成長が加速。顧客基盤を上回るペースで拡大

モバイルエコシステム貢献額*の推移（各四半期末から起算して直近12ヵ月。百万円）

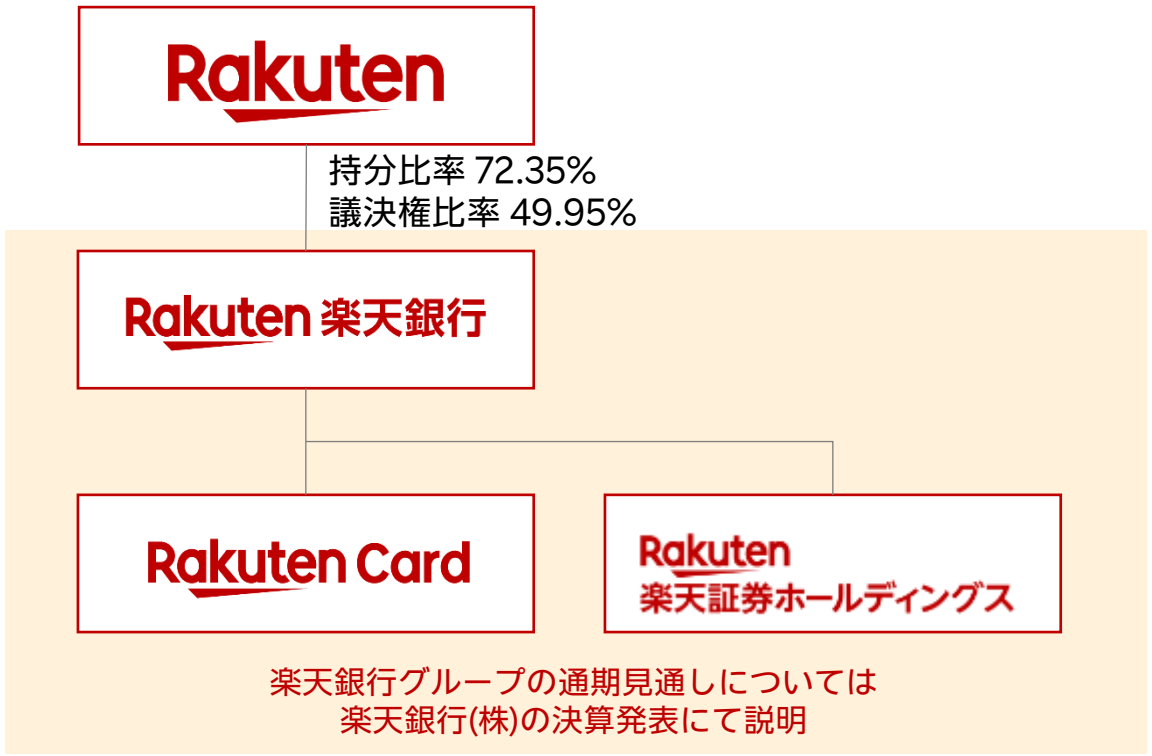


*モバイルエコシステム貢献額＝（楽天モバイルMNO契約者の粗利益ベースのアップリフト効果）－（グループ会社からモバイル事業への送客効果）。エコシステム内におけるセグメント間の相互貢献効果が拡大している状況を踏まえ、相互貢献効果及び相互送客効果も含めて精緻に業績評価を行えるよう、これら「モバイルエコシステム貢献」を、各セグメントNon-GAAP営業損益/EBITDA及び楽天モバイル営業損益/EBITDAに反映。決算データシート上においては、考慮前及び考慮後の業績を並行開示。

26年10月1日、フィンテック事業再編が完了

■ 楽天銀行を親会社とする新楽天銀行グループが発足

■ 楽天銀行・楽天カード・楽天証券間の連携強化に加えて、フィンテック各社と楽天エコシステムの連携は継続



楽天銀行グループの通期見通しについては
楽天銀行(株)の決算発表にて説明

再編後の楽天グループと楽天銀行グループとの連携

経営連携を継続

独立性を確保しつつ、定期的な経営会議等、相互利益最大化に向けた密なコミュニケーション、協議を継続

データ連携を継続

従来のデータ連携の枠組みを維持し、双方の事業成長・顧客価値向上に向けて継続活用

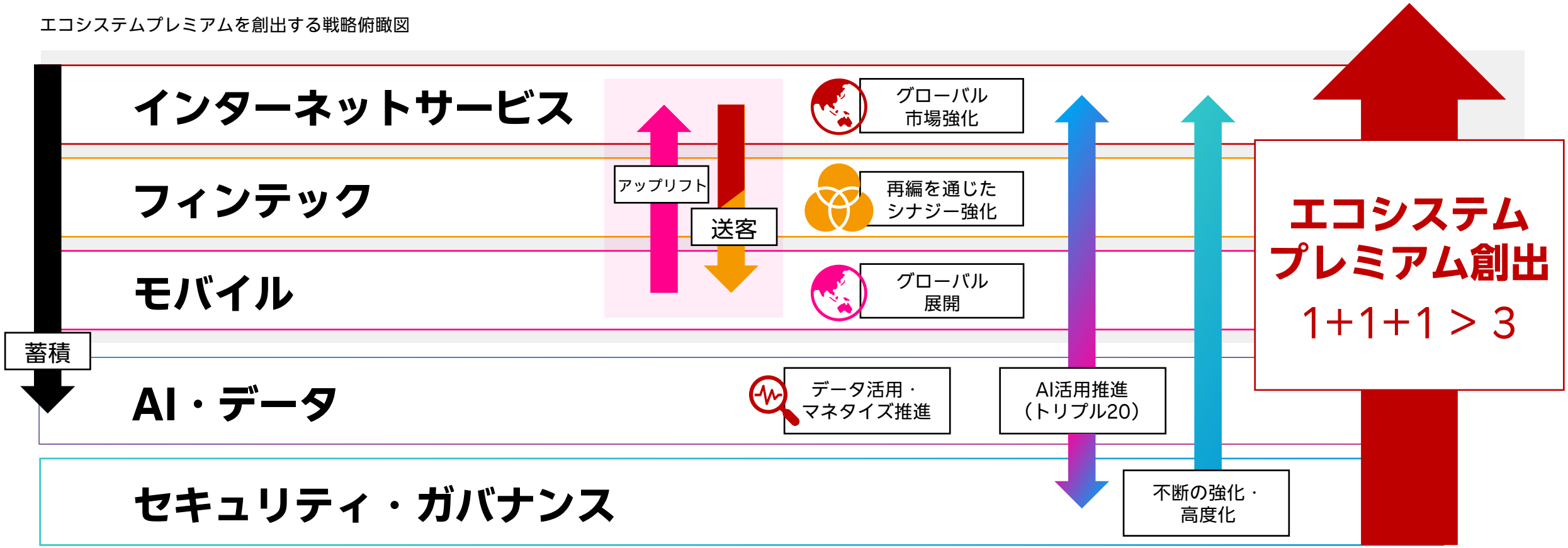
エコシステム横断マーケティングを継続

共同でのロイヤルティプログラムやキャンペーン等を継続し相互送客・クロスユースを通じて双方の顧客基盤を拡大

「エコシステムプレミアム」（経済圏だからこそ生まれる企業価値）の創出へ

■ 複数サービスの利用を通じたLTV向上と顧客獲得コスト低減により、事業単体を超える価値を生み出す「エコシステムプレミアム」を創出
■ モバイルを起点としたアップリフトに加え、AI・データの循環によりエコシステム価値を最大化
■ セキュリティ・ガバナンスを共通基盤として強化し、持続的な成長を支える

エコシステムプレミアムを創出する戦略俯瞰図



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：Q3/26 業績ハイライト

■ 前年のふるさと納税ポイント制度改正の影響を受けるも、ふるさと納税を除く楽天市場やトラベル事業の成長が下支え
■ コアビジネスの利益成長と、成長投資・インターナショナル部門の事業整理・コストコントロールにより、マイノリティ投資を除き増益
■ マイノリティ投資において、公正価値の見直しによる評価損を認識したことがセグメント全体の利益に影響





マイノリティ投資込
164億円
-31.3% 前年同期比

*1：Q1/26より、ポイント関連事業の一部をグループヘッドクオーター（調整額）からインターネットサービスセグメントへ移管。遡及修正は実施していません。*2：Q1/26より、一部のAI関連の開発費用を各事業に配賦するように変更。Q1/25以降のセグメント業績について遡及修正を実施。

インターネットサービスセグメント：Q3/26 主要KPI

国内EC 流通総額*1*2

1.7兆円

+0.6%
前年同期比
（ふるさと納税を除き +9.0%）

トラベル事業 取扱高

+18.9%
前年同期比

投資事業 IRR

+16.7%

インターナショナル部門*3 売上収益

4.82億米ドル

-1.0%
前年同期比

広告事業 売上収益*4（全セグメント合計）

671億円

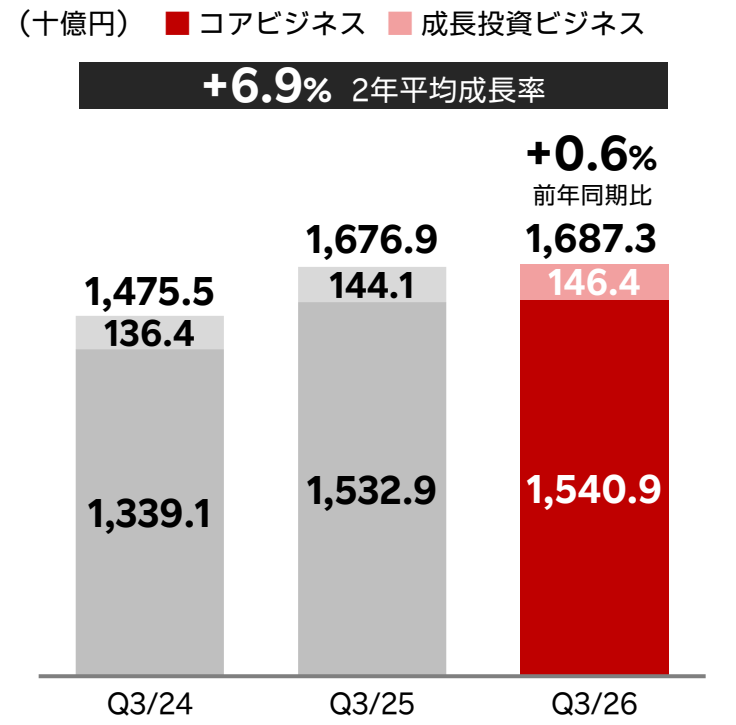
+11.1%
前年同期比

*1：Q1/26より、ポイント関連事業の一部をグループヘッドクオーター（調整額）からインターネットサービスセグメントへ移管。遡及修正は実施していません。　*2：Q2/26より、国内EC流通総額の定義を一部見直し。過去数値についても遡及修正を実施。　*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。　*4：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）。

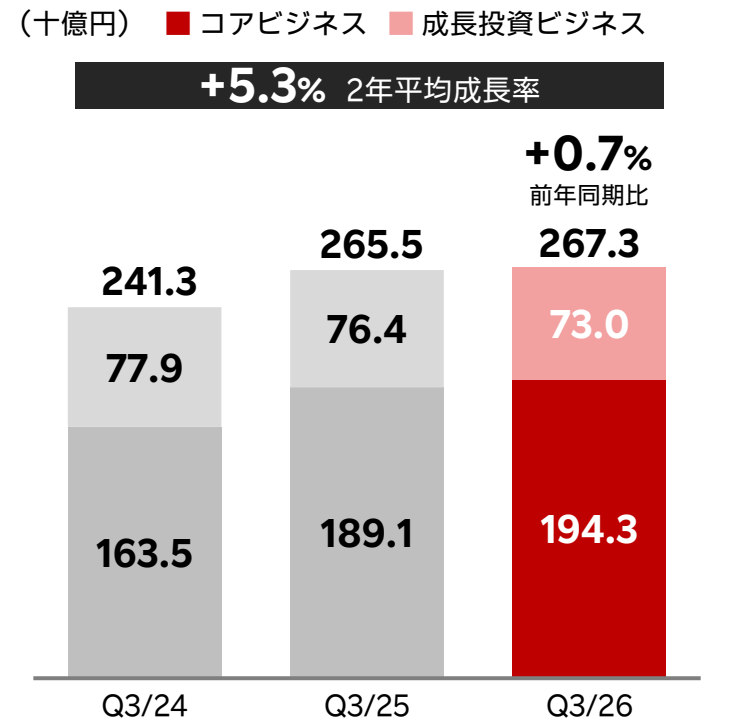
国内EC：前年のふるさと納税ポイント改正の影響がありながらも増収増益

■ 前年のポイント改正前の需要増の反動影響を受けるも、ふるさと納税を除く楽天市場やトラベルの成長により、コアビジネスは増収
■ コアビジネスの増益に加え、成長投資ビジネスの赤字縮小も寄与し、利益成長が加速

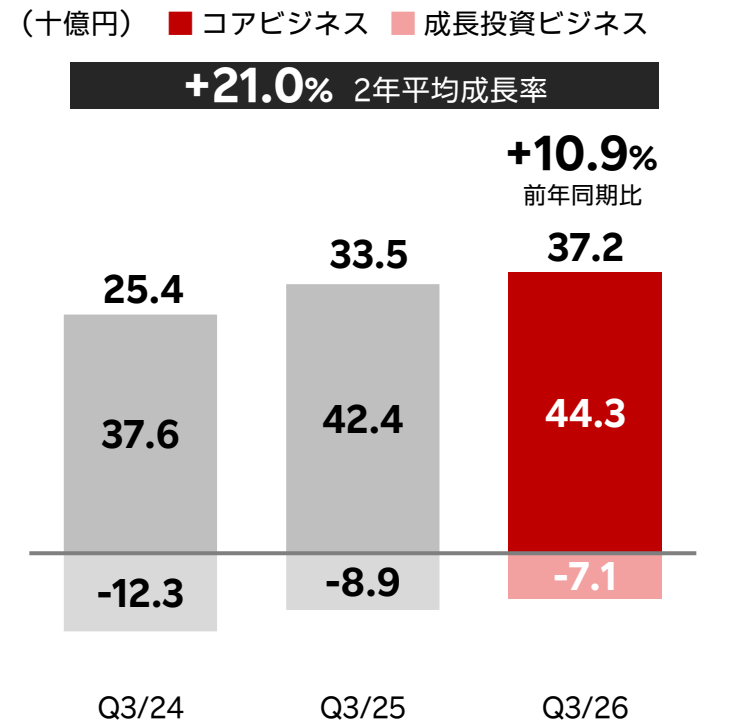
流通総額*1*2



売上収益*1



Non-GAAP営業利益*1*3

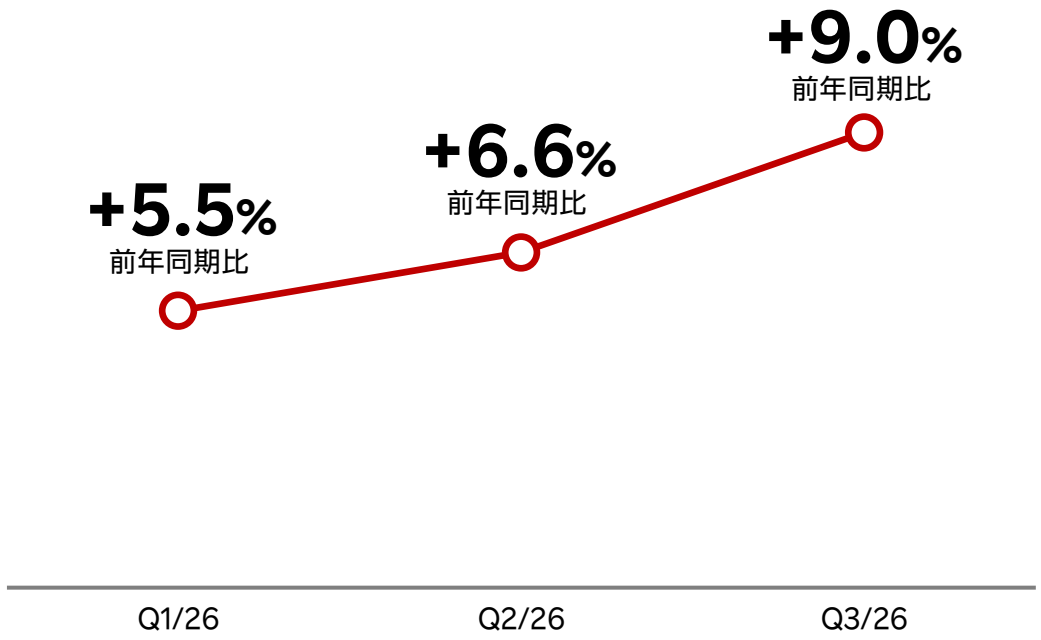


*1：Q1/26より、ポイント関連事業の一部をグループヘッドクオーター（調整額）からインターネットサービスセグメントへ移管。遡及修正は実施していません。　*2：Q2/26より、国内EC流通総額の定義を一部見直し。過去数値についても遡及修正を実施。　*3：Q1/26より、一部のAI関連の開発費用を各事業に配賦するように変更。Q1/25以降の各事業の業績について遡及修正を実施。

国内EC：ふるさと納税を除く国内ECは成長が加速

■ ふるさと納税領域で起きた外部環境の変化に適切に対応し、他成長施策への投資を実施
■ 楽天市場では、ジャンル特性に合わせた販促施策を強化し、対象ジャンルの伸長が成長を押し上げ

国内EC流通総額成長率*1*2（ふるさと納税除く）



ジャンル特性に合わせた販促施策を強化

特定ジャンルにフォーカスしたキャンペーンを展開

ジャンル施策対象
家電 / 日用品雑貨 / 食品等
+10.0%
前年同期比

ジャンル施策未対象
+6.0%
前年同期比

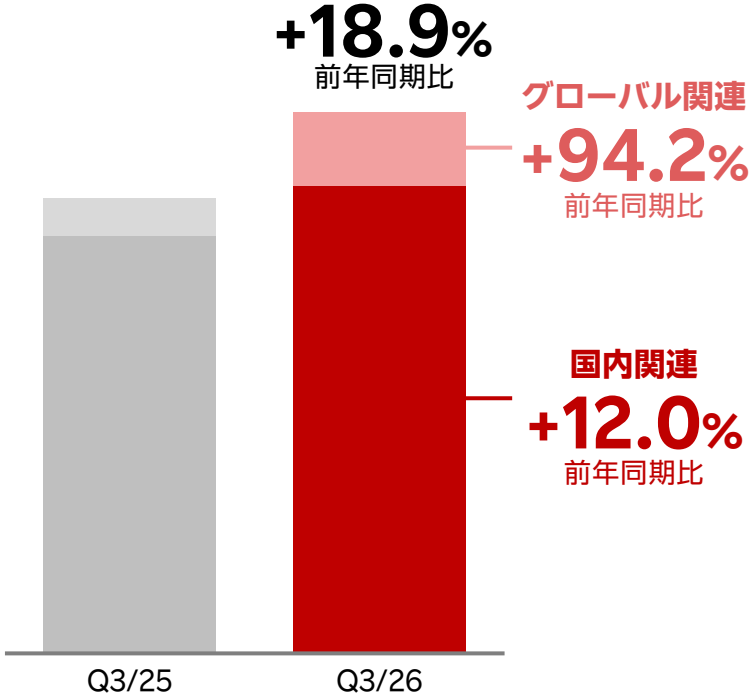
*1：Q1/26より、ポイント関連事業の一部をグループヘッドクオーター（調整額）からインターネットサービスセグメントへ移管。遡及修正は実施していません。　*2：Q2/26より、国内EC流通総額の定義を一部見直し。過去数値についても遡及修正を実施。

トラベル事業：国内・グローバル双方で成長を継続

■ 国内では、宿泊施設の在庫確保とマーケティング施策の強化により成長。ボーナスプログラムも新規顧客獲得と利用促進を後押し

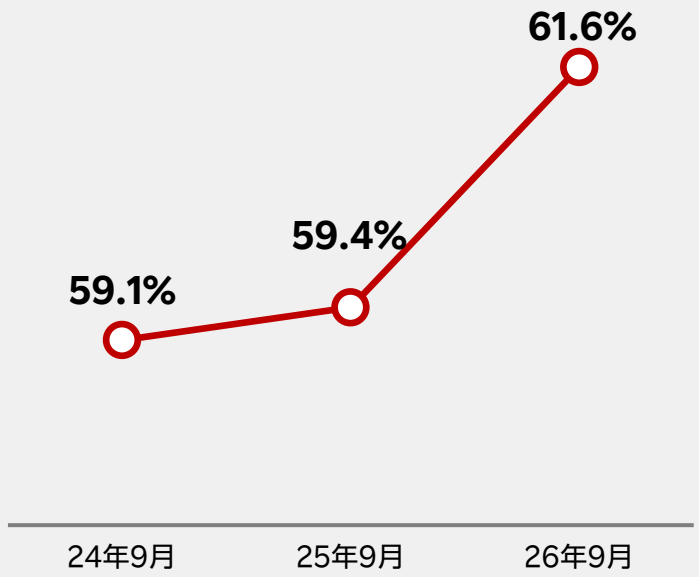
■ グローバルでは、宿泊施設と販売パートナー双方のネットワーク拡大により成長を加速

トラベル事業取扱高*1

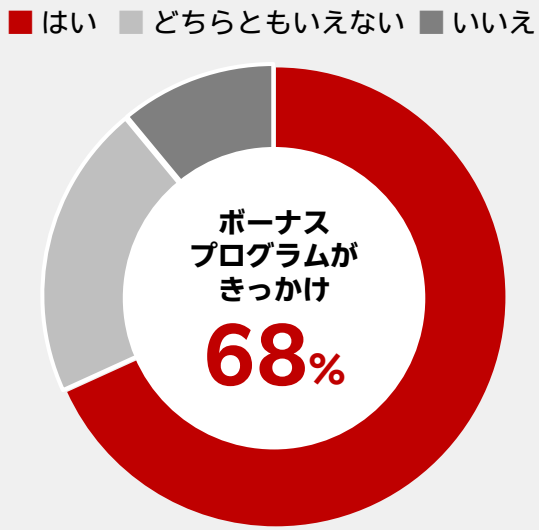


ボーナスプログラムを通じ国内宿泊の利用・リピートを促進

国内宿泊ユーザーリピート率*2



「ボーナスプログラムは楽天トラベルを選ぶきっかけとなるか」に関する調査*3

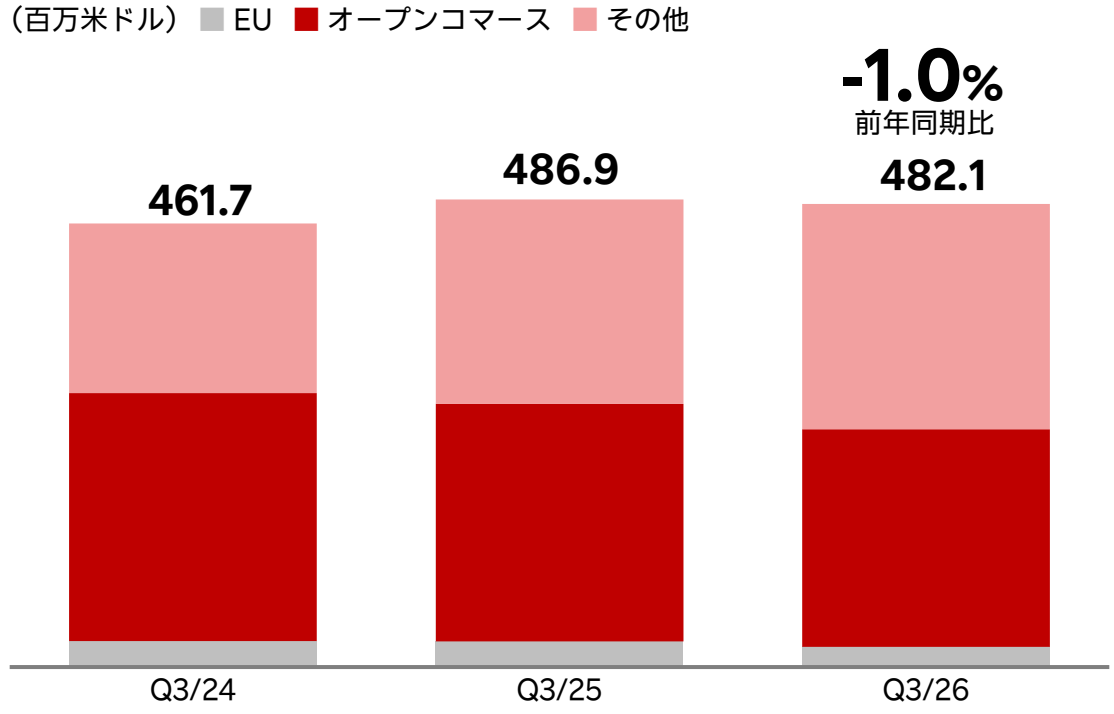


*1：Q2/26より、国内EC流通総額の定義を一部見直し。過去数値についても遡及修正を実施。　*2：リピート率：前年に宿泊したユーザーの、その後12カ月間における再利用率。*3：楽天トラベル ボーナスプログラムを認知しているユーザー（n=645）を対象に、2026年9月に実施したユーザーアンケート。

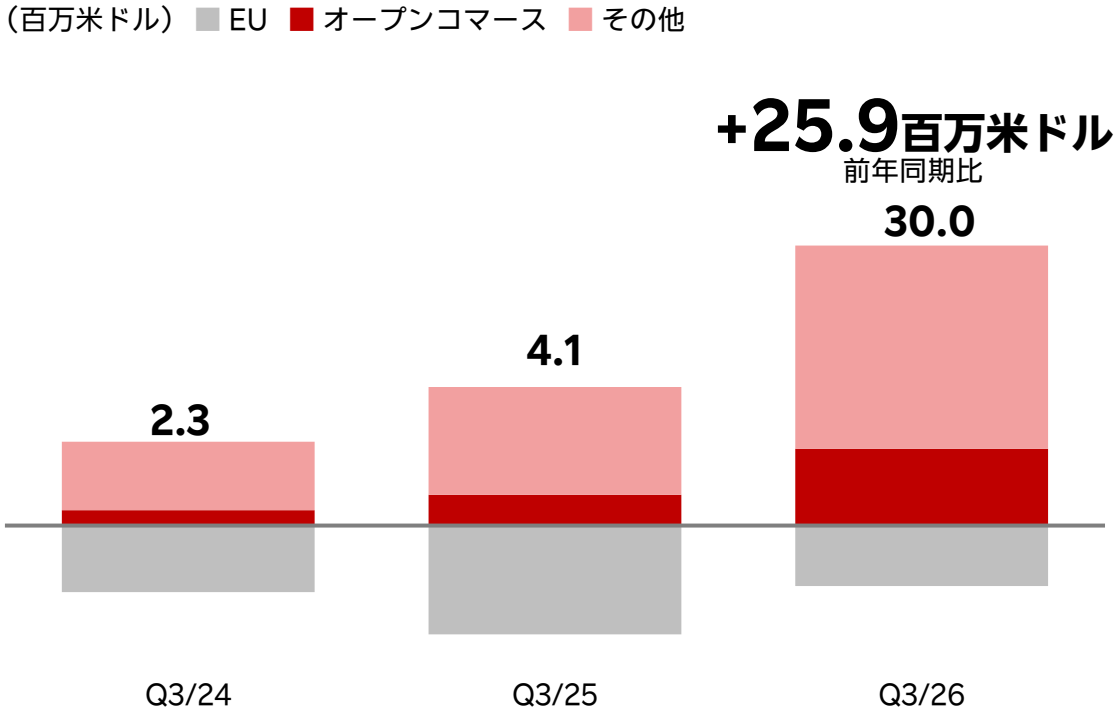
インターナショナル部門[*1]：売上減収も、費用最適化で増益

■ 米消費者動向は堅調なものの、一部低採算性事業からの撤退や、Rewardsでの主要広告主の大型販促イベントのQ2前倒しの反動により減収
■ 一方で、 Kobo、Viberの堅調な成長と、Rewards、Vikiでの販管費コントロールにより増益達成
■ なお、今四半期の非経常的な項目で、Rakuten Franceのマーケットプレイス事業閉鎖に伴う費用32.1億円（22.2百万米ドル[*2]）等を計上

売上収益



Non-GAAP営業利益[*3]

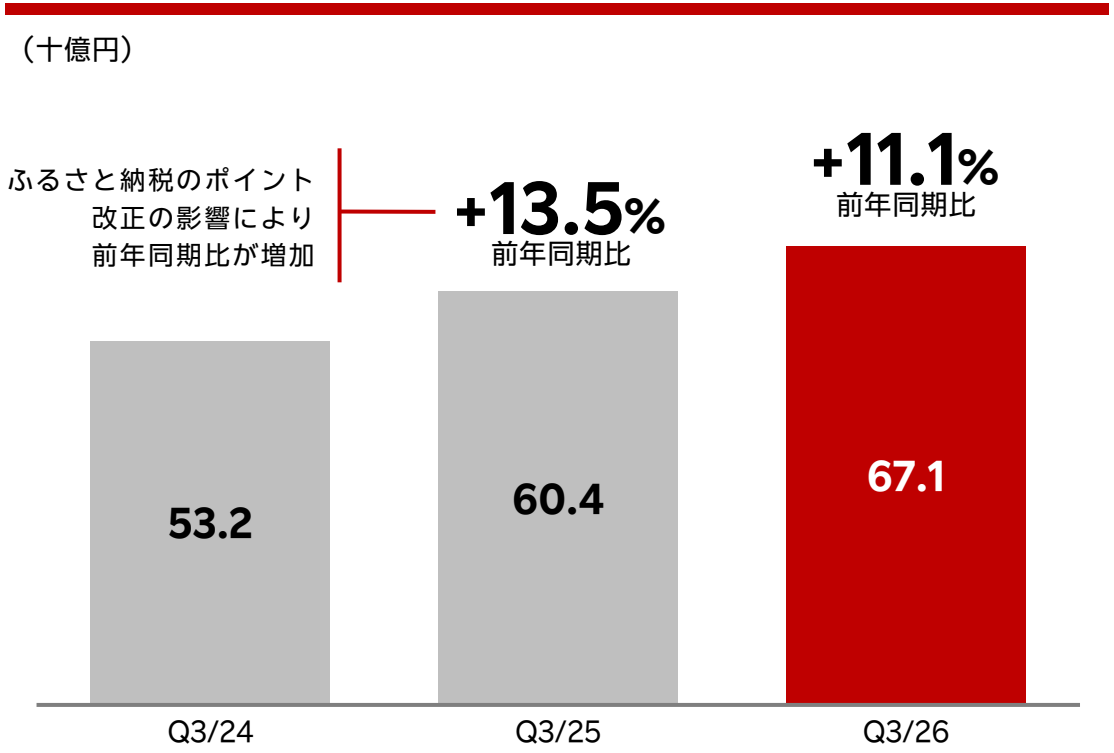


*1：オープンコマース： Rakuten Rewards（米国、欧州、カナダ）、Fillr、海外広告事業の合計。EU：Rakuten TV、Rakuten Franceの合計。その他：Rakuten Kobo、Rakuten Viber、Rakuten Vikiの合計。なお、楽天シンフォニー、台湾EC事業、海外の金融子会社による事業は含まない。　*2：1米ドル=145円として計算。　*3：Q1/26より、一部のAI関連の開発費用を各事業に配賦するように変更。Q1/25以降の各事業の業績について遡及修正を実施。

広告事業：二桁増収を継続

■ 前年のふるさと納税のポイント改正前の需要増の反動影響を受ける中でも、好調なトラベル事業の貢献もあり、広告売上は二桁成長を継続
■ 今後もAIを活用した広告運用の高度化や配信チャネルの拡大を通じて、さらなる成長を目指す

売上収益*



広告事業のさらなる成長に向けた取り組み

AIによる広告運用の高度化

広告配信だけでなく、店舗側のキーワード設定・調整まで
AIによる自動化を拡大

広告の外部配信チャネル拡大

広告主が直接広告出稿できる楽天外部配信面を拡大し、広告主とユーザーとの接点を拡充

動画を含むクリエイティブフォーマットの拡充

動画フォーマットを拡充し、広告表現を強化

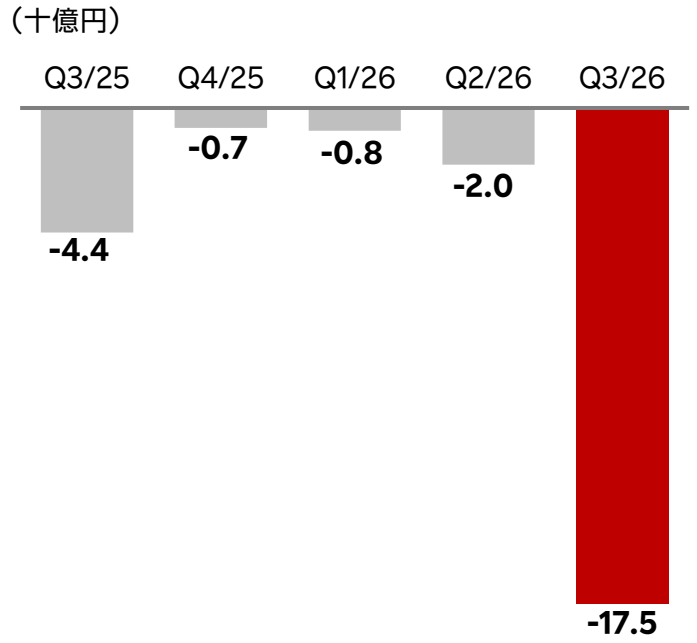
*各セグメント（インターネットサービス・フィンテック・モバイル）に計上される国内広告売上の合計値（内部取引含む）。

投資事業[*1]：シナジーに特化したポートフォリオへの再構築

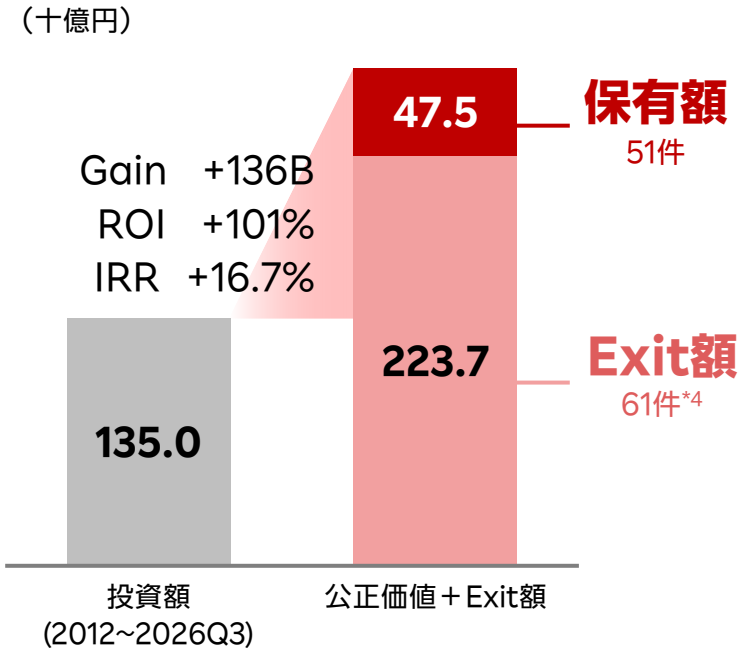
■ 当四半期で一部投資案件の影響により、投資事業の損益が利益を押し下げ（一部投資先において最新の事業見通し及びマーケット環境を反映して公正価値を見直した結果、評価損を認識した影響）

■ 中長期ではシナジーに特化した投資にフォーカス

マイノリティ投資[*2] Non-GAAP営業損益



投資パフォーマンス[*3]



今後の方針

投資ポートフォリオの
エコシステムとの整合性を重視

- 長期的に保有し続けていた
  ポートフォリオの見直しを継続する予定
- 今後の投資はエコシステムへの高い
  貢献が期待される案件を中心に選別

*1：インターネットサービスセグメント及びモバイルセグメントに含まれる楽天グループの投資事業（楽天キャピタル）　*2：モバイル関連投資を除く。　*3：日本円建。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（インターネットサービスセグメント及びモバイルセグメントの合計）。　*4：一部Exit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：Q3/26 業績ハイライト

■ 顧客基盤の堅調な拡大に加え、金利環境や活発な市況を背景にセグメント収益全体が成長

■ 金利上昇を追い風に、楽天銀行及び楽天証券が営業利益の成長をけん引

売上収益

3,060億円

+22.1%

前年同期比

Non-GAAP 営業利益*

680億円

+23.7%

前年同期比

*Q1/26より、一部のAI関連の開発費用を各事業に配賦するように変更。Q1/25以降のセグメント業績について遡及修正を実施。

フィンテックセグメント：Q3/26 主要KPI

楽天カード
ショッピング取扱高

7.2兆円

+7.0%
前年同期比

楽天銀行
単体口座数*1

1,881万

+8.5%
前年同期比

楽天銀行
単体預金残高*1*2

13.6兆円

+11.2%
前年同期比

楽天証券
総合口座数*1

1,483万

+15.3%
前年同期比

11月に
1,500万
口座達成

楽天証券
NISA口座数*1*3

827万

+23.0%
前年同期比

楽天証券
預り資産*1*2

60.8兆円

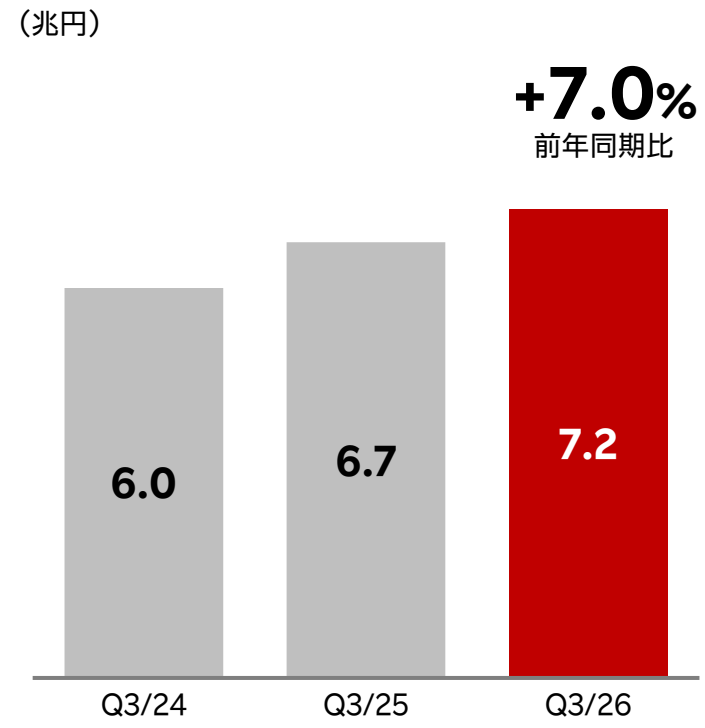
+38.0%
前年同期比

*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。

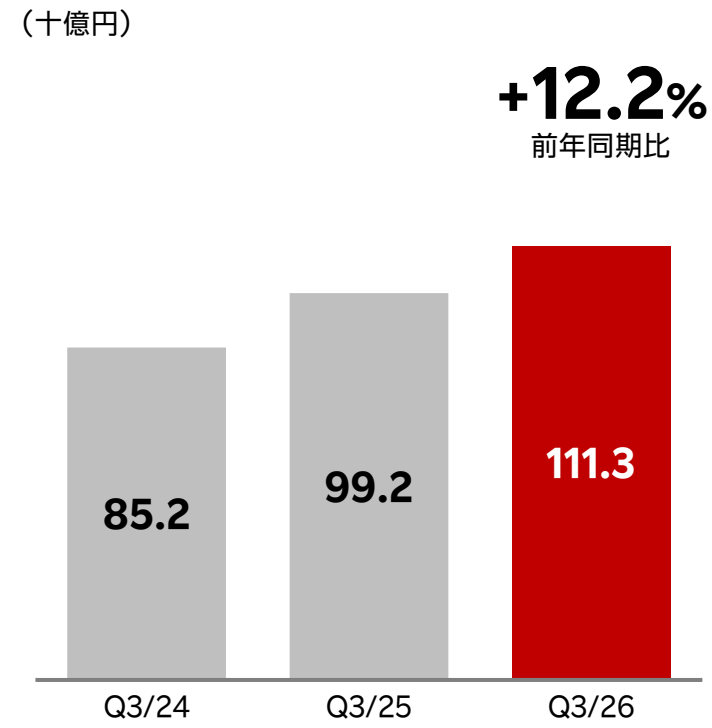
楽天カード：取扱高は堅調に推移も、金利環境を背景に金融費用が増加

■ 昨年9月はふるさと納税のルール改正により駆け込み需要があったものの、前年同期比でショッピング取扱高の増加が好調に推移
■ 営業利益は金利上昇による金融費用の増加影響を受けるも、「あとから分割払い」の手数料率変更（26年6月～）により一部カバー
■ 10月のフィンテック事業再編により外部からの調達を順次楽天銀行からの調達に置換え。今後は新銀行グループ全体で金融費用の外部流出を抑制

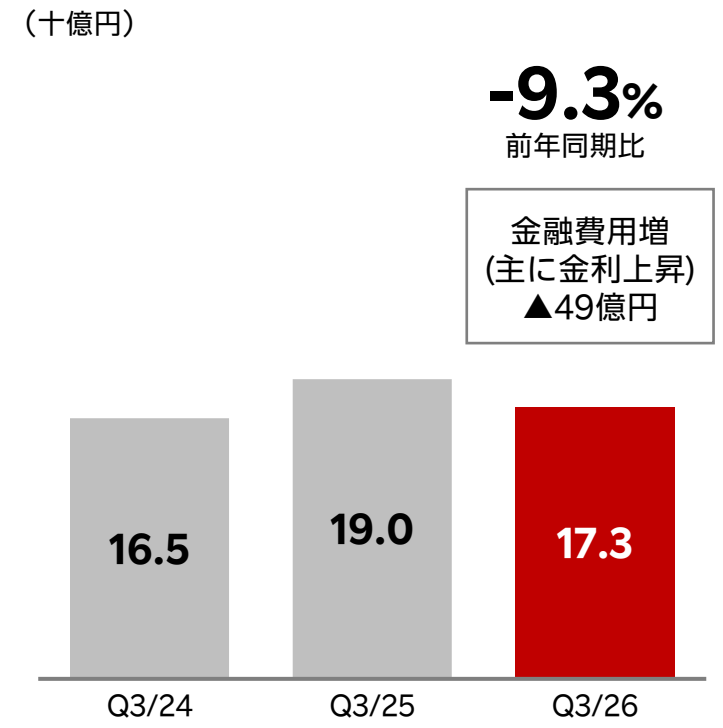
ショッピング取扱高



売上収益



Non-GAAP営業利益*



*Q1/26より、一部のAI関連の開発費用を各事業に配賦するように変更。Q1/25以降の業績について遡及修正を実施。

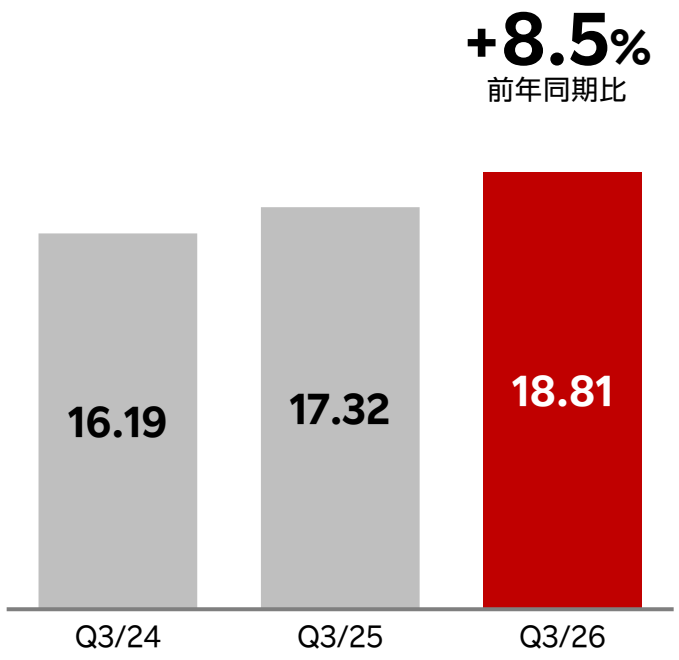
楽天銀行：預金・運用資産の拡大により過去最高益を更新

■ 単体預金残高は前年同期比11.2%増[*1]と着実に増加。主要運用資産におけるミドルリスクアセット[*2]の残高は26.0%増と預金を上回るペースで伸長

■ 将来の成長に向けた顧客基盤の拡充等への投資を積極化した上でも、7-9月期の過去最高益を更新

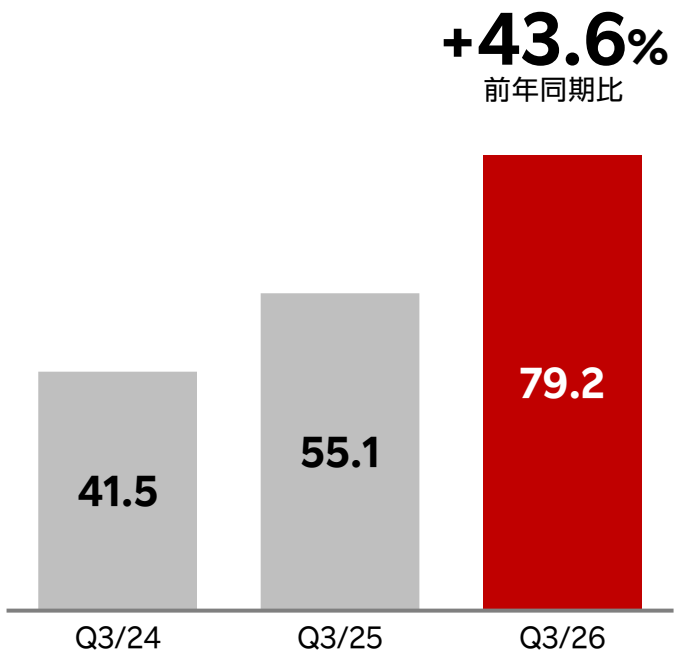
単体口座数[*3]

（百万）



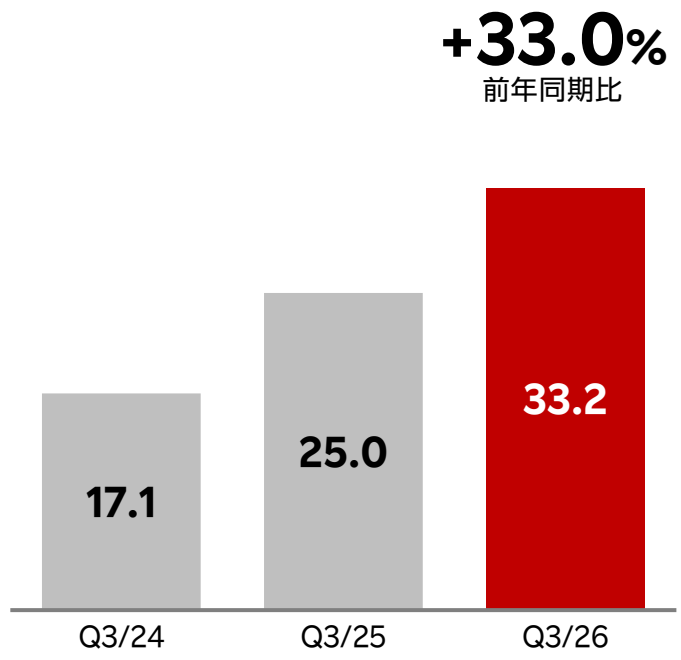
売上収益[*4]

（十億円）



Non-GAAP営業利益[*4*5]

（十億円）



*1：日本会計基準。　*2：カードローン、投資用マンションローン、ABL（Asset-Based Lending）及び一部の買入金銭債権。　*3：表示単位未満切り捨て。　*4：楽天信託株式会社を含む。楽天カード株式会社、楽天証券ホールディングス株式会社、樂天國際商業銀行股份有限公司は含まない。　*5：Q1/26より、一部のAI関連の開発費用を各事業に配賦するように変更。Q1/25以降の業績について遡及修正を実施。

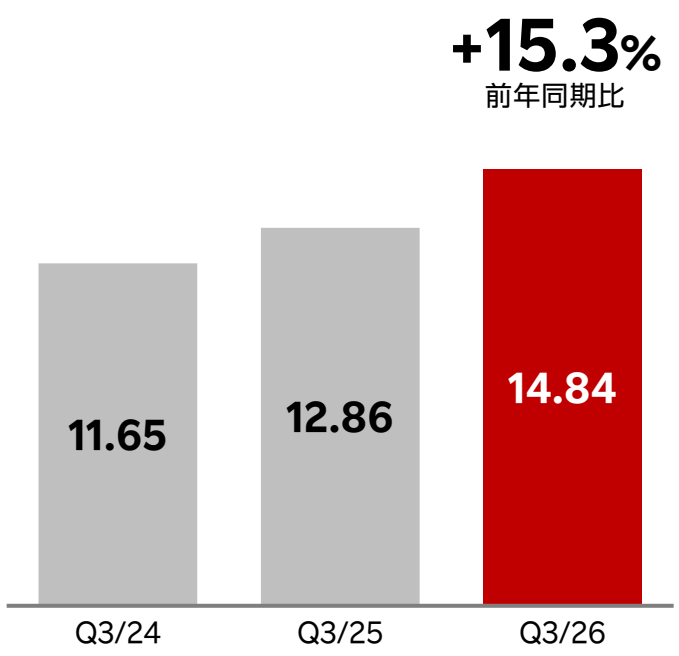
楽天証券：好調な市況を背景に収益が拡大、顧客基盤も着実に成長

■ 市況の活発さは前四半期に比べると落ち着きつつも、投信・FX関連収益及び金融収益の増加が増益をけん引

■ 顧客基盤の安定的成長に伴い、預り資産の残高が拡大。市況に左右されにくい収益基盤の構築が着実に進捗

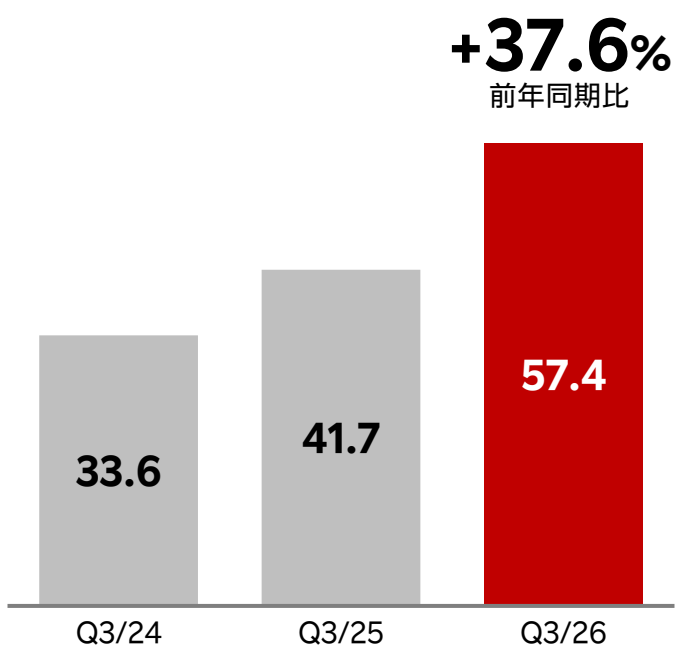
総合口座数*1

（百万）



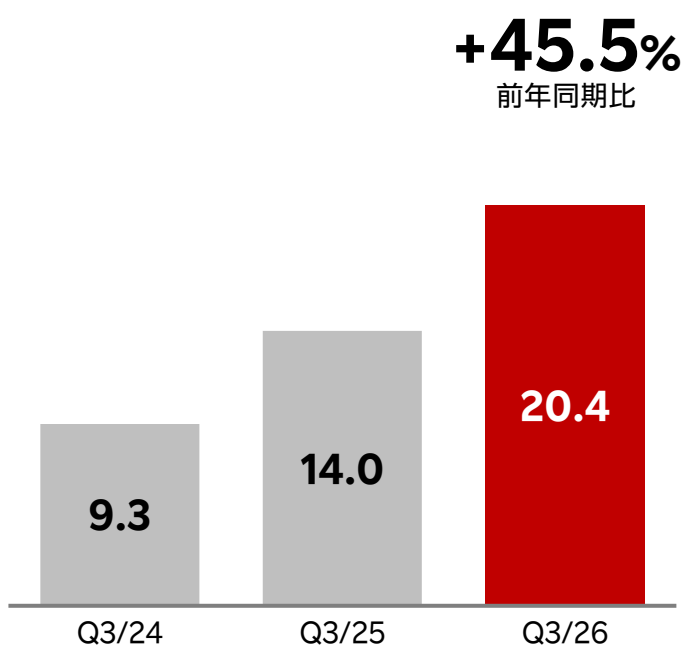
売上収益*2

（十億円）



Non-GAAP営業利益*2*3

（十億円）

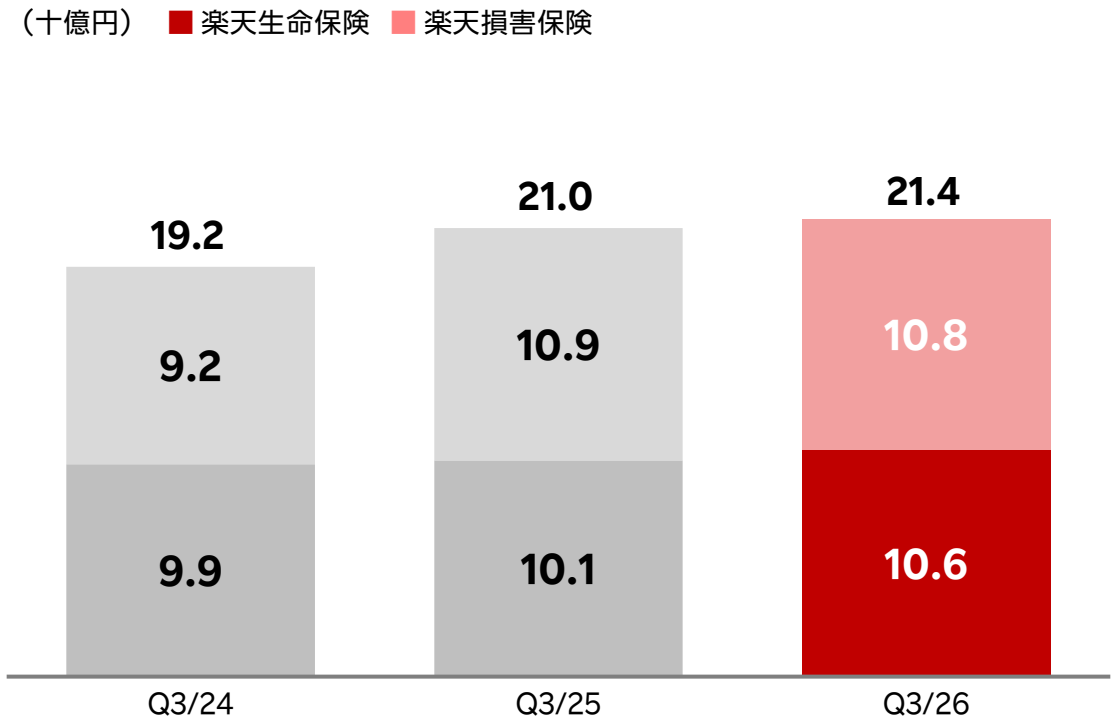


*1：表示単位未満切り捨て。　*2：楽天証券単体。　*3：Q1/26より、一部のAI関連の開発費用を各事業に配賦するように変更。Q1/25以降の業績について遡及修正を実施。

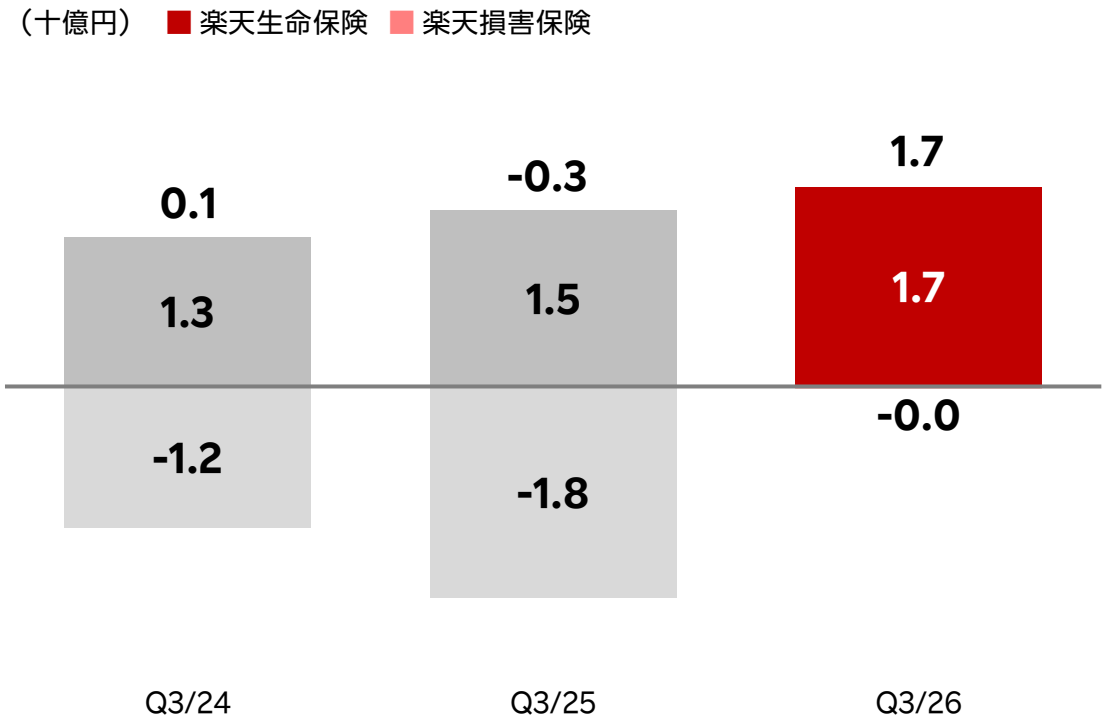
保険事業：エコシステム連携施策で成長加速

■ 生命保険においては短期払い終身保険の構成比が増加し、顧客当たり単価が上昇。団信の拡大も引き続き収入保険料の成長をけん引
■ 損害保険は「選択と集中」戦略により自動車保険等の注力商品へのシフトが進捗。効率的なマーケティングを継続し、収益性が改善

売上収益



Non-GAAP営業利益*



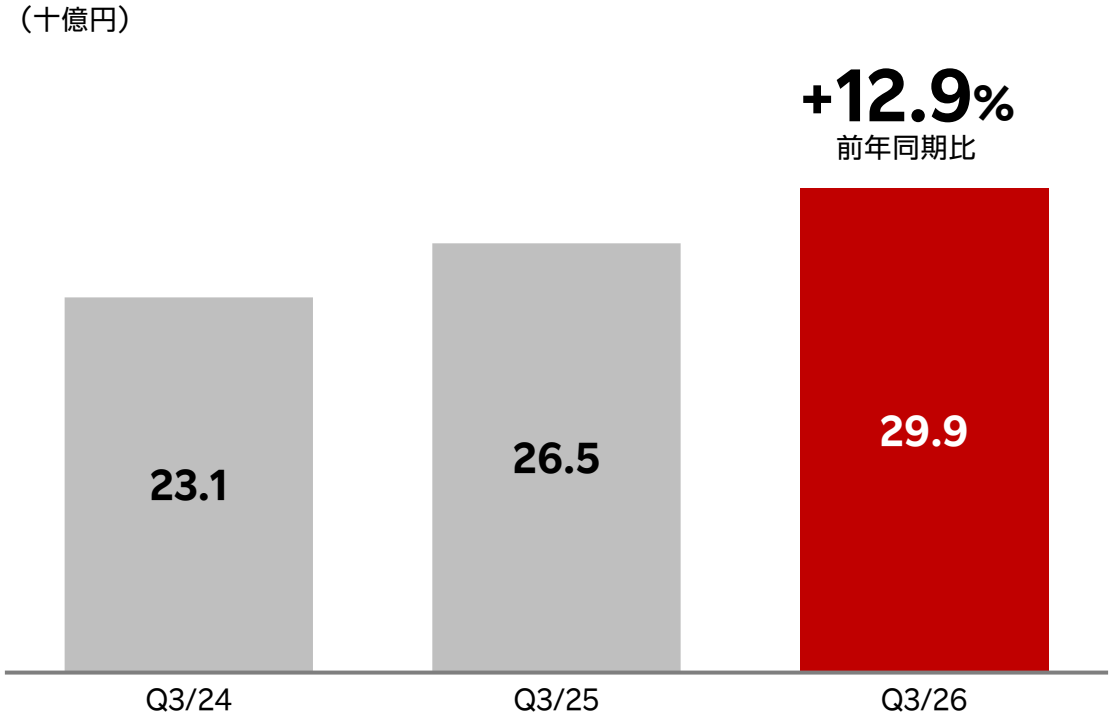
*Q1/26より、一部のAI関連の開発費用を各事業に配賦するように変更。Q1/25以降の各事業の業績について遡及修正を実施。

楽天ペイメント：取扱高が継続的に拡大し増収をけん引。広告収益化も進展

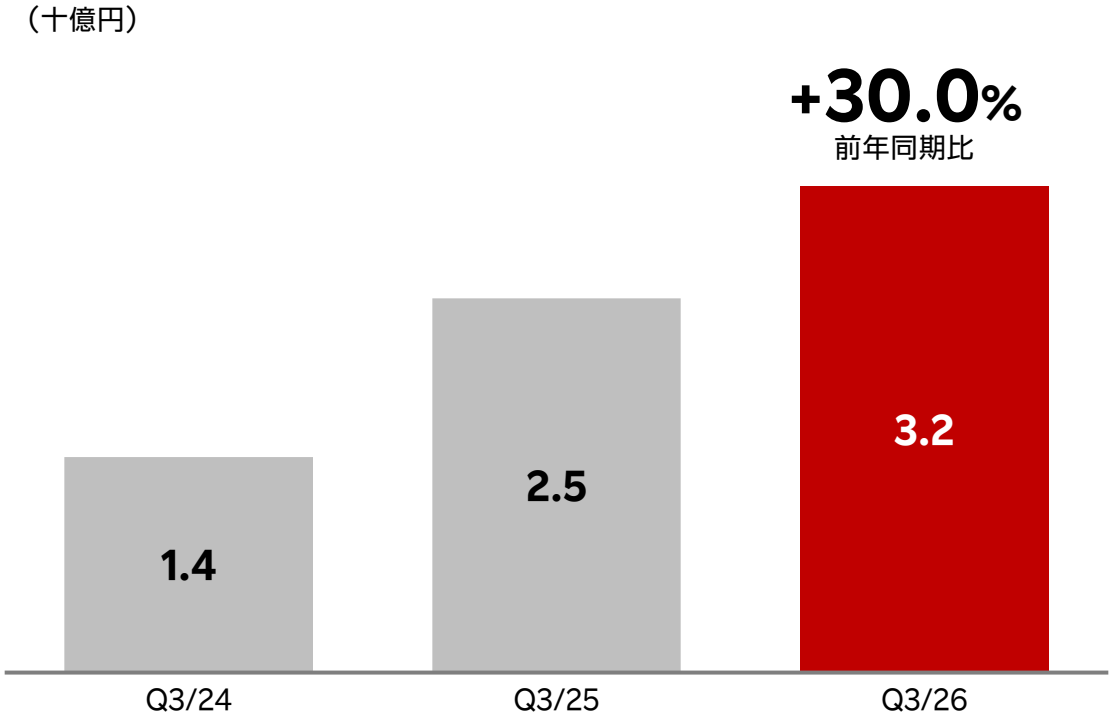
■「楽天ペイ」アプリの利用増加に加えて、アプリ内の広告を最大限活用し、増収・増益が継続

■同アプリにおいてオフラインコード払いを実装（26年8月～）し、利便性を高めることでさらに利用を促進

売上収益*1



Non-GAAP営業利益*1*2



*1：楽天ペイメント株式会社、楽天Edy株式会社の合算。　*2：Q1/26より、一部のAI関連の開発費用を各事業に配賦するように変更。Q1/25以降の業績について遡及修正を実施。

楽天ペイメント：ビジネスアップデート

■ ファミリーマート×「SPU」の利用が好調。「楽天ポイントカード」の利用をさらに促進
■ Uber×楽天ポイントの連携拡大により「楽天ペイ（オンライン決済）」の利用、アカウント連携も進展

ファミリーマートと楽天
楽天市場「SPU」ポイント還元強化で連携

FamilyMart　Rakuten　7月1日開始!

国内約1.6万の実店舗を持つ
「ファミリーマート」との相互送客を促進

Uberと楽天
戦略的パートナーシップの連携拡大

Uber Eatsでの支払い時に、
楽天ポイントが利用可能に



楽天ID200万連携突破*

*2026年9月末時点

モバイルセグメント

モバイルセグメント：Q3/26 業績ハイライト

■ 楽天モバイルはローミング縮小に対する懸念により純増ペースは緩やかになったものの、契約回線数は拡大し続け、増収と赤字縮小を実現
■ 楽天シンフォニーでは一部ハードウェアの納入タイミングの影響で増収増益

売上収益
1,404億円
+18.3%
前年同期比

Non-GAAP 営業利益[*1]
-287億円
100億円改善
前年同期比

EBITDA[*1*2]
121億円
+9.4%
前年同期比

PMCF[*1*3]
337億円
+22.2%
前年同期比

*1：Q1/26より、一部のAI関連の開発費用を各事業に配賦するように変更。Q1/25以降のセグメント業績について遡及修正を実施。　*2：EBITDAはNon-GAAP営業利益に減価償却費等を加算して算出。　*3：PMCF=プレマーケティングキャッシュフロー。モバイルセグメントのEBITDAに楽天モバイル(株)の固定資産税費用及び顧客獲得関連費用（マーケティング費、ショップ費用、SPU等）を加算して算出。

モバイルセグメント：Q3/26 主要KPI

Rakuten Mobile

全契約回線数*1
（2026年9月末）

1,105万

+172万回線
前年同期比

調整後MNO解約率*2
（Q3/26）

1.47%

Q3/25：1.33%

ARPU*3
（Q3/26）

2,938円

+65円
前年同期比

Rakuten Symphony

顧客数*4
（2026年9月末）

75顧客

パートナー数*5
（2026年9月末）

29社

*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： 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。　*3：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。　*4：PoC、MoUを含む。　*5：販売パートナーシップは2025年に開始。

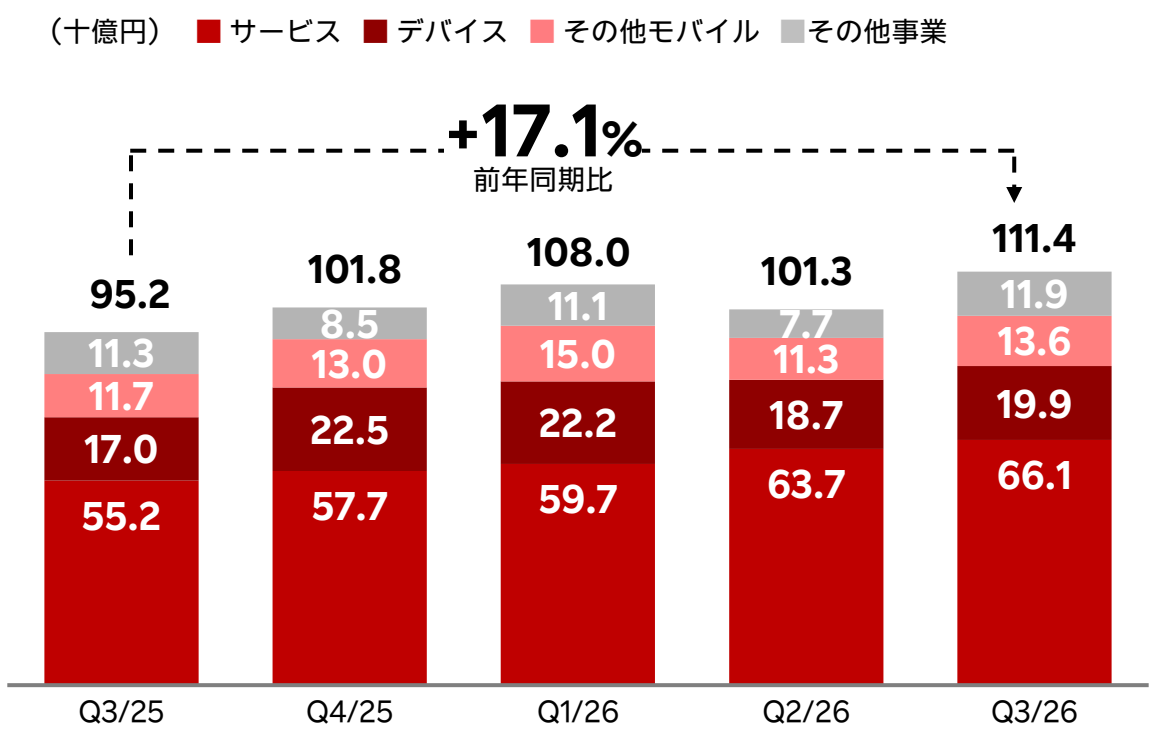

Rakuten Mobile

楽天モバイル：四半期業績推移

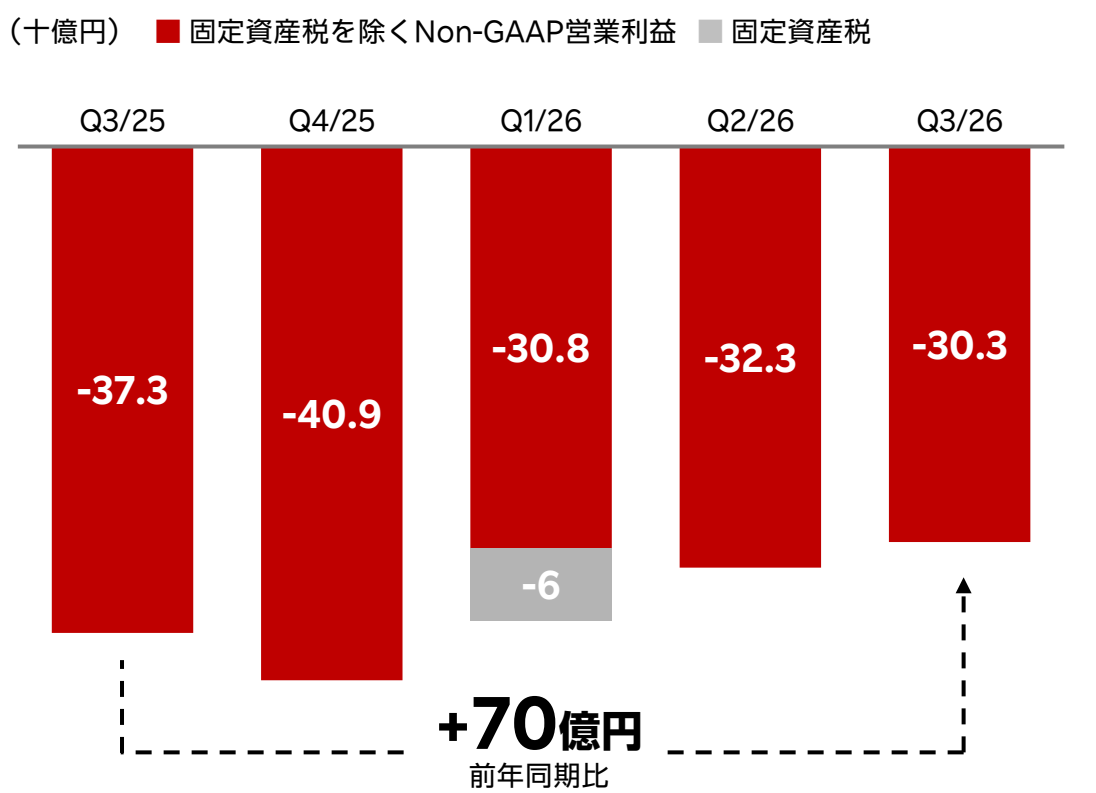
■ 楽天モバイルはローミング縮小に対する懸念から純増ペースが鈍化するも、契約回線数拡大に伴うサービス売上・デバイス販売増加により増収。エナジー事業は原価上昇分の販売価格への反映により利益率が改善。Q4はさらなる正常化を見込む

■ ショップ関連費用及び基地局建設の加速に伴うネットワーク関連費用は増加も、売上拡大とその他コストコントロールにより営業損失は縮小

売上収益



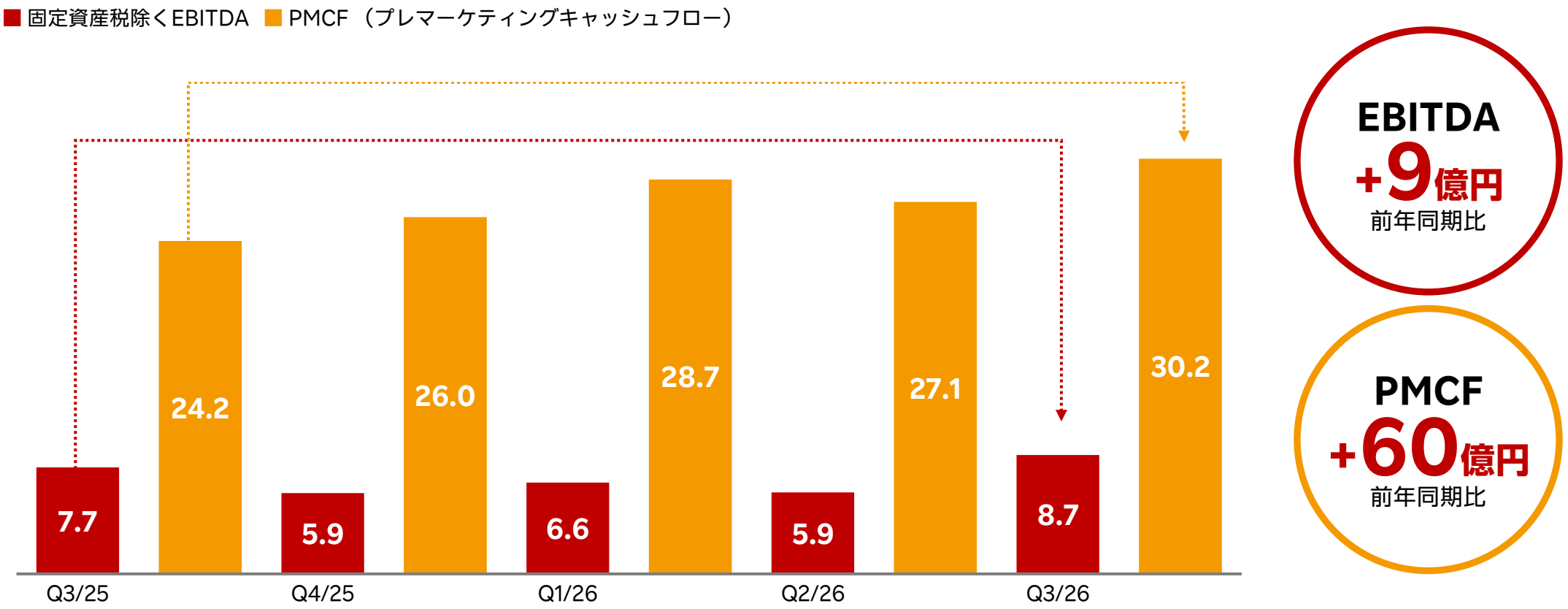
Non-GAAP営業利益*1*2



*1：Q4/25よりモバイル関連投資損益を含む。　*2：Q1/26より、一部のAI関連の開発費用を各事業に配賦するように変更。Q1/25以降の業績について遡及修正を実施。

楽天モバイル： Q3/26 EBITDA[*1*2]及びPMCF[*2*3]

- EBITDAは、サービス品質向上による顧客基盤の拡大に向けた先行投資であるショップ拡充や基地局建設を実施中のため、前年同期比で9億円増。
  前四半期比では、売上増加がネットワーク費用増を一部吸収したほか、為替評価益及び投資評価益がプラスに寄与
- EBITDAから顧客獲得関連費用を除くPMCFは、前年同期比24.8%増となる302億円に



*1：EBITDAはNon-GAAP営業利益に減価償却費等を加算して算出。（マーケティング費、ショップ費用、SPU等）を加算して算出。

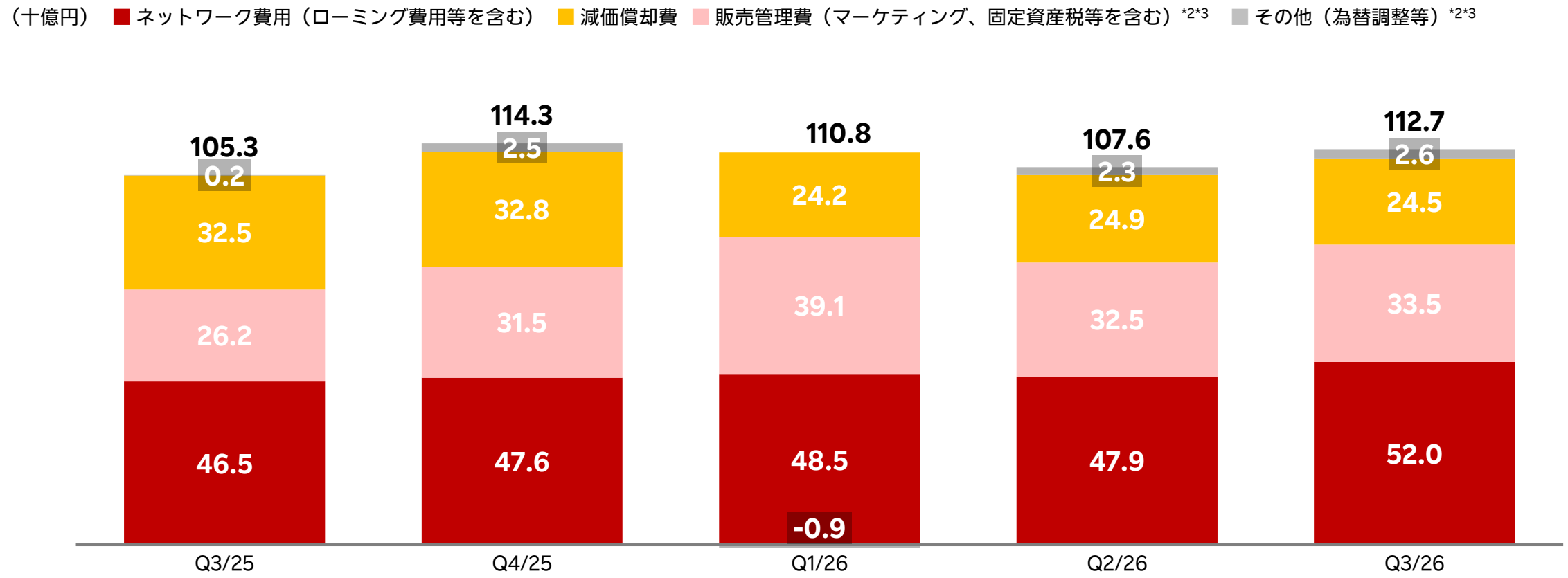
*2：Q4/25よりモバイル関連投資損益を含む。

*3：PMCF=プレマーケティングキャッシュフロー。楽天モバイルのEBITDAに固定資産税費用及び顧客獲得関連費用

営業費用：適切にコントロールしながら事業運営を継続

■ ネットワーク費用は一定水準を維持。前四半期比での増加は、主に基地局建設に伴う関連費用増によるもの。他に一過性の費用も計上*1

■ Q3の販売管理費については、初期費用を伴う店舗網拡大のピーク期を越え、ランニングコストも概ね一定水準で推移

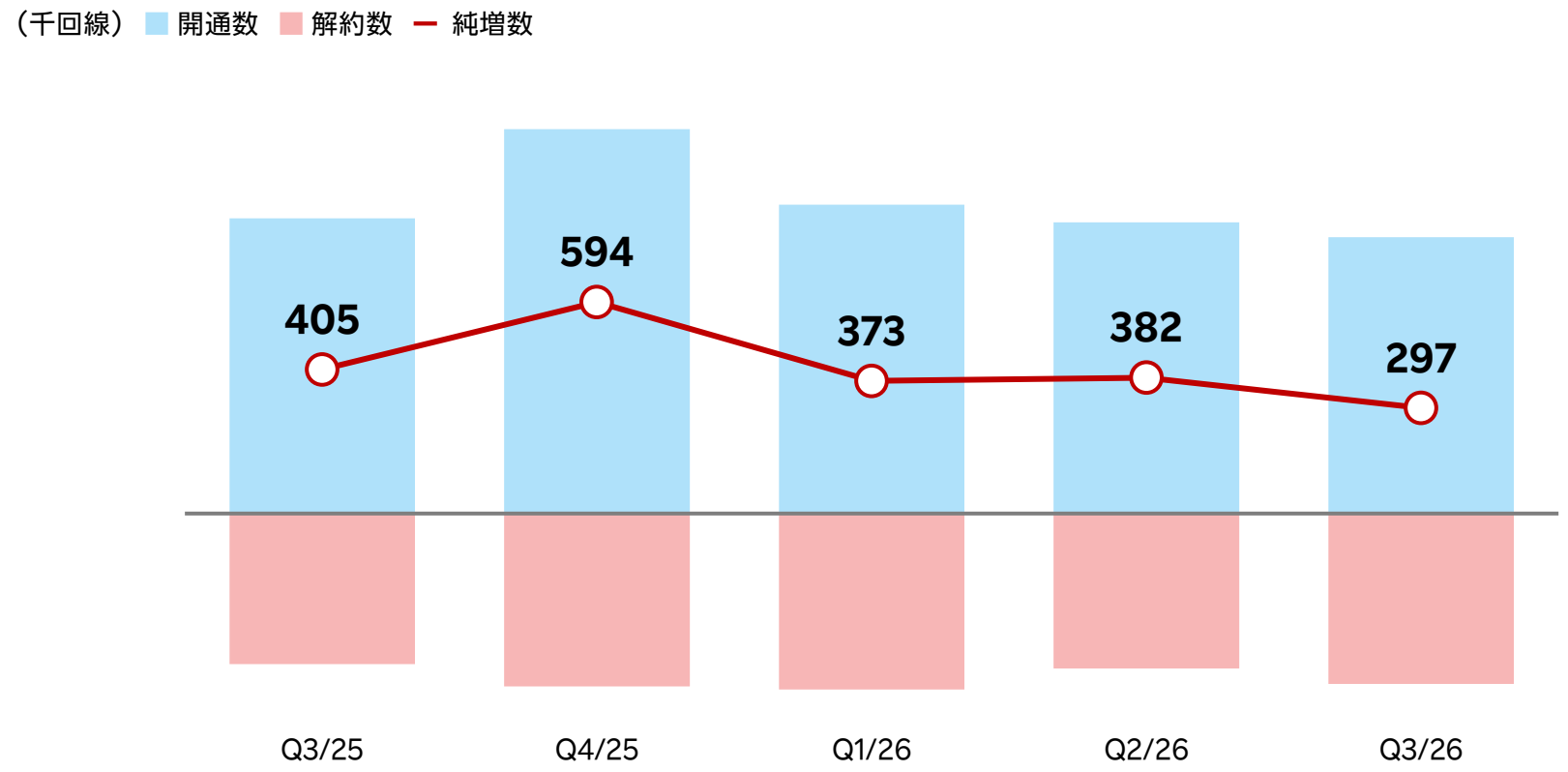


*1：補助金関連の一部費用を財務会計上の区分に合わせて非現金項目からネットワーク費用へ振替等。 *2：Q1/26より、一部のAI関連の開発費用を各事業に配賦するように変更。Q1/25以降の業績について遡及修正を実施。 *3：Q2/26に販売管理費の定義等を一部見直し。過去数値についても遡及修正を実施。Q3/26に、モバイル事業の原価・営業費用の区分を一部見直し。Q2/26の実績に遡及修正を実施。

MNO純増数：純増基調は継続

■ ローミング縮小に対する懸念により、B2Cの純増ペースは一時的に緩やかになるも、純増基調を維持、市場シェアは引続き拡大

■ 今後も引続きサービス品質及び自社回線網を強化し、ネットワーク品質のさらなる向上によりお客様の懸念を払拭



26年10月（単月）*

月次純増数

約85千回線

開通＞解約の
純増構造を維持

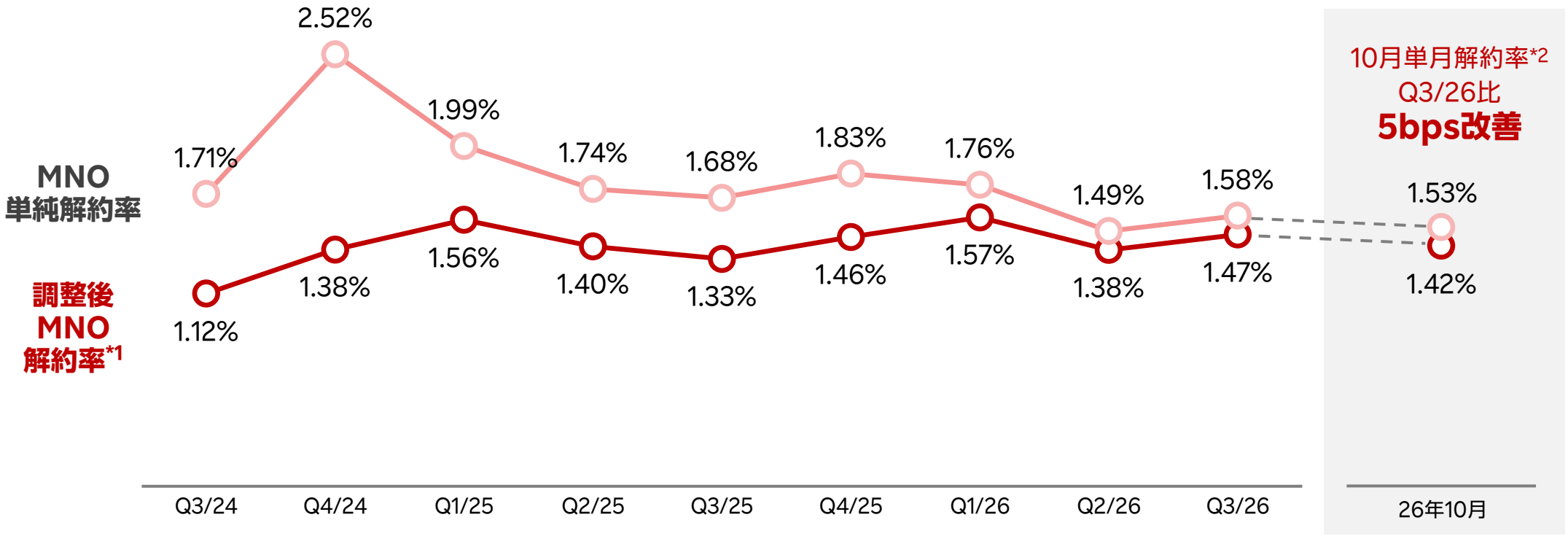
※四半期グラフと縦軸は同一スケール

*速報値ベース。

MNO解約率：ローミング縮小の影響は軽微

■ 微増するも上昇幅は限定的

■ 引き続きサービス品質の向上に取り組み、解約率の抑制を図る

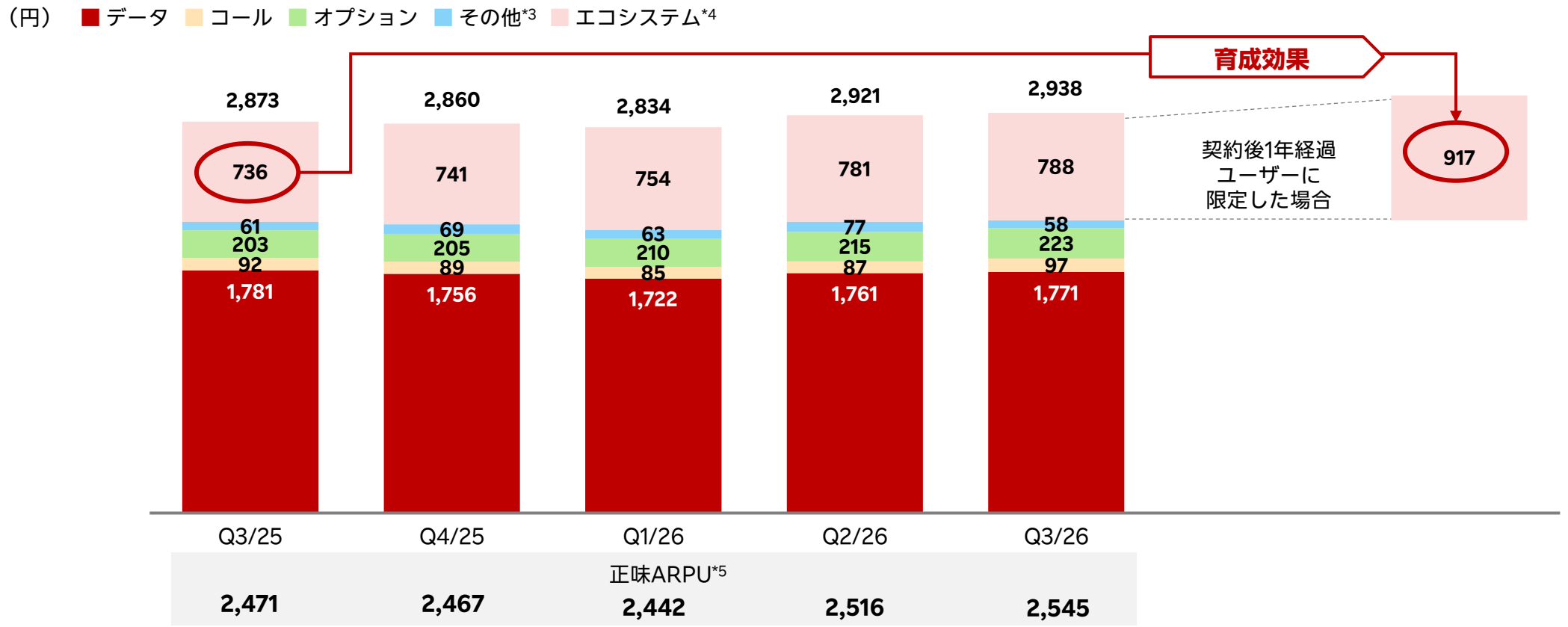


*1：B2Cにおいて契約と同月に解約した回線数及び法人事業における売上計上方法の変更に伴いBCP等回線へ移管となった回線を除いた解約率。*2：速報値

MNO ARPU[*1]：データ及びオプション利用の拡大を背景に好成長

■ データARPUは、データ使用量の増加に伴い前四半期比で上昇

■ 店舗網拡充及びショップにおけるサービスの品質向上を背景に、オプションARPUが上昇。なお、Q3/26期間中にショップ経由でオプションを申し込んだ方に限定したオプションARPU(B2C)[*2]は793円と、 ARPU上昇に寄与

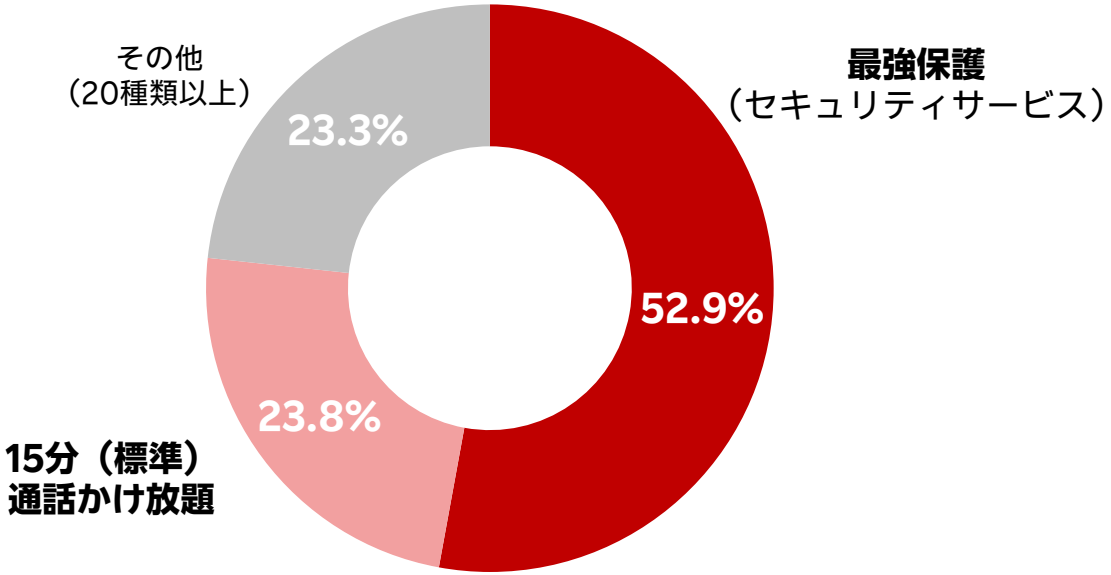


*1：ARPUの分母となる契約回線数は、MVNE及びBCP回線等を除くMNO契約回線数の各四半期における期首期末平均を用いて算出。　*2：2026年7～9月においてショップ経由でオプションを申し込んだ場合。回線開通と同時申込、オプションのみ申込両方を含む。月間平均値。 *3：広告、B2B雑収入を含む。　*4：MNO契約者によるグループ売上のアップリフト効果を分子として算出。　*5：MNO ARPUから、楽天モバイルのMNO契約者による売上アップリフト効果に伴う売上原価及びグループ会社からモバイル事業への送客効果を控除。モバイルエコシステム貢献額（正味ARPU x MNO契約回線数）は楽天モバイルの損益計算書上、売上及び営業費用の後に計上。

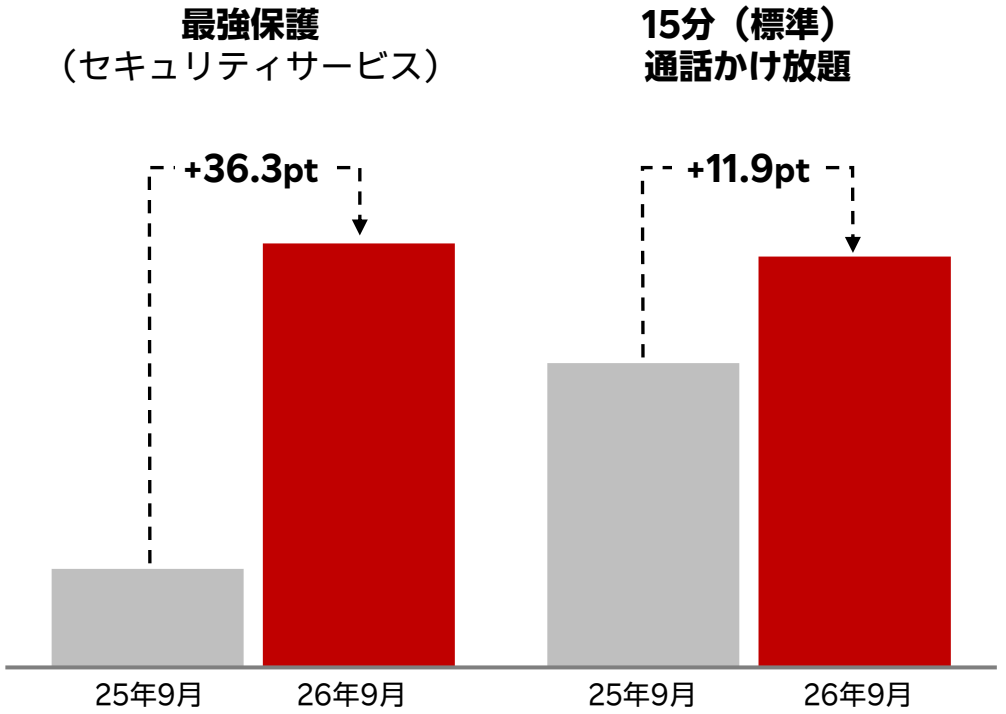
オプションARPU：店舗網拡充及びサービス品質向上を背景に大きく成長

■ ショップにおけるサービス品質向上とニーズに即した対面提案により、オプションの付帯率が好調に推移。オプションARPU上昇に寄与

オプションARPU前年比増加分*の内訳（B2Cのみ）



店舗経由オプション付帯率



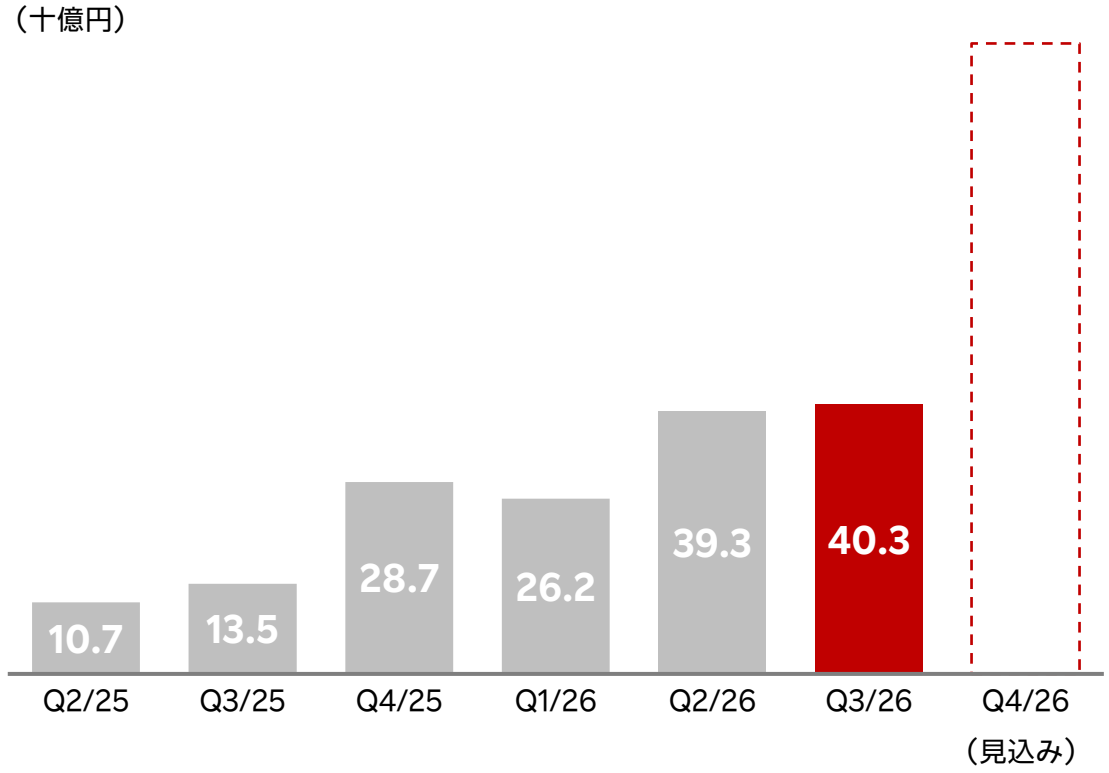
*2025年9月と2026年9月の付帯率の比較。

設備投資：各種施策により基地局建設を加速中

■ 当第3四半期では設備投資を403億円計上

■ 26年度の設備投資計画2,000億円を堅持。基地局工事の工程改革を推進し、基地局建設を加速中

楽天モバイルのネットワーク関連設備投資額



Q4の基地局建設の加速に向けて

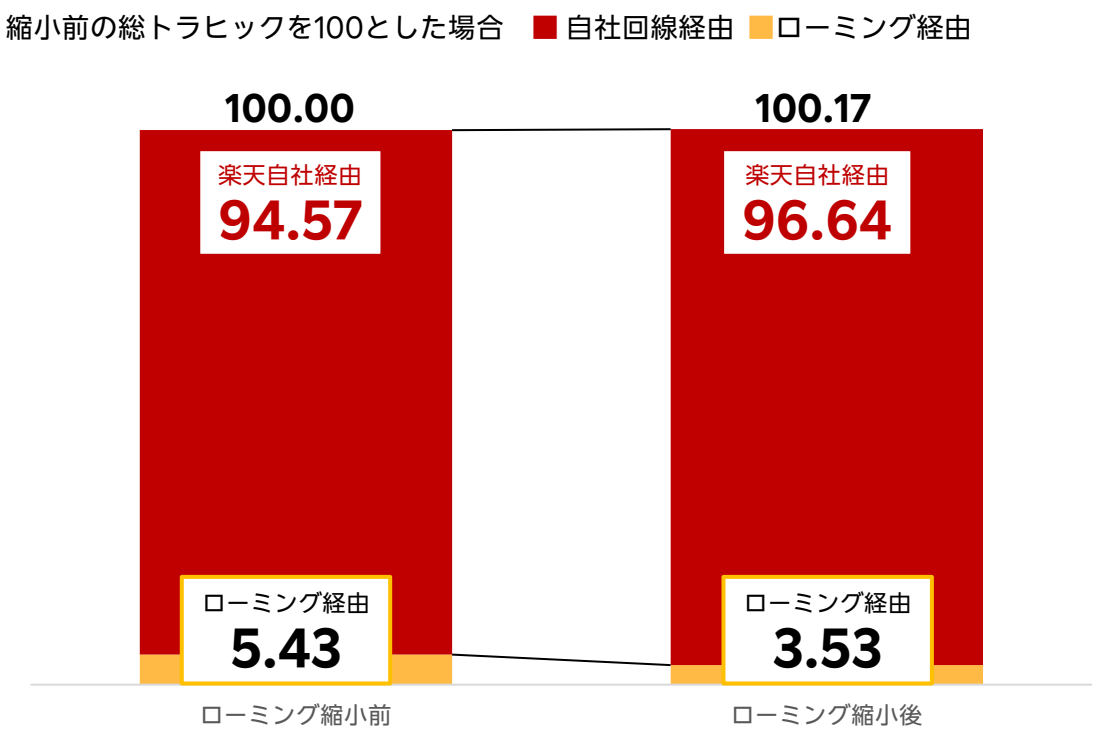
業務細分化＆リソース最適化により建設を加速

- 用地交渉等、基地局建設の一部前工程の内製化を推進
  - **Q3の着工数は前四半期対比で倍増 Q4に向けて基地局建設を加速**
- 専門技術が必要な工事設計や工事は工事会社に集約

ローミング縮小（10月分）に関するアップデート

■ 10月初旬から順次ローミングを縮小し同月上旬に概ね完了
■ 縮小後もこれまで同様のエリアカバレッジを確保しており、自社回線経由のトラヒックが安定的に拡大
■ 今後も、楽天回線エリアの拡大及びネットワーク品質の向上を継続し、それに伴い段階的にローミングを縮小

楽天モバイル国内データトラヒック（日別平均）*



ローミング縮小後も
ユーザーのデータ使用状況及び
解約への影響は軽微

5.43→3.53
ローミング経由トラヒックは低下

94.57 →96.64
自社回線経由トラヒックは増加。
ネットワークの安定稼働も確認

*「ローミング縮小前」は、2026年9月1日～9月30日までの間、「ローミング縮小後」は、概ね縮小完了後～ 2026年10月31日までの間の1日あたりの平均データトラヒックを算出

高効率なエリア整備で、自社ネットワークを強固に

■ 仮想化・Open RANの利点を生かし、AI/ML*1でRANを制御するRIC*2を用いてネットワークの高度な自動制御を実現。既存自社基地局のアンテナチルト角（傾き角度）と出力調整の自動制御*3によりカバレッジやキャパシティを最適化

■ すでに位置が定まっている既存インフラの活用で、物件探索／置局交渉の日数と建設工期を大幅に短縮

テクノロジーによるエリア整備



RICでアンテナチルト角/出力を制御することにより*3、カバレッジやキャパシティを最適化

迅速（2～3日）に全国規模でチルト角調整を実現。
キャパシティに余力のある基地局のみ調整対象に選定し通信品質を維持

シェアリング等設備によるエリア整備



（イメージ画像提供：JTOWER）

シェアリング設備（鉄塔局・屋内設備）・配電柱局の活用で迅速な基地局建設を実現

既存インフラの活用で、基地局設置までの期間を大幅短縮。
JTOWERとの連携強化により、2027年3月末までに
屋内外1,000件超物件へとインフラシェアリングの活用拡大へ

*1： ML（Machine Learning、機械学習）とは、コンピュータが大量のデータから規則性やパターンを自動的に学習し、その結果をもとに新しいデータに対する予測や判断を行うための技術のこと。 *2： RIC（RAN Intelligent Controller）とは、RAN を構成する RU（無線ユニット）、DU（分散ユニット）、CU（集約ユニット）等のノードおよび装置上のソフトウエアを管理・制御するコントローラーのこと。 *3：本ソリューションではアンテナ方向の動的運用が技術的に実現可能ですが、日本では水平角度変更を伴う場合は免許申請後にのみ行う運用としている

J-LEO事業[*1]を通じた衛星通信網構築

■楽天グループとAST SpaceMobile は11月6日（日本時間）、合弁会社「Rakuten AST株式会社」の設立に合意

■2029年3月末までに、日本が自律的に運用可能なミッドバンドの低軌道衛星コンステレーションの構築と、国内運用開始を目指す

Rakuten AST

J-LEO事業[*1]として
最大1,480億円の交付が決定

資本効率を最大化し
日本国内において**圏外エリア解消・**
災害等の有事でも通信環境の提供を目指す

J-LEO事業 タイムライン

2026年11月
Rakuten AST 設立（予定）

～2029年3月末
衛星通信網構築と
国内運用開始を目指す

将来的には日本上空以外における
海外通信事業者向けの提供も検討

（参考）

Rakuten
最強衛星サービス[*2]

～2026年
商用環境での
テストを
年内開始予定

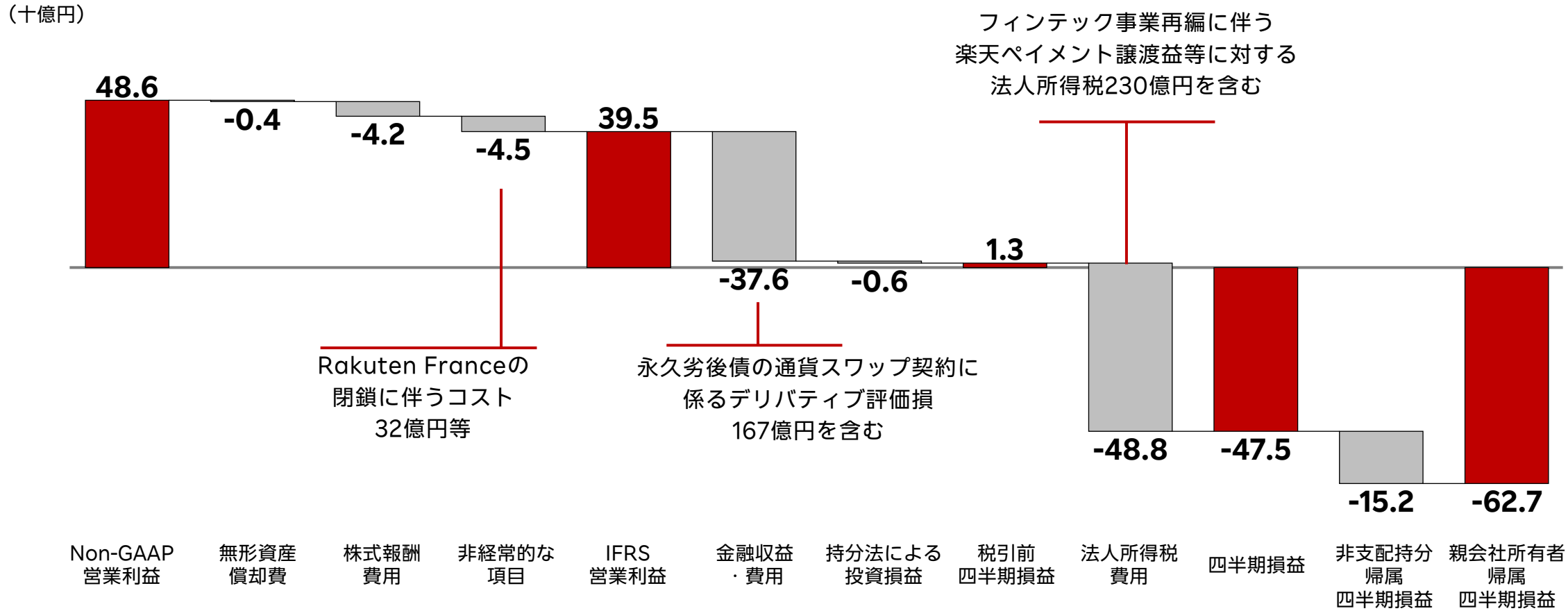
*1：J-LEO事業とは、総務省が公募した「自律性確保に向けた低軌道衛星インフラ整備事業（J-LEO）」のことで、低軌道衛星コンステレーションを活用した、スマートフォンと衛星が直接通信できる国内通信インフラの構築と、経済安全保障の強化を目的とする　*2：J-LEO事業を通じた衛星通信網とは別に楽天モバイルがAST SpaceMobile社衛星を活用して提供予定のサービス

3. 財務

Q3/26 連結業績サマリー

■ 永久劣後債は、IFRS上ヘッジ会計を適用できないため、為替変動による会計上の損益が発生。一方、通貨スワップ契約により元本・利息共に円建てで固定しており、償還・利払いにおける為替リスクは存在せず

■ 金融市場の不安定な状況が続き、デリバティブ評価損を計上するなかでも、税引前利益13億円の黒字を確保



収益性改善に向けた取り組み

■ 当四半期も複数の一過性要因が利益を押し下げ。一方で各事業の収益性は着実に改善

■ 事業ポートフォリオの整理等を早期に進め、Non-GAAP営業利益の改善と最終利益の連動性の向上を目指す

Q3/26 マイノリティ投資 評価損 **175億円**

▼

エコシステムへの高い貢献を
期待できる案件を中心に
投資ポートフォリオを再構築

Q3/26 固定資産の減損等 **45億円**

▼

事業ポートフォリオを
早期に整理（選択と集中）

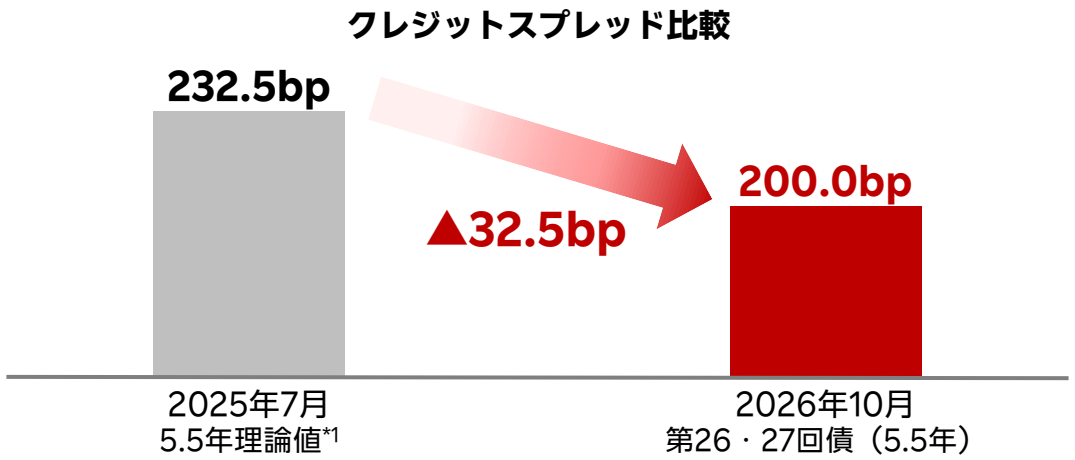
利益の質（Quality of Earnings）向上を目指す

当社財務バランス良化に対するマーケット評価

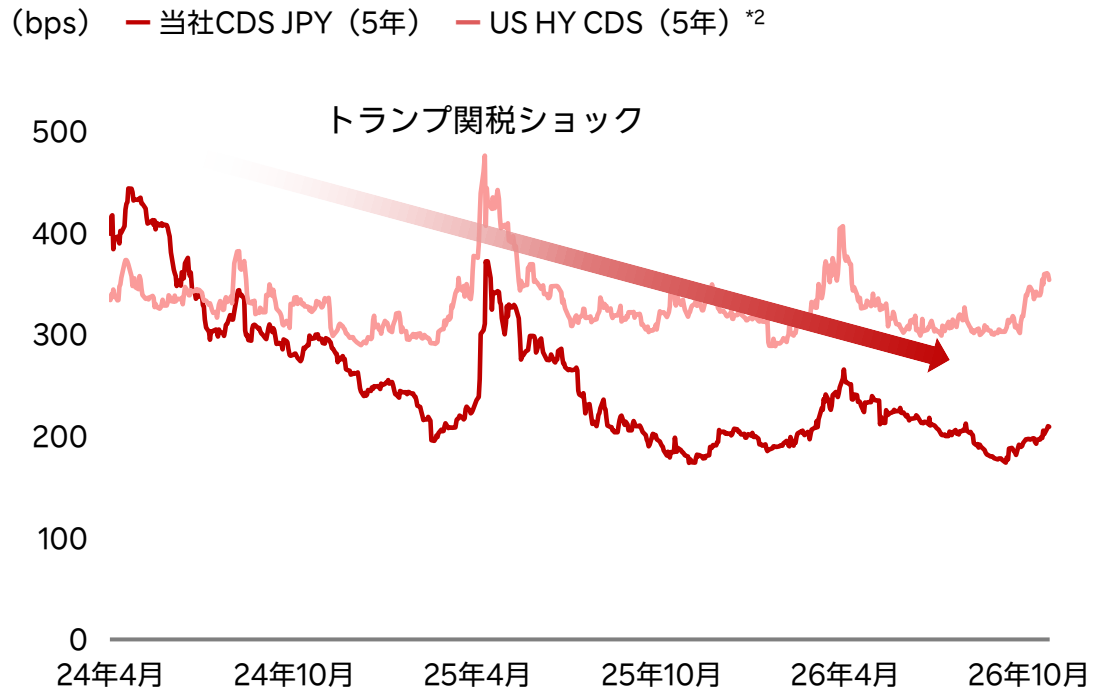
■ 財務健全性に向けた取り組みがマーケットに好感され、当社に対するクレジットは継続的に良化
■ 10月に発行した国内シニア債のスプレッドは昨年7月のシニア債発行時と比較し着実に低減

1年間でスプレッドは確実に改善

2026年10月発行：4,000億円
（リテール債3,600億円＋ホールセール債400億円）
国内発行総額/リテール債単独ともに過去最大規模



市場インデックスと比較し5年CDSはタイト化



*1：2025年7月に発行した3年債及び5年債スプレッドからの線形補間。　*2：HY＝ハイ・イールド（BB格以下を指す）

ファイナンス方針

■10月に国内ホール債及びリテール債（計4,000億円）を発行。フィンテック事業再編（10月1日効力発生）に伴い減少した手元資金の復元及び2027年に償還予定のシニア債（米ドル建て：2,656億円、円建て：100億円）のリファイナンスに充当予定

■引き続き、セルフファンディングの強化及び社債償還に対する能動的なマチュリティコントロールを継続

セルフファンディング

外部調達に依存せずモバイル資金ニーズを充足

2026年5月：保有有価証券売却により約2,000億円の調達

その他のセルフファンディングの柱

非金融事業の キャッシュ・フロー改善	赤字事業の収益性改善
アセットファイナンスの活用 （債権流動化、リースファイナンス）	キャッシュ・コンバージョン・ サイクルの改善

社債償還

残高を抑制しつつ市場環境に応じて柔軟にリファイナンス

2026年10月：**国内シニア債（4,000億円）調達**
2027年償還予定の国内シニア債の償還資金
2026年12月：円建てシニア債（450億円）手元資金で償還予定
2027年の劣後債初回コールに向けて**永久劣後債 発行予定**

2027年以降の社債償還に備える

国内市場	海外市場	銀行借入	資産流動化
ホール/リテール シニア債・劣後債 社債型種類株式	外貨建て シニア債・劣後債	シンジケート タームローン等	証券化 資産売却等

2027年償還社債への対応と財務負担の軽減

■ 今年10月の国内シニア債発行など、2027年度に償還を迎える社債[*1]の償還資金を前倒しで調達し、リファイナンスリスクの解消に努める
■ 2027年2月に償還予定の米ドル建てシニア債のリファイナンスにより年間の支払利息を約76億円[*2]軽減
■ 社債調達においては従来通り、固定金利による調達や通貨スワップの活用を通じて金利・為替等の市場変動に左右されず、将来CFを固定化

2027年度償還社債への対応

前広に資金確保

リファイナンスリスクを解消へ

2026年10月発行		2027年償還
国内シニア債（利率：4.37%）	▶	**米ドル建シニア債**（利率：7.22%） **円建てシニア債**（利率：0.42%）

ドル債の借換えによる利息負担の軽減は **約76億円**[*2]

今後対応		2027年初回コール
永久劣後債による資金手当て	▶	**ユーロ建永久劣後債** **円建て劣後債**

金利・為替変動リスクへの対応

将来CF固定化

固定金利/通貨スワップの活用

ボラタイルな市場環境
（金利・為替等）に対する耐性

*1：劣後債については初回コール日での償還を想定。　*2：2027年2月償還の米ドル建シニア債と2026年10月起債の国内シニア債の比較。

4. AI

Rakuten
（楽天市場）

Rakuten TV

Rakuten
楽天証券

Rakuten
music

Rakuten Mobile

Rakuten Travel

Rakuten シニア

Rakuten Fashion
Rakuten

Rakuten PointClub

Rakuten
BEAUTY

Rakuten AI

リリース済みの
消費者向けAIエージェント* 20サービス

*カスタマーサポート及びB2B向けサービスのエージェントを除く

Rakuten Rakuma

Rakuten Car

Rakuten 競馬

Rakuten
（Rakuten Rewards）

Rakuten Card
（Rakuten Card Lite）

Rakuten GORA

Rakuten 24

R SPU!

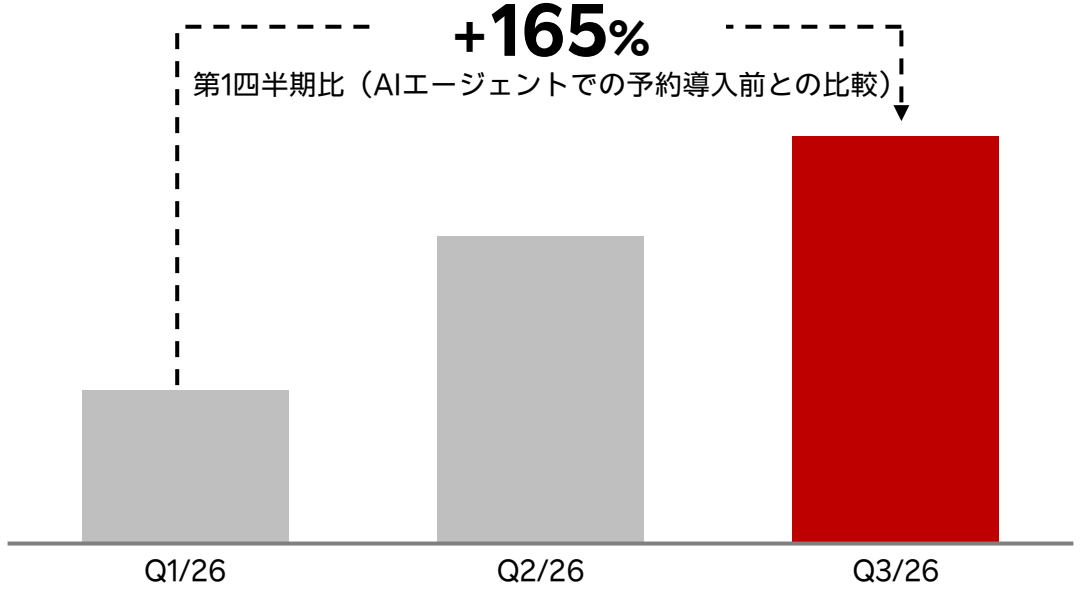
Rakuten
Energy

Rakuten
ブックス

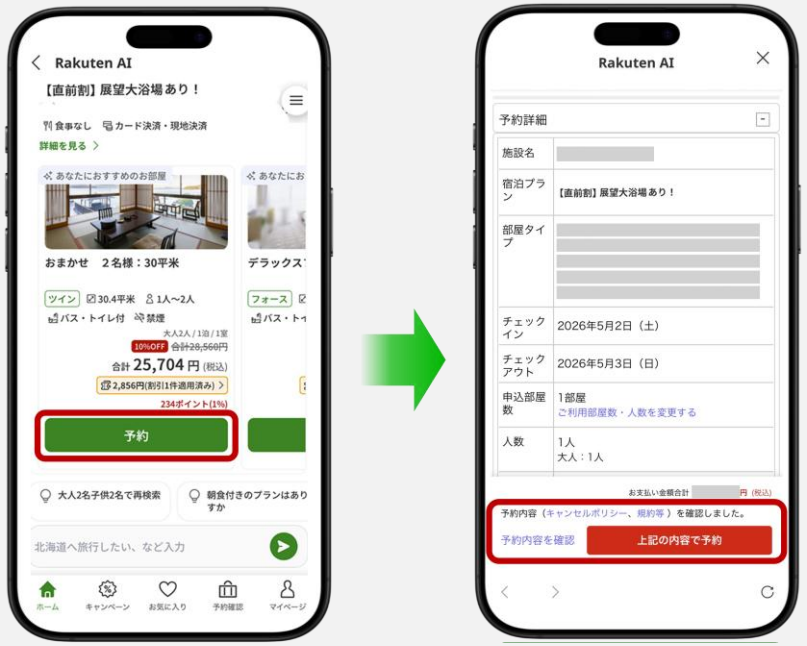
Rakuten AI for Travel：リサーチから予約までを実現

■ 複雑な旅行プランのリサーチから予約まで、AIエージェントとの対話だけで完結

AIエージェント利用顧客による国内ホテル総取扱高*



2026年4月、Rakuten AI for Travel を予約まで完結できるサービスへ進化



*総取扱高（GTV）は社内推計値であり、AIエージェント内で完了した予約と、同一暦月内にAIエージェントを利用したお客様による通常の予約フローでの予約を含む。なお、予約の純増額を示すものではなく、国内ホテルのみが対象。

Raptor：生成AIを活用したカスタマーサービスによるコスト削減

■ Raptor：顧客からの問い合わせ対応、課題解決、オペレーター支援を行うAIツール

累計コスト削減額

35億円

Q1/26～Q3/26の実績

価値創出を支える3つの柱

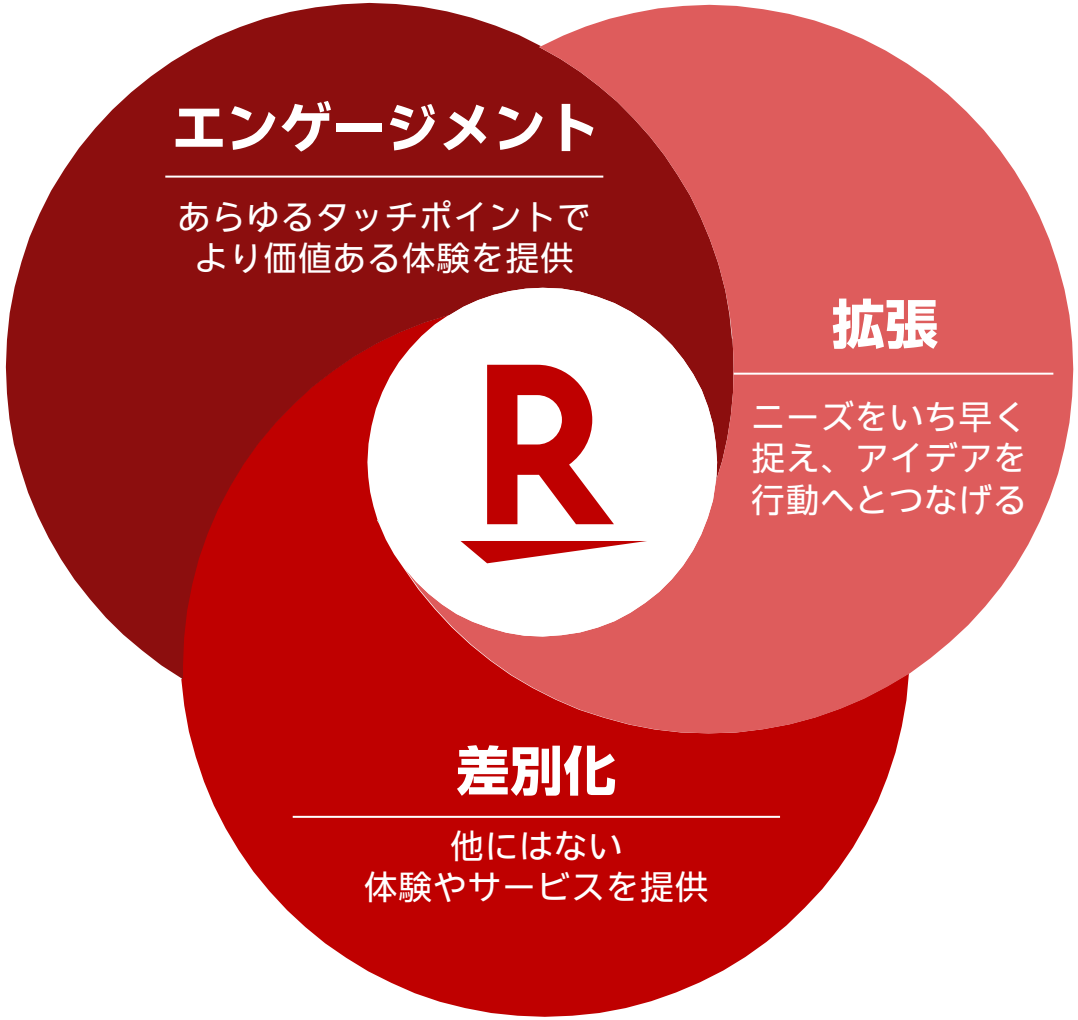
- チャットボット
- ボイスボット
- AIによるオペレーター支援

9つのサービスで稼働中

- Rakuten Mobile
- Rakuten 楽天証券
- Rakuten Travel（お客様向け）
- Rakuten シニア
- Rakuten Energy
- Rakuten Fashion
- Rakuten 光
- Rakuten Travel（ホテル向け）
- Rakuten（楽天市場内ホームライフ）

その他サービスにも順次展開中

Rakuten AIによる楽天エコシステムの価値拡大



1 **サービスを横断したAI連携**
現在、AIエージェントは各サービス内で活用中。
今後は、エージェント同士を連携させ、サービスを横断した
迅速かつ信頼性の高い利用を実現する。

2 **コスト削減から収益創出へ**
購入後の問題解決ツールから、
追加サービスを提案し、新たな収益機会を生み出す
AIパートナーへとカスタマーサービスを進化

3 **生成AIの活用はチャットにとどまらない**
LLMの力をディシジョンモデルに活用し、
検索・レコメンデーション・広告の精度と効果を向上

Rakuten AI for Ichiba：意思決定モデル

■ Rakuten AI for Ichibaでは、商品画像・商品説明・文脈全体をもとに関連性を判断し、検索結果の表示順を最適化

意思決定モデルとは？

LLMを活用してユーザーの意図を理解し、「1または0」の判定と確率を返す特化型モデル

	LLM	意思決定モデル
入力	プロンプト＋コンテキスト	プロンプト＋コンテキスト
出力	生成テキスト	「1」または「0」の判定結果と確率

ショッピングにおいては
商品がユーザーの検索意図に
合致するかどうかを判定

実際の活用方法

候補を検索

最大50件の候補を抽出

意思決定モデル

候補商品とユーザーの要件を照合

適合か否かを点数付きで判定し
ランキングを作成

転換率*

+32.3%

*本番環境のベースラインとのA/Bテスト（2026年10月、p < 0.01）。ディシジョンモデルと次世代検索エンジンの複合効果であり、ディシジョンモデル単独の寄与は切り分けていない。

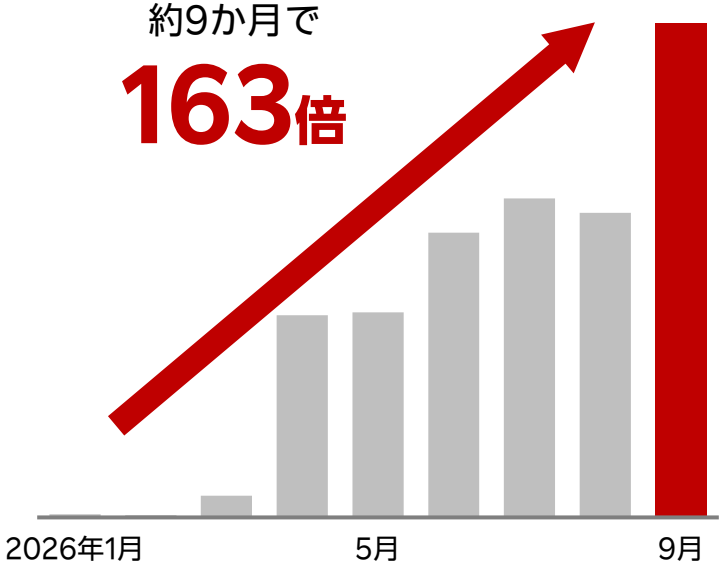
Rakuten AI for Ichiba：ディスカバリーレコメンデーション

■ Rakuten AIがディスカバリーフィードの関連性を高め、購買ニーズを早期に把握し購入へとつなげる



AI経由のGMS（流通総額）商品発見レコメンデーション*

約9か月で
163倍



AIによるパーソナライズ型商品発見フィード

一人ひとりの興味・関心に合わせた
レコメンデーションを
楽天市場アプリのフィードに表示

▼

転換率

+2.94pt

2026年1月：3.44%
→ 2026年9月：6.38%

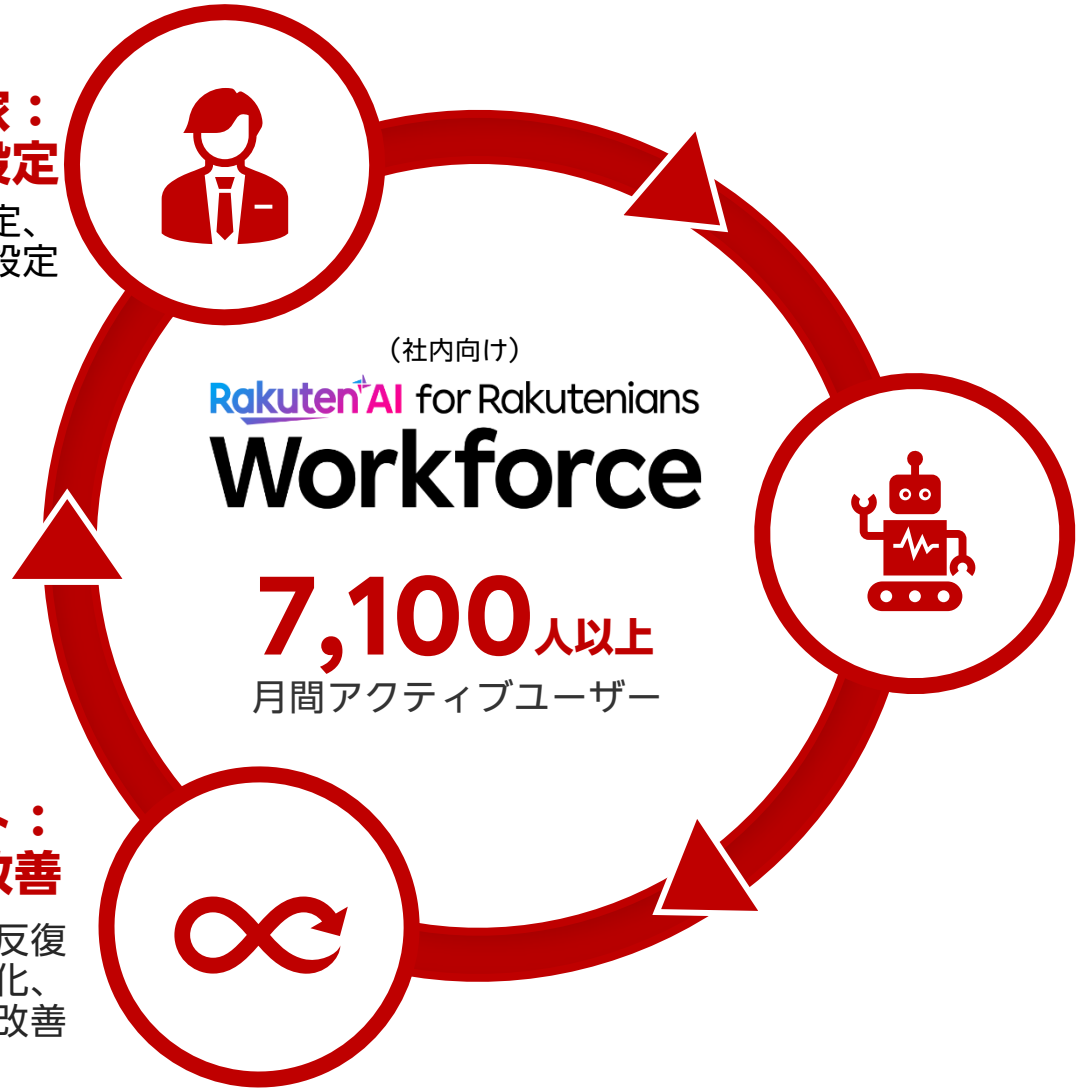
*ディスカバリーレコメンデーションの詳細ページから商品・ショップページをクリックし、クリック後30日以内に当該ショップで購入した商品のGMS。

Rakuten AI Workforce：常時稼働するアンビエントエージェント

■人間の専門家がエージェントに業務を委ね、長期にわたるタスクの遂行と継続的な改善を実現

人間の専門家：
方向性の設定

課題の選定、ガイドラインの策定、
スケジュールの設定



アンビエントエージェント：
自律的な業務実行

実行計画を策定し、ガイドラインに
沿って人間に確認をとりながら
自律的にタスクを実行

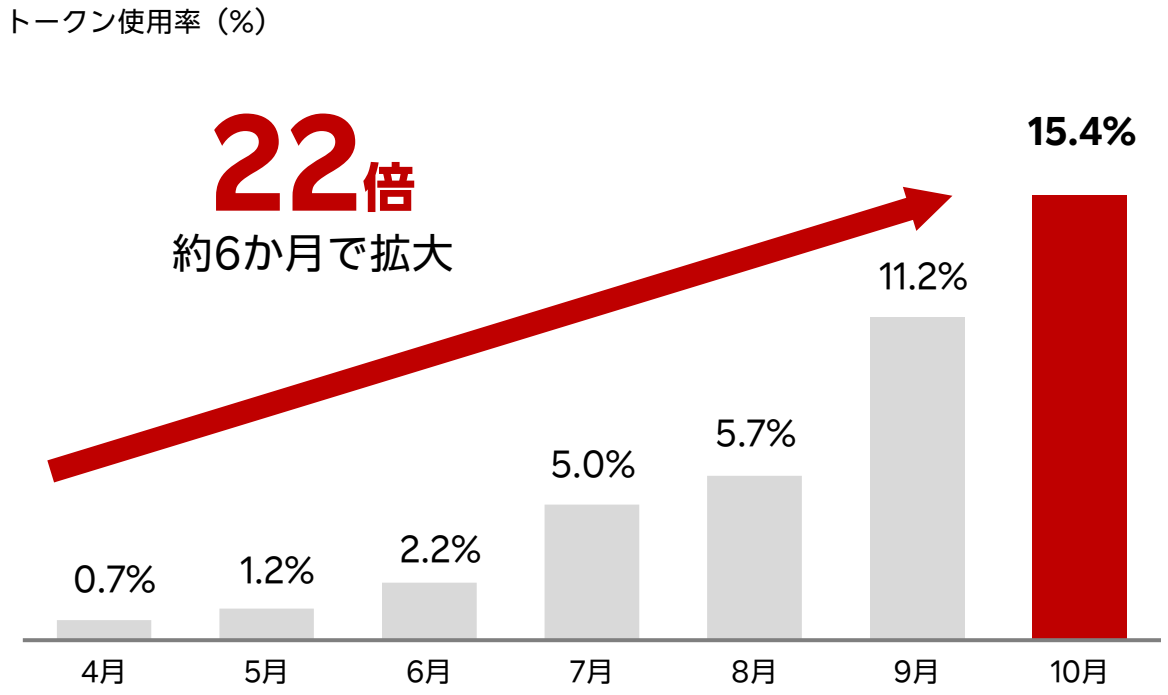
アウトプット：
継続的な改善

24時間365日の自動レポーティング、反復
タスクのスキル化、
人間のフィードバックに基づく改善

Rakuten AI Code：AI投資の価値を最大化

■自社運用のAIコーディングプラットフォームにより、社内システムへの安全なアクセスを確保。トークンコストを抑えながら、効率的な開発を実現

楽天グループのコーディングトークンに占めるRakuten AI Codeの割合



持続的な差別化を実現

コスト優位性：
3倍のコスト効率
（主要AIコーディングモデルとの比較）*

データセキュリティ

コードとプロンプトは
楽天の社内ネットワーク内で完結

社内ナレッジ

楽天グループ内にナレッジを蓄積

*同等の本番ワークロード構成を前提に、Rakuten AI Codeと主要なプレミアムフロンティアAPIを比較した社内試算。価格比較は2026年7月に実施。

Rakuten AI：コストを抑えながら利用を拡大

■ AIへの投資を上回る、エコシステム全体の成長を実現

AI 開発資産



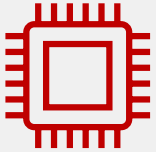
人材

世界トップクラスのエンジニアと
ビジネス人材によるグローバルチーム



モデル

自社LLMの開発と
業界リーダーとのパートナーシップ



GPU

楽天が運用する最先端の
大規模GPUクラスター

優位性



自社保有

フルスタックの技術力により、
収益性とイノベーションのスピードを向上



効率性

アプリケーション・データ・モデル全体の
最適化により価値を創出



予測可能性

変動するトークンコストを固定のGPU
コストに置き換え、自社キャパシティ内で
利用拡大を最大化

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。


Rakuten