

## Rakuten ICHIBA Guidebook

Please contact us if you are interested in selling on Rakuten ICHIBA

E-mail [ichiba-sales-oversea@mail.rakuten.com](mailto:ichiba-sales-oversea@mail.rakuten.com)

# Rakuten

## Overseas Business Entrance to Japan



라쿠텐 이치바 입점 가이드

## Contents

압도적인 집객력을 가진 인터넷 쇼핑몰	P 2
"Only One" 점포를 만들고 싶다면 라쿠텐 이치바!	P 3
일본 EC 시장 규모와 특징	P 5
라쿠텐의 비즈니스 모델과 전 세계로의 전개	P 7

### 라쿠텐 이치바란? (환경)

계속 발전하고 있는 라쿠텐 그룹	P11
라쿠텐만의 특징	P13
쇼핑을 촉진하는 다양한 서비스	P15
매출 상승의 기회 이벤트·기념일 캘린더 활용	P17
SNS를 이용한 유저와의 커뮤니케이션 활성화	P21
라쿠텐 이치바만의 만전을 기한 서포트 체제	P23

### 운영방법(시스템)

라쿠텐 이치바 시스템	P25
점포 구축 — R-Storefront (점포 구축 기능)—	P27
주문 대응 — R-Backoffice (수주, 결제 관리 기능)—	P29
점포 데이터 분석 — R-Karte (매출, 데이터 분석 기능)—	P31
일본 국내 일률적 합리적인 가격, 타 플랫폼 출하 가능한 물류 대행 서비스	P33

### 계약내용에 관하여

해외기업의 라쿠텐 이치바 입점 방법	P35
입점까지의 흐름	P36
입점 플랜 상세 내용	P37
시스템·서비스 이용료	P38
라쿠텐 이치바에서의 결제 방법 ( 라쿠텐 페이 )	P41
점포 운영 요금 시뮬레이션	P43
정산 사이클	P44
정산금 송금 방법에 대하여	P45
입점심사 서류 개요	P46
계약 전 확인 사항	P47
취급금지 상품에 대한 안내	P48
계약 시 중요사항 확인에 대하여	P49

# 압도적인 집객력을 가진 인터넷 쇼핑몰

## 계속 성장하고 있는 인터넷 쇼핑몰, 라쿠텐 이치바



라쿠텐그룹 주식회사  
대표이사 회장 겸 사장  
미키타니 히로시

귀사의 무궁한 번영을 기원합니다.

라쿠텐은 창업 이래, "사람들과 사회를 임파워먼트 한다"는 것을 소중히 여겨 왔습니다. 그리고 인터넷의 가능성을 확신해왔습니다.

인터넷은 모든 사람에게 평등한 기회를 제공할 수 있는 기술입니다. 이러한 인터넷을 통해서, 눈앞에 펼쳐지는 기회를 보다 많은 점포분들이 활용할 수 있도록 하기위하여 존재하는 것이 '라쿠텐 이치바'라고 하는 '온라인 마켓'입니다. 라쿠텐 이치바의 주역은 '점포' 분들이십니다.

저희는, 각각의 점포분들이 가지고 있는 개성을 중요한 항목으로 생각합니다. 그렇기에, 운동회때의 이인삼각 경기처럼 점포분들과 함께 걸으며, 성공을 거머쥐실 수 있도록 뒷받침하는 서포트역을 맡아왔습니다. 이것이 라쿠텐이 생각하는 '임파워먼트' 입니다.

1997년 창업 당시는 모두들 '사람들은 인터넷에서 물건을 사지 않는다'라고 했던 시절이었습니다.

'라쿠텐 이치바'를 런칭한 첫 달의 유통 총액은 32만엔이었지만, 현재 라쿠텐의 국내 EC 유통 총액 (주1) 은 연간 6조엔(2024년)을 돌파하여, 약 5만 점포 이상(2023년 6월 기준)의 세계 최대급의 마켓 플레이스가 되었습니다. 현재, 인터넷은 우리의 생활에서 없어서 안될 인프라가 되었습니다. 한편으로, 일본 국내의 EC 유통 비율은 9.13%(주2)로, 세계 평균의 19.3%(주3)과 비교했을 땐 아직 낮은 상황입니다. 하지만, 물이 높은 곳에서 낮은 곳으로 흐르듯, 인터넷 쇼핑의 높은 편리성을 감안하면 일본의 EC화율도 멀지않아 20%에 도달할 것으로 예상되며, 앞으로 더더욱 시장 규모가 확대될 것으로 전망하고 있습니다.

라쿠텐 이치바는 입점해주신 점포분들이 지속적으로 성장하실 수 있도록 각 점포분들께 맞는 서포트 제공 및 더욱 편리한 점포 운영 시스템으로 거듭나기 위하여 지속적인 개선에 힘써왔습니다. 동시에 점포분들과 라쿠텐, 그리고 점포분들간의 수많은 커뮤니케이션 기회를 만들어 내고 있습니다. 라쿠텐 그룹으로서도, 이동통신 사업과 핀테크 사업 등, 라쿠텐이 제공하는 70개 이상의 서비스로 형성된 '라쿠텐 에코 시스템(경제권)' 의 편리성을 제고해 나감으로써 '라쿠텐 이치바'를 이용하시는 고객분들께 더욱 매력적인 마켓 플레이스로 여겨질 수 있도록 성장해 나가겠습니다.

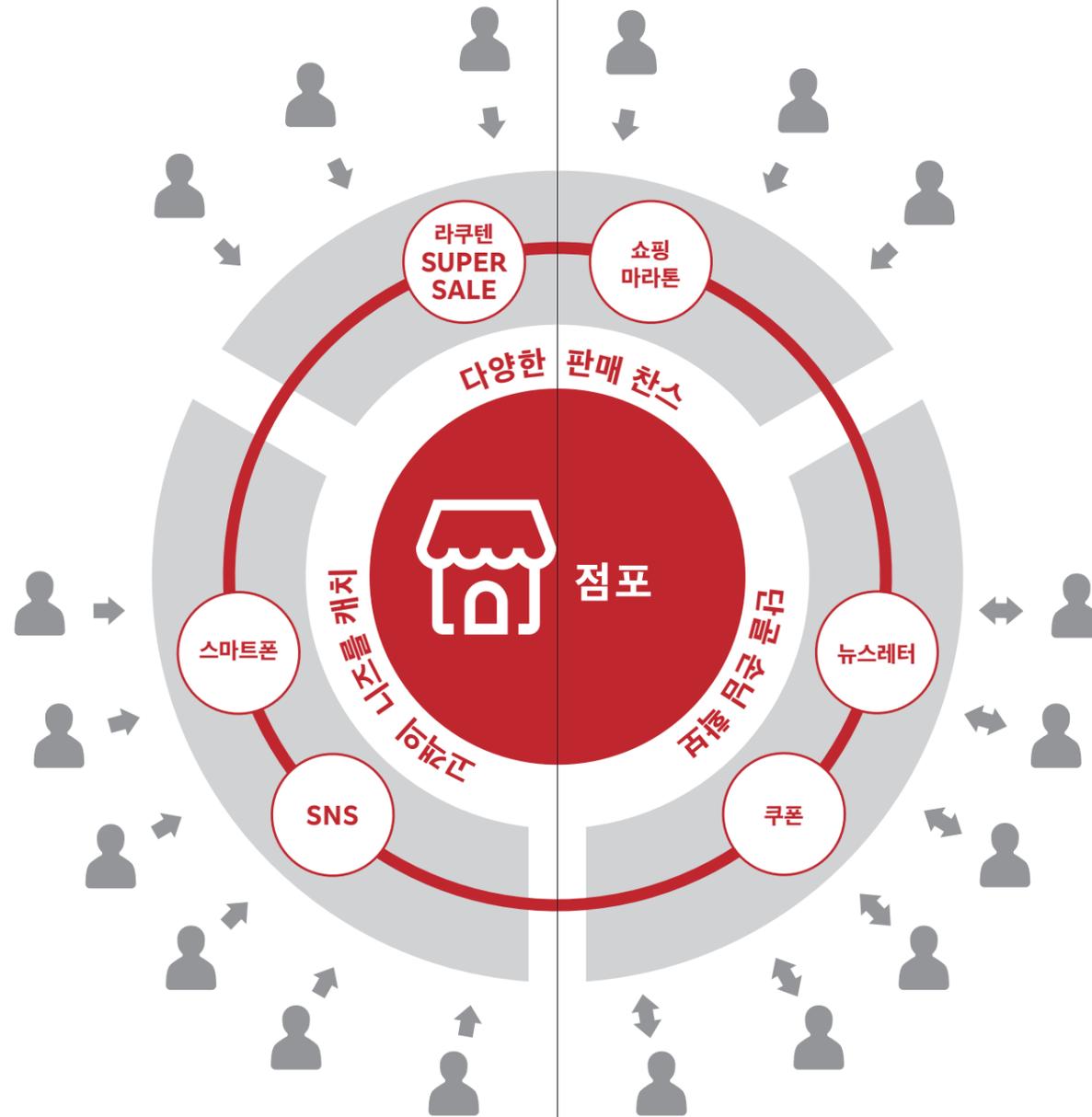
일본의 E-커머스의 성장과 라쿠텐의 성장은, 이제부터 시작이라고 생각합니다. 점포분들이 '라쿠텐 이치바'를 충분히 활용하셔서, 고객분들께 매력적인 상품/서비스를 제공함으로써 여러분의 꿈이 실현될 수 있도록 마음 속 깊은 곳에서 지원하겠습니다.

※출처 : 라쿠텐 그룹 주식회사 '2024년도 통기 및 제4분기 결산 설명회 자료'  
'2024년 제2분기 결산 설명회 자료'  
(주1) 국내 EC 유통 총액(일부 비과세 비즈니스 제외, 소비세 포함) = 라쿠텐 이치바, 트래블(숙박 유통), 북스, 북스 네트워크, Kobo(국내), 골프, 패션, 드림비즈니스, 뷰티, 라쿠텐24 등 생활용품 직관, Car, 라쿠마, Rebates, 라쿠텐 마트, 라쿠텐 티켓, 코스모더 트레이딩 등 유통 총액의 합계.  
(주2) 경제산업성 '2022년도 전자상거래에 관한 시장조사' 상품판매계 분야 BtoC-EC  
(주3) 경제산업성 '2022년도 전자상거래에 관한 시장조사' 세계의 BtoC-EC 시장규모

# 고객이 기뻐하고, 점포도 만족할 수 있는 "Only One" 점포를 만들고 싶다면 라쿠텐 이치바!

변화한 거리에 있는 가게라도 단순히 상품을 진열하고 손님을 기다리는 자판기 같은 가게나 고객 대응을 소홀히 하는 가게, 상품 구매 시 고객에게 안심감을 제공할 수 없는 가게의 매출은 좀처럼 오르지 않습니다. 그렇기 때문에, 어느 가게나 효과적인 운영방법을 모색하는 것이 아닐까요?

이는 WEB 상의 상점가인 라쿠텐 이치바에서 매출이 높은 점포들도 마찬가지입니다. 라쿠텐 이치바는 점장이 스스로 고안하고, 점포를 운영할 수 있는 서비스와 서포트가 다양하게 준비되어 있습니다. 또한, 라쿠텐 이치바에서 고객들이 안심하고 즐겁게 쇼핑할 수 있도록, 여러가지 정책을 실시하고 있습니다. 이러한 시스템을 통해, 점포들이 독자적인 특색을 살려서 점포를 운영할 수 있도록 서포트 하고 있습니다.



## 1 놓치지 않고 '고객의 니즈'를 캐치

인터넷 보급이 완전히 정착된 지금, 고객의 구매욕구는 때와 장소를 가리지 않습니다. 라쿠텐 이치바라면 그 니즈를 놓치지 않고 캐치할 수 있습니다. 예를 들어 스마트폰용 페이지, SNS나 블로그를 활용함으로써 고객의 '니즈'에 부응할 수 있는 점포 운영을 실현할 수 있습니다.

## 2 다양한 종류의 판매방법으로 점포만의 개성을 확립

라쿠텐 이치바에서는 다양한 판매 서비스를 갖추어, 점포측에 다채로운 판매 기회를 제공하고 있습니다. 이를 효과적으로 활용하거나, '라쿠텐 SUPER SALE'과 '쇼핑 마라톤' 등의 이벤트에 참가함으로써 새로운 고객을 확보할 수 있습니다. 이를 능숙하게 활용하는 것은 점포만의 독자적인 '판매' 창출로도 이어집니다.

점포가 고객에게 각각의 스타일로 다가가는, 이른바 '공격적인' 영업  
다양한 판매 방법으로 매출 증진을 도모할 뿐만 아니라, 판매하는 기쁨도 맛볼 수 있습니다.  
라쿠텐 이치바는 진심을 다하는 온라인 점포를 힘껏 응원합니다.

# 일본 EC 시장 규모와 특징

세계 4위의 시장규모를 가진 일본은 매년 규모가 확대되고 있는 시장입니다.

일본은 인구가 1억 명 이상이며, 인터넷 보급률이 높은 나라입니다.

일본 총 인구수

약 **1억 2,488만 명**

인터넷 보급률

**86.2%\***

세계 **4위** 규모의 GDP

GDP=4.07조 달러 (2024)

출처: 총무성 통계국, 총무성 '2024년 통신이용동향조사'

일본 EC시장 규모는 세계 4위이며, 매년 성장하고 있는 시장입니다.

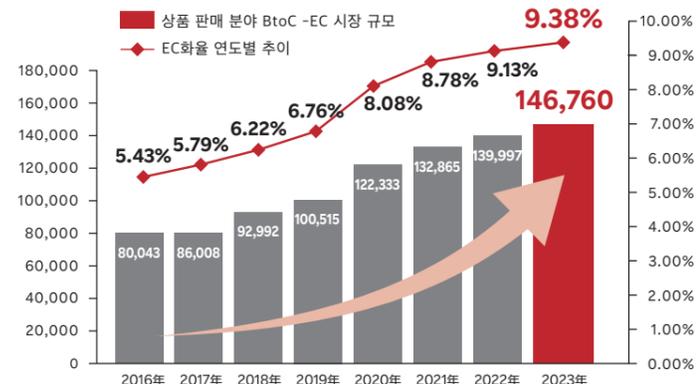
1억 명이 넘는 인구수, 빠른 배송, EC화율의 성장 등 일본 EC시장은 매력적인 요인이 많습니다.

국가별 BtoC-EC 시장 규모 랭킹  
2024년 국가별 EC 시장 점유율

1위	중국	51.3%
2위	미국	19.5%
3위	영국	3.6%
4위	<b>일본</b>	<b>3.4%</b>
5위	한국	2.1%

출처: 경제산업성 '2022년 전자상거래에 관한 시장조사'  
<https://www.meti.go.jp/press/2023/08/20230831002/20230831002-1.pdf>

상품 판매 분야 BtoC-EC 시장 규모 및  
EC화율 연도별 추이



## 일본 EC 시장 특징

일본은 반품률이 상당히 낮으며, 사이트의 신뢰성이나 상품을 꼼꼼하게 알아본 후에 구입하는 경향이 있습니다. 라쿠텐 이치바에서는 일본 고객 특징에 맞는 페이지 작성이 가능합니다.

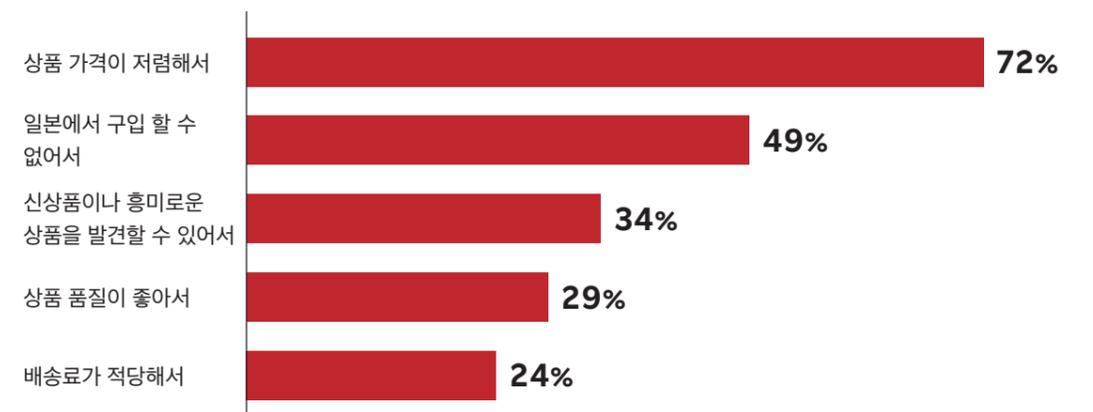
	미국 🇺🇸	일본 🇯🇵
반품률	25~40%	3~5%
반품 조건	장기간	단기간
	판매자가 상품에 대한 배송료 부담	구매자가 반품 시 발생하는 배송료 부담
구입 판단 기준	반품 가능 여부	안심/신용 안전성

출처: CNBC and Forbs Japan : <https://www.cnbc.com/2016/12/16/a-260-billion-ticking-time-bomb-the-costly-business-of-retail-returns.html>  
Forbs : <https://www.forbes.com/sites/stevendennis/2017/08/09/many-unhappy-returns-e-commerces-achilles-heel/#50d9456c4bf2>

## 일본 고객이 해외 직구 EC를 이용하는 이유

인터넷 판매가 일상이 된 지금, 해외 직구 EC를 통한 구입에도 관심이 높아지고 있습니다. 해외 직구시의 매력적인 가격, 일본에는 없는 상품 품목을 구입하고자 하는 고객이 늘고 있습니다.

해외 직구 EC를 이용하는 이유



출처: 경제산업성 2019년도 내외일체의 경제 성장전략구축에 관한 국제경제 조사사업

# 라쿠텐의 비즈니스 모델과 전 세계로의 전개

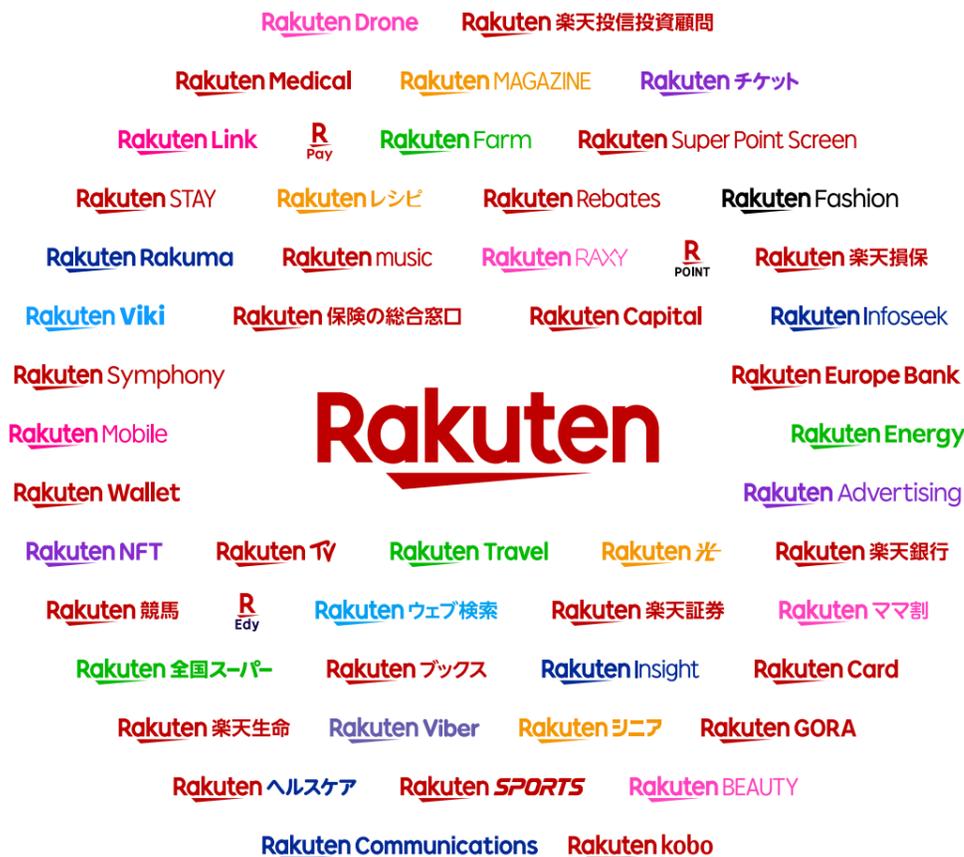
고객은 하나의 라쿠텐 ID로 70개 이상의 모든 서비스를 이용 가능!

전 세계로의 적극적인 전개와 프로모션 실시

## 라쿠텐 경제권

### 고객 평생 가치(LTV)를 최대화하는 라쿠텐 경제권

라쿠텐 그룹이 국내외로 전개하는 E-Commerce 등 인터넷 서비스, 핀테크 서비스, 이동통신 서비스, 더 나아가 프로 스포츠 등 다양한 방면에 걸친 분야로 70개 이상의 서비스를 라쿠텐 ID 하나로 이용할 수 있는 것이 "라쿠텐 경제권"입니다. 각 서비스를 이용하면서 "라쿠텐 포인트"를 모으거나, 사용할 수 있어 일상 생활 속에서 폭넓게 활용할 수 있습니다.



그룹 서비스 이용자 수  
**17억 돌파**  
(2022년 기준)

글로벌 유통 총액  
**34조엔**  
(2022년 기준)

## 라쿠텐의 전 세계로의 전개

### 이노베이션을 통해 사람과 사회를 Empowerment

라쿠텐 그룹은 전자상거래, 핀테크, 디지털 콘텐츠, 통신 등 다양한 서비스를 전개하여 전 세계적으로 많은 유저를 보유하고 있습니다. 전 세계인에게 기쁨과 즐거움을 전달하고 사회 공헌을 해 나가는 것을 목표로, 스포츠 엔터테인먼트의 영역에서도 혁신을 일으키고 있습니다.



남북아메리카	글로벌 횡단	유럽	아시아 태평양
Rakuten 아메리카 라쿠텐 카드 아메리카 Rakuten Intelligence 아메리카	라쿠텐 트래블 라쿠텐 트래블 관광 체험 Rakuten Advertising Rakuten VIKI 라쿠텐 Kobo Viber 라쿠텐 심포니	Rakuten 프랑스 Rakuten UK Rakuten TV 스페인 Rakuten Europe Bank S.A. Rakuten DX	대만 라쿠텐 이치바 Rakuten JP 대만 라쿠텐 카드 Rakuten Monkeys Rakuten International Commercial Bank
Rakuten Rakuten Card Rakuten Intelligence	Rakuten Viki Rakuten kobo Rakuten Viber Rakuten Symphony	Rakuten Travel Rakuten Advertising Rakuten Travel Experiences	Rakuten TV Rakuten Europe Bank Rakuten DX Rakuten 樂天市場 Rakuten 樂天信用卡 Rakuten MONKEYS Rakuten 樂天國際銀行

### 각 지역의 라쿠텐 인지도

미국 69.3%    프랑스 84.7%    대만 77.0%    스페인 82.1%    캐나다 71.2%

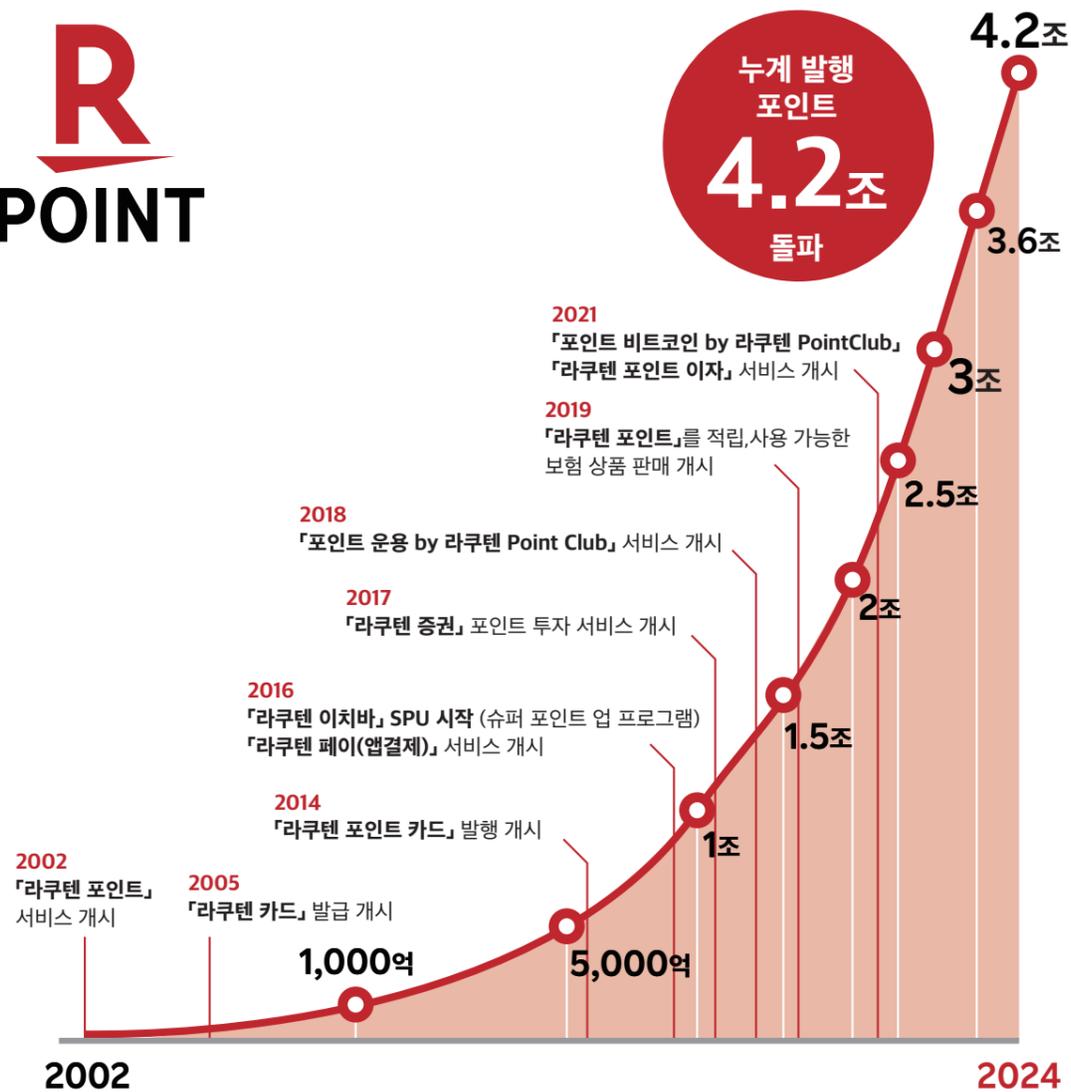
'라쿠텐'을 알고 있다고 대답

출처: 글로벌 브랜드 조사(2024년 1월), 그룹 브랜드 & CX 감독 부문

## 라쿠텐 포인트

### 고객 만족도 No.1 라쿠텐 포인트

라쿠텐 포인트는 라쿠텐 그룹의 서비스나 가맹점에서 포인트를 적립하여, 쇼핑이나 여행, 은행, 모바일 등 다양한 서비스에서 1 포인트당 1엔으로 사용할 수 있는 포인트 서비스입니다. 2024년에는 누계 발행 포인트가 4조엔을 돌파하였으며, 고객이 직접 선택한 '작년에 가장 많이 쌓인 포인트' '포인트 종합 만족도' '받아서 기쁜 포인트' 순위 모두에서 No.1에 선정되는 등 많은 분들이 이용하고 있습니다.



그 외, 다양한 노력으로 라쿠텐 이치바로의 고객 유치를 진행하고 있습니다.

신규 고객도, 기존 고객도 확실히 확보!

### 라쿠텐 PointClub 포인트 교환



신용카드 등, 생활 속에서 적립된 타사 포인트를 라쿠텐 포인트로 교환할 수 있습니다. 약 50개 이상(2021년 1월 현재)의 제휴 서비스로부터 신규 고객 확보로 이어지고 있습니다.



라쿠텐 외부 미디어나 SNS를 통해 고객을 유치 가능!

### 라쿠텐 슈퍼 어필리에이트

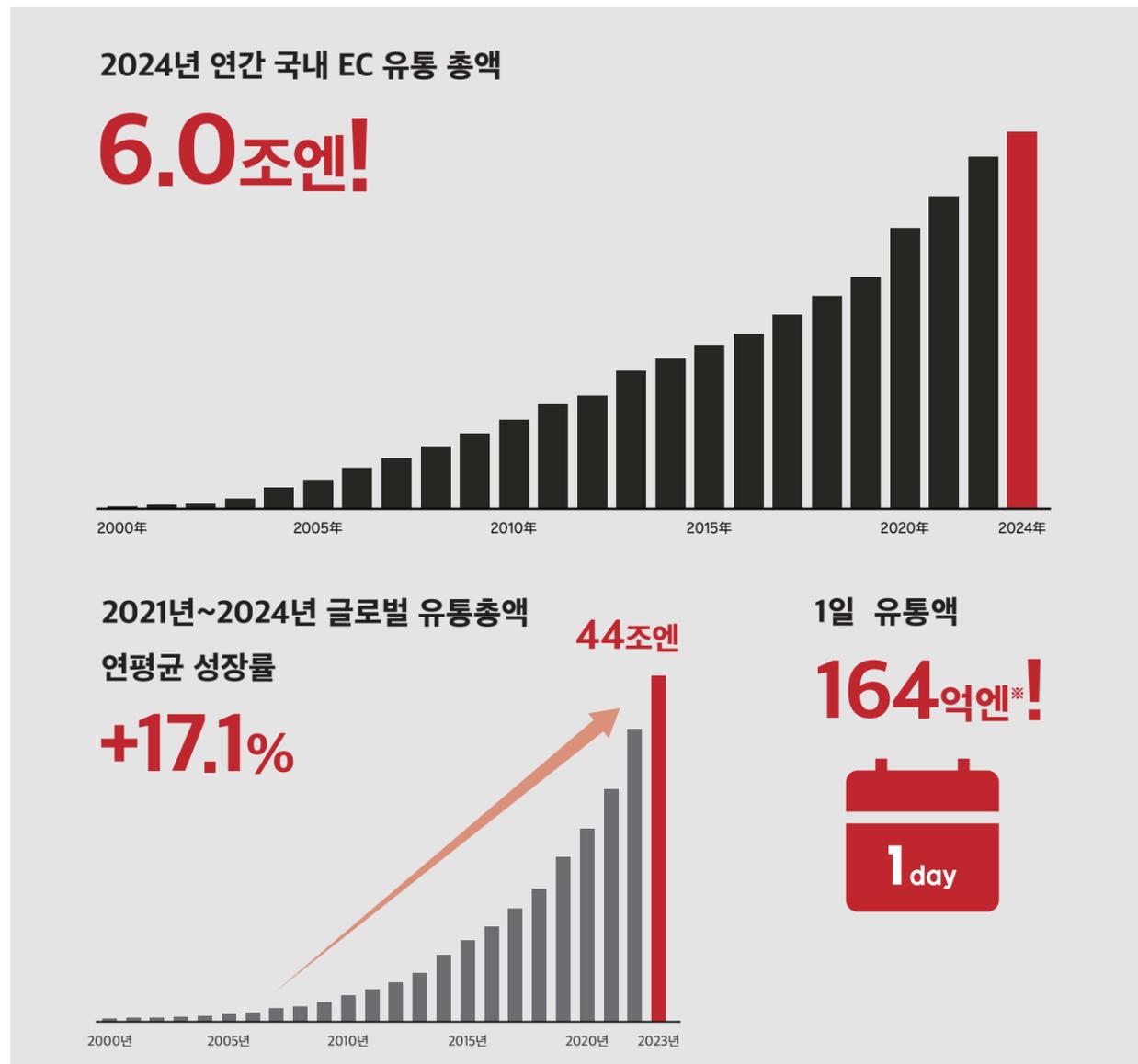


개인 인플루언서나 대형 법인 매체와의 제휴를 통해, 점포의 상품을 라쿠텐 이치바 뿐만 아니라 관련 외부 사이트나 및 SNS 등에서 폭넓게 소개하는 구조입니다. 제휴 매체 수는 날마다 확대되고 있으며, 신규 사용자 확보와 유통 확대에 기여하고 있습니다.



# 계속 발전하고 있는 라쿠텐 그룹

## 숫자로 보는 라쿠텐



※2024년 연간 국내 EC유통총액, 전년동기비 출처: 라쿠텐그룹 주식회사 '2024년도 연간 및 4분기 결산설명회 자료' ※일본 내 EC 유통 총액(일부 비과세 비즈니스 제외, 부가세 포함) =이치바, 트래블(숙박유통), 북스, 북스네트워크, Kobo(국내), 골프, 패션, 드림비즈니스, 뷰티, 라쿠텐24 등 생활용품 직판, Car, 라쿠마, Rebates, 라쿠텐 마트, 라쿠텐 티켓, 크로스보더 트레이딩 등 유통액의 합계  
※Q1/23이후 모바일 세그먼트에서 라쿠텐 티켓을 국내 EC 세그먼트로 이관. 이에 따라 소급 수정 실시.  
※Q2/23이후 일본 국내 EC 유통 총액의 정의 등을 일부 재검토. 이에 따라서 소급 수정 실시.  
※2023년 9월부터 라쿠텐페이(온라인 결제) 사업을 인터넷 서비스 세그먼트에서 핀테크 세그먼트로 이관. 금액 규모를 판단 기준으로 과거 실적의 소급 수정 미실시.  
※2020년 이후에 관해서는 상기의 정의를 기준으로 산출 ※ 국내 EC 유통 총액 전년 동기 대비는 일시적 요인 고려 후의 전년 동기 대비 (SPU 및 O/S 룰의 개정, 페이먼트 온라인 이관, 전국 여행 지원 등의 일시적 요인 고려 후)  
※1일 유통금액은 '2024년 연간 국내EC유통총액' 을 일수로 나눈 금액

## 계속 성장하는 라쿠텐 이치바

많은 점포가 모인 마켓, 적극적으로 구입하고 싶어지는 포인트 시스템, 안심하고 구매할 수 있는 프로그램 등. 라쿠텐 이치바만이 가능한 '즐겁고, 안전하게 쇼핑할 수 있는 장소'를 제공하여 많은 지지를 얻고 있습니다.

### 시장 점유율



### 회원 ID수



### 입점 점포 수



※ 라쿠텐 ID 수·입점 점포 수(2024년 6월 시점) 출처: 라쿠텐그룹 주식회사 '2024년도 제4분기 결산설명회 자료'  
※ 시장점유율 출처: 주식회사 후지경제'통신판매·e-커머스 비즈니스의 실태와 향후 2025'상품 카테고리별, 상품 전체에서 일부 상품을 발체. 점유율(전체·카테고리별)은 모두 2024년 기준

# 라쿠텐만의 특징

라쿠텐 이치바는 일본 고객이 안심하고 쇼핑하기 편리한 환경입니다.  
재구매 고객을 늘리기 위한 점포 혜택을 제공합니다.

## 비즈니스 모델 차이

### 상품 뿐만 아니라 "점포"를 어필할 수 있어 재구매 고객이 늘어납니다.

라쿠텐 이치바는 마켓 플레이스에 출점할 점포들을 모집합니다. 상점가나 상업 시설에 자신의 점포를 만드는 것에 가까운 이미지입니다. "출품" 형식이 아니기 때문에, 각 점포만의 독자적인 이벤트 개최나 점포의 팬을 늘리기 위한 방안을 쉽게 실시할 수 있는 것이 특징입니다.

점포를 브랜딩 하기도 쉽고, 팬을 육성해서 중장기적인 재구매 고객으로 연결시킬 수 있습니다.

### 라쿠텐 이치바는 "출점"

예: 상점가나 상업 시설에 "점포"를 출점



고객이 받는 인상

"라쿠텐이라는 상점가의 'OO점포에서 샀다'"

특징

- 점포별로 페이지를 구축하기 때문에 페이지 구축시의 자유도가 높고, 브랜딩하기 쉽다.
- "OO점포에서 샀다"라는 인상이 남아, 재구매 고객과 팬을 육성하기 쉽다
- 다른 점포와 판매하는 상품이 중복되더라도, 점포에 대한 신뢰 등으로 차별화하기 쉽다.

### 기타 마켓 플레이스는 "출품"

예: 슈퍼마켓에 "상품"을 출품



고객이 받는 인상

"OO라는 슈퍼에서 상품을 샀다"

특징

- 마켓 플레이스별 포맷에 따라 페이지를 작성, 페이지 구축시의 자유도가 낮고 차별화 하기 어렵다.
- 구입 시 가격이 중요한 판단요소가 되기에, 점포의 팬을 만드는 것이 어렵다.

## 그룹 서비스를 사용 할수록 혜택UP

### SPU(슈퍼 포인트 UP 프로그램)란?

해당 서비스를 사용하면 할수록, 라쿠텐 이치바에서 구입 시 라쿠텐 포인트가 쌓이는 혜택UP 프로그램



SPU 대상 서비스는 총 16개 ※1

※1 2025년4월1일 기준

이용 서비스	SPU 포인트	라쿠텐 이치바에서 쇼핑
라쿠텐 모바일	<b>+4배</b>	1월 8일에 <b>1만 엔 쇼핑</b> + 1월 23일에 <b>2만 엔 쇼핑</b>
라쿠텐 카드	<b>+1배</b>	
라쿠텐 트래블	<b>+1배</b>	
라쿠텐 증권	<b>+0.5배</b>	
라쿠텐 뷰티	<b>+0.5배</b>	
 <b>합계 +7배</b>		 <b>총 3만 엔 쇼핑</b>
<b>SPU로 총 2,100 포인트 획득</b>		

다양한 라쿠텐 서비스 이용으로 라쿠텐 이치바에서 쇼핑 시,  
포인트가 **최대 18배까지 UP!**

\* 상기 포인트는 2023년 3월 시점의 SPU 포인트를 기준으로 계산하였습니다.

적립된 포인트는 라쿠텐 그룹 뿐만 아니라,  
카페, 편의점, 슈퍼마켓 등 오프라인에서도 이용 가능합니다.

# 쇼핑을 촉진하는 다양한 서비스

여러 가지 서비스, 이벤트를 통해 재구매 하고 싶게 만드는 라쿠텐의 구조를 소개합니다.

## 라쿠텐 포인트

### 고객만족도No.1의 라쿠텐 포인트

라쿠텐 포인트는 라쿠텐 그룹 서비스나 가맹점에서 포인트를 적립하고 1포인트=1엔으로 쇼핑이나 여행, 은행, 모바일 등 다양한 서비스에서 이용 및 적립할 수 있는 포인트 서비스입니다.

2024년에는 누계발행 포인트가 4조를 넘어 고객이 선정한 '작년 한 해 가장 많이 쌓인 포인트' '포인트 종합 만족도' '받으면 기쁜 포인트' 분야 랭킹에서 모두 1위를 차지하는 등, 많은 분들께 사랑받고 있습니다.



※ 포인트에 관한 조사, 유효 답변 = 1,000, 인터넷 조사, 2022년 11월, 실시기관: 마이보이스컴

## 라쿠텐그룹 서비스를 사용하면 사용할 수록 라쿠텐 이치바에서 구입 시의 포인트 UP!

라쿠텐 이치바에서는 통상 100엔(세금 별도)의 구매 당 1포인트가 소비자에게 부여됩니다. 또한 점포별·상품별 포인트 배율을 설정함으로써 소비자의 구매를 촉진합니다.

### SPU (슈퍼 포인트 업 프로그램)

라쿠텐 그룹 내 대상 서비스의 조건을 달성하면, 라쿠텐 이치바에서 획득할 수 있는 포인트 배율이 증가되는 프로그램입니다. 그룹 서비스를 이용하면 이용할 수록 라쿠텐 이치바에서 상품 구입시의 포인트가 증가하기 때문에, 라쿠텐 그룹 서비스 이용자의 라쿠텐 이치바에서의 구매를 촉진할 수 있습니다.



## 라쿠텐 이치바의 이벤트 기획

### 라쿠텐슈퍼 SALE

라쿠텐이치바 최대 규모의 대형 세일 이벤트

### 유저 방문 수 증가

라쿠텐이 수 많은 TV CF나 인터넷 광고와 같은 대형 프로모션 실시로 평소보다 많은 유저가 라쿠텐 이치바에 방문합니다.  
※ 프로모션 방법은 변경될 수 있습니다.

### 높은 구매 의욕

많은 세일 상품과 포인트 적립의 용이성등을 기반으로 유저의 구매 의욕이 높아집니다.

# Rakuten 슈퍼-SALE



### 쇼핑 마라톤

'릴레이 샵 구매'로 포인트를 최대 10배 획득 가능한 이벤트

### '릴레이 샵 구매'란

캠페인 기간 중 1000엔(세금 포함) 이상의 쇼핑을 한 '점포 수'에 따라서 포인트가 점점 쌓여가는 캠페인입니다.  
※캠페인 조건은 변경될 수 있습니다.



### 기존 유저의 활성화

'릴레이 샵 구매'가 촉진되므로, 기존 유저의 활성화를 기대할 수 있습니다.



# 이벤트나 기념일 등은 매출 상승의 빅 찬스!

성수기에 맞춘 특별 시책 설치 및 포인트 캠페인 실시 등 다양한 판촉 기획을 선보이며, 점포의 매출 상승을 지원하고 있습니다.

1월 | 3월

이 시기는 새로운 1년의 시작을 알리는 다양한 이벤트가 실시 되기 때문에, 스타트 대시를 끊기 좋은 시기입니다.



**후쿠부쿠로(럭키백) & 신년 세일**  
설날부터 다양한 기획이 가득! 편리하고 저렴하게 쇼핑을 즐길 수 있습니다.



**발렌타인데이**  
연인, 친구에게 줄 초콜릿 등 다양한 종류의 선물을 구매할 수 있기에, 오프라인 매장에서 오랜 시간 줄을 서는 번거로움을 신경쓰지 않아도 됩니다.

점포의 개성을 살리는 이벤트에 관한 힌트!

- 성인식 · 입시 & 합격 · 겨울 상품 바겐세일 · 히나마츠리(일본 전통 인형 축제) · 졸업 · 이사, 신생활

4월 | 6월

새로운 시작을 맞이하는 사람이 많은 이 계절. 선물 수요가 높아지기 때문에, 더 많은 사람들에게 점포와 상품을 알릴 수 있는 기회입니다.



**어머니의 날**  
꽃, 디저트 등 정통적인 선물을 비롯해, 연령대별로 선물 받는 사람에 맞춘 상품을 안내하고 있습니다.



**아버지의 날**  
장어, 해산물, 술 등 정통적인 선물을 비롯해, 연령대별로 선물 받는 사람에 맞춘 상품을 안내하고 있습니다.

가게의 개성을 살리는 이벤트 힌트

- 입학, 진학 · 입사 · 꽃놀이 · 골든위크 · 겨울 옷 정리 · 장마(우비 등 레인 용품)

7월 | 9월

레저 관련 용품이나 선물에 대한 수요가 높아지는 시기입니다. 이동 중에 스마트폰으로 주문이 들어오기 쉬운 것도 이 계절의 특징입니다.



**오추겐(여름 선물) & 여름 기프트**  
고마운 분들께 마음을 담은 선물을. 받는 사람에 맞춘 다양한 선물을 준비하고 있습니다.



**경로의 날**  
메시지가 담긴 선물이 특히 기쁨을 줍니다. 진심 어린 말을 함께 전할 수 있는 것이 큰 매력입니다.

가게의 개성을 살리는 이벤트 힌트

- 쿨비즈 · 여름 상품 바겐세일 · 칠월칠석 · 절전 관련(냉방) · 여름방학 · 방재의 날

10월 | 12월

연말을 앞두고 고객들의 쇼핑 수요가 높아지는 시기입니다. 집에서 편리하게 모든 것을 준비할 수 있는 온라인 쇼핑몰의 강점을 발휘해 보세요.



**크리스마스**  
누구에게나 설렘을 주는 이벤트! 선물은 물론, 케이크부터 트리까지 다양한 아이템을 준비할 수 있습니다.



**오세이보(연말 선물) & 겨울 기프트**  
연말의 바쁜 시기에도, 온라인 쇼핑몰에서는 여유롭게 쇼핑을 즐길 수 있습니다.

가게의 개성을 살리는 이벤트 힌트

- 운동회 · 할로윈 · 시치고산(일본 전통 어린이 축제) · 절전 관련(난방) · 겨울 보너스 · 연말연시(오세치 요리)

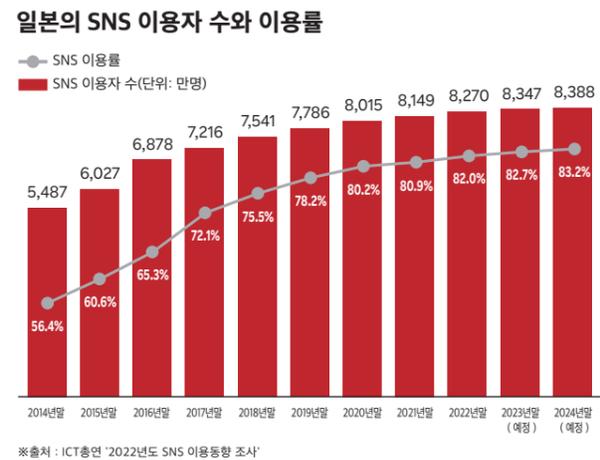
# SNS를 이용한 유저와의 커뮤니케이션 활성화

라쿠텐 이치바 내의 샵 페이지에서 팬/친구 모집, 게시글 작성 기능을 활용해 정보 발신의 도구로써 이용하실 수 있습니다.

## R-SNS

### 점포 운영 정보 공유의 도구로써 활용 가능한 서비스

SNS(소셜 네트워킹 서비스)는 현재 사람과 사람 뿐만이 아닌, 사람과 기업, 판매자와의 커뮤니케이션을 촉진시키는 새로운 판촉 톨로서 활용되고 있습니다. 2024년에는 국내이용자가 8,388만명이 될 전망으로, 그 영향력은 가속화되고 있습니다. R-SNS란, 라인 공식 계정, 인스타그램, 페이스북, ROOM을 라쿠텐 이치바의 점포 운영에 활용할 수 있는 유료 옵션 서비스입니다. 라쿠텐 이치바 내의 점포 페이지를 통해, 각 SNS의 친구/팬을 획득할 수 있습니다. 업체 분의 새로운 정보 공유 톨로써 이용하실 수 있습니다.



## R-SNS 이용의 메리트

- 1 점포 페이지에 SNS 링크를 게재해 SNS 팔로워 증가**  
R-SNS 가입 점포는 매장 페이지에 SNS 계정 링크를 게재하실 수 있습니다. 라쿠텐 이치바 유저가 팔로워가 됨으로서 SNS 운용을 통해 보다 매출을 올리기 쉬워집니다.
- 2 SNS 운영 지원**  
팔로워 획득에 도움이 되는 배너 및 성공사례 공유, 라쿠텐대학 RUX 제공 등 점포의 SNS 운영을 지원하고 있습니다.
- 3 성공사례 및 노하우 공유**  
점포의 SNS 운영에 도움이 되는 성공 사례나 노하우 등 다양한 정보를 제공하고 있습니다. 첫 SNS 이용에도 안심하시고 시작하실 수 있습니다.

## R-SNS를 통한 정보발신 이미지

- 1** 메일 매거진을 수신하지 않는 유저나 라쿠텐 이치바의 방문 빈도가 낮은 유저층에게 PR 가능
- 2** SNS 팔로워를 통해 직접적으로 연결되지 않은 고객 층에게도 파급력 기대 가능



## R-SNS를 사용한 점포의 팬층 육성 및 확대

- 게시글을 작성하여 팬 늘리기**  
SNS를 개설한 후, 우선 정기적으로 상품 정보나 세일 공지 등을 올려봅시다. 또한 점포 페이지에 SNS 링크 게재, 사은품 등으로 SNS 팔로우 독려 등 SNS 계정을 유저에게 알릴 수 있는 기회를 만들어 팔로워를 확보하세요.
- 게시글 내용을 분석하기**  
좋아요 수나 사용자 도달 수 등 각 SNS 가 제공하는 분석 기능으로 유저 반응을 확인합니다. 유저로부터 좋은 반응을 얻을 수 있는 게시글 내용을 생각해 봅시다.



※SNS(롬 샵페이지 등)에 따라선, 별도의 계정 개설 없이 이용 가능합니다.

# 라쿠텐 이치바만의 만전을 기한 서포트 체제

입점 준비 기간은 물론, 입점 후에도 최단 기간에 매출 상승을 목표로 할 수 있도록, 만전을 기한 시스템을 통해 각 단계에 맞게 점포를 서포트합니다!

 대응언어: 일본어, 영어, 한국어, 중국어

## STEP1 계약 전

입점을 검토하고 있는데, EC 최신 동향과 계약 절차는 어떻게 되나요?

### 입점 컨설턴트 무료 EC세미나

입점에 관한 여러가지 의문점이나 문의, 계약 절차 등에 대해서는, 입점 컨설턴트가 대응해 드립니다. 또한, 입점을 검토하고 계신 사업자 분들을 대상으로, 무료 EC 세미나를 개최하여, EC업계의 최신 동향과 온라인 점포 운영에 관한 기초 지식, 성공 포인트 등에 대해 이해하기 쉽게 설명해 드립니다.

대응언어: 일본어

 대응언어: 일본어, 영어, 한국어, 중국어

## STEP2 점포 오픈 준비

온라인 점포 운영 기초지식을 얻기 위해서는 무엇을 해야 하나요?  
페이지 구축 등, 점포를 구축하기 위한 방법은 무엇인가요?

### 샵 어드바이저(Shop Adviser)

점포를 오픈하기 위해서는 여러 가지 준비가 필요합니다. 매뉴얼을 봐도 이해가 안 되는 부분이 나오는 경우도 있을 겁니다. 이러한 경우에 서포트를 해드리는 담당자가 샵 어드바이저입니다. 상품 등록이나 페이지 만들기 등, 매출 향상에 직결되는 점포 구축을 적절하게 서포트해 드립니다.

### RMS 콜센터

RMS(Rakuten Merchant Server)는, 라쿠텐 이치바에서 점포를 운영하기 위한 시스템입니다. 이러한 RMS 시스템의 기술적인 면을 서포트하는 것이 연중무휴로 운영되고 있는 RMS 콜센터입니다. 시스템 스페셜리스트가 밤 늦게까지 대응하고 있어 갑자기 문의사항이 생기시더라도 안심할 수 있습니다.

운영시간: 평일 09:00~23:00 토요일, 공휴일 09:00~18:00 (연중무휴)

### 라쿠텐 대학 강좌 수강

라쿠텐 대학은 라쿠텐 이치바에서 점포의 성장을 지원하는 무료 학습 서비스입니다.

ROV에서는 라쿠텐 대학을 통해 쌓아온 점포 운영 노하우를 영어, 중국어, 한국어로 번역하여 제공하고 있습니다.

라쿠텐 이치바에서 매출 향상에 필수적인 점포 운영의 기본과 실제로 라쿠텐 이치바에서 큰 매출을 만들어 주고 있는 점포들이 실천하고 있는 노하우를 ROV에서 효율적으로 습득하여 조기 수익화를 실현합니다!

 대응언어: 일본어, 영어, 한국어, 중국어

## STEP3 점포운영

매출 향상을 위한 구체적인 방법은 무엇인가요?  
운영 상 질문이 생기면 어떻게 하나요?

### EC컨설턴트가 든든하게 지원해주니 안심입니다.

#### 전임 담당자가 서포트해 드립니다!

점포를 운영하는데 있어 불안감이나 생각지도 못한 일은 발생하기 마련입니다. 하지만 걱정하지 않으셔도 됩니다. 분야별로 특화된 전임 EC 컨설턴트가 문제점을 함께 해결해 드립니다.

#### 최신 정보를 피드백해 드립니다!

점포 운영에는 정보 수집과 분석이 필수 불가결 합니다. 시장 동향을 자세하게 알고 있는 EC 컨설턴트가 최신 트렌트나 고객의 니즈 등을 빠르게 제공해 드립니다.

#### 독자적인 판매 전략을 조언해 드립니다!

점포마다 판매 전략은 다릅니다. 계절별 판촉 기획이나 상품에 맞는 판매 방법 등, 각 점포에 맞는 판매 전략을 제안해서 매출 향상을 지원해 드립니다.

#### 사례를 활용하여 매출 증대를 목표로 합니다!!

잘 나가는 점포는 무엇이 다를까요? 과거 사례를 활용해서 매출 증대를 위한 목표 설정과 계획 수립 등, 실전에 필요한 서포트를 해 드립니다.

### 저희들이 서포트해드립니다! EC 컨설턴트로부터 메시지

#### 식품 카테고리

식품 카테고리의 특징은 재구매 고객이 많다는 점입니다. 한 번 구입했던 고객이 다시 같은 스토어에서 같은 상품을 구입하는 케이스도 눈에 띕니다. 또한 리뷰 수 등이 구입하는 계기로 이어지기 쉬운 점도 놓칠 수 없는 포인트입니다. 이러한 환경에서 매출을 늘려나가기 위해 트라이얼 상품을 만들어 우선 '먹는 기회를 만드는 것'이 중요한 점입니다. 또한 고객이 구입하기 쉬운 1,000엔 전후의 상품을 준비하는 것도 효과 있는 방법입니다. 식품 카테고리는 마켓 규모가 크기 때문에 아직 많은 찬스가 존재합니다. 저희가 축적해온 노하우를 활용하여 점포(분)들과 함께 매출 향상을 위해 노력해 나가겠습니다.



#### 패션 카테고리

패션 카테고리는 상품의 디스플레이 방식이 매출에 큰 영향을 미치는 마켓입니다. 그만큼 페이지 제작이 중요하며, 중요 포인트 중 하나가 '코디해서 살 수 있는 구성'으로 만드는 것입니다. 예를 들어 스커트 단품만 게재하는 것이 아닌, 스커트와 블라우스 등을 매칭해서 올리는 등 실제 입었을 때의 이미지가 연상되는 페이지로 만드는 것이 중요합니다. 패션 카테고리는 PC뿐만 아니라 스마트폰 액세스 및 매출도 많은 것이 특징입니다. 앞으로도 온라인 샵의 장점을 살린 판매전략을 제안해드리도록 하겠습니다.



 이 마크가 붙어있는 STEP은 다언어 서포트 가능합니다.

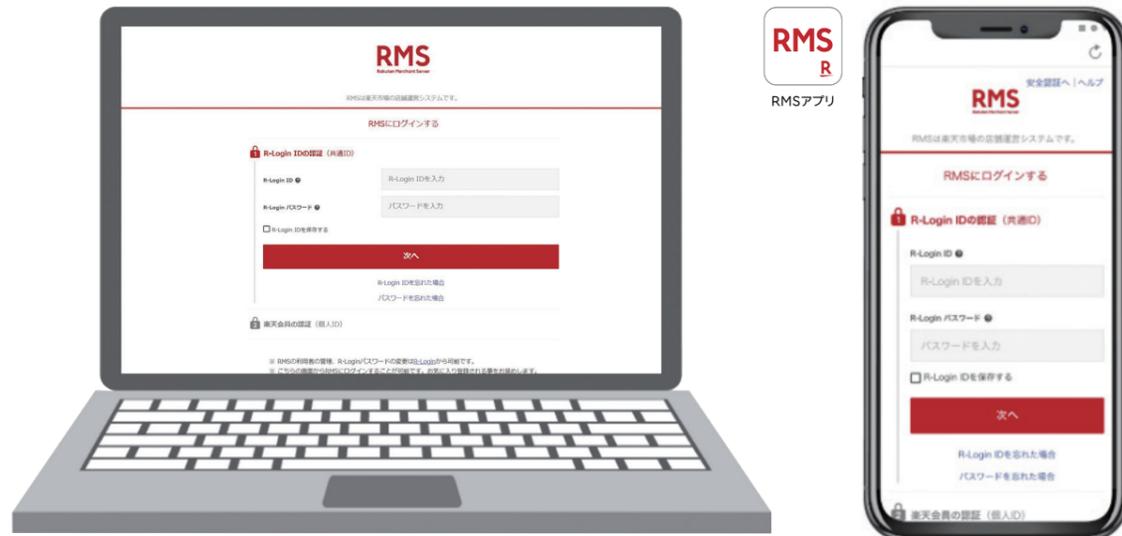
# 라쿠텐 이치바의 점포 운영 시스템 RMS

사용자와의 접점을 만들고 점포 운영에 필수적인 시스템을 제공합니다.

## RMS 개요

### 라쿠텐 이치바 입점 시 이용 가능한 시스템

RMS는 "Rakuten Merchant Server"의 약자로, 원활한 점포 운영과 사용자와의 접점 형성에 필수적인 4가지 기능을 하나로 통합한 시스템입니다. RMS의 활용으로 점포 운영 담당자님은 효율적으로 판촉 활동에 집중할 수 있어 매출 상승의 지름길이 됩니다. 또한, 조작 방법은 연중무휴 콜센터에서 지원합니다.



지원 디바이스  
iOS 단말기, Android 단말기  
※ 태블릿 단말기는 지원 대상 외

지원 OS 버전  
iPhone (iOS): iOS 15 (2021년 출시) 이후  
Android: Android 9.0 (Pie) 이후

컴퓨터가 있다면 웹에서 로그인하여 회사는 물론, 점포나 집에서도 점포 운영이 가능합니다. 또한, 스마트폰 앱을 다운로드하면 외출 중이나 컴퓨터가 가까이 없을때에도 스마트폰을 통한 간단한 점포 운영이 가능해졌습니다. ※ 앱에서는 일부 기능적 제한이 있습니다.



### 점포 구축 R-Storefront (점포 구축 기능)

상품을 등록·관리하거나 점포의 디자인을 설정할 수 있습니다. 우선 점포의 기초를 만들고, 사용자를 맞이할 준비를 지원하는 기능이 R-Storefront입니다.  
▶ 자세한 내용은 P25를 참조하세요.



### 주문 대응 R-Backoffice (수주, 관리 기능)

주문 접수부터 상품 발송, 발송 완료 알림, 문의 관리까지의 일련의 작업을 원활하게 처리할 수 있는 기능이 R-Backoffice입니다.  
점포 운영이 처음인 분들도 안심하고 사용할 수 있습니다.  
▶ 자세한 내용은 P27를 참조하세요.



### 점포 데이터를 분석하는 R-Karte (매출·데이터 분석 기능)

점포에 하루에 몇 명의 사용자가 방문했는지, 어떤 상품이 언제 얼마나 팔렸는지 등 데이터를 철저히 분석하여 매출 상승을 목표로 하는 기능이 R-Karte입니다.  
▶ 자세한 내용은 P29를 참조하세요.



### 재구매 고객을 늘리는 R-Mail (메일 매거진 발송)

점포를 안정적으로 운영하기 위한 과제 중 하나는 점포의 팬, 즉 재구매 고객을 늘리는 것입니다. 메일 매거진 발송/메일 매거진 자동 발송 기능은 특정 사용자에게 원하는 시점에 전달하고 싶은 내용을 발송함으로써 재구매 고객 확보를 기대할 수 있는 기능입니다.



# 점포 구축

## R-Storefront (점포 구축 기능)

스토어 오픈의 첫 걸음은 점포의 기반이 되는 점포 페이지 작성에서 시작됩니다.  
RMS에 로그인하여 순서에 따라 입력 후 등록하면 기본적인 점포 페이지를 만들 수 있습니다.

### 1 점포 페이지 작성 흐름

이용 개시일 이후, 점포 페이지 제작을 시작할 수 있습니다. 샵 오픈까지의 대략적인 페이지 작성 흐름은 다음과 같습니다.



### 2 이미지 등록 및 상품 페이지 작성

#### 1. 이미지 등록

먼저, 컴퓨터에서 "R-Cabinet"에 점포 페이지에서 사용할 이미지를 등록합니다.

등록된 이미지는 점포 페이지에서 자유롭게 사용할 수 있습니다.

#### 2. 상품 페이지 만들기

이미지를 등록한 후, "R-Storefront(점포 구축 기능)"에 필요 사항을 입력합니다.  
이미지 한 개를 등록하면 PC용과 스마트폰용 두 개의 페이지가 생성됩니다.

상품 기본 정보



PC용 페이지



스마트폰용 페이지



#### 1 상품명, 캐치프레이즈

"상품명"에는 어떤 상품인지 간결하게 쓴 문장을, "캐치프레이즈"에는 해당 상품의 세일즈 포인트를 입력합니다. 고객이 어떤 키워드로 검색하는지 추측하여, 검색하기 쉬운 키워드를 넣는 것이 포인트입니다.

#### 2 판매가격

상품의 판매가격을 입력합니다.

#### 3 상품 사양

컬러나 브랜드 등 상품의 장르에 따른 상품 사양을 입력합니다.

#### 4 상품설명문

'PC용 상품 설명문'과 '스마트폰용 상품 설명문'에는 상품의 사이즈, 편리한 사용법, 맛있게 먹는 방법 등 자세한 내용을 기재합니다.

#### 5 상품 이미지

사전에 "R-Cabinet"에 등록된 이미지를 선택하여, 상품 페이지에 표시합니다.

※"R-Storefront"만으로 페이지를 작성할 경우, 이미지는 하나의 상품 페이지에 최대 20장까지 업로드할 수 있습니다



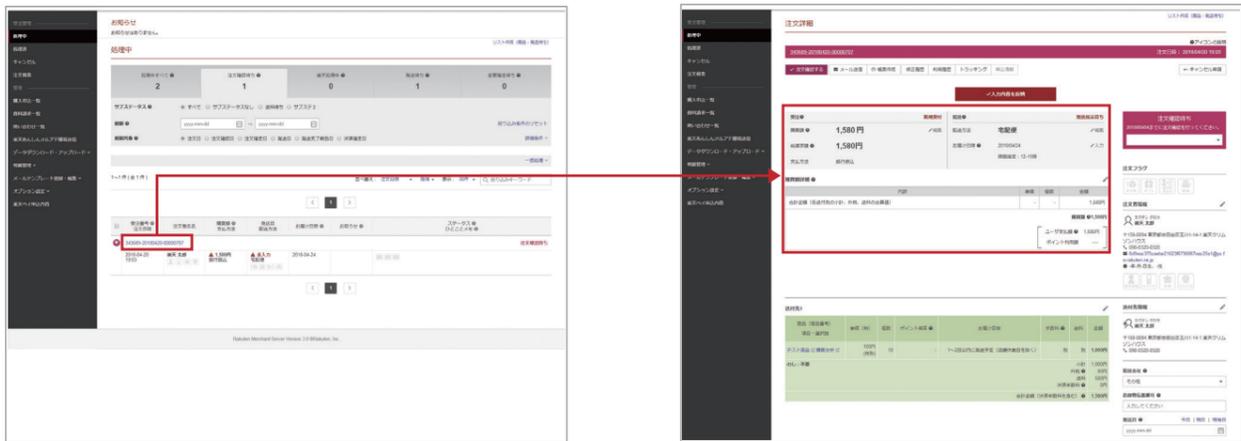
# 주문 대응 R-Backoffice (주문·결제 관리 기능)

주문 접수부터 발송까지의 일련의 과정을 한번에 관리할 수 있습니다.  
효율적으로 주문을 처리할 수 있을 뿐만 아니라, 보안 측면에서도 만전을 기하고 있습니다

## 1 주문 확인



고객은 주문한 대로 상품이 도착하길 기대합니다.  
주문 후에는 가능한 빨리 "주문확인" 처리를 합니다



## 2 주문 감사 메일

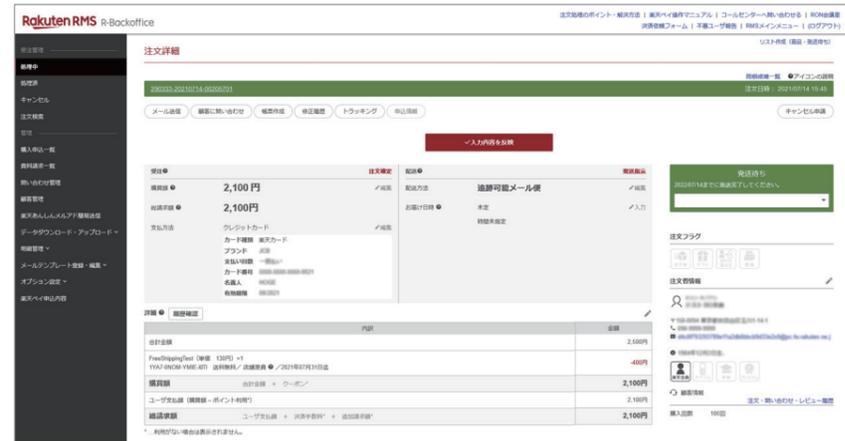


주문 감사 메일(Thank you Mail)은 고객과의 '첫 번째 접점'입니다. 주문 후 연락 유무에 따라, 고객의 안심감이 크게 달라집니다.  
모든 주문에 반드시 감사 메일을 보내는 습관을 들이도록 합니다.

## 3 상품 발송



라쿠텐 이치바가 결제 절차와 부정 주문 감지를 완료하면, RMS에 발송일과 송장번호를 입력하고 상품을 발송합니다. 고객에게 발송 완료 메일을 보내면 주문 처리는 완료됩니다. 이후에는 라쿠텐 이치바가 입금해 드릴 때까지 기다리시면 됩니다



## 4 애프터서비스 제공



상품 발송 후에도 사용자에게 대한 세심한 배려를 잊지 말고, 이후의 문의에도 정성껏 대응합니다.  
구매자의 마음은 문의사항 및 리뷰에 표현됩니다. 이러한 의견에 진지하게 대응하는 것이 구매자에게 좋은 인상을 주고, 재구매를 유도하는 데도 도움이 됩니다.

### 이미 점포를 운영 중인 분들에게 추천

주문 관리 도구 "Robot-in"

"Robot-in"은 여러 점포의 주문을 한 화면에서 확인하고 처리할 수 있는, 주문 업무를 효율화하는 도구입니다.

주문 감사 메일이나 발송 완료 메일의 자동 전송, 등이 가능합니다.

또한, 송장 소프트웨어와의 연동 및 후불 시스템과의 연동도 가능합니다.

자세한 내용은 <https://service.rms.rakuten.co.jp/product/0008-0006/1/> 에서 확인하세요





# 점포 데이터 분석

## R-Karte (매출, 데이터 분석 기능)

간단하게 데이터를 분석할 수 있는 것도 온라인 점포의 큰 장점입니다.

R-Karte를 활용하면, 매출 향상을 위해 보다 효과적인 전략을 세울 수 있습니다.

### 매출의 공식을 이해하기

점포의 매출은 "방문자 수"×"전환율"×"객단가" 로 구성됩니다.  
이 공식을 바탕으로 매출 상승을 위한 구체적인 전략을 세워봅시다.

$$\text{매출} = \text{방문자 수} \times \text{전환율} \times \text{객단가}$$

방문자 수 = 점포 페이지를 방문한 사람의 수

전환율 = 점포 페이지를 방문한 사람 중 구매로 이어진 사람의 비율 (판매 건수 ÷ 방문자 수)

객단가 = 1회 구매당 평균 구매 금액 (매출 금액 ÷ 판매 건수)

### "역산"으로 필요한 방문자 수를 계산하기!

Q.매출 50만 엔, 방문자 수 1만 명, 전환율 1%, 객단가 5,000엔인 점포가 있다고 가정했을때,  
이 점포가 "매출 목표 100만 엔" 을 달성하려면, 어느 정도의 "방문자 수"가 필요할까요?

$$\text{매출} = \text{방문자 수} \times \text{전환율} \times \text{객단가}$$

현재 상황: 50만 엔 = 1만 명 × 1% × 5,000엔

$$\text{목표 상황: 100만 엔} = \text{?} \times 1\% \times 5,000\text{엔}$$

### A. 목표 매출 100만 엔을 달성하기 위해 필요한 방문자 수는 2만 명!

위 공식을 사용해 역산하면, 필요한 방문자 수는 "2만 명"이라는 명확한 목표가 보입니다. 하지만, 현재 상황에서 "1만 명 추가"의 방문자를 모으는 것은 쉽지 않을 수 있습니다."어디서부터 시작해야 할지 모르겠다"는 고민을 가진 점포도 많습니다.이럴 때 의지할 수 있는 것이 풍부한 노하우를 가진 EC 컨설턴트입니다.점포의 특성과 현재 상황을 바탕으로, EC 컨설턴트의 적절한 조언을 받아 효율적인 매출 상승을 목표로 해봅시다!

### 다양한 관점에서 사용자 동향 분석

방문자 수나 전환율 등 다양한 데이터를 확인할 수 있습니다.매출이나 방문자 수의 경향을 바탕으로 집객 향상을 위한 전략을 수립하거나, 잘 팔리는 상품과 고객 속성 데이터를 통해 페이지 개선 방안을 검토하는 등, 여러 관점에서 분석이 가능합니다.  
또한, 실행한 전략의 성과를 되돌아보는 데에도 활용할 수 있습니다.



# 일본 국내 일률적 합리적인 가격, 타 플랫폼 출하 가능한 물류 대행 서비스

## 라쿠텐 슈퍼 로지스틱스의 서비스 개요

라쿠텐 슈퍼 로지스틱스는 점포의 소중한 상품을 보관하여, 유저에게 안전하게 전달하는 라쿠텐 이치바 출점 점포 고객을 위한 물류 아웃소싱 서비스입니다.



\* 점포측에서 일본으로의 수/출입에 필요한 준비를 해주실 필요가 있습니다.

타 플랫폼의 수주 처리, 재고 연계도 한 번에 가능!  
라쿠텐 슈퍼 로지스틱스로 자동 출하 실현!  
상세내용 : <https://service.rms.rakuten.co.jp/product/0008-0017/1/>



## 서비스 요금표

		상품: 극소 사이즈	상품: 소 사이즈	상품: 중 사이즈	
상품 피스 (PCS) 당 요금	재고 보관료	7.5엔/월/PCS (상품 부피 1,000cm <sup>3</sup> 에 대한 금액입니다)			
	배송 작업비 (포장비 포함)	50엔/PCS	80엔/PCS (일부 디스카운트 있음)	100엔/PCS	200엔/PCS
배송 개수당 요금		우편함 사이즈	60~100 사이즈	120 사이즈	140~160 사이즈
	배송비	180엔/개	380엔/개	500엔/개	850엔/개

※서비스 이용을 위해서는 심사가 존재합니다

## 서비스 도입의 장점

- Point 1** 365일 가동, 토·일요일에도 출하 대응  
점포 일정에 따라 배송 지시 가능합니다.
- Point 2** 리뷰(고객만족도) 항상 실적 다수  
'포장, 배송 리뷰가 향상되었다'는 고객의 호평을 받고 있습니다
- Point 3** 출하 포장 작업에서 해방  
슈퍼 세일 등 대형 세일 이벤트 후에 몰리는 출하 작업에서 해방!
- Point 4** 보관요금의 최적화  
상품 단위 과금으로 성수기/비수기 별 보관요금 낭비를 줄입니다
- Point 5** 슈퍼세일, 마라톤도 NO 스트레스  
라쿠텐 이치바와 연계하여 세일 이벤트시에 출하 대응합니다.
- Point 6** 타 플랫폼 배송도 동일 요금 적용  
배송비는 홋카이도·오키나와 도서 지역을 포함한 전국 일률 요금으로 이용 가능  
※ 타 플랫폼의 수하물은 무지 박스(라쿠텐 로고 없음)로 포장 가능!
- Point 7** 전담 담당자 배정으로 충실한 서포트 체제  
RSL 신청 후 안정적으로 가동되기 까지 점포와 2인 3각으로 서포트 합니다.  
서비스 이용 개시 후에도 물류 컨설턴트가 점포 고객을 서포트!

## 해외 업체가 RSL을 이용함에 있어 몇 가지 조건을 충족시킬 필요가 있습니다.

- 1** 점포 분께서 일본으로의 수/출입에 필요한 준비를 실시해 주실 것  
\*일본의 수입관련 법규를 확인한 후 일본에 수입하는 상품의 인허가나 승인을 사전에 취득할 필요가 있는지 확인해 주십시오.  
\*라쿠텐 및 RSL은 수입자가 될 수 없습니다.
- 2** RSL담당자와 일본 현지 시간에 일본어로 의사소통이 가능할 것
- 3** 일본 국내에 반품처가 있을 것
- 4** 일본 국내에 전화번호가 있을 것  
(※없을 경우, IP 전화 개설로도 진행 가능)

※자세한 내용은 담당 EC 컨설턴트에게 문의하십시오.  
※서비스 이용에는 심사가 필요합니다. 자세한 내용은 당사 물류 담당자에게 문의해 주십시오.  
※기재된 내용은 2022년 10월 시점의 정보입니다.

# 해외기업의 라쿠텐 이치바 입점 방법

해외기업 입점 시, 두 가지 방법이 있습니다.  
각 기업의 상황에 알맞은 입점 방법을 선택하실 수 있습니다.

## 패턴 1 한국법인 명의로 직접 계약

라쿠텐 이치바와 한국법인이 직접 입점 계약을 맺습니다.  
전반적인 점포 운영은 귀사에서 직접 하시기 때문에, 일본어를 비즈니스 레벨로 구사할 수 있는 스태프가 반드시 필요합니다.



계약명의	한국법인	상품 출하	한국법인
정산	한국법인 ▶ 라쿠텐	CS	한국법인
	라쿠텐 ▶ 한국법인	일본어가 가능한 스태프	필 수
점포운영	한국법인		

## 패턴 2 서비스 파트너를 활용

라쿠텐 이치바와 서비스 파트너가 입점 계약을 맺고, 서비스 파트너와 한국법인이 대리점 계약을 맺습니다.  
전반적인 점포 운영은 서비스 파트너가 하기 때문에, 일본어가 가능한 스태프가 없어도 입점할 수 있습니다.



계약명의	서비스 파트너	상품 출하	한국법인
정산	한국법인 ▶ 서비스 파트너 ▶ 라쿠텐	CS	서비스 파트너
	라쿠텐 ▶ 서비스 파트너 ▶ 한국법인	일본어가 가능한 스태프	불필요(서비스 파트너)
점포운영	서비스 파트너		

### 공식 서비스 파트너에 대하여

서비스 파트너 입점 방법에 필요한 서비스 파트너에 대해서는 입점 컨설턴트가 안내해 드립니다.  
질문 등이 있으시면 입점 컨설턴트에게 상담해 주세요.

# 입점까지의 흐름

통상적으로 신청부터 점포 오픈까지는 약 2개월이 소요됩니다.  
입점 심사가 약 3주 정도 소요되며, 라쿠텐 담당자가 귀사의 입점 심사를 서포트해 드립니다.

## 1 신청

소요시간 기준

**2주~1개월**

판매예정 상품 등에 따라 달라집니다

**입점 심사**

모든 사업자 분들께서 입점 심사를 받으십니다. 판매예정 상품이나 입점 형태 등에 따라, 별도 필요한 서류가 상이할 수 있으므로 담당 스태프가 안내해 드립니다.

## 2 계약

**이용개시일** 이용개시일에 RMS(Rakuten Merchant Server)를 이용하기 위한 어카운트를 발급해서 RMS 로그인용 ID를 메일로 보내드립니다. 이에 따라, RMS 이용이 가능해 집니다. 또한, 이용개시일부터 월고정료가 부과되기 시작합니다.

**입점료 입금** 이용개시일 이후, 저희 측에서 'BillPay'용 로그인 ID와 비밀번호 등록 안내 메일을 보내드립니다. 로그인 후에 청구 내용을 확인하시고 기재된 계좌번호로 20일 이내에 첫 입점료를 입금해 주시기 바랍니다.  
입금 기한까지 입금이 확인되지 않은 경우에는 RMS 서비스가 정지될 수 있으며, 그럴 경우, 희망하시는 일정으로 점포 오픈이 불가능할 가능성이 있습니다. 양해 부탁드립니다.

## 3 점포 오픈 준비

소요시간 기준

**1개월**

컴퓨터 관련 스킬이나 취급상품수에 따라 달라집니다

**입점심사**

스토어의 컨셉 구상 및 스토어 페이지의 구체적 구축에 관한 상담을 해드립니다. 부담없이 연락주세요!

**오픈심사**

점포 페이지가 완성되면 오픈 희망일 3 영업일 전까지 RMS 신청화면에서 필수사항을 입력하고, 심사 의뢰를 신청해 주시기 바랍니다. 신청 후에는 담당 스태프에게 연락 주시기 바랍니다. 점포 페이지를 확인한 후에 오픈 절차를 진행해 드립니다.  
※심사 결과에 따라, 희망하시는 날짜에 오픈이 어려운 경우도 있습니다. 양해 부탁드립니다.

**OPEN! 판매개시** 드디어 기다리고 기다리던 스토어 오픈입니다!

# 입점 플랜 상세 내용

한국법인 명의로 직접 계약하실 경우의 플랜을 소개합니다!  
서비스 파트너를 이용하실 경우에는 입점 컨설턴트에게 문의해 주세요.

## ICHIBA Basic Shop Open Plan

초기 입점비	¥60,000
월 고정비	¥65,000
계약 기간	1 Year
등록 가능한 상품 수	20,000 Items※
고정비 합계	¥840,000
<b>계약 2년 차부터 연간 고정비 합계</b>	<b>¥780,000</b>
<b>합계 수수료</b>	<b>변동 비율*</b> *참고: P.36-40

- ※ 초기 입점비: 1회만 결제
- ※ 월 고정비: 2회 분할납부 (6개월마다)
- ※ 등록 가능한 상품 수는 입점 후에 추가 신청이 가능합니다.

# 시스템 서비스 이용요금

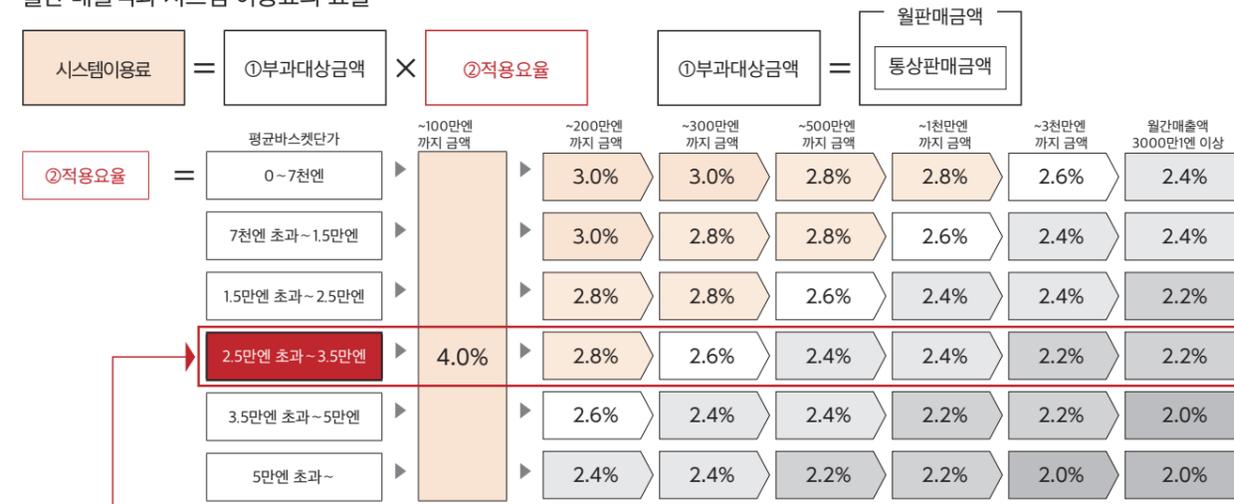
필수 구비되어있는 '시스템 서비스'의 상세내용에 관하여 안내해 드립니다.

## 시스템 이용료 필수

시스템 이용료는 월간 매출 금액에 따라 부과됩니다.

### ● ICHIBA Basic Shop Open Plan

월간 매출액과 시스템 이용료의 비율



(예)월간 매출이 250만엔이고, 평균 바스켓 단가가 3만엔인 경우  
 ~100만엔까지 월간매출액x적용요율    100만1엔~200만엔 월간매출액x적용요율    200만1엔~250만엔 월간매출액x적용요율  
 ( 100만엔×4.0% ) + ( 100만엔×2.8% ) + ( 50만엔×2.6% ) = 81,000엔

※평균바스켓단가=월간통상판매금액÷월간통상판매건수

## RMS 상품 일괄 편집 기능

상품 데이터 CSV 파일을 FTP로 RMS에 업로드하여, 상품 페이지를 일괄 편집, 등록, 삭제할 수 있습니다. 취급 상품이 많은 점포분들에게 유용한 서비스입니다.

기본 요금(월정액 요금).....10,000엔

※포인트 환원을 부담하는 서비스는 라쿠텐 회원 등록을 이용한 통상 구입(모바일 포함)입니다.

## 라쿠텐 포인트

## 필수

'라쿠텐 포인트'는 라쿠텐 회원에게 제공하는 포인트 프로그램입니다. 라쿠텐 회원이 상품을 구입할 때, 포인트를 부여하고 있습니다. 점포는 포인트 환원을 (통상 1.0%)을 부담합니다.

라쿠텐 포인트 환원을 부담 금액=라쿠텐 회원 구입대금x부여율(통상 1.0%)

※포인트 환원을 부담하는 서비스는 라쿠텐 회원 등록을 이용한 통상 구입(모바일 포함)입니다.

## RMS 전 상품 모바일대응 서비스

## 필수

상품 데이터 CSV 파일을 SFTP로 RMS에 업로드하여, 상품 페이지를 일괄 편집, 등록, 삭제할 수 있습니다. 취급 상품이 많은 점포분들에게 유용한 서비스입니다

## 몰 거래의 안정성 및 편리성 향상을 위한 시스템 이용료

## 필수

고객이 안심, 안전, 편리하게 라쿠텐 이치바를 사용할 수 있도록 시스템 개발, 고객용 창구 운용 등 환경 정비에 따른 하기 비용을 청구합니다.

월간 매출액.....0.1%

## 라쿠텐 슈퍼 어필리에이트(Super Affiliate)

## 필수

파트너 사이트에 게재된 링크를 경유한 매출에 대해서는, 구입한 상품 장르에 따라 파트너에게 성과 보수를 지불합니다. 각 파트너 성과보수는 라쿠텐이 점포에게 일괄로 청구하며, 라쿠텐이 지불을 대행합니다. 또한, 파트너에게 지불한 성과보수 합계에 따라, 라쿠텐 슈퍼 어필리에이트 시스템 이용료를 지불합니다.

- (1)파트너의 성과보수=라쿠텐 슈퍼 어필리에이트 경유 매출x어필리에이트 요율(구입한 상품 장르에 따라 2.0~8.0%)
- (2)라쿠텐 슈퍼 어필리에이트 시스템 이용료=파트너 성과보수 합계x적용요율
- (3)Advance Option 이용요금: 월 10,000엔 (임의 가입) (※1)

(※1)2015년 11월부터 당분간 Advance Option 월 이용료는 무료입니다.

## (1) 파트너 성과 보수

## 상품 장르별 요율 테이블

상품 장르	요율	상품 장르	요율	상품 장르	요율	상품 장르	요율
주얼리/악세서리	4%	맥주/양주	4%	일용품잡화/문방구/수공예	3%	컴퓨터/주변기기	2%
식품	4%	미용/화장품/향수	4%	책/잡지/만화	3%	스마트폰/태블릿	2%
이너웨어/속옷/나이트웨어	4%	펫/펫용품	4%	인테리어/가구/수납	3%	가전	2%
물/탄산음료	4%	의약품/렌즈/간호	4%	취미	3%	CD/DVD	2%
일본술/소주	4%	다이어트/건강	4%	서비스/리폼	3%	악기/음향기기	2%
신발	4%	스포츠 아웃도어	4%	장난감/게임	3%	자동차/오토바이	2%
여성 패션	4%	꽃/정원/DIY	4%	주택/부동산	2%	디지털 콘텐츠	2%
가방/잡화/브랜드잡화	4%	키즈/베이비/출산용품	4%	자동차용품/바이크용품	3%	광섬유통신/모바일통신	2%
남성 패션	4%	카탈로그 기프트/티켓	4%	손목시계	2%	상기 이외	2%
사탕/과자	4%	주방용품/식품/조리도구	3%	TV/오디오/카메라	2%		

일부 어필리에이트 파트너 및 매체에서 상품 디렉토리 ID별로 정한 요율보다 낮은 요율을 적용하는 경우가 있습니다.

※ 라쿠텐 이치바에서는 정기적으로 <전상품 디렉토리 ID의 변경 및 신규 태그 추가>를 실시하고 있으며, 상품의 전상품 디렉토리 ID가 변경될 수 있습니다. 이에 따라 상품 적용 보수 요율이 변경될 가능성이 있습니다. 양해 부탁드립니다.

## (2)라쿠텐 어필리에이트 시스템 수수료

어필리에이트를 경유한 매출에 대해 지불해 주시는 성과보수액에 따라 다음과 같은 요율로 시스템 이용료를 지불합니다

30만엔 이하	30만1엔~100만엔 이하	100만1엔~500만엔 이하	500만1엔~1천만엔 이하	1천만 1엔~
30%	25%	23%	20%	15%

※ 어필리에이트 경유를 통한 매출 취소 처리는 다음달 월말 전에 진행해 주세요.

파트너 성과 보수 지급 일정으로 인해, 월말 이후 취소 처리 시에는 취소 처리 전 금액으로 시스템 이용료가 청구됩니다.

예) 어필리에이트 경유 매출총액이 40만엔이고 어필리에이트 요율이 2.0%인 경우

- |                          |   |
|--------------------------|---|
| (1) 파트너 성과보수             | 400,000엔(어필리에이트 경유 매출)×2.0%(어필리에이트 요율)=8,000엔 |
| (2) 라쿠텐 슈퍼 어필리에이트 시스템이용료 | 8,000엔(파트너 성과 보수)×30%(적용 요율)=2,400엔           |

합계 : (1)8,000엔+(2)2,400엔=10,400엔  
(어필리에이트 경유 매출의 2.6%)

# 라쿠텐 이치바에서의 결제 방법(라쿠텐 페이)

## 안전하고 효율적인 처리

라쿠텐 이치바는 고객들이 결제 시에 느낄 수 있는 불안을 없애고, 점포의 결제 관련 업무 부담을 경감시켜드리기 위하여 라쿠텐 이치바가 결제 처리 업무를 대행합니다.

### 고객이 이용 가능한 결제 수단

구매자는 라쿠텐 이치바와 공유되는 결제 수단을 이용하실 수 있습니다.

또한 점포의 입금 사이클 단축 및 주문 오류를 감지하며, 결제 관련 업무를 대행하고, 입금 및 청구 상쇄 기능을 제공합니다.

결제 수단	라쿠텐 페이(라쿠텐 이치바 결제) 주요기능					이용료 청구
	입금 사이클 단축	주문 오류 감지	Charge back 보상 강화	결제 관련 업무 대행	입금액/청구액 상쇄 기능	
<b>라쿠텐 이치바 공통 결제 수단</b> 신용카드 결제(Visa, Master, American Express, JCB,Diners) Apple Pay <small>*각 신용카드사별로 소정의 심사가 존재합니다 (심사결과에 따라 Apple Pay이용이 불가능할 수 있습니다)</small> 전자화폐 결제※·라쿠텐Edy, Suica 결제 등 금융기관 이용 결제·라쿠텐 계좌 결제 ·라쿠텐은행 안심 계좌송금※ ·페이지 결제※ 등 편의점 결제·세븐일레븐·로손 등 au간단 결제※ 해외 소비자가 이용하는 결제※·유니온페이 등 라쿠텐 포인트	○	○	○	○	○	○
<b>(비/카드) 선택제 결제 수단</b> -대금상환 -쇼핑 크레딧/대출 -오토론 -리스 -법인 대상 청구서 지불	—	○	—	—	—	○

※현재는 이용 불가하지만, 순차적으로 도입할 예정입니다.

### 라쿠텐 페이 이용료 요금 테이블

필수

평균 결제 단가	라쿠텐 페이 수수료								
	월별 결제 금액								
	~100만 엔까지 금액	~200만 엔까지 금액	~300만 엔까지 금액	~500만 엔까지 금액	~1천만 엔까지 금액	~3천만 엔까지 금액	~1억 엔까지 금액	~5억 엔까지 금액	~5억엔 초과 금액
0~7천 엔	3.5%	3.4%	3.4%	3.3%	3.3%	3.2%	3.2%	3.0%	2.9%
7천엔 초과~1.5만 엔		3.4%	3.3%	3.3%	3.2%	3.2%	3.0%	2.9%	2.8%
1.5만 엔 초과~2.5만 엔		3.3%	3.3%	3.2%	3.2%	3.0%	2.9%	2.8%	2.7%
2.5만 엔 초과~3.5만 엔		3.3%	3.2%	3.2%	3.0%	2.9%	2.8%	2.7%	2.6%
3.5만 엔 초과~5만 엔		3.2%	3.2%	3.0%	2.9%	2.8%	2.7%	2.6%	2.5%
5만 엔 초과	3.2%	3.0%	2.9%	2.8%	2.7%	2.6%	2.5%	2.5%	2.5%

해외주소로 배송 시, 해당 결제금액에 0.4% 추가한 금액을 통상 이용료에 대하여 가산 처리합니다.

### Visa 카드 결제 수수료

필수

신용카드(Visa 카드)를 이용한 거래 매출액의 수수료로서 라쿠텐 페이 이용료 테이블에 +0.4%의 이용 수수료가 발생합니다.

\*일본시간 2022년 11월 1일(화) 주문 건부터 적용

$$\text{Visa 카드 이용 결제 수수료} = \text{Visa 카드로 결제된 월간 결제금액 등} \times 0.4\%$$

라쿠텐 페이 이용 요금 예시

예) 월간 결제금액 등 합계 금액이 150만엔, 그중 Visa 카드 이용이 60만엔이며 평균 결제 단가가 6,000엔인 경우

①라쿠텐 페이 결제 수수료 : (100만엔 × 3.5%) + (50만엔 × 3.4%) = 52,000엔

②Visa 카드 결제 수수료 : 60만엔 × 0.4% = 2,400엔

① + ② = 54,400엔...라쿠텐 페이 이용 요금 및 Visa 카드 결제 수수료 합계

# 점포 운영 요금 시뮬레이션

## 운영을 위한 변동 비용

라쿠텐 이치바에서 점포를 운영하면, 매출에 따라 월 고정비가 발생합니다.  
"ICHIBA Basic Shop Open Plan"의 비용이 어느정도 발생하는지 시뮬레이션 해보았습니다.

### 매출에 따라 발생하는 월 변동비 (시뮬레이션)

"월간 매출액"에 따라 시스템 이용료 등 각종 비용을 청구합니다.

### 요금 시뮬레이션

아래의 내용은 어디까지나 시뮬레이션입니다. 반드시 하기 요금이 되는 것은 아닌 점 양해 부탁드립니다.

취급상품 카테고리: 일용품 잡화

평균 고객 단가: 5,000엔

매출비율: PC 40%, 모바일 60% 카드 결제 매출 중 Visa카드 이용률 : 40% 라쿠텐 회원 비율(라쿠텐 포인트 부여율): 95%

매출의 15%가 어필리에이트 경유(당사 평균치 참고)

ICHIBA Basic Shop Open Plan				
요금 항목	월 매출 50만엔	월 매출 100만엔	월 매출 300만엔	월 매출 500만엔
시스템 이용료(PC)	¥8,000	¥16,000	¥46,000	¥70,000
시스템 이용료(모바일)	¥13,500	¥27,000	¥73,000	¥115,000
포인트 부담금	¥4,750	¥9,500	¥28,500	¥47,500
어필리에이트 이용료	¥2,925	¥5,850	¥17,550	¥29,250
물 거래의 안정성 및 편리성 향상을 위한 시스템 이용료	¥500	¥1,000	¥3,000	¥5,000
R-Messe 이용료	¥5,000	¥5,000	¥5,000	¥5,000
라쿠텐페이 이용료	¥17,500	¥35,000	¥103,000	¥169,000
Visa 카드 결제 수수료	¥800	¥1,600	¥4,800	¥8,000
<b>합계</b>	<b>¥52,975</b>	<b>¥100,950</b>	<b>¥280,850</b>	<b>¥448,750</b>

※월 고정비는 사전에 납부해 주시기 때문에 상기 시뮬레이션에서는 해당 비용을 제외하였습니다.

# 정산 사이클

라쿠텐 이치바에 지불해야 하는 각종 청구액 및 점포 매출 정산 사이클에 대한 설명입니다.

### 라쿠텐페이 결제금액 정산 사이클

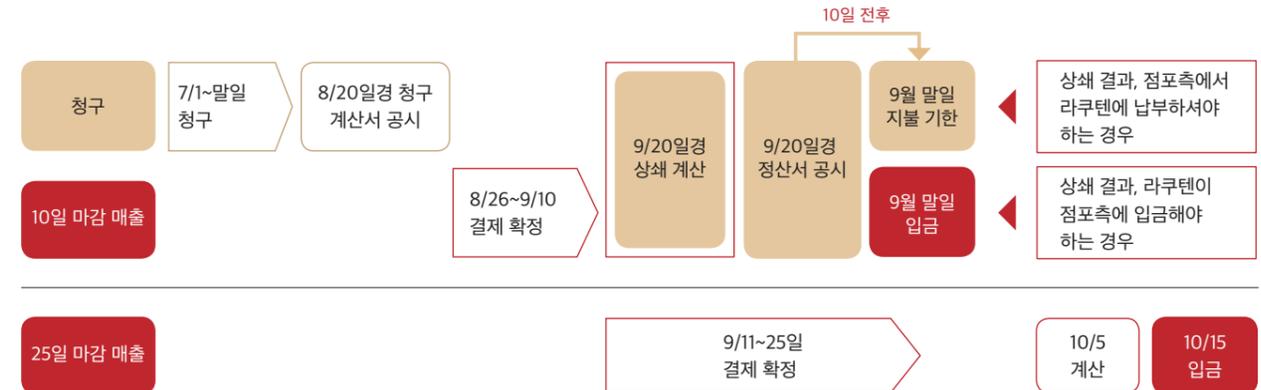
라쿠텐 이치바의 청구액과 입금액이 상쇄됩니다.

기본적으로 청구액과 10일 마감 입금액의 상쇄된 금액은 매월 20일경에 공시되며, 월말에 입금 또는 청구합니다.

25일 마감 입금액은 매월 5일경에 공시되며, 15일에 입금됩니다.

(※ 청구의 경우, 지불 기한이 10일 전후이므로 주의해 주십시오. 상쇄 대상의 청구액은, 지불 기한의 전월 20일경에 청구 계산서를 공시해드립니다.

청구 계산서에서 상쇄 전 예상 금액을 확인하실 수 있습니다.)



### 각종 이용료 지불

'월 고정비' 지불 차기 이용 개시월 당월에 금액 확정, 약 1개월 후 상쇄로 정산

지불 예	이용 명세	청구액 표시일	상쇄 후 정산액 표시일	정산일(지불 기한)
	1월 갱신분(입점료)	1/20경	2/20경	2/28

'시스템 이용료', '라쿠텐 포인트 부담금', '어필리에이트 이용료' 등 지불

매출 당월 2개월 후에 금액 확정, 3개월 후 상쇄 정산

지불 예	이용 명세	청구액 표시일	상쇄 후 정산액 표시일	정산일(지불 기한)
	1월 분(시스템 이용료 등)	3/20경	4/20경	4/30

'라쿠텐페이 이용료' '광고 게재 비용' 등 지불 결제 확정 1개월 후 금액 확정, 약 2개월 후 상쇄 정산

지불 예	이용 명세	청구액 표시일	상쇄 후 정산액 표시일	정산일(지불 기한)
	1월 분(라쿠텐페이 이용료 등)	2/20경	3/20경	3/31

# 정산금 송금 방법에 대하여

## Ichiba Basic Shop Open Plan 계약 시 송금 방법에 대한 설명입니다.

송금 방법은 아래의 두 종류 중에서 선택해 주세요.

라쿠텐 이치바에서의 매출액을 각종 수수료, 광고비용과 상쇄한 후 소정의 방법으로 송금해 드립니다. 구체적인 입금 흐름은 P.40를 참조해 주시기 바랍니다.

### 송금방법1 Payment Service Provider방식을 사용

라쿠텐 이치바에서의 매출 금액을 라쿠텐이 지정한 Payment Service Provider를 통해 송금해 드리는 방법입니다.

Payment Service Provider란, EC사업자(가맹점/판매자)와 금융기관 사이에서 "계약", "입금" 등의 윈스톱 솔루션을 제공하는 서비스를 가리킵니다.



- 라쿠텐이 지정한 Payment Service Provider와 점포 간의 계약이 필수입니다.
- Payment Service Provider로부터 수취 시, 별도 수수료가 발생하며 해당 수수료를 제외한 금액이 수령액이 됩니다.
- 수취는 귀사에서 개별적으로 진행해 주시면 됩니다.
- Payment Service Provider의 자세한 내용을 희망하시는 분은 입점 컨설턴트에게 연락해 주시기 바랍니다.

### 송금방법2 해외송금 방식을 사용

라쿠텐 이치바에서 발생한 정산금을 귀사가 지정한 현지 금융기관 계좌로 현지 화폐로 직접 송금해 드립니다.



- ※계약 주체 명의로 동일한 명의로 계좌로만 송금 가능합니다.
- ※현지 화폐로 수령 가능한 계좌만 이용 가능합니다.(일부 지역 제외)
- ※JPMorgan Chase 은행에서 라쿠텐 그룹 주식회사(Rakuten Group Inc) 명의로 송금하며 송금 시 수수료는 라쿠텐에서 부담합니다.
- ※이용하시는 은행에 따라 착금수수료, 중계수수료가 발생할 수 있으며, 각 수수료는 귀사 부담으로 진행됩니다.
- 수수료에 대한 자세한 내용은 귀사 지정 은행에 확인해 주십시오.
- ※은행에 따라 착금까지 시간이 소요될 가능성이 있습니다.
- ※계약 시작 후 담당 컨설턴트가 계좌 연계에 대한 자세한 내용을 안내해 드립니다.
- ※ 일부 국가나 지역에서는 현지 국내 송금으로 처리될 수 있습니다.

# 입점심사 서류 개요

라쿠텐 이치바 입점 심사를 위해 필요한 서류를 제출해 주셔야 합니다.

아래는 기본 서류이며, 점포에 따라 제출하는 서류가 달라집니다.

## 1 기본 서류

- 상품 사진
- 오피스 내/외관 사진
- 해외기업 출점에 따른 확인서
- 재고사진
- 자사 및 해외신용조사 보고서(D&B BIR)
- 상표명 사용허가서 (점포명에 「Official」을 사용하고 싶으신 경우)



## 2 장르별 필요 서류 (옵션)

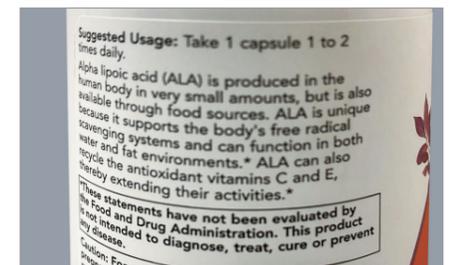
취급하실 상품별로 서류를 제출해 주시면 됩니다. 주로 많이 취급해주시고 계신 장르에 관하여 안내해 드리겠습니다.

### 패션

브랜드 신청서(심사대상 브랜드를 판매할 경우)  
→심사대상 브랜드는 입점 컨설턴트에게 상담해 주세요  
매입전표(인보이스)

### 화장품/건강식품

건강식품, 화장품 등 취급에 관한 서약서  
약사법 광고문  
상품 라벨 사진



# 계약 전 확인 사항

계약하기 전에 반드시 확인해 주세요

<p><b>1</b> 취급 예정 상품에 대하여</p>	<p>취급 불가한 상품, 별도 사전에 심사가 필요한 상품이 있습니다.</p> <p><b>취급 금지 상품(출품하실 수 없는 상품)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 무기·마약류 ● 성인용품 ● 위조 브랜드 상품 ● 모조품·불법 복제 상품 등</li> <li>● 개인정보·명부류 ● 정력제 등 ● 연구용 검사 키트·불법 약물 검사 키트</li> </ul> <p>※ 기타 법규·공공질서 및 미풍양속에 반하는 상품, 당사에서 정한 규칙·가이드라인 등에 해당하는 상품이 있습니다.</p> <p><b>사전 심사 상품 (당사 소정의 확인서 등 서류 제출을 요청드릴 수 있습니다)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 의약품, 의료기기(콘택트렌즈 포함), 의약외품, 화장품, 건강식품 ● 제조 및 판매 시 면허 등이 필요한 상품(식품, 주류, 중고품 등) ● 오세치 요리 ● 당사 지정 브랜드 제조사 상품(※ 판촉물 포함) ● PC 소프트웨어 ● 제조사, 산지 등에서 구매자에게 직배송하는 상품 ● 구독형 서비스를 동반한 전자기기 ● 검사 키트 ● 용역 제공 ● 차량 ● 특정 소형 전동 자전거 ● 반려동물 사료 ● 회선 계약을 동반한 상품 ● 상품권류 ● 생체</li> </ul> <p>※ 위에 명시되지 않은 상품이라도 추가 서류 제출을 요청드릴 수 있습니다. 자세한 내용은 당사 담당 직원에게 문의해 주십시오.</p> <p>제출해주신 서류와 판매방법 등을 고려하여 심사를 진행합니다. 심사 결과, 해당 상품을 취급하거나 입점 자체를 거부하는 경우가 있으므로 양해 부탁드립니다. 또한 입점 후에 품목을 추가할 때에도 사전에 심사가 필요한 경우가 있습니다.</p>
<p><b>2</b> 금지 행위에 대하여</p>	<p>법규 및 당사 소정의 규칙, 가이드라인 등에 따라 라쿠텐 이치바에서 금지하고 있는 행위가 있습니다.</p> <p><b>외부 링크</b></p> <p>라쿠텐 이치바의 점포 페이지 내에, 라쿠텐 이치바 외부 링크를 넣거나 URL을 기재하는 행위</p> <p><b>이용료 납입 회피 행위</b></p> <p>점포 페이지나 R-Mail에 '전화, 메일, FAX로도 주문 접수'라고 표기하거나, 시스템 서비스 이용요금 등 요금 납입을 회피하는 것을 목적으로 하는 행위</p> <p><b>허위 리뷰</b></p> <p>점포 관계자에 의한 허위 리뷰 작성 등, 고객에게 혼란이나 오해, 피해를 주는 행위</p> <p><b>이미지 무단 도용</b></p> <p>라쿠텐 이치바 점포 페이지 안에 게재 허가 유무를 확인할 수 없는 이미지를 게시하는 행위</p> <p><b>상품 이미지 등록 가이드라인에 반하는 행위</b></p> <p>상품 이미지에 관하여, 당사의 규정에(텍스트 점유율, 테두리 선, 배경 등)을 준수하지 않은 이미지를 등록하는 행위 상기 이외에도 금지 행위로 간주하는 경우가 있습니다. 자세한 사항은 담당 스태프에게 문의해 주시기 바랍니다.</p>
<p><b>3</b> 의약품·의료기기등 법(구 약사법) 광고 규제에 대하여</p>	<p>의약품, 의약부외품, 의료기기, 화장품, 건강식품, 다이어트 식품, 건강 기구 등 판매 시에는, 의약품·의료기기등법(구 약사법), 식품위생법, 건강증진법, 경품표시법 등이 관계됩니다.</p> <p>건강 식품에 효과, 효능을 기재하시면 미승인 의약품으로 간주되는 등 상품 설명에 있어 제약이 있습니다.</p> <p>이러한 상품을 취급 예정인 사업자께서는 당사 소정 양식의 서약서를 제출하셔야 합니다. 상품과 광고 표현에 법령 위반이 없도록, 사업자께서 직접 확인해 주시기 바랍니다. 단, 의약품·의료기기등법(구 약사법)에 대해서 불분명한 경우에는 관할 지방자치단체 약무주관부(국)으로 문의해 주시기 바랍니다. 또한 경우에 따라서는, 당사에서 약무주관부(국)에 확인을 요청하는 경우가 있습니다.</p> <div data-bbox="359 1486 1329 1556" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>의약품·의료기기등법(구 약사법)에 따른 광고규제 내용의 상세, 부적절한 표현 사례 등에 대해서는 아래의 도코도 복지보건국 홈페이지를 참조해 주시기 바랍니다.</p> <p>도코도 복지보건국 홈페이지 <a href="https://www.fukushihoken.metro.tokyo.lg.jp">https://www.fukushihoken.metro.tokyo.lg.jp</a></p> </div> <p>당사에서는 모든 고객이 안심하고 쇼핑을 즐길 수 있는 것을 목표로 하고 있습니다. 이 점을 이해해 주시고, 법령 준수와 과대광고나 허위광고가 없는 올바른 광고 표현을 위해 사업자들의 자주적인 대응 부탁드립니다.</p>
<p><b>4</b> 라쿠텐 경쟁 사업자의 출점에 관하여</p>	<p>당사에서는 "라쿠텐 이치바와 동일하거나 유사한 업무를 하는" 행위를 거절하고 있습니다. (관련 회사도 동일합니다) 따라서, 경쟁사라고 생각되는 사업자의 출점은 거절할 수 있으므로 양해 부탁드립니다.</p>

## 컴퓨터 바이러스 대책 소프트웨어 도입 요청

최근 컴퓨터 바이러스로 인한 피해가 늘고 있습니다. 입점하신 점포의 컴퓨터가 바이러스에 감염되면, 컴퓨터에 보존하고 있는 데이터 등이 파손될 뿐만 아니라, 고객에게 바이러스가 침투된 메일이 자동적으로 발송되는 등의 문제를 초래합니다. 라쿠텐 이치바에 출점하실 때는 반드시 사전에 바이러스 대책 소프트웨어를 도입해 주시기 바랍니다.

# 취급금지 상품에 대한 안내

라쿠텐 이치바에서는 다음과 같은 상품이나 서비스의 취급을 금지합니다.

또한, 본 페이지에 기재되지 않은 것이라도 입점 심사 단계에서 취급을 거절하는 상품도 있습니다. 미리 양해 부탁드립니다.

※정차·종교·다단계 판매 사업자·폭력조직 관계자의 입점은 거절합니다.

<p><b>법령으로 판매, 소지가 규제되는 품목</b></p>	<p>〈예〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>·총포류, 도검류 ·마약류, 각성제, 향정신성약 등의 약물</li> <li>·도난품</li> <li>·의약품 성분을 포함한 건강식품, 고도관리 의료기기의 승인을 받지 않은 콘택트렌즈</li> <li>·위생탄 조각, 종(種)보존법 등 조약 법령에 의해 거래가 규제되고 있는 동식물</li> <li>·불법개조한 자동차, 오토바이</li> </ul>
<p><b>공서양속, 도덕적으로 위배되는 것</b></p>	<p>〈예〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>·사용한 속옷, 교복, 수영복, 체육복 등</li> <li>·도촬 사진, 도촬 비디오, 도촬 기기</li> <li>·범죄방비나 테러행위 안내서, 기타 범죄성이 높은 상품, 범죄를 유발할 우려가 있는 상품</li> <li>·모자이크 제거 기기</li> <li>·폭력조직, 불량조직, 테러조직, 폭주족 등과 관련된 상품</li> <li>·기괴한 상품, 기타 혐오감, 불쾌감을 주는 상품</li> </ul>
<p><b>상품에 관한 계약 등으로 양도·재판매가 금지된 품목</b></p>	<p>〈예〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>·예금이나 증권계좌, 예금통장, 신용카드, 체크카드, 대출카드 등</li> <li>·개통된 휴대전화, PHS, 포켓벨</li> </ul>
<p><b>약용될 우려가 있는 품목</b></p>	<p>〈예〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>·인영(印影)으로 인감(印鑑)을 제작해 주는 서비스</li> <li>·운전면허증, 여권, 건강보험증 등의 신분증</li> <li>·개인정보, 그러한 정보가 포함된 매체(명부, 주민등록증 등), ID나 비밀번호</li> <li>·관공서, 기업의 출입증, 사원증, 직무나 신분을 나타내는 배지, 제복 등</li> </ul>
<p><b>청소년의 보호, 육성상 바람직하지 않은 품목</b></p>	<p>〈예〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>·성인용품</li> <li>·성매매업소 홍보광고, 티켓 등</li> <li>·청소년 보호육성 상 바람직하지 않은 비디오, DVD, 화보집, 게임소프트, 서적, 잡지</li> <li>·아동 포르노</li> </ul>
<p><b>위험한 품목</b></p>	<p>〈예〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>·폭발물, 고압가스 등의 위험물</li> <li>·독극물</li> <li>·스텐건, 최루 스프레이, 경찰봉 등 무기로 사용될 우려가 있는 것 (호신목적의 상품도 거절하고 있습니다.)</li> </ul>
<p><b>남의 권리나 이익을 침해할 가능성이 있는 품목</b></p>	<p>〈예〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>·가짜 브랜드 제품, 복제품, 브랜드 제품의 리메이크품이나 유사품, 정품이라고 증명할 수 없는 상품</li> <li>·'루이비통 풍', '에르메스 타입', '○○조' 등으로 표기하여 판매되는 상품</li> <li>·CD, DVD, 비디오, 소프트웨어의 불법복제 등 저작권을 침해하는 상품</li> <li>·무단으로 촬영한 브로마이드, 무허가로 연예인 이미지 등을 사용한 상품 등 초상권, 초상 보호권을 침해하는 상품</li> <li>·타인의 명예, 신용을 훼손하는 상품</li> <li>·스크램블 캔슬러, 복사방지 캔슬러</li> </ul>
<p><b>기타 당사가 부적절하다고 판단한 품목</b></p>	<p>〈예〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>·근거가 없는 '금은 상송'이나 '파동' 등 미신 혹은 미신과 비슷하거나 비과학적인 표현을 사용한 상품</li> <li>·종교색이 강한 상품(묘석, 불단 등 제외)</li> <li>·성 기능을 강화하고 개선하기 위한 정력제</li> <li>·유통기한이 지난 의약품, 의약부외품, 화장품, 동물용 의약품, 동물용 의약부외품</li> <li>·'소비 기한'이 지난 식품</li> <li>·고래, 돌고래 부위를 이용한 제품</li> <li>·금괴 상품(금 방망이, 골드바, 금괴 등)</li> </ul>

상기 이외에도 취급을 금지하고 있는 품목이 있습니다. 자세한 내용은 아래 연락처로 문의해 주시기 바랍니다.  
문의처: 라쿠텐그룹 주식회사 / TEL : 050-5817-1100 / E-mail : sales@mail.rakuten.com

# 계약 시 중요사항 확인에 대하여

라쿠텐 이치바에서는 계약 시 당사 담당 스태프가 다음과 같은 중요사항을 확인합니다. 고객이 안심하고 라쿠텐 이치바를 이용할 수 있도록 당사에서 소정의 각종 규정을 마련했습니다. 따라서, 구체적인 계약 내용은 아래 사항에 국한되지 않습니다. 자세한 내용은 출점 규약, 각종 규칙, 가이드라인 등 당사가 제공하는 자료를 참조해 주시기 바랍니다. 여러분들의 이해와 협력 부탁드립니다.

	확인 사항	구체적인 내용
계약 내용에 대하여	규약 확인 여부 규약신청서 보존	·출점규약의 내용은 충분히 확인하셨나요? ·출점규약은 출점신청서의 부분과 함께 보관해 주시기 바랍니다.
	날인, 본사 소재지, 대표자 서명 확인	·날인하신 도장은 귀사의 법인인감이 맞습니까? 서명은 대표자님 서명이 맞습니까? ·출점신청서에 기입하신 주소는 등기상의 본사 소재지입니까? ·취급예정인 상품 판매에 대해 정관 목적란에 기재되어 있습니까?
	이용개시일과 계약 기간 확인	·계약기간은 이용개시일부터 12개월입니다. ·1개월 전까지 서면에 의한 연락이 없는 경우에는 자동으로 갱신됩니다.
	이용개시일을 변경한 경우	·이용개시일을 변경하거나 계약을 취소하고 싶으신 경우에는 기한까지 연락해 주시기 바랍니다.
지불에 대하여	입점료와 요금 부과 대상 기간	·이용개시일부터 기본 입점료, 시스템 이용료가 부과됩니다. '점포 오픈일'부터 요금이 부과되는 것은 아니므로 참고해 주시기 바랍니다.
	기본 입점료, 초기 등록 비용, 납부시기 및 납부방법	·청구 내역은 WEB의 청구서 열람시스템(BillPay)에서 안내해 드립니다. 이용개시일 다음 영업일 즈음에 BillPay 로그인 방법을 메일로 안내해드립니다. 로그인 청구 내용을 확인하시어 기재된 계좌번호로 입금해 주시기 바랍니다. 입금 수수료는 귀사가 부담합니다. 납부기한은 이용개시일로부터 20일 이내이므로 기한 내에 미리 입금해 주시기 바랍니다. 납부기한까지 입금이 확인되지 않는 경우, RMS 서비스가 중지될 수 있으므로 주의하여 주시기 바랍니다. ·초기 등록비용은 첫 입점료와 함께 청구됩니다.
점포 운영에 대하여	라쿠텐 이치바의 시스템 'RMS' 로그인(R-Login)	·RMS 로그인 시, 점포 운영 책임자가 설정해야 할 사항이 있습니다. 설정한 내용에 대한 안내는 이용개시일에 보내는 메일에 기재되어 있습니다. ·로그인시 입점 업체 측에서 어카운트를 설정해야 합니다. 이때, 라쿠텐 회원 ID를 취득해야 하므로 미리 준비해 주시기 바랍니다. 또한, 각 계정마다 각각 개별적으로 메일 주소가 필요합니다. ·라쿠텐대학에 참가하시는 경우에는 반드시 수강일 전날까지 R-Login의 설정을 부탁드립니다. 수강일 당일에 설정은 불가하오니 주의해 주시기 바랍니다.
	취급 예정 상품 확인	·취급금지상품에 대한 안내는 충분히 확인하셨나요? ·취급 상품 및 광고 표시 내용은 법령 및 당사 소정의 각종 규칙, 가이드라인의 범위 내에서 부탁드립니다. ·출점 후, 출점신청서에 기재되지 않은 심사 상품을 새롭게 취급하는 경우, 별도 심사가 필요합니다.
	외부 링크, 요금 납입 회피 행위, 허위 리뷰 작성 행위 금지	·라쿠텐 이치바 외부의 링크나 URL 기재는 일절 금지하고 있습니다. ·'전화, 팩스, 이메일로 주문 가능합니다', '계재되지 않은 상품 건적 내드립니다' '주문 전에 재고 확인 부탁드립니다'와 같은 기재문구는 요금 부과 회피행위로, 이를 금지하고 있습니다. ·점포 관계자가 자신의 점포에 리뷰를 올리는 등 고객에게 혼란이나 오해, 폐를 끼치는 행위는 금지하고 있습니다.
	오픈 심사	·점포 오픈 시, 심사를 실시하고 있습니다. 완성된 페이지 내용을 심사한 결과, 출점규약 등을 위반하고 있는 경우에는, 입점 계약 자체를 거절하는 경우도 있으므로 양해 부탁드립니다.
	고객정보의 취급	·개인정보 유출 등이 사회문제가 되고 있어, 그에 대한 대책으로 고객의 메일주소 표시를 제한하고 있습니다. ·라쿠텐 이치바에서 모은 고객 정보로 자사 사이트를 광고하는 등의 행위는 금지되어 있습니다. ·퇴점 후에는 상품 데이터나 고객 데이터는 모두 삭제됩니다. 재입점 시에도 이용하실 수 없습니다. 또한, 퇴점 시 고객 데이터는 유출하지 않습니다.
	바이러스 대책	·바이러스에 의한 정보 유출 문제 등을 방지하기 위해, 점포를 오픈할 때까지 바이러스 대책 소프트웨어를 도입해 주시기 부탁드립니다.
포인트	·'라쿠텐 포인트'란 라쿠텐 회원에게 제공하는 포인트 프로그램입니다. 라쿠텐 회원이 상품을 구입했을 때, 포인트를 부여하고 있습니다.점포는 포인트 환원율(통상 1.0%)을 부담합니다.	

어필리에이트(Affiliate)	·어필리에이트(Affiliate)는 귀사가 운영하는 점포가 기재된 링크 등을 통해 상품을 구입했을 경우, 원칙적으로 구입한 상품 카테고리에 따라 상품 구입금액의 2.6%~10.4%를 성공보수 등으로 지불하는 시스템(점포 부담)입니다.
R-Messe	·고객⇔점포 간의 커뮤니케이션을 원활하게 하는 기능을 이용할 수 있습니다. ·월정액 고정비 및 이용 수에 따른 종량 과금을 부담합니다. ※월정액 고정비는 이용유무에 관계없이 발생합니다.
전문 컨설턴트에 대하여	·이용개시일 이후, 샵 구축 전문 어드바이저가 점포 오픈까지 페이지 작성을 서포트해 드립니다. 또한, 점포 오픈 후에는 취급 상품 분야 전문 EC 컨설턴트가 귀사를 서포트합니다. 곤란한 일이 있으시면, EC컨설턴트에게 부담없이 상담하세요.
결제방법에 대하여	·상품대금 지불방법으로 다음과 같은 결제방법을 포함해야 합니다. 심사 결과에 따라 이용 가능한 하기 라쿠텐 이치바의 공통 결제 수단을 모두 도입하게 됩니다. -신용카드 결제 -라쿠텐 계좌 결제 (라쿠텐 은행을 통한 은행 입금 결제) -편의점 결제 등 대금 상환 등의 선택제 결제수단은 점포가 임의로 가입하는 결제수단입니다. 선택제 결제수단은 점포에서 임의로 서비스 제공자를 선택하실 수 있습니다.

# 『라쿠텐 이치바 입점 가이드북』

개 정 : 2025년7월

발행자 : 라쿠텐그룹 주식회사

※계재내용 무단 사용을 금지합니다.

[신규 입점 문의] [E-mail] [ichiba-sales-oversea@mail.rakuten.com](mailto:ichiba-sales-oversea@mail.rakuten.com)