

2021年7-9月期

# 楽天ポイントのご紹介

楽天グループ株式会社 グローバルアドディビジョン 発行

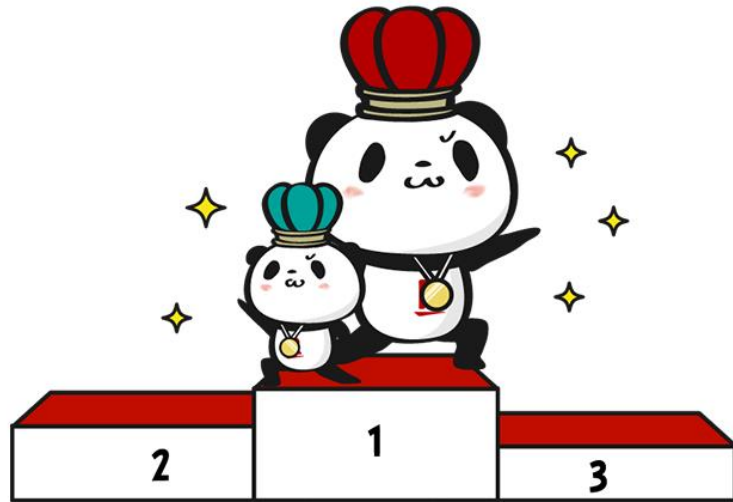
リリース日：2021年5月25日

**Rakuten** Marketing Platform

# お客様満足No 1の楽天ポイント

楽天ポイントは、世の中の数あるポイントの中で、  
お客様満足No 1※のポイントです。

楽天グループの多彩なサービス利用時にポイントを貯めたり使ったりすることができ、  
楽天エコシステム（経済圏）での回遊的・継続的な利用を促しています。

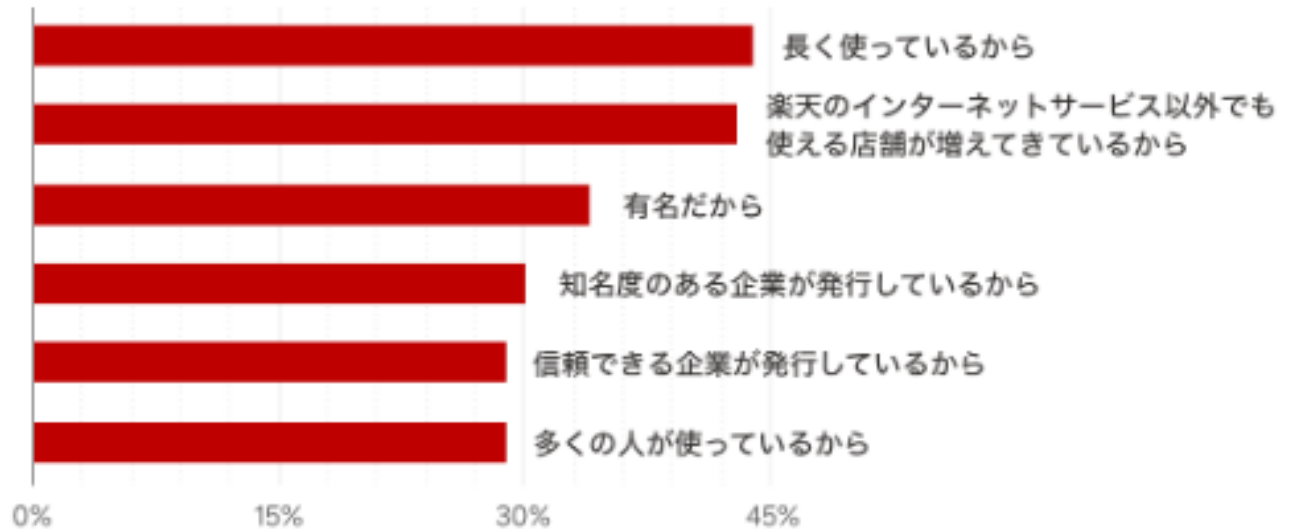
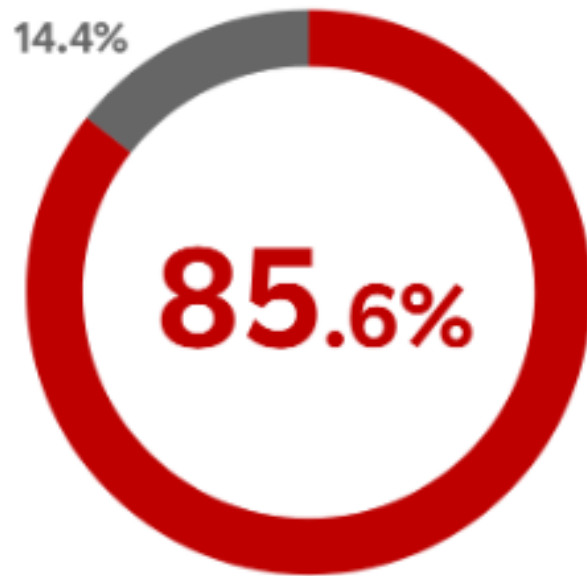


※情報元：「[楽天ポイントお楽しみ図鑑](#)」

（ポイントに関する調査、有効回答=1,000、インターネット調査、2020年7月、実施機関：マイボイスコム）

# 楽天ポイントユーザーの85%以上が、楽天ポイントを信用できると評価

楽天のインターネットサービス以外でも使える店舗が増えてきている点、知名度や発行元への安心感などが信用できる理由として挙げられています。



楽天ポイントが信用できる理由上位(複数回答)

※調査機関：楽天インサイト株式会社（2020年3月実施/全国/20-69歳の楽天ポイントユーザーを対象/サンプル数500）

# オフラインにも広がる楽天ポイント

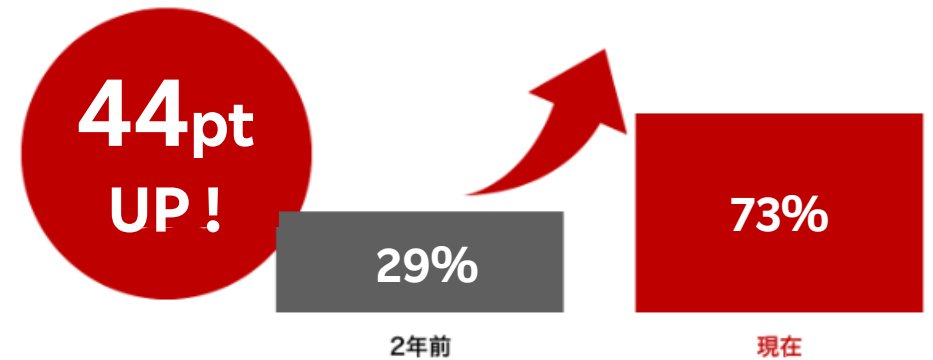
楽天ポイントは、今やオンラインにとどまりません。

「楽天カード」や「楽天ペイ（アプリ決済）」などリアルで使えるツールや、「Rakuten Pasha」などネットとリアルを融合したツールを通じ、オフラインでも楽天ポイントを貯める・使うことが可能です。楽天は、オンラインでも、オフラインでも、ポイントが貯まる機会やポイントが使える場を幅広くご用意しています。

## 多様なオフラインの接点をご用意



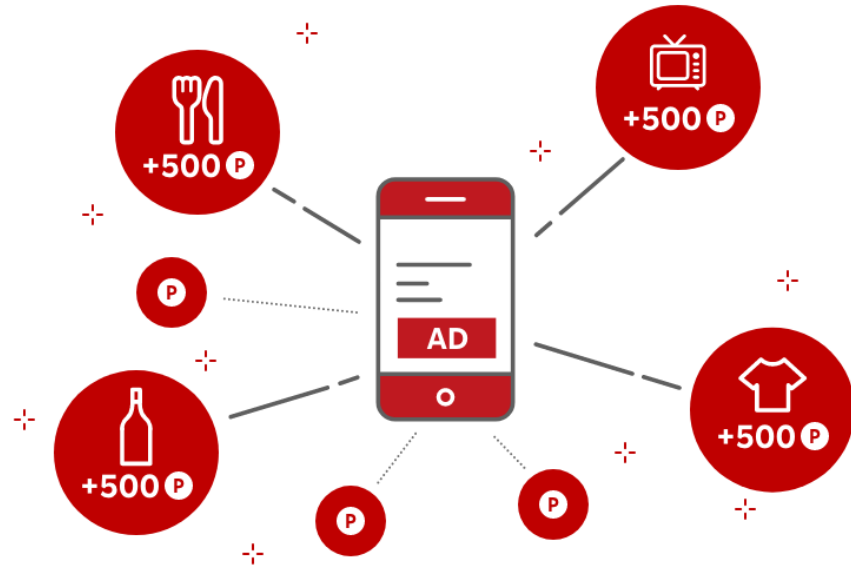
## 楽天ポイントのオフラインでの利用は 2年前と比べて44ポイント増加



※調査機関：楽天インサイト株式会社（2020年3月実施/全国/  
20-69歳の楽天ポイントユーザーを対象/サンプル数500）

# ブランドを棄損しないインセンティブ展開を実現

特定の商品にではなく、  
楽天エコシステム（経済圏）の中におけるユーザー体験としてポイントを提供することで、  
広告主様のサービス・ブランドを毀損しないインセンティブ展開が可能です。



500円引き

ブランド棄損につながる可能性

キャンペーンに参加で500ポイント

商品価格の値引きではないため  
ブランド棄損につながりにくい

# ポイントが提供する広告体験

楽天ポイントを通じてユーザーに新たな広告体験を提供します。



## ポイント × ロケーション

ポイントと位置情報を利用して  
来店促進



## ポイント × オンライン

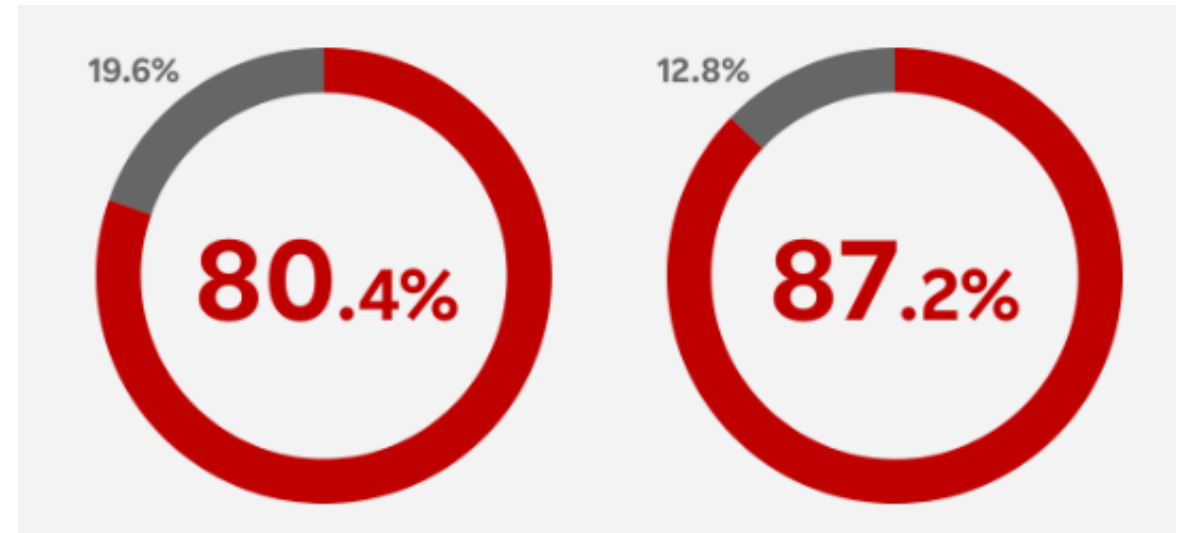
ポイントプレゼントによる  
購買促進



## ポイント × オフライン

スーパーやドラッグストアなど  
実店舗における購買促進

楽天ポイントユーザーの80%以上が  
ポイントにより購買喚起され、  
87%以上が楽天ポイントをもらえることを魅力と実感



※調査機関：楽天インサイト株式会社（2020年3月実施/全国/  
20-69歳の楽天ポイントユーザーを対象/サンプル数500）

# Rakuten Marketing Platform

楽天グループ株式会社 グローバルアドディビジョン

Rakuten Marketing Platform navi	<a href="https://adsales.rakuten.co.jp/">https://adsales.rakuten.co.jp/</a>
Facebook	<a href="https://www.facebook.com/RMJ.ADNavi/">https://www.facebook.com/RMJ.ADNavi/</a>
Contact	<a href="mailto:ad-C-otoiawase@mail.rakuten.com">ad-C-otoiawase@mail.rakuten.com</a>