

# イベントトラフィックに対する トラフィックエンジニアリング

@JANOG33 Oita, 2014/01/23

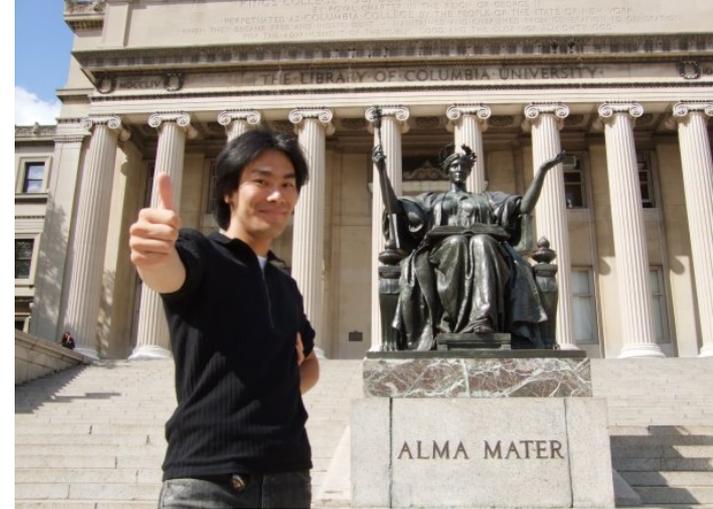
岩崎 磨(Osamu Iwasaki)  
osamu.iwasaki@mail.rakuten.com

Global Infrastructure Development Department  
Rakuten, Inc.  
<http://www.rakuten.co.jp/>

## ■ 自己紹介

### ■ 岩崎 磨 (いwasaki おさむ)

- 2010年楽天株式会社へ  
ネットワークエンジニアとして入社。
- 昔はCATV/DSL ISPとかIXもやりました
- 現在は楽天のプライベートクラウドの設計、次期バック  
ボーンネットワークの設計、グローバルバックボーンの設  
計など、主にインフラ設計をしながら楽しんでいる日々を  
過ごしています。
- 2013年6月からJANOG運営委員はじめました！



# 楽天のイベントトラフィックとは

## ■ 楽天スーパーSALE

- 年に数回、全社を上げてセールイベントを実施
- ポイント最大x0倍などのキャンペーンを実施
- イベント開始時間やタイムセールのタイミングにトラフィックが急騰する傾向。

## ■ 楽天日本一大セール

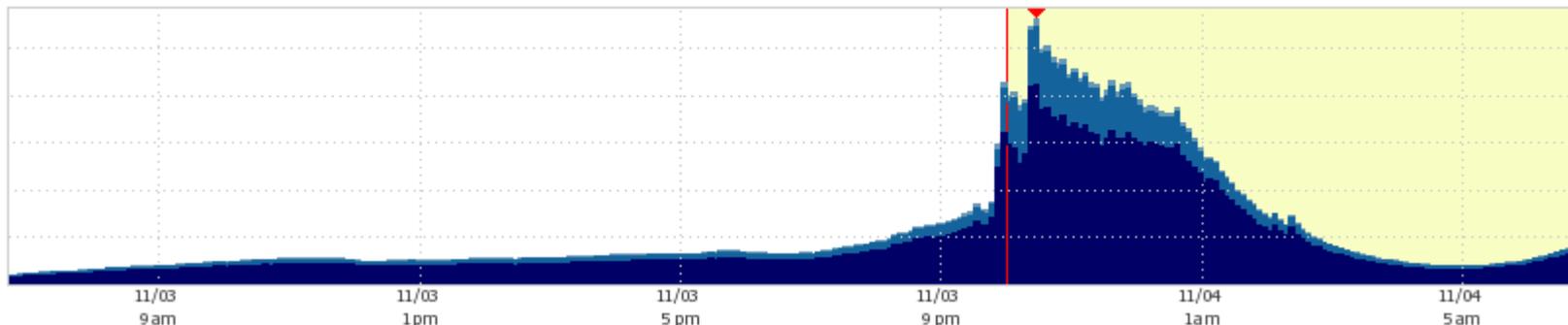
- 昨年度は楽天イーグルスが優勝した事で、リーグ優勝決定後と日本一決定後に大きなセールを実施。
- 日本一後のセールでは過去最高のアクセス数とトラフィックを観測

# Super/VictorySaleトラフィックトレンド



Traffic Source	2012/ Jun	2012/ Dec	2013/ Mar	2013/ Jun	2013/ Sep	2013/ Sep(VS)	2013/ Nov(VS)
CDN							
RakutenDC		当日のみ開示					
Total							

# 楽天イーグルス日本一決定直後のトラフィック



- 優勝決定の瞬間に一旦高騰
  - 優勝直後のCM効果からサイトへのアクセスが集中
  - お客様はキャンペーン登録やセール開始時間の確認など
- セール開始時間のピークトラフィックを観測
  - セール開始直後に瞬間最大トラフィックを観測
  - 翌日昼間にも2度目のピークを迎える
  - 昼間時間帯のワイドショーなどで楽天優勝やセールが取り上げられアクセスが集中した物と思われる。

## まとめ

- イベント開始時直前から開始時間がトラフィックのピーク時間帯
- ほとんどのトラフィックをCDNを活用しコンテンツ配信をする事でネットワークの最適化を行っている。
- 逆に言えばCDNを活用しないと捌き切れない量
- 開始時間の裏側で各ISPからはどのような形でトラフィックが観測されていたのか。
- QTN様、NTTコミュニケーションズ様からの観測データと比較し議論に移りたいと思います。