



楽天市場のロゴ 変化

- ・ 斎藤、埜口、林、竹内、天野

Rakuten



楽天の3C 分析

Customer(顧客)

- ・現地購入しない人
- ・通販をよく利用する人

Competitor(競合 他社)

- ・Amazon
- ・Yahooショッピング
- ・メルカリ

Company (自社)

- ・新しい市場に参入して成長・拡大しているが、軌道に乗っているとは言い難く戦略の転換が必要
- ・海外にも進出したが、いまだに売り上げの8割は国内である

swot分析



練習：（SWOT分析）

内部環境

外部環境

Strength (強み)

ポイント付与
他サービス連携

Opportunity (機会)

コロナウイルスの流行による
巣ごもり需要

Weakness (弱み)

大手企業との対峙

国際的なブランド認知度が低い

Threat (脅威)

トラック運転手不足

練習：（Cross-SWOT分析）

内部環境

外部環境

Strength
(強み)

Opportunity
(機会)

Weakness
(弱み)

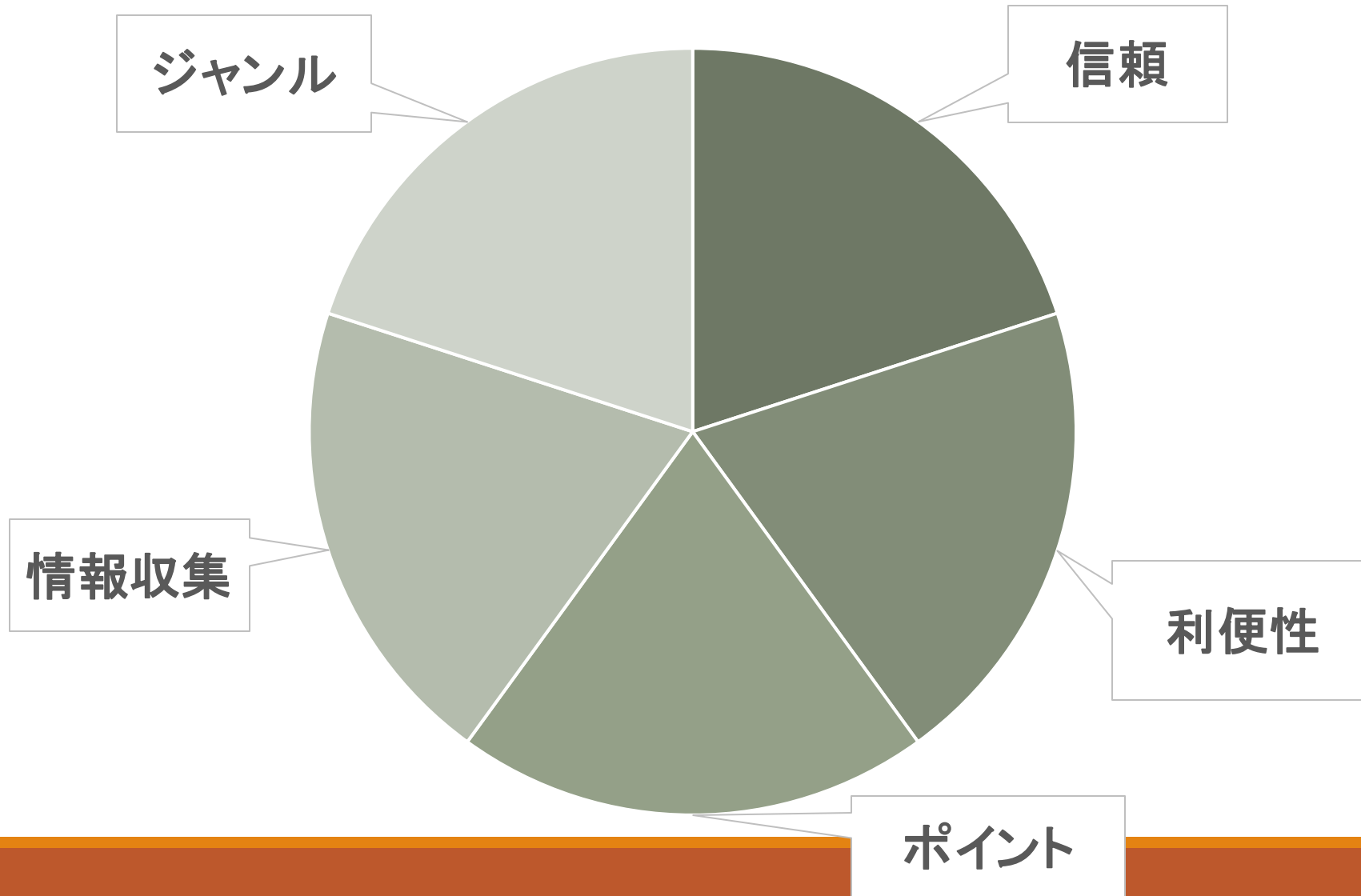
強み×弱み
大手企業との対峙があるからこそ、ポイント
付与の面で勝つことで利用者を増やせる

Threat
(脅威)

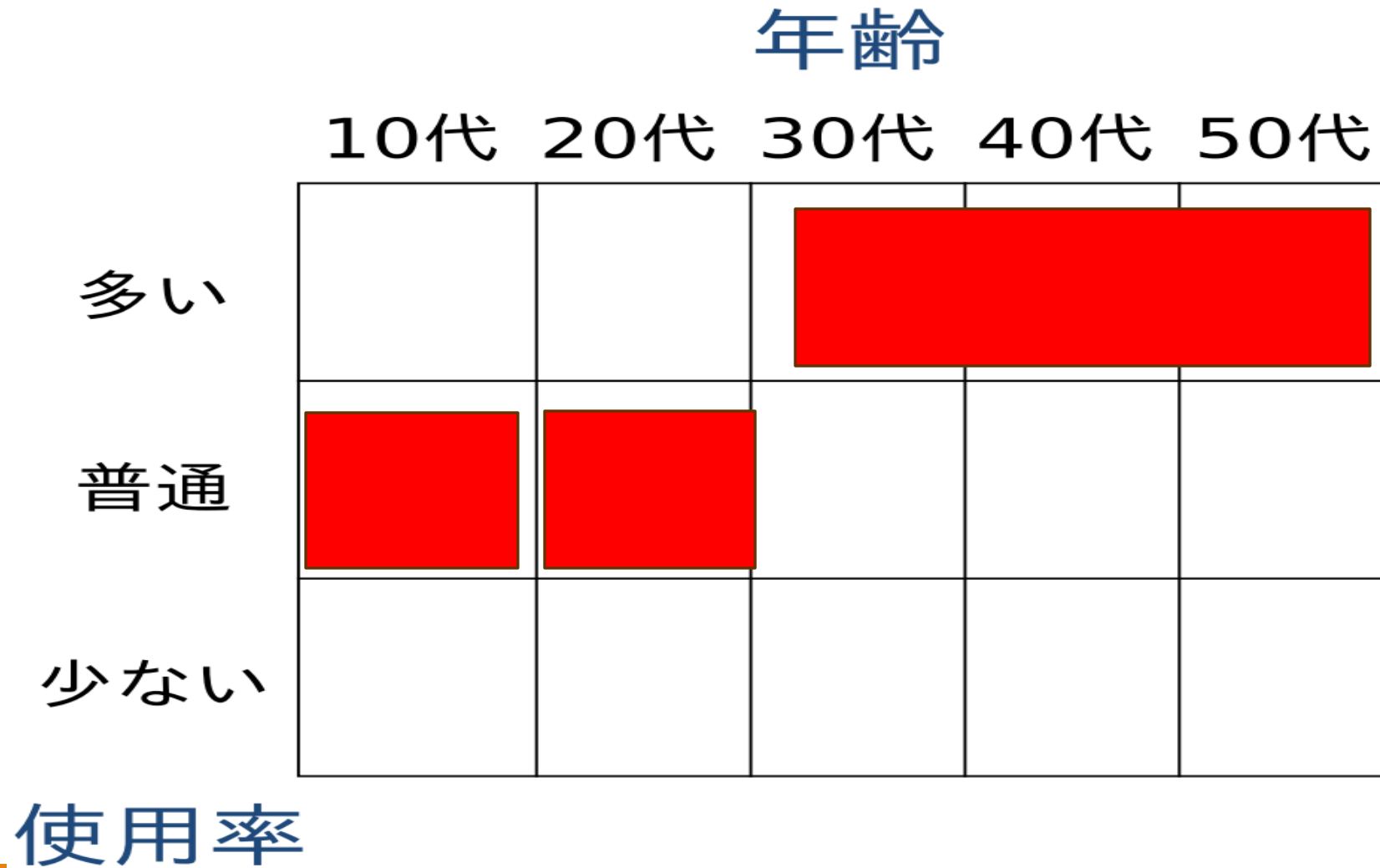
マーケティング上の課題

- ・ EC側が独自でトラック運転手を雇用する
- ・ ポイント付与率を上げる

Segmentation



Target Customer



Targetcustomer

・誰に: 国内(売り上げの8割が国内)



・何を: さまざまな製品(衣服、家具、小物など)



・どのように: ネット販売



・どうゆう立ち位置で: 提供者

・ 1ページごと、顧客ごとに広告工夫

その他
54.9%

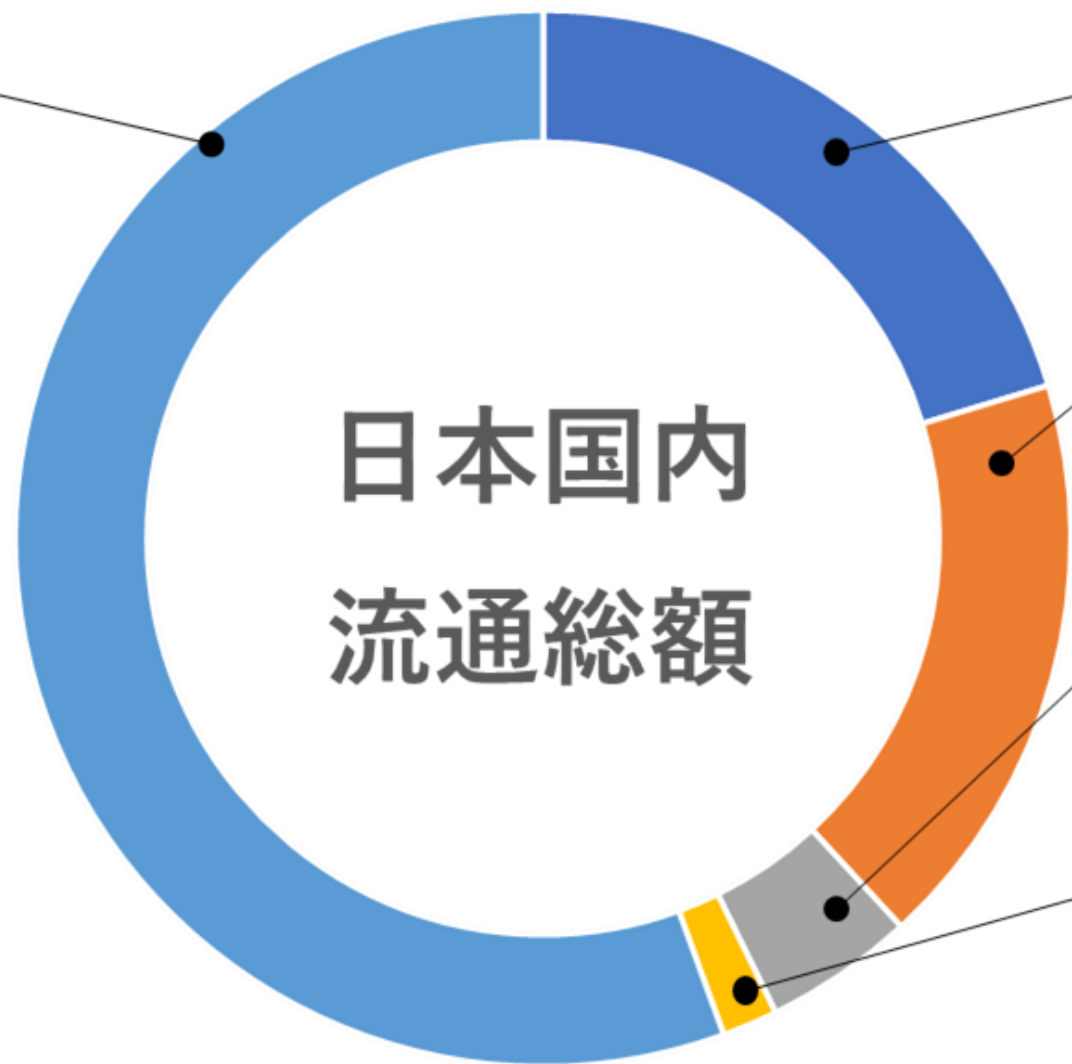
楽天
20.3%

Amazon
17.8%

Yahoo!
4.6%

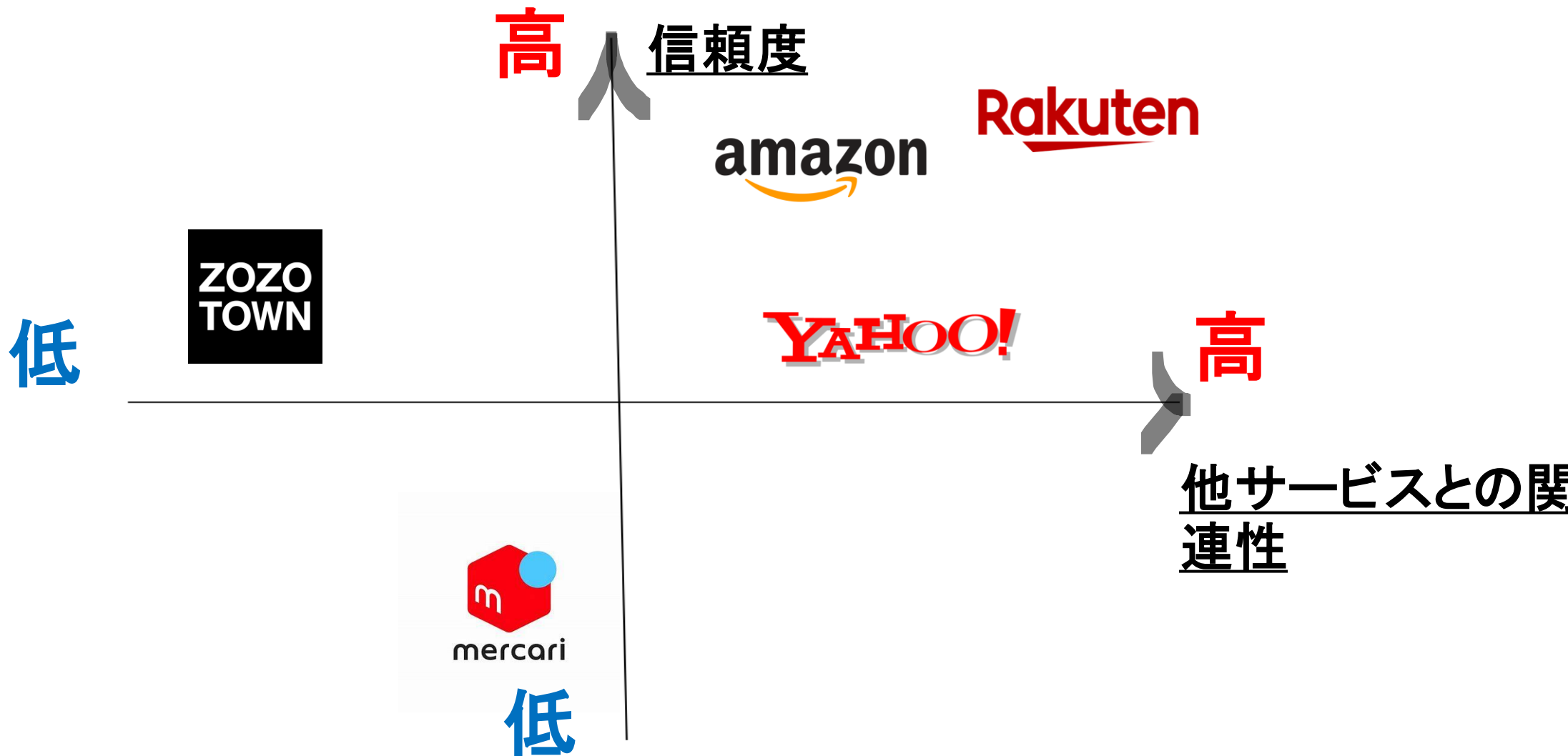
ZOZOTOWN
1.7%

日本国内
流通総額



サービス名	現在のロゴ	新ロゴ
楽天市場		
楽天トラベル		
楽天カード		
楽天銀行		
楽天生命		
楽天レシピ		
楽天ドローン		
楽天ビューティ		
楽天チケット		
楽天エナジー		
楽天AirMap		
Rakuten Marketing		
Rakuten Viber		

練習：（Positioning）



練習：（Positioning）

