

# 楽天経済圏における ユーザーマーケティングソリューション について

**Rakuten Payment**



## 笠原 和彦 (かさはら かずひこ)

### 【経歴】

昭和52年3月	同志社大学 経済学部卒業
昭和52年4月	日本オリベッティ株式会社入社
昭和57年1月	日本電気株式会社 入社
平成元年10月	カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社 同社取締役 株式会社アダムス* 代表取締役副社長 *現株式会社Tポイント・ジャパン
平成16年4月	株式会社Tカード* 代表取締役社長 *現株式会社Tポイント・ジャパン
平成23年11月	株式会社ワールド 常務執行役員
平成26年11月	楽天株式会社 ポイントパートナー事業長
令和元年5月	楽天株式会社 常務執行役員 (現任)
令和2年1月	楽天ペイメント株式会社 取締役副社長執行役員 ポイントパートナー事業本部長
令和2年6月	楽天ブックスネットワーク株式会社 取締役 (現任)
令和2年9月	楽天東急プランニング株式会社 代表取締役社長 (現任)
令和3年4月	楽天ペイメント株式会社 取締役副社長 副社長執行役員 (現任)

# アジェンダ

1

楽天グループについて

2

データ活用について

3

楽天が取り組んでいるソリューション

4

楽天ペイアプリがご支援できること

# アジェンダ

1

楽天グループについて

2

データ活用について

3

楽天が取り組んでいるソリューション

4

楽天ペイアプリがご支援できること

# 楽天グループにおける主要数値

ECを含むインターネットビジネス、フィンテックビジネスを中心に堅調に推移。  
 月間アクティブユーザーは4,402万人となり、楽天エコシステムの顧客基盤も引き続き成長。



国内メンバーシップ  
 (楽天会員数)<sup>\*1</sup>  
**1億超**

国内EC 流通総額<sup>\*2</sup>  
**6,0兆円**

楽天アクティブ会員<sup>\*3</sup>  
**4,402万人**

楽天カード取扱高<sup>\*4</sup>  
**24,0兆円**

楽天銀行預金残高<sup>\*5</sup>  
**12,0兆円**

楽天証券口座数<sup>\*6</sup>  
**1,234万口座**

\*1:楽天会員数：ID登録完了後1回以上ログインをしたことのあるID（退会者除く）  
 \*2:2025年2月時点 \*3:2025年3月時点 \*4:2024年実績 \*5:2025年2月時点 \*6:2025年5月時点



# フィンテックセグメント通期主要指標



\*1: 日本会計基準; \*2: 表示単位未満切り捨て; \*3: ジュニアNISA除く

Source: 楽天グループ(株) 2025年2月14日(金)発表 2024年通期及び第4四半期決算資料より

# 楽天ポイントカードについて

楽天ポイントを活用して、楽天会員基盤からリアル店舗への送客を行うとともに、顧客の利用状況(新規・継続・離反)に応じたマーケティング支援にて売上拡大を実行

楽天会員



楽天ポイントで  
お買い物できる  
お店に行こう！

楽天ポイントカード



楽天カード



発行枚数**3,221**万枚  
取扱高**24.0**兆円  
取扱高シェアは国内最大の**23.4%**

楽天ポイントアプリ



パートナー企業様



楽天会員

**1億ID以上**

楽天グループサービス  
利用情報を蓄積

楽天会員

**20~50代**

若中年・ファミリー世代が  
メインユーザー

楽天ポイント

**6,500億**

(2023年)

「ポイント総合満足度」  
**No 1**



# アジェンダ

1

楽天グループについて

2

データ活用について

3

楽天が取り組んでいるソリューション

4

楽天ペイアプリがご支援できること

# 楽天グループのデータ



## 基本属性・ライフステージ

### 基本属性

メールアドレス  
氏名/性別/生年月日  
住所/連絡先  
会員ランク

### 推定属性

年収・資産情報  
住居形態・雇用形態  
結婚・子供の有無  
車・オートバイ所有  
ペットの有無



## 趣味・嗜好



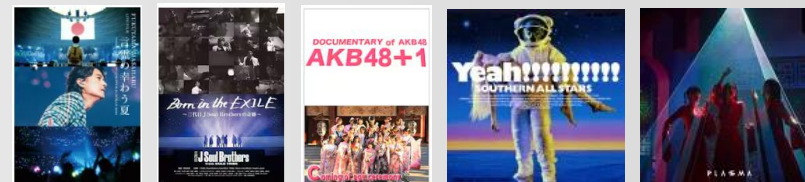
スポーツや音楽ジャンルへの興味  
シーズンイベントへの参加状況  
ブランドやストアの好みの傾向  
各商品ジャンルの興味度



## エンタメ関連情報

Rakuten ブックス Rakuten TV Rakuten music Rakuten チケット

- ✓ CD・本・DVD・ゲーム購入履歴
- ✓ 配信ライブ視聴履歴



## 購買情報 (Online/Offline)

Rakuten (楽天市場) Rakuten マート Rakuten Fashion Rakuten POINT

- ✓ ECでの購買情報・実店舗での購買情報



Note) 各種KPI数値：24年第三四半期決算発表より

# 楽天グループのデータについて

## Rakuten Data ※一部抜粋

### R ID

メールアドレス

基本情報（氏名 / 生年月日 / 性別）

連絡先情報（住所 / 電話 / 携帯）

会員ランク（ダイヤモンド / プラチナ）

### Rakuten 楽天市場

カテゴリ別 閲覧/購買実績  
大カテゴリ36+ 数百小カテゴリ  
メンズ/レディース/靴/バッグ・小物/パソコン/  
家電/TV/食品/スイーツ・お菓子/インテリア/日  
用雑貨・食器/美容・コスメ等

年間購入額

購買傾向（ジャンル購買頻度など）

### Rakuten Travel

### Rakuten GORA

宿泊 / サービス  
利用実績  
レジャー/ビジネス  
/シティ等の目的

利用詳細  
交通・子供同伴等

### Rakuten Card R POINT R Edy R Pay FinTech

Rakuten 楽天証券 Rakuten 楽天銀行

KYC（本人確認書類による正確な本人認証）  
※カード、銀行、証券など

カード他決済実績（オン/オフ）  
飲食（レストラン、ファーストフード等）  
大手百貨店決済、化粧品決済、等

資産状況（年収・世帯年収・資産残高等）

金融商品（各種ローン・FX・株の利用等）

### Rakuten Mobile

KYC（同左）

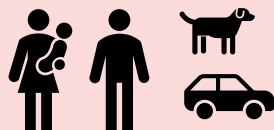
データ通信  
利用サービス/APP等

位置情報



## 得られるユーザー情報

### ユーザ属性



ライフステージ  
既婚/未婚  
子供の有無  
ペットの有無  
金融資産

### 行動



購買実績  
来場実績  
利用実績

### ユーザー心理



趣味 / 嗜好 / 行動特性

## マーケティング上の価値

### ポテンシャルターゲットの発見



### 効率的なターゲティング

### 広告効果の可視化



# データの活用事例

例えば、エンタメ関連情報と購買行動を掛け合わせてどの層のファンがこういった商材を好んでいるのか？  
を調べCMなど活用すべきタレント候補をロジックだてて決められる

- 各アーティストファン別のビール/発泡酒の購買実績のランキング
  - ✓ ファンの性別・年代別やアーティスト別によっても購買相関性が変わる

	男性35歳～49歳のファン			女性35歳～49歳のファン		
購買 ランキング	サザンオールスターズ	福山雅治	星野源	サザンオールスターズ	福山雅治	星野源
1位						
2位						
3位						

星野源ファンだけが「よなよなエール」ランクイン

同じ福山雅治ファンでも男女で人気ランキングが異なる

# 注目すべきマーケティング活動

## 従来

マスマーケティング  
広域・不特定多数

全体に向けた  
チラシ・CM等



## 今後

セグメンテーション  
商圈・属性・購買履歴・推し

パーソナライズ  
デジタル・AI・MA

顧客を見極め効率的なマーケティング活動が重要

# アジェンダ

1

楽天グループについて

2

データ活用について

3

楽天が取り組んでいるソリューション

4

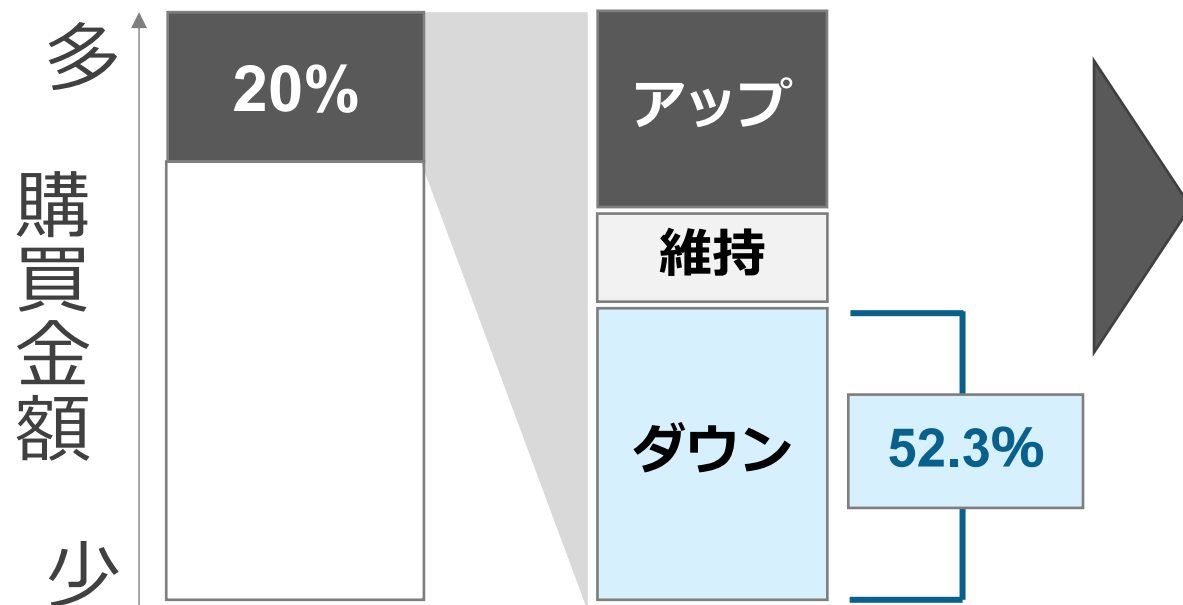
楽天ペイアプリがご支援できること



**Case 1 | AI×ID-POS×リサーチによる  
離反要因の明確化**

# ロイヤルカスタマーの離反防止にむけて

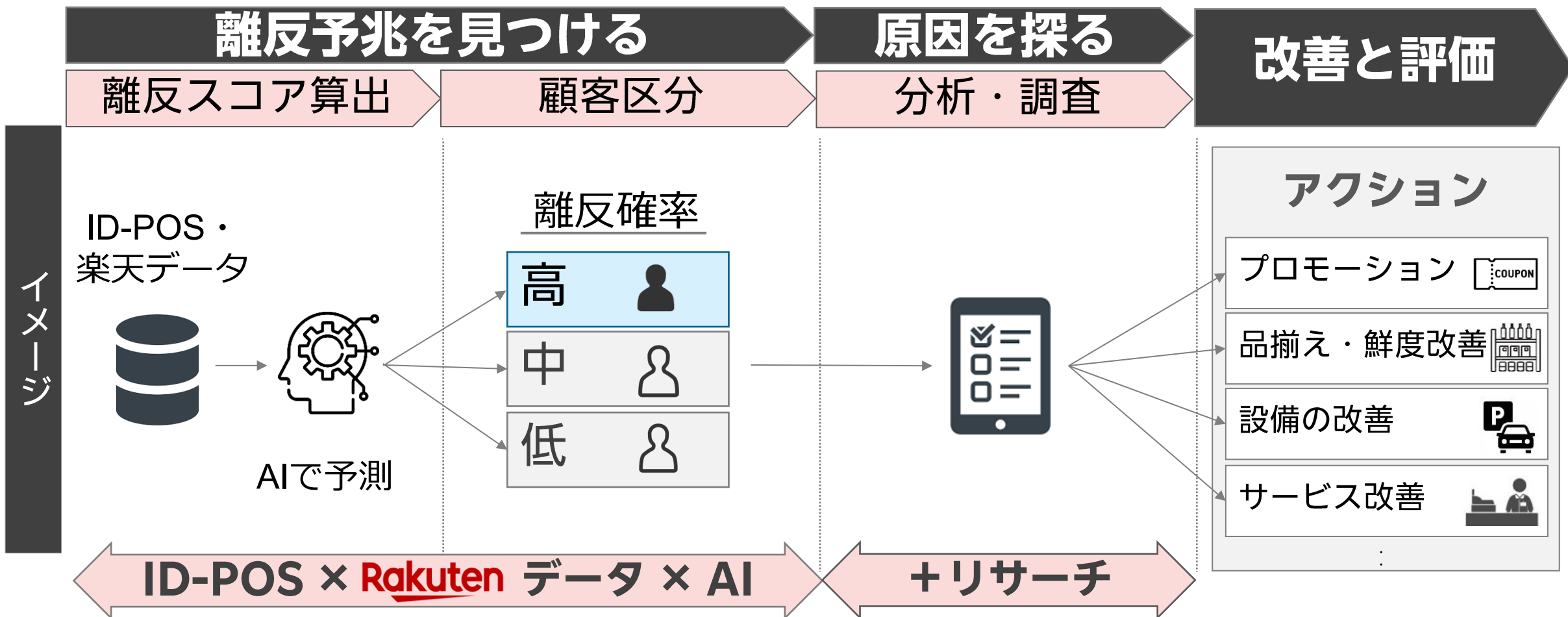
離反を止めるには？



## Rakuten Payment 離反防止ソリューション

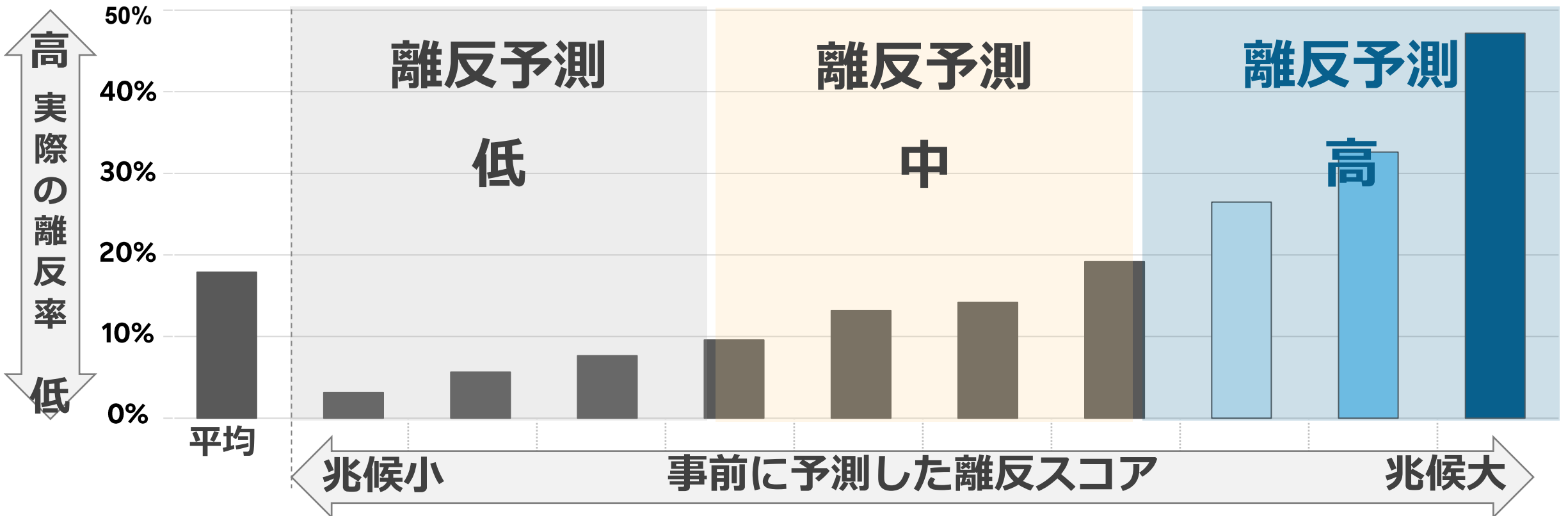
- ☑ 離反顧客の未然検知
- ☑ 来店動機や離反要因の特定
- ☑ 要因に対するアクション支援

# 離反防止パッケージのプロセス



# AIによる未来予想の制度

AIが離反予測 = 実際に購買減が大きい



# 原因を探る

## カテゴリや店舗など優先的に改善する箇所を特定

Q. 以下の商品カテゴリの「品揃え」における満足度をお答えください。

(回答人数3,000人\*)

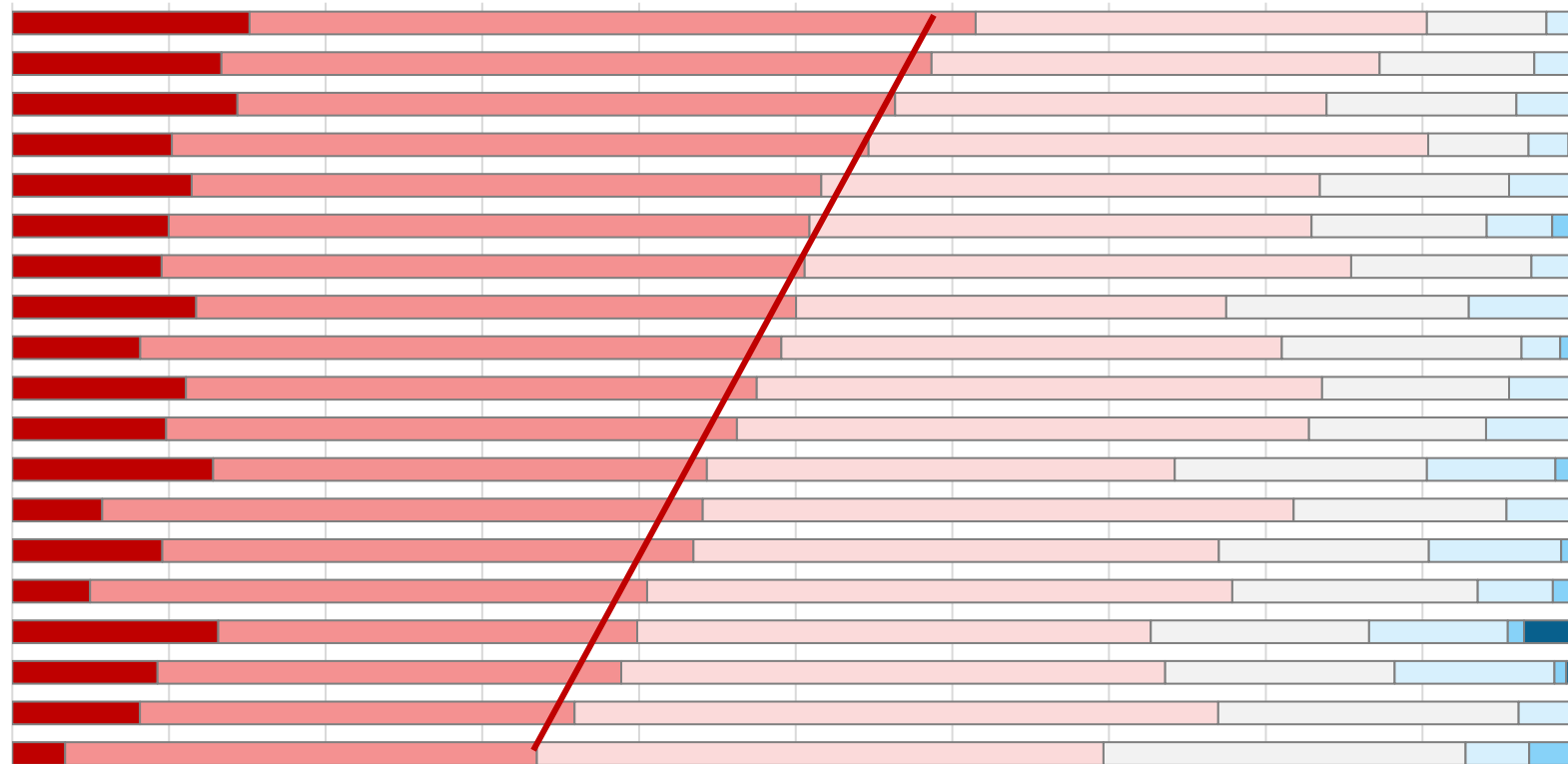
カテゴリ	回答人数(人)*
冷凍食品・アイス	1,700
卵・牛乳・乳製品	2,200
野菜	2,400

・  
・  
・  
・  
・  
・  
・

改善余地が大きい

パン	1,800
ハム・ソーセージ	1,400
ソフトドリンク	800
お酒	900

評価高 ← 満足度7段階 → 評価低



# 結果とアクション

ユーザ調査・解析の結果

A社様のアクション

影響度順	項目
1	商品の品揃え
2	商品の鮮度・品質
3	売場の清潔感・活気
4	接客対応
5	商品の価格
6	店内のレイアウト
7	レジ待ち・セルフレジ操作性
8	チラシ内容
9	店舗の設備（トイレ等）

新店出店・改装による  
**“新フォーマット”**店舗の拡大

# まとめ

1

AI×POSデータを活用し、  
ユーザー行動を分析  
効果的な離反対策を実行

2

店舗運営をスコア化し、  
ユーザー満足度の高いお店  
の実現

## ■大阪屋ショップ様（日本経済新聞、4/8）

楽天G、データ×AIで客離れ予知 小売り・外食を支援

価格通信・ネット + フォローする  
2025年4月7日 5:00 (会員限定記事)

保存

あA 付 印 ン ン ン ン ン ン

Think! 多様な観点からニュースを考える

山崎愛菜さんの投稿



大阪屋ショップの店舗では楽天ポイントカードを提示する人が9割と多い（3月14日、富山市）

大阪屋ショップは2018年に楽天ポイントカードを導入し、現在は来店客の9割がレジで提示するほど浸透する。蓄積した購買データなどを顧客の来店動向の把握に生かそうと、新たに楽天Gが開発したAIツールを取り入れた。

具体的な方法のひとつとして、顧客の属性や販促日の来店動向、生鮮食品の購買頻度など169の項目に分け、顧客流出との相関を分析してみた。

すると、大きな販促を打ち出している火曜日の来店頻度や日持ちのしない野菜の購買頻度が落ちこんだ顧客は他店に流出しやすい傾向にあることがわかった。

AIツールを導入した他の小売りチェーンでは、流出の可能性がある顧客に対して割引クーポンを発行し、購買金額を増やした。AIツール導入により、販促を実施している期間中の顧客への売上高は3~5%増を見込む。全体の売上高は2028年6月期に24年同期比36%増の1300億円をめざす。（一部中略）

# Case 2 | 店舗商圈をターゲティングした 新規顧客の獲得施策

# 顧客のアプローチ

ポイントをフックにした新規集客の実施に加え、楽天保有のビッグデータとの組み合わせにより既存顧客の特性分析と見込顧客の可視化を行い、細分化したセグメントへアプローチを実行

楽天会員  
1億超IDを集客

来店顧客のIDを  
捕捉

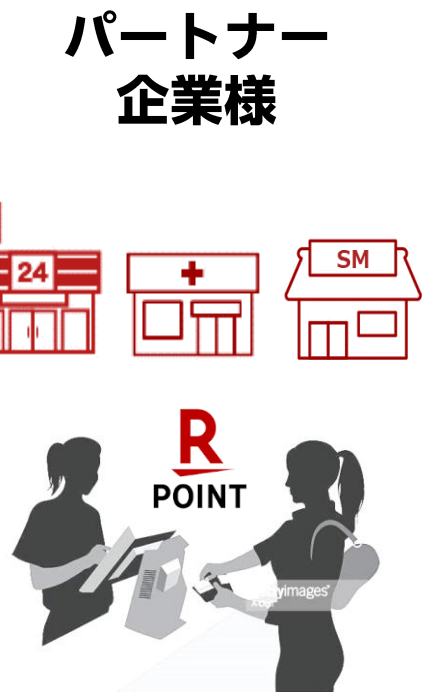
楽天アセット・AI技術で顧客を深く理解

売上増・顧客増  
施策実施

楽天ポイント貯まる  
お店に行こう



楽天ポイント使える  
お店に行こう



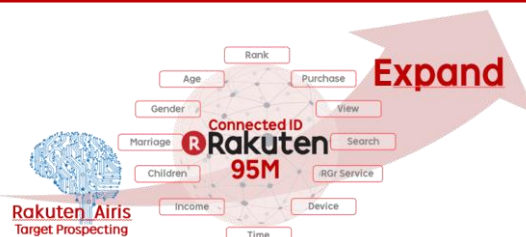
パートナー  
企業様



優良顧客ペルソナ特定

- ✓ 横浜市在住
- ✓ 30代女性 既婚女性 2人の子持ち
- ✓ アパレルは高価格帯を好む
- ✓ 専業主婦 世帯年収800万円

上記ペルソナ類似の離反  
や非来店顧客の楽天ID特定



ポイントによる販促

来店回数  
向上

客単価  
向上

非来店顧客アプローチ

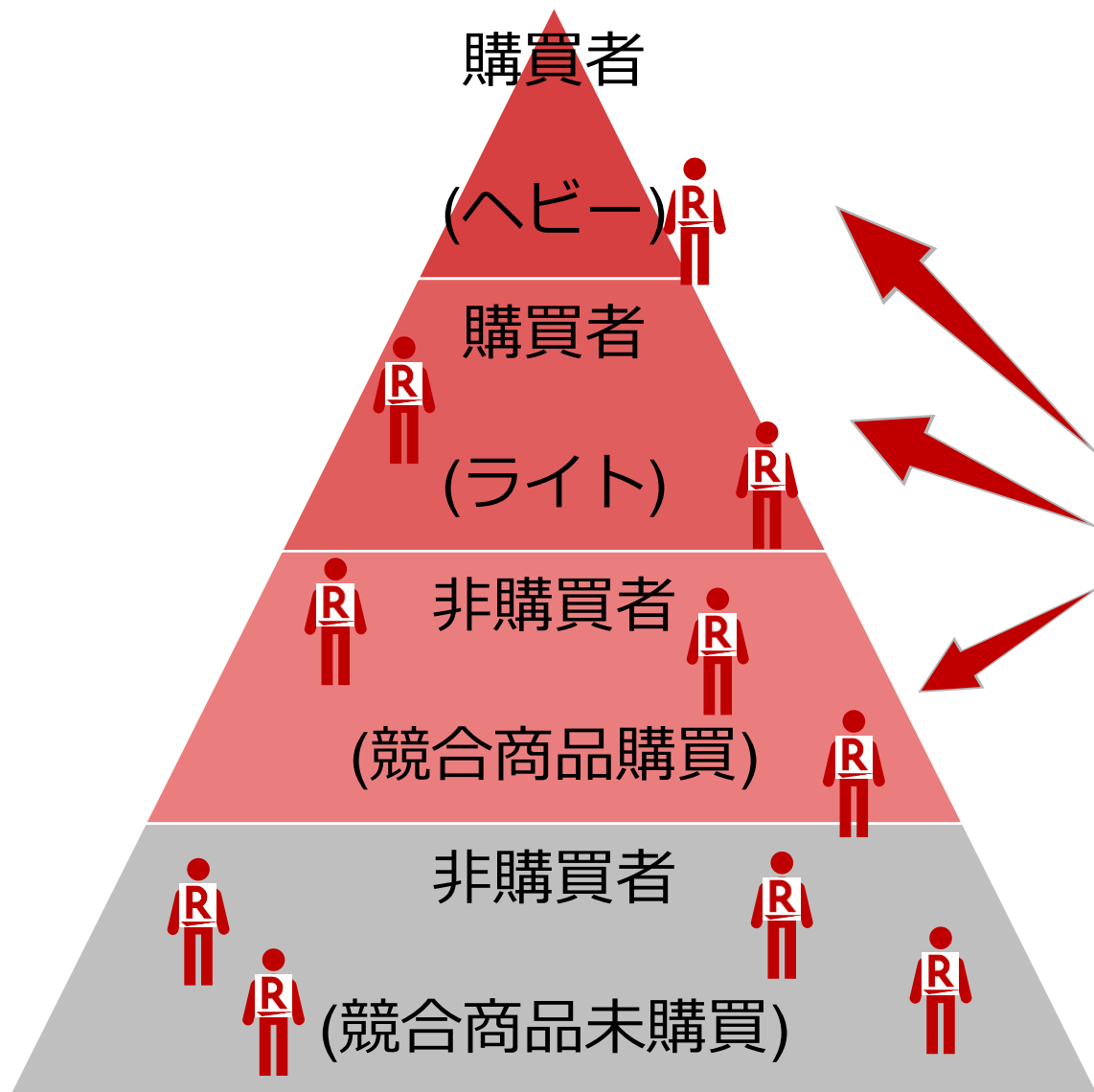
楽天ポイント媒体

楽天グループ媒体※有償

外部媒体※有償

Note: Customer DNA：楽天会員の購買履歴・顧客属性など920の項目で分類したデータベース。ファクトデータに加え嗜好性も含めたセグメントが可能；  
Rakuten Airis：独自のAIエージェントを用いて特定IDと類似性の高いIDを抽出することが可能；

# メーカー様の場合非購買者顧客へのアプローチ



楽天IDを活用し、商品の購買頻度等を特定

競合商品購買者や詳細な顧客属性を把握

購入が見込まれる潜在顧客に対して効率的なアプローチ

# まとめ

1

楽天保有のビッグデータを活用し、商圈にいる  
潜在ユーザーに効率的にアプローチを実行

# Case 3 | 乳幼児家族世帯をターゲットとした 集客施策

# リーチした広告媒体

ひとりあたり**5.7円**で配信



# まとめ

1

ターゲットに適した媒体を活用することで  
新規顧客の来店率を高められる

2

ターゲットを絞ることにより特典を厚くしても  
1人あたり獲得コストを抑えられる

# パートナー企業様の実績

データを活用し、適切なユーザーに適切な情報を発信するマーケティング活動により、多くのパートナー企業様の利益増加に貢献

## ■西友様（食品新聞、6/13）

業界トップクラスの営業利益率を達成した西友の次の一手は？



西友は、業界トップクラスの営業利益率を維持しながら、今後はデジタルマーケティングの強化で売上の拡大にも挑戦する。「23年度までに中期経営計画で掲げた営業利益率5%以上を達成した。

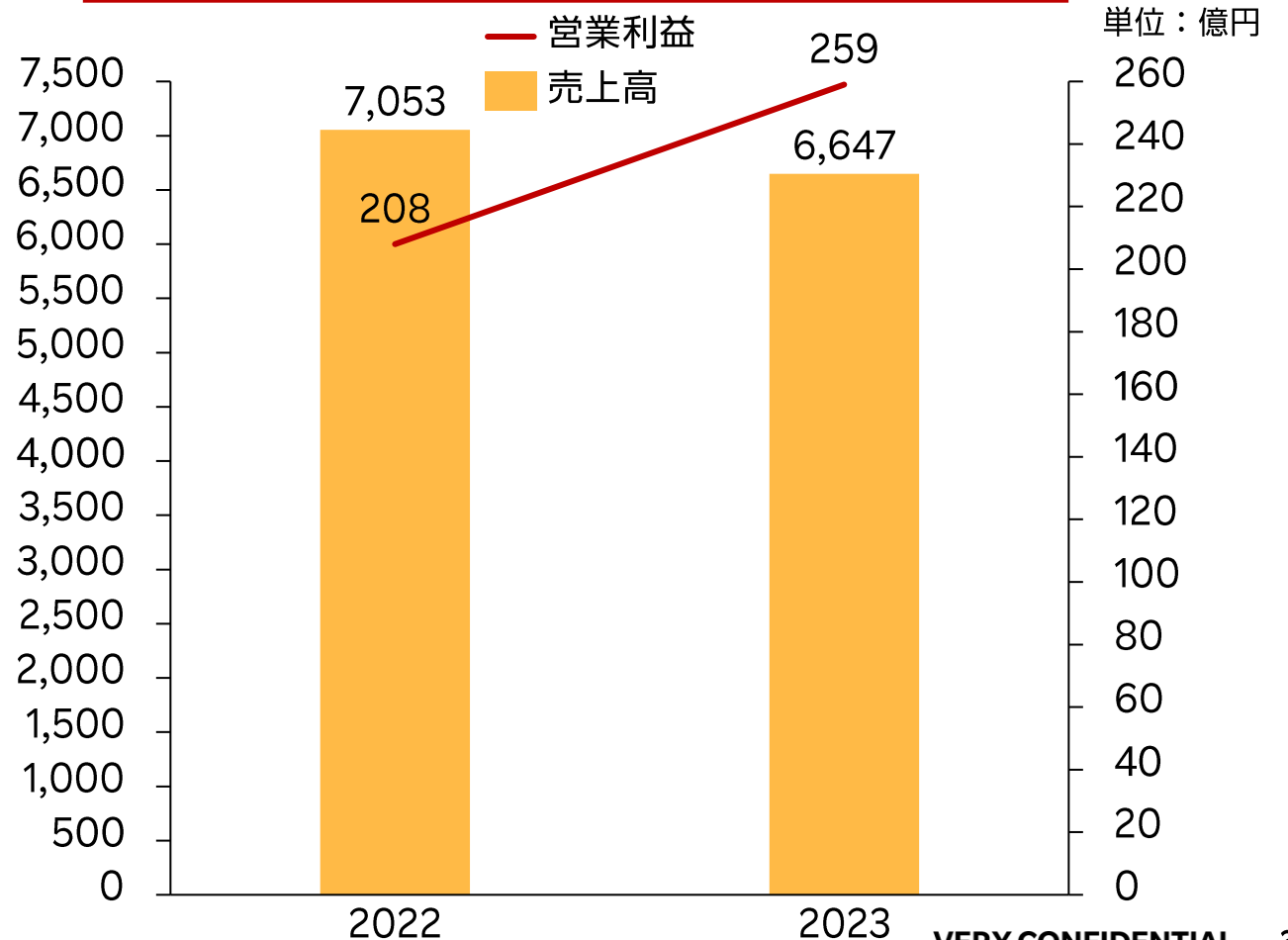
商品力と販売力の強化で価値を創造し、最適化・効率化による生産性の向上も図っている。(自身が社長に就任した21年以降)営業利益は22年度242億円(前期比約49%増)、23年度315億円(同約30%増)と大幅に増えている」と手応えを語った。



前大久保社長

(一部中略)

## ■西友様の売上高と営業利益の推移※1



※1 <https://prtmes.jp/finance/8011503002037/settlement> 決算情報から抜粋

# パートナー企業様の実績

データを活用し、適切なユーザーに適切な情報を発信するマーケティング活動により、多くのパートナー企業様の利益増加に貢献

## ■コモディイダ様（日本経済新聞、10/2）



「自前ではここまでできなかった。楽天グループと提携したことが結果に出ている」。

コモディイダが楽天と本格的に組んだのは2022年12月。大手スーパーやコンビニエンスストアとの競争激化もあり、売上高は22年8月期に900億円を切っていた。23年8月期に935億円と復調し、24年8月期は前期比9.5%増えたようだ。

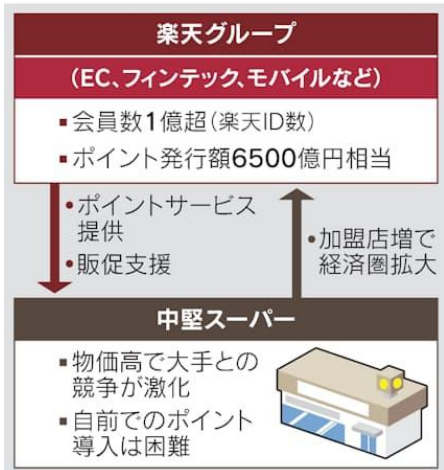
コンサルティング担当者を楽天から受け入れ、月に1~2回の合同会議を開いて、大量のビッグデータなどを基に日々の販促戦略を練っている。

例えば、多くの来店客が見込まれる週末にはポイント還元額を増やし、精肉の大容量パックや総菜の品ぞろえを充実させた。「高齢者が中心だったが、30~50代の家族が増えた」と飯田社長は話す。24年8月期の来店者数は前期比6%伸びた。

(一部中略)

別途お手元に  
当時の記事を  
配布しております。

楽天は中堅小売りの支援に力を入れる



# アジェンダ

1

楽天グループについて

2

データ活用について

3

楽天が取り組んでいるソリューション

4

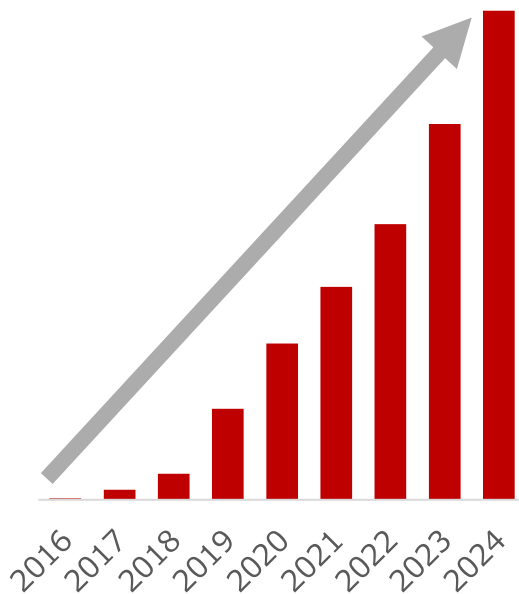
楽天ペイアプリがご支援できること

# 楽天ペイアプリがご支援できること

楽天会員に対してデジタルでアプローチが可能



## アプリDL数 推移



## アプリDLランキング\*



クーポン



キャンペーン



おすすめ  
チラシ



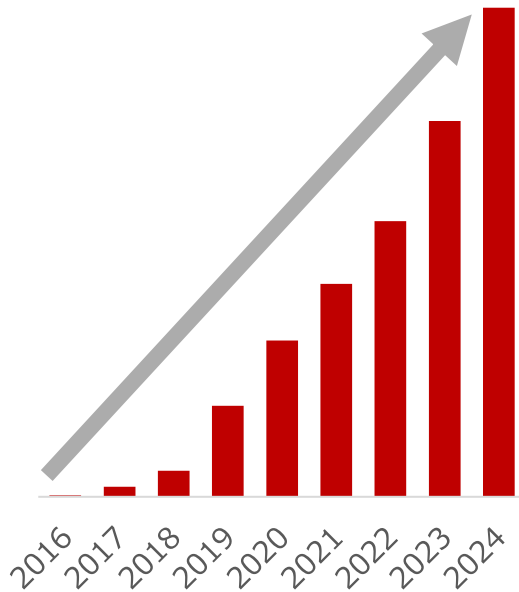
スタンプ  
カード

# 楽天ペイアプリがご支援できること

楽天会員に対してデジタルでアプローチが可能



## アプリDL数 推移



## アプリDLランキング\*



クーポン



キャンペーン



おすすめ  
チラシ



スタンプ  
カード

# 楽天クーポンについて



企業別のクーポン配信



商品別のクーポン配信



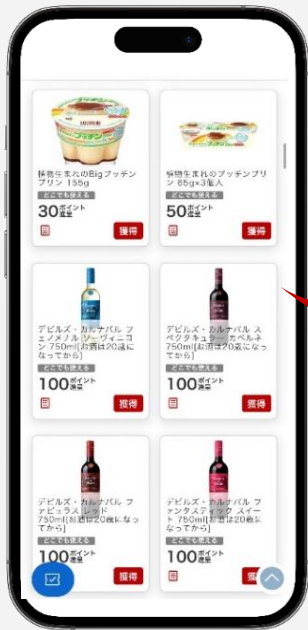
セグメント配信機能



# 楽天クーポン機能提供について

楽天クーポン機能を  
公式アプリにも提供予定

楽天ペイアプリ



公式アプリ



機能提供

楽天IDを活用した取り組みが可能

高度なセグメント配信

(ペルソナ別や離反防止客等)

ポイントバックに対応

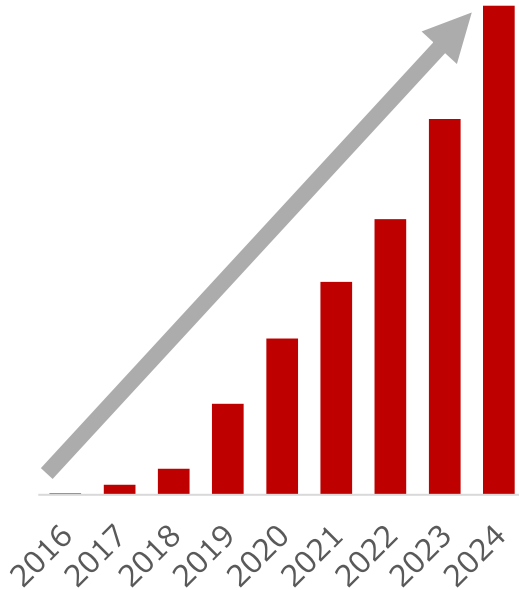
※2025年下旬リリース予定

# 楽天ペイアプリがご支援できること

楽天会員に対してデジタルでアプローチが可能



## アプリDL数 推移



## アプリDLランキング\*



クーポン



キャンペーン



おすすめ  
チラシ



スタンプ  
カード

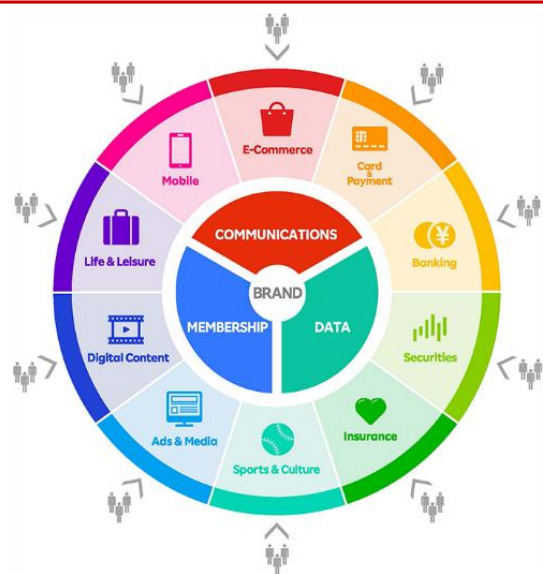
# 楽天のデジタルチラシサービス

紙チラシを  
オンラインへ展開



# 楽天エコシステムを活用した集客支援メディア

集客



楽天エコシステム  
からの集客

閲覧



デジタルチラシの閲覧

購買

**R**  
POINT      **R**  
Pay      **R**  
Card



店舗での購買と  
データ計測・分析

# 掲載イメージ

TOPページではユーザの位置情報に基づきコンテンツを表示  
店舗ページでは紙チラシに加えて個別商品の掲載なども可能

## チラシTOPページ



お近くの店舗、  
お気に入り登録店舗  
のコンテンツ表示

## 店舗様ページ

特集バナー  
外部リンクの設定可能

紙チラシ掲載

個別商品

ボーナスポイント  
商品



# 実購買データを活用した効果測定

チラシの閲覧者と実店舗での購入者のIDを紐づけることで、  
実購買のデータを用いた効果測定が可能に

コンテンツ閲覧

楽天会員IDの  
紐づけ

店頭購入時

計測可能サービス



行動データ

- ・ 閲覧数
- ・ クリック数
- ・ お気に入り数
- ・ コンテンツ別反応率 etc.

購買データ

- ・ 購買金額
- ・ 購買者数
- ・ 購買率
- ・ 新規客数 etc.



# 入稿・データ確認ツールの提供

入稿システムと、閲覧数・購買金額を確認できるツールを提供

## 入稿管理システム

**ドラッグ&ドロップ、Excel一括登録  
両方可能**

No.	ステータス	ファイル名	詳細を見る
	完了	【楽天チラシ】大感謝祭...	画像を確認
	完了	【楽天チラシ】大感謝祭...	画像を確認

No.	チラシ名	掲載開始日	掲載終了日	掲載開始日	掲載終了日	掲載開始日	掲載終了日	掲載開始日	掲載終了日
1	大感謝祭期間限定チラシ	2025/03/31 00:00	2025/03/31 00:00	2025/03/31	2025/03/30	2025/03/31	2025/03/30	2025/03/31	2025/03/30
2	大感謝祭期間限定チラシ	2025/03/31 00:00	2025/03/31 00:00	2025/03/31	2025/03/30	2025/03/31	2025/03/30	2025/03/31	2025/03/30
3	大感謝祭期間限定チラシ	2025/03/31 00:00	2025/03/31 00:00	2025/03/31	2025/03/30	2025/03/31	2025/03/30	2025/03/31	2025/03/30
4	大感謝祭期間限定チラシ	2025/03/31 00:00	2025/03/31 00:00	2025/03/31	2025/03/30	2025/03/31	2025/03/30	2025/03/31	2025/03/30

## 閲覧・購買データ確認ツール

**閲覧数・購買金額etc.のレポート表示**

購買金額	2024/2/1 - 2/14	購買人数	2024/2/1 - 2/14	最新お気に入り数	2024/2/17時点
77,777		777		7,777	

特集	20,000
チャラシ	30,000
通常アイテム	40,000
ボーナスアイテム	80,000

閲覧者_既存顧客	¥10,000
閲覧者_新規顧客	¥500,000
訪問者_既存顧客	¥200,000
訪問者_新規顧客	¥900,000

最新レポート (日次) 閉じる

日次閲覧数 2024/2/1 - 2/14

日次訪問数 2024/2/1 - 2/14

# パートナー様とデータ×AI活用のメニューの共創

楽天とパートナーがAI活用で共創、需要予測や販促支援など革新的なソリューションを通じて課題解決を支援し、新たな価値を創出

AI出店アドバイザー

AI需要予測

AI商品開発ガイド

AIコンシェルジュ

AI分析・販促ツール



# 楽天が取り組むデータ活用で目指す姿

データに基づき課題特定から  
施策まで実現できる世界へ



データ分析 ▶ 課題特定 ▶ 施策実施

