

# グローバル事業のご紹介

アライドアーキテクト株式会社

グローバル統括部

2025年

## 事業部紹介

---

# グローバル事業について

## グローバル事業の特徴と強みについて

### 1 300社以上の取引実績

#### インバウンド施策



#### 中国越境EC



### 2 現地の規制や市場を理解した上での幅広いソリューション提供

#### KOL・KOCプロモーション



#### 公式アカウント運営・SNS広告



#### 動画制作



#### 口コミ分析

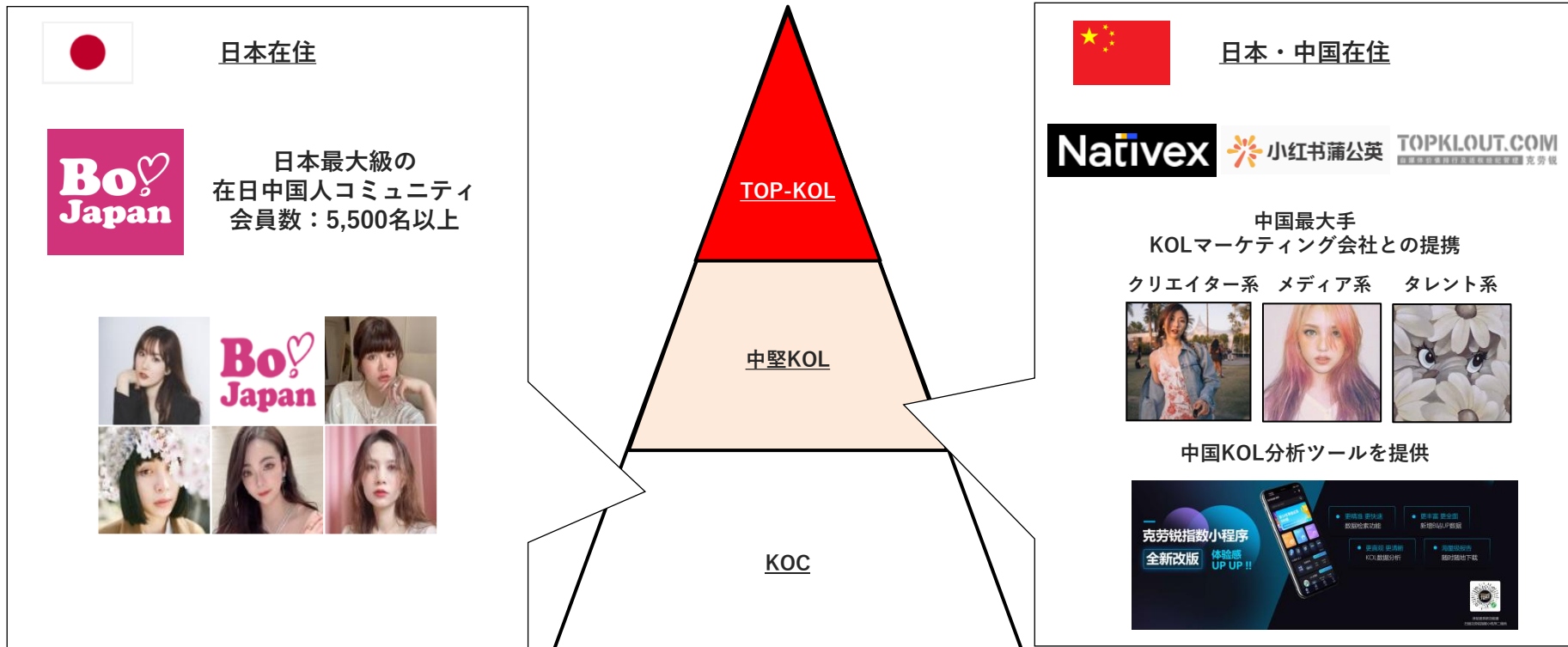


### 3 中国企業との合併企業設立など現地との強化なパートナーシップ



# 日中における200万人以上のKOL・KOCネットワーク

KOL・KOCのネットワークをもとに最適なプランをご案内



# SNSを活用した海外向けKOLプロモーション

海外向けKOL施策にはKOL分析ツールを導入  
各KOLの影響力や配信データをもとに出稿可能

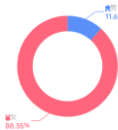
【中国】



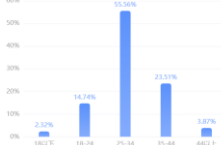
大口智恵美Chiemi

| 東京旅行               | 30+日本旅行   旅行準備小<br>編記事 | 旅行の楽しみ+            | 夏大浴小柄子身体ケア分<br>享   |
|--------------------|------------------------|--------------------|--------------------|
| 投稿<br>13,402       | 投稿<br>11,355           | 投稿<br>26,627       | 投稿<br>22,645       |
| 点赞<br>259          | 点赞<br>139              | 点赞<br>508          | 点赞<br>311          |
| 收藏<br>68           | 收藏<br>48               | 收藏<br>73           | 收藏<br>91           |
| 发布日期<br>2024-05-19 | 发布日期<br>2024-05-17     | 发布日期<br>2024-05-16 | 发布日期<br>2024-04-30 |

性別分布

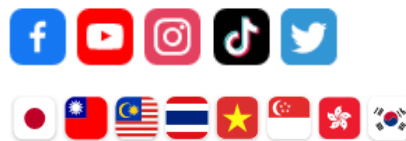


年齢分布

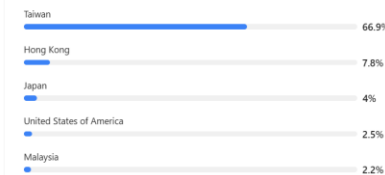
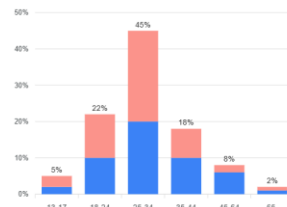


<https://pgy.xiaohongshu.com/>

【中国本土以外】



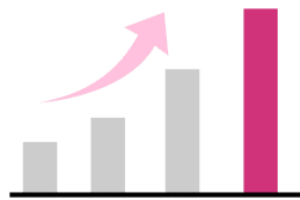
日本有個U1 YuiYouTube



<https://www.kolradar.com/jp>

# 在日中国人コミュニティ「BoJapan」

KOC、ソーシャルバイヤーなど**5,500人**を超えるSNS向けUGCクリエイターが登録



※サービス開始(2018年9月)

累積導入企業  
約**300**社



Attenir

ettusais

ONWARD

【BoJapn】 <https://www.cnmlab.jp/bojapan/>



meeth

# 弊社運営アカウント



BoBoちゃん

## BoBo醬in日本

小红书号：Japanbobo | IP属地：日本

探店 | 美妆 | 日本好物

🌟 BoBo醬带你云逛日本

🌈 加小红书粉丝群, get更多资讯

wish0808@outlook.com

♀ 日本 美妆博主 探店博主

235 关注 12.6万 粉丝 57.1万 获赞与收藏



ファン数：12.6万人

<https://www.xiaohongshu.com/user/profile/5cf8dfb700000001200e940>

## ジャンルを問わず日本に関する様々な情報を発信

### 【投稿の特徴】

- ・店舗にて体験もしくは商品をピックアップ
- ・わかりやすい店舗紹介や商品解説
- ・軽快なリズムとユーモアのあるストーリー

### 【タイアップ実績（抜粋）】

BEAMS、Launalea、Hirotaoka、CLELO（ホーユー）、ELIXIR（資生堂）など



JP 日本旅游 | 2025 🌸 必买樱花限定新品

BoBo醬in日本 264



2025年日本文具大赏 📖 实用又新奇上榜好物

BoBo醬in日本 1629



JP 日本旅游 | 唐吉诃德必买攻略

BoBo醬in日本 459

# 弊社支援アカウント

**【KOL】**  
REDでのライブコマースで  
1,400万円以上の売上を達成



ファッション・ビューティー企業向け

一回の配信で  
最高1,400万円超え

RED (小紅書)  
ライブコマースサービス提供開始

@大口智恵美

■事例紹介記事

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



# 海外向け公式SNSアカウント運用

**中国語・英語・韓国語・タイ語等、複数言語**での発信が可能  
国内SNSの翻訳投稿だけでなく、海外向けオリジナルコンテンツの制作も可能です。

## ▼運用プラン策定の流れ



※オリジナルコンテンツを国内SNSに転用することも可能

## 基本情報

---

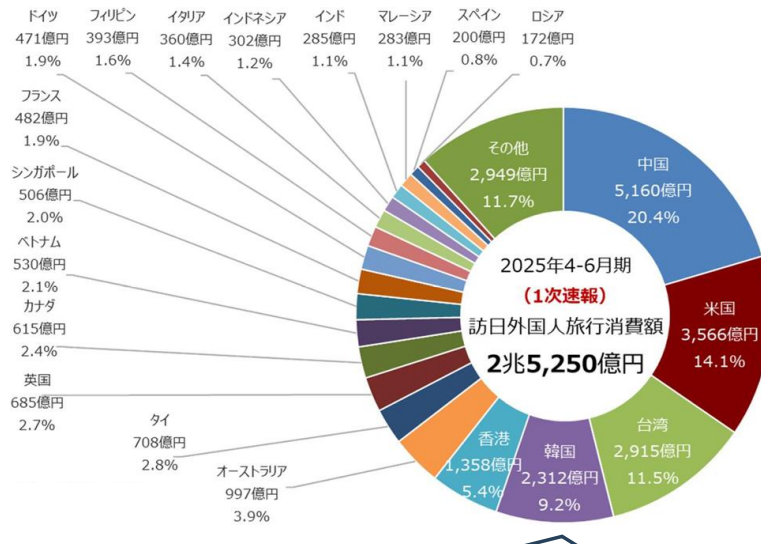
# 訪日外国人の動向（2025年8月）

25年8月訪日観光客数は約342万人（8月として過去最多）、8月の訪日中国人数は約101万人

2025年8月訪日外国人動向

|         | 25年8月     | 24年8月     | 25年7月     | 24年8月比  | 25年7月比  | 24年8月比   | 25年7月比  |
|---------|-----------|-----------|-----------|---------|---------|----------|---------|
| 総数      | 3,428,000 | 2,933,381 | 3,437,000 | 116.86% | 99.74%  | +494,619 | ▲9,000  |
| 1 中国    | 1,018,600 | 746,010   | 974,500   | 136.54% | 104.53% | +272,590 | +44,100 |
| 2 韓国    | 660,900   | 612,172   | 678,600   | 107.96% | 97.39%  | +48,728  | ▲17,700 |
| 3 台湾    | 620,700   | 564,360   | 604,200   | 109.98% | 102.73% | +56,340  | +16,500 |
| 4 香港    | 226,100   | 246,557   | 176,000   | 91.70%  | 128.47% | ▲20,457  | +50,100 |
| 5 米国    | 194,500   | 174,051   | 277,100   | 111.75% | 70.19%  | +20,449  | ▲82,600 |
| 6 ベトナム  | 61,200    | 52,430    | 53,500    | 116.73% | 114.39% | +8,770   | +7,700  |
| 7 カナダ   | 51,500    | 46,913    | 52,100    | 109.78% | 98.85%  | +4,587   | ▲600    |
| 8 フィリピン | 44,200    | 38,971    | 47,400    | 113.42% | 93.25%  | +5,229   | ▲3,200  |
| 9 豪州    | 41,200    | 40,999    | 50,200    | 100.49% | 82.07%  | +201     | ▲9,000  |
| 10 イタリア | 41,100    | 34,654    | 21,800    | 118.60% | 188.53% | +6,446   | +19,300 |
| 11 フランス | 37,200    | 31,421    | 46,200    | 118.39% | 80.52%  | +5,779   | ▲9,000  |
| 12 英国   | 36,700    | 29,410    | 37,100    | 124.79% | 98.92%  | +7,290   | ▲400    |
| 13 ドイツ  | 35,700    | 24,129    | 28,100    | 147.95% | 127.05% | +11,571  | +7,600  |
| 14 タイ   | 35,500    | 34,667    | 48,600    | 102.40% | 73.05%  | +833     | ▲13,100 |
| 15 スペイン | 32,000    | 25,906    | 24,100    | 123.52% | 132.78% | +6,094   | +7,900  |

国別の消費額について



中華圏（中国本土・台湾・香港）の訪日観光客数は約186万人

25年4月-6月の消費は2.5兆円（過去最高）

# 訪日外国人の消費動向（2025年4-6月）

1人あたりの消費額は約24万円、為替の影響もあり、全年対比0.1%減となっている

2025年4-6月期 (1次速報) (円/人) (泊)

| 国籍・地域  | 訪日外国人1人当たり旅行支出 |        |         |        |        |          |        |     | 平均泊数 <sup>注</sup> |        |
|--------|----------------|--------|---------|--------|--------|----------|--------|-----|-------------------|--------|
|        | 総額             | 前年同期比  | 宿泊費     | 飲食費    | 交通費    | 娯楽等サービス費 | 買物代    | その他 | 平均泊数              | 前年同期差  |
| 全国籍・地域 | 238,693        | -0.1%  | 92,221  | 50,343 | 24,216 | 9,734    | 61,947 | 232 | 9.4               | +0.9泊  |
| 韓国     | 102,071        | -5.8%  | 38,067  | 27,181 | 7,904  | 4,412    | 24,507 | 0   | 3.7               | -0.2泊  |
| 台湾     | 184,546        | +2.2%  | 61,049  | 37,327 | 17,970 | 7,285    | 60,837 | 79  | 6.1               | +1.1泊  |
| 香港     | 219,990        | -17.4% | 72,772  | 53,976 | 20,338 | 6,781    | 66,098 | 25  | 6.1               | -0.5泊  |
| 中国     | 248,481        | -12.5% | 76,977  | 49,271 | 17,162 | 7,794    | 97,162 | 117 | 8.3               | -0.1泊  |
| タイ     | 222,643        | +8.1%  | 83,013  | 44,963 | 22,445 | 6,160    | 66,062 | 0   | 10.1              | +1.9泊  |
| シンガポール | 265,586        | -15.9% | 104,217 | 54,709 | 27,225 | 8,383    | 71,052 | 0   | 8.8               | -0.5泊  |
| マレーシア  | 217,784        | +13.7% | 77,775  | 45,630 | 23,407 | 5,255    | 65,718 | 0   | 8.2               | +0.7泊  |
| インドネシア | 184,115        | -13.2% | 69,729  | 36,732 | 22,937 | 6,063    | 48,358 | 296 | 10.3              | +1.8泊  |
| フィリピン  | 167,864        | -9.2%  | 57,777  | 33,478 | 15,548 | 7,897    | 52,815 | 350 | 14.3              | -3.7泊  |
| ベトナム   | 301,282        | +36.7% | 148,184 | 65,474 | 19,211 | 3,870    | 64,543 | 0   | 44.1              | +14.0泊 |
| インド    | 262,263        | -1.5%  | 124,506 | 51,243 | 33,968 | 11,773   | 40,774 | 0   | 13.3              | -1.6泊  |
| 英国     | 443,945        | +8.6%  | 236,440 | 89,454 | 52,360 | 15,813   | 49,878 | 0   | 16.7              | +4.0泊  |
| ドイツ    | 396,160        | +17.2% | 192,144 | 80,851 | 45,102 | 18,849   | 59,214 | 0   | 18.3              | +3.3泊  |
| フランス   | 370,783        | -10.7% | 163,641 | 73,230 | 52,305 | 15,411   | 66,197 | 0   | 18.0              | +1.9泊  |
| イタリア   | 397,911        | +5.7%  | 164,558 | 97,464 | 63,859 | 18,518   | 52,650 | 862 | 14.3              | +2.6泊  |

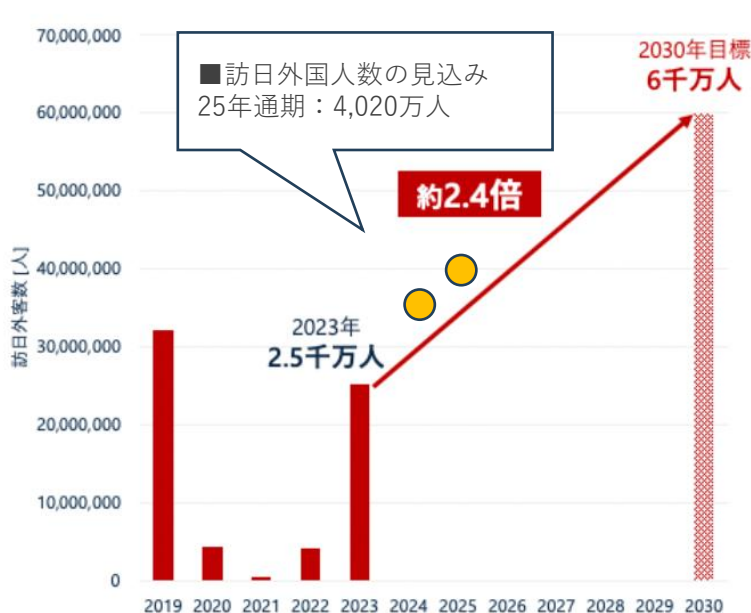
訪日中国人の一人当たりの消費額は24.8万円。

訪日中国人の買い物消費は9.7万円

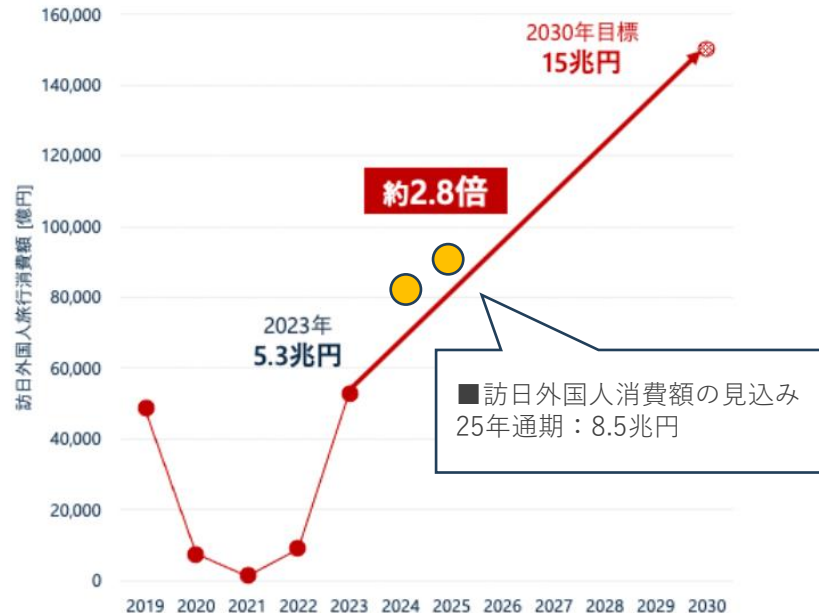
# 今後の見通し

政府目標では2030年に訪日観光客数**6,000万人**、訪日消費**15兆円**

### 訪日外客数推移



### 訪日外国人客消費額推移



引用：インバウンドプラス <https://inboundplus.jp/wp/feature/99164/>

# 各国のSNS利用状況

訪日客の**90%以上がSNSで旅前リサーチ**を行う  
 インバウンドマーケティングにおいては、各国の主要SNSに合わせたコミュニケーションが重要

| 地域            | 主要SNS                                | 訪日客がよく使うSNS           | 特徴・注意点   | 推奨マーケティング戦略  |
|---------------|--------------------------------------|-----------------------|--|--|
| CN<br>中国本土    | WeChat Douyin<br>Weibo RED           | RED(小紅書)<br>Weibo     | <ul style="list-style-type: none"> <li>グローバルSNS規制</li> <li>口コミ・レビュー重視</li> <li>ライブコマース普及</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>REDでの旅行コンテンツ強化</li> <li>KOL（インフルエンサー）活用</li> <li>ショート動画制作</li> </ul>              |
| TWHK<br>台湾・香港 | Facebook Instagram<br>LINE TikTok    | Instagram<br>Facebook | <ul style="list-style-type: none"> <li>繁体中文コンテンツ</li> <li>日本文化親近感高</li> <li>美食・観光志向</li> </ul>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>Instagramインフルエンサー連携</li> <li>旅行系UGC創出</li> <li>グルメコンテンツ重視</li> </ul>              |
| KR<br>韓国      | KakaoTalk Instagram<br>YouTube NAVER | NAVER<br>Instagram    | <ul style="list-style-type: none"> <li>NAVER検索エンジン必須</li> <li>「映え」文化重要</li> <li>詳細レビュー文化</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>NAVER SEO・ブログ対策</li> <li>Instagram「映え」コンテンツ</li> <li>KOL（韓国インフルエンサー）活用</li> </ul> |
| 東南アジア         | Facebook Instagram<br>TikTok LINE    | Facebook<br>Instagram | <ul style="list-style-type: none"> <li>Facebook圧倒的シェア</li> <li>動画コンテンツ人気</li> <li>国別特徴大きい</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Facebookグループ活用</li> <li>動画コンテンツ制作</li> <li>現地インフルエンサー協力</li> </ul>                |
| 欧米            | Facebook Instagram<br>TikTok YouTube | Instagram<br>TikTok   | <ul style="list-style-type: none"> <li>ショート動画主流</li> <li>インフルエンサー影響大</li> <li>多言語対応必要</li> </ul>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>複数プラットフォーム展開</li> <li>インフルエンサーマーケティング</li> <li>動画コンテンツ中心戦略</li> </ul>             |

## 中国主要SNSの利用者

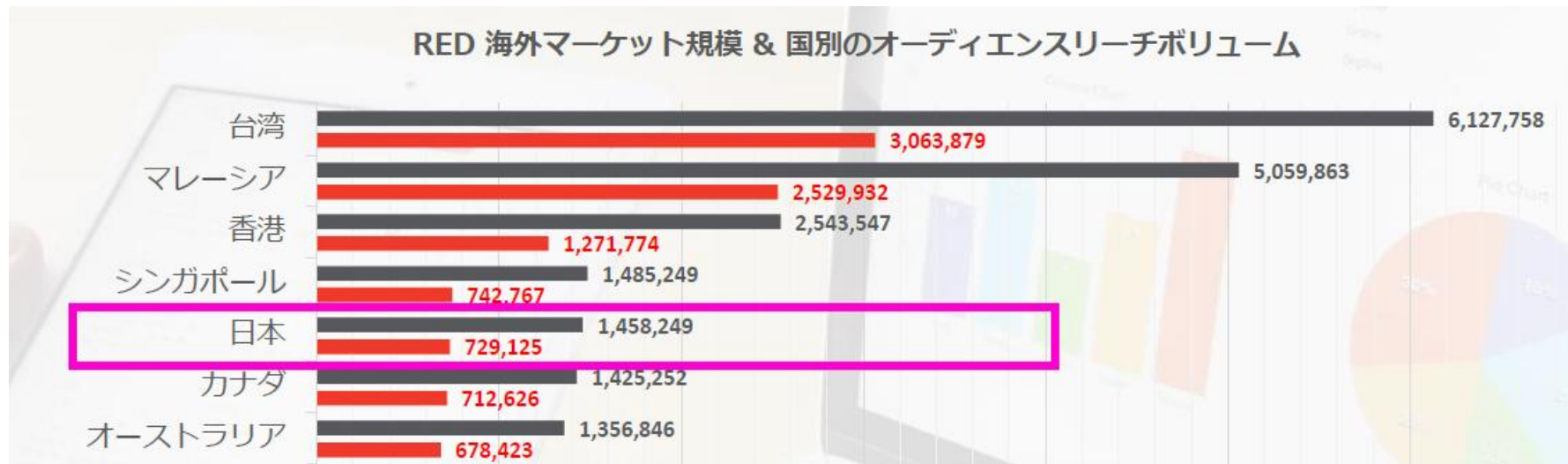
|                   | <br>微信<br>WeChat | <br>微博<br>Weibo | <br>小红书<br>RED | <br>哔哩哔哩<br>ビリビリ | <br>抖音<br>ドウイン | <br>快手<br>クアイショウ |
|-------------------|---|--|---|---|---|---|
| 月間<br>ユーザー数       | 13.1億   | 5.9億   | 3.1億  | 3.2億  | 8.8億  | 7億  |
| 日別<br>ユーザー数       | 10.9億   | 2.5億   | 0.9億  | 1億  | 6億  | 3.8億  |
| 主要な<br>アプリ<br>利用者 | 20代～70代   | 10代～20代中盤  | 10代～30代前半<br>都市部の女性   | 10代～20代<br>前半   | 10代～30代   | 10代～30代   |
| 特徴                | 友人・知人との<br>コミュニケーション<br>で利用されている<br>スーパーアプリ   | KOL・ニュース<br>などの情報を<br>取得する総合SNS  | 商品購入前やサービス<br>契約前にレビューなど<br>を参考にするSNS   | Z世代から<br>人気を集める<br>人気動画サイト  | 利用者第1位<br>ショート動画<br>アプリ   | 利用者第2位<br>ショート動画<br>アプリ   |

# REDに関して

## 小红书

中国本土だけでなく、海外在住の中華系女性によく利用されており  
商品・サービスの検索や検討の場として活用されています

RED 海外マーケット規模 & 国別のオーディエンスリーチボリューム



月間アクティブユーザー



各地域でのアプリインストールユーザー

# 「外国人向け」コミュニケーション戦略について

「在日外国人」「訪日外国人」などのターゲットに向けた**点の施策を実行するのではなく**  
上段の「外国人向けコミュニケーション戦略」を設計する必要がある  
**線を描くことで、企業さまの売上最大化を図ることが可能となる**

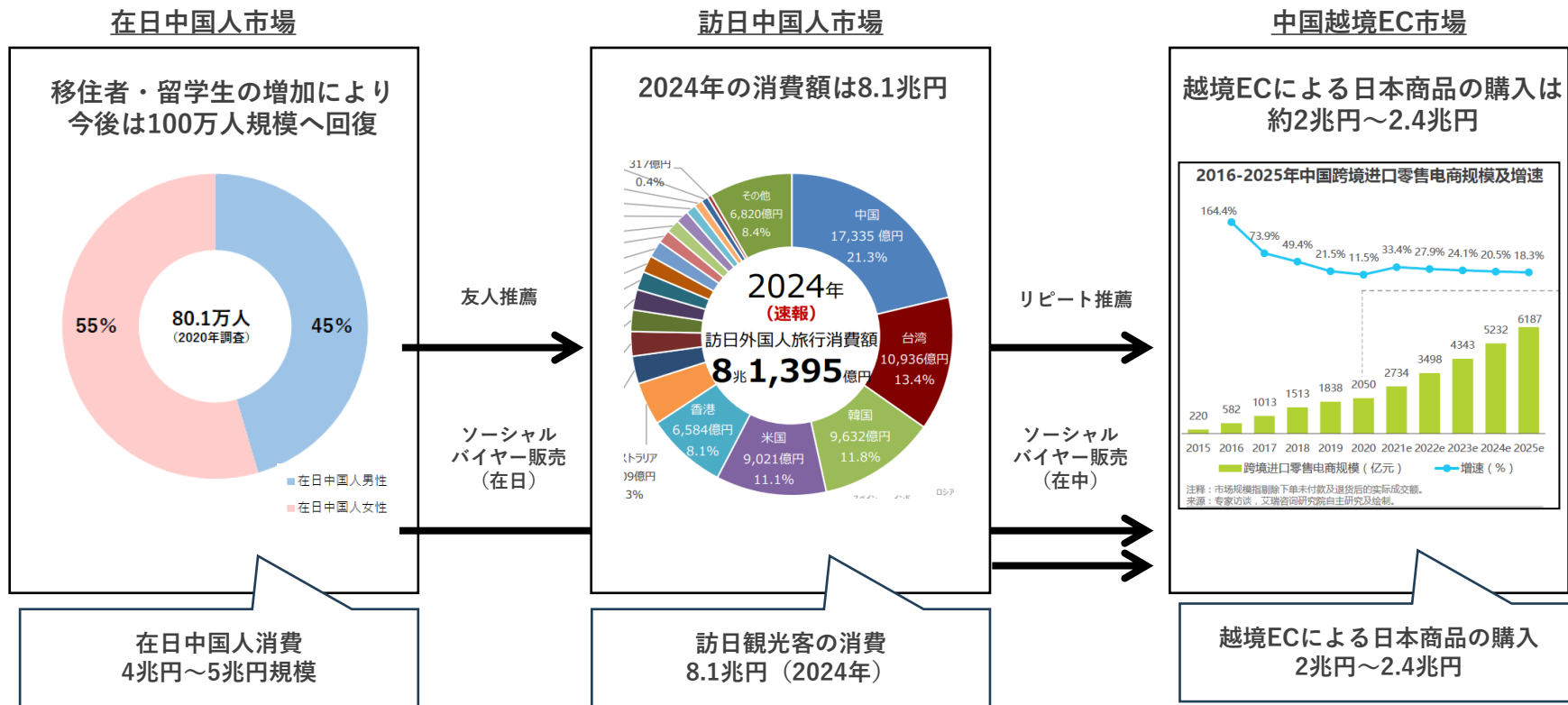


# 中国向け施策について

---

# 中国市場に関して

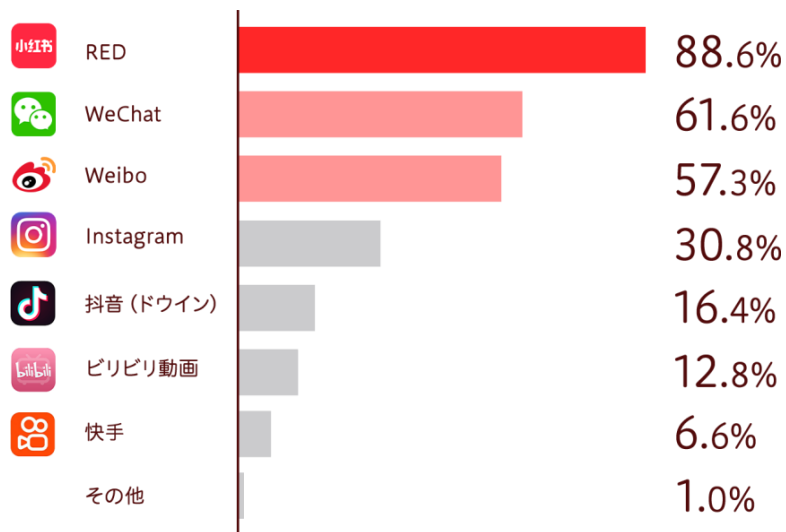
在日中国人・訪日中国人・中国越境ECと連動した取り組みを行うことが重要



# 在日中国人のSNS利用動向

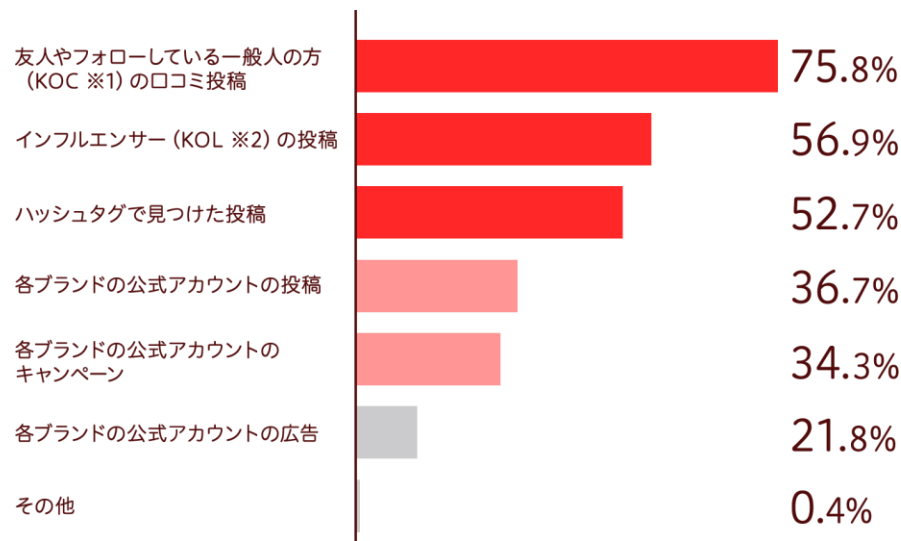
商品の購入を検討する際に参考にする  
SNSは何ですか？（複数回答）

[n=467]



商品購入や店舗へ行くきっかけとして参考になった  
REDの情報を具体的に教えてください（複数回答）

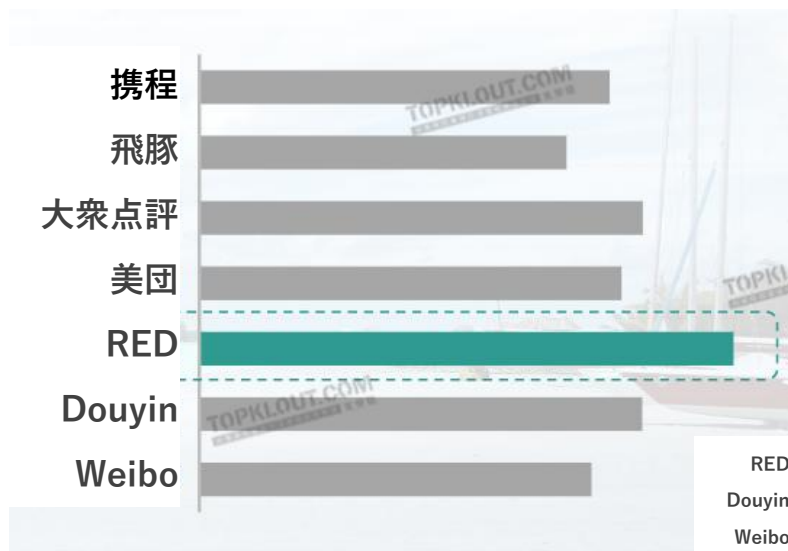
[n=467]



# 訪日中国人の情報収集方法

SNSに関しては**RED**・**Douyin**などの検索・投稿が多く、大衆点评などの口コミアプリなども利用者が多い状態

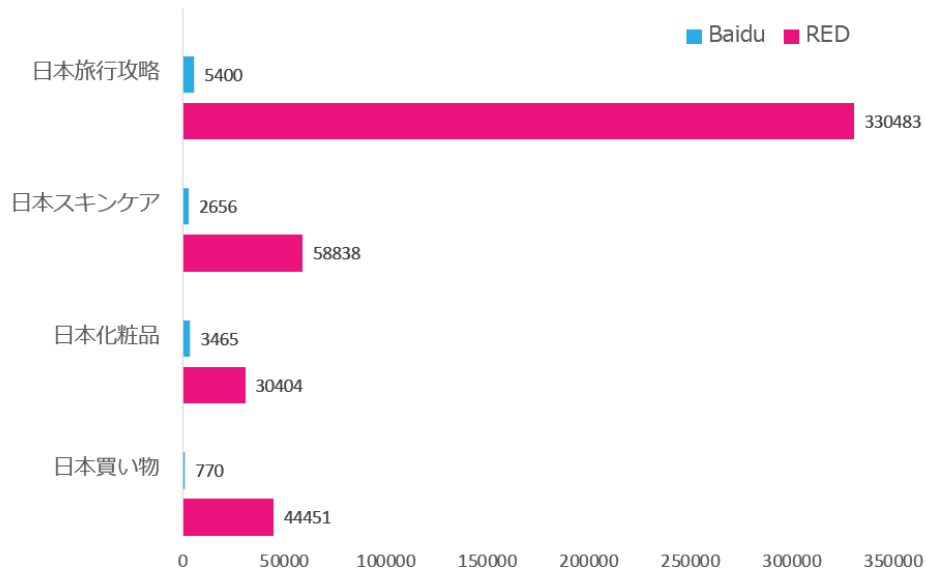
旅行情報を調べる際に利用するアプリ  
(SNS・旅行アプリ)



引用：旅游消费内容研究报告（TopKlout社調査）

REDの利用状況について

平均月間検索Vol.



# REDでの検索状況について

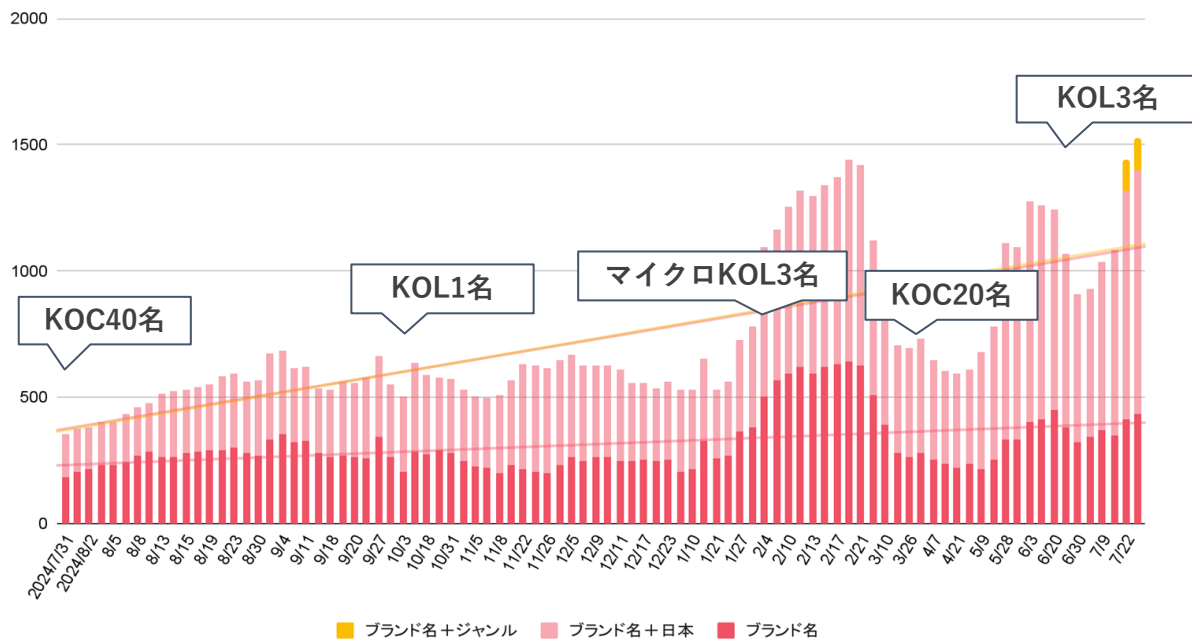
REDでは日本旅行に関するさまざまな情報が検索されており、  
**指名検索・関連キーワードで上位表示**されることが非常に重要なポイントとなります

| 検索キーワード  | 推薦理由    | 競合状況 | 検索Vol. | 検索キーワード     | 推薦理由     | 競合状況 | 検索Vol. | 検索キーワード  | 推薦理由     | 競合状況 | 検索Vol. |
|----------|---------|------|--------|-------------|----------|------|--------|----------|----------|------|--------|
| 日本旅游     | 同行买词高点击 | 高    | 355403 | 日本旅游        | 同行买词 高点击 | 高    | 355403 | 东京旅游攻略   | 同行买词 高点击 | 高    | 204273 |
| 日本旅游攻略   | 同行买词高点击 | 高    | 330483 | 日本旅游攻略      | 同行买词 高点击 | 高    | 330483 | 东京迪士尼    | 同行买词高点击  | 高    | 161692 |
| 日本面膜     | 同行买词高点击 | 高    | 56896  | 日本旅游签证      | 同行买词 高点击 | 高    | 91331  | 东京美食     | 高点击      | 高    | 103298 |
| 日本药妆     | 同行买词高点击 | 高    | 40069  | 日本旅游花费      | 同行买词 高点击 | 高    | 36093  | 浅草寺      | 高点击      | 高    | 85047  |
| 日本自由行    | 同行买词高点击 | 高    | 35553  | 去日本旅游多少钱    | 同行买词 高点击 | 高    | 24946  | 东京迪士尼海洋  | 同行买词高点击  | 高    | 55100  |
| 日本潮牌     |         | 高    | 13493  | 日本东京旅游攻略    | 同行买词 高点击 | 高    | 20425  | 东京塔      | 蓝海词高点击   | 高    | 34701  |
| 日本购物攻略   | 同行买词高点击 | 高    | 10072  | 日本旅游穿搭      | 高点击      | 高    | 20284  | 东京旅游     | 同行买词高点击  | 高    | 32238  |
| 日本购物     | 同行买词高点击 | 高    | 10072  | 日本大阪旅游攻略    | 同行买词 高点击 | 高    | 19274  | 东京购物攻略   | 同行买词高点击  | 高    | 27042  |
| 日本防晒霜    | 同行买词    | 中    | 8953   | 日本旅游准备清单    | 同行买词 高点击 | 高    | 18938  | 东京必去     | 同行买词高点击  | 高    | 26338  |
| 日本面膜推荐   | 同行买词    | 高    | 8699   | 日本旅游签       | 同行买词 高点击 | 高    | 15498  | 东京必去景点   | 同行买词高点击  | 高    | 21287  |
| 日本关西旅游攻略 | 同行买词高点击 | 高    | 7879   | 去日本旅游签证     | 同行买词 高点击 | 高    | 12191  | 新宿逛街     |          | 中    | 20938  |
| 奥特莱斯日本   |         | 高    | 7048   | 去日本旅游需要准备什么 | 同行买词 高点击 | 高    | 11908  | 东京购物     | 同行买词高点击  | 高    | 20441  |
| 日本购物必买   | 高点击     | 高    | 6476   | 日本旅游搭子      |          | 高    | 10963  | 日本东京旅游攻略 | 同行买词 高点击 | 高    | 20425  |
| 日本滑雪     |         | 高    | 6418   | 日本旅游核辐射     |          | 高    | 8180   | 新宿攻略     |          | 中    | 20054  |
| 日本关西     |         | 高    | 5222   | 日本关西旅游攻略    | 高点击      | 高    | 7709   | 銀座逛街     | 同行买词     | 高    | 17713  |
| 日本浅草寺    |         | 高    | 5008   | 日本旅游app     |          | 高    | 7130   | 东京周边     | 同行买词高点击  | 高    | 15086  |

引用：検索Vol.（月間の検索数）

## REDでの検索状況について

ブランド認知が無い状態から、KOC/KOL施策を継続したことにより、**認知獲得＋インバウンド顧客の獲得を実現**した事例。RED上のデータを活用し、**自社ブランドの認知把握、その後のKPI設計**がポイントになります。













# 日本企業のRED公式アカウント

2025年7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          | 37.9万 |
| 2位  |   | 松本清matsumotokiyoshi | 18.6万 |
| 3位  |   | 日本LOFT              | 12.0万 |
| 4位  |   | 杉薬局                 | 9.8万  |
| 5位  |   | 東京生活館               | 8.6万  |
| 6位  |   | 日本HANDS             | 3.5万  |
| 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7月度 RED (小紅書) 中古品アカウント フォロワー数ランキング

|     |  |                   |       |
|-----|--|-------------------|-------|
| 1位  |   | GINZA XIAOMA JP   | 4.6万  |
| 2位  |   | ALLU              | 2.2万  |
| 3位  |   | BRAND OFF         | 2.0万  |
| 4位  |   | 北村写真機店            | 1.9万  |
| 5位  |   | Camellia VTG      | 1.5万  |
| 6位  |   | Hedy Hedyvintage  | 1.4万  |
| 6位  |   | KOMEHYO           | 1.4万  |
| 8位  |   | VINTAGEQOOTOKYO   | 1.1万  |
| 9位  |   | VINTAGE MODE      | 1.0万  |
| 10位 |  | amorevintagetokyo | 9,015 |

中国マーケティングラボ調べ

2025年7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        | 5.4万 |
| 1位 |   | LUMINE       | 5.4万 |
| 3位 |   | 銀座 GINZA SIX | 3.8万 |
| 4位 |   | 涩谷PARCO      | 2.2万 |
| 5位 |   | 日本三井购物公园     | 1.6万 |
| 6位 |   | 阪急阪神百貨店      | 1.5万 |
| 6位 |   | 大丸松坂屋百貨      | 1.5万 |
| 6位 |   | 東京晴空塔SKYTREE | 1.5万 |
| 9位 |   | 阪急阪神商圏       | 1.4万 |
| 9位 |  | 日本高島屋百貨      | 1.4万 |

中国マーケティングラボ調べ











# 日本企業のRED公式アカウント

2025年7月度 RED (小红书) ファッションアカウント フォロワー数ランキング

|    |   |               |       |
|----|---|---------------|-------|
| 1位 |  | 优衣库UNIQLO     | 54.5万 |
| 2位 |  | niko and ...  | 10.7万 |
| 3位 |  | 迪桑特DESCENTE   | 8.8万  |
| 4位 |  | SNIDEL        | 8.7万  |
| 5位 |  | MOUSSY        | 7.1万  |
| 6位 |  | ASICS亚瑟士      | 4.3万  |
| 7位 |  | FREAK'S STORE | 4.1万  |
| 8位 |  | BEAMS         | 3.6万  |
| 9位 |  | GU极优          | 3.5万  |
| 9位 |  | HUMAN MADE    | 3.5万  |

中国マーケティングラボ調べ

2025年7月度 RED (小红书) 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  |  | 明治           | 1.6万  |
| 5位  |  | ROYCE'       | 1.5万  |
| 6位  |  | TOKYO BANANA | 9,090 |
| 7位  |  | Kanro甘乐      | 3,583 |
| 8位  |  | 上海大塚食品       | 3,124 |
| 9位  |  | Sapporo三宝乐啤酒 | 2,758 |
| 10位 |  | 伊藤園 ITO EN   | 2,615 |

中国マーケティングラボ調べ

2025年7月度 RED (小红书) ホテルアカウント フォロワー数ランキング

|     |   |             |       |
|-----|---|-------------|-------|
| 1位  |  | 星野集团        | 1.6万  |
| 2位  |  | 西武王子酒店及度假村  | 9,111 |
| 3位  |  | 日本高端酒店PDS甄选 | 6,711 |
| 4位  |  | 京都柏悦酒店      | 5,741 |
| 5位  |  | 奈良JW万豪酒店    | 5,569 |
| 6位  |  | 大阪W酒店       | 4,769 |
| 7位  |  | rio hotels  | 3,570 |
| 8位  |  | 东京椿山庄大酒店    | 2,876 |
| 9位  |  | 大阪希尔顿酒店     | 1,468 |
| 10位 |  | 城山酒店鹿儿岛     | 1,272 |

中国マーケティングラボ調べ

# 中国SNSがきっかけとなり販売が伸びた商品①

onaka、累計390万個超 中国SNSで話題 (2019.8.22)



【写真=(右):機能性表示食品「onaka」(左):機能性表示食品「Lovet」】

ピルボックスジャパン(東京都港区)が全国ドラッグストアなどで販売する機能性表示食品のサプリメント『onaka』について、発売開始以来の累計販売個数が390万個を超えたことが同社への取材で分かった。2016年9月の発売後しばらくは緩やかな動きを見せていたが、一昨年夏から販売数量が急上昇。美容に関心が高い中国人女性の注目を集めたことが契機となった。

「突然火が付いた印象」。同社マーケティング部のサプリメント担当者はそう話す。同社の主要販売チャネルはチェーンドラッグストアを中心とする店頭だが、同品については越境ECを通じて中国にも展開させた。

「日本国内だけでなく、中国でも、ターゲットの20代女性に向けたプロモーションを行いました。その結果、現地のSNSで話題になったことが影響したとみられますが、インバウンド需



## 中国SNSがきっかけとなり販売が伸びた商品②

おうちで簡単、洗い流しタイプの「酒粕パック」累計販売数1,300万個突破(\*1)

5秒に1個(\*2)売れている! “白肌透明感”に導くワフードメイド シリーズ (\*1 2021年5月時点/\*2 2020年1年間の実績)

株式会社pdc

🕒 2021年7月6日 15時00分



株式会社pdc(本社:東京都港区、代表取締役:藤井 敬二)は、“白肌透明感”に導く「ワフードメイド シリーズ」の「酒粕パック」が、累計販売数1,300万個を突破したことをお知らせします(2021年5月時点)。2020年1年間の実績値では、「酒粕パック」含むシリーズ商品すべてを合わせると、5秒に1個売れている計算になります。

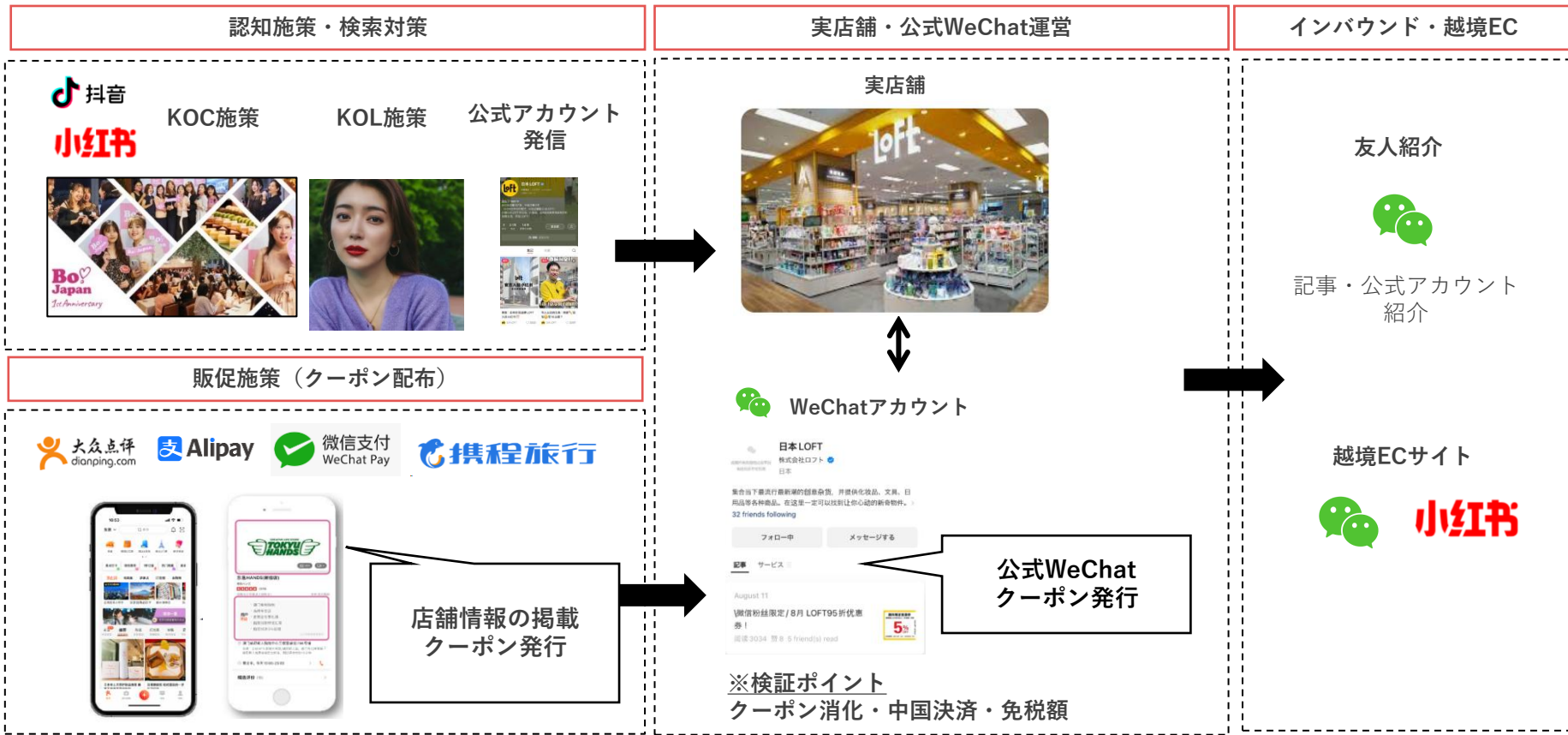
「酒粕パック」は、乾燥によるくすみの原因のひとつである古い角質を洗い落とし、うるおって透明感のある肌に導く洗い流しパックです。熊本県河津酒造の酒粕から抽出したオリジナルの酒粕エキスを配合しています。

中国のトップ女優・范冰冰(ファン・ピンピン)さんも本製品を愛用していただいているご縁から、2019年には「ワフードメイド 酒粕パック・酒粕マスク」を紹介する動画をご自身のSNSで公開いただき、中国では680万回以上も再生されました。訪日観光客の間で話題を獲得したほか、じわじわと国内のSNSでも口コミが広がり、この度1,300万個の販売個数突破に至りました。

※来日時、銀座で「酒粕パック」を購入するファン・ピンピンさん(2019年撮影)



# 中国マーケティング手法（インバウンド・在日中国人向け・実店舗あり）



# 中国マーケティング手法（中国越境EC・中国インバウンド・在日中国人）

## 在日KOL・KOC来店施策

小红书

抖音

在日KOC来店施策

在日KOLによる紹介  
(日本人・中国人)



小红书

REDアカウントの運営



■必要書類  
・税関輸出入貨物通関申告書  
・商標（ブランド商標3類）

■その他  
書類がない場合は  
未認証アカウントで運営

## 中国人消費者の購入について

### 1. 在日中国人の購買



### 2. 訪日中国人からの購入



### 3. 中国本土の消費者（来日予定なし）

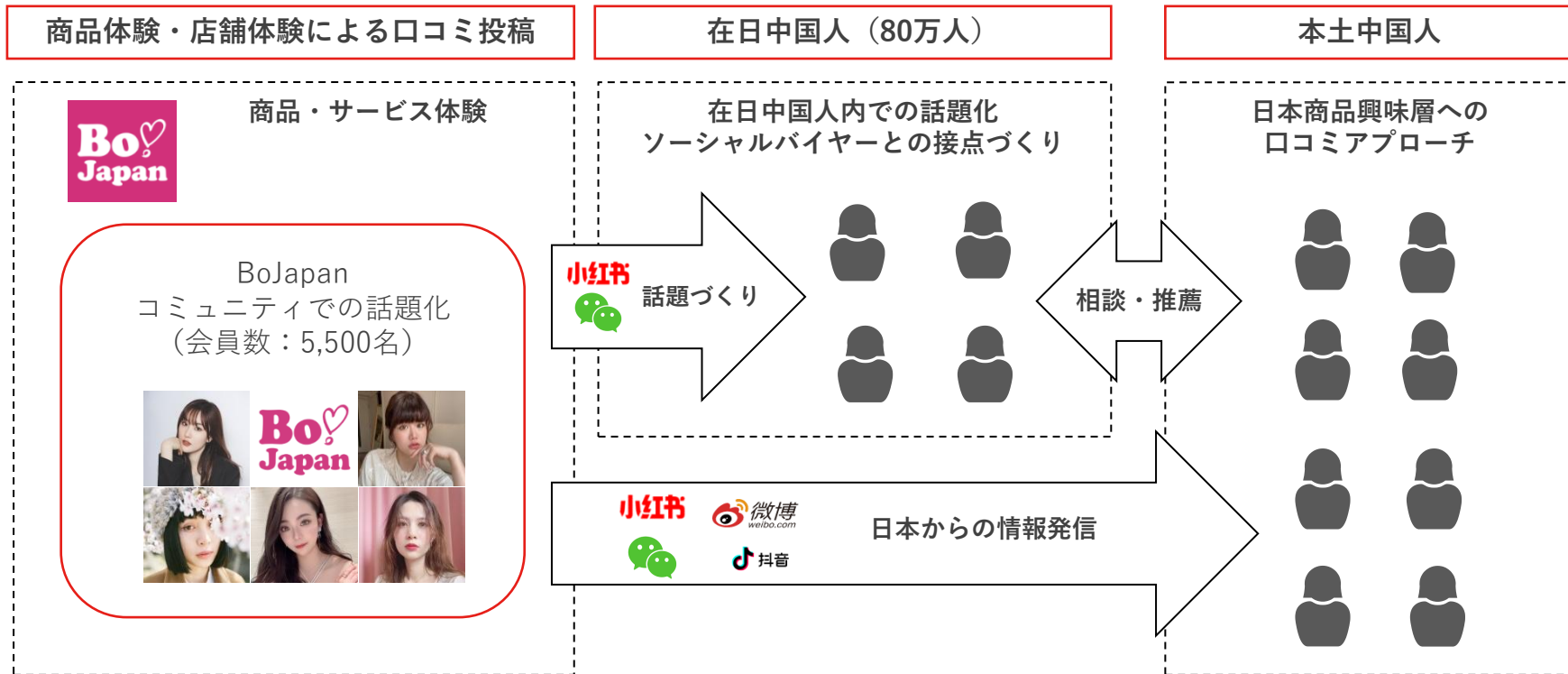


バイヤー  
商品販売

バイヤー  
商品販売

# 在日中国人女性からの情報発信

在日中国人女性の口コミを通じて在日中国人・在中中国人へのアプローチを実施



## 事例紹介

---

# 在日中国人女性のコミュニティで話題化・国内ECでの売上拡大

在日中国人女性内での話題化により  
商品モニター体験者および友人が商品を購入



## ご担当者のコメント

オルビス株式会社 海外戦略本部 海外戦略グループ  
西村拓朗氏

日本以上にロコミが重要視される中国事業拡大に向けた取り組みを日本から検討する中で、在日中国人の方からのロコミを狙える可能性のあるアライドアーキテツ様との取り組み施策は非常に魅力的に映り、継続的に取り組みを進めさせて頂く事になりました。  
アライドアーキテツ様のオペレーションも非常にスムーズで工数負担を感じる事がなかったことに加え、情報発信を狙った施策であったのに商品を購入くださる方でいらっしゃる、コミュニティの高さに驚きました。

今後も中国事業は成長ドライブの中心にあり続けるため、様々な情報発信の可能性を共に探っていければと思います。

<https://www.aainc.co.jp/news-release/2020/02151.html>

WeChatコミュニティ内で話題化  
商品の定期購入者が増加



## ソシミのコメント

スキンケアブランドmeeth、このブランドは日本だけではなくアジアの全ての女性の肌に使って頂きたいと思い、開発の段階から成分、処方によって作りました。このイベントやWeiboアカウントを通し、たくさんの方にmeethを知ってもらいそして正しいケアをしてもらうべくスキンケア方法も発信していきたいと思っています。

美肌は最高のジュエリー。肌がきれいだと人生が変わる。少しでも多くの女性の肌に寄り添えるブランドだと思っています。



## ソーシャルバイヤー施策

10名のソーシャルバイヤーが来店  
一定期間で380万円以上の商品を購入

在日バイヤーへの商品モニターを実施  
施策実施後の売上が過去最高を記録



Vintage大阪Riz★中古店探店

👤 这个女人叫小美

♡ 12



关西人气中古店📍RIZ心斎橋RED店  
yyds!!

👤 雪奈奈yukina

♡ 21



大阪探店| 带你逛逛日本中古店

👤 霓虹亮亮

♡ 30



150名のバイヤーへ商品モニターを実施  
ドラッグストア・免税店での売上が大幅に向上した

# 来店施策

## KOCが実際に商業施設や飲食店に来店しREDに投稿

犬妹的东京生活 关注 227 251 2

哈噜噜在东京 关注 125 147 33

代班女战士 关注 209 207 35

yuki 酱在日本 关注 290 400 3

加曼 DD 在日本 关注 76 33 5

日本年轻人爱去的涩谷如何逛玩?  
给大家分享第一站涩谷游玩逛攻略  
另外分享的中古店有v x 中文客 服的哦  
如果有想要咨询的款可以帮忙调货。

东京出发 45分钟 !! 奥特莱斯保姆级攻略  
有什么问题 talking 区见哦~

平价回转寿司 天花板! OMG!! 只要6r/盘  
一直想来吃一下 每到饭点必然要排队

日本药妆系列 | 真正本地人吃的常备药  
接着上一篇常备药系列  
kowa 兴和整肠片

分享几款 日本女生爱用的小众专柜护肤  
感谢 @再春館製薬所 的好物体验  
#去日本买什么 #日本好物分享  
编辑于 03-29 日本

# 来店施策

## 銀座店に来店し体験 REDを通じて動画コンテンツを配信



### <成果>

- 店舗体験キャンペーンとサンプリングキャンペーンを実施し、約1か月で中国主要SNS上に長文レビューや動画を含む約100件の良質なクチコミを生成
- サンプリングキャンペーン参加者にも店舗への来店が発生し、キャンペーン参加者全体の65%の店舗送客に成功

<https://www.aainc.co.jp/news-release/2020/02078.html>

## ロフト店頭で動画を撮影



# クーポン施策

## BoJapanメディアへのクーポン掲載

乐天免税店銀座  
**特別优惠券**  
有効期間: 2024.06.30 対象店: 銀座店

东京市内最大の机场型免税店!  
300种以上品牌正品任您挑选!

购物满10,000日元以上可使用 **1,000日元优惠券**  
购物满20,000日元以上可使用 **2,000日元优惠券**  
有効期間 2024.06.30 対象店 銀座店

630000051099

KADOMORI  
角森小顔沙龙  
有効期間: 2023.8.1-2024.1.31

**5,000 日元 优惠券**  
满 50,000 日元以上可使用

**10,000 日元 优惠券**  
满 100,000 日元以上可使用

対象商品  
(不含院长亲自服务・商品未在列)

特別优惠券

免稅者: ①访日观光客 ②一时回国者  
(一时回国者要2年以上国外居住的归国印和  
在留证明或者时户籍的附票)

注意事項: 不能和其他的优惠券合并使用, 一个人只限一回。

实施店舗: シンク口矯正KADOMORI 代官山サロン  
シンク口矯正KADOMORI 大阪サロン  
シンク口矯正KADOMORI 名古屋サロン

RED : <https://www.xiaohongshu.com/user/profile/5b42f71be8ac2b0beaf20fed>  
Weibo : <https://weibo.com/u/6524940151>  
WeChat : [https://mp.weixin.qq.com/s/J\\_HBU\\_HlrXP3QFLuqY9HZQ](https://mp.weixin.qq.com/s/J_HBU_HlrXP3QFLuqY9HZQ)

## アリペイへのクーポン掲載

rean

9.5折 全场通用

领取

3已领

商户信息

导航 问路卡

兵庫泉尼崎市武庫之荘1-23-5

联系电话  
+81 06-6423-8770

商家简介  
◆概要  
rean诞生于2020年10月8日, 是一家实体店和网店结合的O2O店舗。  
店舗位于阪急武庫之荘, 距离梅田站約15分, 大阪站約20

汇率 06人民币

付款

优惠券详情

全场通用  
**9.5折**  
买单前请出示

领取优惠券

3人已领取

有效期  
2023-08-23 至 2023-11-30

使用条件  
无门槛

优惠券详情

特別优惠券 rean x 克拉

5%OFF

付款

# クーポン施策

## 旅行アプリ（马蜂窝）への記事配信 フィード広告による情報拡散



### MITSUI OUTLET PARK 木更津全攻略（文末专属优...

中日往返航班量持续增加，票价也日趋友好。是谁，想要去日本潇洒的心已经按捺不住？是谁，机票未订，“攻略”先行？是谁，想要把种草清单“一网打尽”，却又苦于购物时间有限？来日本最大级别的奥特莱斯城——MITSUI OUTLET PARK木更津。约300家店铺，世界奢侈品牌一应俱全，日本小众品牌不胜枚举，其中可办理免税服务的店铺有大约200家。除此之外，它地处东京近郊，濒临东京湾，与首都圈内主要车站都有直通巴士相连。不必东奔西跑，大海沙滩送都齐！

👍 7 🌟 37 📌 77



👍 7 🌟 37 📌 77

## 銀聯カードの利用特典を紹介



去銀座拍照啦！好热  
宝贝们~这个夏天，你们会来东京玩么？买东西的话很推荐银座哦，大牌包包、日系衣服、彩妆护肤、文具杂货，这里真的什么都有！

🗨️ 说点什么... 🌟 43 📌 12 💬 7



去銀座拍照啦！好热  
宝贝们~这个夏天，你们会来东京玩么？买东西的话很推荐银座哦，大牌包包、日系衣服、彩妆护肤、文具杂货，这里真的什么都有！

🗨️ 说点什么... 🌟 43 📌 12 💬 7

<https://www.mafengwo.cn/gonglv/zixouxing/415515.html>

# KOLプロモーション

店舗体験を通じてさまざまな商品を紹介

## アパレル紹介



東京探店 | 日本人气买手店 SHIPS | 值得打卡

大口智恵美 Chiemi 528

## 日本酒紹介



Vlog | 穿和服看樱花 4月的京都太美了

大口智恵美 Chie... 1968

## 中古ブランド店紹介



vintage探店 | 找到了超好看 Chanel 中古耳环

大口智恵美 Chie... 1489

<http://xhslink.com/Y6CR3n>  
<http://xhslink.com/wyV83n>  
<http://xhslink.com/wKW83n>

在日中国人KOLとのコラボ形式で動画を撮影  
RED旅行カテゴリー8位を獲得



### ●インフルエンサー・大口智恵美×在日中国人クリエイター・東君小宇のコラボ動画で箱根の魅力を発信！

大口智恵美の動画は、箱根で中国デジタル決済「アリペイ (Alipay、支付宝)」が使用できるスポットを中心に、中国人インフルエンサーの旅行動画でよく採用されているVlog (※1) の形で撮影。大口智恵美と一緒に旅行したような感覚で視聴でき、箱根の様々な観光スポットが自然に紹介されていたことから、「この動画を見たら、友達と一緒に旅行に行きたい気持ちになりました！」「いつか必ず箱根に行きます」「旅館の名前を教えてください！」など好意的なコメントもたくさん寄せられ、RED旅行カテゴリーで第8位を獲得しました。

<https://www.aainc.co.jp/news-release/2022/02378.html>

# KOLプロモーション

和歌山県の魅力を発信し  
RED旅行カテゴリ第2位にランクイン



<https://www.aainc.co.jp/news-release/2022/02384.html>

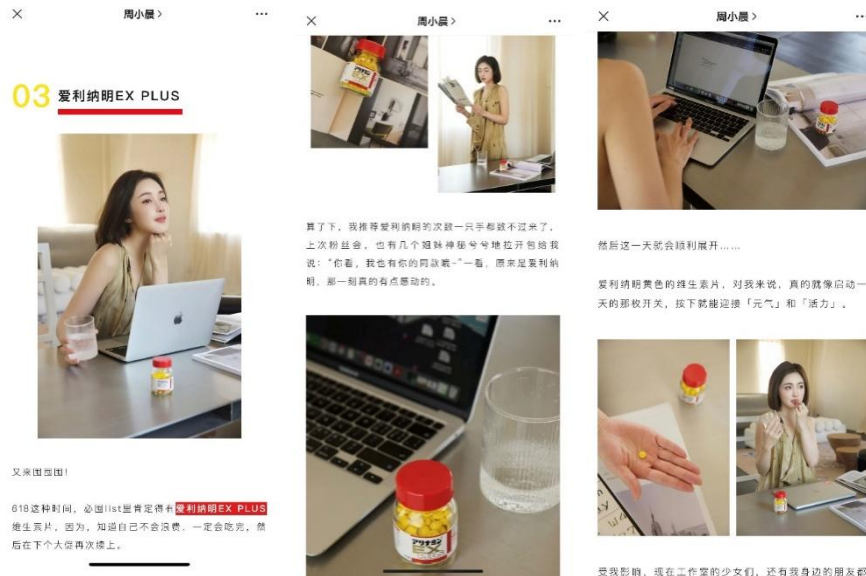
インバウンド需要回復に向けた  
中国人向け観光都市プロモーション



<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000106.000058547.html>

# KOLプロモーション/KOCプロモーション

## 店舗体験を通じてさまざまな商品の紹介



## KOCによる体験会を実施 関連ワードのRED検索数が2.5倍に増加



[https://mp.weixin.qq.com/s/luoJIOLwVe-lLaVMd\\_E0Mg](https://mp.weixin.qq.com/s/luoJIOLwVe-lLaVMd_E0Mg)

<https://www.aainc.co.jp/news-release/2024/02563.html>

# 日本国内店舗への誘導

中国SNS経由で総来店者数の約20%を超える店舗送客を実現  
在日中国人KOCと中国SNSを活用した複合施策



個人旅行解禁前後比で

店舗売上**120%**を実現



<https://www.aainc.co.jp/news-release/2022/02440.html>

<https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/6301de79000000001b004da0>  
<https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/63510b31000000001402681d>

# 公式アカウント運用+KOC施策

公式アカウントでの広告出稿・KOC来店施策を実施  
中国免税売上が2割以上増加、RED内の指名検索数も約1.7倍に増加

The graphic features the KOMEHYO logo and 'Bo♥Japan' branding. Two circular callouts highlight key performance indicators: '中国免税売上 2割以上増加' (China tax-free sales up 20%+) and 'RED内 指名検索数 約1.7倍' (RED internal指名 search volume approx 1.7x). Below the callouts are two smartphone screens displaying Xiaohongshu posts. The left post, titled '不愧是东京 这就是中古包天堂吗?' (Not surprisingly Tokyo, is this the second-hand bag paradise?), includes text about the store's location and popularity. The right post, titled '还有这整墙的包包?' (What about this whole wall of bags?), shows a display of handbags.



<https://www.aainc.co.jp/news-release/2024/02583.html>

# RED施策事例（公式アカウント運用・KOC・KOL施策）

公式アカウント運用・KOC・KOL施策等を総合的に支援しブランドの認知拡大に貢献



**Allied Architects**

RED (小紅書) プロモーションパッケージ

訪日中国人への認知拡大  
検索指数増加に寄与



大家一起来用人民币  
感受日本的美食吧

大丸松屋百貨



京都購物！碼住這篇就足夠啦！

时髦精在京都也不能两手空空而归👑  
今天就带大家逛逛京都“百年商场”大丸百货  
我经常去逛的4家店舖  
从美妆、服饰到美食...  
应有尽有！  
跟我一起看看吧👉

#京都 #京都旅游 #日本购物 #日本旅游 #京都大丸百货 #日本买什么 #日本逛街攻略 #PR #大丸京都店 #大丸松屋百货

编辑于 03-17

共 155 条评论

Perfect10  
本来想说，真的好像日本人啊，然后发现真的是日本人

03-11  
ss 0 2

那知上原紀Asahi 谢谢  
对

03-11  
4 0 回复  
展开 1 条回复

Label

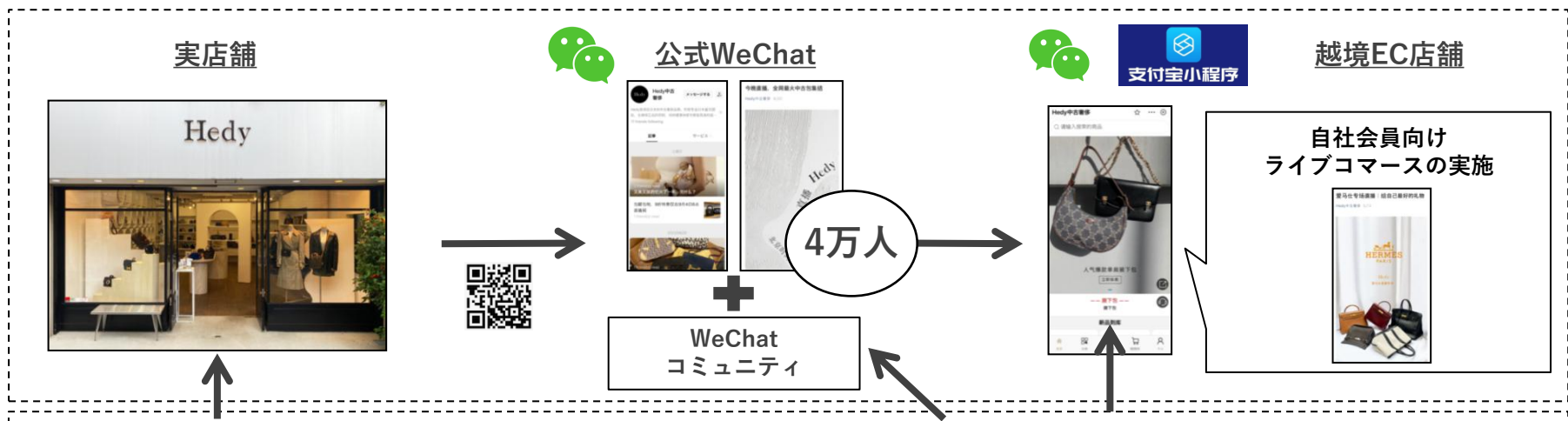
点赞什么...

7193 2342 155

<https://www.aainc.co.jp/news-release/2025/02619.html>

# 実店舗と越境ECの連動施策

WeChatを軸としたマーケティングを展開し中国越境ECの売上が向上



## 中国インバウンド関連施策



公式アカウント  
在日KOL・KOCプロモーション



## 中国越境EC関連施策



在中KOL・KOCプロモーション

## 総合的な取り組みによる売上向上

KOL、在日中国人を起用したマーケティング施策で集客を促進  
ヴィンテージショップ「Hedy」自社越境ECサイトの売上が前年同期比約2倍に増加

ヴィンテージショップ **Hedy**

自社越境ECサイト売上  
前年同期比約**2倍**に増加

 **Allied  
Architects**

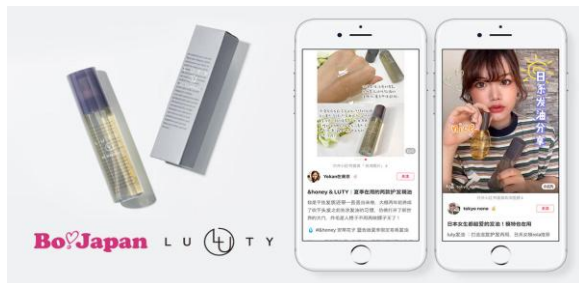
hedy.jp  
Hedy Overseas

Shoulder Bag  
今年人気のワンショルダーバッグ

<https://www.aainc.co.jp/news-release/2021/02318.html>

# 中国ECサイトでの売上拡大

BoJapanで商品モニター施策後  
中国ECサイトの売上が3倍に



## ご担当者のコメント

株式会社フォーサイス 商品開発部  
野村梨佳氏

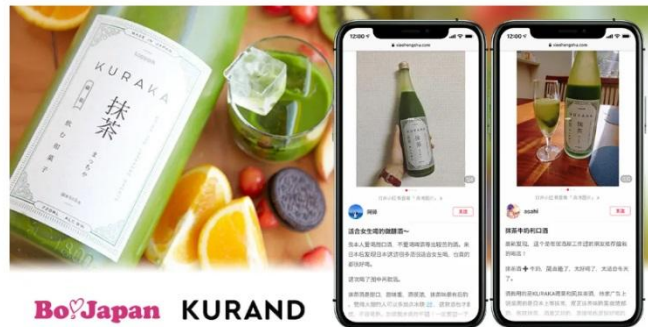
ヘアケアブランド【LUTY】は、日本だけではなくアジアの全ての女性に使っていただきたいという想いから、アジア女性の髪を徹底的に調査して開発、誕生しました。健康・環境面にも配慮した成分や処方にこだわりをもち、『水資源・設備が整っている環境があつてこそ製品開発、営みができている』ということも、そうではない国外の方々へ還元するため、ゴール設定としてSDGsのテーマである「すべての人々に水と衛生へのアクセスと持続可能な管理を確保する」の実現に向けて利益の一部を寄付しています。

このようなことを、企業がホームページや広告を通じて自社の取り組み、商品を自画自賛しても、生活者には受け入れられにくく、特に国外での実現に頭を悩ませていました。そのような中、アライドアーキテツ様が開催していた「BoJapan」のゼミナールを拝見し、これだと思い、取り組みを進めさせていただく事になりました。

弊社製品は中国ではまだ市民権を得ていないカテゴリーなので、ヘルプコンテンツと口コミが広まることを依頼し、REDにて実施しました。結果は上記にあるように、大変満足！以上のものとなりました。今回創出されたヘルプコンテンツや口コミが、まだまだ市民権を得ていないカテゴリーの拡大、なによりこのカテゴリーにトライ、購入を検討しておられるお客様の最終的な判断をする上で、現時点では最も重要な資産となっております。



口コミにより話題化に成功  
施策前月比5倍の売上を実現し在庫完売



<https://www.aainc.co.jp/news-release/2020/02159.html>

[https://www.aainc.co.jp/aainc\\_release\\_global\\_case\\_liquorinnovation.pdf](https://www.aainc.co.jp/aainc_release_global_case_liquorinnovation.pdf)

# 中国ECサイトでの売上拡大

## キングジム天猫旗艦店で施策対象商品の在庫完売



### ご担当者様のコメント

当社の利点（中国拠点を構える・日本でのブランド力）とローカルユーザーの関心ごと（ロコミ・日本の文具など）を活かせる施策が「BoJapan」でした。BoJapanの情報発信と中国側の施策が相乗効果を生み「ブランド認知と製品に対する評価が大きく膨らみ」これまでにない実績につながったと思います。なお今回のプロジェクトは、ゆとりのない期間での作業でしたがアライドアーキテツク様のスムーズな進行と細やかな配慮もあって、より良い結果を引き寄せることができたと思います。

中国市場は、激しい変化を伴いますので今後もアライドアーキテツク様のサービスに注目し、活用機会を探ってきたいと思っています。

キングジム共同プロジェクトチーム様

<https://www.aainc.co.jp/news-release/2023/02462.html>

## 中国インフルエンサー施策後1か月で商品の売上が15倍に



### 課題と成果

#### 導入背景

- 独自のSNS文化を持つ中国において、中国市場に合った、ECサイトへ集客を促すための効果的なプロモーションの実施を検討していた。
- 「ラッシュバージョンアップ」（マスカラ下地）は日本では人気のある商品だったので、より中国での商品認知を広められるのではないかと考えていた。



#### 導入後の成果・結果

- 中国現地インフルエンサーにより動画コンテンツを制作し、「Weibo（微博）」で拡散。その後わずか1か月間で、動画内で紹介した「ラッシュバージョンアップ」の売上げが15倍に増加。
- Weibo公式の動画投稿サービス「Miaopai（秒拍）」をはじめとする17のSNSや動画プラットフォームで拡散され、動画の総再生回数が約255万回を記録。中国現地の美容に興味のある層への新たな接点、興味喚起を促すことに成功。

# 中国越境ECプロモーション

中国越境ECへ初出品の高額商品が  
動画紹介によって30万円以上の購入発生



REDでのライブコマースにより  
1,400万円以上の売上達成



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

# 中国越境ECプロモーション

W11商戦期前の動画に  
6,500を超えるエンゲージメント獲得



妮可蹦蹦  
9-24 20:07 来自 微博视频号

【妮可】妈生好皮就靠这些素颜霜？12款大集合！  
最后给大家整理了一张表格，方便大家对比。  
拍这期一天内卸妆了7次，求多多互动！  
\*无广 妮可蹦蹦的微博视频



bilibili  
10万回再生  
エンゲージメント  
10,759



Douyin  
エンゲージメント  
6,200



Weibo  
6万回再生  
エンゲージメント  
1,109

動画紹介した商品が  
天猫国際で1,700件以上の購入発生

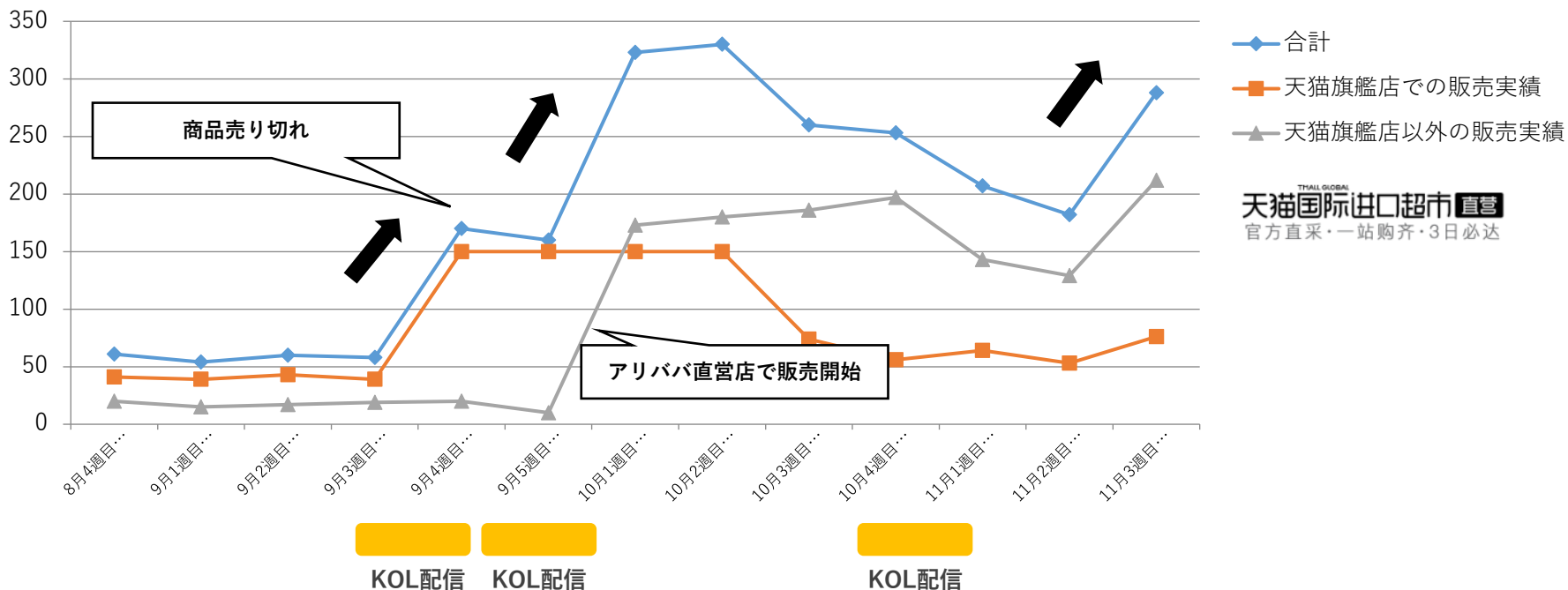


<https://www.aainc.co.jp/news-release/2020/02082.html>

# 中国商戦期でのKOLプロモーション

2022年W11商戦期にKOLプロモーションを実施 初回のKOL配信後に対象商品が売り切れに

■各店舗における直近30日の販売件数



# 本人アカウント・ブランドアカウントの運営

本人アカウント・ブランドアカウント（店舗）の相乗効果で購入が発生

本人アカウント



ブランドアカウント



本人アカウント



ブランドアカウント



総フォロワー数  
5万人以上

総フォロワー数  
18万人以上

# 本人アカウント・ブランドアカウントの運営

REDアカウントをきっかけとして150件以上のお問い合わせを獲得



■本人REDアカウント

<https://www.xiaohongshu.com/user/profile/63aa84560000000260116c6>

【人気の日KOLとのコラボ動画】

東京豆豆子（日本小顔院長 | 芸能人が小顔になる秘密！過程全てを見せます！）

<https://xhslink.com/YCPIEq>

大口智恵美（日本人モデルが小顔に見える秘密！）

<https://xhslink.com/9NOIEq>

夢拉在东京（日本人芸能人が小顔になる秘密！全過程見せます）

<https://xhslink.com/T4LIEq>

実用性があり、分かりやすい短尺動画で平均の2倍のスピードで急成長！運用わずか3ヶ月でREDから150件を超える問い合わせを獲得

角森院長のRED公式アカウントでは、主にファンからのコメントやDMでのリクエストに応えたテーマで動画を配信。気軽に見て自分でもすぐ真似できるように「3ステップでできる」といった簡単なやり方を3分以内の短尺動画形式で発信しています。角森院長の説明の分かりやすさからたちまち話題となり、オセロ社が支援しているREDアカウントの平均と比べて約2倍のスピードで急成長。運用わずか3ヶ月でフォロワー数は4.6万人を突破し、REDから「予約したい！」「お店はどこにありますか？」といった問い合わせは150件を超えています。人気の日KOLとのコラボ動画を企画するなど、さらなる成長に向けて積極的にアカウントを運営しています。



角森院長のコメント

中国の皆さんいつも動画を見てくれてありがとうございます！

動画で紹介したマッサージ方法で皆さんのお悩み解決にお役に立てれば嬉しいです！これからも皆さんの悩みを聞きながら、カドモリ独自の理論・技術によって行う美容矯正法や体ケアマッサージノウハウを通して皆さまの美と健康、そして人生に寄り添って参ります。

そして、みんなが日本に来る時ぜひカドモリサロンに立ち寄ってください！スタッフ一同常に知識・技術の向上に努め、責任を持って安心・安全な施術を提供、お客様一人一人に合わせた感動を提供できるように頑張っています。皆様のご来店お待ちしております！

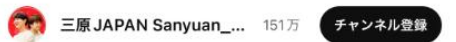


# 台湾・香港向けKOL施策

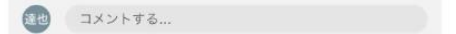


【実験】初次見目の男女一整天牽手約會の話、  
會萌生戀情嗎！？

8.9万 回視聴 4年前 ...その他



コメント 293

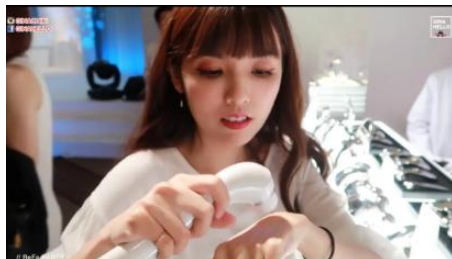
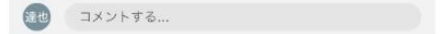


打敗箱根！日本人更愛去的第一名溫泉地長怎樣？  
草津溫泉 媽媽的慶生之旅～ part2

21万 回視聴 4年前 ...その他



コメント 282

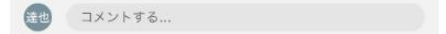


東京工作日誌。我與 ReFa 的相遇 (敗家相遇)

4.5万 回視聴 5年前 ...その他



コメント 53

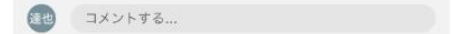


MDNA SKIN 美容儀使用体験 | Savislook [AD]

2.3万 回視聴 5年前 ...その他



コメント 66



## ■投稿URL

クレジットカード：<https://www.youtube.com/watch?v=cd0-evOt70A&t=19s>

自治体（草津）：[https://www.youtube.com/watch?v=-M\\_ZiTqimF4](https://www.youtube.com/watch?v=-M_ZiTqimF4)

イベント参加：<https://www.youtube.com/watch?v=Gyk78npcPBE&t=29s>

電子機器：[https://www.youtube.com/watch?v=-M\\_ZiTqimF4](https://www.youtube.com/watch?v=-M_ZiTqimF4)

美容器機：<https://youtu.be/Xf4NvFwV0BE>

美容器機：<https://www.youtube.com/watch?v=-d0Pudczw2o&t=155s>

# Appendix

---

# WeChatに関して



## ▼微信 (WeChat) とは？

WeChatは、テンセント社が提供する、中国で最も普及している多機能型**メッセージングアプリ**です。単なるメッセージングアプリを超えて、**SNS機能**、**キャッシュレス決済機能**、**公式アカウント**、さらには各種ミニアプリを利用できる「**スーパーアプリ**」として、中国の生活やビジネスに不可欠なプラットフォームです。

※ユーザー総数は約14.02億人  
(2025年3月31日時点)

香港



利用率：54%

台湾



利用率：33%

マレーシア



利用率：42%

シンガポール



利用率：35%

タイ



利用率：27%

## アプリの基本機能

### ■メッセージング

チャット機能

テキストだけでなく音声（ボイスメッセージ）や写真、動画、スタンプなどの送受信や音声通話、ビデオ通話ができる

### ■SNS機能（モーメンツ 朋友圈）

日常モーメンツを投稿するタイムライン機能

投稿へのいいねやコメントの送信もでき、主に友人の近況を知るために使用されている、KOC施策により、企業の出稿も可能

### ■WeChat Pay（微信支付）

中国の2大電子決済の1つであり、中国内での使用はもちろん、日本を含む海外でも対応店舗が広がっている

※中国は電子決済大国でモバイル決済ユーザーは10.29億人を突破  
(2024年末時点)

### ■公式アカウント

企業や店舗がWeChat上で顧客とコミュニケーションを取り、集客・販促活動を行うためのビジネス用アカウントです。情報発信で認知拡大、来店促進や商品購入につなげることができます。

## 中国SNS別の影響力

TOPKOLの定義は中国SNS別に異なっており  
プラットフォームごとにフォロワー数に応じてKOLを定義する必要がある

| 名称       | WeChat  | Weibo   | RED  | Bilibili  | Douyin  | Kuaishou  |
|----------|---|---|--|---|---|---|
| アイコン     |  |  |  |  |  |  |
| TOP KOL  | 150万以上  | 700万以上  | 50万以上  | 100万以上  | 700万以上  | 700万以上  |
| 中堅 KOL   | 30万～150万  | 100万～700万   | 10万～50万  | 10万～100万  | 100万～700万   | 100万～700万   |
| マイクロ KOL | 30万以下   | 10万～100万  | 2万～10万   | 2万～10万  | 10万～100万  | 10万～100万  |

# 中国決済アプリ

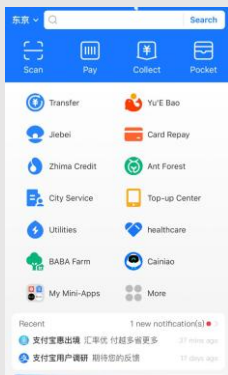
## Alipay (支付宝)

- 中国2大決済アプリの一つ
- 日本でも配車、レストラン予約、クーポンなどを利用できる
- 日本加盟店200万を突破



全世界で16億人\*以上が利用する  
スーパーアプリ

Alipayは、あらゆる業界の加盟店が、安心かつ快適な決済体験を提供することを可能にしています。また、Alipayのミニアプリやライフスタイルアカウントなどのツールを通じて、パートナー企業は中国の消費者とつながり、多様なデジタルサービスを提供することができます。



\*2024年4月時点

## WeChat Pay (微信支付)

- 中国2大決済アプリの一つ
- メッセージ、タイムラインなどソーシャル機能に強み
- ミニプログラムを提供



微信支付

全世界で14.02億人\*以上が利用する  
スーパーアプリ

WeChatPay はWeChat内の決済サービスです。WeChatは中国で14億人以上のユーザー数を抱えており、WeChat Payは旅行や交通、小売、飲食などあらゆる場面で活用されています。PayPay株式会社は今年9月中旬以降より、中国のモバイル決済サービスWeChat との連携を開始します。



\*2024年3月31日時点

# 旅行アプリ①

## Ctrip (携程旅行)

- 世界最大級の旅行予約サイト  
口コミ機能に強み
- 80~90年代の若者がメイン層
- 訪日中国人旅行者の約54.7が使用\*

航空券、当地交通、宿泊、飲食店、チケット、体験やアクティビティなど旅行関連の予約代行サイト、海外版はCtrip  
口コミをレビュー評価などは分かりやすく表示、検討も簡単に



\*2023年10月、中国日報



## Fliggy (飞猪)

- アリババグループの旅行アプリ
- 60万軒以上の宿泊施設、8000軒以上の観光施設、400社以上の航空・チケット販売代理店と提携\*

会員数4億人以上\*MAU 15~25Mの旅行サービスプラットフォーム  
多くの提携先を持ち、航空券や宿泊、観光などが一言管理できる  
AIによるスマートレコメンド・翻訳を提供



\*2024年時点



## Qunar (去哪儿)

- 旅行検索エンジン
- インターネット上の航空券、宿泊、観光情報を統合
- 航空券、宿泊などの予約も

会員数6億人\*MAU 27Mの旅行検索アプリ  
20~30代、中国地方都市(3線都市以下)の利用者が多い\*  
詳細検索、価格比較など賢く旅行するための情報収集ができる



\*2024年時点



## 旅行アプリ②

### Tongcheng (同程旅行)

- 飛行機やクルーズ、観光のチケット販売、宿泊施設の予約
- 中国地方都市ユーザーが多い
- WeChatミニプログラムから利用

平均MAUは2.9億人で、その内約80%がWeChatミニプログラムを通じて利用  
約42%が30歳以下\*  
国内外旅行や交通の予約に活用される



\*2023年末時点



### Mafengwo (马蜂窝)

- 旅行口コミ投稿がメインのアプリ
- 旅行ブログで観光名所、秘境スポット、リアルな情報をえる
- 航空券、宿泊などの予約も可能

会員数1.2億人、MAUは18M\*  
広告ではない情報を求めて、主に旅行好きの若年層が活用  
訪日中国人の約8割が使用する



\*2024年時点



### 大衆点評 (大众点评)

- 中国版食べログ
- 飲食店から娯楽、美容、宿泊施設、ショップまで幅広く網羅
- 公式情報、口コミ、クーポン配布

DAUは18.9M\*規模の口コミ、予約アプリ  
訪日中国人観光客の55%以上が利用し、訪日観光では来日前の情報収集から来日中まで使用される



\*2023年時点

