

楽[®]天

楽天株式会社

第9期 事業報告書

2005年1月1日～2005年12月31日

EC事業

インターネット・ショッピングモール
書籍販売
オークション
チケット販売
アフィリエイト

クレジット・ペイメント 事業

クレジット・カード
個人向けカードローン

ポータル・メディア 事業

ポータルサイト
コミュニティ・サービス
グリーティング・カード
ブロードバンド・コンテンツ

楽^R天

トラベル事業

オンライン宿泊予約
オンライン航空券予約

証券事業

オンライン証券取引

プロスポーツ事業

プロ野球

すべての情報が、インターネットに集まる。
すべての情報が、楽天に集まる。

2005年度総括

楽天グループビジネスのシナジーを發揮した1年

従来からの事業戦略の成果が大きく結実

1997年の創業以来、楽天グループはさまざまな新しいサービスを創出し、またM&Aや業務提携を通じてサービスの枠組みを拡げてきました。2005年度は、各サービス部門がそれぞれ好調に推移したことに加え、プロ野球参入による知名度向上やブランド戦略が奏功した結果、過去最大の増収増益を達成。売上高は前期比184.8%増の1,297億円、経常利益は同131.5%増の358億円となりました。前期に引き続き実施したID統合（各サービスのユーザIDを楽天会員IDとして統合）により、当グループが提供するさまざまなサービスを一つのIDで利用することができるワンストップ・サービスを実現。さらには、「楽天スーパーポイント」の積極活用により、各サービス間の回遊性を促進させ、ユーザの利便性を格段に高めました。また、ブランド統一により、さまざまなサービスを「楽天」ブランドで束ね、ブランドのより一層の浸透を図りました。

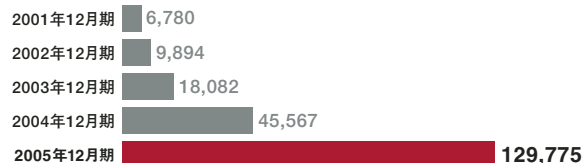
これらの取り組みの結果、サービス間のトラフィック（来訪者数）の誘引を促進しあうシナジーがもたらされ、グループ全体の流通総額が大きく伸長。大幅な増収増益につながりました。このように2005年度は、従来からの事業戦略が「グループ間のシナジー」という形で顕在化した1年でした。

新たな成長に向けた布石にも着手

楽天グループは、新たな成長に向けた施策にも積極的に取り組みました。世界最大規模のアフィリエイト企業であるリンクシェア・コーポレーション（米国）を子会社化して海外事業の基盤づくりに着手。さらに、国内信販（株）（現：楽天KC（株））の子会社化によってクレジットカード事業にも進出。また、通信（インターネット）と放送との融合に向け、（株）東京放送（TBS）と業務提携に関する協議を開始しています。

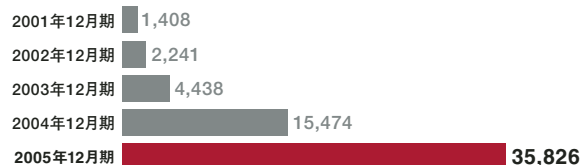
連結売上高

（百万円）



連結経常利益

（百万円）



個人情報流出に関する報告

安全・安心な「楽天市場」の運営をめざし、店舗の顧客情報管理体制を徹底

2005年7月、「楽天市場」の出店店舗の元従業員から一部取引に係る個人情報が流出しました。お客様には多大なご迷惑、ご心配をお掛けすることとなりましたことを深くお詫び申し上げます。当社はこの事態を深刻に受け止め、新たな顧客情報管理体制を導入。お客様のクレジットカード番号については、各店舗に情報を提供せずに当社が管理する体制を整えました。また、当社内においては、セキュリティ本部を新設し、情報セキュリティ体制の確立とコンプライアンスを徹底することで再発防止に努めています。

変わる楽天、
変わらない楽天。

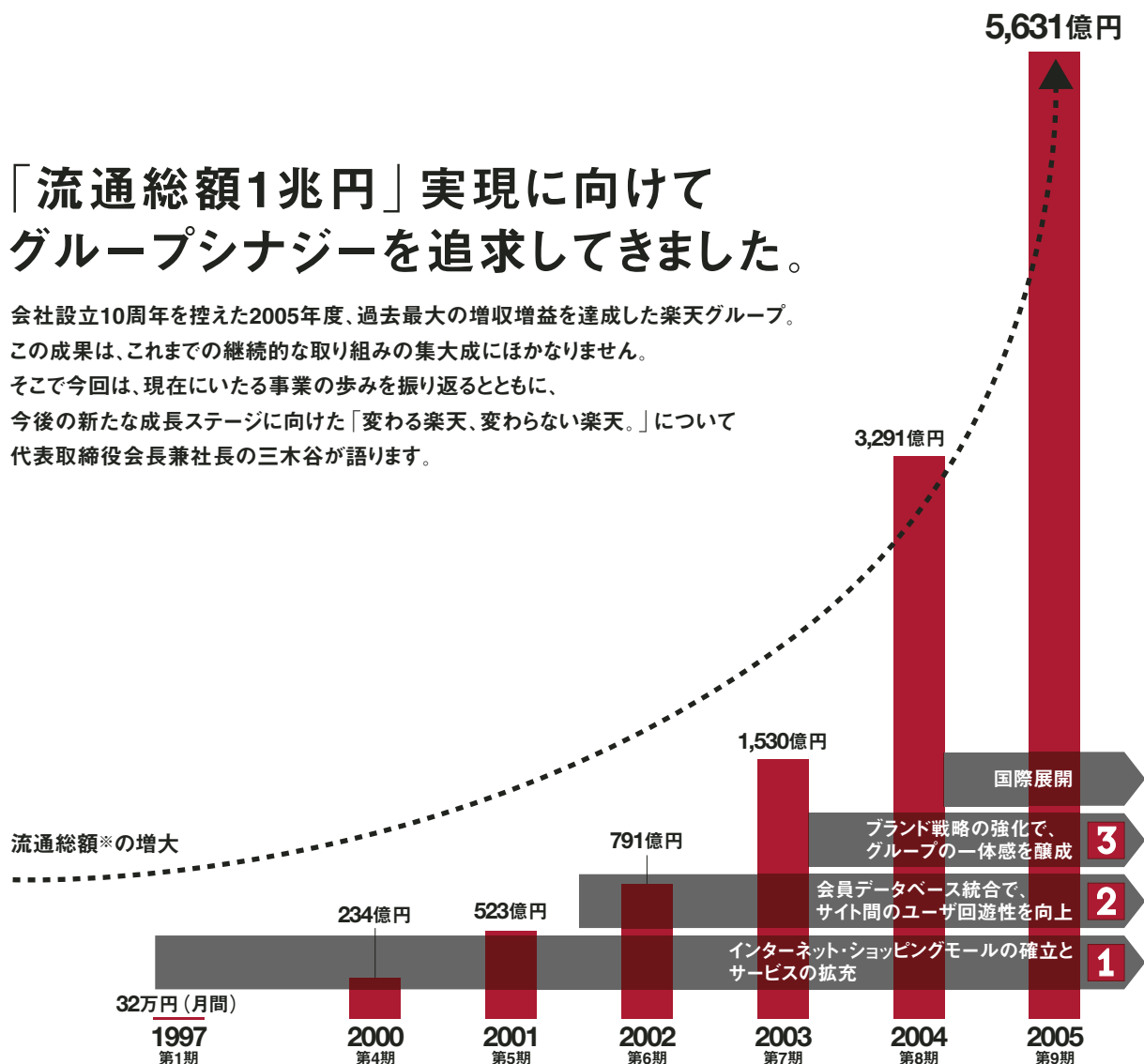
“世界一のインターネット・サービス企業へ。”
「楽天市場」のスタートから一貫して掲げてきた
楽天グループの目標です。

—— 代表取締役会長兼社長 三木谷 浩史



「流通総額1兆円」実現に向けて グループシナジーを追求してきました。

会社設立10周年を控えた2005年度、過去最大の増収増益を達成した楽天グループ。
この成果は、これまでの継続的な取り組みの集大成にほかなりません。
そこで今回は、現在にいたる事業の歩みを振り返るとともに、
今後の新たな成長ステージに向けた「変わる楽天、変わらない楽天。」について
代表取締役会長兼社長の三木谷が語ります。



※流通総額:楽天グループが運営するウェブサイト内における取引高の総額。流通総額の成長が売上高の成長につながることから、楽天では重要な経営指標の一つとしている。

1 インターネット・ショッピングモールの確立とサービス拡充

顧客本位の事業姿勢で、 インターネット・ショッピングモール事業を確立

当社は、インターネット・ショッピングモール「楽天市場」の運営とEコマース用のシステム開発を目的として1997年に設立。「楽天市場」の創設に際しては、「システムに強い人が商売をするのではなく、商売の上手な人が簡単に店を開ける仕組みを創ること」をコンセプトとしたマーケットプレイス(市場)をめざしました。

こうした顧客本位の事業姿勢のもと、出店者とユーザ双方の利便性の追求、マーケットプレイスとしての価値の向上を図るため、ECコンサルタントによる出店者への支援などを通じて、事業拡大とサービスの充実に注力。この結果、インターネット・ショッピングモールという新しい仕組みを作り出すことに成功。流通総額(モール内の取引高)は順調に増加しました。

そして、「流通総額の増大が収益増をもたらし、得られた収益をマーケティング活動やシステムに投資することで新たなユーザを獲得し、さらなる流通総額の増大がもたらされる」という、当社と出店者が戦略を共有しながらともに成長を遂げるビジネスモデル——「拡大成長のサイクル」を確立しました。

サービス・ラインナップの拡充で、 新規会員を獲得

2000年以降、創業以来のインターネット・ショッピングモール(「楽天市場」)に加え、M&Aを通じてポータルサイト(インフォシーク)、オンライン宿泊予約(マイトリップ・ネット)、オンライン証券取引(DLJディレクトSFG証券)、個人向けクレジット(あおぞらカード、国内信販)など、サービス・ラインナップを拡充。獲得したサイト会員やユーザを楽天のサービスに取り込むことによって、会員数の増大を図ってまいりました。

例えば、ポータルサイト「インフォシーク」を獲得することで、楽天市場、インフォシークそれぞれのユーザを共有化し、両サイトへの集客力を強化。また、オンライン証券業務への参入により、一般消費者(楽天市場ユーザ)と一般投資家(楽天証券会員)の相互利用を促進するなどのシナジー効果が生まれました。「M&A、提携先サイトのユーザ・会員」および「サービス」を、「楽天グループのユーザ・会員」および「サービス」に取り込むことで、「既存会員」「新規会員」それぞれに対するサービス・ラインナップの充実を図り、楽天グループ全体の流通総額を押し上げたのです。

出店者をシステムに適合させるのではなく、出店者のニーズにシステムを合わせるという、「楽天市場」創設時の顧客本位の発想や姿勢が、ユーザ、出店者の皆様に受け入れられた結果、楽天市場の量的・質的拡大につながっていきま

2 会員データベース統合で、サイト間のユーザ回遊性を向上

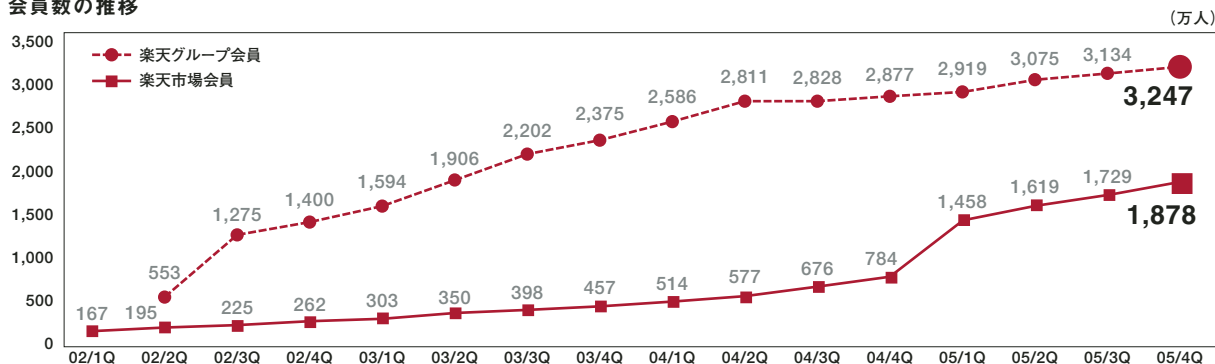
会員ID統合で、ネット上でのサービス利用をより簡便に

2002年、当社はそれまでサービスごとに分かれていたユーザIDを「楽天会員ID」として統合を開始。「楽天市場」などでのショッピングのほか、「楽天トラベル」「楽天ブックス」などさまざまなサービスを一つのIDで利用できるワンストップ・サービスを実現し、ユーザの利便性を飛躍的に向上させました。このID統合によって、各サービスの利便性とトラフィックの回遊性が格段に高まりました。これに加え、ショッピングやサービスの利用で獲得したポイントを、別のショッピングやサービスに利用できる「楽天スーパーポイント」を導入したことにより、ユーザの利用頻度の向上を図りました。

また、IDの一元化により、ユーザの購買特性の把握など、データベース・マーケティングが可能となったことで、購買履歴に基づいたレコメンデーション情報を提供するなど、ユーザー一人ひとりに対するマーケティングの強化を図りました。

このように、当社ではM&Aや業務提携を通じてグループ企業（サービス）が増加していく中で、ユーザの立場に立ったサービスの追求とサービス間のシナジーを生み出す数々の施策を実行してきました。

会員数の推移



サービス・ラインナップの拡充、ポイントプログラム、ID統合などの施策によってユーザの利便性向上に努めるなど、日本のEコマース発展に大きな役割を果たしてきました

3 ブランド戦略の強化で、グループの一体感を醸成

さらなる認知度向上に向けたブランディング

グループ全体のシナジーをより深く追求するため、2005年、ブランド戦略に本格的に着手。主要なグループ各社の社名およびサービス名をすべて「楽天」ブランドに統合し、ロゴも統一。認知度向上とブランドの浸透化を図りました。こうした施策にプロ野球への新規参入効果も加わり、楽天ブランドの認知度は飛躍的に向上。日経BPコンサルティングが実施したコンシューマー市場ブランド評価調査「ブランド・ジャパン」において「最もイノベティブなブランド(2005)」の1位に選ばれるなど、消費者の楽天ブランドの評価が大きく高まりました。

その結果、楽天証券の新規口座開設数における楽天市場経由比率は2005年第4四半期に32.8%に達し、新規顧客における楽天会員比率も同63%を記録。また、楽天クレジットの新規申込みに占める楽天グループサイト経由比率は、2005年第4四半期に22%に達するなど、楽天グループへの加入によって、M&A等で獲得したサイトやサービスに集客効果が生まれることを実証しました。こうしたブランド戦略によって、楽天そのものの知名度を高めるとともにグループの一体感を醸成するなどのシナジーが現れました。

ブランドロゴの統一

旧ロゴ	新ロゴ
	楽天市場
	インフォシーク
	楽天トラベル
	楽天KC
	楽天証券

会員データベースの統合や新規事業への積極的なチャレンジに加えて、ブランド力の強化により大きなグループシナジーを生み出す体制を整えました

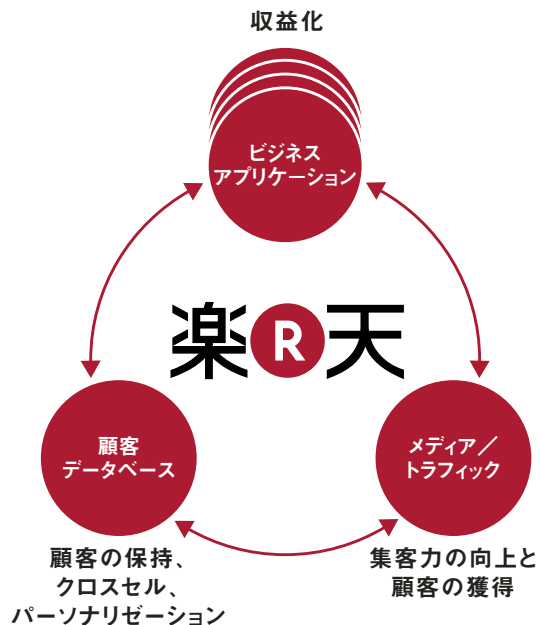
変わる楽天、 変わらない楽天。

新たな価値の創造へ。

これまでも述べてきたように、当社では今、ユーザの利便性を高めるサービスの拡充をはじめ、3,000万人を超える会員IDの統合によるデータベース・マーケティング、ブランド戦略など、グループシナジーの最大化に向けたさまざまな施策を積極的に推進。その質、規模、成長率などにおいて競合他社を圧倒する成果を生み出しています。

今後は、こうした“楽天グループならではの施策”をさらに強化することによって、グループ全体で「集客力の向上と顧客の獲得」、「顧客の保持、クロスセル、パーソナリゼーション」、「収益化」がシナジーとして発揮されるビジネスモデルの確立に取り組みます。そして、こうした取り組みを通じて、グループとしてのブランド価値をより一層高め、事業運営の安定と収益性の向上を図り、さらなる成長の加速をめざします。

有力サイトの集合体から、大きなシナジーを生むグループ企業へ。そして、新たな価値の創造へ——。楽天グループは、より多くの人々に役立つ、「世界一のインターネット・サービス企業」をめざして、今後もグループシナジーの追求を通して変革を続けていきます。しかし、創業以来の“顧客本位”のコンセプトは決して変わりません。楽天グループは、この基本姿勢を通じて、“すべての情報がインターネットに集まる社会”の実現に貢献していきます。



事業概況

EC事業

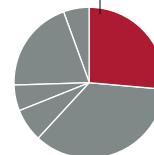
EC事業セグメントには、当社事業グループカンパニーのうち、「EC事業カンパニー」が属しており、主に物販を中心としたECに関するサイト運営・サービス提供および娯楽関連のサイト運営・サービス提供などを行っています。当期の売上高は、35,060百万円（前年比63.5%増）、営業利益は11,673百万円（前年比64.0%増）となりました。

楽R天
I C H I B R A

楽R天
B O O K S

楽R天
オークション

事業セグメント別
売上高
35,060百万円



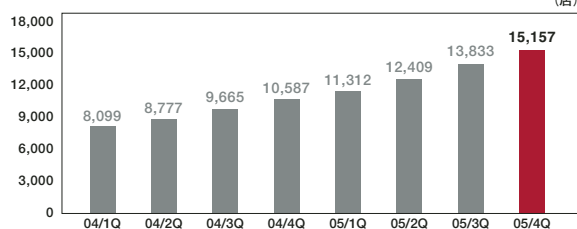
売上高、営業利益ともに高成長が継続

EC事業の主力である「楽天市場」では、2005年12月に新規課金店舗数が過去最高（818社）を記録するとともに、同月には出店店舗数が15,000店舗を突破。また、当期の流通総額がリンクシェアの子会社化による寄与分を除いたベースでも3,300億円を突破するなど、順調な規模拡大に伴ってマージン売上や広告売上が大幅に伸張した結果、引き続き当社グループの主力事業として連結業績に大きく貢献しました。

サービスレベルを向上するために、「楽天市場」における機能面や利便性の向上、魅力あるコンテンツの提供、出店者向けのクレジットカード決済プログラム「R-Card Plus」の導入による決済機能の充実などを行いました。

また、携帯電話経由の流通総額が国内EC流通総額の約10%となるなど、10-20代の若年層ユーザを中心にモバイルコマースが進展している状況を踏まえ、モバイルサービスの強化に努めました。

出店数（課金店舗数）の推移



TOPIC

NTTドコモと合併で、楽天オークションを設立

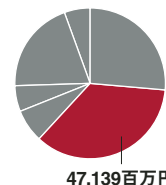
楽天グループでは、従来、「楽天フリマ」、「楽天スーパーオークション」の2種類のオークションサービスを提供してきましたが、今後、この分野において効率的かつ機動的なサービスの提供を積極的に展開していくため、インターネットオークション事業部門を分社化し、(株)エヌ・ティ・ティ・ドコモとの合併で楽天オークション(株)を設立しました。これにより、拡大するモバイルコマースへの対応を強化するとともに、インターネットオークション事業の成長をより一層加速させていきます。

クレジット・ペイメント事業

クレジット・ペイメント事業セグメントには、「金融事業カンパニー」のうち、楽天KC(株)、楽天クレジット(株)およびその関係会社が属しており、主に個人向けのクレジットカード事業、ショッピング・クレジットおよびカードローン事業などを行っています。当期の売上高は、47,139百万円(前年比5,970.7%増)、営業利益は6,332百万円(前期は110百万円の営業損失)となりました。



事業セグメント別
売上高

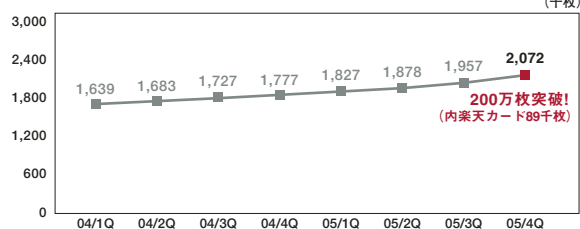


楽天KC、楽天クレジットともに堅調に推移

2005年6月、国内信販(株)(現:楽天KC(株))が楽天グループの一員となり、クレジットカード事業を本格的スタート。これにより、EC事業における決済サービスも提供できるようになりました。10月の社名変更以降、楽天ブランドの浸透と「楽天市場」の流通・新規顧客の伸びに後押しされ、新規クレジットカード会員数が順調に増加するとともに、ショッピング・クレジット事業、ローン事業の収益も順調に拡大しました。

また、中高所得者層にターゲットを絞った消費者ローンビジネスを行っている楽天クレジットにおいては、業界最低水準の金利を付したローン商品提供による顧客獲得を進めた結果、ローン成約件数が前年比で約2~2.3倍と大幅に増加。これに伴い債権残高が500億円を突破し、事業の黒字化に貢献しました。また、楽天KCとタイアップしたローンビジネス(保証付ローン)による新たな顧客層の掘り起こしにも注力するなど、他サービスとのシナジーの追求により、前期比で大きく伸長しました。

楽天KC クレジットカード会員数の推移



TOPIC

楽天KC VISA 「スペシャル・ライセンシー」を取得

2005年11月、楽天KCが、ビザ・インターナショナルよりVISAカードの発行を独自にできる「スペシャル・ライセンシー」の権利を取得しました。信販系としては、1987年に日本信販(株)(現:UFJニコス(株))が取得して以来であり、ノンバンクの取得としては6社目となります。楽天KCのカード会員数は207万人(2005年12月現在)ですが、楽天グループ会員約3,000万人を対象とした潜在的カード顧客、ネット活用型ビジネスモデルの将来性、成長性が高く評価されました。

ポータル・メディア事業

ポータル・メディア事業セグメントには、当事業グループカンパニーのうち、「ポータル・メディア事業カンパニー」が属しており、主にインターネットへの入り口の役割を担うポータルサイト運営のほか、グリーティングカードやブロードバンドコンテンツの配信およびリサーチ事業などを行っています。当期の売上高は、9,438百万円（前年比64.8%増）、営業利益は1,929百万円（前年比77.2%増）となりました。

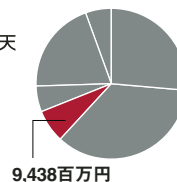
Infoseek 楽天

楽天
Rakuten TV

Ynot.co.jp 楽天

楽天
楽天広場

事業セグメント別
売上高



コンテンツの充実を図り、 メディアバリューの最大化に注力

当期は、メディア、ツール、コミュニティの3つを軸に、グループシナジーおよびメディアバリューの最大化に注力しました。2005年6月、(株)サイバーブレインズ(現:楽天リサーチ(株))を完全統合し、インターネットリサーチ事業を強化。さらには、コミュニティの強化施策として、「楽天広場」のブログサービスに連動したフォトサービス「楽天広場フォト」や動画サービスのリリース、モバイル版のバージョンアップも行い、総合コミュニティサービスとして、競合他社との差別化を図るとともに、ユーザの利便性向上に努めました。メディアにおいては、サッカーを切り口に、紙媒体、WEB、モバイルの3つのメディアを活用したライフスタイル・マガジン「STAR soccer」を創刊(TOPIC参照)。この結果、広告売上が順調に推移し、また事業効率の改善によって利益率が向上したことなどから、前期に引き続き増収増益を継続することができました。

提供サービス・メディアの拡充

- 幅広いコンテンツを有する総合ポータルサイト「Infoseek」
- インターネット上のグリーティングカード配信サービス「ワイノット」
- 新卒学生を中心とした就職情報コミュニティサイト「みんなの就職活動日記」
- CS放送チャンネル「楽天TV」
- データベースを活用したマーケティングサービス「ターゲット」
- インターネットリサーチサービス「楽天リサーチ」
- ブロードバンド向けコンテンツポータルサイト「ShowTime」
- サッカーを軸としたライフスタイル・マガジンの発行「STAR soccer」

TOPIC

サッカーを軸としたライフスタイル・マガジン 「STAR soccer」創刊

楽天グループは、提供メディアの多様化を図り、インターネットとさまざまな媒体とのメディアミックスをめざしており、その第1弾として、雑誌「STAR soccer」を創刊しました。今後は、雑誌の“メッセージカ”、インターネットの“双方向性と販売力”、そしてモバイルの“即時性”など、各種メディアの特性を活かした、今までにない新しいメディアの姿を提案していきます。



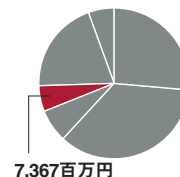
創刊号(2006.2.25発売)

トラベル事業

トラベル事業セグメントには、当社事業グループカンパニーのうち「トラベル事業カンパニー」が属しており、宿泊予約など旅行関連のサイト運営・サービス提供などを行っています。当期の売上高は、7,367百万円（前年比35.8%増）、営業利益は2,982百万円（前年比37.9%増）となりました。



事業セグメント別
売上高

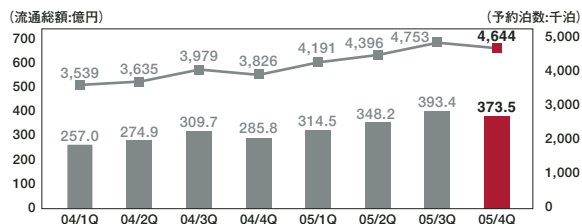


予約流通総額が継続的に拡大

当期は、予約ベース流通総額が前期比増加率26.8%と引き続き成長率が高い傾向にあることや、新契約プランへの移行によって事前に確保できる部屋数が増え、収益増につながったことなどにより業績は堅調に推移しました。

ユーザの利便性とエンターテインメント性の向上をめざし、人気のある宿泊施設をランキングにて表示する「ランキング広場」を2005年12月からスタート。また、海外航空券の予約サービスや高速バスの予約サービスなど、新たな“足まわり”のサービスを開始し、宿泊予約から交通手段の予約までをワンストップで提供できるインターネット総合旅行サービス会社として、サービスの拡充に取り組みました。

トラベル事業 予約受付実績



TOPIC

インターネット専業の旅行業者として初の「第1種旅行業」への変更登録が完了

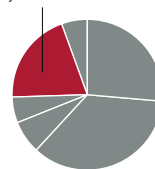
楽天トラベル(株)は、総合旅行サービスの提供をめざし、2005年8月、「第1種旅行業」への変更登録を行いました。それまでの提供サービスは、「第3種旅行業」で認められている「手配旅行」でしたが、第1種への登録変更により、パッケージ旅行など企画旅行商品の提供ができるようになるほか、海外も含めたあらゆる旅行サービスへの対応が可能となります。これを機に、国内最大級のインターネット総合旅行サイトとして、新しいサービスの提供とユーザの利便性の向上、および新たな旅行ニーズの開拓を図っていきます。

証券事業

証券事業セグメントには、「金融事業カンパニー」のうち、楽天証券(株)とその関係会社が属しており、オンライン証券取引サービスなどを行っています。当期の売上高は、26,502百万円(前年比101.6%増)、営業利益は、12,798百万円(前年比168.2%増)となりました。



事業セグメント別
売上高
26,502百万円

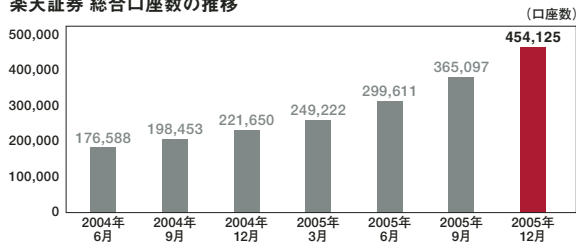


飛躍的な増収増益を達成

当期は、景気の先行きに対する楽観論の広がりから、個人投資家を中心に株式相場が空前の活況を呈したことにより、ブローカレッジ(手数料)関連の収益が大幅に増加するとともに、総合口座数が2005年末には前期比2倍以上となるなど、飛躍的な増収増益となりました。また、新規上場において初の主幹事証券を務めるなど収益源の多様化を図りました。

一方で、大幅な取引量の増加に伴い大規模なシステム障害が発生した事態を踏まえ、取引システム関連のハードウェア、ソフトウェアのより一層の増強および改善を実施するなど、システムの安定稼働に向けた取り組みを強化しました。

楽天証券 総合口座数の推移



TOPIC

モバイル版オンライントレーディングツール「i SPEED」リリース

「i SPEED」(アイスピード)は、楽天証券が開発したパソコン用オンライントレーディング投資ツール「マーケットスピード」のコンセプトである情報のリアルタイム性と簡便な操作性を維持しながら、その機能をモバイル上に実現したものです。株価は、最短5秒間隔(業界初)の完全自動更新。いつでもどこでもハイレベルのトレーディング機能を利用でき、利便性が飛躍的に向上したと、ユーザーにも好評をいただいています。



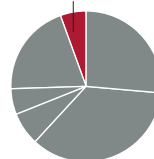
注文約定メニュー画面

プロスポーツ事業

プロスポーツ事業セグメントには、当事業グループカンパニーのうち、「プロスポーツ事業カンパニー」が属しており、プロ野球球団「東北楽天ゴールデンイーグルス」の運営や関連商品の企画・販売を行っています。当期の売上高は、7,385百万円、営業利益は156百万円となりました。なお、当事業セグメントは、当期より新設されたものであるため、売上高および営業利益について前年との比較を行っていません。



事業セグメント別
売上高
7,385百万円



営業黒字を達成

50年ぶりのプロ野球新規球団参入の初年度となった当期、ファンの皆様の熱心な応援に支えられてシーズンを通して球団人気が持続。チケット販売やファンクラブへの入会などが順調に推移した結果、売上高は当初予想を17%上回り、営業黒字でスタートすることができました。

野村新監督を迎え、来るシーズンへ向けて着々と準備を進める東北楽天ゴールデンイーグルス。現在行っているスタジアム改修工事では、より多くのファンの方に試合を観戦いただけるよう客席数を現在の20,000席から23,000席に増席するなどの設備投資を引き続き推進するとともに、今後もチーム強化のための補強、スポンサー獲得などの営業活動に注力していきます。

プロスポーツ事業の主なデータ

項目	データ
主催試合数	63試合
公式入場者数	920,969人
球場収容人数	19,500人
1試合平均入場者数	14,619人
ファンクラブ会員数	38,261人

TOPIC

新たに生まれ変わる「フルキャストスタジアム宮城」

2005年、旧宮城球場から華麗な変貌を遂げた「フルキャストスタジアム宮城」。そのフルキャストスタジアム宮城が、さらにパワーアップして2006年3月新しく生まれ変わります。今回の改修工事は、野球を通じて夢と感動をファンの方にお届けする「ボールパーク」の実現をめざしたものです。今後もファンの皆様のご声援に応える魅力ある球団づくりに努めていきます。



フルキャストスタジアム宮城
II 期工事完成予定図

連結財務諸表

連結貸借対照表

(単位:百万円)

科目	当連結会計年度 (2005年12月31日現在)	前連結会計年度 (2004年12月31日現在)
資産の部		
流動資産	1,354,598	272,769
固定資産	303,110	34,190
有形固定資産	20,551	4,725
無形固定資産	65,609	3,761
投資その他の資産	216,949	25,703
繰延資産	—	597
資産合計	1,657,708	307,556
負債の部		
流動負債	1,362,080	254,674
固定負債	207,982	5,584
特別法上の準備金	2,312	1,213
負債合計	1,572,374	261,472
少数株主持分		
少数株主持分	8,783	230
資本の部		
資本金	54,135	54,059
資本剰余金	63,479	62,863
利益剰余金	△58,265	△77,311
其他有価証券評価差額金	16,974	6,372
為替換算調整勘定	238	△48
自己株式	△11	△81
資本合計	76,550	45,853
負債、少数株主持分及び資本合計	1,657,708	307,556

連結損益計算書

(単位:百万円)

科目	当連結会計年度 (2005年1月1日から 2005年12月31日まで)	前連結会計年度 (2004年1月1日から 2004年12月31日まで)
売上高	129,775	45,567
売上原価	14,222	4,501
売上総利益	115,553	41,065
販売費及び一般管理費	80,668	26,006
営業利益	34,885	15,059
営業外収益	2,682	767
営業外費用	1,741	352
経常利益	35,826	15,474
特別利益	3,547	65
特別損失	5,097	23,977
税金等調整前当期純損益	34,276	△ 8,437
法人税、住民税及び事業税	16,103	2,799
法人税等調整額	△ 2,541	2,971
少数株主利益	1,266	61
当期純利益又は当期純損失(△)	19,449	△ 14,271

※ 記載金額は単位未満を切り捨てて表示しております。

連結剰余金計算書

(単位:百万円)

科目	当連結会計年度	前連結会計年度
	(2005年1月1日から 2005年12月31日まで)	(2004年1月1日から 2004年12月31日まで)
資本剰余金の部		
資本剰余金期首残高	62,863	54,713
資本剰余金増加高	616	15,302
増資による新株の発行	75	14,194
新株引受権行使による新株の発行	—	104
連結子会社増加に伴う資本剰余金増加高	—	1,004
株式交換に伴う資本剰余金増加高	540	—
資本剰余金減少高	—	7,153
その他資本剰余金取崩額	—	7,008
自己株式処分差損	—	144
資本剰余金期末残高	63,479	62,863

利益剰余金の部

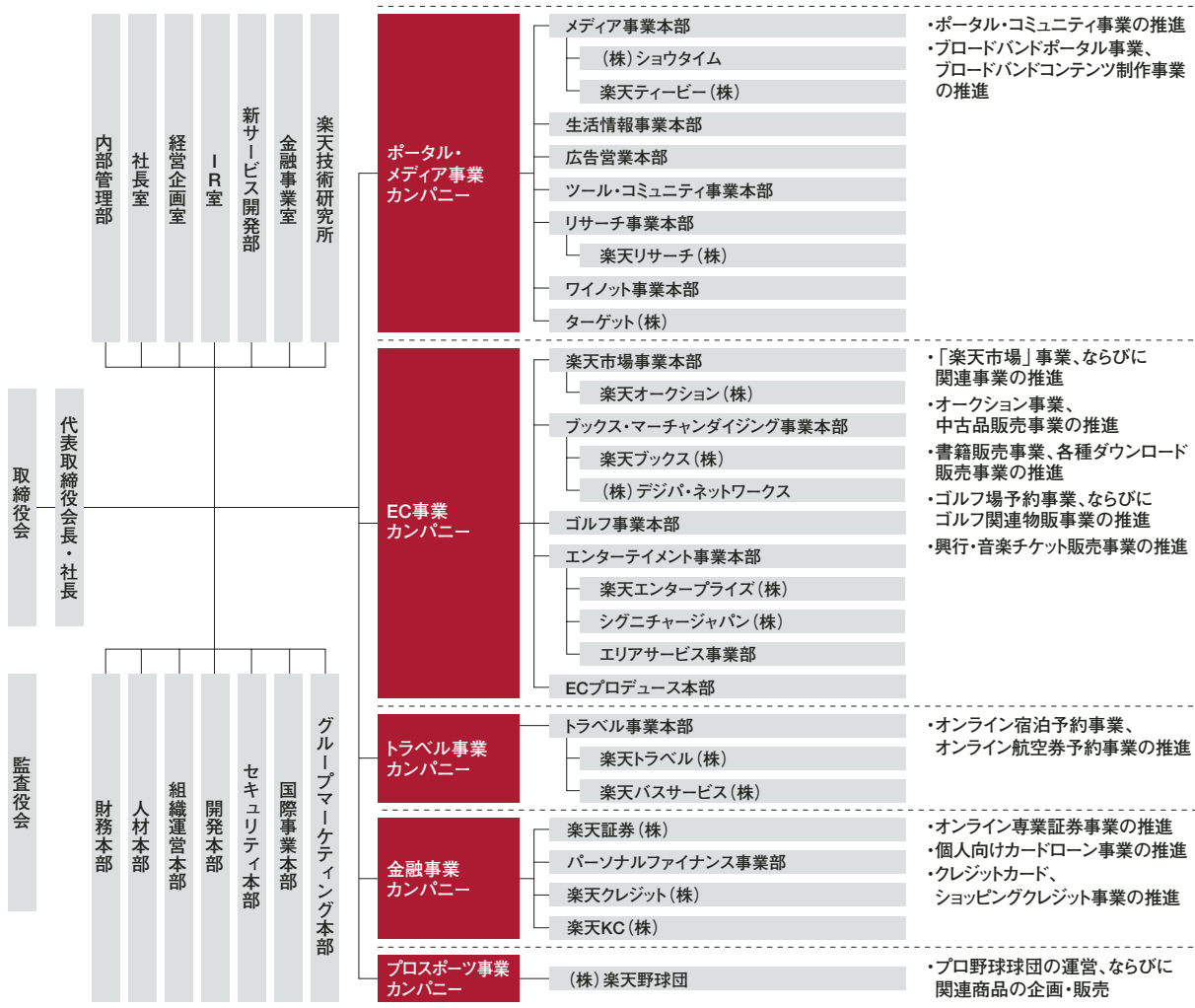
利益剰余金期首残高	△77,311	△69,739
利益剰余金増加額	19,449	7,008
当期純利益	19,449	—
その他資本剰余金取崩額	—	7,008
利益剰余金減少高	403	14,581
当期純損失	—	14,271
配当金	295	279
役員賞与	25	31
持分法除外による減少	83	—
利益剰余金期末残高	△ 58,265	△ 77,311

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

科目	当連結会計年度	前連結会計年度
	(2005年1月1日から 2005年12月31日まで)	(2004年1月1日から 2004年12月31日まで)
営業活動によるキャッシュ・フロー	△43,358	9,069
投資活動によるキャッシュ・フロー	△144,116	△ 30,040
財務活動によるキャッシュ・フロー	235,426	27,403
現金及び現金同等物に係る換算差額	507	166
現金及び現金同等物の増減額	48,459	6,599
現金及び現金同等物の期首残高	32,390	25,790
現金及び現金同等物の期末残高	80,849	32,390

楽天グループ組織図 (2006年2月1日現在)



会社概要 (2005年12月31日現在)

会社名	楽天株式会社
設立	1997年2月7日
楽天市場開設	1997年5月1日
株式店頭上場	2000年4月19日
資本金	54,135百万円
本社	東京都港区六本木6-10-1 六本木ヒルズ森タワー
従業員数	3,709名(連結) 990名(単独)

役員 (2006年3月30日現在)

代表取締役会長 兼社長 最高執行役員	三木谷 浩史
代表取締役 副社長執行役員	國重 惇史
取締役 常務執行役員	山田 善久 吉田 敬 島田 亨
取締役 執行役員	小林 正忠 杉原 章郎 高山 健 森 学
取締役	草野 耕一 鈴木 尚 増田 宗昭 依田 巽
監査役	畑 皓二 増見 勝一郎 山口 勝之

関連会社 (2005年12月31日現在)

連結子会社	33社
持分法適用会社	11社

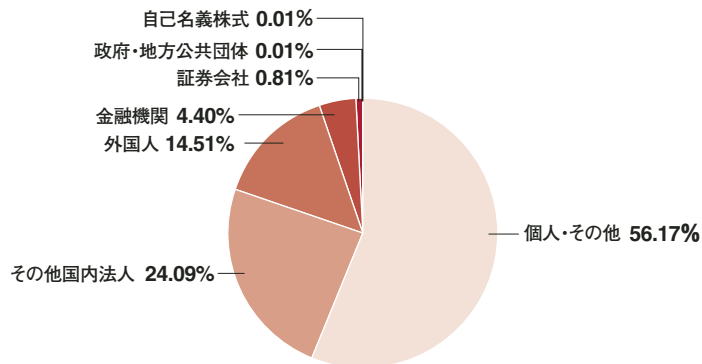
株式の状況 (2005年12月31日現在)

会社が発行する株式の総数	39,418,000株
発行済株式の総数	11,837,893株
株主数	129,702名

大株主

株主名	持株数 (株)	議決権比率 (%)
三木谷 浩史	2,283,590	19.29
株式会社クリムゾングループ	2,257,350	19.07
三木谷 晴子	1,558,750	13.17
マスタアンドパートナーズ株式会社	534,910	4.52
本城 慎之介	233,890	1.98
増田 和悦	225,600	1.91
ザ チェース マンハッタン バンク エヌエイ ロンドン	185,529	1.57
モルガン・スタンレー・アンド・カンパニー・インターナショナル・リミテッド	168,347	1.42
日本トラステイ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	157,284	1.33
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	135,811	1.15

株式分布状況 (2005年12月31日現在)



Business Report for the fiscal year 2005

決算期	12月31日(中間決算期日6月30日)
定時株主総会	3月下旬
基準日	毎年12月31日
公告	電子公告または日本経済新聞
名義書換代理人	中央三井信託銀行株式会社 東京都港区芝3-33-1
同事務取扱所	中央三井信託銀行株式会社 証券代行部 東京都杉並区和泉2-8-4 TEL.0120-78-2031
同取次所	中央三井信託銀行株式会社 全国各支店 日本証券代行株式会社 本店及び全国各支店

楽天株式会社 TEL.03-4523-1111 www.rakuten.co.jp/info
東京都港区六本木6-10-1 六本木ヒルズ森タワー 〒106-6118