



今からでも間に合うゾ! ～旅マエから旅アトのEC戦略～

会社概要

- 会社名：ZenGroup株式会社
- 設立：2014年4月
- 資本金：8,000万円
- 本社住所：大阪市中央区瓦町1丁目7-7 大阪堺筋タワー
- 事業：越境EC事業、海外向け広告事業、物流事業

【売上高】

2016年6月期実績	5億9443万円
2017年6月期実績	12億425万円
2018年6月期実績	21億1838万円
2019年6月期実績	32億円8700万円
2020年6月期実績	40億円
2021年6月期実績	71億円
2022年6月期実績	102億円
2023年6月期実績	120億円

- 2014年 4月 創業・ゼンマーケット（購入代行）開始
- 2016年10月 ゼンポップ（サブスクリプションボックス）開始
- 2016年12月 ゼンマーケットプレイス（現ゼンプラス）開始
- 2022年 7月 ゼンプromo【広告事業】開始
- 2022年12月 ZenGroup株式会社へ社名変更
- 2023年 3月 韓国語版開始により、19ヶ国語展開達成



30ヶ国によるダイバーシティカルチャー



外国メンバー構成

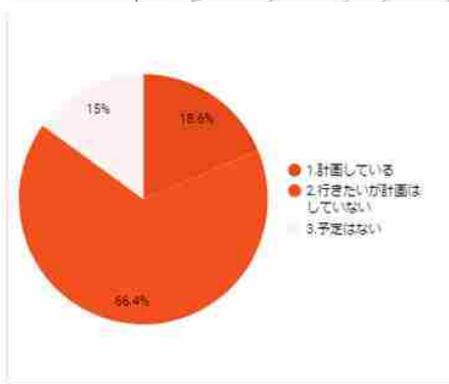
64%
以上



【2023最新版】越境EC利用&訪日意向調査

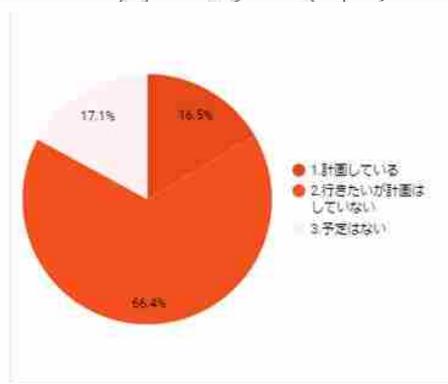
インバウンド観光：1年以内での訪日意向

全体として「訪日意向」は80%以上と高く、越境ECとインバウンド観光の相関関係がみてとれます。さらに「1年以内の訪日を計画している」は、アジアで**44%**、オセアニアで**28.7%**と高い傾向を示しています。



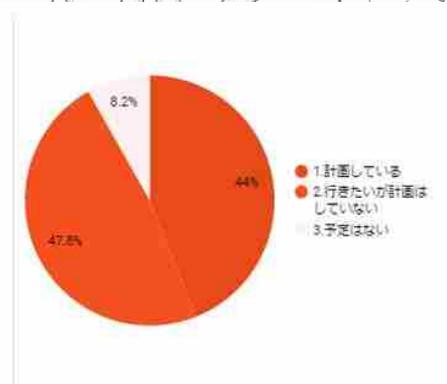
北米

日本に行きたい: 85%



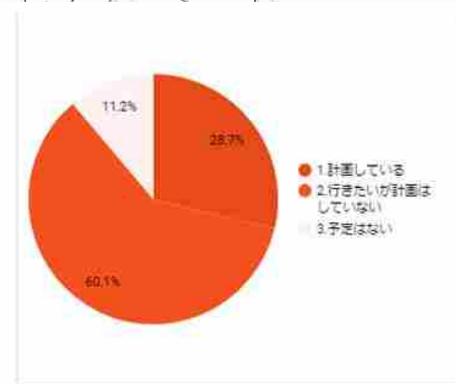
ヨーロッパ

日本に行きたい: 82.9%



アジア

日本に行きたい: 91.8%



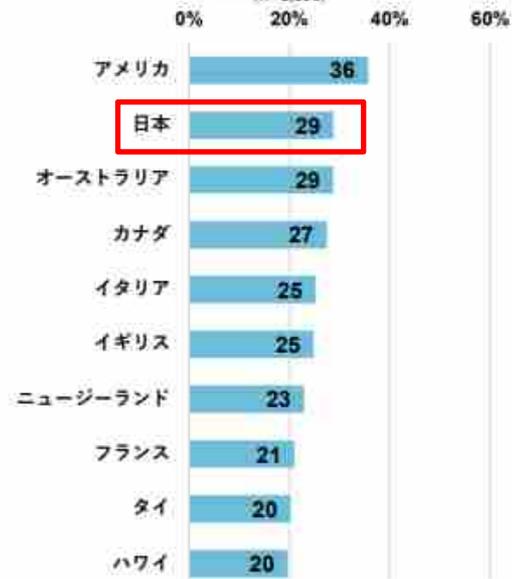
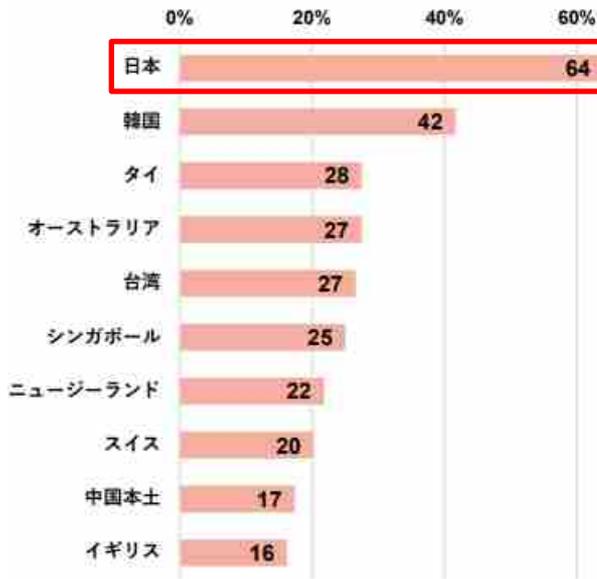
オセアニア

日本に行きたい: 88.8%

コロナ収束後に訪問したい国

アジア居住者
(n=4,201)

欧米豪居住者
(n=2,106)



- ・人をリスペクトする文化
- ・犯罪が少なく、治安が良い
- ・街が清潔で綺麗
- ・文化的に優れている

2003年 小泉内閣で「ビジット・ジャパン・キャンペーン」がスタート
2010年に1,000万人、2020年に4,000万人、2030年に6,000万人

2019年 3,188万人を突破 (2009,2011を除き右肩上がり)

2020年 410万人 (3月第一週目までの数字)

2021年 24万人

2022年 10月11日より日本の水際対策が緩和

10月だけで約50万人が来日



2023年10月の訪日外国人数

日本政府観光局 (JNTO) が、11月15日に発表した2023年10月訪日外国人数*(推計値)は、2,516,500人。

23市場のうち14市場(韓国、台湾、シンガポール、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インド、豪州、米国、カナダ、メキシコ、ドイツ、イタリア、スペイン)で、10月として過去最高を記録。入国者数は2019年比

「100.8%」に達し、コロナ後初めて同月を上回った。

2023年 訪日外客数・出国日本人数 (対2019年比) 2023 Visitor Arrivals & Japanese Overseas Travelers (Compared to 2019)

日本政府観光局(JNTO)

Japan National Tourism Organization (JNTO)

2023年11月15日

15/Nov/2023

(単位:人 / Unit: Persons)

	訪日外客数 Visitor Arrivals			出国日本人数 Japanese Overseas Travelers		
	2019	2023	伸率 Change %	2019	2023	伸率 Change %
1 Jan.	2,689,339 (2,345,029)	1,497,472 (1,308,606)	-44.3 (-44.2)	1,452,157	443,105	-69.5
2 Feb.	2,604,322 (2,341,479)	1,475,455 (1,297,458)	-43.3 (-44.6)	1,534,792	537,705	-65.0
3 Mar.	2,760,136 (2,411,650)	1,817,616 (1,582,518)	-34.1 (-34.4)	1,929,915	694,292	-64.0
4 Apr.	2,926,685 (2,640,569)	1,949,236 (1,738,172)	-33.4 (-34.2)	1,666,546	560,183	-66.4
5 May	2,773,091 (2,455,865)	1,899,176 (1,656,118)	-31.5 (-32.6)	1,437,929	675,603	-53.0
6 Jun.	2,880,041 (2,614,533)	2,073,441 (1,882,296)	-28.0 (-28.0)	1,520,993	703,259	-53.8
7 Jul.	2,991,189 (2,713,329)	2,320,694 (2,108,438)	-22.4 (-22.3)	1,659,166	891,615	-46.3
8 Aug.	2,520,134 (2,206,746)	2,157,190 (1,897,129)	-14.4 (-14.0)	2,109,568	1,200,930	-43.1
9 Sep.	2,272,883 (1,913,105)	2,184,300 *	-3.9 *	1,751,477	1,004,730	-42.6
10 Oct.	2,496,568 (2,177,382)	2,516,500 *	0.8 *	1,663,474	937,700 *	-43.6 *
11 Nov.	2,441,274 (2,145,425)			1,642,333		
12 Dec.	2,526,387 (2,292,029)			1,712,319		
1~10 Jan.-Oct.	26,914,388 (23,819,687)	19,891,100 *	-26.1 *	16,726,017	7,649,100 *	-54.3 *
1~12 Jan.-Dec.	31,882,049 (28,257,141)			20,080,669		

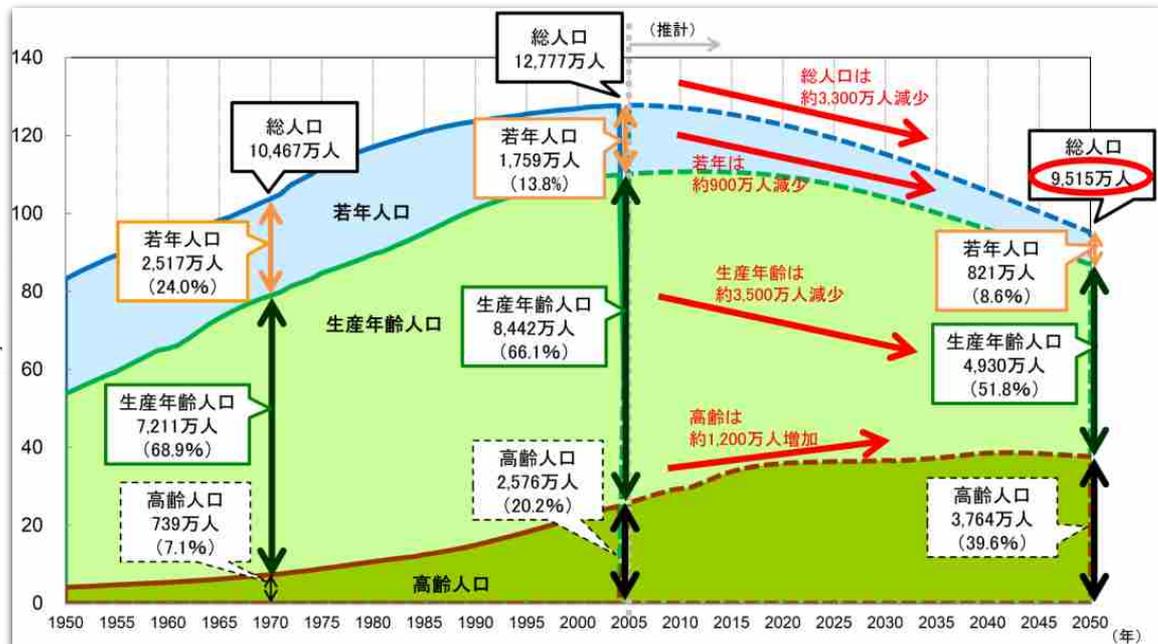
国内と訪日の市場について

【日本の人口】

- ・ 2008年 (1億2,800万人)
をピークに以降減少

【訪日旅行客数】

- ・ 2008年 835万人
- ・ 2019年 **3,188万人**



インバウンド消費額

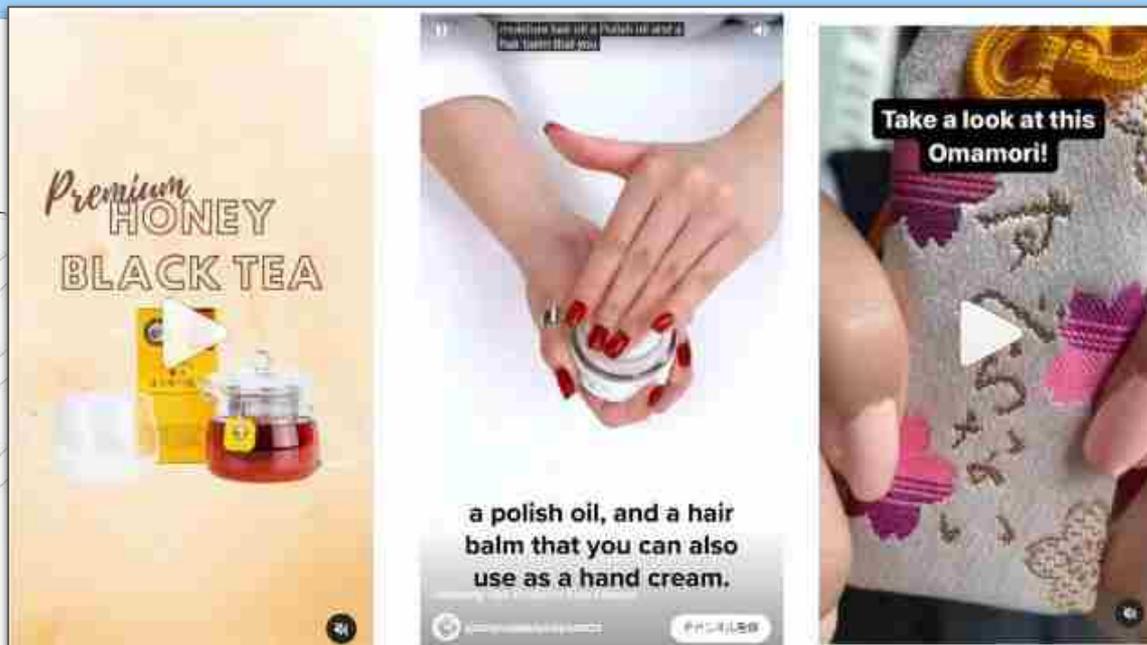
💰 2023年7～9月：1兆3,904億円
 → 2019年同期比[※] +17.7%



費目別に訪日外国人旅行消費額の構成比をみると、宿泊費が34.2%と最も多く、次いで買物代（26.1%）、飲食費（22.9%）の順が多い。



旅マエの訴求について【有形商材】



海外の方々にとって、日本の商品を実際に目にすることは難しく、その魅力を理解してもらいにくい状況です。しかし、魅力的なデザインやアニメーションを組み合わせることで、興味を惹きつけ、海外の方々に日本の商品の魅力をより深く伝えることが可能となります。

<https://www.instagram.com/reel/CufrUDaL8HL/?hl=ja>

旅マエの訴求について【無形商材】

kyoto_resistay フォローする 検索 ...

投稿218件 フォロワー5332人 フォロー中197人

RESI STAY | Apartment Hotel in Kyoto, Japan

宿泊施設
「住むように滞在する」京都のキッチン・ランドリー付き宿泊施設。施設と京都の魅力を発信します。
"Like living in Kyoto" RESI STAY is apartment hotel with kitchen and laundry in Kyoto.
📍 resistay.jp + 3

フォロー中@saskiyuzo

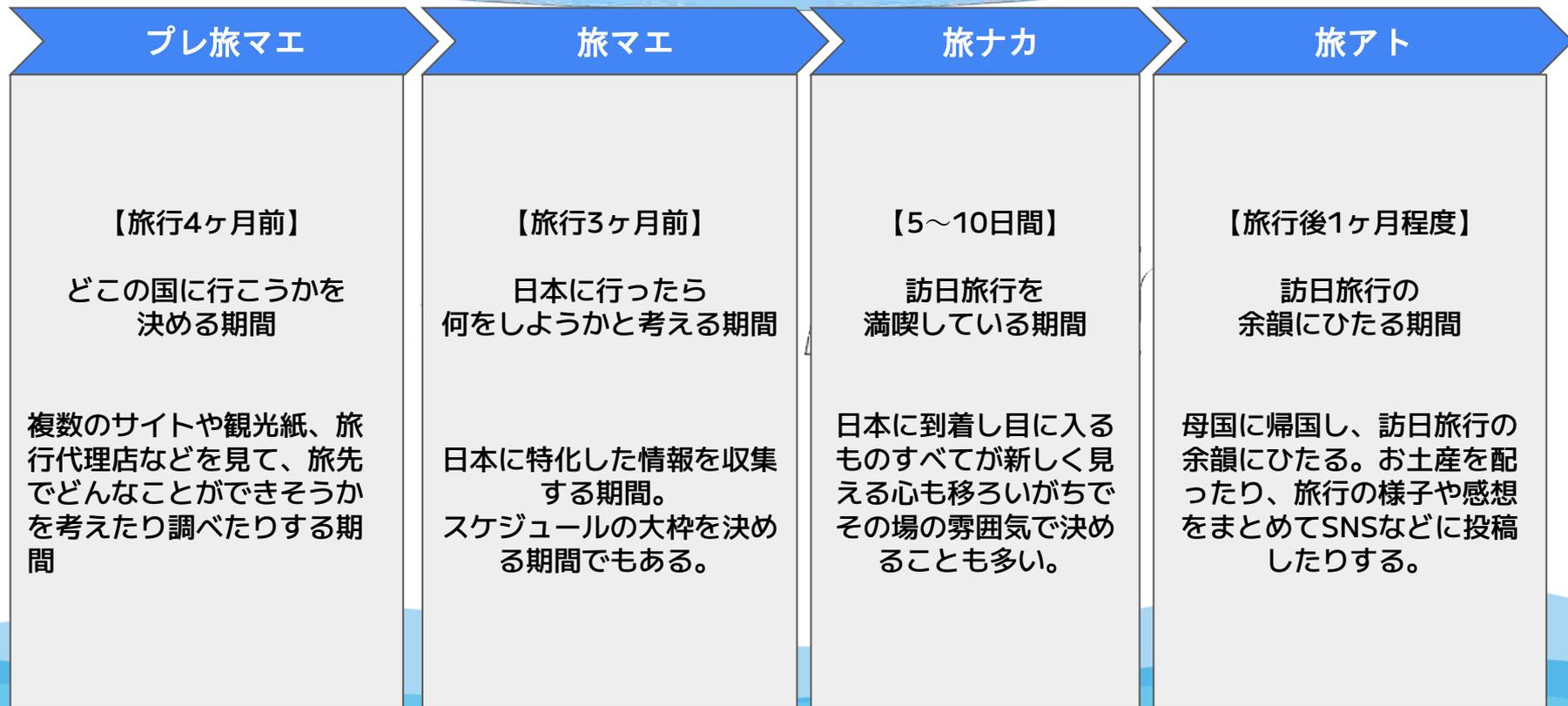
Reviews 東山三条 今だけおトク★ GION Yasaka-An 八... Shinshinen 心... Tsubaki 椿

投稿 リール まとめ タグ付けされている人

The screenshot shows the Instagram profile for kyoto_resistay. The profile includes a bio, a grid of featured posts, and navigation options. The featured posts include a room decorated with purple balloons, a ceramic bowl with a black tree design, and a 'Kuromi Room' promotional poster.



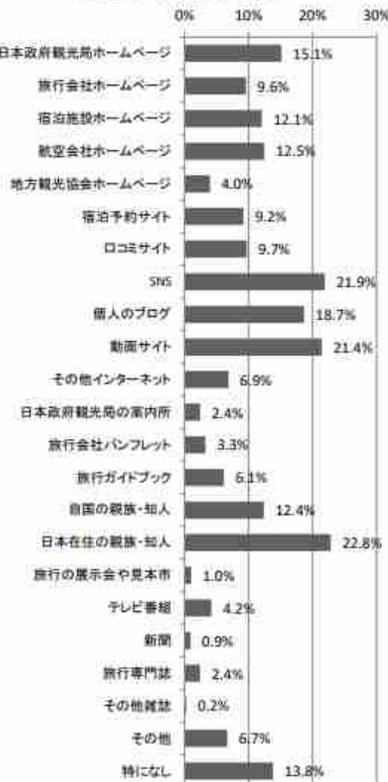
訪日旅行者の行動を4つに分類して戦略を練る



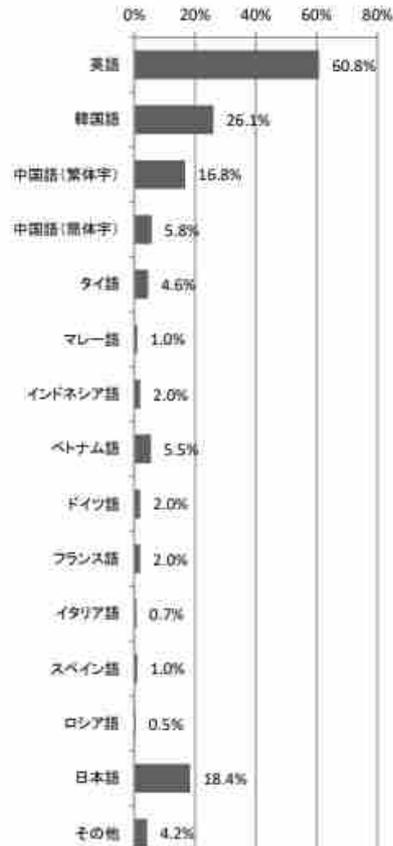
訪日旅行者の旅マエに関する情報収集について

SNS・動画サイト	特徴
Facebook	<ul style="list-style-type: none"> ・世界で最も利用率が高いSNS ・実名登録が原則で匿名性が低い
YouTube	<ul style="list-style-type: none"> ・2005年にサービス開始した動画共有サイト ・インドやアメリカ、日本など世界中でアクティブユーザーが多い
Instagram	<ul style="list-style-type: none"> ・ストーリーズやリール、ライブ配信などの機能は若年層と相性が良い ・企業はインフルエンサーマーケティングの活用事例が多い

図表 5-1 出発前に役に立った旅行情報源
(全国籍・地域、複数回答)

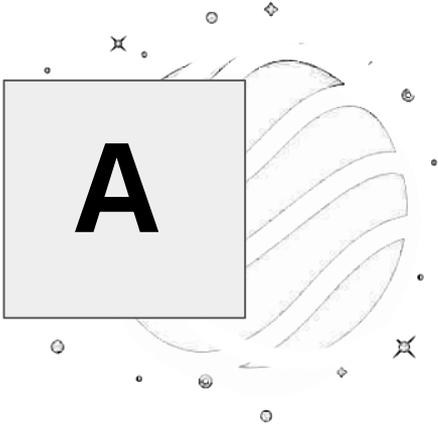


図表 5-2 出発前に役に立った旅行情報源の言語
(全国籍・地域、複数回答)



Q

SNSを始めれば
海外からのアクセスが
増えますか？



A

**訪日旅行者の獲得したい
言語や発信内容を
正しくすることで
増えると思います。**

旅ナカの訴求について【口コミサイト】

訪日観光客は旅ナカでお店を探す際、多言語口コミサイトを活用しています。



インバウンド向けグルメサイト10選！

1. まずはここから！無料で使える「[Googleビジネスプロフィール](#)」
2. インバウンドに特化！「[SAVOR JAPAN](#)」有料
3. 利用者数は数億人！「[トリップアドバイザー](#)」
4. 日本最大級のレストラン予約サイト「[食ベログ](#)」有料プランあり
5. 国内2大グルメサイトの一つ「[ぐるなび](#)」
6. 世界最大の口コミサイト「[Yelp](#)」
7. 月額1万円から掲載できる「[LIVE JAPAN](#)」
8. 中国最大規模の口コミサイト「[大衆点评](#)」
9. ムスリムに特化した「[ハラルナビ](#)」
10. 日本最大級のハラル対応レストラン検索サイト「[ハラルグルメジャパン](#)」



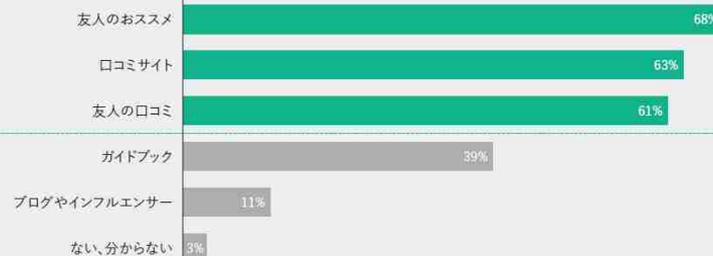
旅ナカの訴求について【口コミサイト】

トリップアドバイザーのアンケートによると、
ネット上の口コミは飲食店を予約する際に信頼できる
情報源であり、大きな影響を及ぼす結果が出ています

Point

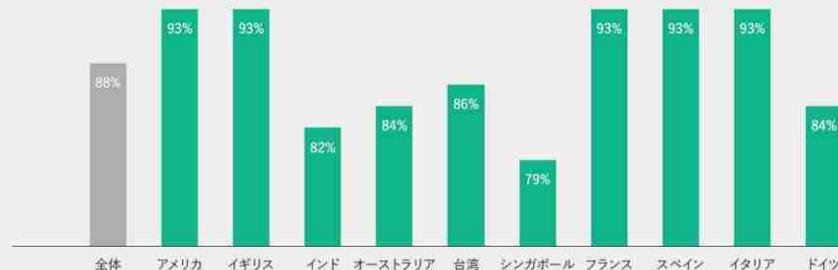
- 口コミに対する施設側の対応の重要性
→ 口コミがポジティブでもネガティブでも、
利用者の飲食店に対する印象を変え、その後の
予約の増加に影響を与える

■ 宿泊、レストラン、チケット・ツアー体験のアドバイスとして信頼する情報ソースは？



Source: Power of Reviews, by TripAdvisor, in partnership with Ipsos MORI, Summer 2019

■ レストランに関する口コミへの信頼度



旅アトの訴求について

プレ旅マエ

【旅行4ヶ月前】

どこの国に行こうかを
決める期間

複数のサイトや観光紙、旅行代理店などを見て、旅先でどんなことができそうかを考えたり調べたりする期間

旅マエ

【旅行3ヶ月前】

日本に行ったら
何をしようかと考える期間

日本に特化した情報を収集する期間。
スケジュールの大枠を決める期間でもある。

旅ナカ

【5～10日間】

訪日旅行を
満喫している期間

日本に到着し目に入るものすべてが新しく見える心も移ろいがちでその場の雰囲気を決めることも多い。

旅アト

【旅行後1ヶ月程度】

訪日旅行の
余韻にひたる期間

母国に帰国し、訪日旅行の余韻にひたる。お土産を配ったり、旅行の様子や感想をまとめてSNSなどに投稿したりする。

旅アト消費ケース①-1

事例1：時間が足りず購入に至らない

- ・ 観光中見かけて食べたかったけど、時間が足りなくて食べられなかった。
- ・ お土産屋に立ち寄り買おうか迷ったけど、時間が足りなくて買えなかった。

事例2：帰国後旅行話と共に広めたい

- ・美味しかったから家族や友達にも食べさせたあげたい。
- ・帰国後に自国で販売していない。

旅アト消費ケース②

事例1&2のような経験は、海外旅行をされた方にはあるあるな経験、、、
帰国後、検索した際に商品がでてこれば、その商品に関する店舗の
名前や情報を思い出すきっかけになります。

また、その場で購入可能な商品であれば、つい買ってしまおうと思います。
このように、訪日後にも越境ECを通じて外国人観光客が商品購入、リピート購入やサービス
利用のきっかけにつながります。

外国人観光客にとって、日本の文化は大変興味深いものですが、日本語商品名などを記憶す
ることは外国人観光客にとって非常に困難です。訪日歴のある外国人観光客に対して、日本
で知った伝統工芸品や料理の情報などを発見できるようにすることは、非常に重要なインバ
ウンド戦略となります。

海外ユーザー190万人の越境ECモールで商品販売・PR！！



ZenMarket

初期費用	無料
月額システム利用料金	無料
販売手数料	10%
決済手数料	無料

※その他の費用はかかりません。

※国内送料にも10%の手数料が発生いたします。

商品を全世界に向けて直接販売することが可能な越境ECプラットフォーム。決済・配送・お問合せ等を全て弊社が仲介する為、国内取引のような感覚で海外へと販路を広げることが可能です。

面倒な海外対応はすべて、ZenPlusが対応します！



国内取引なので、運用フローを変える必要ございません！

国内ショップ様



商品をZenPlusの
国内倉庫に送るだけ



ZenPlusが海外ユーザーへの対応します！



「言語」



「決済」



「海外配送」

旅マエ～旅アトのモデルケース 【バストロノーム in NARA】



GASTRONOMY TOURISM

Restaurant BUS in NARA

Nara's First Restaurant Bus: Discover History and Culture through Food, the Birthplace of Japanese Cuisine.








ENJOY SEASONAL LOCAL FOODS ON SPECIAL RESTAURANT BUS

JOIN NARA'S FIRST DOUBLE-DECKER OPEN-TOP RESTAURANT BUS TOUR!
EMBAR ON A CULINARY JOURNEY ABOARD A DOUBLE-DECKER BUS WITH A KITCHEN ON THE FIRST FLOOR. EXPLORE NARA, THE BIRTHPLACE OF JAPANESE CULINARY CULTURE. ENJOY OPEN AIR VIEWS THROUGH THE RETRACTABLE TRANSPARENT ROOF. SAVOR A SEASONAL FULL-COURSE MEAL OF NARA'S PRODUCE, WHILE VISITING TOURIST SPOTS.

NARA CITY

Discover the history and culture of soy sauce and sake for Japanese cuisine, with a focus on fermentation.



POINT

- 01 Nara's Seasonal Full-Course Delight
- 02 Discover the history and culture of soy sauce and sake for Japanese cuisine, with a focus on fermentation.
- 03 Best Season for Autumn Leaves

Schedule

09:00 Meet your guide in front of JR Nara station
 The meal service will begin after boarding the bus.
 Nara deer park (30 minutes)
 Soy Sauce Brewery (40 minutes)
 Sake brewery including Sake Tasting Experience (30 minutes)
 Sharyaji Temple (Admission fee is included / 50 minutes)
 14:30 Arrive at the bus stop in front of JR Nara Station
 15:30 Arrive at the bus stop in Namba

GOJO CITY

Nara Prefecture (Yamato), has long integrated a variety of vegetables into its culinary culture. Gojo City is surrounded by Mount Kongo and the Yoshinomountains, which provide clean and fresh water.



POINT

- 01 Tasting Gojo's Kakinohazushi over 200 years embodying fermentation and tradition.
- 02 Learning about Nara sake in the birthplace of fine sake, Nara
- 03 Strolling along Gojo Shimmachi Street, lined with buildings from the Edo and Meiji periods.

Schedule

09:00 Meet your guide in front of JR Nara station
 The meal service will begin after boarding the bus.
 Kaki Persimmon Museum (20 minutes)
 Tasting the persimmons at the Persimmon Farm (20 minutes)
 Sake brewery including Sake Tasting Experience (20 minutes)
 Strolling along Gojo Shimmachi Street (30 minutes)
 14:30 Arrive at the bus stop in front of JR Nara Station
 15:30 Arrive at the bus stop in Namba

Image is for illustration purposes.

Standard Plan 1
 Departure and drop off at JR Nara Station | From 28,000 JPY
 NARA CITY BOOK NOW [QR Code] GOJO CITY BOOK NOW [QR Code]

奈良県 NARA Food & Agri
 食と農の振興策
 食と農の振興策

「心躍る」を
 解き放つ **HIS**

ZenGroup

旅マエ～旅アトのモデルケース 【バストロノーム in NARA】

Welcome to NARA

Visit Nara, a place rich with history. It's where Japan began, and where Emperor Jimmu rose to power. Here, stories of emperors, teachings of scholars, and beautiful crafts combine, making it a unique cultural destination.

Walk among historical landmarks, appreciate age-old traditions, be amazed by ancient buildings, and feel as if you've stepped back in time. Uncover the mysteries of old pagodas, walk with the sacred deer, and let Nara's tales surround you. Come and experience a special part of Japan's history in Nara.

Buy your Souvenir

Categories

Bus Tour Photos

Popular Products

Health & Beauty

Food & Drinks

Home & Furniture



旅マエ～旅アトのモデルケース 【バストロノーム in NARA】



Photo's



旅マエ～旅アトのモデルケース 【バストロノーム in NARA】

Major Specialty Products

Miwa Somen

What is Miwa Somen?

+



Yoshino Cedar

What is Yoshino Cedar?

+



Nara Sake

What is Nara Sake?

+

