



インタビュー

日本の商品を海外へ

「この事業を始めるきっかけは、14年前に日本にきてからずっと、買い物に困っていた。とくに、来日当初の2〜3年は食品にしろ日用品にしろ、どこで買えばいいかわからないし、どれくらいが適正価格かも分からなかった。例えばトルコの食品を買うにも、トルコ人がよく住んでいる場所に行けば買えるのだが、そんな時間はなかった。私だけでなく周りのトルコ人や、それ以外の国の人もみんな「買い物に困っている」ということをいつか聞いた。それが事業を立ち上げるきっかけだ。在日外国人向けはわれわれの獲得すべき市場だと思っているが、それだけをめざしているわけではない。インターネットは世界につながるのだから、世界に対して日本の商品を売っていくサイトにできればと思っています。」

▼9▲

今年9月に本格オープンした多言語対応のネットショッピングモール「Youbuy(ユーバイ)」。現在、日本の総人口の1.6%に当たる208万人に上るといわれる日外国人をターゲットにした買い物市場である。運営するYoubuyはこの市場を確保しつつ、さらなる拡大をめざすという。トルコ出身のアイディン・ヤヒヤ社長に話を聞いた。

(取材と文 中川昌俊)

ブランド化図り誰からも認知されるサイトへ

「日本の商品は世界での評価が高いといわれるが。しかし、いままではインターネットで海外から日本の商品を買える場がなかった。例えば、日本では有名なネットショッピングモールは楽天市場だが、海外では全く知られていない。知らないということは、販売していないのと同じことだ。10カ国語という多言語に対応することで、日本の商品を求める海外のニーズを取り込んでいきたいと考えている。」

「Youbuy」は日本人をターゲットにはしないのか。もちろん日本人に対しても、販売したいと考えている。しかし、他のモールと同じでは埋もれてしまう。日本人に対してはむしろ、在日外国人をターゲットにすることで自然な形で集まっていくのではないかと考えている。在日外国人用サイトとはいっても、それは日本語にも対応していく。海外でしか買えない物を売る日本語サイトという点にもなり、他のモールにはない特徴が出てくると思う。他のモールとの差別化が図れば、きっと日本人客は集まってくる。」

「現在、出店者が扱う商品群は。トルコの食料品であったり、ペルシヤじゅうたんであったり...その国ならではの商品を販売するショップが多く出店している。いま、私が出店してみたいと思うのは、日本の伝統的な商品を販売するショップ。これは、外国人が好んで買うため、出店の促進をぜひ図りたいと思っている。また、日本のアパレルも外国人に人気なので、出店してほしい。」

「海外からも出店を募るのか。当初は、日本から商品発送するショップに限りた。というのも、この「Youbuy」は日本で始まったショッピングモールで、安全性や信頼性を担保するためには、直接会って話ができる日本にあるショップに限ったほうがいいと考えているからだ。ただ、今後は「Youbuy America」や「Youbuy Russia」の運営も考えている。実現できるとき、多言語対応なので、それぞれの



国際色豊かな会議の様子

連携を図っていきなさいと考えている。出店ショップは頻りにサイト更新しているようだが、技術的な問題はないのか。そこには最も力を入れているところだ。自動翻訳では、変な文章になってしまうので絶対にしないようにしている。こちらですぐに翻訳できるような体制を整え、ショップオーナーをバックアップしている。

覚えやすいサイト名で

「Youbuy」というモールド名にした理由は。「Youbuy」というワードは世界中から検索されやすい。オープンする前から、このキーワードで検索している人が世界中でたくさんいた。また世界中から検索されるだけでなく、覚えやすいというところもこの名前にした理由だ。

「検索以外の集客策は。現在、ポータルサイトのアイアンスパイダーを増やしている。CGMマーケティングも行っていく。当面そういったところからの集客を図っていく。また、英字新聞や外国人向けの雑誌に広告を出すことで、これまで他のモールではリーチできなかった客層に対してアプローチしていきたいと考えている。」

「今後の目標は。まず、日本で「Youbuy」をブランド化していきたい。「ここにくれば面白いものがあるぞ」というブランドだ。そしてその後、海外でも「Youbuy」ブランドを浸透させていき、誰からも認知されるようなサイトにしていきたいと考えている。」

「Youbuy」は日本で始まったショッピングモールで、安全性や信頼性を担保するためには、直接会って話ができる日本にあるショップに限ったほうがいいと考えているからだ。ただ、今後は「Youbuy America」や「Youbuy Russia」の運営も考えている。実現できるとき、多言語対応なので、それぞれの

多言語対応ネットショッピングモール

Youbuy



社長 アイディン・ヤヒヤ

トルコのビルケント大卒。94年に来日し、99年東工大大学院博士(コンピュータ・サイエンス)修了。マイクロソフトや外資系金融会社を経て、04年11月テクノピアン株式会社設立。06年11月、株式会社E-BUY(現Youbuy)設立。トルコ・カッパドキア出身。35歳。



Youbuy <http://www.youbuy.jp/>

〈株式会社Youbuyについて〉
06年11月設立。日本で初めて10カ国語に対応したショッピングモール「Youbuy」を開発。日本の伝統的な商品の販売業者や、日本で外国人が運営する食品、日用品、の販売業者をはじめ、ファッション、インテリア、電子製品など幅広い分野の商品を揃える。学校管理システム「TechnoSMS」などを提供するテクノピアンの関連会社。

JADMA が主催する初の通販カンファレンス 今話題の企業がアキバに集結! このチャンスをお見逃しなく。

TSUHAN (通販) 2007 (事前登録制)

日時: 11月21日(水)~22日(木)
会場: 富士ソフト アキバプラザ

■基調講演 11月21日 午前10:15~



あの「ブリーズブートキャンプ」で社会現象を起こした(株)オークローンマーケティングの代表取締役社長ハリー・A・ヒル氏に、そのメカニズムについてお話いただきます。 **参加費無料!**

■注目のカンファレンス (22日)

- 「明かされる、ふくや通販の全て ~「商品」と「売り方」以外は共有すべき!~」 (株)ふくや 営業本部マネージャー 平山高久氏
- 「通信販売はどこへ行く?(仮題)」 JADMA理事・主幹研究員 柿尾正之
- 「オルビスのダイレクトマーケティング」 オルビス(株)マーケティング本部 マーケティング部課長 元木正城氏
- 「少ない資金で無理なくロイヤルカスタマーを育てる方法とは」 やずやグループ(株)未来館 代表取締役 西野博道氏

★これからの小さな企業のあるべき姿とは?

「小さな会社が生き延びる知恵とは? ~「前掛け」を蘇らせた手法に学ぶ~」

(有) エニシング 取締役社長 西村 和弘氏

★お客様があきれられることをしていませんか?

「専門知識なんか知らない!! ~素人だから成功したギフト通販の中身とは~」

(株) ウェルネス 代表取締役社長 長澤 真也氏

★お客様に選んでもらえる企業の力とは?

「モバイルコマースは本気でやった者だけが勝利を掴む」

(株) ヴァイスロイ・インターナショナル 代表取締役 伊藤 深氏

他にもカンファレンス(全16コマ)、無料ワークショップ(全22コマ)など役立つプログラムが多数ございます。

★詳細・お申し込みは専用サイトへ今すぐアクセス!

<http://www.jadma.org/TAC>

主催: (社) 日本通信販売協会

〒103-0024 東京都中央区日本橋小舟町3-2 リブラビル2F

TEL: 03-5651-1155 (月~金 9:30~17:30)