

# 革新 インバウンド市場の リーディングカンパニーへ

東京オリンピック・パラリンピック開催年である2020年に向けて、インバウンド市場は大きなビジネスチャンスであると捉えています。インバウンド市場におけるお客さまニーズや環境は刻々と変化しており、変化対応力を発揮することがシェア拡大のカギとなります。ドン・キホーテグループは、店舗ネットワークや営業時間など、従来のインフラを有効活用するとともに、お客さまニーズの微細な変化に対応したサービスの提供、口コミやSNSによる集客力を追い風に、インバウンド市場におけるリーディングカンパニーをめざします。

## 訪日外国人のお客さまの悩み

- 街にWi-Fiスポットが少なく、通信環境が不便。
- 母国の通貨やオンライン決済が使えると便利。
- 言葉が通じず、店員さんとうまくコミュニケーションが取れない。
- ミュージカルなどのショーが、早い時間に終演して予約も取りづらいなど、気軽に楽しめるナイトエンターテインメントが少ない。



## インバウンド市場の変化

2014年10月に免税販売における対象商品の拡大が行われたことにより、輸入ブランド商品などの高単価品に加えて、食品や化粧品などの消耗品も免税対象となりました。以降、訪日外国人のお客さまの消費動向は、当社グループ店舗においても、高単価品から消耗品へ大きくシフトしました。さらに、大量の商品を購入する「モノ消費」から、楽しい時間を過ごす体験型の「コト消費」を重視するお客さまが増えています。



## ドン・キホーテグループの強み×お客さま視点の戦略

当社グループ店舗が訪日外国人のお客さまに人気が高い主な理由は、「観光地として人気の繁華街エリアに店舗を有していること」や「深夜営業」、「バラエティ豊かな品揃えと圧倒的な低価格」です。

### ドン・キホーテグループの強み

アクセスしやすい店舗ロケーション

いつでもご利用可能な深夜営業

バラエティ豊かな商品構成

お得感あふれるディスカウント価格



### お客さま視点の戦略

#### 「DONKI Free Wi-Fi」の整備

多言語によるご利用案内を行う無料Wi-Fiサービスを全店舗において整備しています。

#### 外貨精算及びオンライン決済

7通貨(人民元、米ドル、ユーロ、タイバーツ、韓国ウォン、香港ドル、台湾ドル)による決済及び銀聯カードでの決済がほぼ全店舗で可能です。インバウンド人気が高い店舗では「Alipay(アリペイ)」及び「WeChatPay(ウィーチャットペイ)」などによるオンライン決済が可能です。



#### 多言語対応スタッフの拡充

インバウンド人気が高い店舗は、英語、中国語、韓国語、タイ語などを話せるスタッフが常駐しているほか、全店でiPadを通じた多言語通訳サービスを24時間ご利用いただけます。



## 地域ぐるみの観光客誘致で地域活性化に貢献

インバウンド人気が高いエリアである東京・銀座や新宿に比べて、渋谷はスクランブル交差点が観光名所となっている一方、街中でお買い物をする訪日外国人のお客さまは多くありませんでした。そこで渋谷区などと協力し、多くの外国人のお客さまを誘致するための取り組みを行っています。

2017年6月から、「MEGAドン・キホーテ渋谷本店」をはじめインバウンド人気が高い店舗で、中国人観光客向け決済サービス「WeChatPay」による決済が可能となりました。

ほかにも、渋谷のシンボルである「ハチ公」をモチーフとしたモバイルフーズや、渋谷区観光協会推奨のお土産

品を提供することで、同店における訪日外国人のお客さまからの支持が増加し、地域活性化に大いに貢献しています。

