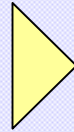


2002年度第2四半期 事業進捗状況

2002年8月22日
楽天株式会社

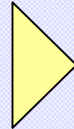
ポイント

■ 過去最高の売上・営業利益



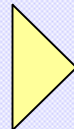
- 従量課金が想定通りの結果
- 広告売上も過去最高

■ 流通総額の伸びは一時的な調整後、再拡大へ



- 前年同期比 53.8%増
- 従量課金による高額商品の一時的な減少

■ 流通総額増大への積極的施策



- パーティカル戦略の強化
- OEM・アフィリエイトの推進
- ポイントプログラム
- R-MailのHTML化
- サポート体制の強化

■ 連結子会社は引き続き好調

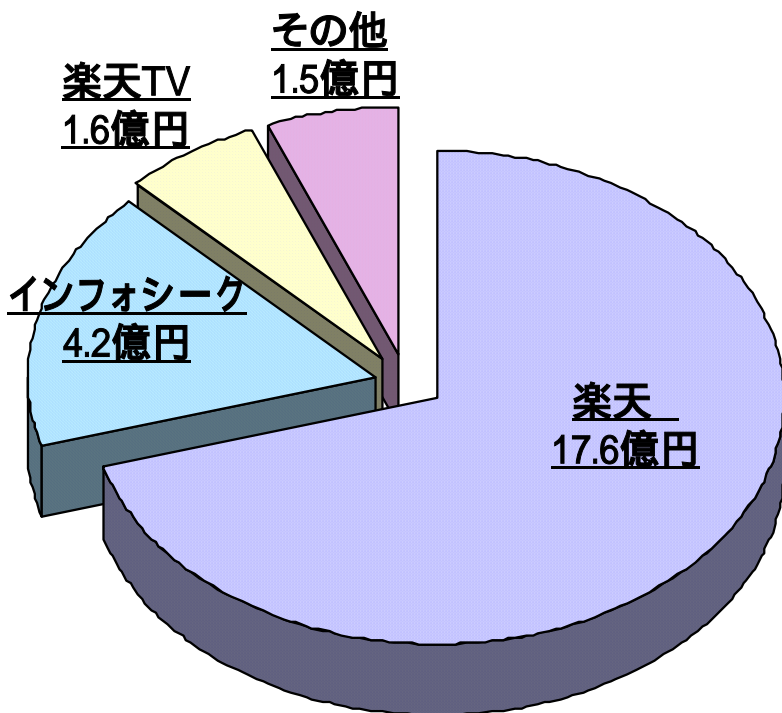


- 連結子会社の営業利益は80百万円
(前四半期比+20.5%)

楽天グループハイライト



< 2002/2Q売上高 >



円グラフの売上高は内部売上高をも計上

< 2002/2Q業績まとめ >

社名	2002/2Q 売上高	構成比	営業利益	構成比	営業 利益率
楽天	17.6億円	74.4%	5.2億円	86.4%	29.6%
インフォシーク	4.2億円	18.1%	0.4億円	6.8%	9.6%
その他	3.1億円	13.2%	0.3億円	6.5%	12.5%
内部売上高 消去	1.3億円	5.7%	-	-	-
連結売上高	23.7億円	100.0%	6.0億円	100.0%	25.5%

リーチ比較

Property別 7月 Home Panel

Property	リーチ (%)
Yahoo!	76.8
Nifty	49.2
MSN	46.4
Rakuten	44.5
NEC	43.4
Microsoft	43.2
Sony	35.3

目 次

■ 楽天ハイライト

■ グループ会社ハイライト

- 1 過去最高の売上・営業利益
- 2 流通総額の伸びは一時的な調整後再拡大へ
- 3 流通総額増大への積極的な施策



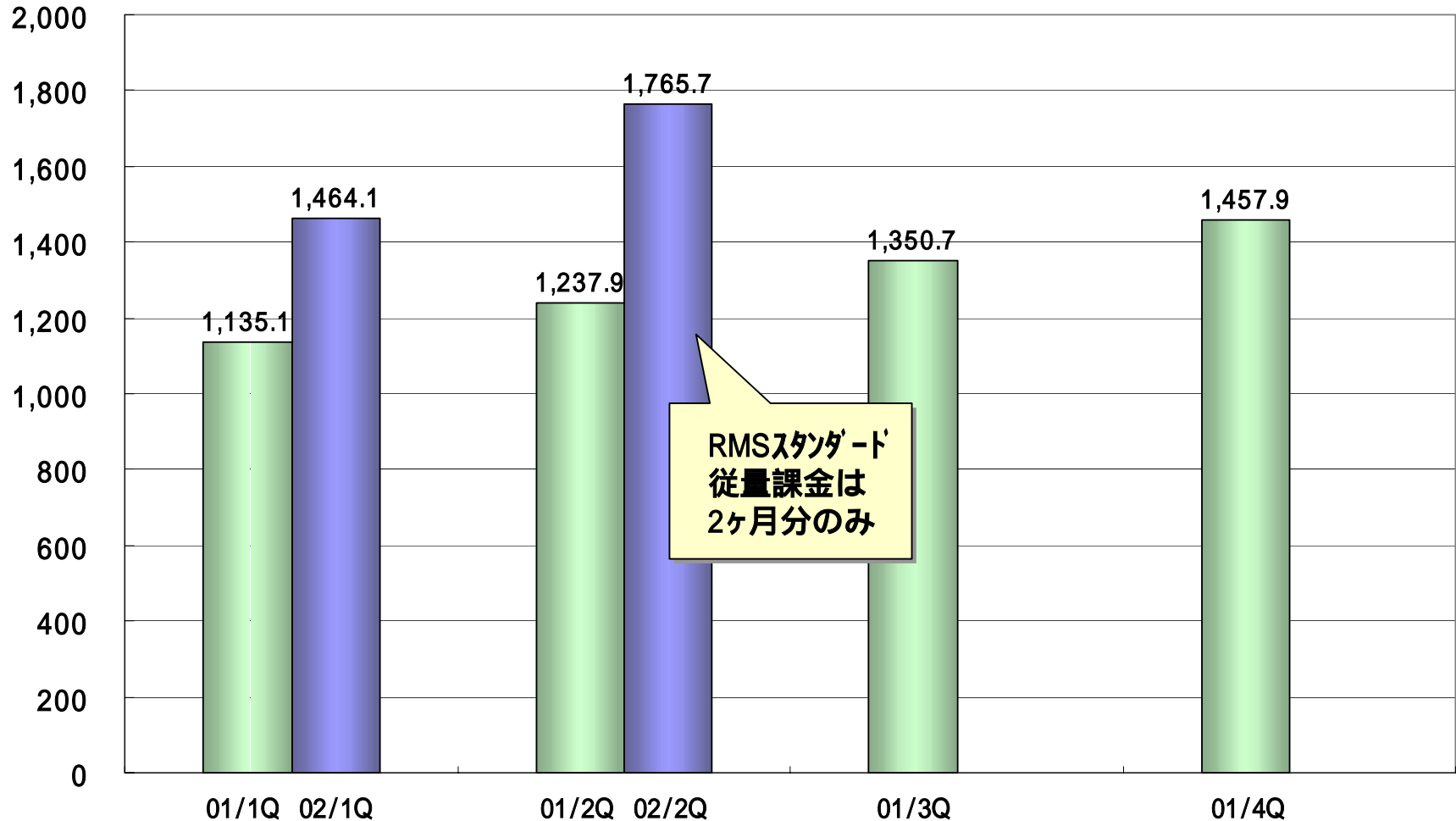
1

過去最高の売上・営業利益

売上高の推移

前期比+20.6%・前年同期比+42.6%で過去最高

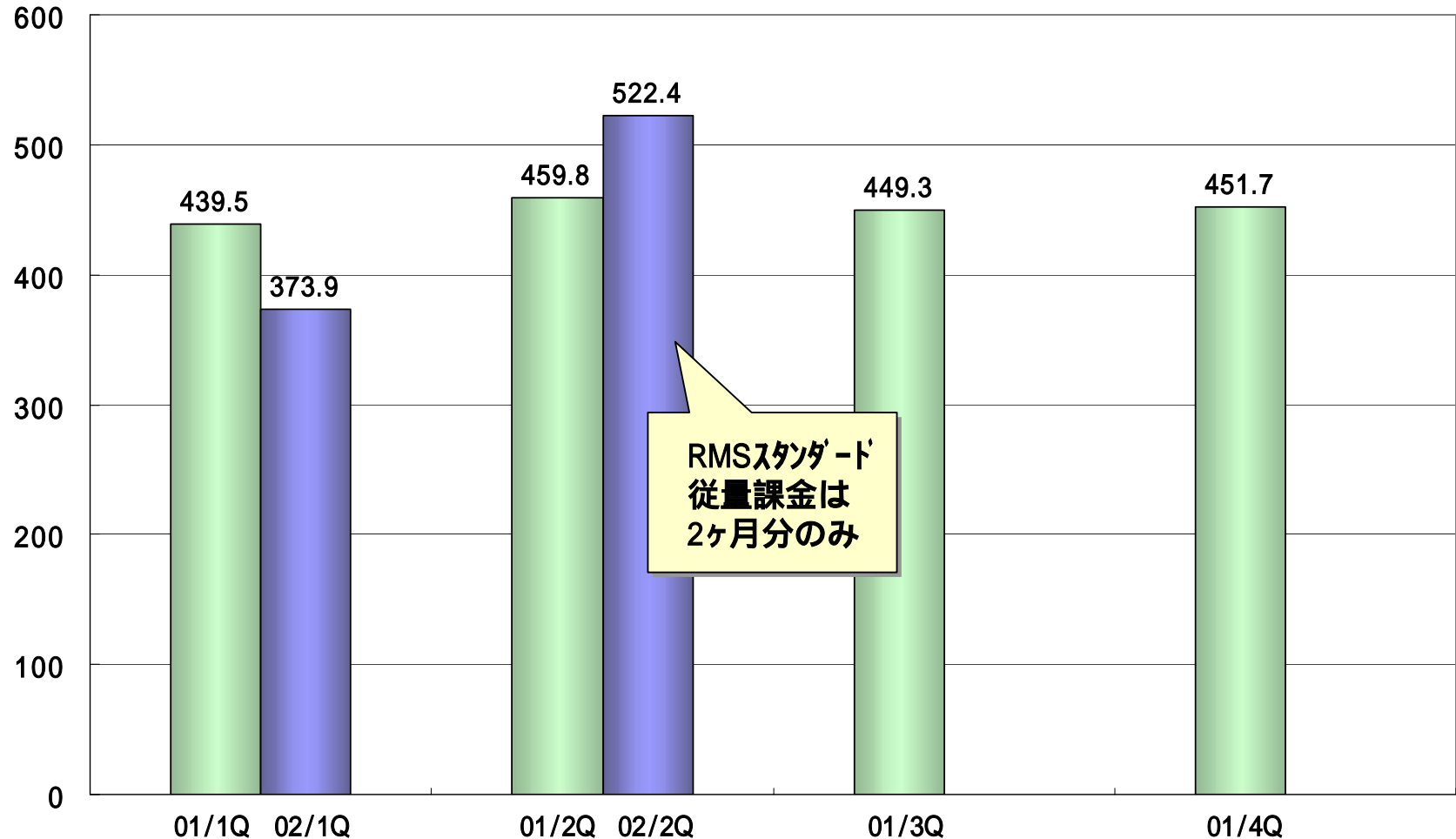
(百万円)



営業利益の推移

前期比+39.7%・前年同期比+13.6%で過去最高

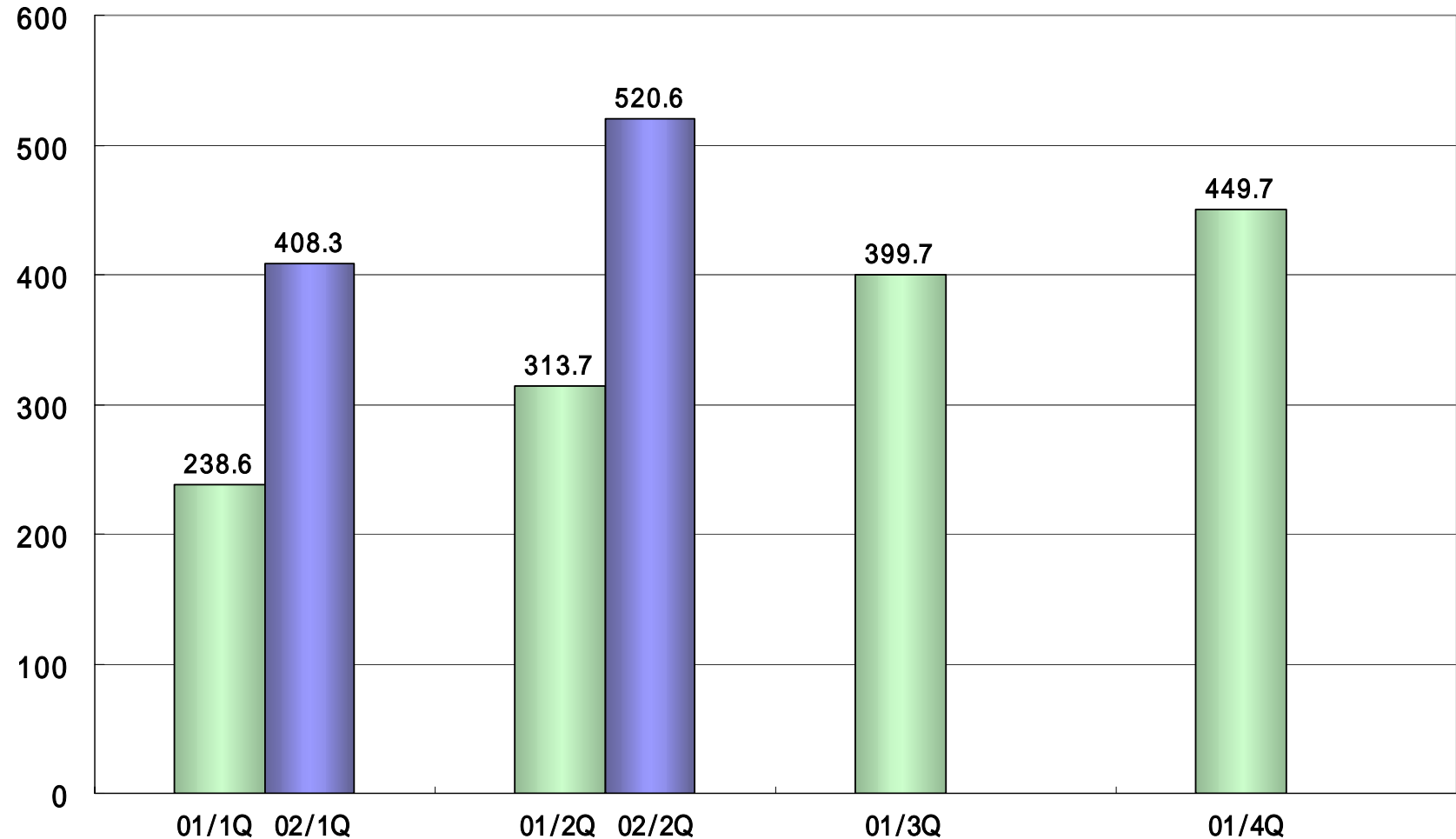
(百万円)



広告売上高の推移

前年同期比+65.9%と大幅な増加

(百万円)



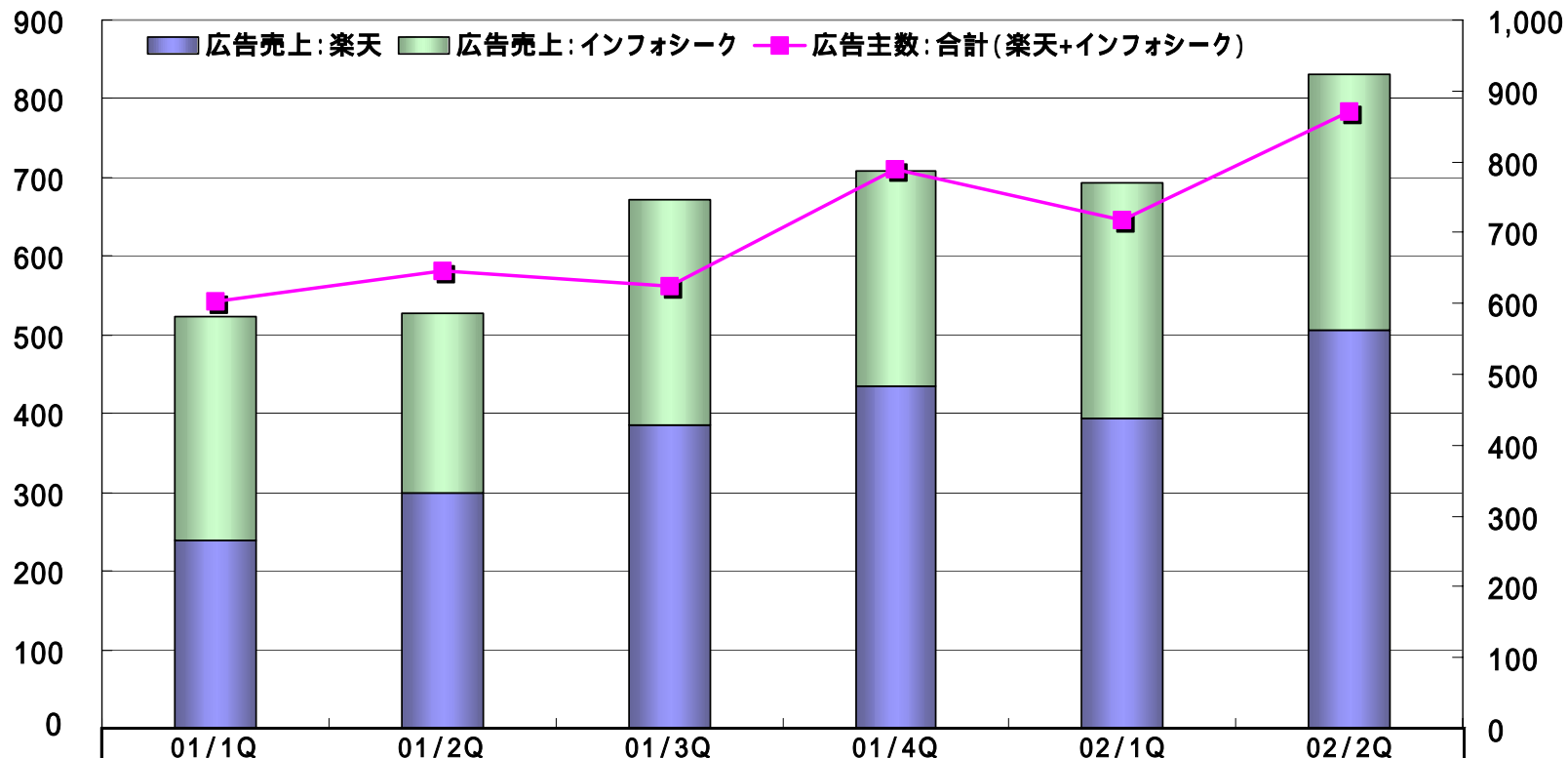
楽天グループの広告事業



広告主数は870社と業界最大規模

広告売上(百万円)

広告主数



広告売上	楽天	238.6	298.7	384.7	434.7	393.3	505.6
	インフォシーク	284.0	228.2	286.8	273.2	299.9	324.6
	合計	522.6	526.9	671.5	707.9	693.2	830.2
広告主数	楽天	399	463	413	568	490	604
	インフォシーク	204	184	211	223	227	266
	合計	603	647	624	790	717	870

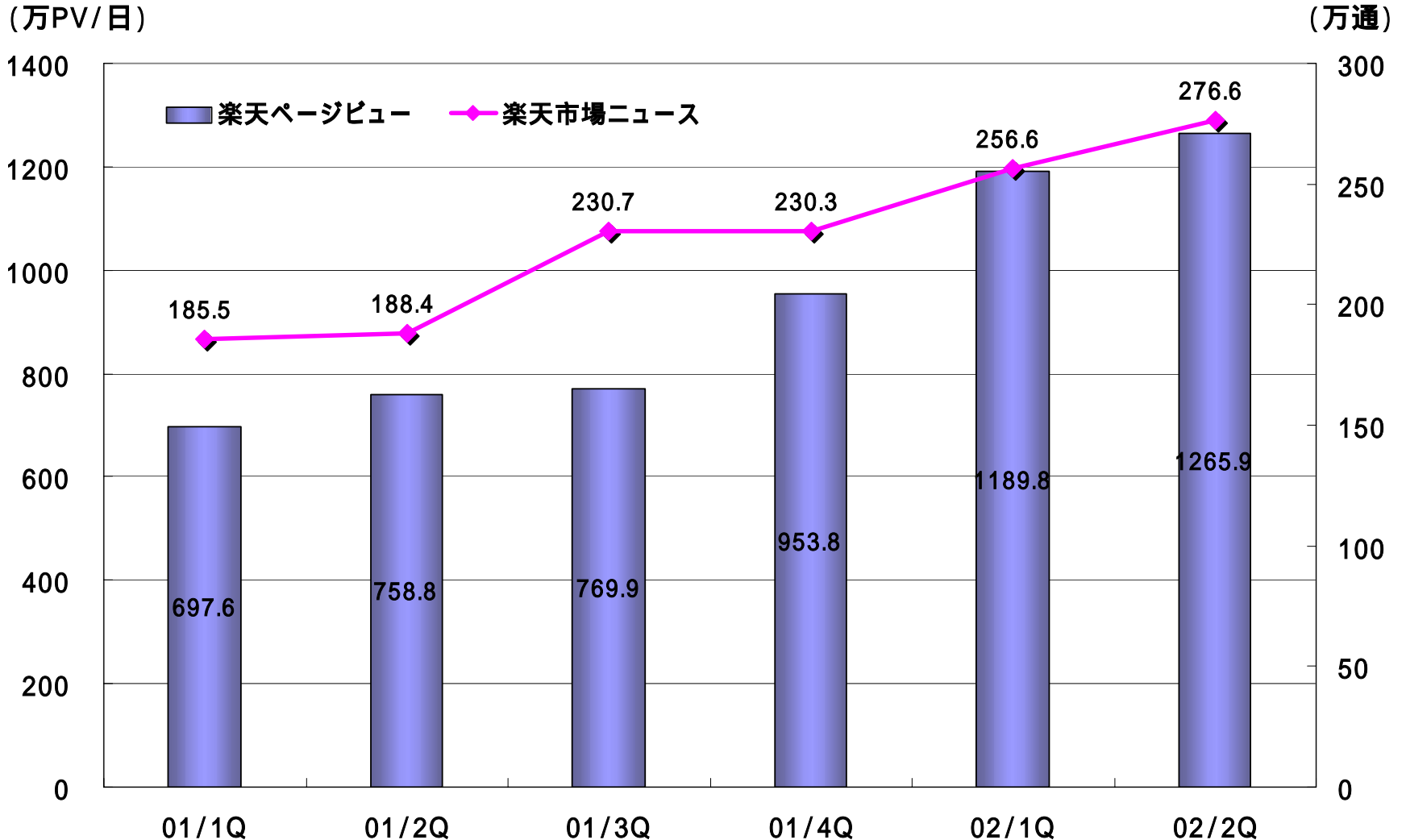
*1 楽天・インフォシーク間の売上は除く

*2 四半期の各月間広告主数の平均値

PV・楽天市場ニュース



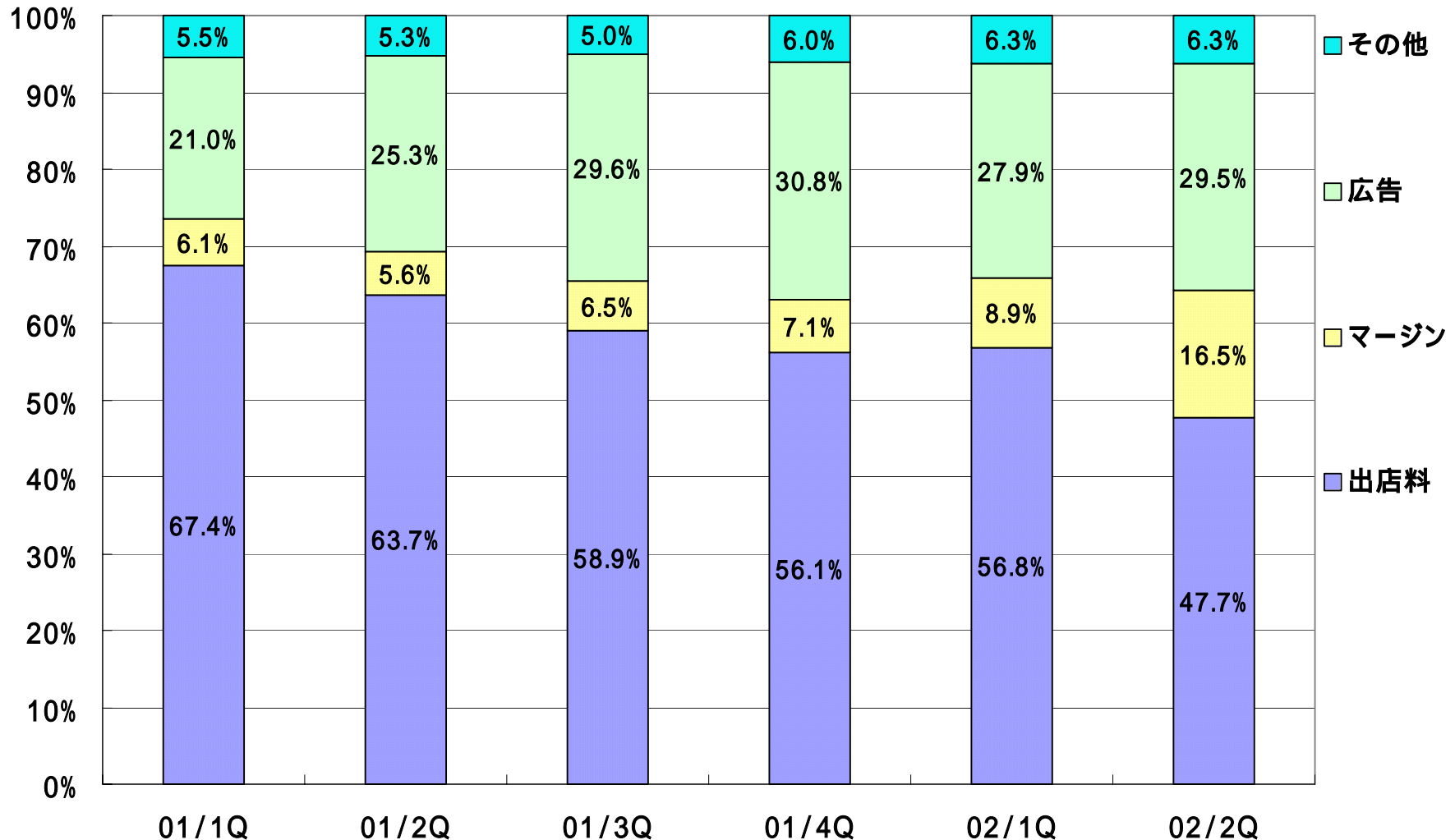
広告枠数につながるPV・メルマガ配信数も順調に増加



楽天市場ニュース配信数 = 四半期末時点の一回当たり配信数

売上構成比の推移

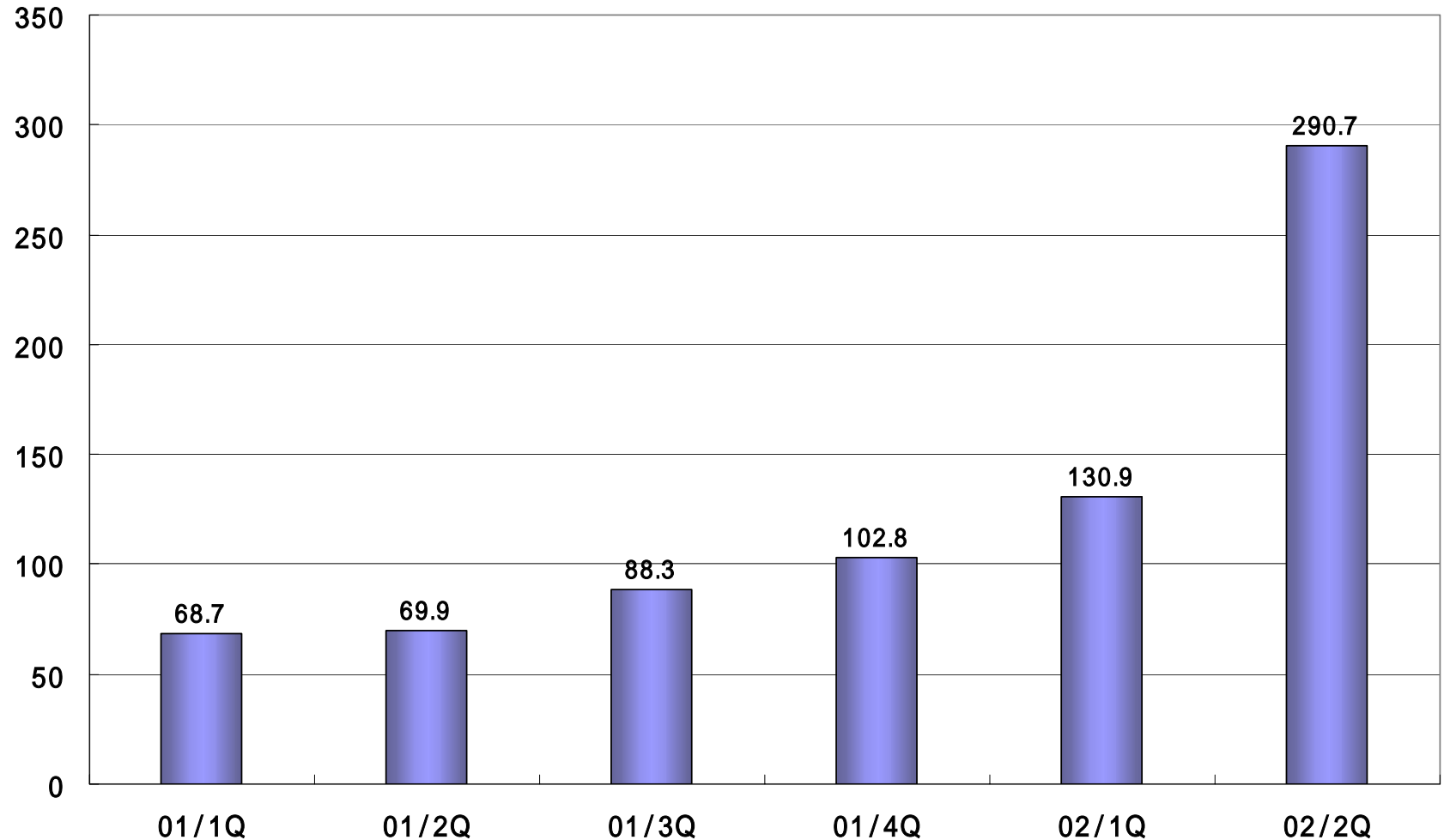
マージン売上が拡大、ビジネスモデルの転換進む



マージン売上の推移

RMSスタンダードへの従量課金導入で急拡大

(百万円)



マージン売上の内訳

RMSスタンダードが2ヶ月分ながら全体の約半分

	02/2Q
RMSスタンダードシステム利用料	137百万円
その他	153百万円
マージン売上計	290百万円

×2ヶ月

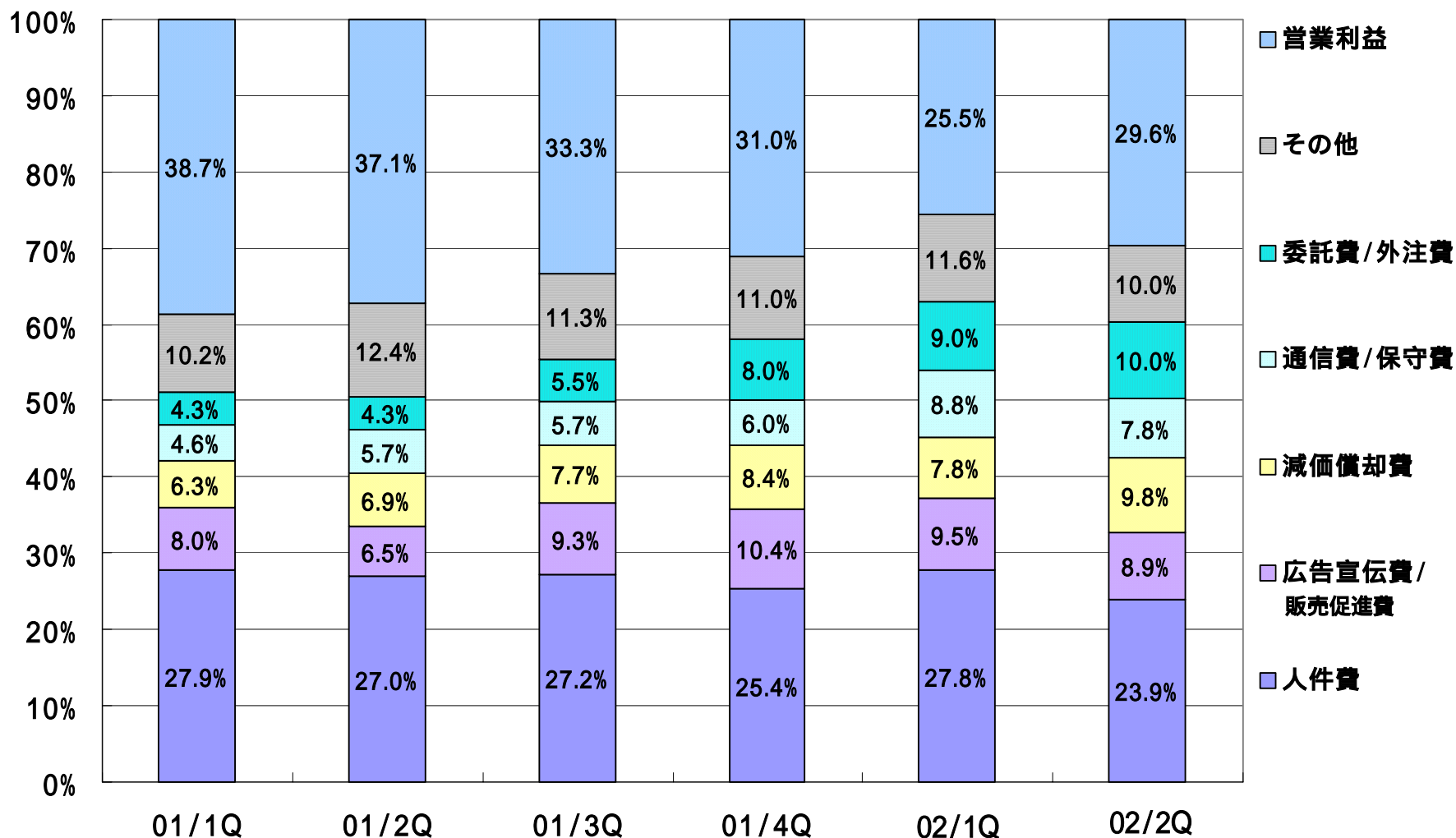
RMSスタンダードシステム利用料	02/2Q 1ヶ月平均 ^{*1}
課金対象金額	2,634百万円
平均課金料率	2.6%
課金対象店舗数	982
(全体に対する割合)	(19.4%) ^{*2}

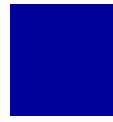
*1 2002/2Qは4月・5月の2ヶ月分の課金が計上されており
数値は2ヶ月の平均値

*2 RMSスタンダードの月末オープン店舗数に対する割合

営業費用構成比の推移

利益率は30%弱まで回復





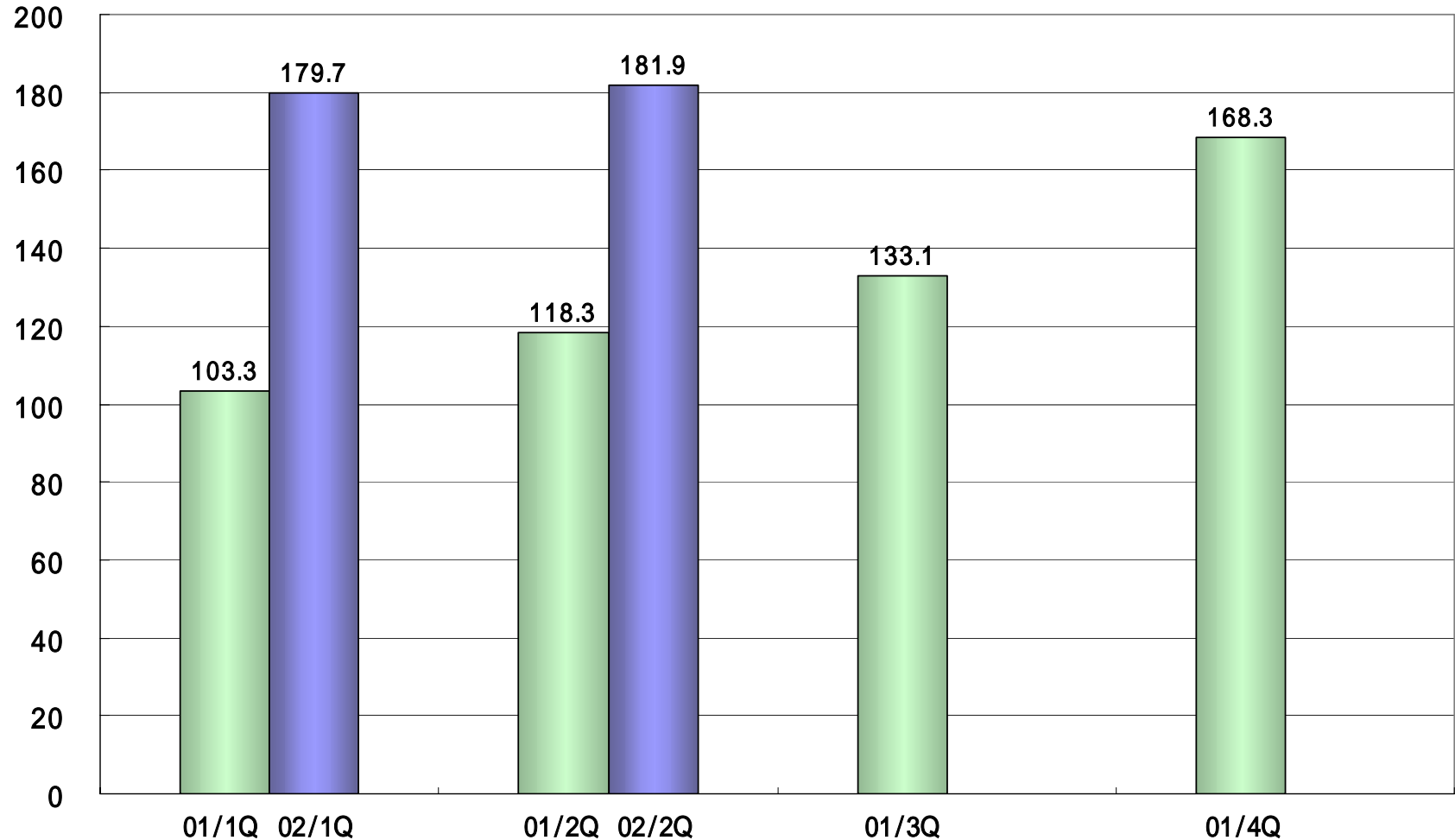
2

流通総額の伸びは一時的な調整後
再拡大へ

流通総額の推移

従量課金の導入で一時的な調整あるも、前年同期比+53.8%

(億円)



流通総額=モール(通常購入・スーパーオークション・共同購入)・フリマ・モバイル・ビジネスサービス・トラベル・ゴルフ・グッズ

一店舗当り流通額の推移

一店舗当り流通額は前年同期比+40.8%

(万円)



店舗当り流通額=メール(通常購入・スーパーオークション・共同購入)・モバイル÷オープン店舗数(メールのみ)

購入者の分析

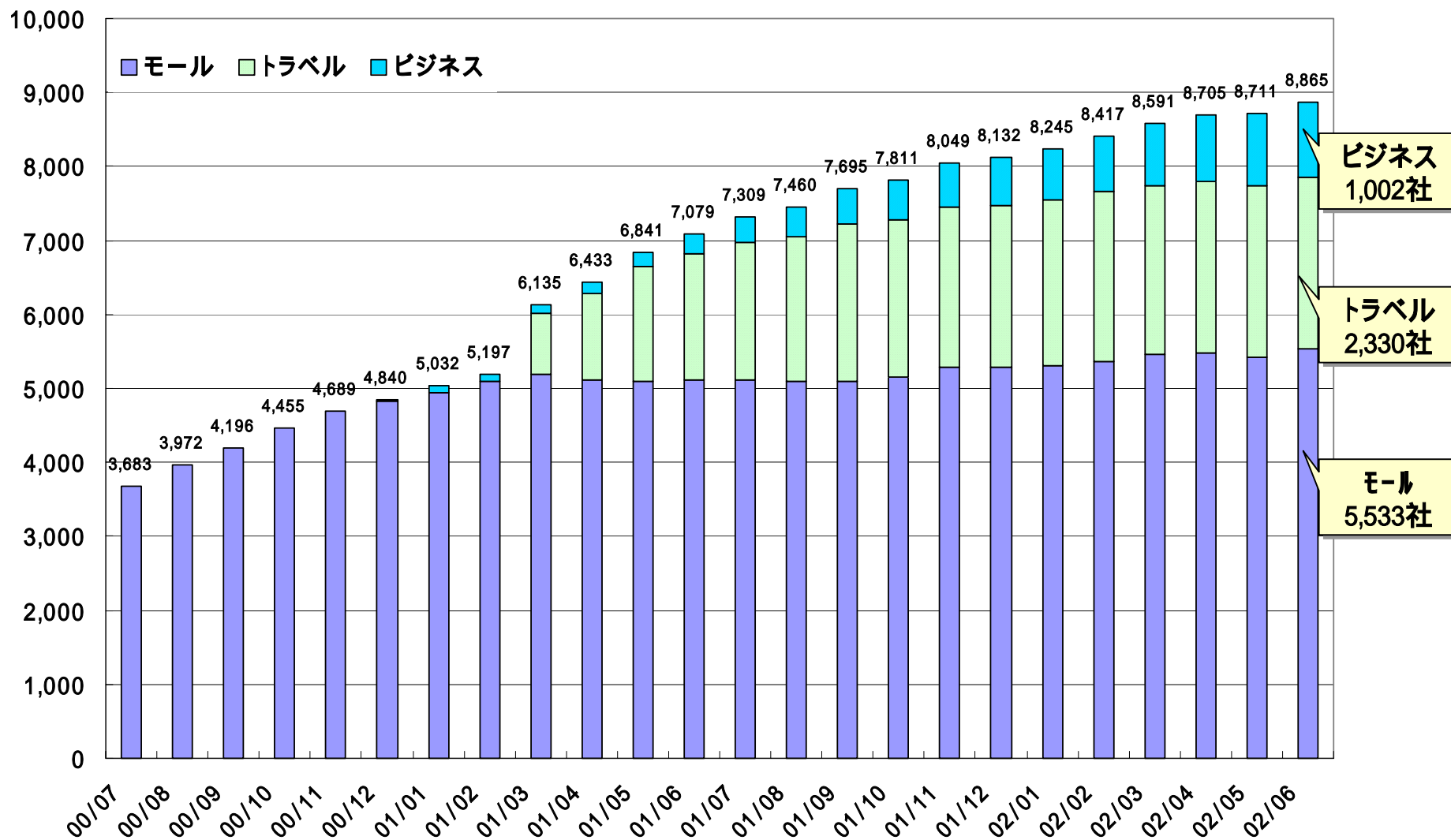
従量課金で単価はダウンも、購入者数・回数は順調に増加

	2001/2Q	2001/3Q	2001/4Q	2002/1Q	2002/2Q
ユニーク 購入者数	約48万人	約52万人	約63万人	約73万人	約83万人
平均購入回数	約1.6回	約1.8回	約1.9回	約1.9回	約2.0回
1注文当たりの 購入金額	約12,300円	約12,000円	約12,100円	約11,200円	約9,500円

モールでの通常購入及び共同購入に基づく数値

契約出店社数の推移

全体は順調に増加、ビジネスは1000社を突破



モール出店数・退店数推移



従量課金に伴う退店(152店舗)にも関わらず店舗数は増加

	2001年7月		2001年8月		2001年9月		2001年10月		2001年11月		2001年12月	
出店数	217		157		171		280	(73)	318	(173)	177	(107)
退店数	210		179		171		227	(5)	169	(0)	188	(1)
課金店舗数	5,113		5,091		5,091		5,144	(78)	5,293	(251)	5,282	(357)

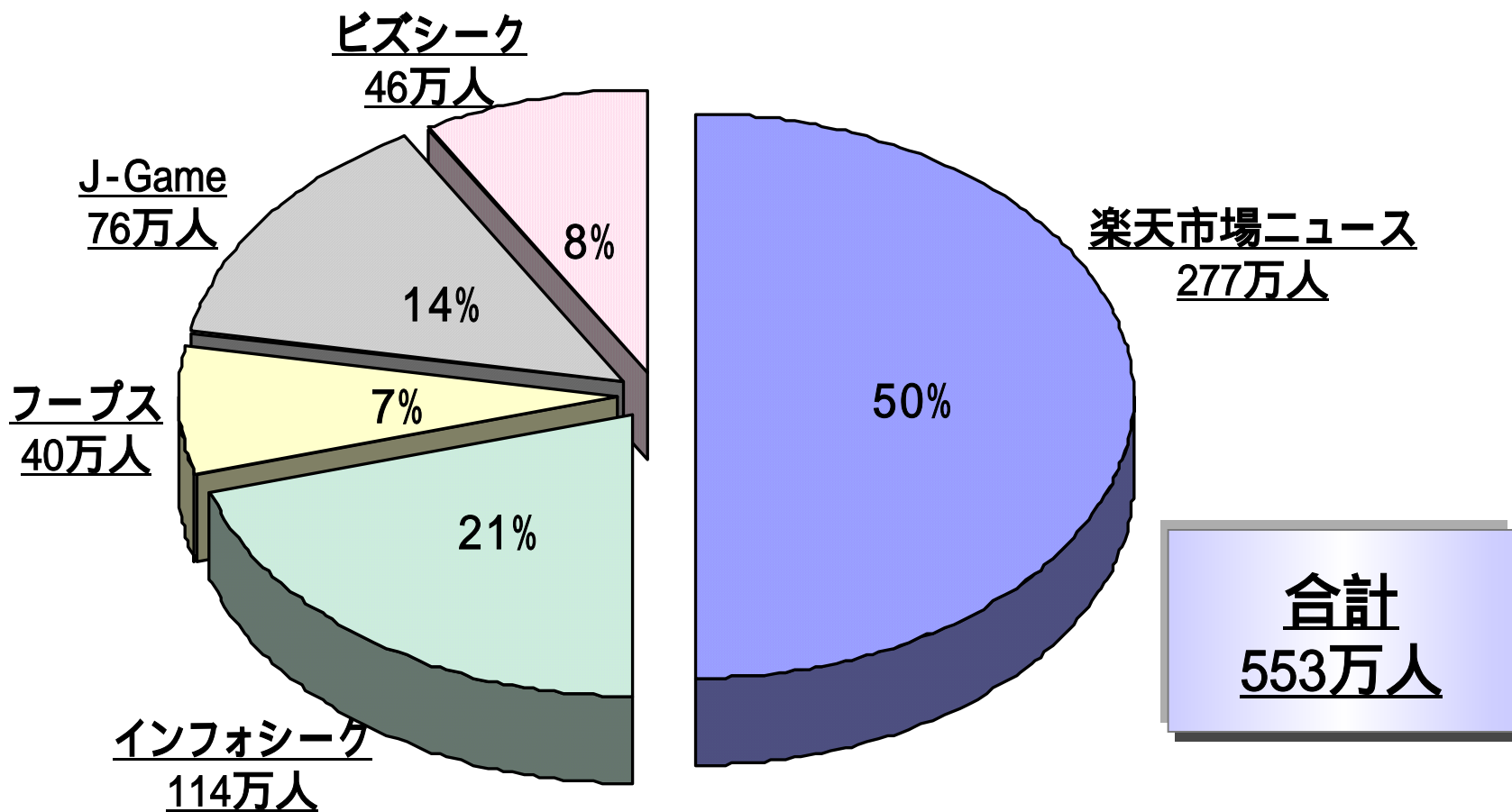
	2002年1月		2002年2月		2002年3月		2002年4月		2002年5月		2002年6月	
出店数	215	(124)	276	(151)	278	(161)	291	(163)	241	(132)	291	(158)
退店数	197	(13)	204	(30)	195	(52)	260	(43)	299	(61)	186	(76)
課金店舗数	5,300	(468)	5,372	(589)	5,455	(698)	5,486	(818)	5,428	(889)	5,533	(971)

()内は楽天ライトで内数

退店数にはライト・スタンダード間のプラン変更を含む

楽天グループ会員数

楽天グループの会員数は合計で553万人



各サービス間の重複は除いていない

2002年6月現在



3

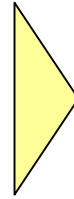
流通総額増大への積極的な施策

流通総額増大の施策

バーティカル戦略の強化

||

ジャンルの専門化

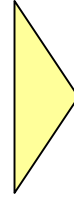


- サブジャンルの「専門市場」化
- ジャンル毎のメルマガ発刊
- トラベル事業の分社化

OEM・アフィリエイトの推進

||

新規ユーザーの獲得

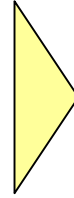


- アフィリエイトは4月、OEMは7月より
- 短期間で合計1000万円/日まで増加

ポイントプログラム

||

リピーターの増加

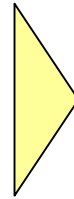


- 8・9月の2ヶ月限定で実施
- 将来の本格導入に向けた布石

R-MailのHTML化

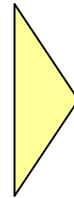
||

購買率の向上



- 一部店舗で試験運用中
- 9月にRMSの機能として本格導入予定

サポート体制の強化



- ミクロ・マクロ両面でコンサルティングを強化

楽天のバーティカル戦略



楽天

RMS

IT

ファッション

グルメ

オート

その他ジャンル
(美容 健康 インテリア等)

ビジネスサービス

モバイル

子会社・JV

トラベル(楽天トラベル)

フリマ(ピズシーク)

ブックス(楽天ブックス)

提携

不動産(ネクスト)

ゴルフ(メテオポート)

各バーティカルの概要



サービス	運営主体	契約社数 (6月末現在)	料金体系
RMS	楽天	5,533	スタンダード: 50,000円/月 + 売上100万円超部分の2~3% ライト : 39,800円/月 + 売上の3.5~5%
モバイル ^{(*)1}	楽天	500	10,000円/月 + 売上の3~5%
ビジネス サービス	楽天	1,002	法人: 20,000円/月 + 2,000円/回 or 3000円/回 個人: 6,000円/月 + 1,000円/回
トラベル	楽天トラベル	2,330	予約金額の3.7%
フリマ	ビズシーク		フリマオークション: 出品料10円 ^{(*)2} + 落札価格の5% (最低100円) 中古市場 : 販売価格の10% ^{(*)3}
ゴルフ	メディアoport	402	700円/1人送客

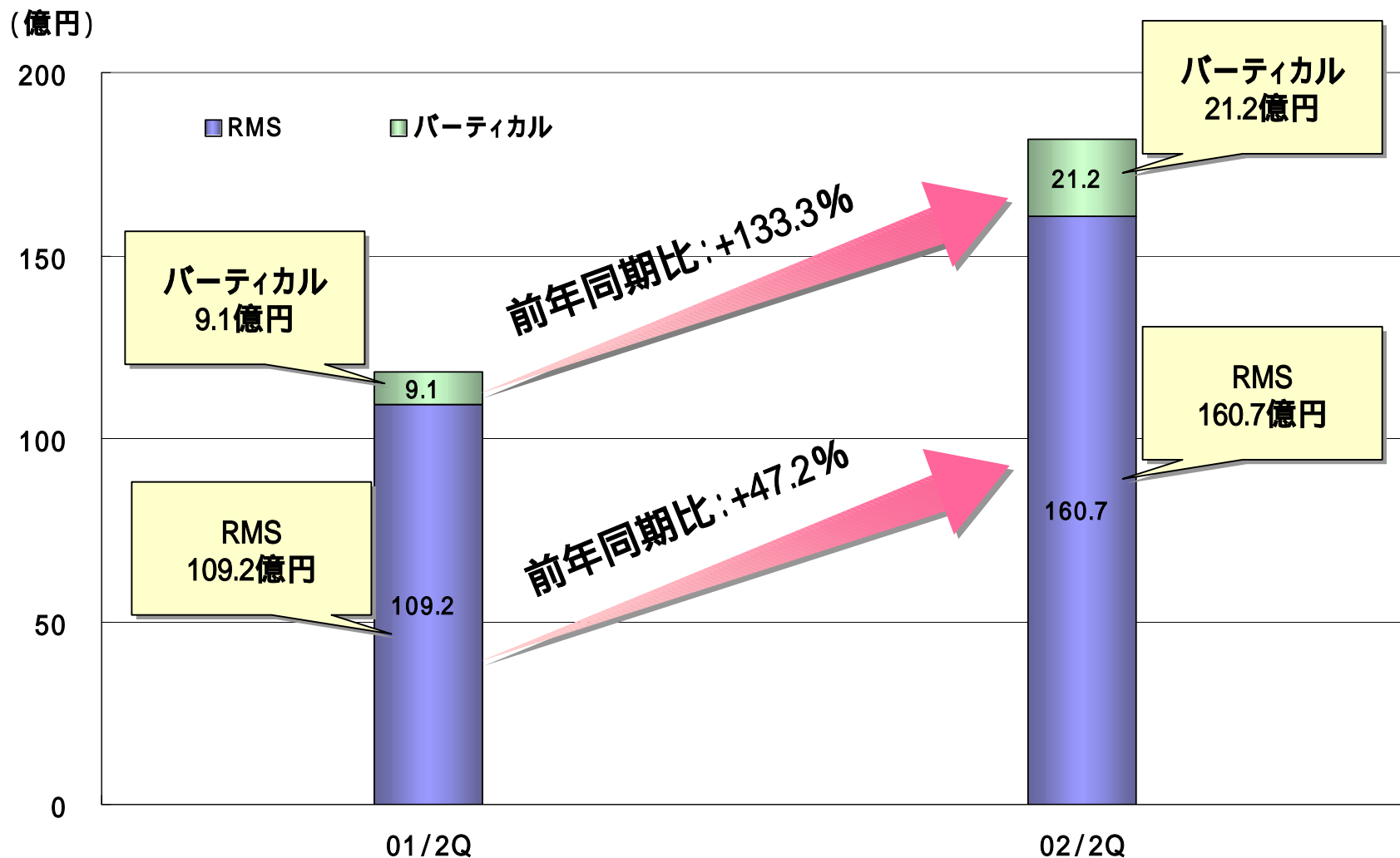
*1 RMS(スタンダード・ライト)の契約者のみ契約が可能

*2 無料キャンペーン中

*3 ブランド品カテゴリについては5%とするキャンペーン中

バーティカル分野の成長

RMS外のバーティカル分野は前年比2倍以上の急成長



RMS : モールでの通常購入・スーパーオークション・共同購入

バーティカル : モバイル・トラベル・ゴルフ・ブックス・フリマ・ビジネスサービス

バーティカルニュース配信数



ジャンル別バーティカルニュースへの登録ユーザー数は急増

(万通)

	発刊	3月	6月
デジタルニュース	2002年3月	27.8	34.8
フリマニュース	1999年11月	32.8	32.2
トラベルニュース(旅行編)	2001年4月	20.8	23.8
グルメニュース	2002年2月	7.4	21.7
トラベルニュース(ビジネス編)	2001年4月	19.5	21.3
その他(計7通)		52.6	82.0
合計		161.1	215.9

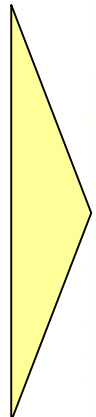
サブジャンルの「専門市場」化



一般的なページ構成から、商品特性に合わせた「専門市場」へ

- 商品に合わせた検索・コンテンツ、売れ筋ランキングなど
- サブジャンル約100の内、ワイン・ジュエリー・自動車・デジカメなど14が専門市場化

The screenshot shows the general Rakuten Ichiba homepage. At the top, there's a navigation bar with '楽天トップ' and '楽天市場'. Below that, there are several promotional banners for different categories like 'グルメ(ドリンク)', '新鮮野菜', and 'お肉'. A search bar is prominently displayed in the center. The layout is clean and organized, typical of a general e-commerce site.



The screenshot shows the 'Rakuten Wine Market' specialized page. The header features the 'WINE 楽天ワインマーケット' logo. Below the header, there's a news section with a headline about a 'World's Best Wine' award. The main content area includes a search bar with filters for '国' (Country), '産地' (Region), and '年代' (Year). A 'Wine Ranking' section is visible on the right, listing top-selling wines. The page is more detailed and tailored to wine enthusiasts compared to the general homepage.

楽天トラベルの新展開

「旅の窓口」を本格的に追撃する体制

子会社化による 機動的な体制

- 8月1日付けでトラベル事業部を楽天トラベル株式会社として分社化

経営陣の強化

- 「旅の窓口」運営会社のマイトリップ・ネット(株)より経営陣を招聘

代表取締役社長 岡武公士氏
(前マ社取締役)

取締役副会長 増見勝一郎氏
(元マ社取締役社長)

人員の増強

- 旧事業部の10人から現在17人体制へ

- ユーザーインターフェイスなどシステム面の見直し
- 予約数の多い大規模ホテルとの契約を獲得



「旅の窓口」を本格的に追撃

OEM・アフィリエイトの推進

新規ユーザーの獲得に寄与

■ OEM提携先は以下の通り

- ▶ ライコス
- ▶ インフォシーク
- ▶ ODN
- ▶ OCN
- ▶ Compaq

■ 開始後短期間で1000万円/日 (全体の約5%)の水準に

■ 店舗別アフィリエイトの導入・ 新たなOEM先の獲得で、 今後も伸びを期待

(千円) OEM +アフィリエイト日次売上



ポイントプログラム



リピート率の向上に向けて布石

- **対象** : 楽天市場(含むブックス)での商品購入・楽天トラベルでの宿泊予約
- **ポイント** : 金額1円につき1ポイント
- **還元** : ポイント数に応じて懸賞に応募
- **期間** : 8月1日～9月30日
- **将来の本格導入に向けての布石**

The screenshot shows the 'Rakuten Points Campaign' page. At the top, it displays the campaign dates '8/1 ~ 9/30'. Below this, there's a banner with the text '楽天ポイントキャンペーン' and '楽天でのお買い物、宿泊などでもれなくポイントGET!'. A central graphic shows '1円 = 1ポイント' and lists prize tiers: 70,000 points, 100,000 points, and 150,000 points, with corresponding images of a bicycle, a bag, and a TV. Below the banner, there's a section titled '楽天ポイントキャンペーンとは' which explains the campaign details, including the period from August 1st to September 30th, 2010, and the earning rate of 1 point per 1 yen. It also mentions that points can be used for purchases on Rakuten Ichiba. A '10万ポイント必ずもらえる!' section features a mug as a prize. On the right side, there's a '商品の店舗はこちらから' section with a search bar and a '商品応募ページへ進む' button.

サポート体制の強化

流通総額の増加に向けたサポートの強化

■ コンサルティングの標準化

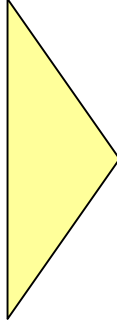
- アクセス・購買率・客単価の分析
- 「店舗カルテ」の作成

■ サポートメールのHTML化

- 店舗向け情報提供メルマガ
- ジャンル別に8月末より開始予定

■ ジャンル別店舗向けカンファレンスの開催

- ファッション・グルメなど



ミクロ・マクロ両面で
サポートを充実

- 1 グループ概要
- 2 インフォシーク
- 3 楽天ティービー

■ 1 グループ概要

2002年度第2四半期連結業績



連結子会社の営業利益は前期比+20.5%

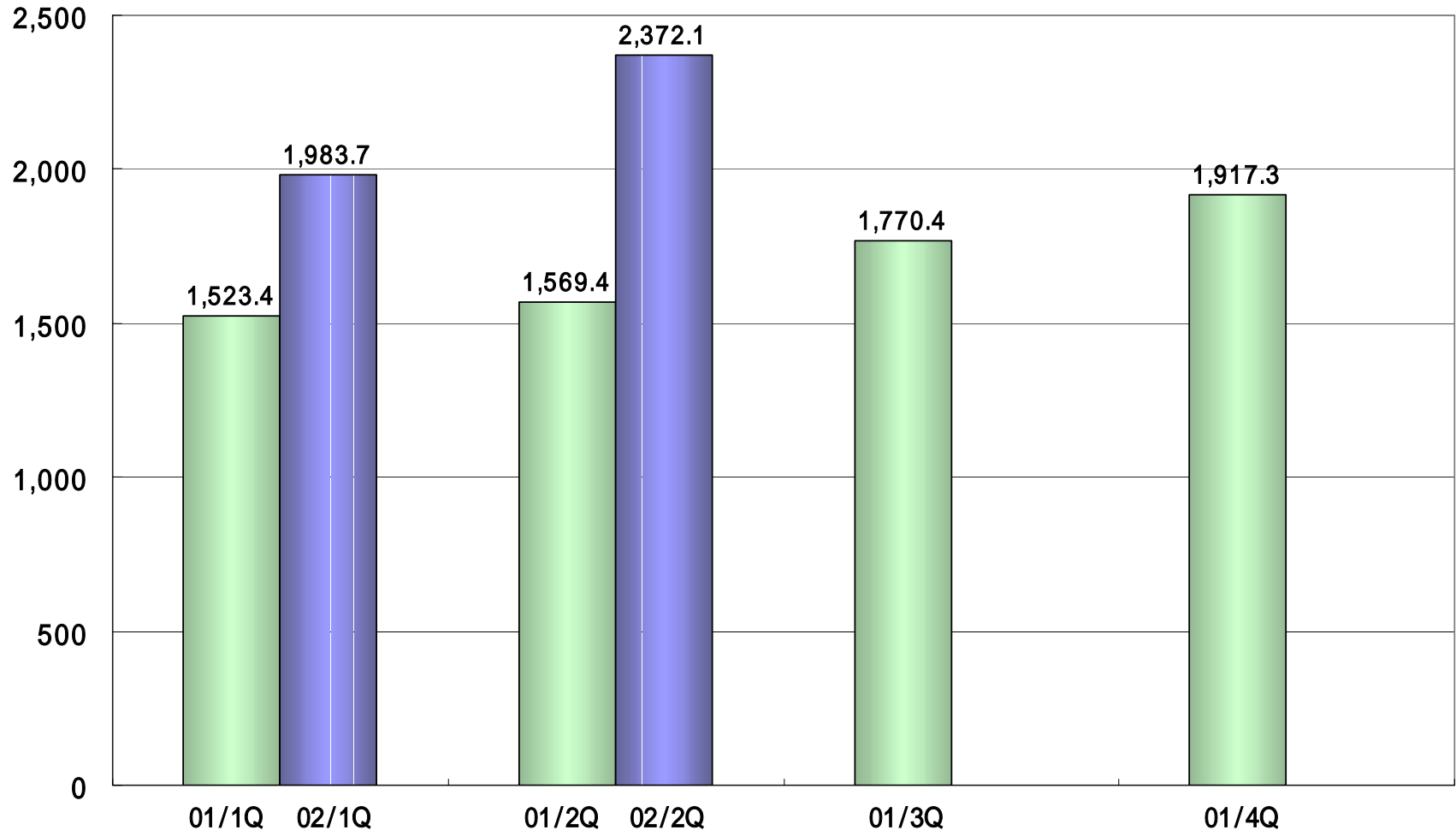
(単位:百万円)

	楽 天	インフォシーク	その他	消去又は 全社	連 結
売 上	1,765.7	429.0	313.5	136.1	2,372.1
営業利益	522.4	41.2	39.0		604.9
営 業 利益率	29.6%	9.6%	12.5%		25.5%

連結売上高の推移

前年同期比+51.1%・前期比+19.6%で過去最高

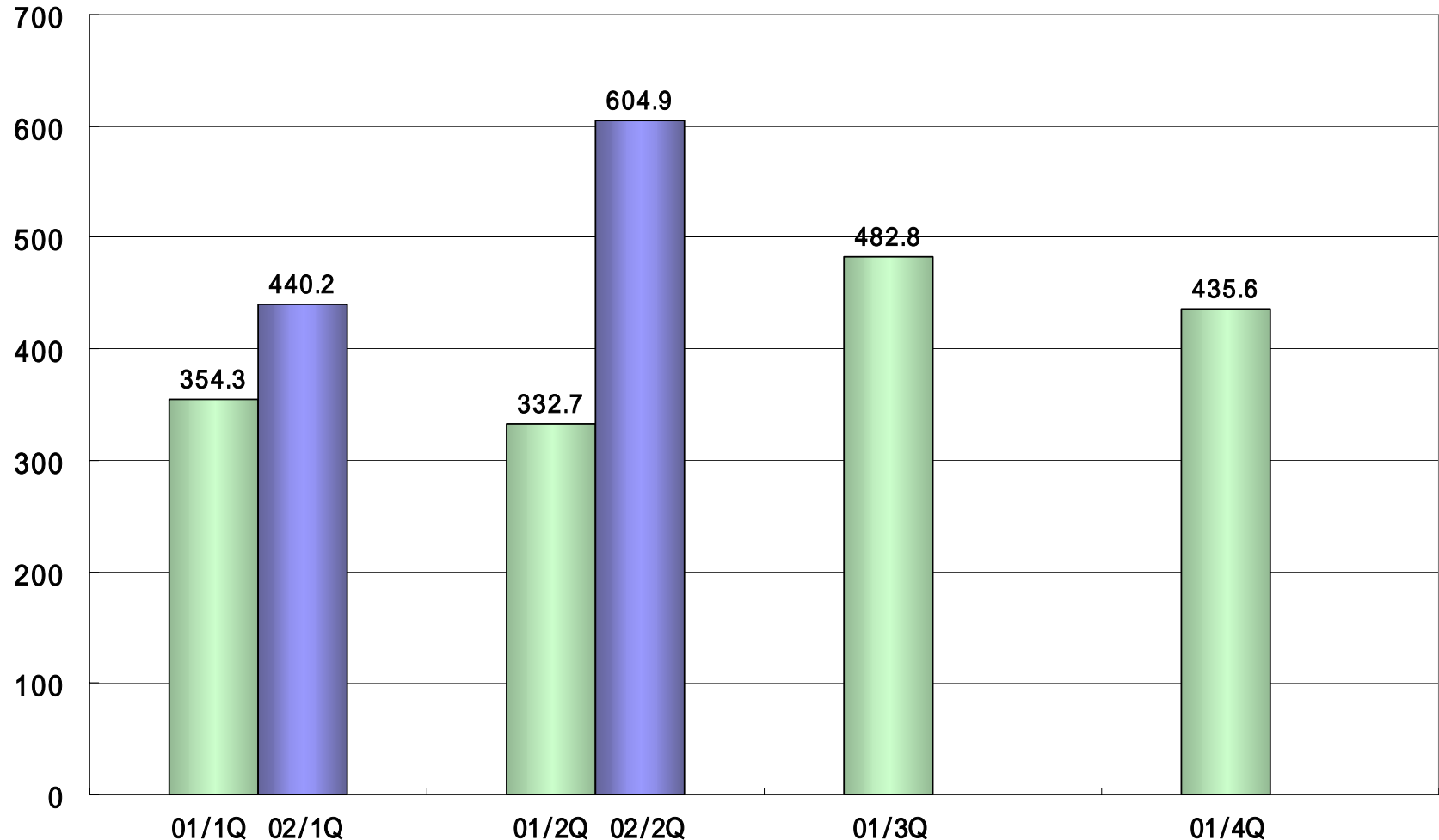
(百万円)



連結営業利益の推移

前年同期比+81.8%・前期比+37.4%で過去最高

(百万円)



主要グループ会社



主な連結対象会社

会社名	出資比率 (%)	2002/6末 BS計上額 (百万円)	事業内容
株式会社インフォシーク	100	10,708	ポータルサイトの運営
ターゲット株式会社	100	1,132	インターネット上のマーケティングサービスの提供
楽天トラベル株式会社	100	597	総合旅行サイトの運営 (*1)
楽天ティービー株式会社	100	525	Sky PerfecTVでチャンネル運営 (216・217)
株式会社ジェイゲーム	100	454	インターネットゲームの企画制作
株式会社フープス	100	359	無料HPサービスの運営 (*2)
楽天デリバリー株式会社	100	102	宅配店検索サービスの運営
株式会社ビズシーク	82	1,372	中古品売買サイト運営

*1 旧商号・株式会社インフォキャスト、2002年8月に楽天トラベル事業を分社化

*2 2002年10月にインフォシークと合併を予定

主要グループ会社



主な持分法適用会社

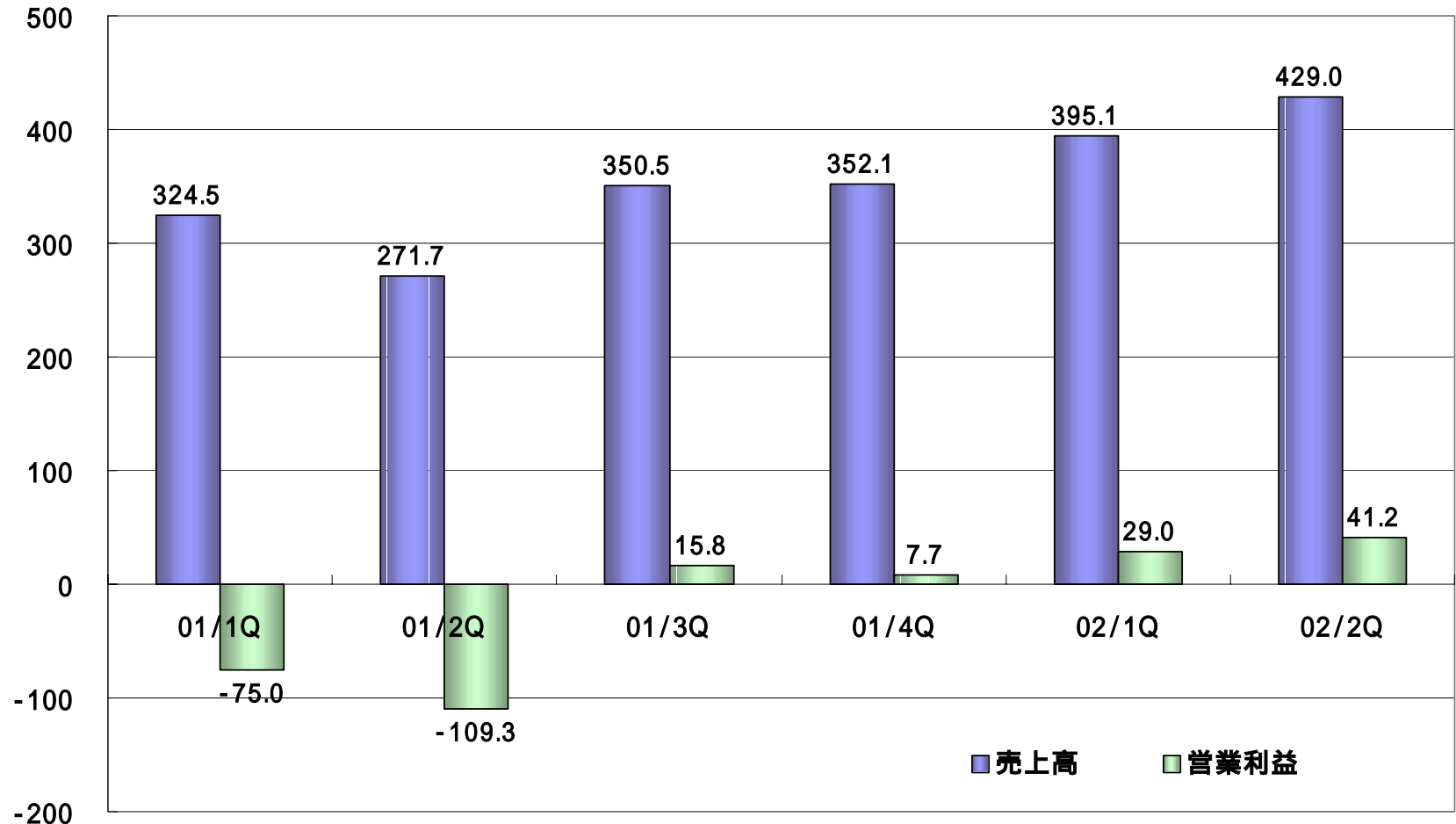
会社名	出資比率 (%)	2002/6末 BS計上額 (百万円)	事業内容
株式会社ショウタイム	50	240	ブロードバンドコンテンツの ポータルサイト運営
楽天ブックス株式会社	50	200	インターネット上での書籍販売
株式会社トラフィックゲート	50	100	アフィリエイトサービスの提供
シグニチャージャパン株式会社	48	798	ダイニング・ア・ラ・カード事業
テクマトリックス株式会社	37	1,536	ソフトウェアの販売・保守
株式会社ネクスト	21	225	不動産検索サイトの運営

■ 2 インフォシーク

売上・営業利益の推移

第2四半期も増収増益

(百万円)



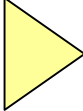
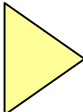
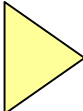
第2四半期の主な施策 -営業-

付加価値の高い広告商品の開発に成功

- エキスパンDBanner・大型Bannerを採用
- タイアップ広告の強化
- 営業人員の増強
- 既存メニューの限界を打破
- 消費財メーカー等の出稿も実現
- 各代理店へのフォロー強化による継続案件増加

第2四半期の主な施策 -サービス-

効率的にサービスを充実

- テレビ・雑誌など、他メディアとの提携強化  ■ 認知度の向上によるトラフィックの増大
- レンタルチャット・レンタル掲示板等コミュニティサービスの強化  ■ リーチの拡大
- ワールドカップ特集、ダイエット特集など、季節に応じたサービスの強化  ■ タイアップ広告の販売へ

リーチ

3強時代一層鮮明に

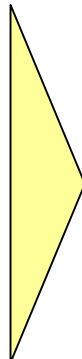
ドメイン名	4月	5月	6月
yahoo.co.jp	70.4	71.4	72.1
msn.com	31.8	33.2	31.5
infoseek.co.jp	30.3	31.0	30.7
msn.co.jp	31.2	31.2	30.4
goo.ne.jp	19.4	16.8	17.5
lycos.co.jp	21.1	23.0	12.7
excite.co.jp	14.3	15.0	14.8
google.com	9.7	10.6	10.8

HOOPS! の統合



無料HPサービスのHOOPS!をインフォシークに統合

- 10月1日付けにて株式会社フープスを合併
- コミュニティサービスなどは部分的にインフォシークに集約の方向も



3 楽天ティービー

楽天ティービーハイライト



新規番組スタートで増収、業績は堅調に伸長



- 従来の公営競技・TVショッピング等の番組配信に加えて、4月より新レギュラー番組もスタート。収益は順調に伸長
- 新規クライアント獲得に注力し、扱いクライアント数増大を実現
- 「楽天TVショッピング」による動画配信をShowTime、スカパー！BBにも提供。動画を利用したEコマースを拡大。