

開封検知NFCタグ導入事例

NFCタグを活用し100以上の言語へ自動翻訳 自社商品の魅力をインバウンド観光客にアピール



株式会社フンドーダイ 様



写真左より 上野様・横森様

導入経緯

九州・熊本の地で150年以上にわたり、醤油や味噌をはじめとする各種調味料の製造販売を手掛けている株式会社フンドーダイ様。インバウンド観光客の多い東京・浅草にアンテナショップを出店しましたが、さまざまな国から訪れる観光客との間に立ちふさがる言語の壁は厚く、従来のアナログな手法では九州醤油の魅力を伝えきれないことに課題を感じ、デジタルを活用した解決策を模索していました。

Before

- ・アナログのレシピカードでは言語翻訳に限界がある
- ・越境ECサイトへ誘導するための動線がほしい
- ・海外顧客のリピート購入率を上げ、販路拡大を図りたい

After

- ・NFCタグの読み取りで位置情報を取得、スマートフォン設定の言語に自動翻訳
- ・開封前後でサイトの遷移先を変更可能、ECサイトなどへの誘導も可能
- ・開封地点を分析することで効率よくマーケティングが可能

導入製品・システム



お客さまの声

株式会社フンドーダイ 情報システム部 上野 宗康 様 / 広報室長 兼 出町久屋店長 横森 和志 様

背景・課題

言語の壁を超えてインバウンド観光客に醤油をアピールしたい



情報システム部 上野 様

上野氏：当社は150年以上の歴史を持つ熊本の調味料メーカーです。九州を中心に全国で販売しています。海外進出は1995年に中国に拠点を置いたことから始まり、近年では中国以外にもアメリカやヨーロッパ、中東にまで販路を広げています。

海外販路拡大のきっかけとなったのが当社のヒット商品「透明醤油」です。2013年に「和食」がユネスコ無形文化遺産に登録され、和食や日本調味料が海外で注目されていることも追い風となり、2022年1月現在で、25の国と地域で透明醤油をご愛用いただいています。

横森氏：九州醤油の魅力を県外や海外に広げたいという思いから、2022年12月に東京・浅草にアンテナショップ「出町久屋」を出店しました。インバウンド観光客が多い浅草ということもあり、出町久屋のお客さまの6割は外国人の方です。ただインバウンド観光客の方にとっては「醤油＝濃口醤油」のイメージが強く、九州の甘い醤油や透明醤油の使い方がわからないケースがほとんどです。

出町久屋でもレシピカードをご用意していましたが、紙では紛失してしまいがちですし、母国語に合わせて翻訳をしなければなりません。英語や中国語といった主要言語であればともかく、東南アジアや中東の言語までは用意しきれず、せっかく当社の醤油にご興味をお持ちいただいても、アナログな方法ではフォローに限界があると感じていました。



効果・評価

自動翻訳が好評、開封検知によるマーケティング効果にも期待

横森氏：NFCタグにスマートフォンをかざすだけで、ダイレクトにサイトに遷移が可能なことや、お客さまの母国語に自動翻訳される点が「開封検知機能付きNFCタグ」導入の決め手でした。

また、このタグは開封前後で遷移するサイトを変えることができる点も魅力です。海外で醤油を使い切ったお客さまがECサイトからリピート購入できる仕組み作りや、レシピなど情報発信によるファンづくりへの活用も検討しています。



出町久屋店長 横森 様

上野氏：外国の方が日常的に食べられている料理に最適な醤油の使い方を提案したいのですが、世界中の料理全てに対して提案をするのは現実的ではありません。しかし、このNFCタグなら開封地点の位置情報が取得できるのでこの情報を分析し、開封が多い国や地域を絞り込み、ピンポイントでレシピを充実させることで効率よく売上を拡大することが可能です。



昨今は同業者が続々と海外進出を進めていますが、当社には30年前から海外進出をしている先駆者の強みがあります。その優位性を活かすために、開封検知NFCタグをはじめとするツールを活用しながら、今後さらに海外展開を加速していきたいと考えています。

株式会社サトー お問い合わせ先 ☎ 0120-226310
www.sato.co.jp 受付時間：24 時間 365 日

全国の営業拠点一覧はこちらへアクセスしてください

■記載内容は2023年10月現在のものです。
■製品改良のため断りなく仕様を変更することがありますのでご了承ください。
■いかなる形式でも本誌の一部または全部の複製および無断転載をお断り致します。
■記載されている会社名、ソフトウェア名、製品名などは各社の商標、または登録商標です。

