



商品の多言語対応による訪日外国人の 利便性向上及び消費額の拡大に向けて

(募集テーマ：外国人が快適に過ごせるように)



株式会社Payke
代表取締役CEO
古田 奎輔

- 商品の販売には、**商品の情報や魅力（ストーリー）**を伝えることが重要
- しかし、流通過程で情報は削ぎ落ち、**店頭で受け取れる情報量は限定的**



店頭での情報量

HANA HANA BENI

12,000円

Alc 8%

Hana Hana Beni
* Original

Gold Label Alc 8% 750ml

購入に寄与する情報

実は**世界初**の「ハイビスカスのスフラワーパークリング」

あの**フェラーリ**が車の納車時にノベルティとして採用！
フェラガモのクリスマスイベントプレゼントにも採用

世界的なファッション雑誌「VOGUE」でも紹介！

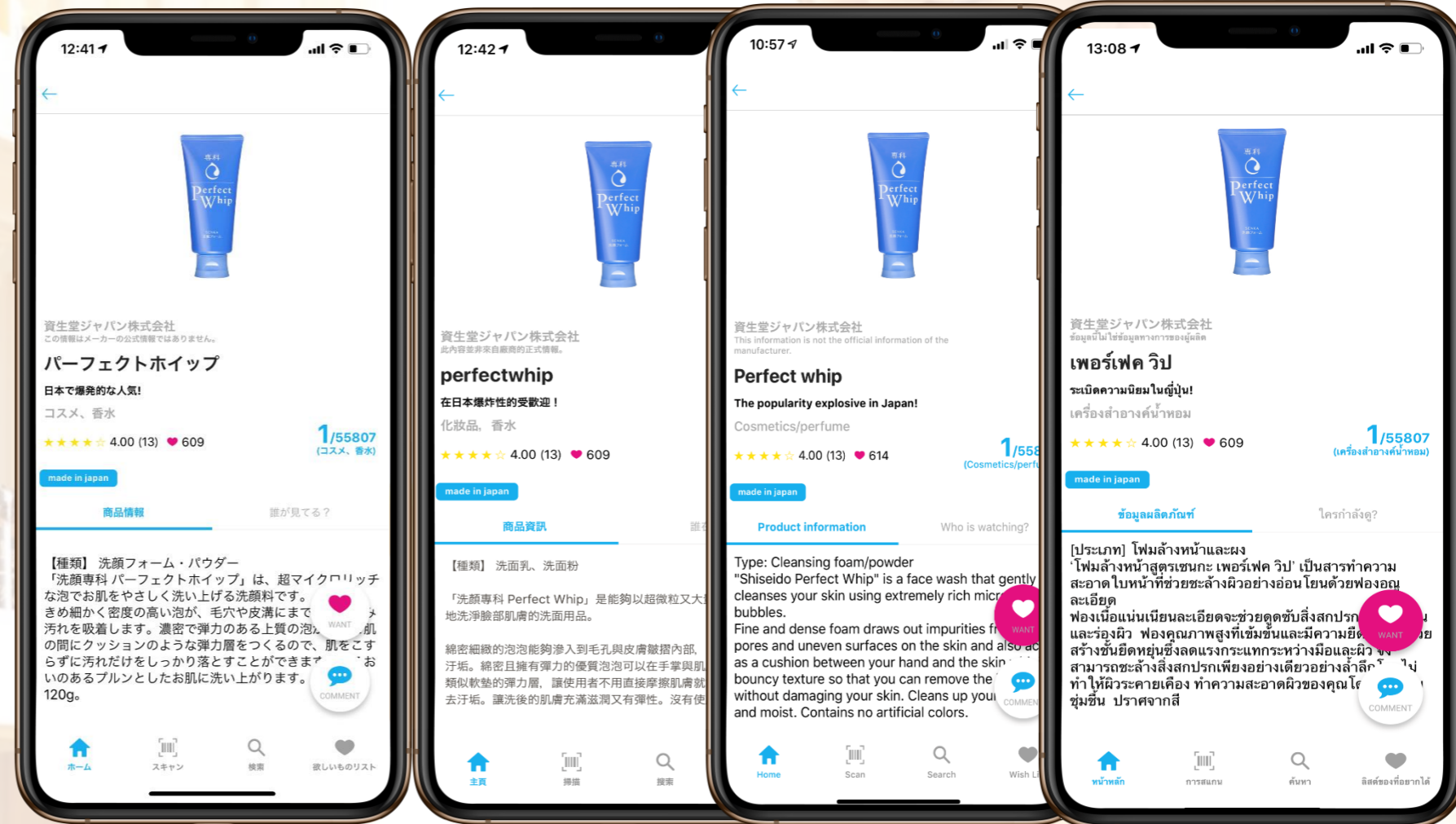
このハイビスカス、実は、「**沖縄の宮古島**」で栽培した、
すごく希少なモノを利用しています！

が、なんと12,000円!!

商品の情報・魅力が伝われば、「購買動機」・「価格への納得感」が生まれ、
消費意欲が高まり、結果、消費高の向上につながる

バーコードをスキャンするだけで魅力が分かる！

7カ国語対応



世界統一規格のバーコード。

これまで活用機会が少なかったが、消費者向けに新たな利用価値を生み出した。

既存のバーコードを活用することで、商品パッケージの変更などを必要としない、かつ一つのバーコードを登録することで、世界中に流通している同一商品に対して、一元的に多言語情報を付与

- Paykeは世界142の国と地域で累計400万ダウンロードされ、**訪日外国人**が**利用する国内アプリ**としては**国内最大級**の規模に
- 海外での各アプリストアでもダウンロードランキング**1位**を獲得

Paykeのユーザ数推移について

- 国内 **No.1** 訪日外国人観光客向けアプリへ



※2019/6時点
 ※第三者アプリへの機能提供も含む

海外での評価

- 台湾・香港・マカオなどのApp storeでDLランキング**1位**を獲得

2016年 ▶
 台湾・香港・マカオ
 DLランキング
1位獲得!

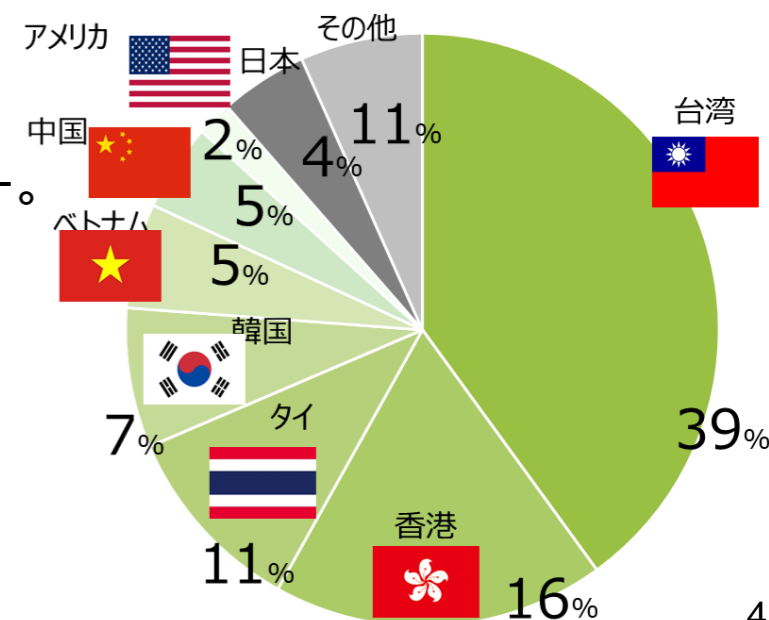


2018年11月
 台湾
 DLランキング
2位獲得!

※旧ロゴ

ユーザ国籍分布

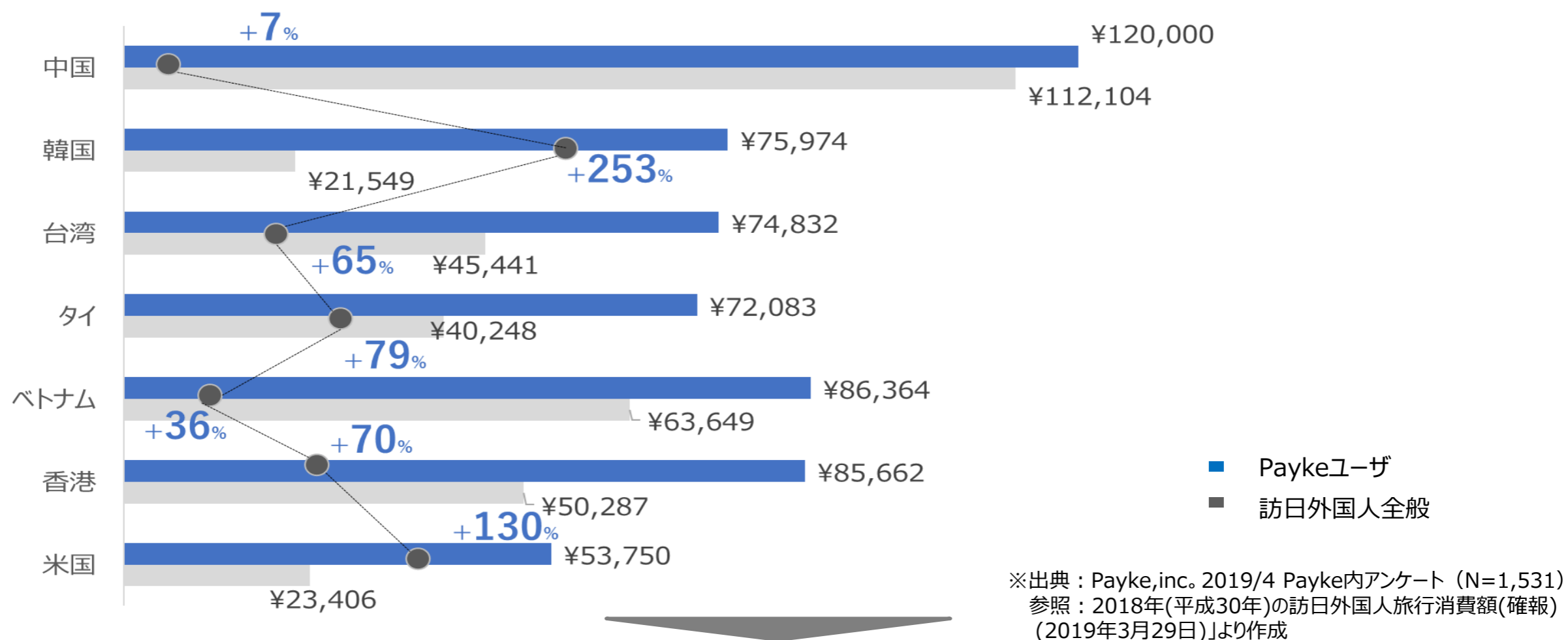
- **96%** 以上が日本人以外のユーザー。またその多くが、東・東南アジア圏



- Paykeの利用者は、商品情報や魅力を理解した上で購入している為、**消費額が大きい傾向**にある

Paykeアプリユーザの消費単価

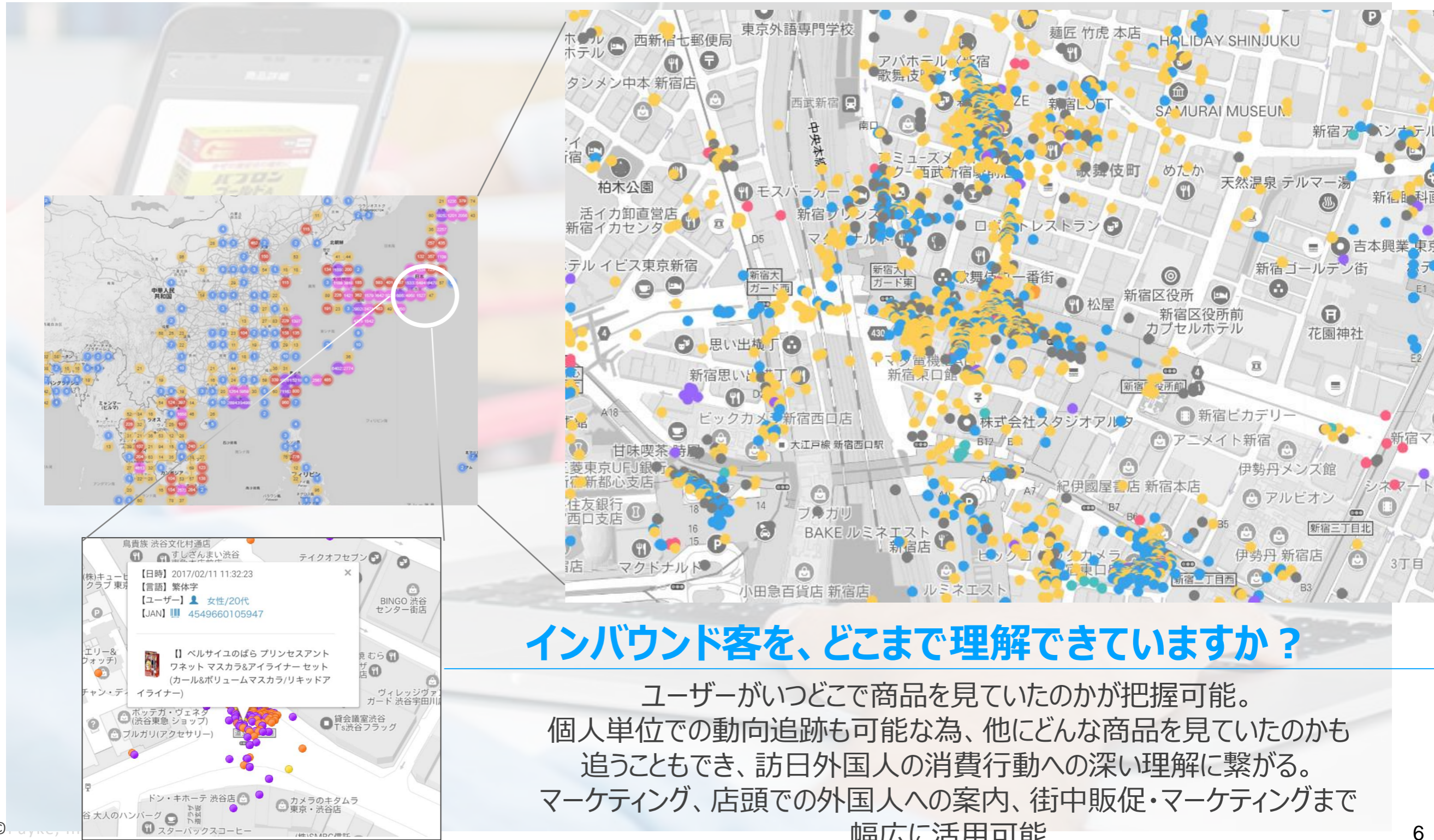
- Paykeアプリの利用者は、一般の訪日外国人に比べ、消費額が平均 **60%** 高い傾向にある



本来、流通過程で削ぎ落とされてしまう

商品情報の多言語化が訪日外国人の消費額を引き上げる近道

- Paykeでは訪日外国人のデータを取得しており、いつ、どこで、誰が、何を手にしているかを可視化・分析

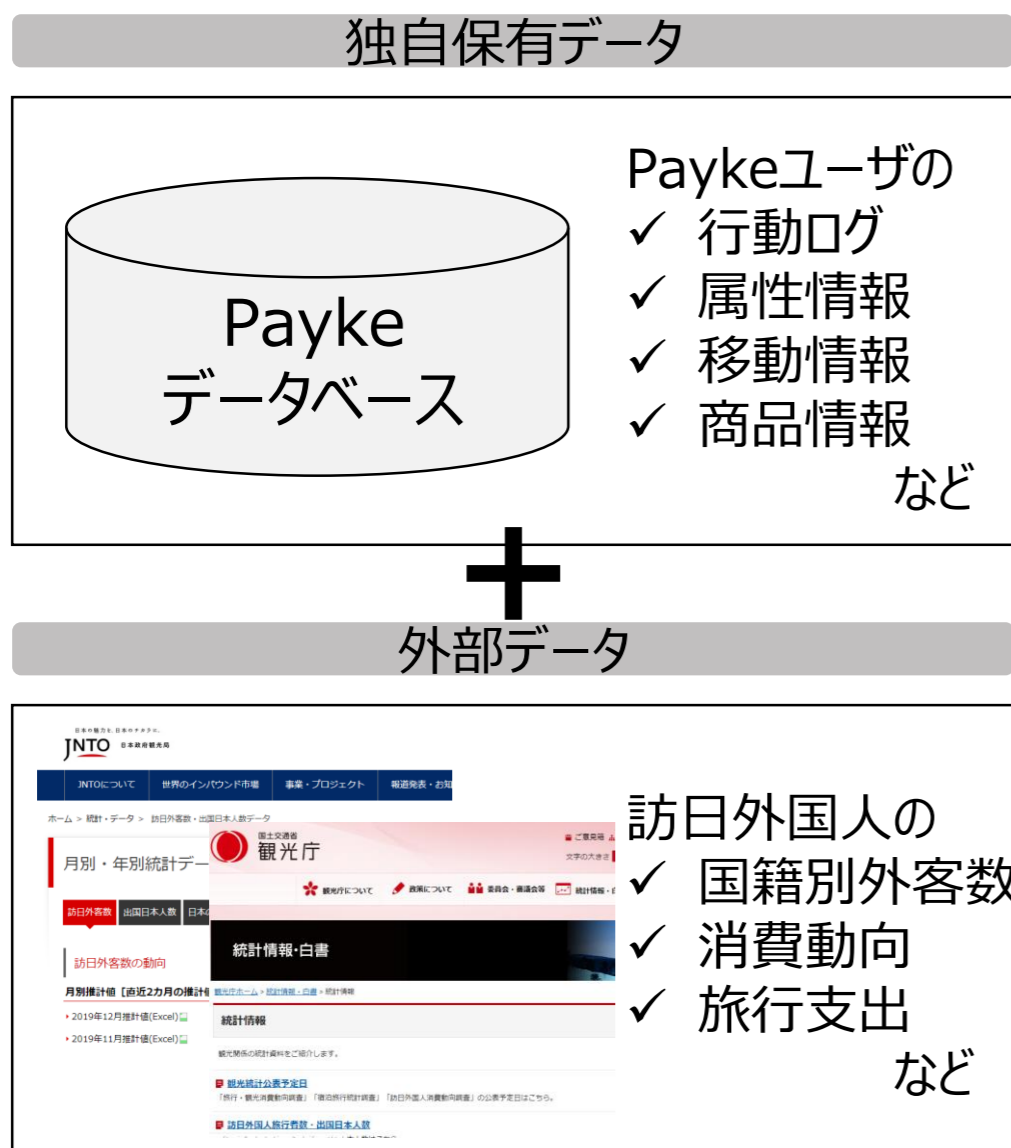


インバウンド客を、どこまで理解できていますか？

ユーザーがいつどこで商品を見ていたのかが把握可能。
個人単位での動向追跡も可能な為、他にどんな商品を見ていたのかも追うこともでき、訪日外国人の消費行動への深い理解に繋がる。
マーケティング、店頭での外国人への案内、街中販促・マーケティングまで幅広く活用可能

■ Paykeが保有するデータに行政保有データを掛け合わせ、訪日外国人全体のトレンドに拡張推計することで、訪日外国人全体の消費トレンドデータをマクロからミクロの視点で可視化可能に

データの掛け合わせ



https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor_trends/
<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/index.html>

データの活用方法

エリア毎の外客数トレンド

- ✓ 特定のエリアに対し、どのような国/属性の外国人が訪問しているか、またどのような推移をしているかなどのマクロトレンドを把握可能

消費トレンド

- ✓ インバウンド全体もしくは特定の国籍 x 特定商品 x 特定エリアなどのセグメント別の消費傾向や商品嗜好性のトレンド、消費額などを把握

移動情報

- ✓ 特定の訪日外国人、若しくは訪日外国人群に対して移動情報取得可能に
- ✓ また、移動時間・移動ルートをも測定することで、移動手段も想定可能

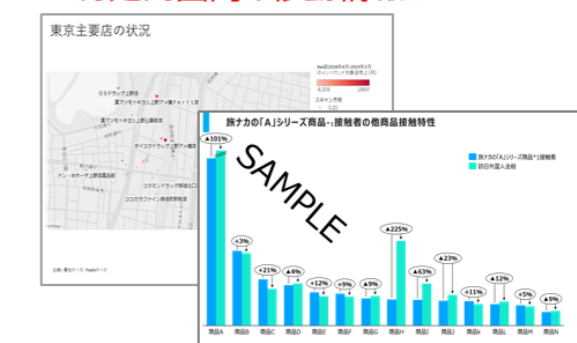
▼特定エリアの主要属性（国籍・性別など）比較



▼ドン・キホーテのインバウンド売上予測データと実績値



▼特定商圏内の移動情報



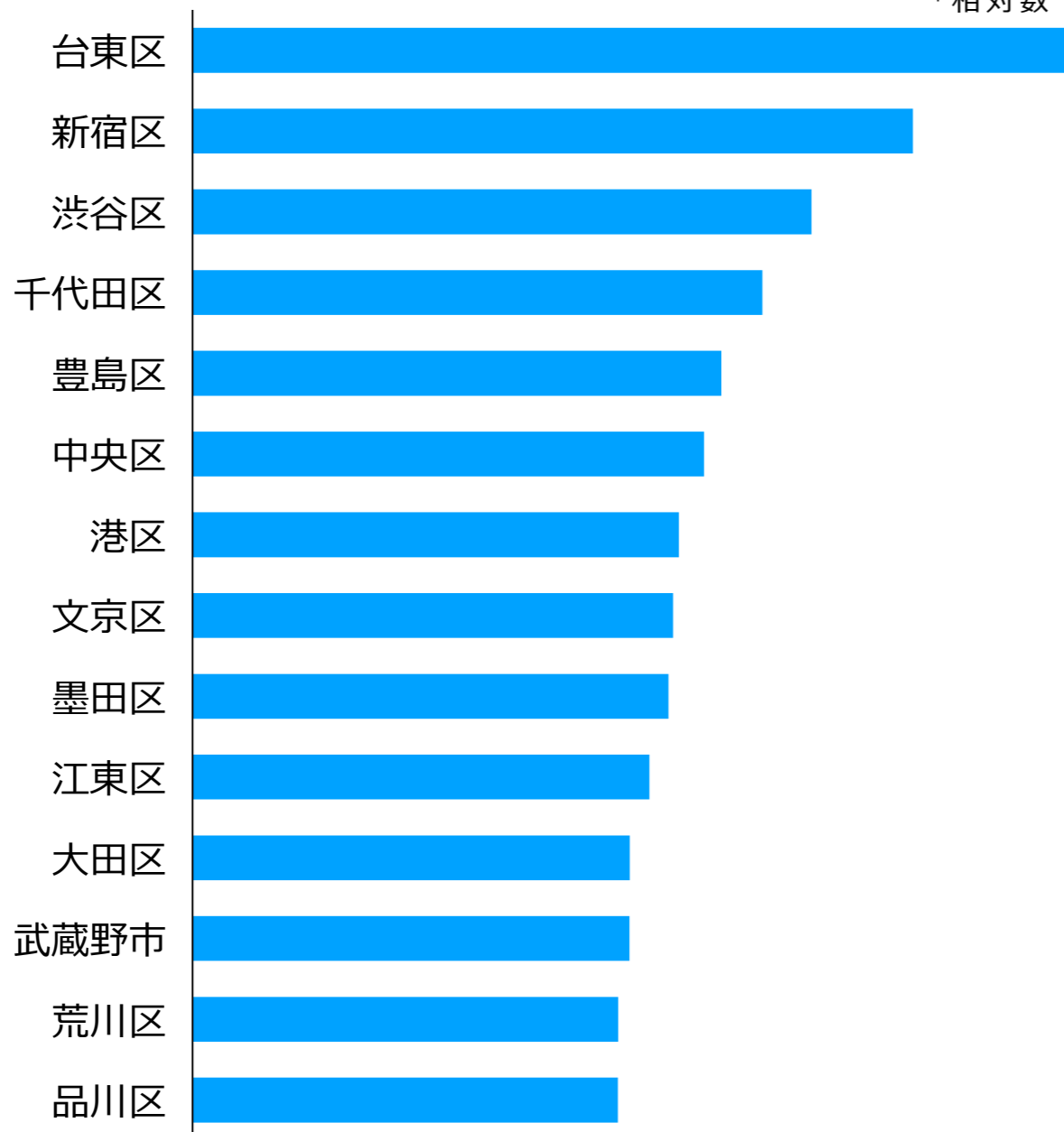
Paykeが保有するデータサンプル _市区町村別訪日外国人消費動向



■ 市区町村別にみると、エリアごとに消費回数や、実際消費をしている方々の国籍分布などを把握可能

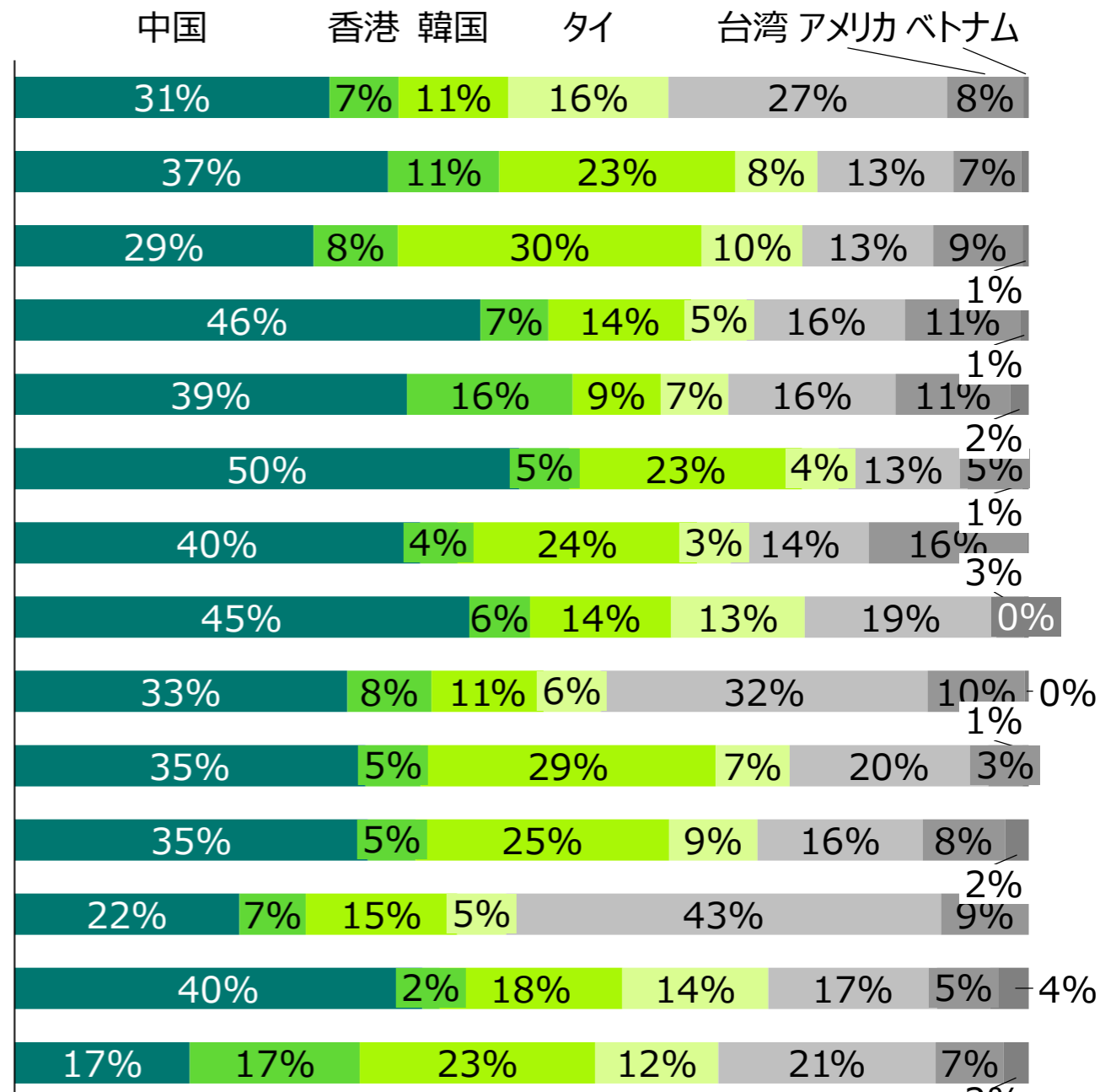
23区別、訪日外国人の買い物消費回数

*相対数



主要国シェア

*7か国の表示



Paykeが保有するデータサンプル _ 空港間における商品嗜好性差異

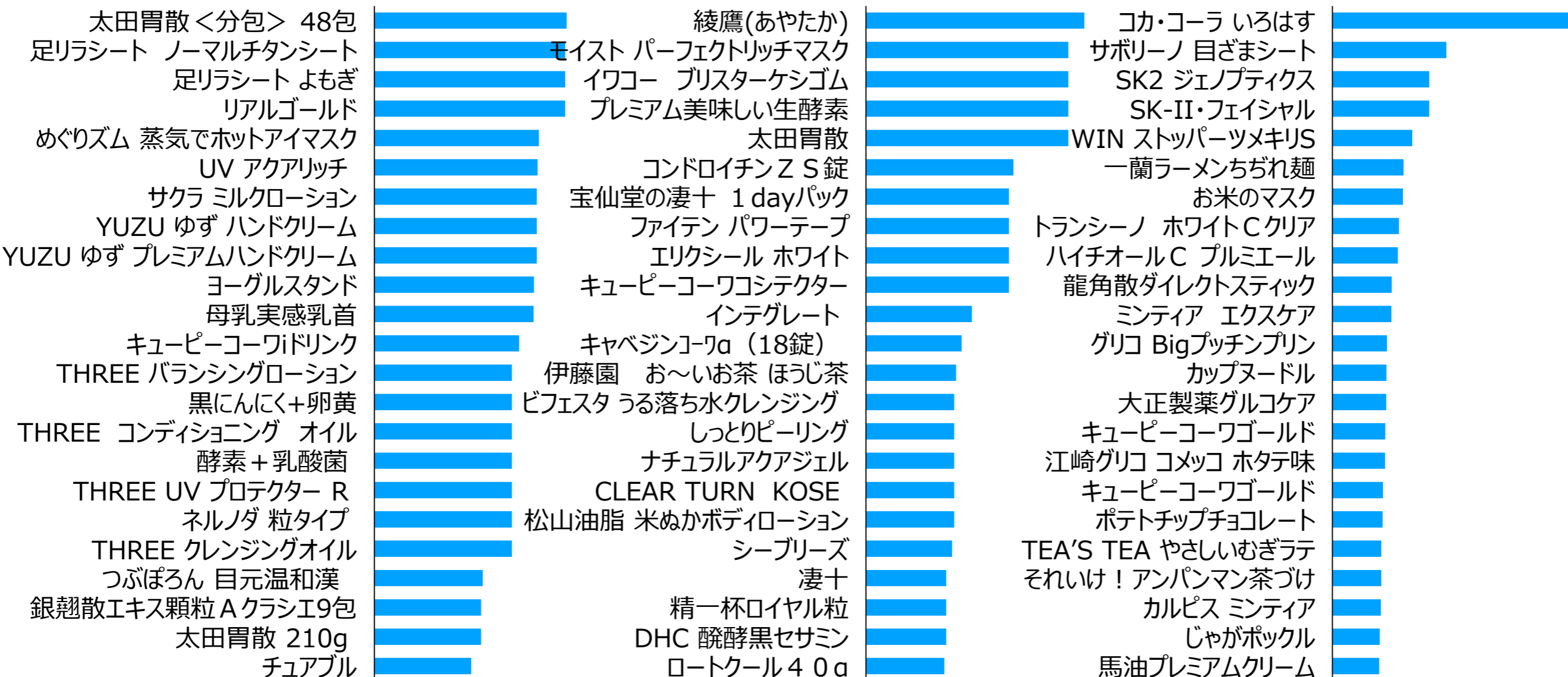
■ 空港によって人気商品が異なる傾向があることがわかる

各空港における商品嗜好性

羽田空港

成田空港

関西国際空港



- 訪日外国人は日本の「分からない」商品は手に取らないし、買わない。
商品の魅力を正しく伝えることで消費意欲が高まり、購入機会が生まれる。
→ 訪日外国人の満足度向上、ひいては訪日外国人消費の拡大へ
- Paykeが取得・保有する訪日外国人の消費傾向データと、各行政が保有している訪日外国人全般のマクロデータを組み合わせることで、訪日外国人全般の消費データへ拡大推計可能に
→ 今まで不明瞭だったインバウンドマーケット全体の官民ビッグデータへ

