

2017年6月26日

報道関係各位

アント フィナンシャル ジャパン

-キャッシュレス社会を目指して-

**アント フィナンシャル ジャパンが「アリペイ」の説明会を開催**  
加盟店・加盟検討企業から約 200 名が参加

アント フィナンシャル ジャパンは 2017 年 6 月 23 日、加盟店・加盟検討企業向けに、「アリペイ」の機能・特徴を説明する「アント フィナンシャル ジャパン カンファレンス」を開催しました。カンファレンスにはコンビニエンスストアや百貨店、空港、ディスカウントストアなどの分野から約 200 名が参加し、「アリペイ」導入企業を代表して、成田国際空港、ドン・キホーテ、ローソンが導入事例を発表しました。

**【決済とライフスタイルと金融を結合するスーパーアプリ「アリペイ」】**

アント フィナンシャル ジャパンの代表取締役社長 岡玄樹は、アリペイが提供するサービスや、日本での最新導入事例について紹介しました。

アリペイは、アント フィナンシャル グループが運営・提供するデジタル決済型のライフスタイルプラットフォームで、中国では 5.2 億人以上のアクティブユーザーを有し、世界 26 カ国で利用が可能です。日本では 2015 年 10 月にサービス展開を開始し、現在までに導入店舗は 2.5 万店にまで広がっています。



〈アント フィナンシャル ジャパン代表取締役社長 岡 玄樹〉

アリペイは、単なる決済機能だけでなく、日常生活をとりまく様々なライフスタイル関連サービス、そして金融サービスがアリペイのプラットフォーム上で結合されています。



<アリペイのサービス全容>

### 【スマホ一つで、身の回りのことが全てできるような世界へ】

ライフスタイルに関するサービスの応用分野は多角的に広がっており、中国ではアリペイだけで数ヶ月生活できると言われるほど、日常生活に浸透しています。レストランの予約から支払いまでの一連の流れがアリペイ上で完結する他、タクシーの配車から決済、バーコードをスキャンすることで電気・水道・ガスなど公共料金の支払いが可能になるなど、さまざまなライフスタイル関連サービスに紐づいています。



<ライフスタイルサービスの例>

金融サービスにおいては、ユーザー数 3.2 億人、運用資産規模 20 兆円にも及ぶ資産形成サービスの「余额宝（ユエ・バオ）」、個人の信用力を点数化した「芝麻信用（ゴマ・シンヨウ）」など、中国においては社会インフラとなりつつある様々な金融サービスを提供しています。

### 【グローバル キャッシュレス プロジェクトを推進】

アント フィナンシャル グループでは、国連や加盟店、航空会社、空港などと連携し「グローバル キャッシュレス プロジェクト」を推進しています。キャッシュレスにすることで紙幣を使わなくなり、紙の原料である木の保全を目指す、地球環境に貢献していくというプロジェクトです。このプロジェクトの一環として、「アント フォレスト」という取り組みを展開しており、電子マネーの利用に伴い、木が育つバーチャルゲームを開発したところ、4ヶ月で2億のユーザーが参加しました。さらに現在では、アント フィナンシャル グループがユーザーに代わり、砂漠に110万本の低木を植林するというリアルな活動にまで広がっています。

### 【日本の旅行・トレンド情報を提供する「ディスカバー」日本ページは、月間 UU100 万突破】

日中の時節のイベントに合わせ、日本の加盟店と連携し、様々なキャンペーンを展開しており、訪日中国人観光客にとってもアリペイを使用するメリットとなっています。アリペイ上には、「ディスカバー（発見）」という日本の旅行・トレンド情報を閲覧できるページがあり、訪日前からどこへ旅行に行き、何を体験するかなど、事前の情報収集が可能です。日本での「ディスカバー」ページは、ローンチ直後にもかかわらず、月間のユニークユーザー数は100万を突破しました。

日本の加盟店でもアリペイ導入による成功事例は増えており、百貨店では、アリペイでのキャンペーンを展開することで新規顧客が13%増加し、ディスカウントストアではキャッシュバックキャンペーンにより、一人当たりの購買額が20-30%増加するなどの効果が見られました。

### 【訪日中国人観光客の集客に最適な「アリペイ】

アリペイ導入企業を代表し、成田国際空港、ドン・キホーテ、ローソンのインバウンド担当者が登壇し、それぞれの取組事例を紹介しました。



<パネルディスカッションの様子>

- **成田国際空港**

成田国際空港では訪日観光客による売上の半数以上を中国からの観光客が占めていたため、中国の人たちの利用率が高い「アリペイ」が必要不可欠と捉え、導入に至りました。中国の大型連休である国慶節や日本の花見シーズンなど、訪日中国人観光客が増加するタイミングに「アリペイ」でキャンペーンを実施し、売上を大きく伸ばすことに成功しています。

- **ドン・キホーテ**

ドン・キホーテでは 2008 年からインバウンドへの取り組みを重視しており、2015 年より「アリペイ」を導入。「アリペイ」の効果は大きく、「アリペイ」内でプロモーションキャンペーンを実施したところ、売上が 40%増加しました。単なる知名度の高さや決済サービスとしての機能だけではなく、中国人のライフスタイルに根付いたサービスであるため、プロモーション効率の高さが「アリペイ」の魅力と考えています。

- **ローソン**

ローソンでは全国 1.3 万店舗に「アリペイ」を導入しています。中国人観光客にとって、日本の小銭は区別が難しく、支払い時に苦勞することが多いなかで、キャッシュレスで会計時の言語問題も解決できる「アリペイ」は、コンビニエンスストアと親和性が非常に高いサービスです。またローソンでは、日本と中国の店舗が連動した、「アリペイ」による送客プロモーションを展開することで、中国におけるローソンブランドの認知度向上と、日中両国における相互来店誘導を目指します。

## ■アント フィナンシャル サービス グループ (アント フィナンシャル)について

アント フィナンシャル サービス グループ (アント フィナンシャル)は、2004 年に確立された世界最大の決済プラットフォームであるアリペイを主軸とし、2014 年 10 月に正式に設立。「世の中に小さな美しい変化をもたらす」というビジョンのもと、アント フィナンシャルは金融機関とそのパートナー企業が迅速にインターネット分野において革新的な取り組みが出来るようにオープンなエコシステムの構築に尽力しています。同時に中小企業および個人の消費者が弊害なく活用できる幅広い金融サービスの提供を行なっています。

«本件に関する報道関係者からのお問い合わせ先»

アント フィナンシャル ジャパン広報事務局 担当：辻、王、安田

TEL : 03-4570-3194 MAIL : [antfin@prap.co.jp](mailto:antfin@prap.co.jp)