

報道関係各位

2026 年 10 月 29 日

アライドアーキテクト株式会社

アライドアーキテクト、京王百貨店の訪日客アンケートを CEPs 視点で分析

国・地域別の来店のきっかけとリピーターニーズを可視化

台湾は「アクセス」を評価、香港は「免税・割引」を期待

多言語の声を AI で解析し、国・地域別のコミュニケーション設計に生かす

AX の力で企業成長を実現するアライドアーキテクト株式会社(本社:東京都渋谷区、取締役社長:村岡 弥真人、証券コード:6081、以下「当社」)は、株式会社京王百貨店(本社:東京都渋谷区、取締役社長:中瀬 正春、以下「京王百貨店」)が実施している訪日客向けアンケートについて、データプラットフォーム「Kaname.ax Global」を活用した分析を支援しましたので、その取り組みをお知らせいたします。

2026 年 1 月～8 月に集まった回答のうち、約 2,200 件を用いて、来店目的や認知経路、満足した点などを国・地域、事前認知の有無、来店回数などの軸でクロス分析するとともに、自由記述の回答を CEPs(※1)の視点で分析しました。その結果、事前に京王百貨店を知っていた来店客は、知らなかった来店客に比べて食事目的の来店の割合が約 3 倍に上ることや、初回来店とリピーターで求めるものが異なり、その違いが国・地域によっても変わることなど、売上データだけでは捉えられなかった顧客像が見えてきました。



Allied
Architects

京王百貨店の訪日客アンケートをCEPs視点で分析 来店のきっかけとリピーターニーズを可視化

台湾は「アクセスの良さ」、香港は「免税・割引」を期待
多言語の声をAIで解析し、コミュニケーション設計に生かす

■背景・概要

京王百貨店では、中華圏向けの RED(小紅書)をはじめ、各市場向けに SNS で継続的に情報を発信し、来店のきっかけづくりに取り組んできました。一方で、施策の判断材料は国別・カテゴリー別の免税売上データに限られ、どのような訪日客が、どのようなきっかけで来店し、どの程度リピートしているのかを把握できない

ことが課題となっていました。

そこで同社は、2025 年から免税カウンターで購入者を対象としたアンケートを独自に実施。しかし、多言語の回答の翻訳や自由記述のデータ整備に時間がかかり、少人数のチームでは分析や施策への活用まで至らない状況でした。当社は、翻訳前の回答データをそのまま分析でき、海外のお客様が京王百貨店を思い浮かべる「きっかけ(CEPs)」も可視化できる「Kaname.ax Global」を活用し、分析を支援しました。

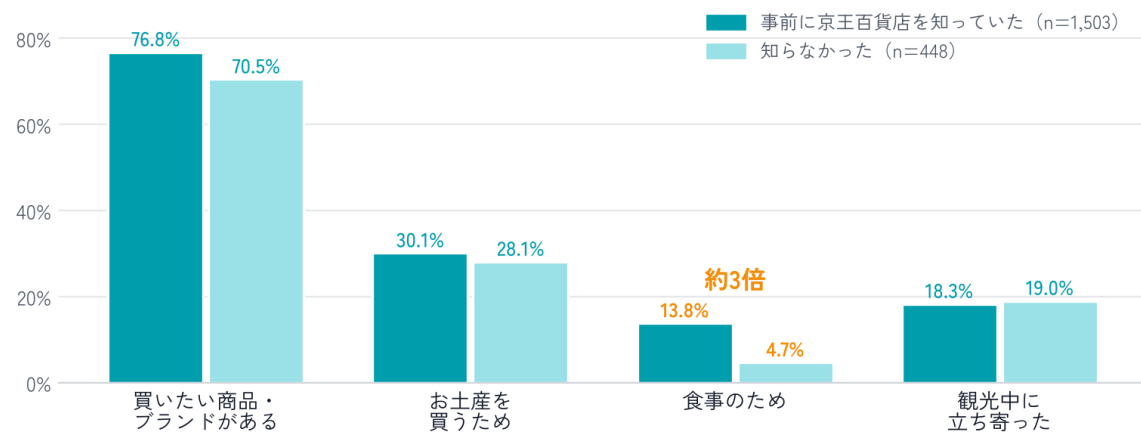
■分析内容と結果(一部)

・事前認知の有無と来店目的のクロス分析

事前に京王百貨店を知っていた来店客は、知らなかった来店客に比べて食事目的の来店の割合が約3倍に上がることが判明しました。同社が SNS でレストランを継続的に紹介してきた取り組みの効果がうかがえる結果となりました。

事前に知っていたお客様は「食事」目的の来店が約3倍

事前認知の有無別 来店目的（複数回答、「たまたま通りかかった」を除く）



出典：京王百貨店 訪日外国人向けアンケート（2026年1～8月実施、5つの国・地域グループの回答 約2,200件）をKaname.ax Globalで分析

・CEPs 分析で見えた、国・地域ごとに異なる「京王百貨店の体験価値」

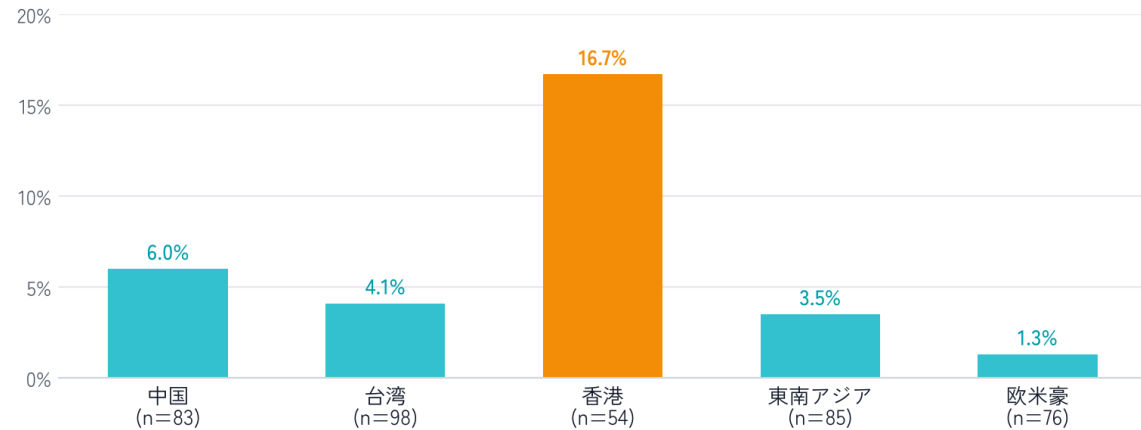
自由記述の回答を CEPs の視点で分析したところ、台湾からの来店客は「アクセスが良く、移動の負担なく時間を有効に使える」ことを、京王百貨店の体験価値として特に強く感じている傾向が見られました。一方、香港からの来店客は「一か所で欲しいものをすべて揃えられる」という点の評価がやや低く、目的を持って買い物に訪れている傾向がうかがえました。

・中華圏の中での国・地域ごとの違い

香港からの来店客は、同店への要望として「免税・割引」を挙げる割合が他の国・地域に比べて高く、アパレルの購入を希望する割合も高いなど、同じ中華圏の中でも国・地域ごとに来店目的やニーズが異なる傾向が見られました。

香港のお客様は、要望に「免税・割引」を挙げる割合が高い

国・地域別 京王百貨店への要望のうち「免税・割引」の割合（要望欄の回答者が対象）



出典：京王百貨店 訪日外国人向けアンケート（2026年1～8月実施、5つの国・地域グループの回答 約2,200件）をKaname.ax Globalで分析

・初回来店とリピーターのニーズの違い

例えば中国からの来店客では、初回来店時は「歓迎されている」と感じられることを求める一方、来店回数を重ねるほど、より良いものをお得に購入したいというニーズが強まる傾向が見られました。こうしたニーズの違いは、国・地域によっても異なることが分かりました。

■クライアント担当者コメント

これまでぼやけていたものが、霧が晴れてきたように感じています。初めてご来店のお客様とリピーターのお客様で求めるものが異なり、その違いが国・地域によっても変わることは気づきになりました。今後は、国・地域ごとにチャネルや訴求内容を最適化していくことが理想だと考えています。

（株式会社京王百貨店 営業企画部 桧山氏）

来店のきっかけや当店を想起するという軸での分析（CEPs 分析）は、私たちにはなかった視点でした。また、分析結果の中では、事前に当店をご存じのお客様は、そうでない方より食事目的の来店が多いという結果が印象的で、1年かけて続けてきた SNS でのレストラン紹介の効果が表れているとも読める、うれしい結果でした。今後は、国・地域ごとに、どの媒体で何を発信すれば届くのかを検討していきたいと考えています。

（株式会社京王百貨店 営業企画部 菰田氏）

■今後の展望

当社は今後も、「Kaname.ax Global」を活用した顧客の声の分析を通じて、国・地域ごとの CEPs を踏まえた京王百貨店の情報発信やリピーター施策の検討を支援してまいります。また、「データ分析に基づく戦略設計」と「現地生活者に響くクリエイティブ開発」という当社の強みを活かし、インバウンド市場への参入や海外進出を目指す国内企業様へのグローバルマーケティング支援をさらに強化してまいります。

<Kaname.ax Global について>

「Kaname.ax Global」は、SNS 投稿や EC レビュー、アンケートなどに表れる“海外生活者の声”を AI で解析し、施策の起点となるインサイトを発見するデータプラットフォームです。海外生活者がブランドを思い出す「きっかけ（CEPs）」を国ごとに可視化し、インバウンドの指名買い対策や海外進出時の参入戦略、多言語のレビ

ユーやアンケートなど既存データの活用まで、最適な打ち手へつなぎます。

<インバウンドマーケティング支援・越境 EC 支援について>

アライドアーキテクツは、海外市場における企業のプロダクトやサービスの魅力を再定義し、インバウンドマーケティングおよび越境 EC 支援を、戦略設計から施策実行まで一貫通貫で提供しています。

主な支援内容は以下の通りです。

- ・SNS・広告運用: YouTube、Instagram、Facebook、RED、Weibo、WeChat、Douyin 等の公式アカウント運用および広告配信、地図広告、クリエイティブ制作
- ・KOL(※2)／KOC(※3)・ライブコマース: クリエイターネットワークを活用した KOL・KOC 施策、ライブ配信・ライブコマースの企画・運営
- ・AI・データ活用: 市場調査、広告コンテンツ制作・最適化、チャットボット化など AI を活用したマーケティング支援
- ・海外生活者インサイト分析: 自社プロダクト「Kaname.ax Global」を活用し、顧客の声を AI 解析してインサイトを抽出・活用
- ・越境 EC 支援: RED 公式アカウント店舗(EC)の開設支援、決済・物流設計支援

サービスページ: <https://service.aainc.co.jp/global/service/inbound/>

■お問い合わせ

サービスに関するお問い合わせは以下よりお願いいたします。

<https://service.aainc.co.jp/global/service/inbound/contact>

<株式会社京王百貨店 会社概要>

- ・代表者: 取締役社長 中瀬 正春
- ・所在地: 東京都渋谷区初台 1-53-7 京王初台駅ビル
- ・URL: <https://www.keionet.com>
- ・設立: 1961 年 3 月 10 日

<アライドアーキテクツ株式会社 会社概要>

- ・代表者: 代表取締役会長 田中 裕志
取締役社長 村岡 弥真人
- ・所在地: 東京都渋谷区恵比寿一丁目 19-15 ウノサワ東急ビル 4 階
- ・URL: <https://www.aainc.co.jp>
- ・設立: 2005 年 8 月 30 日
- ・事業内容: マーケティング AX 事業・資産 AX 事業

<アライドアーキテクツ株式会社とは>

アライドアーキテクツ株式会社は、従来の事業構造を AI 前提で再設計する AX (AI トランスフォーメーション) を推進し、企業の持続的な成長を実現する AX カンパニーです。

AI を活用したデータ×クリエイティブでマーケティングを変革する「マーケティング AX 事業」と、オンチェーン

経済圏における AX を通じて資産価値の向上を目指す「資産 AX 事業」を展開しています。

2005 年の創業以来、6,000 社を超えるマーケティング支援実績と、UGC をはじめとする顧客の声データ資産、独自開発の SaaS・AI 技術を蓄積。戦略立案からクリエイティブ、運用、開発までを担うデジタル・AI 人材を結集し、自らを変革し続ける企画者・創造者の集団として、「世界中の人と企業の創造がめぐる社会」を目指して、挑み続けています。

※1 Category Entry Points 顧客が特定の商品カテゴリーの購入を想起・検討するきっかけのこと。

※2 Key Opinion Leader の略称。中国で多大な影響力を持つインフルエンサーを指します。

※3 Key Opinion Consumer の略称。消費に影響を与えるような共感性と信頼性の高い口コミを発信する消費者を指します。

* 本プレスリリースに記載している会社名および商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

【リリースに関するお問い合わせ先】

アライドアーキテクト株式会社 経営企画室 広報担当

TEL: 03-6408-2791 MAIL: press@aainc.co.jp