

中国向けマーケティング担当者必読

R E D

小紅書の 教科書

2025
最新版

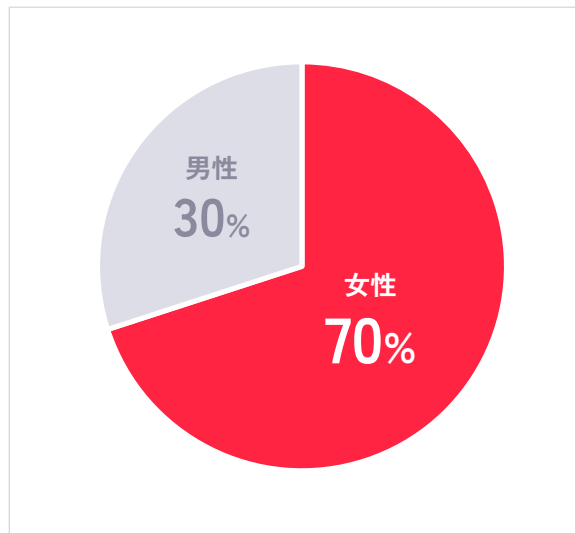
この1冊で
小紅書がわかる！

1. ユーザー	03
2. 企業アカウント	09
3. SNS比較	14
4. 広告	17
5. 検索指数	23
6. プロモーション	27
7. 事例	32

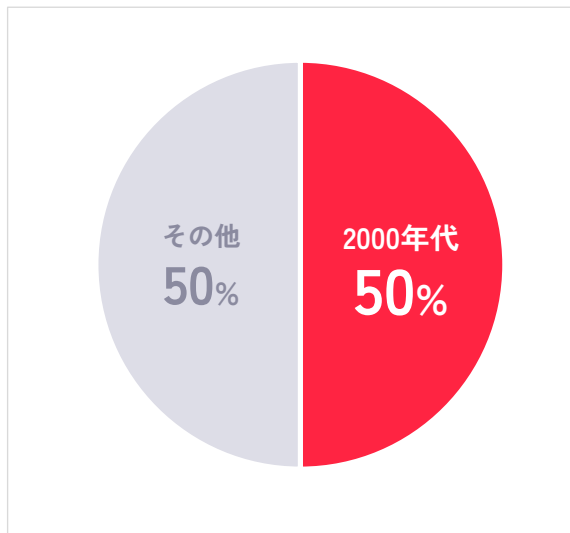
1. ユーザー

男女比・年代構成・地域分布のデータから、REDは都市部の若い女性に特によく利用されていることがわかります

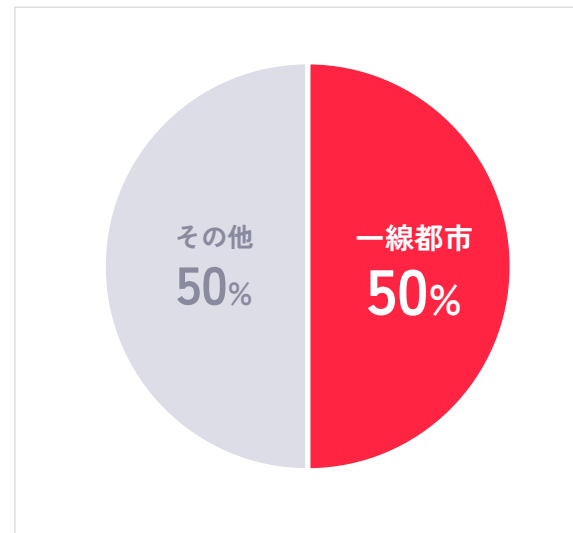
男女比



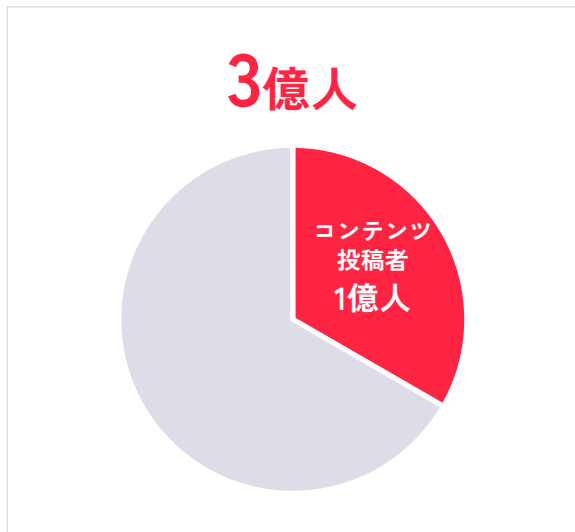
年代構成



地域分布



月間アクティブユーザー



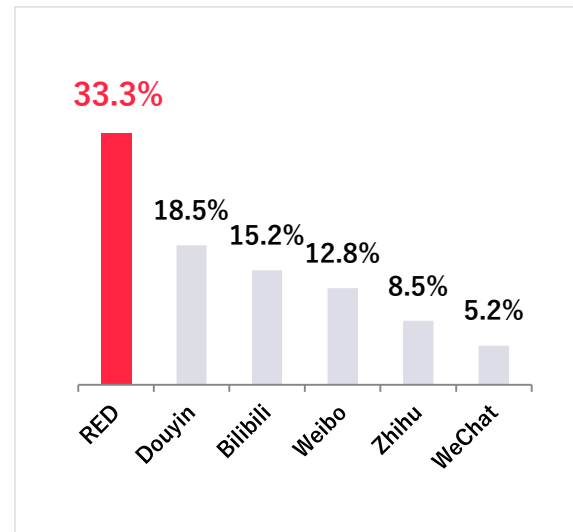
3人に1人が積極的に投稿
驚異的なコンテンツ生産力

投稿数



投稿頻度は適度で質重視の傾向
1日平均233万件の良質なコンテンツを生成

プラットフォーム別投稿参加率



投稿参加率は33.3%で一般SNS平均の2.2倍

高い「消費力」



月の平均世帯収入

26,386元

高所得層

中国都市部平均の約1.8倍
購買力の高いユーザー層



高価格帯戦略

データ出典：小紅書・商圈洞察・コマーストレンド報告 2024年9月

プライベートメッセージを好む



DM数量 前年同月比

77%増加

コミュニケーション重視

個別での相談・質問が活発



個人対応強化

データ出典：小紅書・データ分析 2024年11月

深い興味・ニーズ



DMする前月に類似商品を閲覧

17.2倍

研究熱心

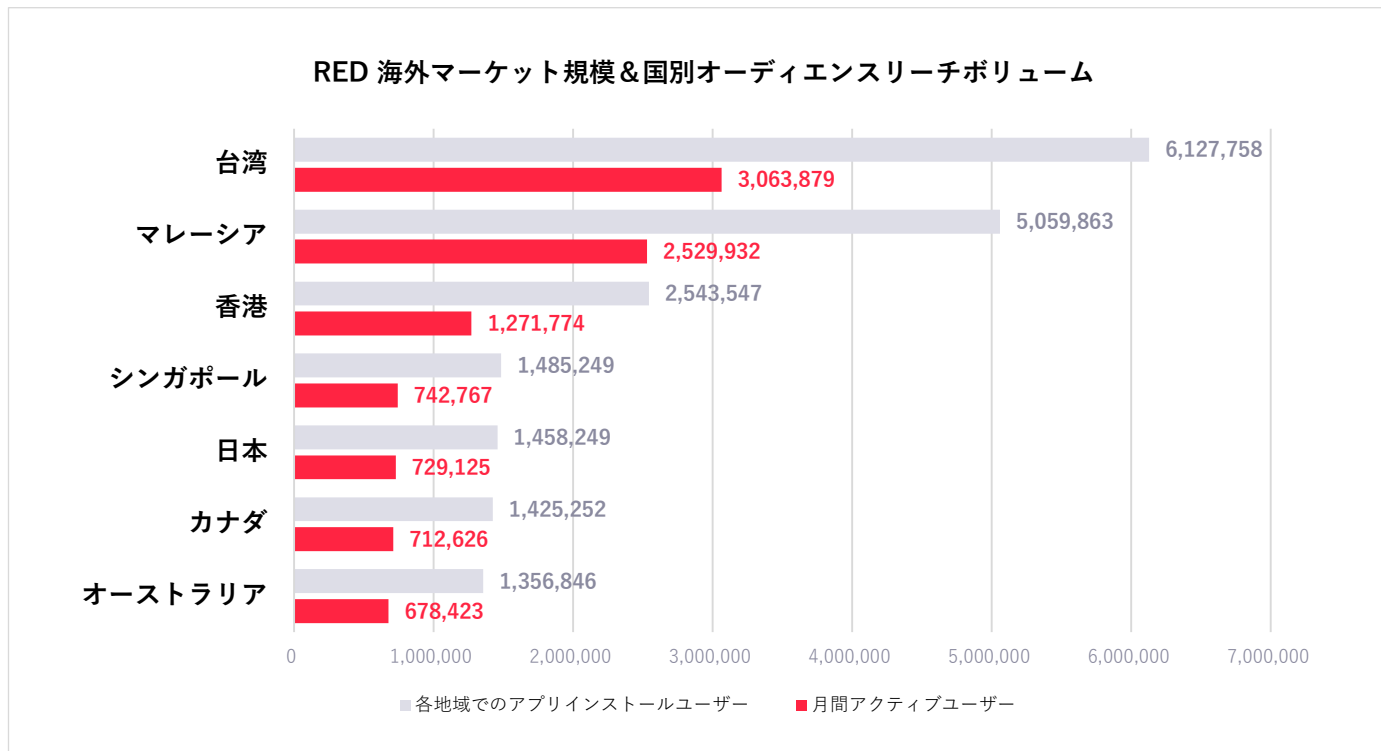
購入前の徹底的なリサーチ行動
慎重な購買決定プロセス



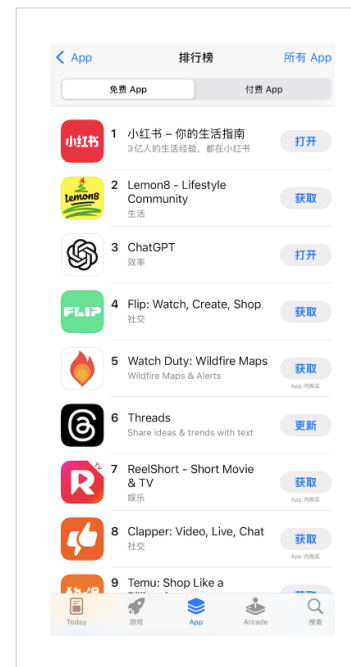
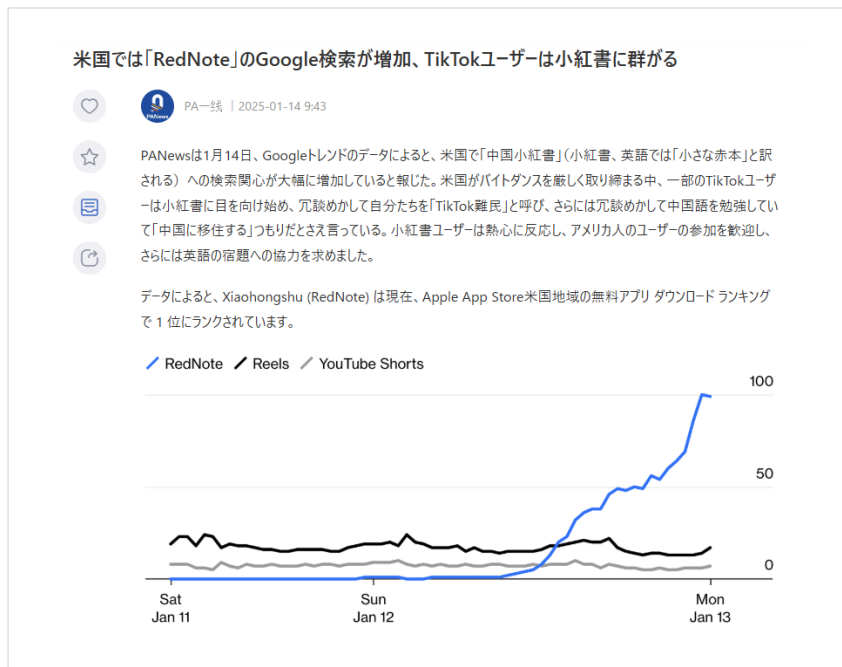
詳細情報提供

データ出典：小紅書・データ分析 2024年11月

REDは中国本土だけでなく、海外在住の中華系女性にも商品サービスの検索や検討の場としてよく利用されています



アメリカ合衆国では「RedNote」のGoogle検索が増加しており、TikTokユーザーはRedNoteにも興味関心をもっています



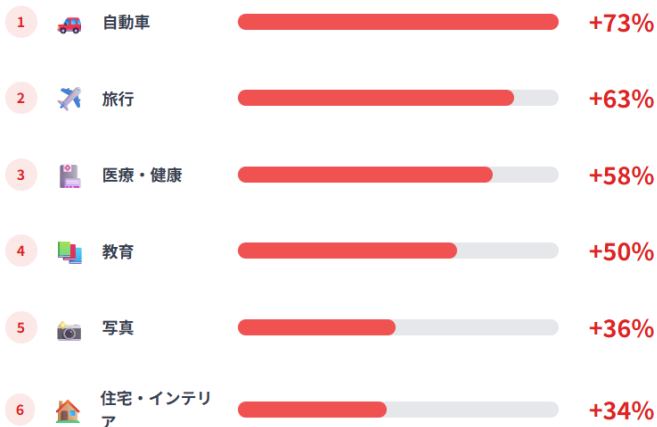
引用：<https://www.panewslab.com/jp/sqarticle/details/k1w062ok.html>

2. 企業アカウント

REDではユーザーのニーズ本気度が高く、企業の顧客獲得に効果的です。REDユーザーの行動指標である投稿閲覧数とキーワード検索数が大幅に向上しており、ニーズが表面化しています。また、月間新規参入企業数は前年同月比167%増加しており、企業がREDマーケティングに力を入れていることがわかります。

🔍 業界別検索キーワード成長率

2024年11月 vs 2023年11月 (成長率順)



👁️ 業界別投稿閲覧数成長率

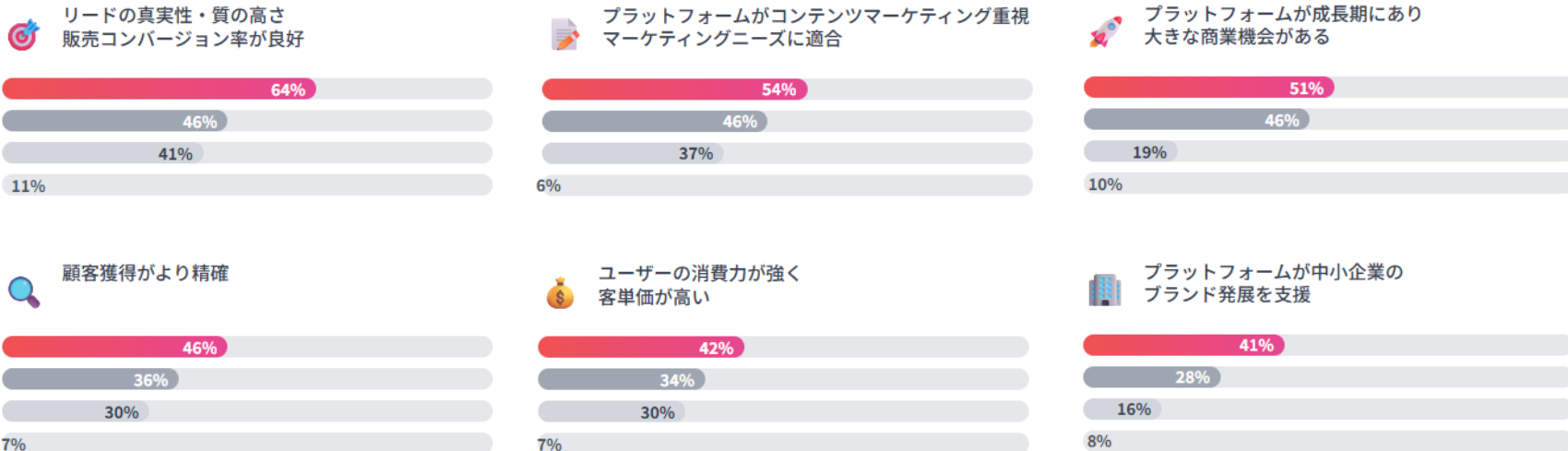
2024年11月 vs 2023年11月 (成長率順)



データ出典：REDプラットフォームデータ 対象期間：2024年11月

他プラットフォームとの比較調査結果が示すとおり、企業がREDのリード価値の高さに期待していることがわかります。REDのリード獲得率には信憑性があり、顧客獲得精度、コンバージョン効率の高さだけでなく客単価も高いのが特徴です。RED市場には商業的に大きな将来性が見込め、ブランドの成長にも効果的です。

■ RED (小紅書) ■ プラットフォームA ■ プラットフォームB ■ プラットフォームC



データ出典：2025年トピック系RED顧客獲得マーケティング企業調査 サンプル数：N=822 調査時期：2025年1月

REDには個人アカウントと企業アカウントがあり、企業アカウントの取得には審査が必要です。また、企業公式アカウントの開設・維持には費用がかかります。

(※企業アカウントの申請には高度な語学力や専門知識が必要となるため、専門代行業者に任せるのがおすすめです。)



企業アカウント申請に必要なもの

- 営業許可証（主要ページの中文or英文翻訳）
- 認証申請書（公函）
 1. システム上で認証公文書のテンプレートをダウンロード
 2. テンプレートに沿って「公式認証申請書」を記入
 3. 登記簿謄本と一致する印鑑の押印もしくは責任者の署名が必要（電子印鑑、財務印鑑、契約印鑑不可）
- 商標登録証

企業公式アカウント開設・維持費用

アカウント開設費用（初回認証時）	600元
年間審査費用	年間600元

※年間審査に落ちた場合や更新期限が切れた場合は、企業公式アカウントの機能を失います

※年間審査には3日間かかります

※審査時に支払います（現状支払方法はアリペイのみ）

すでに多くの日本企業やブランドがRED公式アカウントの運用を始めています

2025年6月度 RED (小紅書) ドラッグストア・バラエティストア・免税店アカウント フォロワー数ランキング

1位		DonQuijote	36.2万
2位		Matsumoto Kiyoshi	18.6万
3位		日本LOFT	12.0万
4位		杉薬局	9.7万
5位		東京生活館	8.7万
6位		日本HANDS	3.4万
7位		cocokarafine可开嘉来	2.1万
8位		中川政七商店	1.8万
9位		大阪KUWA免税店	1.7万
10位		CosmeKitchen美护集合店	1.4万

中国マーケティングラボ調べ

2025年6月度 RED (小紅書) 食品・飲料アカウント フォロワー数ランキング

1位		SUNTORY 三得利	9.1万
2位		卡乐比Calbee	5.6万
3位		Morinaga森永	2.0万
4位		ROYCE' 若翼族	1.5万
5位		meiji 明治	1.4万
6位		TOKYO BANANA	8,041
7位		Kanro甘乐	3,565
8位		上海大塚食品	2,801
9位		伊藤園 ITO EN	2,487
10位		Sapporo三宝乐啤酒	2,359

中国マーケティングラボ調べ

2025年6月度 RED (小紅書) 百貨店・商業施設アカウント フォロワー数ランキング

1位		三越伊勢丹	5.2万
2位		LUMINE	4.6万
3位		銀座 GINZA SIX	3.7万
4位		涩谷PARCO	2.0万
5位		阪急阪神百貨店	1.5万
5位		大丸松坂屋百貨	1.5万
7位		日本三井购物公园	1.4万
7位		东京晴空塔SKYTREE	1.4万
7位		阪急阪神商圏	1.4万
10位		涩谷SCRAMBLE SQUARE	1.2万

中国マーケティングラボ調べ

出典：中国マーケティングラボ <https://www.cnmlab.jp/>

3. SNS比較

SNS	 微信 WeChat	 抖音 ドウイン	 快手 クアイショウ	 微博 Weibo	 小红书 RED	 哔哩哔哩 ビリビリ
月間ユーザー数	13.9億	7.4億	6.8億	5.8億	3.1億	3.4億
日別ユーザー数	10.9億	6億	3.5億	2.5億	0.9億	0.9億
利用者の年齢層	20代～70代	10代～30代	10代～30代	10代～20代中盤	10代～30代前半	10代～20代前半
タイプ	メッセージャー	ショート動画	ショート動画	マイクロブログ	ライフスタイル	動画共有
特徴	友人/知人とのコミュニケーションに利用	ショート動画アプリ利用者第1位	ショート動画アプリ利用者第2位	KOL/ニュースなどの情報を取得する	商品購入前やサービス契約前にレビューなどを参考にする	Z世代から人気



グループチャット
ライブ配信
店舗など
機能が豊富

REDは購買直結型マーケティングと高いユーザー信頼度で企業公式アカウントとして他プラットフォームと差別化できます。また、質の高いユーザー層とシームレスなEC機能により急速な成長を遂げています。

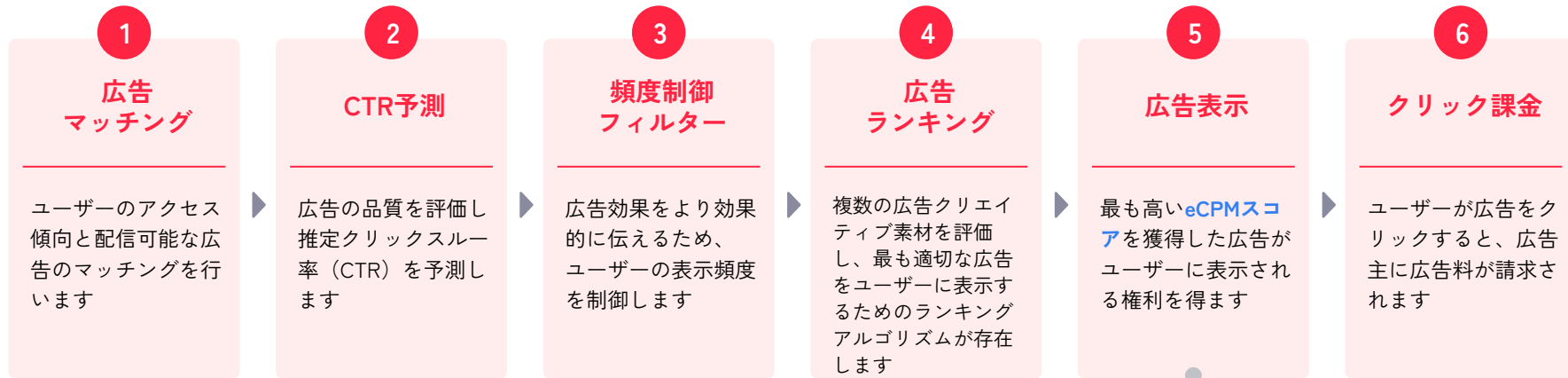
REDが マーケティングに 優位といえる理由

- 購買意欲の高さ：「買い物前にREDで検索」が定着
- 信頼性の高さ：リアル口コミ重視の文化
- 収益直結：アプリ内で購買完結、高い投資利益率
- 参入しやすさ：コンテンツ質重視で新規企業も成功可能

REDの独自メリット

- 長期的な資産：口コミレビューが蓄積され継続的な集客効果が期待できる
- 低競争環境：まだ多くの日本企業が未参入

4. 広告



$$\text{eCPM} = \text{入札価格} \times \text{予測CTR値} \times \text{品質調整係数} \times 1000$$

入札価格: 広告主設定価格
 予測CTR値: クリック率予測値
 品質調整係数: アルゴリズム評価
 1000: CPM単位への変換

マーケティング目標に応じて最適なプロモーション対象を選択し段階的なアプローチで総合的な成果を目指すことが大切です

	認知拡大	市場地位獲得	商品売上	顧客獲得	ライブ配信
マーケティング目標	ブランド認知向上と商品への興味喚起	競合他社に先駆けて市場ポジションを確保しブランド優位性を構築	直接的な売上向上 ※コンバージョン重視	見込み客の情報収集 ※リードジェネレーション重視	ライブ配信の視聴者増加とエンゲージメント向上
最適な広告	フィード広告 検索広告	フィード広告 検索広告	フィード広告 検索広告	フィード広告 検索広告	フィード広告 検索広告
プロモーション対象	<ul style="list-style-type: none"> 商品コンポーネント + 投稿 DMコンポーネント + 投稿 店舗コンポーネント + 投稿 LPコンポーネント + 投稿 投稿のみ 	<ul style="list-style-type: none"> 商品コンポーネント + 投稿 DMコンポーネント + 投稿 店舗コンポーネント + 投稿 LPコンポーネント + 投稿 投稿のみ 	<ul style="list-style-type: none"> 商品コンポーネント + 投稿 店舗コンポーネント + 投稿 商品 	<ul style="list-style-type: none"> DMコンポーネント + 投稿 LPコンポーネント + 投稿 LP 	<ul style="list-style-type: none"> ライブルーム + 投稿

具体的なアクションを促すための方法例

- 商品コンポーネント ...商品詳細ページへの直接リンク
- 店舗コンポーネント ...ブランド公式ページへのリンク
- DMコンポーネント ...ダイレクトメッセージ機能への誘導
- LPコンポーネント ...ランディングページへの誘導



特徴

配信場所：発見ページ（REDのメインフィード）/ フォロワーページ

表示形式：通常投稿と同じ形式で自然に表示

配信位置：6番目の投稿位置から開始し、10投稿おきに表示

※広告投稿の左下に「広告」と表示される

ユーザー体験

- ユーザーは新しい商品情報やライフスタイルのヒントを求めて発見ページを閲覧
- 広告は通常のコンテンツと自然に融合して表示
- 高いエンゲージメント率を実現する広告形式

配信

6位：最初の広告表示位置

16位：2番目の広告表示位置

26位：3番目の広告表示位置

以降：10投稿間隔で継続表示

この形式によりユーザーの自然な閲覧体験を妨げることなく効果的に広告を配信



検索広告の特徴

ユーザー行動：検索ボックスへのキーワード入力

システム分析：広告システムが価値のある商業キーワードを分析・識別

関連表示：ユーザーの検索意図に合った広告コンテンツ配信

品質重視システム

素材品質と関連性を総合的にリアルタイム検証し、素材品質が高く関連性が良いほどより低コストでより上位に表示可能

配信ルール

開始位置：検索結果ページの2/3位から表示開始

間隔：順位 + (7~13の変数) × Nで順次増加表示

※素材品質と関連性を総合的にリアルタイム検証し、素材品質が高く関連性が良いほど、より低コストでより上位に表示可能

フィード広告

認知→関心→行動の全プロセスを効果的にカバー

ターゲットユーザーへの的確なリーチ

精密ターゲティング

年齢、性別、興味、行動データに基づく配信

迅速なリーチ

インフィード形式による自然で効果的な露出

意欲向上

関心の高いユーザーへ適切なタイミングで訴求

ターゲットユーザーの購買意欲醸成

多様な形式

画像、動画、テキストなど様々なコンテンツ形式

複数回接触

継続的な露出による認知度・関心度の向上

購買意欲を刺激

「欲しい」という気持ちを段階的に醸成

ビジネス転化の実現をサポート

多様な誘導先

店舗、商品ページ、DM、LPなど目的に応じた選択

転化促進

興味から購入、問い合わせ等への橋渡し

成果測定

各段階での効果測定とPDCAサイクルの実現

検索広告

フィード広告と相補関係を構築し、全プロセスを効果的にカバー

高購買意欲ユーザーの転化

能動的検索

ユーザーの明確な購買意欲に基づく検索行動

強い購買意欲

フィード広告と比較して格段に高い購買意欲

効率的転化

ターゲット精度が高いため高いリーチ率を実現

検索上位確保とインターセプト

戦略的確保

重要キーワードでの上位表示確保

競合対策

競合他社のトラフィック獲得を阻止

ブランド力向上

自社ブランド名検索での確実な露出

ユーザー再検索後の転化向上

クロスプラットフォーム効果

フィード広告との組み合わせで相乗効果

詳細情報提供

公式アカウントでの包括的な商品情報提供

転化率最適化

複数接触によるコンバージョン率向上

5. 検索指数

検索指数

REDにおいてユーザーや競合の動向を知る重要なツール
継続的なモニタリングによりトレンドの変化を早期にキャッチし戦略立案することが重要

ユーザーの購買意欲測定

- ユーザーの能動的検索行動は明確な関心・購買意欲の表れ
- 検索ボリュームの増減でブランド・商品への関心度を数値化
- 検索数の変化で市場のトレンドを予測

競合分析の基盤データ

- ブランド名検索数の比較で競合優位性を分析し市場シェアを把握
- 重要キーワードでの検索順位・ボリュームを把握し優位なキーワードを自社のプロモーションに利用
- 検索数は多いが競合が少ない未開拓市場へ参入

トレンド分析 ツール



REDが提供する広告運用プラットフォーム
キーワードの検索指数を調べることができる



REDに特化したデータ分析ツール
主に、人気のあるハッシュタグや検索キーワードのランキングを提供

検索指数の高い関連ワードを入れることで、投稿が検索結果の上位に表示されやすくなります

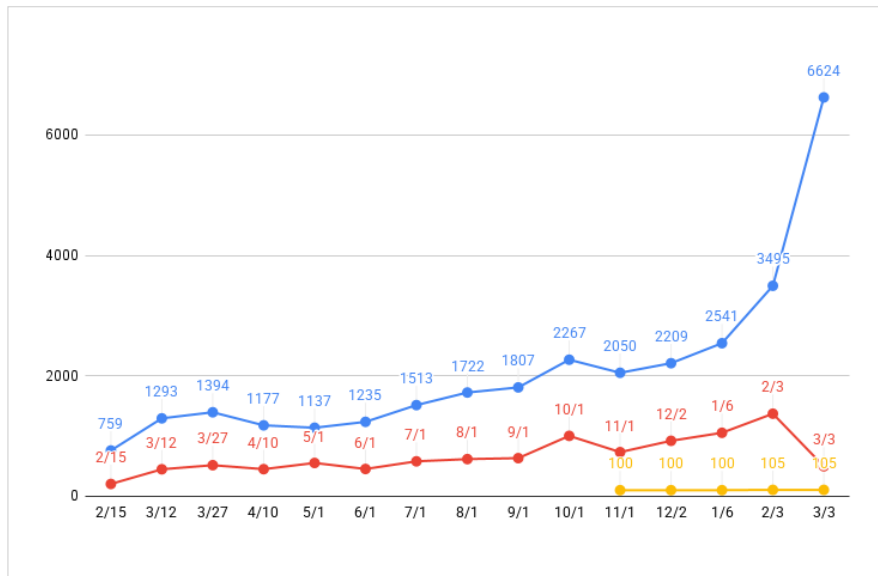
RED検索指数

検索ワード	月間検索指数	検索ワード	月間検索指数
日本必买好物	704,586	銀座	121,333
日本药妆店必买2024	160,679	銀座逛街攻略	89,335
日本 必买	127,893	銀座美食	78,208
日本药妆店必买	112,782	东京 銀座	25,163
日本必买好物排行	103,073	东京銀座	25,163
日本必买好物2024	69,129	銀座购物攻略	19,496
日本本土品牌必买	60,317	日本銀座	17,990
日本购物必买清单大全	55,105	日本銀座	17,990
618必买	28,572	銀座 购物	11,904
大阪必买	25,326	东京銀座购物攻略	11,683

RED検索結果



RED検索指数の推移



KOCを起用したサンプリング投稿施策を継続的に実施。商品名の検索指数が右肩上がりでも上昇しました。

RED検索結果



キーワード検索で同一商品が多数上位表示されると商品の認知度向上や売上拡大につながります。継続的なKOC施策で投稿数を増やすことによって、検索上位に露出しやすくなります。

6. プロモーション

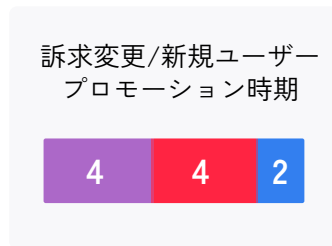
REDを活用したマーケティングでは**KFS**を組み合わせたプロモーションが有効です
商品導入時期や需要変化に応じて予算配分を調整しプロモーションを実施します

K **KOL/KOC施策**
コンテンツ企画
ブランドや商品と相性の良い
KOL/KOCを起用

F **フィード広告**
潜在顧客への
広告配信

S **検索広告**
検索ユーザーへの
広告配信

KFSへの効果的な予算配分



オリジナルコンテンツや広告出稿の頻度によって費用に見合った運用が可能です

オリジナルコンテンツ + 広告出稿



オリジナル コンテンツのみ



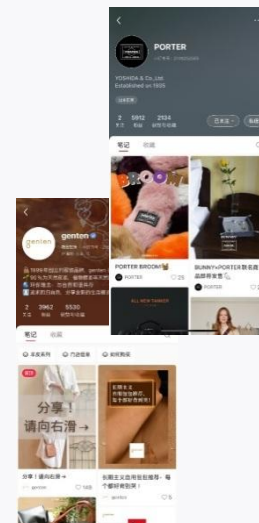
オリジナルコンテンツ 国内SNS転載 + 広告出稿



国内SNS転載 + 広告出稿



国内SNS転載のみ (HPのような役割)



ブランドや商品など訴求内容に合わせたKOLをキャスティングすることでよりよい効果を引き出すことができます

フォロワー数の多いKOL

2025年6月度 RED (小红书) 日本人単独女性アカウント フォロワー数ランキング			2025年6月度 RED (小红书) 在日中国人女性アカウント フォロワー数ランキング		
1位	美依礼芽_MARiA	64.7万	1位	在日本摸鱼的小超人	273.9万
2位	浅葱asagiinyo	43.4万	2位	你的茜茜上线啦!	126.1万
3位	福原爱AiFukuhara	38.5万	3位	叫我文惠	116.6万
4位	水谷雅子	36.1万	4位	是夸夸呀	83.1万
5位	大口智惠美Chiemi	33.9万	5位	纳豆奶奶	78.1万
6位	serababy	31.7万	6位	如酱在东京	65.9万
7位	心美有姬_official	28.2万	7位	来酱在东京	64.2万
8位	藤井莉娜LenaFujii	22.9万	8位	小雨和雄大	50.5万
9位	日本发型师AYAMAR	22.8万	9位	东京豆豆子	50.1万
10位	中岛美嘉	22.6万	10位	Min老师在东京	49.8万

出典：中国マーケティングラボ <https://www.cnmlab.jp/>

KOLキャスティングツール

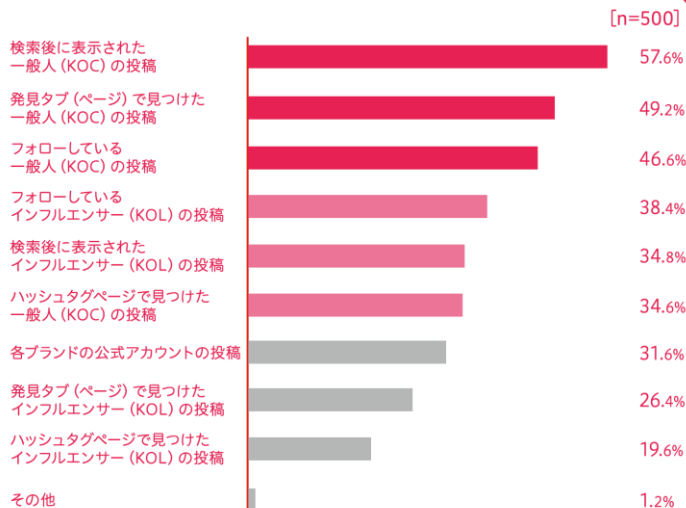


KOLに関するデータを検索し、訴求内容に合わせた最適なKOLをキャスティングします



KOCはKOLほどフォロワーは多くありませんが、消費者目線でのリアルな情報発信でユーザーから高い信頼を得ています

商品購入や店舗へ行くきっかけとして参考となった
RED (小紅書) の情報 (複数回答)



アライドアーキテツ株式会社
「在日中国人のインパウンド観光客へ与える影響とSNS利用実態調査調べ」

在日中国人コミュニティ **Bo♡Japan**



会員の中からマーケティング対象に興味関心があり、訴求効果の高いKOCを選定、実際に体験後REDに投稿。広告感のない自然な口コミが情報拡散+検索の受け皿として効果を発揮します。



会員数
約5,000名

※「BoJapan」はアライドアーキテツ株式会社が運営する在日中国人コミュニティです

7. 事例

大手百貨店におけるインバウンドプロモーション

公式アカウント運用

KOL

KOC

広告出稿

目的

- ・ インバウンド需要への重点施策
- ・ 春節期などの繁忙期に効果を最大化したい

施策内容

1. 公式アカウントの立ち上げ+運用（オリジナルコンテンツ制作）
2. KOL/KOCによる来店投稿
3. 公式アカウント、KOL投稿への広告出稿

効果

- ・ フォロワー数1.5万人獲得
- ・ 同業他社アカウント内でフォロワー数ランキングTOP5
- ・ インバウンド売上・来店客数に貢献



公式アカウント



KOL投稿

大手文具メーカーにおける越境ECプロモーション

KOL 広告出稿 ライブ配信

目的 ECサイトの売上拡大

施策内容

1. 文房具関連の投稿が得意なKOLをアサイン
2. KOLによる動画投稿
3. KOL投稿に広告出稿しECサイト商品ページへのリンクを挿入
4. KOLによるライブ配信での販売促進

効果

- 広告経由での売上約●●万円達成
- クリック（動画視聴）率13%達成
- 関連キーワード検索でKOL投稿が上位表示（認知度向上）
- 7日間の売上のうち96%の新規顧客獲得



KOL投稿



ECサイト

ジュエリーメーカーのRED店舗開設

店舗開設

KOL

広告出稿

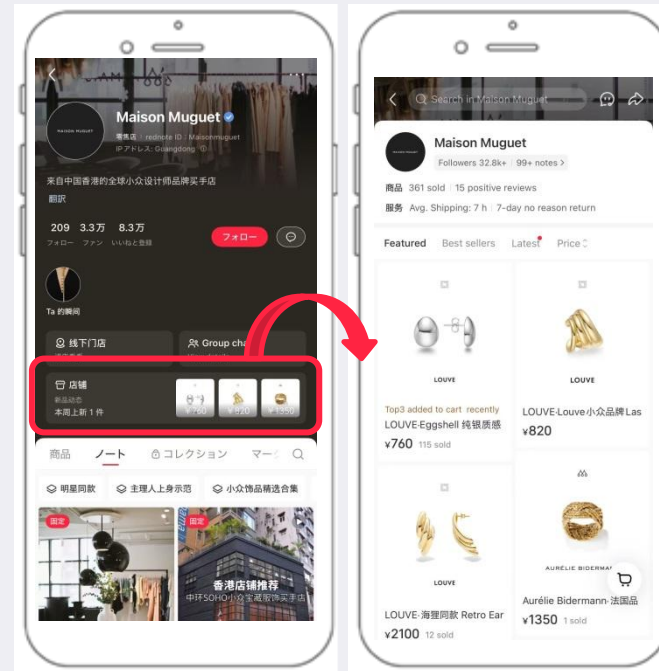
目的

- REDアカウントとECサイトの連動
- ECサイトの売上拡大

施策内容

1. RED企業店舗の開設
2. RED企業店舗の運用
3. KOL投稿とRED店舗の連動
4. KOL投稿への広告出稿

アカウント開設/運用、店舗開設/運用のすべてを連動して行うことで、コンセプトに合った高品質なサービス提供が可能になります。また、店舗開設だけでなくKOL施策や広告出稿を組み合わせることで、効果を最大化することができます。



公式アカウント

RED投稿

KOLによるライブコマース

ライブ配信

目的 ECサイトやRED店舗での売上拡大

施策内容

1. 商品やサービスのイメージにあったインフルエンサーを起用
2. オンラインでリアルタイムに商品やサービスを宣伝し購入を促す

効果

- 1回あたり平均800万円以上の売上を達成
- 最高1,400万円を超える販売を実現
- クリック（動画視聴）率13%達成



大口智恵美

JJ専属ブロガーモデルを経て、女性から絶大な人気を誇るインスタグラマーとして活動中。オシャレでモダンなライフスタイルが支持され「代官山女子」「日系ファッションモデル」として中国のメディアで頻繁に紹介されたことから、中国での知名度も高く注目を集めています。日本人女性のREDフォロワー数ランキング5位。

<https://www.cnmlab.jp/2024/02/live/>

China Marketing

CNMLab

中国マーケティングラボ



中華圏向けマーケティング情報サイト

中華圏向けマーケティングの情報収集に お役立てください！



中華圏向けマーケティングの最新情報や中国市場の動向、中国SNSのトレンド、企業事例など、幅広い中華圏向けビジネス情報を発信しています。

REDアカウントフォロワー数調査結果などのお役立ち資料や、中国向けマーケティングに関するセミナーも開催中！



CNMLab (中国マーケティングラボ)

<https://www.cnmlab.jp/>