

Rakuten 楽天証券

Rakuten Aquafadas

Rakuten レシピ

Rakuten 買

Rakuten みんな就

Rakuten Capital

Rakuten Intelligence

Rakuten 楽

Rakuten VIKI

Rakuten 競馬

Rakuten RAXY

Rakuten music

Rakuten I

Rakuten 保険の総合窓口

Rakuten

Rakuten Travel

Rakuten

Rakuten Euro

Rakuten Super English

Rakuten Adv

Rakuten 光

Rakuten 楽天銀行

Rakuten Rapid API

Rakuten TV

Rakuten

Rakuten STAY

Rakuten ウェブ検索

Rakuten Medical

Rakuten De

Rakuten ママ割

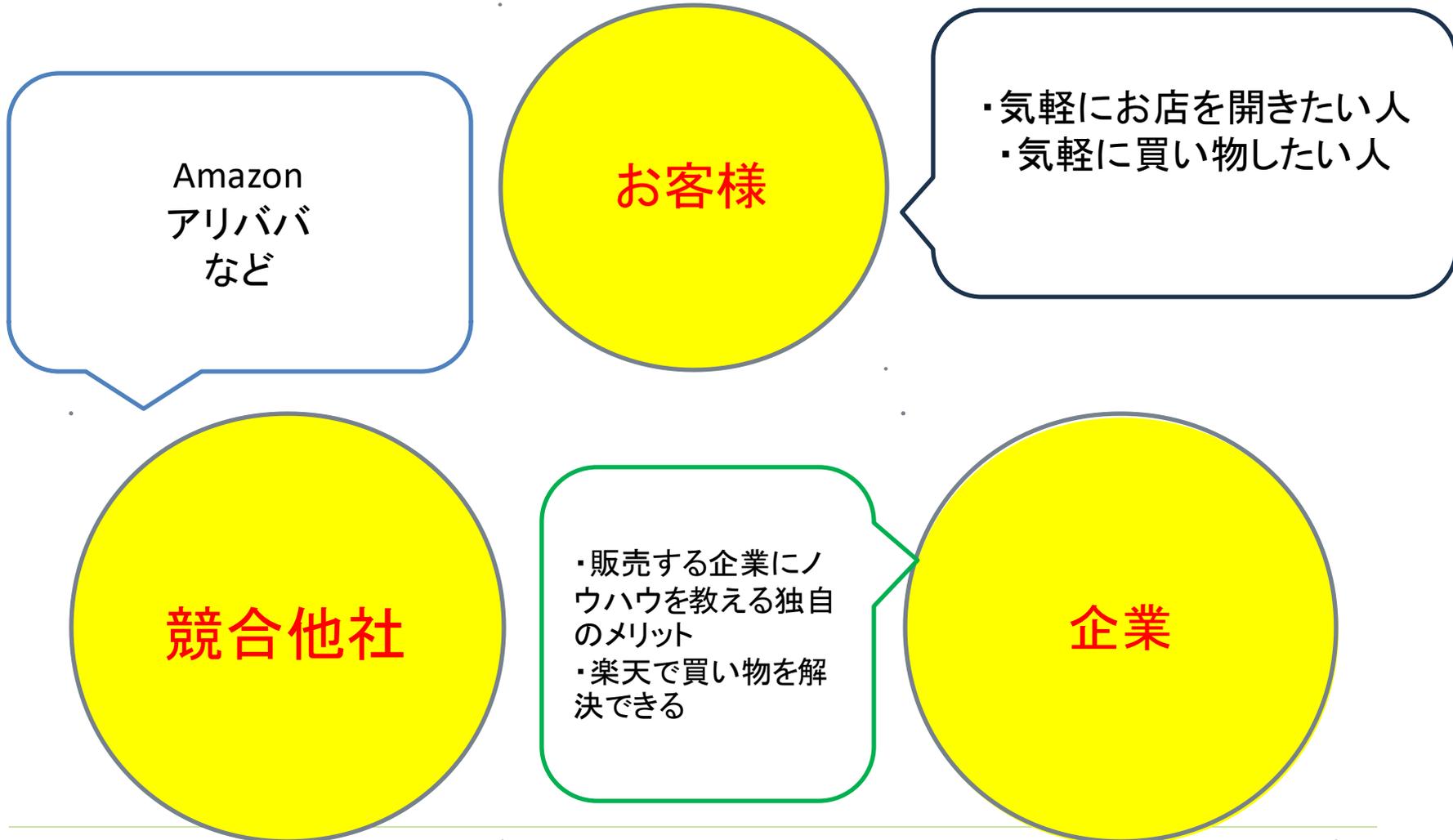
Rakuten ブックス

Rakuten Mobile

Rakuten Co

佐藤・大久保・綱島・長田

練習：(3C)



練習：（SWOT分析）

内部環境

外部環境

Strength

（強み）

- ・様々な分野への進出
- ・独自の楽天経済圏を形成
- ・国内ECサイトにおいて会員数最大

Opportunity

（機会）

- ・EC市場利用者の拡大
- ・「巣ごもり消費」などの接触を避けた購入方法の需要増

Weakness

（弱み）

- ・出店してるブランドがやらかすとサイトイメージのダウンに繋がる
- ・日本でのみ広がっている

Threat

（脅威）

- ・外資系の競合他社が存在する
- ・DtoCビジネスの台頭

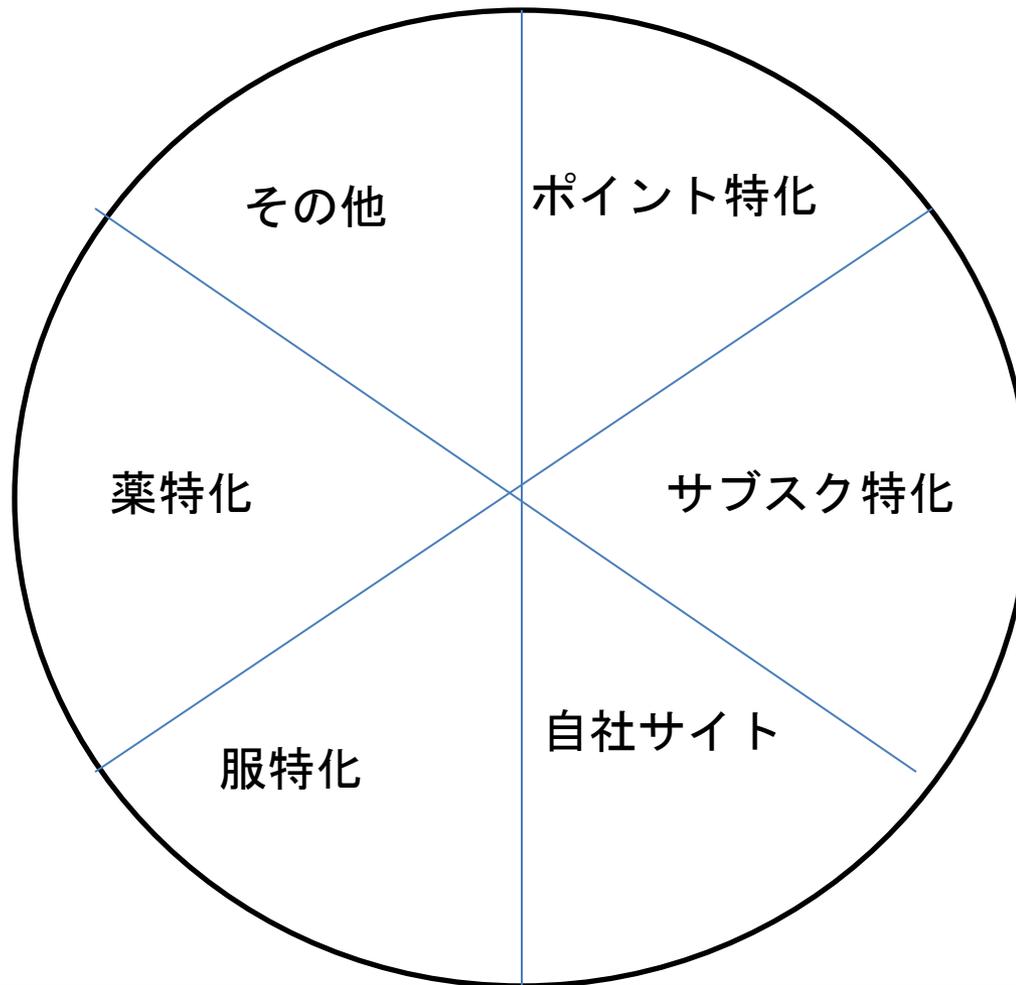
<p>Strength × opportunity</p> <ul style="list-style-type: none"> ・保健や銀行、旅行などを通販サイトのポイント利用を通じて拡大可能 	<p>Strength × Threat</p> <p>独自の経済圏を海外にも拡大。特に、Amazonがまだ事業を拡大していない東南アジアなどを中心に事業拡大を目指す。また、台頭してきているからこそ、楽子を使うことで企業が求めている顧客に結び付けられるようにする</p> <p>を生かしDtoCビジネスの拡大を手助けするようなサービスを作る</p>
<p>Weakness × opportunity</p> <p>EC市場利用者の拡大や接触を避けた</p>	<p>Weakness × Threat</p>

誰でもお店を開けるからこそ楽天が
関係していないのに信頼を失いかねない

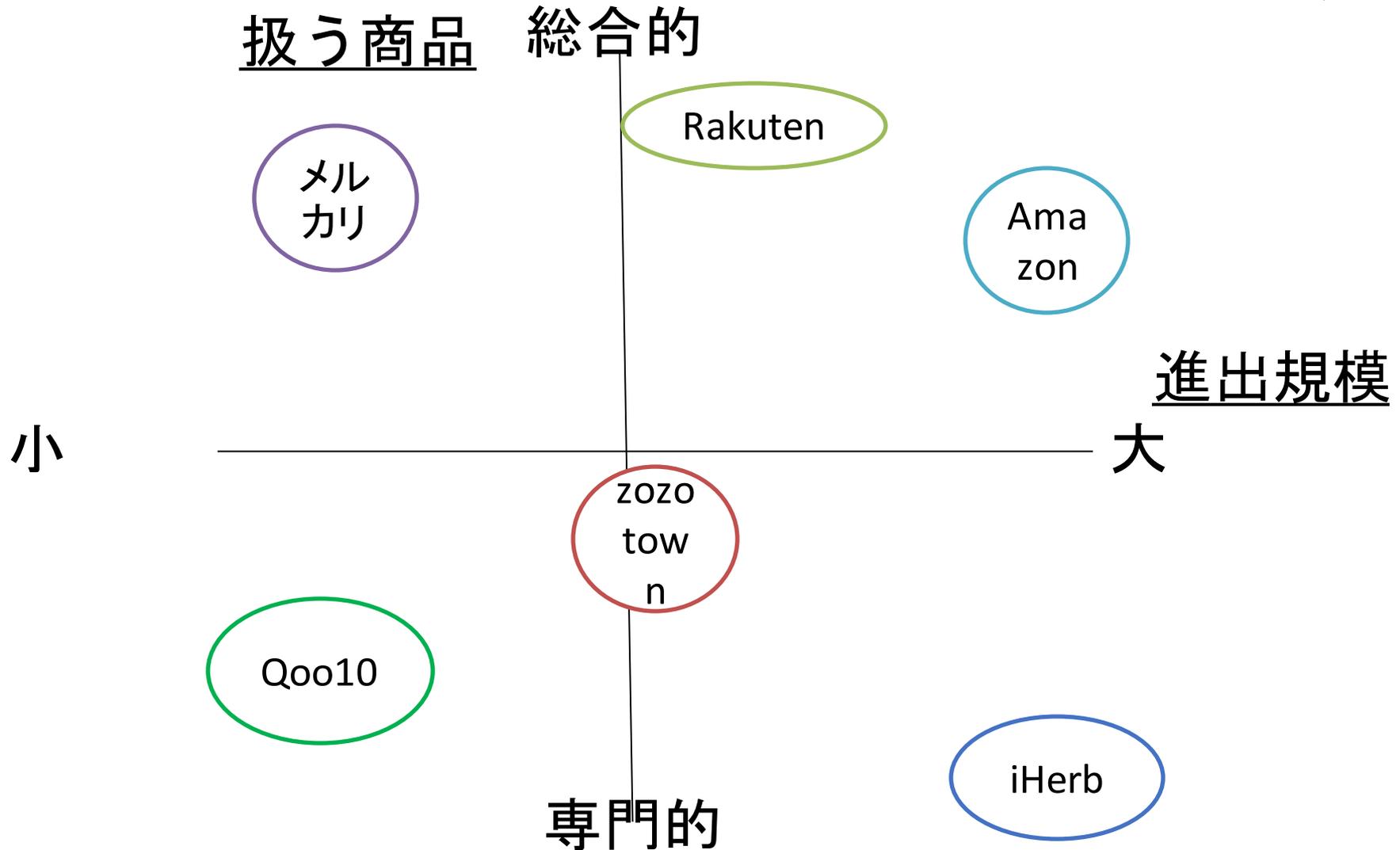
お店が出店してくれないことには始まらない

国内にはとても強いが、海外に向けた
サービスが弱い

EC市場 Segmentation



練習：(Positioning)



楽天がロゴを変えた理由

競合企業のAmazonに海外市場拡大規模において劣っているためそこに追いつこうとしており、企業全体の志を一新させることが狙い。
