

ご覧になれます。

2019

7

No.538

- 1 **くがにくとぅば[黄金言葉] vol.184**
「分からない」を無くす
株式会社 Payke 代表取締役 CEO 古田 奎輔
- 5 **地域リレーションシップ情報 178**
沖縄総合事務局経済産業部の最近の取組について
消費税率引き上げへの準備はできていますか?
- 6 **おきぎんマーケティングレポート**
第76回おきぎん企業動向調査
(2019年4～6月期)調査結果
～県内(地域・業種別)の経営環境と業況感～
- 14 **おきぎんマーケティングレポート**
おきぎん賃料動向ネットワーク調査(2018年)
- 24 **けいざい風水**
- 26 **県内景況・確報**
2019年4月の県内景況
- 34 **国内景気動向**
- 36 **沖縄マーケティング情報**
①沖縄県内の事業所数・従業者数・人口・世帯数
②世界の中の沖縄(年次)
③グラフでみる沖縄経済
④数値でみる沖縄県・全国の経済動向(月次)
- 58 **経済社会のできごと** (沖縄、国内・海外)
2019年5月



表紙写真/マンゴー

「分からない」を無くす



株式会社 Payke

代表取締役 CEO 古田 奎輔



今回は、訪日外国人向けショッピングサポートアプリ「Payke」の開発・運営を通して、沖縄から全国、海外へ事業展開を行っている株式会社 Payke の古田 奎輔代表取締役 CEO にお話を伺って参りました。古田 CEO は、「Forbes30 Under 30 Asia2019」のコンシューマーテクノロジー部門に選出されています。

物質的な価値よりも、それを取り巻く 情報的な価値の部分の方が購買に直結

当社の創業のきっかけは、大学生時代に始めた EC (electronic commerce) 事業です。

インターネット上の商品をどうしたら買っていただけるのかを必死で考え、試行錯誤しました。

結果、物質的な価値というよりも、それを取り巻く情報的な価値の部分の方が購買に直結していることに気付きました。特に EC 事業では、実際に商品が手元にない中で購買を決定する際に、結局はそれをどう伝えるかというところで、ジャッジが下されます。

その EC 事業での原体験があって、オフラインでの店頭での買い物でも、しっかりと商品の情報が伝わる仕組みを作っていこうと考えたのが創業のきっかけです。2014年11月に Payke を設立しました。

現状、店頭で商品の情報がどのように表示されているかと言うと、一つはパッケージのデザイン、もう一つはその下に付いているプライスタグぐらいしか情報表示はありません。それは非常にもったいないと思います。

台湾、香港、マカオの海外 App Store で ダウンロード 1 位を記録

弊社では、バーコードを利用したインバウンド向けショッピングサポートアプリ「Payke」

の開発・運営を行っています。

外国人観光客が日本に来て初めて見る商品は、説明が日本語のみで、「言葉の壁」が大きく立ちちはだかり、購買意欲を失わせています。それは、外国人観光客にも、日本企業にも機会を大きく損失させています。

そこで、弊社の開発したアプリをご利用していただくことで、その「言葉の壁」を越えて商品の価値や魅力を伝えることが出来ます。言語は、英語、中国語、韓国語など7カ国語に対応し、文字や画像、また、動画で訴求します。



▲ショッピングサポートアプリ「Payke」

台湾、香港、マカオの海外 App Store でダウンロード 1 位を記録し、2017年3月には、総務大臣賞を受賞しました。2018年8月時点でダウンロード数は約70万に達し、ダウンロード国数は144カ国、ユーザー数は380万人以上、1,200社以上の企業が加盟しています。

ユーザーの95%が外国人であり、台湾35%、

香港20%、タイ15%、ベトナム5%、韓国5%、中国3%となっており、19年5月現在、約33万もの商品情報を多言語で蓄積しています。

県内では、タブレットの活用に力を入れる

県内では、アプリをダウンロードした店頭でのタブレットの活用に力を入れています。

その理由は、沖縄県は他県と違い、インバウンドが買い物をする場所が割と限られていて、アプリがなくても、店頭でそのまま使えるタブレットを設置することで商品にリーチできる機会が増えるからです。

現在、県内9店舗がPaykeの特設ブースを設営しています。



▲タブレットを設置した Payke の特設ブース

これまでは、タブレットを店舗のいろんな場所に設置していたのですが、アプリに対応している商品と対応していない商品とがある中で、一旦、対応している商品を一つの棚に全部集めて置くことで、効果がどれだけ出るのかを実証しています。

売り場とメーカーと弊社が三社一体となって、「この棚を育てていきましょう」という意気込みで取り組ませていただいています。

実証期間内外で比較すると、一つの棚に全部集めることで、一回でもスキャンをした人は、スキャンしなかった人に比べて、決済額、購入個数ともに約35%上昇し、店舗全体としても平日における1日あたりの店舗売り上げは25%、決済数は14%の上昇が見られました。

また、タブレットを設置するだけで、その言語に対応できるスタッフがいなくても商品情報を伝えることができ、接客コストの削減にもなります。

一方で、売り場の方もマーケティングが皆無の為、棚内に適当に置いている場合が結構あります。場所と相性がいい商品は何なのか、そういうところを少しずつ解析しながら棚の入れ替えも行っていく予定です。

インバウンドのデータ解析で明確な打ち手を講じる

現在、東京のとある大手製薬会社とインバウンドのデータを解析しながらコンサルティングサービスに取り組んでいます。

実はインバウンドの購買に関するデータはほとんど世の中にはありません。企業も外国人が自社の商品を買っているというのは何となくは分かるのですが、どのくらい買っているのかさえも分からないのが現状です。

我々は、ユーザーに国籍と性別と年齢を初期登録してアプリをダウンロードしていただき、ユーザーが店頭で商品のバーコードをスキャンすることで、多言語に対応した商品情報を得ることができるというプラットフォームを持っているため、購買情報を紐付けることができます。

我々のスキャンデータと売上げはほぼ比例して相関が高いことが実証されており、どの国のどんな人が何人、どこで、どんな商品を買っているのかを、「人」「場所」「商品」軸で最もリアルな、消費者に近い「興味データ」で解析することが出来ます。



▲インバウンドデータの解析

そうしたデータ解析とマーケティングソリューションを纏め、パッケージから棚陳列の改善まで入り込んでコンサルティングサービスに取り組んでいます。

インバウンドのデータを解析することで、今まで何となくの打ち手しかなかったのですが、データ解析を根拠に、明確な打ち手を講じることができます。これは業界でも珍しいアプローチです。

沖縄はスタートアップが生まれる環境 としては良い場所

私自身は東京都出身ですが、琉球大学在学時にEC事業を立ち上げ、卒業後も沖縄に住むことにしたため、創業の地は必然的に沖縄になりました。創業時の苦労話と言うよりは良い話かもしれませんが、いわゆるスタートアップとして沖縄で創業したのはとっても良かったと思っています。

我々のビジネスはBtoBのビジネスであり、企業へ営業に出向かなといけないのですが、これを東京で始めていたら、アポイントすら取れないのが一般的です。一方、沖縄の土地柄もあるかもしれませんが、当時、「学生企業です」と言う県内の企業はみなさん興味を持って会っていただけました。サービスをスタートする最初の一步の部分がスムーズに運べ、会社設立の資金調達や、いろんなビジネスコンテストに出場したりすることもできました。弊社アプリの最初の普及促進については県内の企業に担っていただき感謝しています。

また、沖縄は「ゼロイチ」の実証実験がしやすい場所だと思います。人口規模もそこそこあり、他県と比べて人口密度が集中しています。人の動線は分かりやすく、地元の方であれば330か58号線を通してその周辺的那覇か宜野湾か北谷か沖縄市、観光客に至っては空港から58号線を通してヤンバルに行く動線がほとんどです。

そういった意味では、沖縄はマーケティングがしやすい土地であり、スタートアップが生ま

れる環境としては良い場所だと思います。

世界中の商品をボーダレスに

我々は海外への展開は非常に積極的です。インバウンドやアウトバウンド向けという発想は持ってなく、全てはクロスバウンドと思っています。国には国境がありますが、サービスには国境はありません。今は訪日する外国人の方が日本で使うというのがメインの利用ですが、もちろん日本人が外国へ行って使うということもできます。台湾人が韓国に行くこともあり、韓国人がベトナムに行くこともあります。一本のベクトルではなく、それがメッシュになるようなイメージを持っており、国境は関係なくどこに行ってもバーコードをスキャンすれば、買い物には困らないという世界観を持って事業を展開しています。

訪日外国人向けショッピングサポートアプリ「Payke」は、バーコードという世界中に点在する媒体を活かし、インターネットに繋げることを可能にします。このアプリさえあれば、世界中の商品の魅力を伝え続けていくことができ、全ての商品についての「分からない」を無くすることができると思っています。

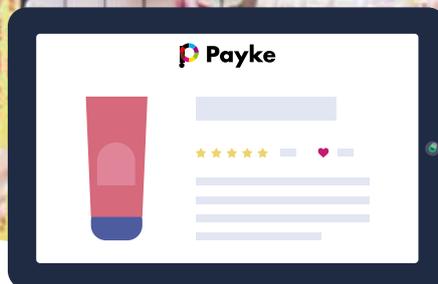
我々は「世界の消費高をあげる」をミッションに掲げ、バーコードを基軸にした膨大な商品データベースの構築・分析を核に、メーカー・小売・消費者がWin-Win-Winになる世界を提供してまいります。

代表取締役CEO 古田 奎輔

東京都生まれ。高校を中退後、放浪の日々を送り、その後沖縄に移住。琉球大学に入学後、19歳で貿易業EC事業を立ち上げる。県内貿易商社と協業し、沖縄県産品の貿易業や海外プロモーションに携わる。その後独立し、2014年に株式会社Paykeを創立。

▲当社HP (<https://payke.co.jp>) の代表メッセージより

バーコードを読み取ると
商品情報を多言語で表示



Payke

タブレットひとつで店頭接客を多言語化

- 

商品情報を登録
メーカーがバーコード
(JANコード)に
商品情報を登録
- 

自動で翻訳
英語、簡体字、繁体字、
タイ語、日本語、韓国語、
ベトナム語に対応
- 

タブレットでスキャン
店頭のPaykeタブレットで
バーコードを読み取ると
商品情報を多言語で表示
- 

店頭接客の効果向上
タブレットを設置するだけで
多言語化でき、売上向上と
接客コスト削減が見込めます

1,200社超のメーカーの30万商品以上が7言語に対応

導入メーカーの一例



導入店舗の一例



特設棚とタブレット設置

専用のタブレットを設置することで、
スペースが限られた売り場でも
多言語で商品の訴求が可能です

導入をご検討、資料請求をご希望の法人様はお問い合わせください

☎ 098-943-7308 ✉ o.yoshiki@payke.co.jp (担当：翁長、森)

payke.co.jp



社会生活基本調査

「家事」「交際」時間が減少

社会生活基本調査は、国民の生活時間の配分および自由時間における主な活動について調査しています。仕事や家庭生活に費やされる時間、地域活動などへの関わりなどの実態を明らかにし、各種行政施策の基礎資料を得ることを目的とした調査です。

1976年の第1回調査以来、5年ごとに実施しており、最近では2016年に調査が行われています。

活動時間については、睡眠、身の回りの用事、食事にかかる「1次活動」、通勤・通学、仕事、学業、家事・介護等にかかる「2次活動」、移動（通勤・通学を除く）、テレビ・ラジオ・新聞・雑誌、休養・くつろぎ、学習・自己啓発、趣味・娯楽、スポーツ、ボランティア活動、交際等にかかる「3次活動」に分けられています。

本県の16年の結果（10歳以上の人）については、1次活動が10時間36分、2次活動が7時間11分、3次活動が6時間13分となっています。

前回（11年）と比較すると、2次活動では通勤・通学が4分増加、育児が3分増加した一方で家事が3分減少となっています。

3次活動では休養・くつろぎが10分増と最も増加が大きくなっており、交際等が8分減と最も減少が大きくなっています。

また、沖縄県と全国を比較すると、本県においては全国と比べて1次・3次活動が少なく、2次活動が多くなっています。

個人の時間の使い方は千差万別ではありますが、自分自身の活動時間のあり方について参考となるのではないのでしょうか。

（沖縄銀行 商業団地支店長 豊里 哲充）

| 行動の種類別生活時間 (過全体平均による1日の生活時間) | 沖縄県 | | 対11年比 | 全国 |
|---------------------------------|------|-------|-------|------|
| | 1次活動 | 10.36 | 0.01 | |
| 睡眠 | 7.41 | ▲0.01 | | 7.40 |
| 2次活動 | 7.11 | 0.08 | | 6.57 |
| 仕事 | 3.43 | 0.01 | | 3.33 |
| 家事 | 1.19 | ▲0.03 | | 1.23 |
| 通勤・通学 | 0.30 | 0.04 | | 0.34 |
| 育児 | 0.20 | 0.03 | | 0.15 |
| 3次活動 | 6.13 | ▲0.08 | | 6.22 |
| テレビ・ラジオ・新聞・雑誌 | 2.20 | ▲0.02 | | 2.15 |
| 休養・くつろぎ | 1.33 | 0.10 | | 1.37 |
| 交際等 | 0.19 | ▲0.08 | | 0.17 |

調査結果（10歳以上）の主な部分を抜粋。出所…総務省統計局「2016年社会生活基本調査—生活時間に関する結果—」

（2018年12月16日掲載）

水資源について

需要増見据え確保を

断水は1993年までほぼ毎年のようにあり、生活と経済を停滞させてきました。そのため断水回避は、沖縄振興重要施策の一つとして位置付けられ、日本復帰前に2基しかなかったダムは、復帰後11基まで増え、水事情は大幅に改善し、断水とは縁遠くなくなっていました。

しかし、今年の沖縄は例年にない少雨傾向となり、約9年ぶりに県渇水対策本部会議が開かれ、節水協力が呼び掛けられました。しかし、梅雨明け間近に接近した台風6号の大雨でダム貯水率は回復しました。断水は回避され、断水のない夏に慣れた県民の中には、胸をなでおろした方も多かったと思います。

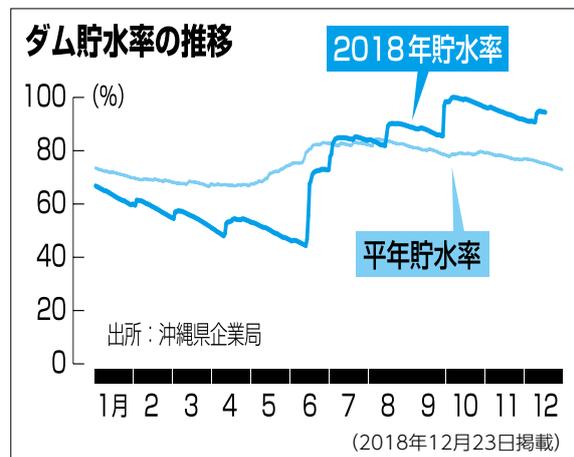
気候変動に関する国連の報告書には、今後、干ばつ地域の増大、豪雨や強力な台風の増加、地球温暖化に伴う海面上昇など水災害の増加も見込まれ、水問題の深刻化が懸念されていると記されています。

島国である日本は、水を巡る紛争の可能性は低いですが、気候変動の影響は受けるでしょう。1980年代初頭において沖縄県は326日間の大渇水に見舞われた経験もあり、気候変動の影響は気になるところです。

また、現在の沖縄は人口増、観光客数増、経済発展に伴い、増加が見込まれる水需要対応のためにも山地へのダム建設、平地への地下ダム建設、海水淡水化施設建設によるさらなる水資源確保が必要です。

今後の世界の水事情の変化を勘案するに潤沢な水資源確保と水質保全が、観光立県を目指す沖縄の後押しになり、県経済発展に寄与すると考えます。

（沖縄銀行 崇元寺支店長 仲尾 昌義）



沖縄の海外移民と外国人客数 県経済、観光にも貢献

沖縄の最初の海外移民は、のちに「沖縄移民の父」と呼ばれた金武町出身の當山久三氏の主導により30人の県人が1899年12月に那覇港からハワイへ向け、出発したことが始まりでした。

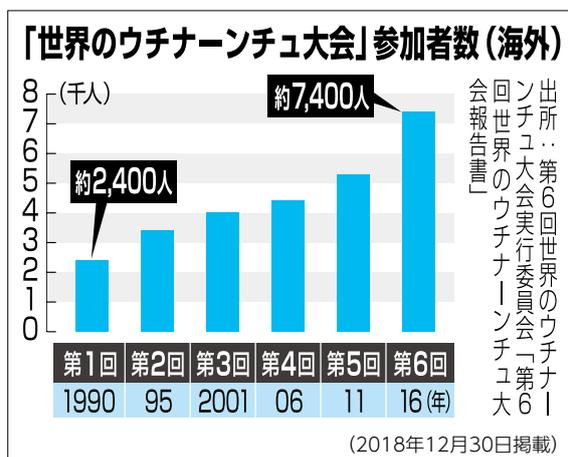
その後も集団での移民が続き、多くの県人がハワイや南米など世界各地に渡ることで、最初の移民から約120年が経過しました。現在では2世、3世も含め多くのウチナンチュがいろいろな分野で活躍しています。

1990年からほぼ5年ごとに開催されている「世界のウチナンチュ大会」は沖縄にルーツをもつ海外の沖縄県系人を招待して行われます。イベントは、現代沖縄音楽や沖縄現代舞台劇、琉球舞踊やエイサーなど伝統的なもの、沖縄県系人社会や沖縄と海外の関係についての学術シンポジウム、海外の沖縄県系の居住地の物産展など多岐にわたります。回を追うごとに海外からの参加者も増え、各市町村でも住民と海外からの招待者との交流イベントが開催されるなど沖縄県の経済、観光振興にも大きく貢献しています。

今年はちょうど當山久三氏の生誕150年にあたり、金武町では祭り、パレード、記念行事のイベントが行われました。2020年には空手が正式種目となった東京オリンピックがあり、21年以降にもウチナンチュ大会の開催が予定されるなど、今後も海外からのお客さまは増えることが見込まれます。

私たちも世界に渡った先人たちの勇気と志を誇りにするとともに、ウェルカムンチュの気持ちでおもてなしできるようにしたいものです。

(沖縄銀行 金武支店長 仲村 靖)



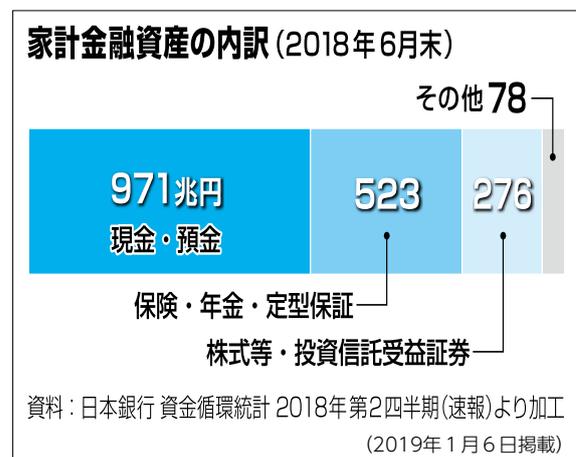
家計金融資産 積立投資で資産形成を

わが国の家計金融資産(約1,848兆円)の53%(約971兆円)が現預金であることはご存じですか。預金は、元本保証で安全性が高い一方、ゼロ金利で得られるリターンはわずかです。消費税増税、物価上昇、ライフイベントとして結婚、子供の教育資金、住宅購入、セカンドライフ等に備えてお金を作っていく必要性が増してきています。

「72の法則」をご存知でしょうか。これは「72÷金利(%)≒お金が2倍になる期間」を簡便に計算する算式です。現在の定期預金金利0.01(%)とすると7200年かかります。預金だけでは増やすことができません。そこで投資信託などのリスク性商品の運用が必要となります。投資信託は相応のリターンを期待することができる一方、元本割れのリスク(ブレ)が存在することも事実です。この投資のリスク(ブレ)を可能な限り軽減しつつ、安定的な資産形成を行うためには、長期・積み立て・分散投資が有効だと考えられます。

そこで、初めて投資信託を利用される方でも少額から始めることができるドルコスト平均法を活用した積み立て投資がおすすめです。ドルコスト平均法とは「毎月、同じ日に、同じ金額で、同じ金融商品を買いくる」という運用方法です。メリットとしては(1)安い時にはたくさん買える(2)高い時には少なく買う。結果として、(3)高値つかみを回避できる。つまり、(4)購入価格を平均化することができます。その他、非課税枠を利用した「つみたてNISA」、掛金が全額所得控除できる「iDeCo」等があります。「貯蓄から資産形成へ」始めてみませんか。

(沖縄銀行 小禄支店長 玻名城 篤)



目次へ