

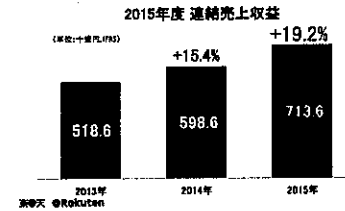


라쿠텐 그룹 및 이치바 소개자료

창업당시부터 변하지않는 기업이념

인터넷을 통하여
사람들과 사회에 공헌 할 것
(Empowerment)

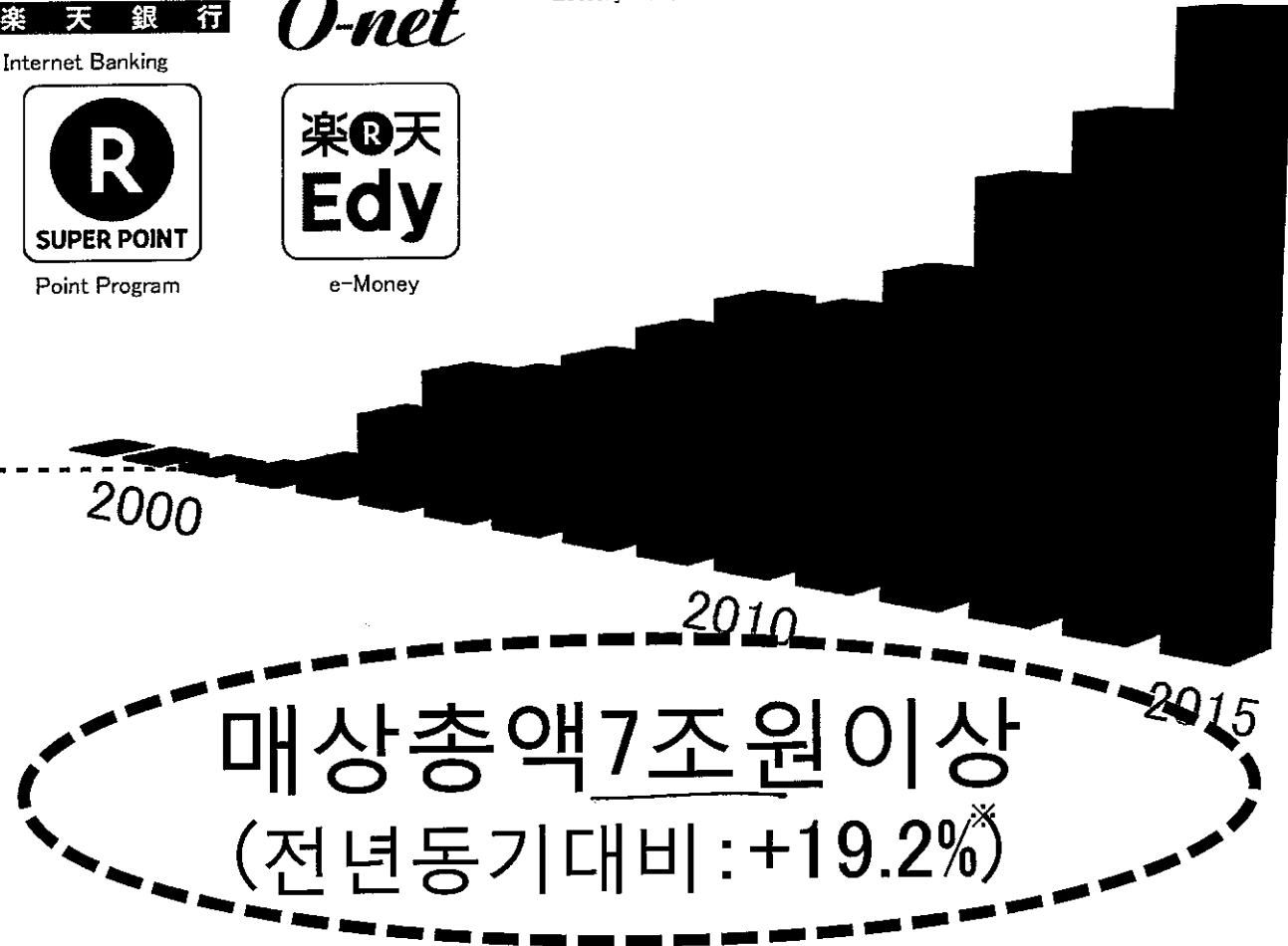
1-3. 주요 서비스로 업계를 리드중



업계
1位



업계
2位

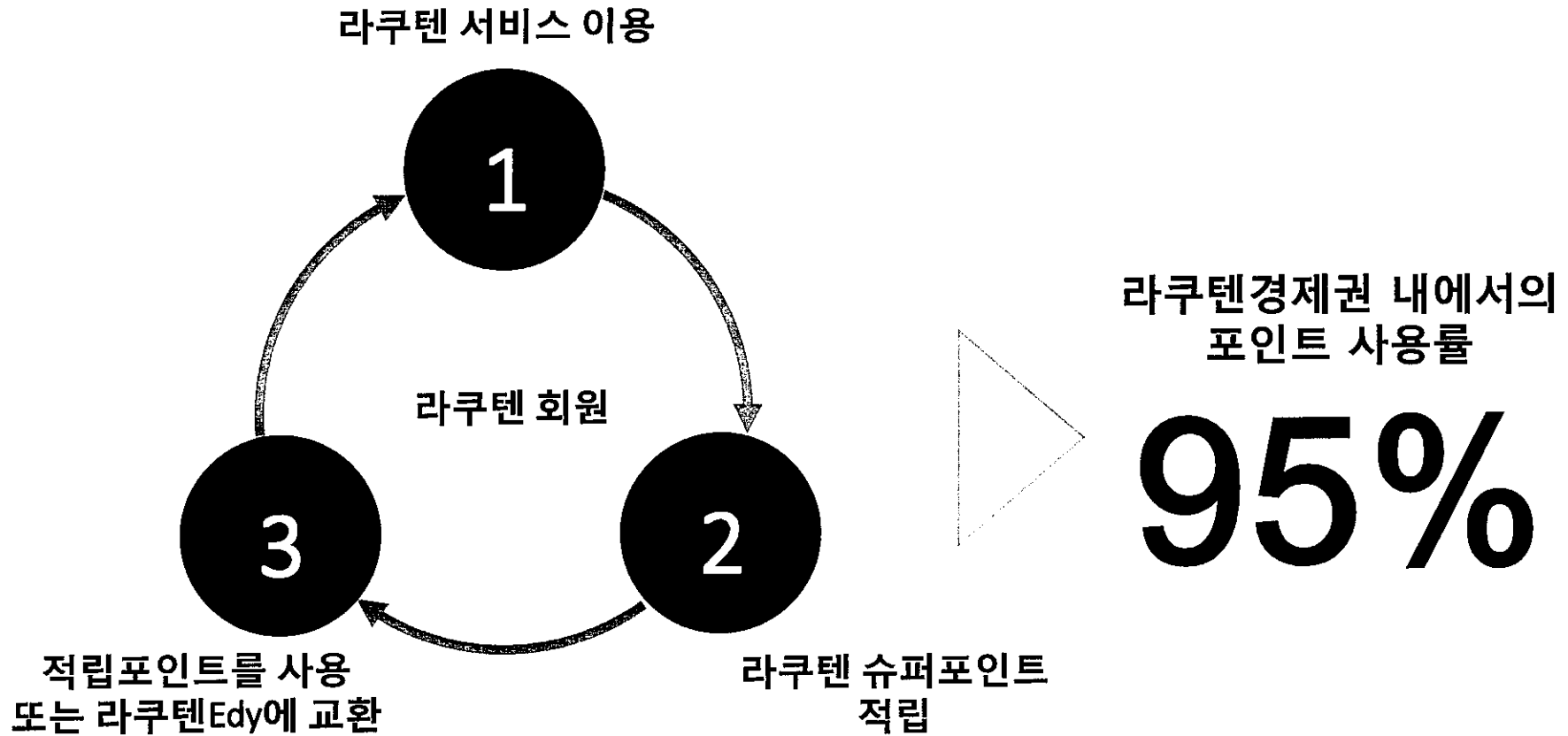


라쿠텐의 강점

일본시장에서의
리더십

- 유니크한 라쿠텐 경제권
- No.1 포인트 프로그램
- EC시장에서의 압도적인 존재
- EC, 금융, 미디어의 시너지

라쿠텐 슈퍼포인트란?



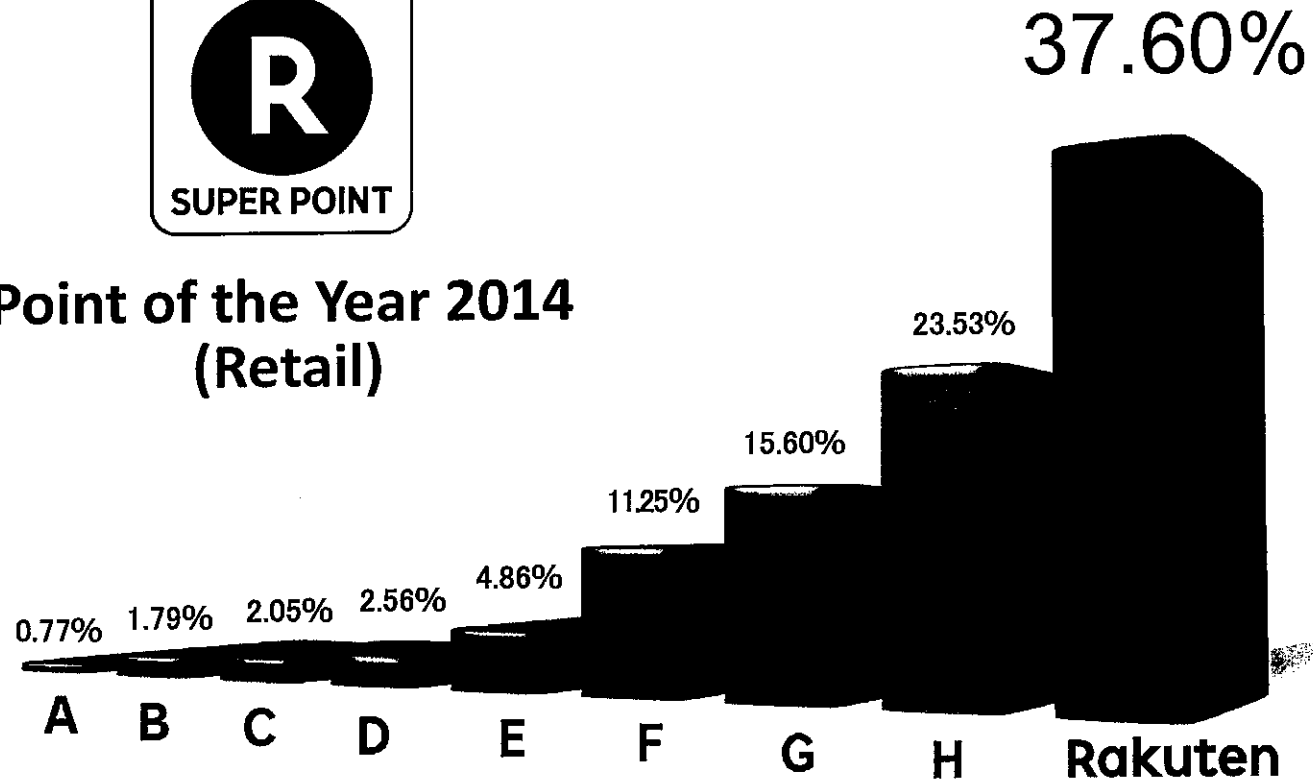
출처: 회사 게시자료

¹ 2013년4월부터 2014년2월사이, 3년전의 동월에 발행되어진 포인트가 월말까지 이용되어진 누적비율의 평균

국내 No.1 포인트 프로그램

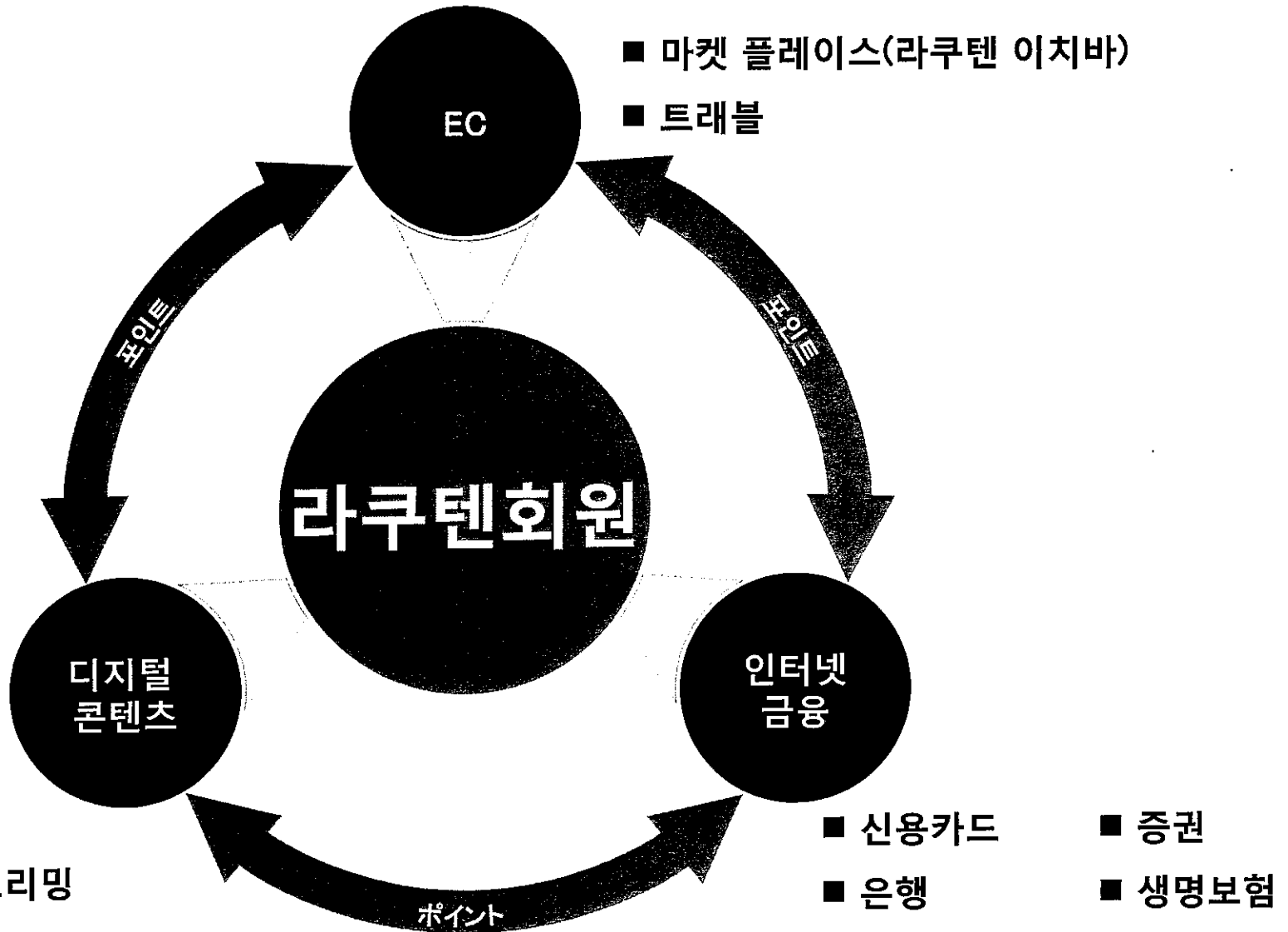


Point of the Year 2014 (Retail)



Source: "Point of the Year 2014" by Poitan, Inc., December 25, 2014

라쿠텐 경제권



라쿠텐 슈퍼포인트
이용가능 점포수

570,000

online & offline store



楽天
チェック



楽天
オークション

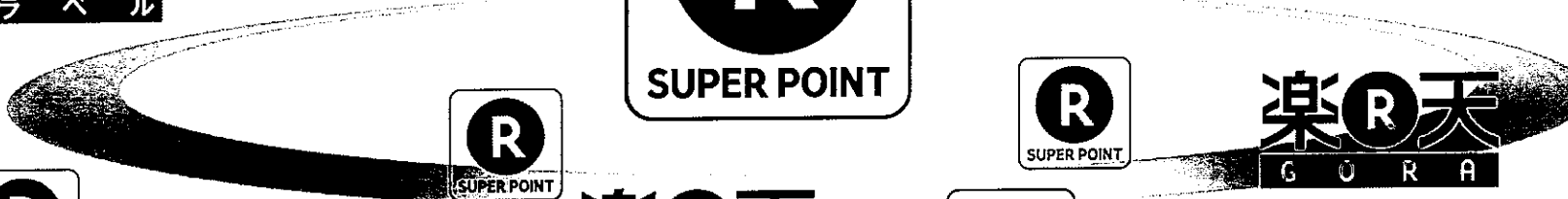


楽天
トラベル

楽天
ダイニング



楽天
デリバリー



楽天
GORA



楽天
アプリ市場

楽天
ICHIBA

楽天
Edy



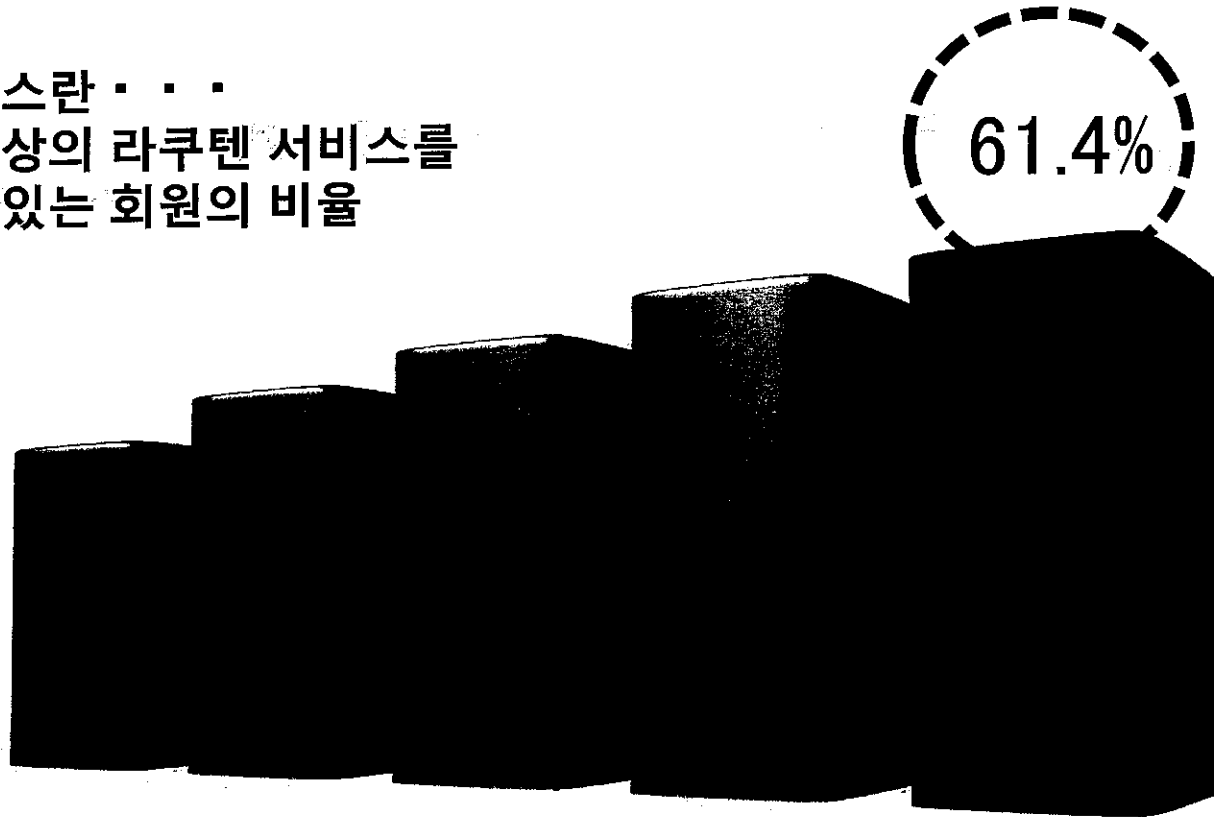
楽天 ID決済

楽天 BEAUTY

楽天

크로스유스 이용회원의 증가

크로스 유스란 . . .
두가지 이상의 라쿠텐 서비스를
이용하고 있는 회원의 비율

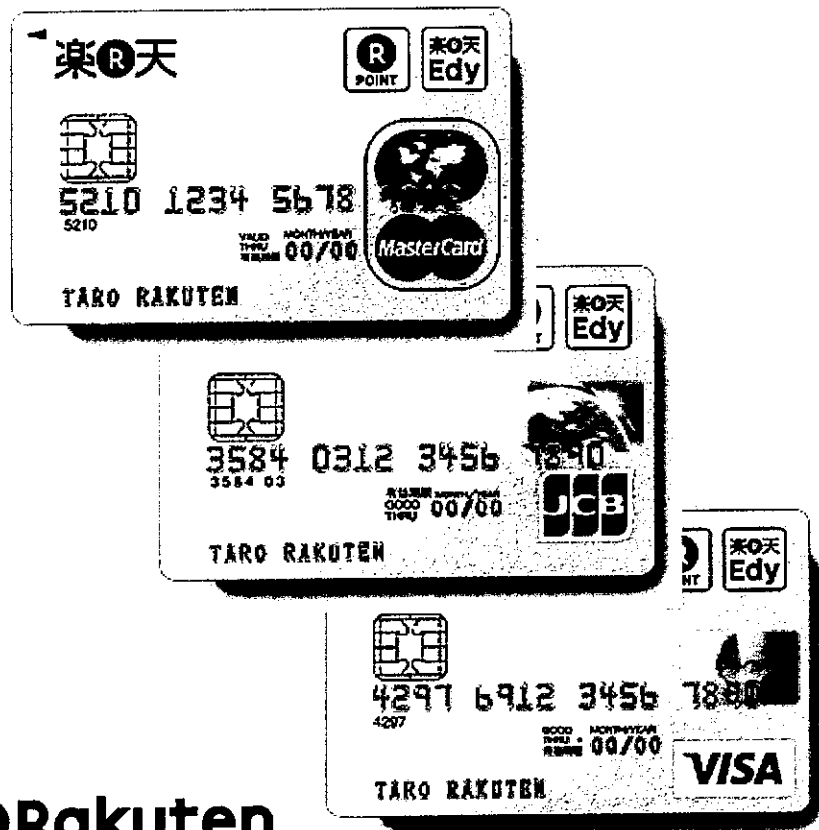


출처: IR 2016년도 제2사분기 결산단신·설명회자료 슬라이드 자료

라쿠텐 카드

회원수 1,200만명 돌파 (2015년11월 기준)

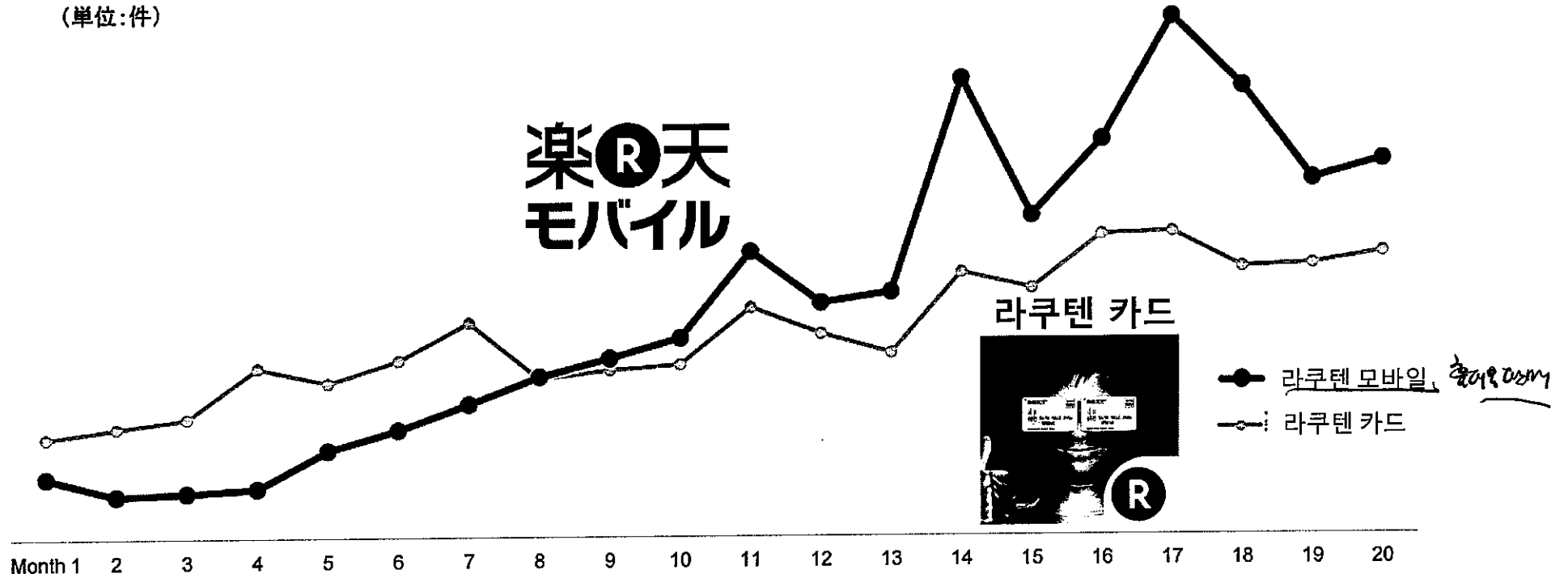
국내 신용카드 사용액 3위



순위	사용액 쉐어
1. 미츠비시UFJ 니코스	12.3%
2. 미츠이스미토모 카드	11.7%
3. 라쿠텐 카드	10.0%
4. 크레디세존	9.9%
5. 이온 파이넨셜	9.3%

라쿠텐 모바일과 라쿠텐 카드의 월간 신청수의 추이

(單位:件)

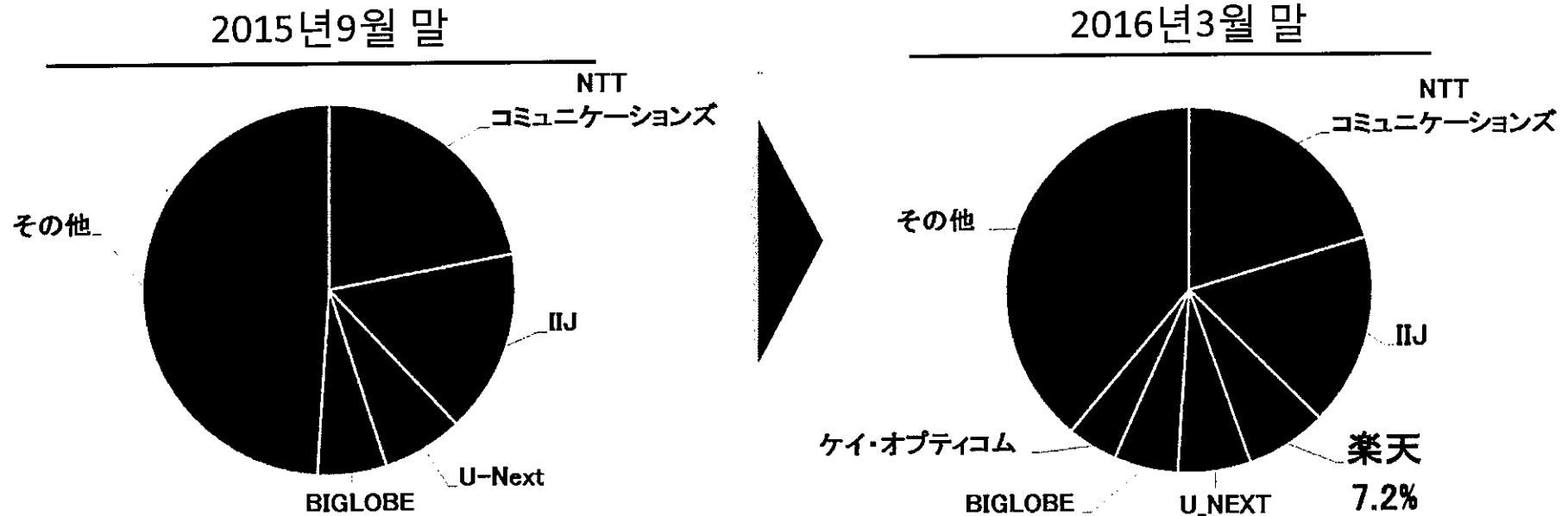


* Month(s) 서비스開始からの月数

출처: IR 2016년도제2사분기 결산단신·설명회자료 슬라이드자료

라쿠텐 모바일: MVNO SIM 마켓 쉐어

독자 서비스형 SIM 마켓 쉐어: 라쿠텐 쉐어는 7.2%의 제3위



* 出典: MM総研 国内MVNO市場規模の推移(2016年3月末時点) MVNEの契約を除く

경제권을 확대하는 새로운 서비스

라쿠텐 ID 결제

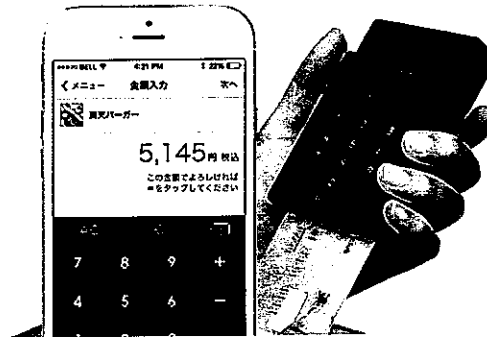
楽R天 ID決済



Third-parties
online sites

라쿠텐 스마트페이

楽R天 SMART PAY

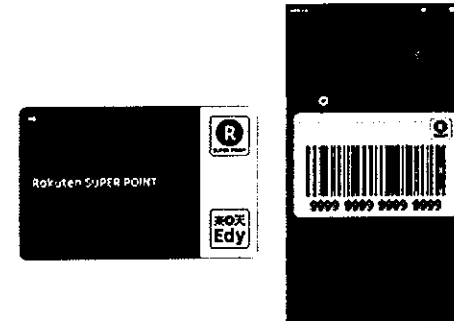


스마트폰으로 신용카드
결제가 가능

라쿠텐 포인트카드



楽天ポイントカード



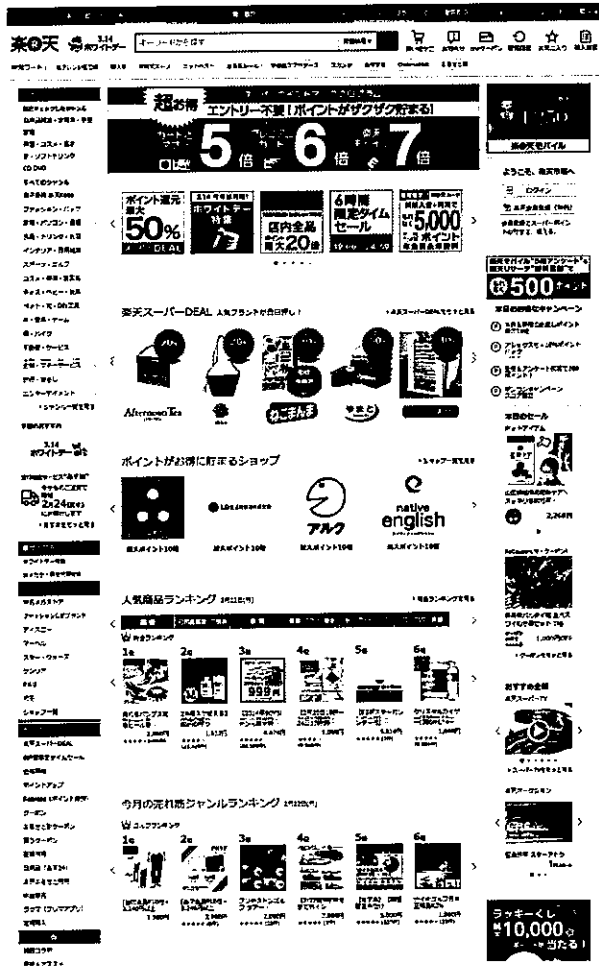
오프라인 쇼핑

어젠더

1. 라쿠텐 그룹의 소개

2. 라쿠텐 이치바 및 패션EC동향

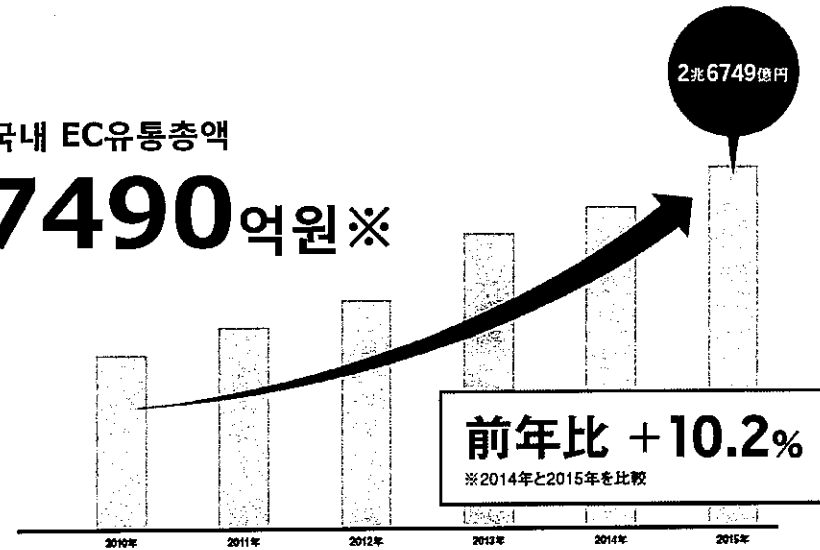
라쿠텐 이치바의 개요



※出典：楽天株式会社「2015年度通期及び第4四半期決算説明会資料」
 ※1日あたりの流通額は「2015年4Qの国内EC流通総額」を日数で割った金額
 ※過去最高日商は、2013年11月3日～7日に開催した「楽天イーグルス優勝SALE」の日商
 ※1日あたりの注文件数は「2013年4月～6月の注文件数」を日数で割った件数
 ※1店舗当たりの平均月商は2015年度の店舗あたり国内 E C 流通総額を 1 2ヶ月で割った金額

2015년 연간국내 EC유통총액

26조 7490억 원 ※



회원수



1억 590만 명 ※

1일 평균 매출액



약 740억 원 ※

과거최고 1일매출

약 2300억 원 ※

출점기업수

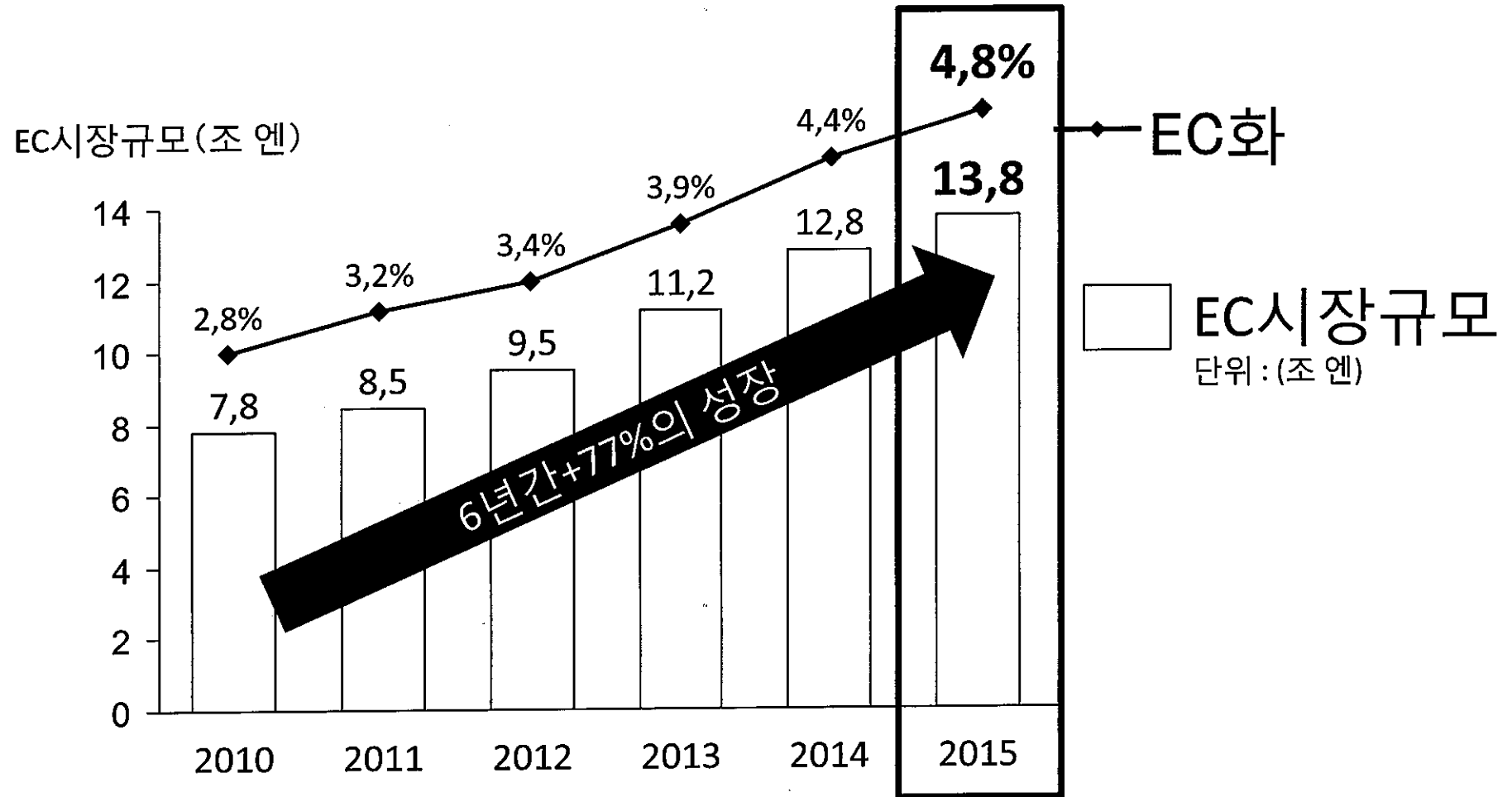


44,210 ※



국내 EC마켓은, 견조히 성장

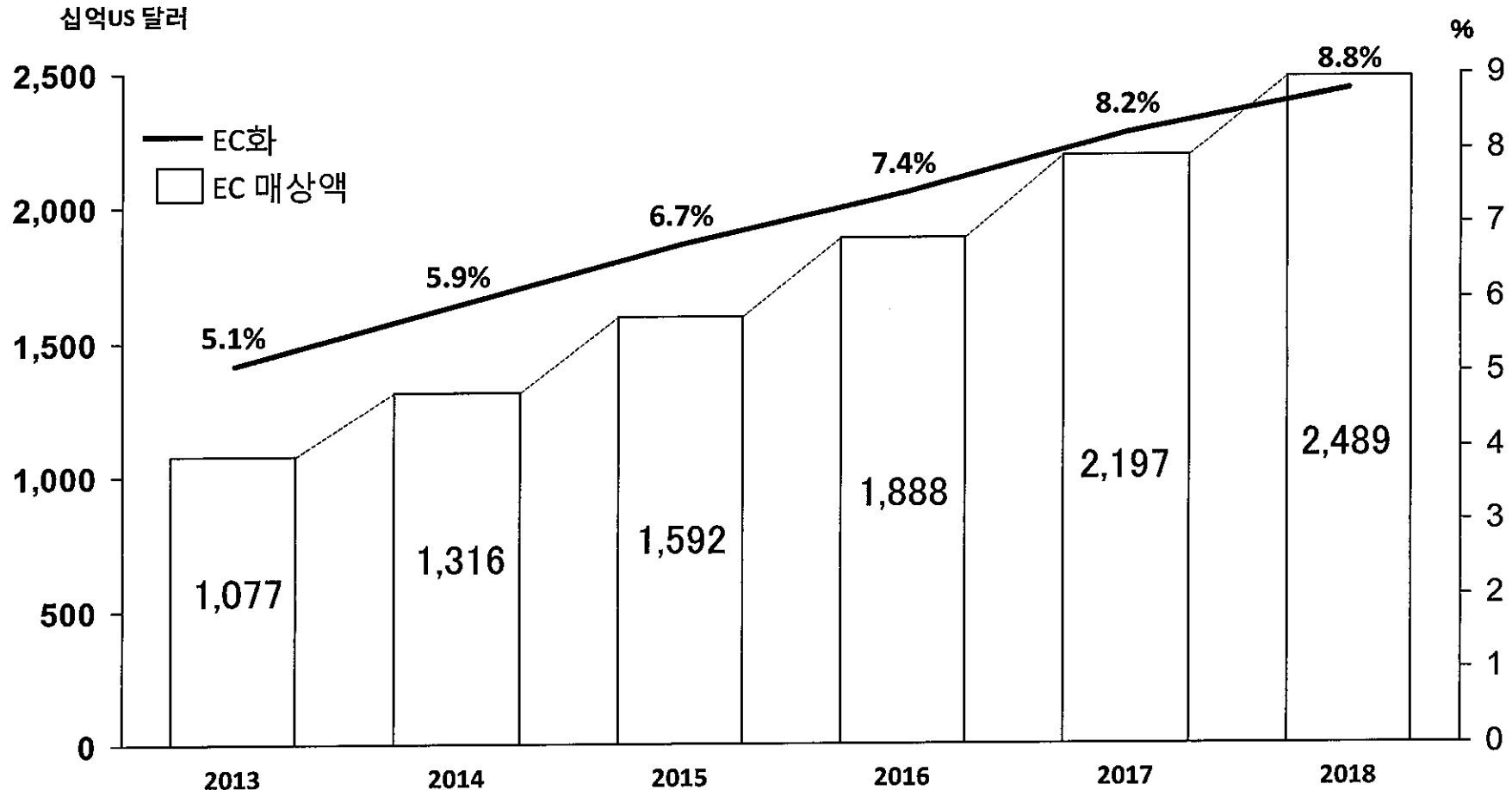
일본의 B to C - EC시장규모의 추이 (2010년~2015년)



출처 : 경제산업소 2015년도 「전자상거래에 관한 시장조사」 결과

세계전체의 EC화

세계의 도매 EC매출액과 EC화 비율의 추이와 예측(2013년~2018년)

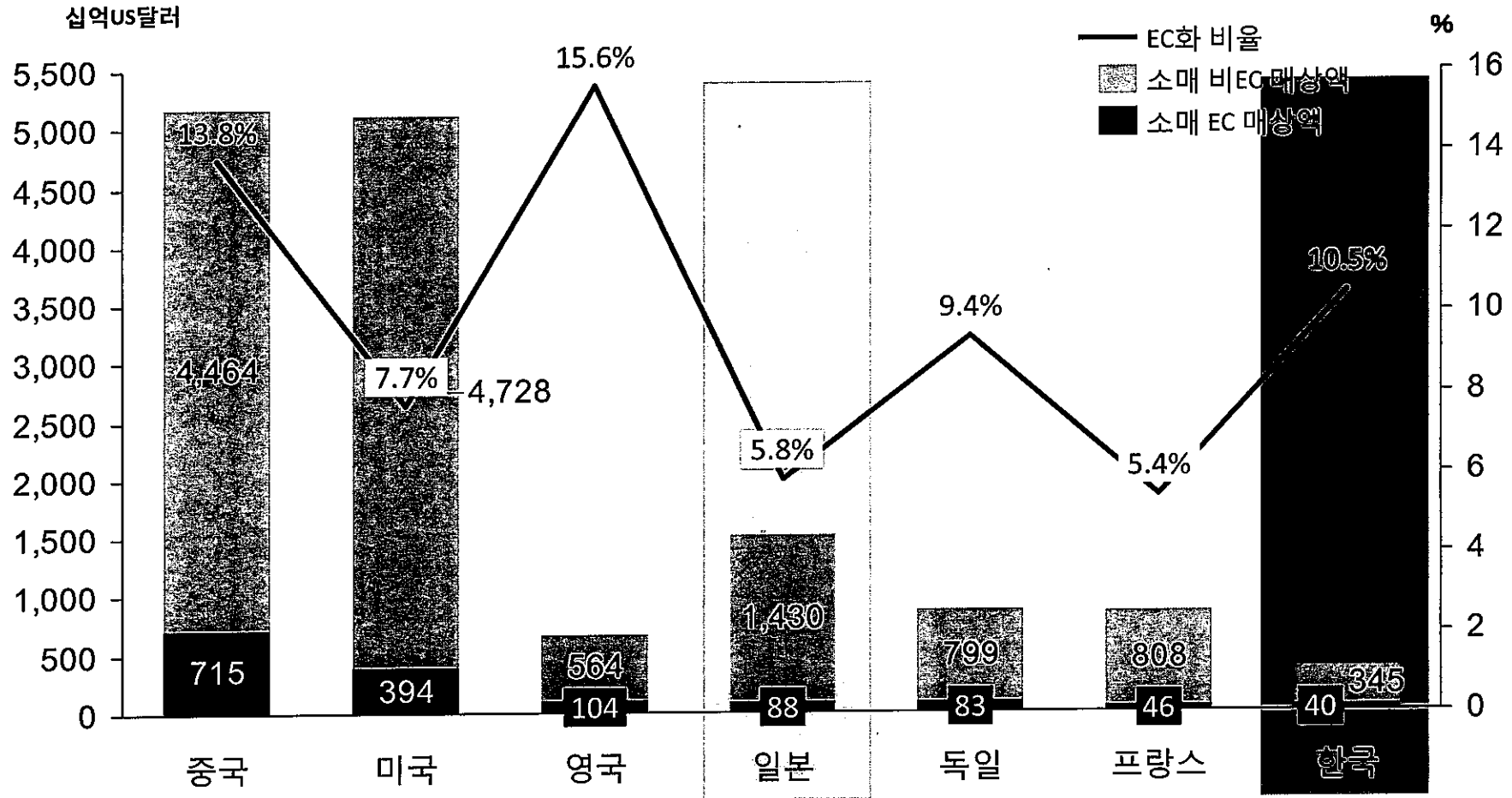


※주: 2014년도까지는 실측치, 2015년 이후는 추정치

출처: eMarketer 「전세계 소매시장 규모·E커머스 시장규모·EC화 비율」2015년4월8일

각국의 EC화 비율

세계 각국의 소매매상액과 EC화 비율(2016년 시점의 추정)



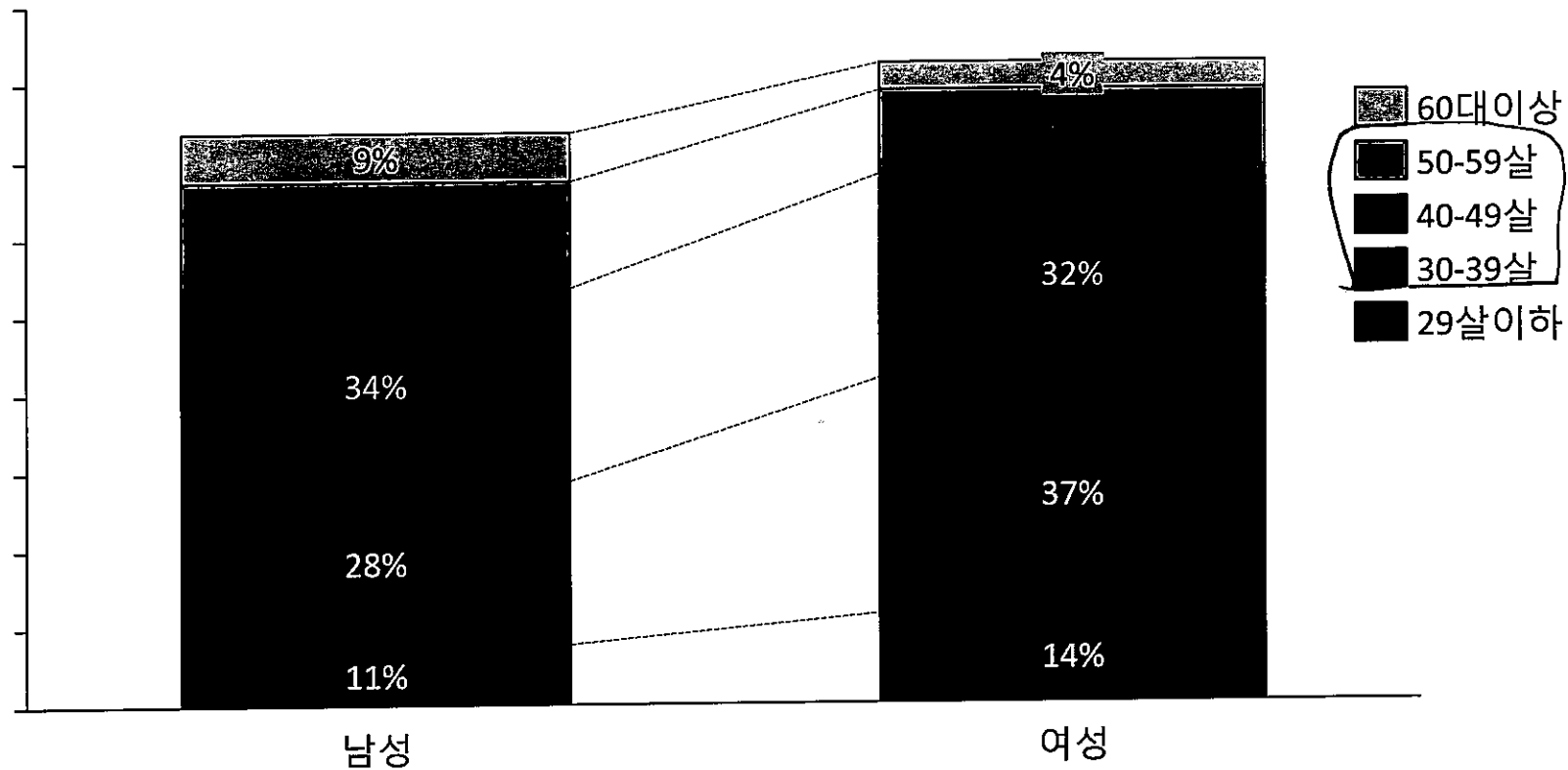
※주: 매상액등은 추정치

출처: eMarketer 「전세계 소매시장 규모·E커머스 시장규모·EC화 비율」2015년4월8일

어떠한 사람이 라쿠텐 이치바에서 구입을 하고 있는가?

라쿠텐유통 베이스의 남녀비율은 거의 동등하며 30~40대가 메인볼륨

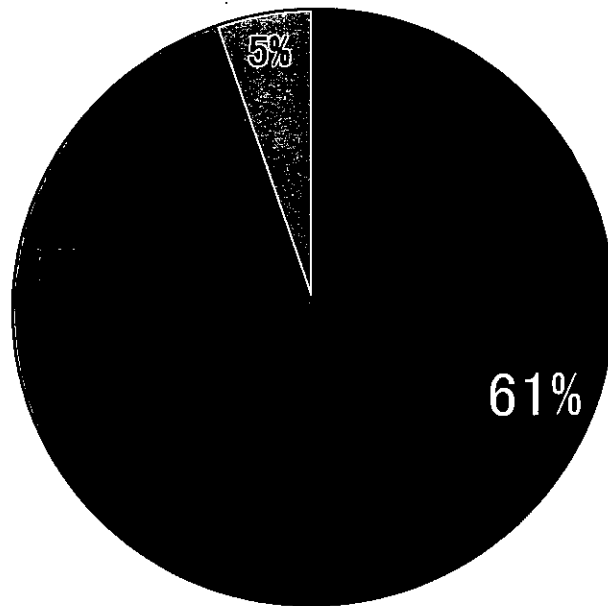
라쿠텐이치바 유통금액 구성비(성별·년대별)



출처: 2015년 라쿠텐이치바 유통금액

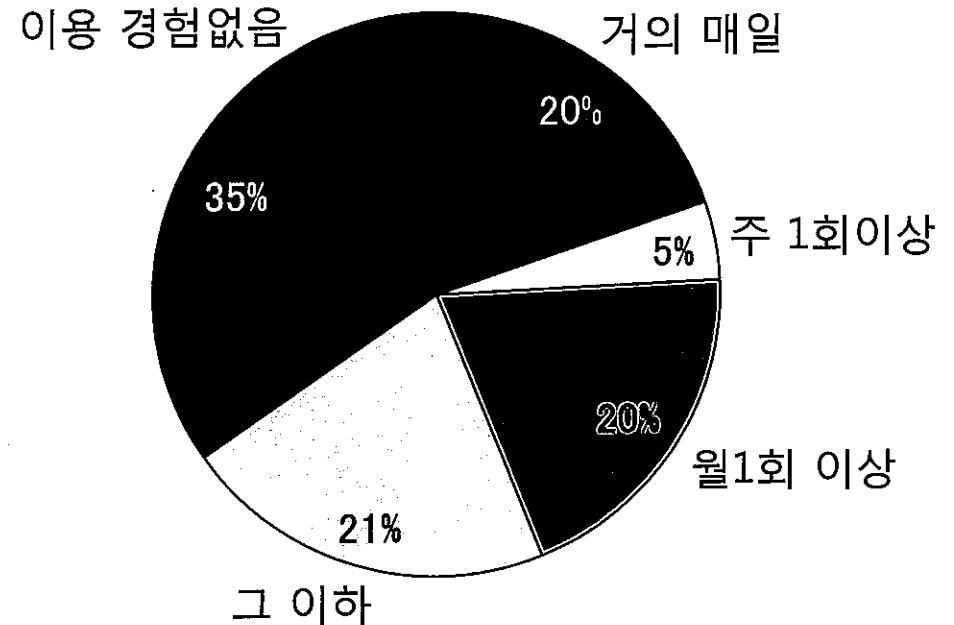
근년, 스마트폰 이용으로 통신판매가 당연한것으로 되어지고 있음

휴대단말기 보유율(N=6,588)



- 스마트폰
- 2G 휴대폰
- 휴대전화 없음

스마트폰으로 통신판매 서비스 이용빈도



출처(좌) : MMD연구소 「2016년4월휴대전화 단말구입에 관하여 정점조사」

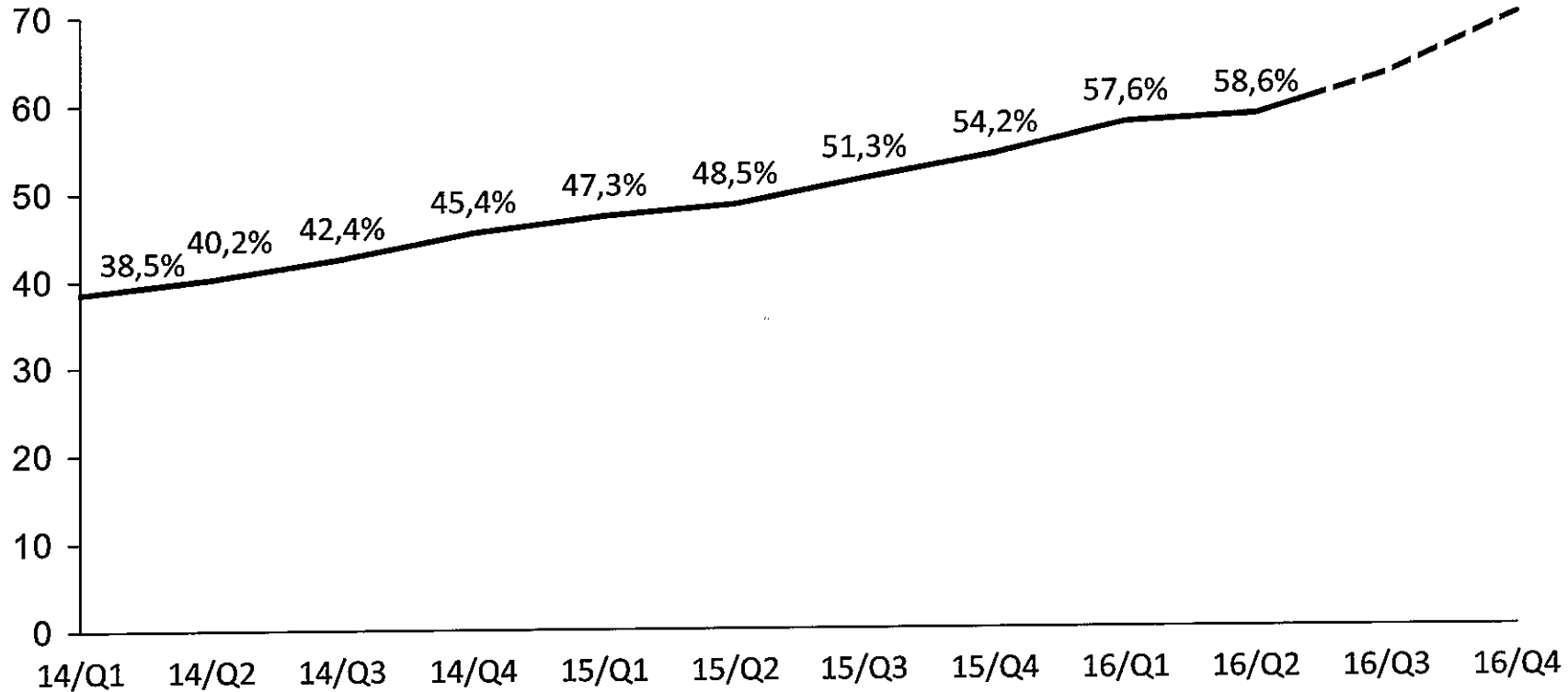
출처(우) : 하쿠호도DY그룹 스마트 디바이스·비즈니스 센터 「전국 스마트폰 유저 -1000명 정기조」 2014/1/20

라쿠텐 이치바 모바일화

2016년의 4Q에는 모바일쉐어가 70%에 도달할 예측

모바일 경유유통 쉐어는 1년간 10포인트 상승

70,0%

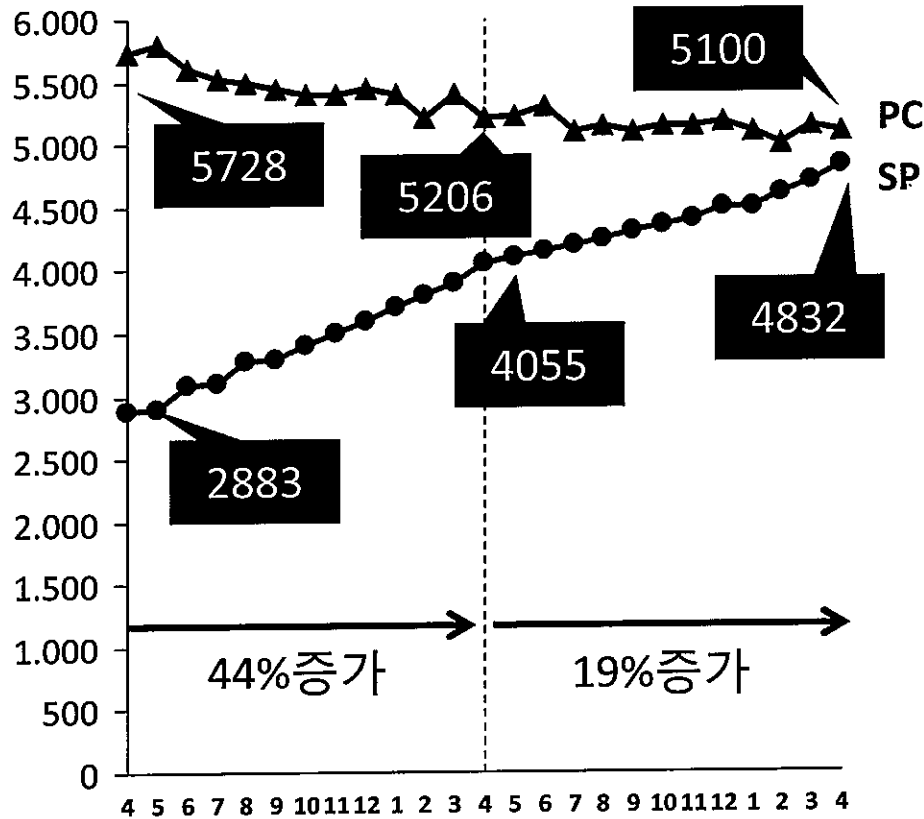


- 모바일 비율 = 라쿠텐이치바 모바일 유통총액 / 라쿠텐이치바 유통총액
(피쳐폰, 스마트폰, 태블릿포함)

모바일화

유저들의 PC이탈 및 스마트폰 쪽으로의 이동이 가속되어지고 있다

인터넷 이용자수 25개월 추이



하루 평균 인터넷 이용시간



스마트폰: Nielsen Mobile NetView 브라우저와 어플로부터의 이용
 PC: Nielsen NetView 가정 및 직장에서의 이용
 ※Nielsen NetView는 2세 이상의 남녀, Nielsen Mobile NetView는 18세 이상의 남녀

라쿠텐 이치바의 포지션

EC와 사이트로써는 PC, SP 함께 최대의 이용자수

2015년 PC 이용자수 TOP5

사이트명	월간 이용자수	작년대비
1, Yahoo	3,892만명	▲5%
2, Google	2,491만명	▲11%
3, FC2	1,986 만명	▲12%
4, Rakuten	1,981만명	▲8%
5, Amazon	1,941 만명	▲4%

2015년 스마트폰 이용자수 TOP5

사이트명	월간 이용자수	작년대비
1, Google	4,735 만명	+19%
2, Yahoo	4,446 만명	+19%
3, LINE	3,808 만명	+25%
4, Facefook	3,536 만명	+19%
5, Rakuten	3,496만명	+23%

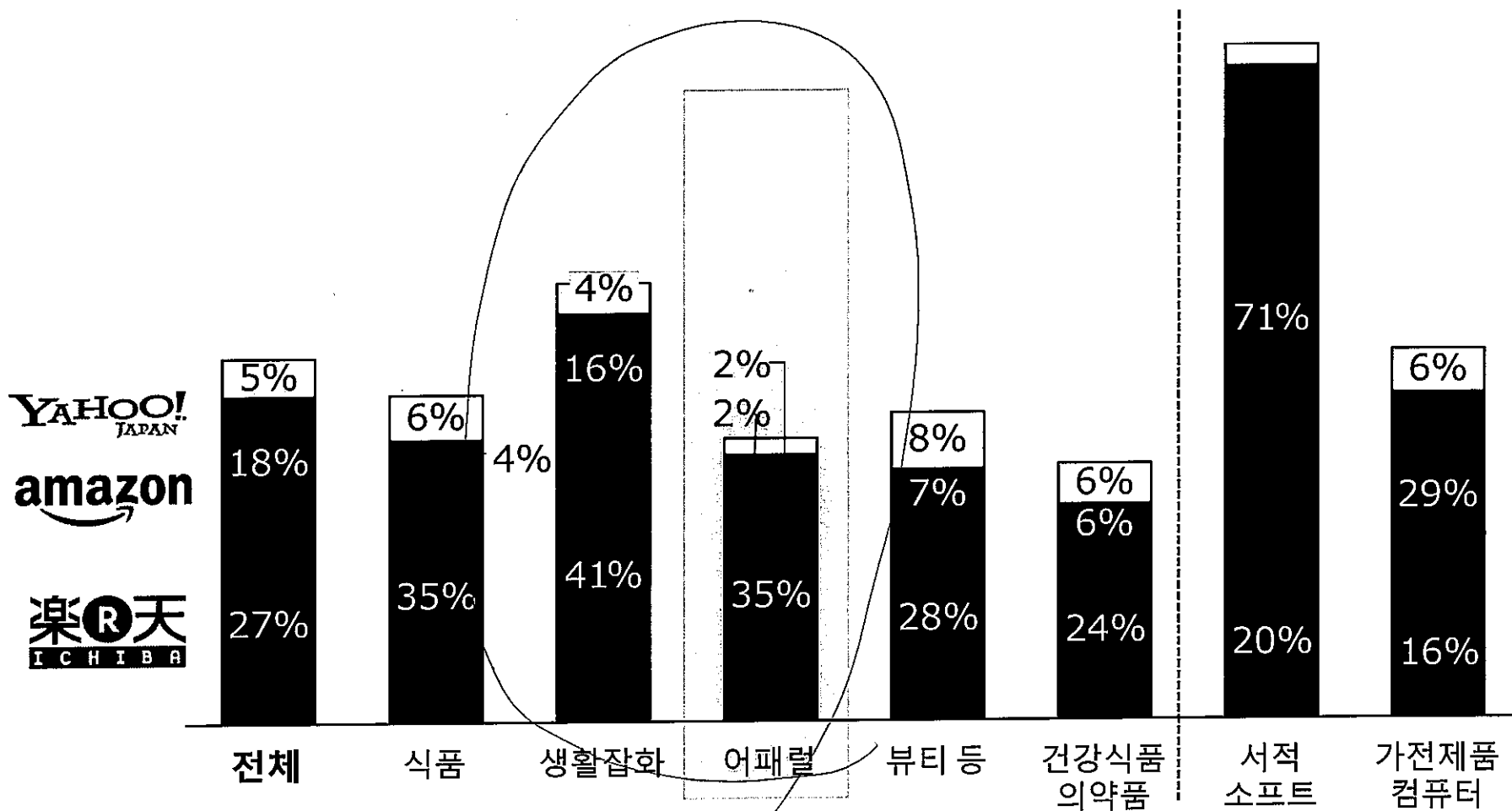
Source: Nielsen NetView 가정 및 직장의 PC 이용, Brand레벨
 ※Nielsen NetView는 2세 이상의 남녀
 ※2015년 1월부터 9월까지의 데이터. 평균 월간 방문자수 랭킹
 ※데이터의 분석방법: 2015년은 매달, 평균으로 3,892만명이Yahoo!방문

Source: Nielsen Mobile NetView 브라우저와어플 이용, Brand 레벨
 ※Nielsen Mobile NetView 는 18세 이상의 남녀
 ※2015년 1월부터 9월까지의 데이터. 평균 월간 이용자수의 랭킹



라쿠텐패션은 압도적 No.1쉐어

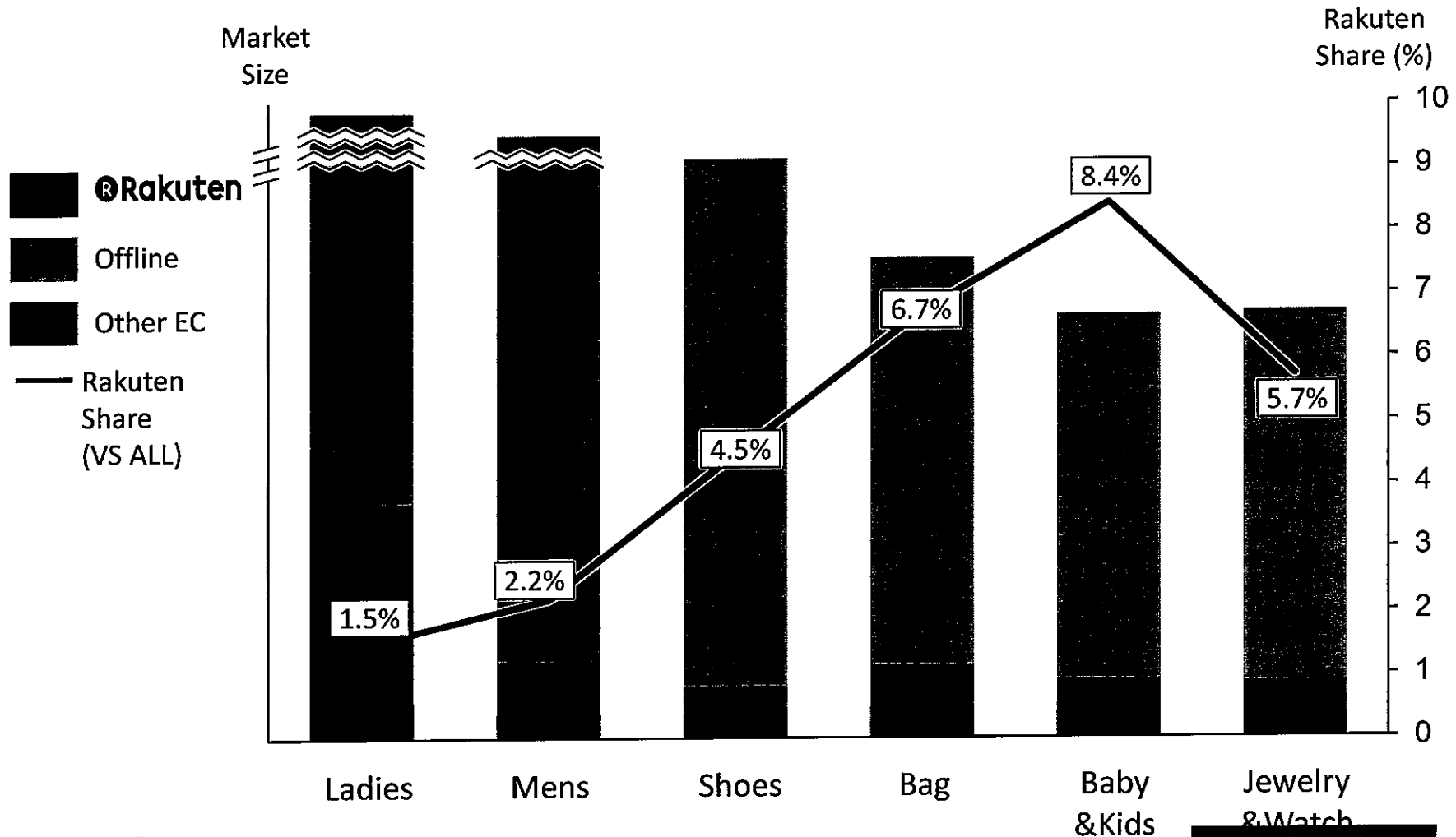
국내EC 카테고리별 마켓쉐어 (※2015년 예상치)



출처 : 후지경제사 「통판·e-커머스 비즈니스의 실태와 금후2016」

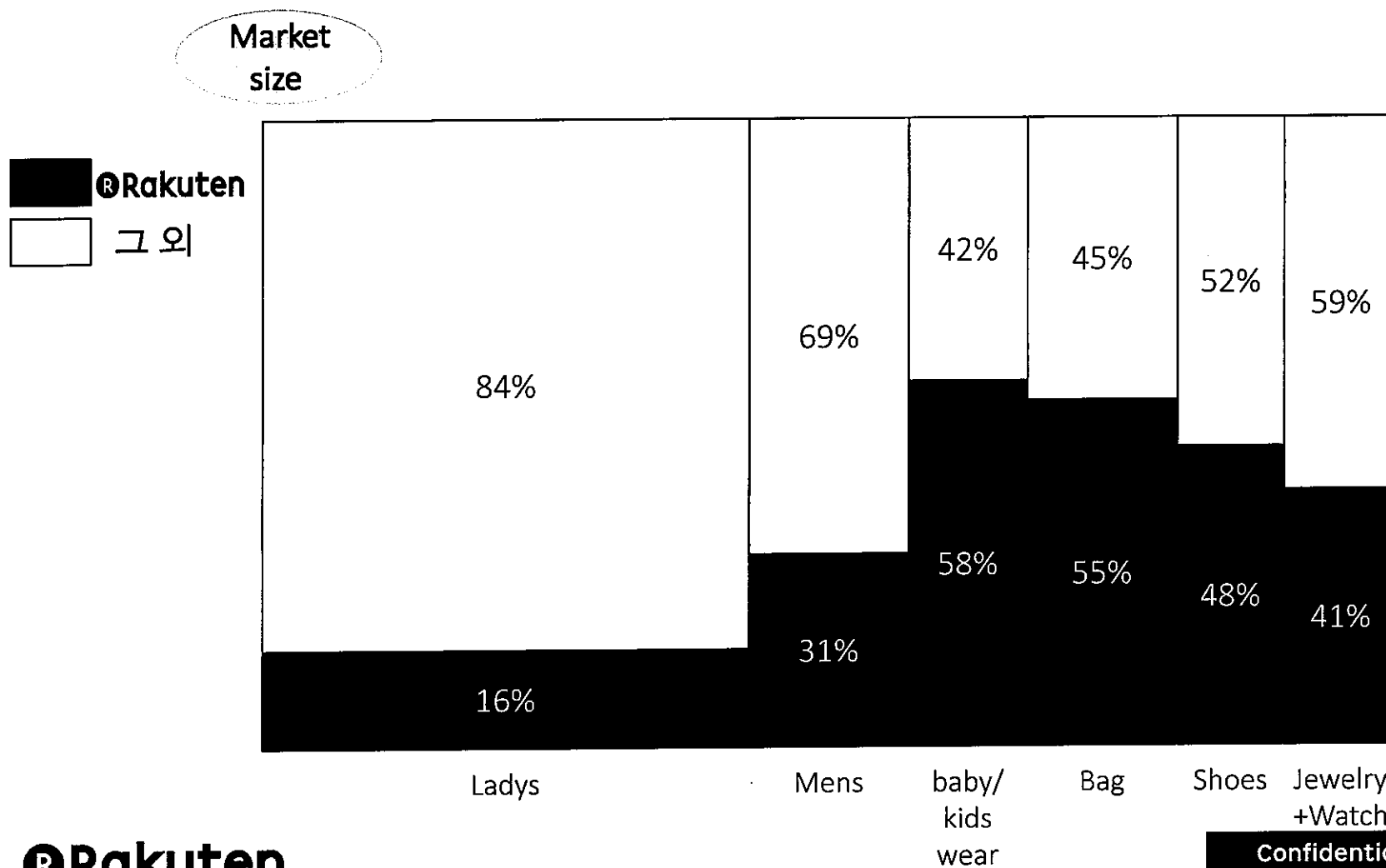
라쿠텐 패션 마켓쉐어 (카테고리별)

일본국내 패션상품별 유통쉐어 (※2015년 예상치)



패션EC 마켓쉐어

일본국내패션 상품별 유통쉐어 (※2015년 예상치)



감사합니다

그 외 오프라인행사

FASHION EVENT

GirlsAward

2016 AUTUMN/WINTER



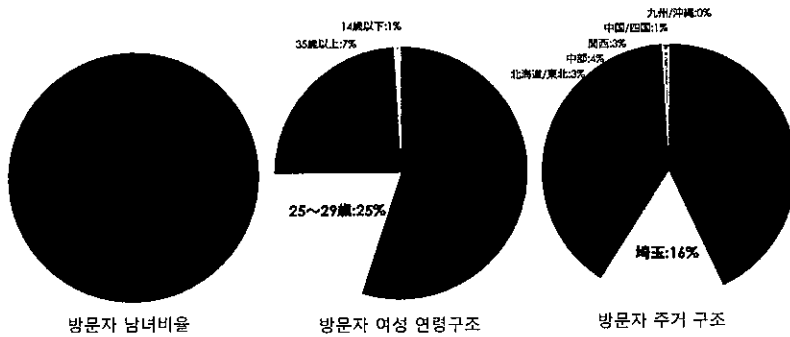
Partner Sales Sheet

GirlsAward 実行委員会

Copyright © 2016 GirlsAward All Rights Reserved

이벤트 관련 데이터

방문자 속성



※위 자료는 과거 실적의 평균 수치입니다.



MAIN CONTENTS

GirlsAward 2016 SPRING/SUMMER
방문자 합계 수
약 31,000명

GirlsAward 2016 SPRING/SUMMER
LINE LIVE 시청자수
약 620,000명

OTHER LIVE CONTENTS

GirlsAward 2016 S/S Back stage LIVE
시청자수
약 330,000명

さしめしGirlsAward 特別版
시청자수
약 460,000명

GirlsAward 특별판