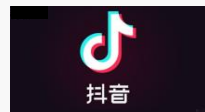


中国SNS運用サービスご紹介



株式会社クロスシー

Cross C Inc.

2021年9月10日

会社概要

■社名：株式会社クロスシー／Cross C Inc.

■役員構成

代表取締役	田中祐介
取締役	高橋耕平
取締役	稲葉智和
取締役	西田真樹
監査役	辻高史
執行役員	又村深
執行役員	山本達郎
執行役員	梶原俊一
執行役員	勝木亨

■事業内容

中華圏をはじめとする海外市場向け

- ・メディア事業
- ・プロモーション事業
- ・越境EC支援事業

■設立：2010年4月

■資本金：4,350万円

■従業員数：28名（子会社含む）

■本社所在地：

東京都千代田区神田小川町2-1 KIMURA BUILDING 3階

■URL：

<https://x-c.co.jp/>

■公式SNS：

<https://www.facebook.com/crossc.japan/>



■子会社

北京龍樂广告有限公司（LOGRAS）

■中国主要パートナー企業



中国大手
モバイルマーケティング企業



中国大手データ解析
インターネット調査企業



中国最大
動画プラットフォーム企業



中国大手DSP
サービス提供会社



中国大手DMP
サービス提供会社



中国最大規模
インターネットサービス企業

■取引先銀行

三井住友銀行、三菱東京UFJ銀行、みずほ銀行、りそな銀行、
東日本銀行

■認証・認定

ISMS (ISO/IEC 27001:2013 / JIS Q 27001:2014 ID:IS 676626)

おもてなし規格認証 2017 (第01001900号)

日本政府観光局 (JNTO) 賛助団体会員

ふるさと名品オブ・ザ・イヤー 協力企業 (地域商社協議会 海外展開)

当社の中国向けマーケティングソリューション

- 世界最大のインターネットガラパゴス・中国のカスタマージャーニーを熟知し、クライアント課題に最適なメディアプランとソリューションを設計・実行。

* 当社のソリューション一例

Attention

Interest

Search

Action

Share

広告/メディアタイアップ

KOL施策

ブロッガー/記事広告

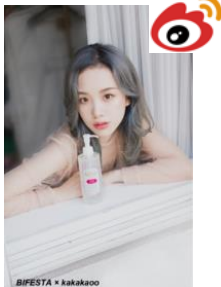
販売促進・来店促進

クチコミ施策

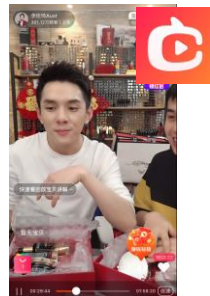
オフライン広告/
メディア露出



芸能人・KOL・
KOCタイアップ



動画プロモーション
LIVEコマース



ブログ型旅行メディア
PR記事（旅行KOL）



WeChat販促・購入促進（予約・EC）、
オフラインキャンペーン



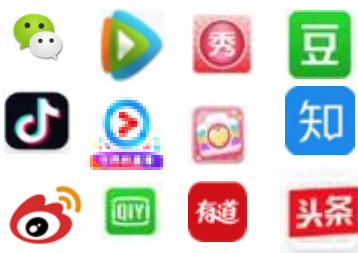
SNS拡散キャンペーン



クチコミ創出施策、
ソーシャルバイヤー連携



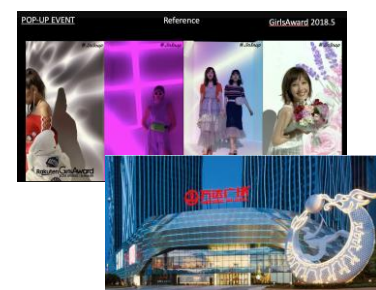
オンライン広告
（インフィード/バナー/DSP）



Q&Aサイト/BBS
有ライター記事



オフラインイベント/OMO



サービスメニュー一例

市場調査・分析

SNSビッグデータ解析 ソリューション

クチコミ分析
(競合比較)

KOL選定・評価
サービス

消費者分析
(ペルソナ
設計)

消費者アンケー
ト、
グループインタ
ビュー

ブランディング、 認知拡大

芸能人タイアップ・ ブランドミューズ選定

KOLタイアップ施策 (インフルエンサーマーケティング)

Weibo



WeChat



RED
(小紅書)



Douyin
/Bilibili



人気APP・動画媒体 運用型広告 (DMP/DSP)

各種メディア広告出稿

インバウンド向け 広告宣伝

日本情報KOLタイアップ施策 (取材記事配信・LIVE・動画制作/配信)

在日中国人(特派員)レビュー拡散施策

旅行メディア プロブロガー記事タイアップ

訪日旅行者向け 日本滞在時の広告配信

Weibo



WeChat



VPON広告

Google/Facebook/I
nstagram
(繁体字)

越境EC事業支援、 販促

ソーシャルバイヤープラット フォームでの越境商品流通

EC誘導型LIVE/ VIDEOコマース

Taobao
LIVE



Douyin
(TikTok)



検索エンジン対策 (コンテンツSEO) RED (小紅書) 対策

オウンドメディア運用・システムソリューション・コンテンツ制作

SNS公式アカウント運営

Weibo



WeChat



RED
(小紅書)



Douyin
(TikTok)



WeChatインフラ整備/システム開発・運用

モバイル
ページ

ミニプロ
グラム

キャン
ペーン

WeChatCRM/We
ChatEC

中国向けコンテンツ制作

PR動画

Web/
APP

POP/
バナー

コピー
ライト

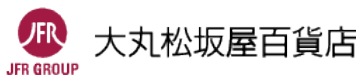
当社運用サービス対象メディア

メディア	WeChat	Weibo	RED (小紅書)	Douyin (中国版TikTok)
				
利用データ	ユーザー数：約10億人 平均利用時間：90分/日	ユーザー数：約8億人 平均利用時間：60分/日	ユーザー数：約2.5億人	ユーザー数：約5億人 平均利用時間：30分/日
メディアの種類	スマホインフラそのもの (海外で前例のない機能性)	中国版ツイッター	レビュー投稿・検索+EC	動画共有SNS
主な利用シーン	<ul style="list-style-type: none"> ・友人・知人とのコミュニケーション（チャット/タイムライン） ・記事の購読・検索 ・企業ページの閲覧（サイト代わり） 	<ul style="list-style-type: none"> ・最新の話題やニュースのウォッチ ・芸能人やKOLの動向チェック 	<ul style="list-style-type: none"> ・美容・ファッションに関する流行や推薦情報の取得 ・ブランドや施設・スポットに関するクチコミ（レビュー）検索 ・KOLのVlog閲覧 	<ul style="list-style-type: none"> ・個人同士による動画の閲覧/共有 ・芸能人やKOL・企業とファンの動画を通じた交流 ・イベント参加によるオンラインコミュニケーション
アクティブな利用者の年代	10～60代（スマホ利用世代はほぼ網羅）	10～30代	10～20代（女性・都市部在住者中心）	10～20代（90年代生まれ以降に集中）
企業公式アカウントの効用	<ul style="list-style-type: none"> ・ロイヤリティの高いファンの囲い込みと、ダイレクトな情報発信 ・深い情報伝達とコンバージョン促進 ・ファンデータベースの構築 	<ul style="list-style-type: none"> ・最新トピックや話題の拡散 ・シェアによる情報のリーチ拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ・美容・ファッション感度の高いF1層女性向けに絞った深い情報の伝達 ・検索ユーザーへの情報導線整備 	<ul style="list-style-type: none"> ・若年層の取り込み（エンゲージメント向上） ・流行の創出（バズ形成） ・動画の訴求力を活かした疑似体験の提供
利点	深い関係構築とファンサービス	情報伝播のスピードと広さ	KOLやモニターのクチコミとの連動	コミュニケーションの熱量
留意点	1to1型のコミュニケーションのため、フォロー獲得施策が必要	情報量が多いため、時間の経過により埋もれやすい	ユーザーは主としてクチコミ閲覧が目的のため、公式アカウントをフォローするモチベーションが低い	コンテンツは「楽しませる」工夫が必要（企業目線の露骨な宣伝は広告出稿が必要となる）

中国向けSNS公式アカウント運営実績（一例）

- 業種業態問わず、インバウンド・越境マーケティングのニーズを有する法人顧客のSNSアカウント運営およびプロモーションを支援。

順不同 | 敬称略



大丸松坂屋百貨店



高島屋



阪急阪神ホールディングス



東急百貨店



日本航空



東京国際空港ターミナル



南海電気鉄道



公益財団法人
東京観光財団



在中国日本国大使館



ビームスホールディングス



アーバンリサーチ



トゥモローランド



WEGO



スタージュエリー

当社SNS運用サービスの特徴

- 東京・北京の2拠点体制で50社以上の公式アカウント運用を歴任。
圧倒的なノウハウの蓄積と日中バイリンガル運用スタッフの育成によって、最適な運用手法を確立。

1

日本文化と、中国消費動向・SNSトレンドの双方に精通した中国人プランナー・ライターで構成される運用チーム。

2

自社メディアアカウントの制作・運用および各業界リーディングカンパニーのアカウント運用を通して蓄積した、コンテンツ企画・制作力と、豊富な宣伝手法。

3

1,000名を超える在日中国人クリエイター（ライター・カメラマン）による中国人目線での取材記事・動画制作をタイムリーに実施。

4

各SNSプラットフォームとの強固なりレーションによる最新動向の収集とノウハウの横展開。

当社経営陣による運用ノウハウの執筆も多数

- 「中国最大のECサイト タオバオの正体」
(ワニブックス・山本達郎・2010)
- 「中国版ツイッター ウェイボーを攻略せよ」
(ワニブックス・山本達郎・2012)
- 「12億中国モバイルユーザーを狙え」
(ダイヤモンドオンライン・渡辺大介・2014)
- 「中国ネットマーケティング最前線 WeChat活用最新事例」
(マイナビ出版・クロスシー・2016)



「CAP」在日中国人クリエイターによる体験型取材

8

- 47都道府県約1,000名の在日中国人特派員（アンバサダー）をネットワーキングし、中国人視点の日本体験コンテンツを制作・提供。

全国都道府県 中国人特派員



日本文化・観光・商品…
体験によって伝える取材コンテンツを
多種多様に制作・配信。

スピーディーかつ低コストな取材アサインによって、
SNSに最適なコンテンツを貴社メディアへ提供可能。

現地生活者だからこそ拾い上げられる各地の魅力を発信。
アンバサダー独自の視点でユニークなコンテンツを作成。

取材記事・旅行記



動画レポート



体験型座談会



LIVE・動画出演



Case

CROSSC

× Japan Digital Design

A member of MUFG



日本初のWeChatミニプログラム
「J station」を共同運営。

日本全国のアンバサダーによる
「まだ見ぬ日本の地方体験」を
動画コンテンツとして150本/月
以上の制作・提供。

その他、**在中国日本国大使館様**への
SNSコンテンツ提供等、各所で活躍。



1 WeChat





WeChat（微信：ウェイシン）は中国で最も普及しているスマートフォン用SNSアプリです



【WeChatの特徴】

- スマートフォンに最適化されている
- 本音で話せるコミュニケーションの場
- 地域や性別セグメント配信が可能で、One to Oneの濃い情報発信を行う
- 0 to 0の誘導が可能でリアルとの連動を実現
- クローズの場でありながら店舗情報や近隣の人を探ることができる

活用方法

- ◆ 双方向での会話
- ◆ 来店キャンペーンなどの店舗誘導
- ◆ 新商品の販売促進
- ◆ 0 to 0のマーケティング活動



アカウント数

約10億

ほとんどの中国人が
アカウントを保有！



月間アクティブ
ユーザー数

約8億

全人口の6割が
利用している！



1日平均起動回数

約11回

1日何度もチェック



1日平均利用時間

約94分

利用時間の長い
メディア

中華圏（中国、台湾、香港）から来日する旅行者のほとんどがスマートフォン上で「WeChat」を利用しています。基本機能は日本で普及している「LINE」と同様であり、コミュニケーション機能（チャット、電話、スタンプ）やタイムライン機能などがあります。



SNSの常識を超えるWeChatプラットフォーム

中国ではグルメ検索から生活費支払い、店舗での決済や投資運用まで全てWeChatで完結する世界が作られています。

WeChatウォレット機能



WeChatへクレカからチャージし、スマホ決済



タクシーの呼び込みも、流しを捕まえるより安く



位置情報から最寄りの映画館のチケット購入・座席予約も



WeChat内で買い物も。大手ECモールJD.comと連携



中国版食ベログ「大衆点評」と連携し、クーポン利用



WeChatシェイクで、TVやビーコンのURL信号をキャッチしオンラインへ





WeChat自社アカウント開設の利点



フッタメニューは
自由に設計可能です

公式アカウントを開設するとWeChatの
様々な機能を使うことが可能となります

中国人の傾向として、**企業の公式HP（WEBページ）**を見る習慣が少なく、**WeChatの公式アカウントが1stタッチポイント**となりやすく、WeChatページのナビゲーションに伝えたい情報を配置し、リッチコンテンツは外部スマホサイトやミニプログラムへリンクさせるという手法が一般的です。
店頭をはじめオフラインからも、デジタル広告からもWeChatアカウントページへの導線を設置することが、エンゲージメント及びコンバージョンのポイントとなっています。



知らずに来日している中国人にも**店頭や商品POPにQRコードを設置**し、フォローインセンティブを提供することで、**フォロワー獲得**・より深い情報のリーチが可能となります。

公式アカウント保有

- ✓ 記事配信
- ✓ 広告出稿
- +
- Payment導入
- ✓ 決済機能
- ✓ フォロー推薦

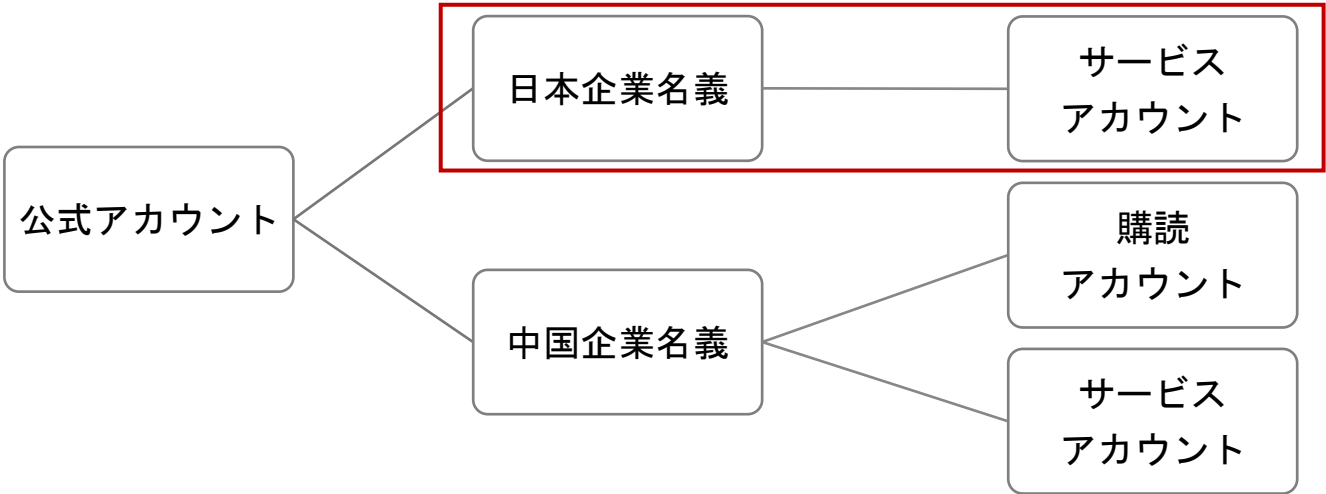
公式アカウント未保有

- ✓ ~~記事配信~~
- ✓ ~~広告出稿~~
- +
- Payment導入
- ✓ 決済機能
- ✓ ~~フォロー推薦~~



WeChat公式アカウントの種類

公式アカウントは以下の種類から選択できますが、
弊社では日本企業名義アカウントを推奨しております。



アカウント主体		中国企業名義		日本企業名義
アカウント種類		サービス	購読	サービス
アカウント	自社（日本）の情報を表示	×		○
	Payment連携	×	×	○
機能	情報の一斉配信	○ 4回／月	○ 1回／日	○ 4回／月
	自動返信機能	○	○	△ 制限あり
	配信内容の著作権保護	○	○	○
	メニュー設定	○	○	○
	友達クーポン	○	○	△
	WeChatシェイク	○	○	○
	APIを利用し他の機能を開発	○	△	△


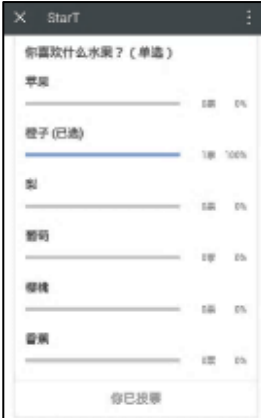



	購読アカウント (订阅号)	サービスアカウント (服務号)
表示方法	公式アカウントの 専用受信BOX内に表示	友人とのメッセージ リスト上に直接表示
配信可能頻度	毎日1回 配信可能	月4回まで 配信可能
アカウント内 EC開発	不可	可能 ※日本企業名義のみ
利用方法	メディア	ホームページ



WeChatの基本機能

WeChat公式アカウントによって、フォローしているユーザーにタイムリーな記事の配信やWEBサイトへの誘導、フォロワーとの1対1の対話が可能となります。

■WeChat公式アカウントの主な機能

 <p>記事コンテンツの配信</p> <p>管理画面上で作成したリッチコンテンツをユーザーに対して配信。画面下部よりWEBサイトへの誘導も可能。記事の他にテキスト、画像、音声、動画の配信も可能です。クーポン画像も配信可能です。</p>	 <p>アンケートの実施</p> <p>記事コンテンツの中にアンケートを埋め込み、フォロワーに対して各種アンケートを実施可能です。</p>	 <p>自動返信</p> <p>あらかじめキーワードを設定しておき、そのキーワードをユーザーが送信すると設定された記事コンテンツや画像が配信されます。</p>
 <p>メニューの設定</p> <p>画面下部にメニューを設置し外部サイトへの誘導や指定した記事コンテンツを受信できるように設定。クーポン券の受取などにも活用可能です。</p>	 <p>データ分析</p> <p>フォローの性別や登録地域等の情報を確認できる。配信した記事の閲覧数、メニューのクリック数なども確認できる。また、分析画面ではグラフでデータが閲覧できます。</p>	 <p>その他拡張機能</p> <p>通常機能に加えて、いくつか拡張機能が用意されています。開発により、会員カード機能や、アカウントを通じたオーダーシステムなどがあります。</p>



WeChatの記事投稿（ファンに深い情報を届ける）

大丸松坂屋百貨店の例



記事をまとめて投稿。

週あたり1~8件まで可能

だが1~2件が最適

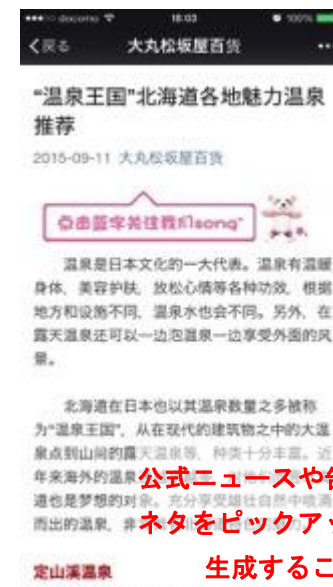
（サービス号の場合）



記事詳細への遷移

管理画面からテキスト・写真・

動画などアップロード



生成することも可能

フォロワー＝既存顧客（すでに来店/使用を経験）、潜在顧客（誰かにシェアされてフォローした）です。LINEと同じように、フォロワーに対してはダイレクトメッセージが可能です。

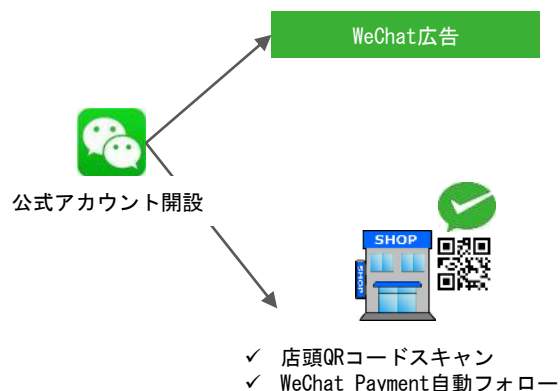
- ・ 中国人顧客に知ってもらいたい最新のニュース
- ・ 新しい商品やサービスのPR情報
- ・ 心をつかむ写真や動画
- ・ 販促やイベントの情報

こういった情報を、毎週ダイレクトに届け、ファンのロイヤリティ向上・クチコミ醸成が可能です。



WeChatにおける展開と事例

1st STEP フォロワー獲得



2nd STEP 記事配信・共有



記事配信



記事転送

3rd STEP 来店・リピート



見込顧客の来店

来店者への
転送キャンペーン

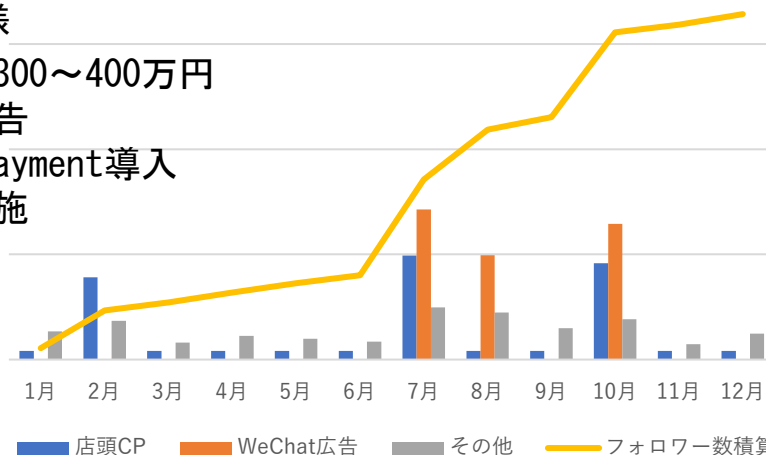
【WeChat運用の考え方】

- ① フォロワー獲得施策実施→フォロワー獲得
- ② 獲得したフォロワーへの記事配信
- ③ 見込顧客の来店＋体験の発信

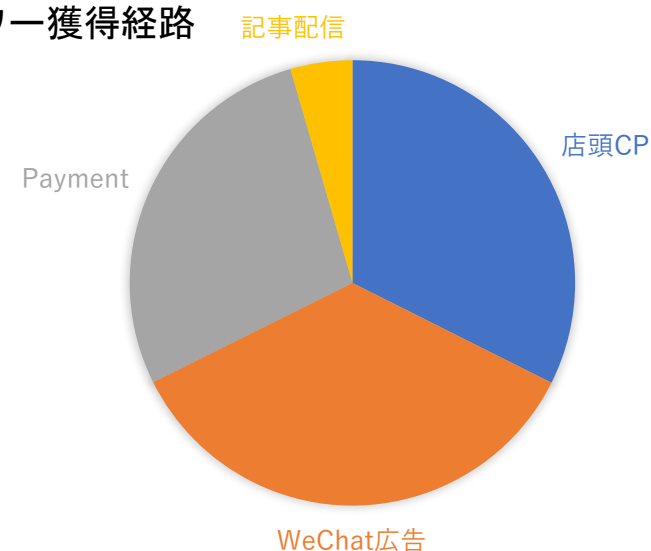
アカウント運用事例

◆ 大手小売業様

- 年間予算300～400万円
- WeChat広告
- WeChat Payment導入
- 店頭CP実施



フォロワー獲得経路





WeChatPayと公式アカウントの連携

WeChatPayを導入済みの企業例



[WeChat Payment (ウィーチャット ペイメント)] 都内3,500台のタクシーでも使えるように!

都内最大丁のタクシー会社である日本交通グループのJapan Taxi株式会社は、2017年1月27日よりWeChat Payment (ウィーチャット ペイメント) の決済サービスの導入を開始しています。

これにより、東京都23区、武蔵野市、三鷹市で運行するタクシー全車約3,500台においてWeChat Payment (ウィーチャット ペイメント) が利用可能になりました。

このほかにも2017年1月23日より、小山急百貨店・新宿店の化粧品売り場や、グランビスタホテル&リゾートの運営する合計9のホテルやレストランにWeChat Payment (ウィーチャット ペイメント) が導入開始されています。

また、2016年6月1日より、羽田空港の案内線および国際線ターミナルにある一部の店舗でもWeChat Payment (ウィーチャット ペイメント) による決済が可能になっています。

[Allpay (アリペイ)] 全国のローソン12,839店舗で利用可能に! 関空・旭川空港でも

りんくうプレミアム・アウトレット」では2016年11月7日から、「御座場プレミアム・アウトレット」では2016年11月28日からAllpay (アリペイ) の導入が開始されました。

関西国際空港では、2016年9月24日より、国際線出国エリア8店舗で、Allpay (アリペイ) の導入を開始。10月下旬までには他のエリアを含む約150店舗は全てに対象エリアを拡大しています。

ローソンでは、2017年1月24日より店舗全店 (12,839店、2016年11月末現在) でAllpay (アリペイ) の導入を開始し、また、旭川空港でも2017年1月26日より旭川空港のターミナルビルの7店舗でAllpay (アリペイ) の導入を開始しました。



公式アカウントを通じて潜在顧客・見込顧客と繋がり情報発信、中国国内でWeChatによる拡散を行うことで新規顧客、リピーターの獲得を行うことが可能。さらにWeChatPaymentと連携させることで決済者に**貴社公式アカウントのフォロワー化するための自動推薦が可能!**



WeChatフォロワー獲得基本パッケージ

- シェアエコノミーが普及する中国ならではの共有端末経由で、狙った属性のユーザーを効率的にフォロワー化できます。WeChat認定媒体として中国国内の多数ブランドが活用しています。

選択できるフォロワー獲得媒体

駅の共有充電端末



共有体重計デバイス



Wifiスポット接続時



フォロワー獲得単価60円

無料クレーンゲーム



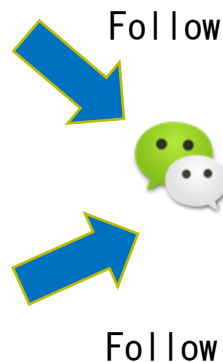
無料ティッシュ配布端末



無料写真プリンター



フォロワー獲得単価50円



Point①

性別・エリア・端末設置ロケーション等の指定を行うことで、フォロワー化したいターゲット層の獲得が可能。

Point②

月あたり最低出稿金額10万円
×12ヶ月の定額出稿で
効率的にフォロワーを獲得。
年間最低獲得フォロワー1万名以上を保証。

※平均的に獲得フォロワー数から50-70%
程度のフォロー解除があります。

Point③

統一されたUIでクリエイティブ作成不要。アカウント紐付け設定のみで手間のかからない出稿を実現。

配信記事閲覧数が右肩上がりに



WeChat公式広告 | バナー広告

WeChat内の有力アカウントのネットワークに出稿し、目的に応じた出稿形式を選択していただけます。
全WeChatユーザーを詳細にセグメンテーションし、自社に適したユーザーへ配信可能です。



1 外部URLへリンク

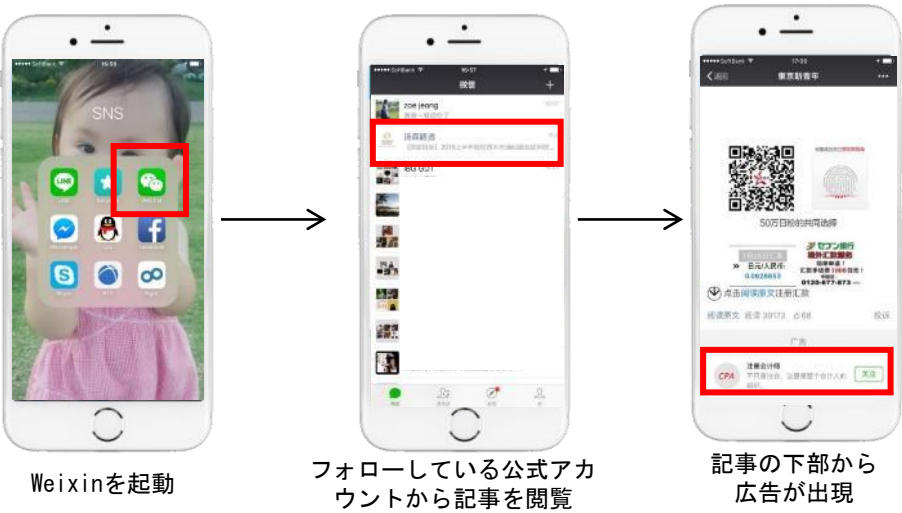
2 公式アカウントのフォロー

3 アプリのダウンロード





媒体の露出イメージ



公式アカウントバナー広告規格	
フォーマット	① 外部URLへのリンク ② フォロワーボタン追加 ③ アプリダウンロードボタン追加
入札形式	CPC入札
クリック単価想定	13円～30円
CTR想定	0.8% - 1.4%
フォロワー単価想定	200円～450円 (フォロワーボタン追加の場合)

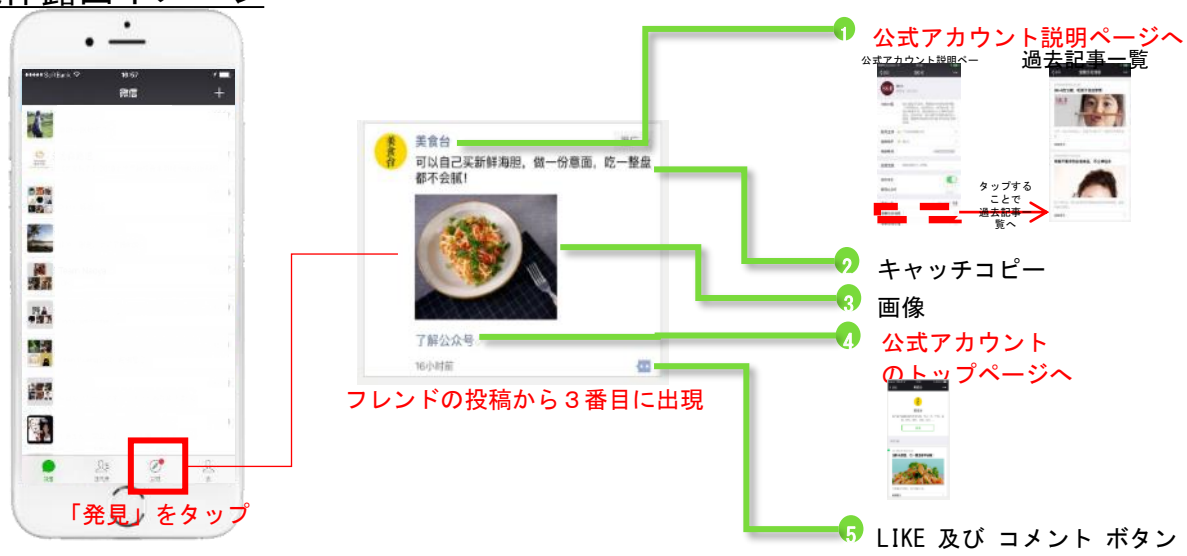
注: 全ての数字は予測・参照ベースであり、実際は入札形式のため、数値は変動します



WeChat公式広告 | モーメンツ（フィード） 広告

モーメンツ（朋友圈）とはWeChat内のSNS機能で自分の近況や気に入った記事をウォールに投稿できる、メッセージ機能と並びアクティブ率の高い機能です。公式アカウントがあればフィード広告の配信が可能です。

媒体露出イメージ



訪日中国人に限定した
広告配信も可能！

モーメンツ広告規格（フォロワー促進型）	
入札形式	CPM
CPM単価	価格表ページをご参照
CTR想定	1.7% - 3.3%
フォロワー単価想定	300円～700円

注：全ての数字は予測・参照ベースであり、実際は入札形式のため、数値は変動します

価格	画像広告(CPM 人民元)	動画広告 (CPM人民元)
コア	150	180
メジャー	100	120
その他	50	60

*コア： 北京、上海
*メジャー： 広州、成都、深セン、杭州、武漢、蘇州、重慶、南京、天津、西安、瀋陽、長砂、青島、寧波、鄭州、大連、アモイ、済南、ハルビン、福州



テンセントと提携をしている使用頻度の高いアプリをアドネットワーク化し、高品質なトラフィックを提供します。
仔細に設定したターゲットユーザーから、Webサイトへのトラフィックを集めたいときに最適です。



100,000+

登録アプリ数

75%

トップアプリ比率

8億

モバイルユーザー数

15億

日次インプレッション



ターゲティング

QQ、Weixinのユーザーデータに基づいた多様なタグで正確なターゲティングを提供。
配信ターゲットとCPCによる入札を行い、予想コンバージョンが最も高いセグメントをシュミレーションを基に配信。



最適化

動画配信やアニメーション、HTML5などの多様なフォーマットが出稿可能で、クリエイティブのポテンシャルを最大限発揮可能。



不正検知

40以上の評価基準と100に近いルールからオンラインとオフライン状態を検知し、不正のないリアルなトラフィックを提供。無効と判断されたインプレッションは課金対象にならない。



スペクー一覧



フォーマット	参考デリーインプレッション	参考平均CPC	広告位置	リンク先
640px x 100px : 画像	2億	0.02 USD	スクリーン下部バナー	任意のURL または アプリストア iOS⇒アップルストア Android⇒YingYongBao
72px x 72px : 画像+テキスト	1.3億	0.02 USD	スクリーンバナー	
72px x 72px : 画像+テキスト	2千万	0.01 USD	インタースティシャル インタラクティブ	
テキスト	9千万	0.01 USD	スクリーンバナー	
640px x 1136px : 画像	2.5百万	0.03 USD	フラッシュスクリーン画像	
640px x 1136px : 画像+テキスト	1.2百万	0.03 USD	フラッシュスクリーン画像	
640px x 950px : 画像+テキスト	1.3千万	0.02 USD	フラッシュスクリーン	
320px x 480px : 画像+テキスト	2百万	0.01 USD	フラッシュスクリーン	
画像	2.2千万	0.01 USD	インタースティシャル	
画像	2.7千万	0.03 USD	フラッシュスクリーン	
画像 (大)	1.6千万	0.02 USD	インタースティシャル	
ネイティブ広告	2.8億	0.02 USD	モバイルネイティブ広告	

配信面の例

バナー



フラッシュスクリーン



インタースティシャル

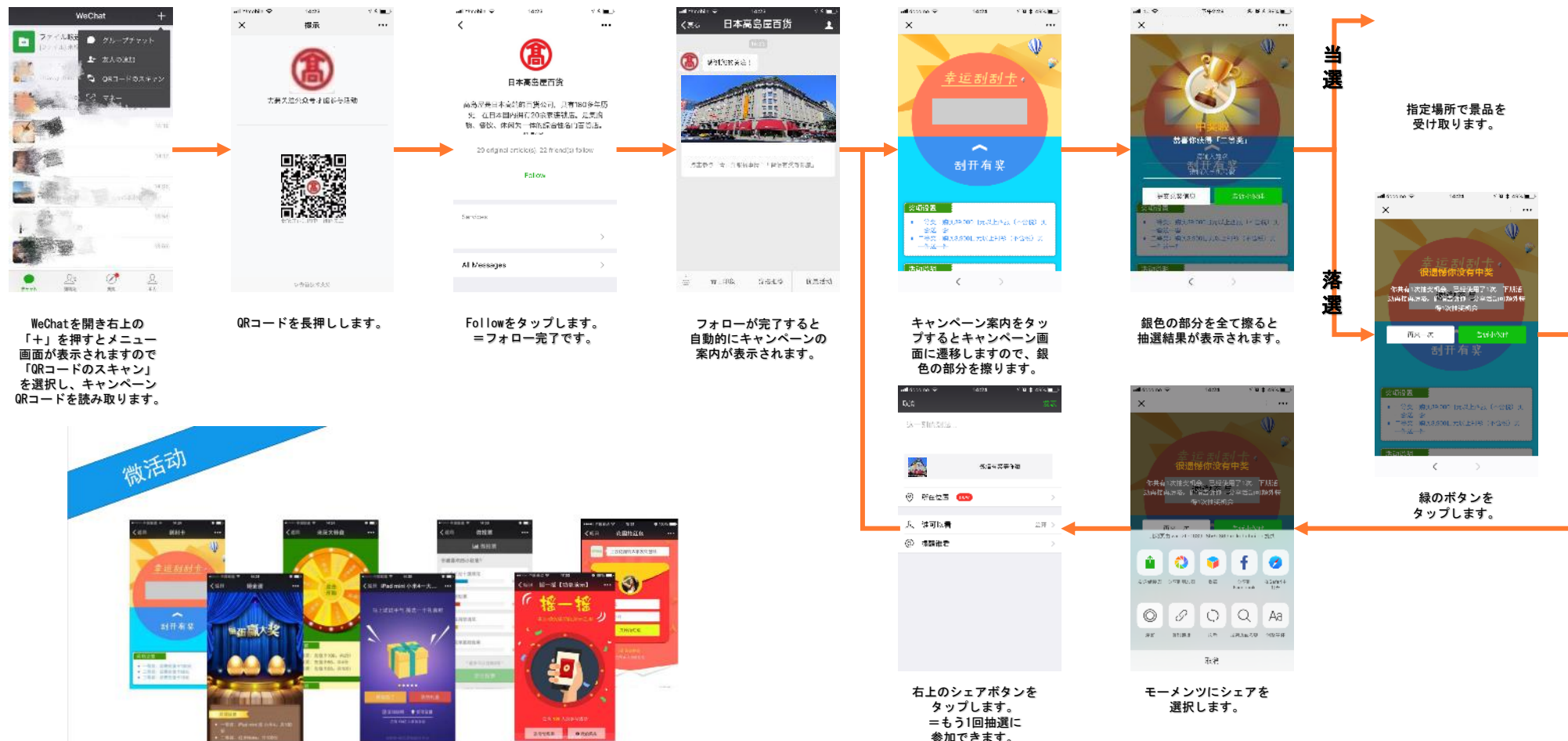




WeChatキャンペーン（システム構築・運用）

中国国内No.1の導入実績を有するWeChatキャンペーンシステム「ウェイダー」と日本総代理契約を締結しています。ルーレットやスクラッチ、タマゴ割りゲームなど様々な抽選キャンペーン機能を有しており、年間費用を支払えば何度でもキャンペーンを行うことが可能です。

■ キャンペーンフロー（イメージ）

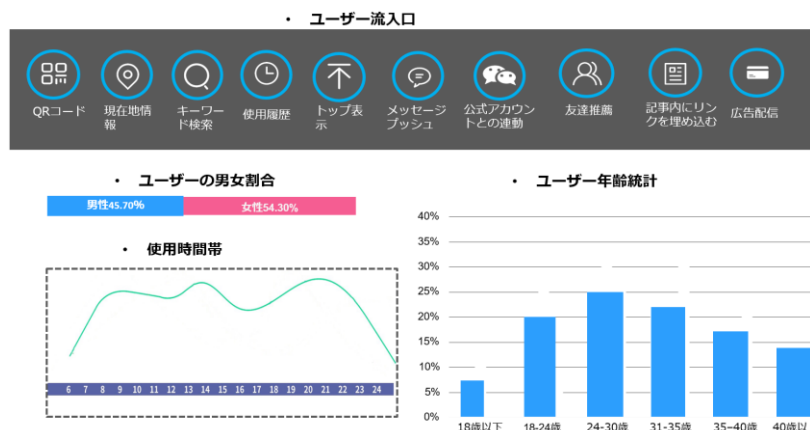




WeChat ミニプログラム

加速度的に普及し、中国人スマホ利用の
重要プラットフォームとなっているWeChat ミニプログラム。

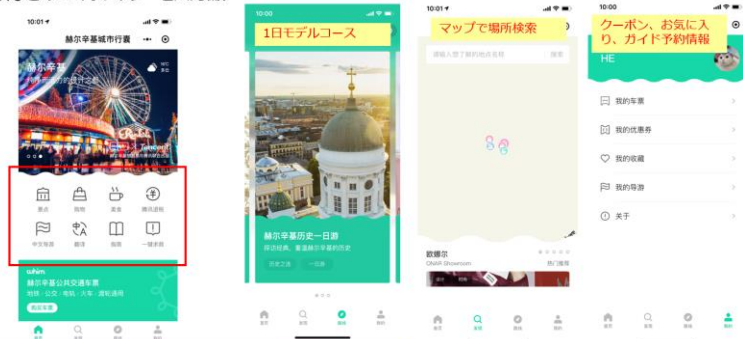
WeChat公式アカウントと高い連動性を実現。
(動画にて事例をご紹介)



観光情報、ユーザー投稿型メディア、小売店舗、EC等多種多様な
ミニプログラムの開発・運用が可能。

観光スポット、ショッピング、グ
ルメ、中国語ガイドサービス、翻
訳などのFIT向けのサービス完備。

海外旅行なら、ご当地のミニプログラム1つで完結で
きる。



＊スマホ中心に生活している中国ユーザーにとっては使用体験が良い。



さらに、解析タグを埋め込めば、公式アカウント
フォロワー・Payment利用者・ミニプログラム流
入ユーザーを横断的にデータ解析が可能。



アカウント運用については2つのプランをご用意しております。
貴社のニーズに応じてお選びいただけます。

No.		カテゴリ	実施項目	費用（税別）	備考
1	WeChat	アカウント開設	日本企業アカウント認証	15,000円	➤ 年間認証費用としてアカウントを所有する限り毎年必要となります。
2			開設業務	350,000円	➤ 開設に関する一切の業務（申請手続き・メニュー設定作業等を含む）を実施いたします。 ※運用委託の同時ご発注で15万円お値引きします。
3		アカウント運用	アカウント運用基本プラン （月4回の記事配信＋定例会の実施＋フォロワー獲得基本パッケージ）	400,000円/月	➤ 月4回までの記事配信（月合計8本） ➤ コンテンツの企画・記事制作・日本語サマリー提供を含む ➤ 運営レポート提出 ➤ 月次定例会（活用促進やマーケット動向の共有・販促手法提案） ※オンラインミーティングの場合あり ➤ 問い合わせ対応 （月20件を上限 定常的に超える場合は別途御見積） ➤ フォロワー獲得基本パッケージ（共有端末広告出稿）として10万円/月の広告費を含みます。 ※年間新規獲得フォロワー1万名保証
4			【オプション】 中国人ライター取材対応	50,000円/回	➤ 1日の取材となります（最大2記事分作成） ➤ 取材に係る交通費等は別途頂戴いたします

※1. 6ヶ月契約の場合、運用サービス月額税別45万円（うち広告費は10万円）となります。
※2. その他広告出稿、キャンペーンシステム構築・運用、クリエイティブ制作、ミニプログラム開発・運用については、ヒアリングの上、別途お見積りいたします。

2 Weibo



中国のミニブログサービスプロバイダーで、中国本土・香港・台湾やその他多くの在中国人のいる国で幅広く利用されている巨大SNSです。

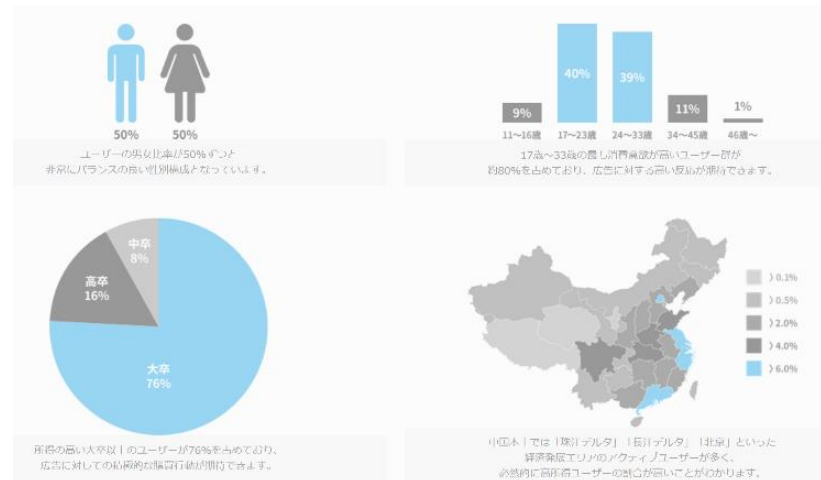


【Weiboの特徴】

- 即時に大多数のユーザーに情報拡散が可能
- ゆるい関係で繋がっている
- キャンペーンのプラットフォームなどユーザーが情報をオープンに取得可能
- コメントなどユーザーから実際にもらえ、マーケティングに活かす事が可能
- ユーザーが転送する事で更に二次、三次転送が生まれ、情報が無制限に拡散

活用方法

- ◆ 企業の認知度向上とブランディング
- ◆ 新商品の告知、キャンペーンやイベント情報の拡散
- ◆ 他サイトへのトラフィック獲得
- ◆ ユーザーの生の声が聞ける



Weiboユーザーはテキスト140文字・画像・動画などを投稿でき、ユーザー同士の投稿の共有などソーシャルネットワーク機能を利用できます。



Weiboの活用方法とアカウントの種類

Weiboは、友人とのコミュニケーションツールとしての利用や、企業が発信する情報、最新のトレンド情報などの口コミが投稿されているため、あらゆる情報収集の手段として活用されています。最近ではECサービスとの連携により、Weibo上で決済(アリペイ)が可能となっていることから、プロモーション&EC展開がワンストップで展開できるメディアとなっています。



新浪日本資料より



【一般アカウント】

テキスト140文字、画像、動画などを投稿でき、ユーザー同士で投稿を共有するなどSNS機能を利用できます。



【企業公式アカウント】

企業が取得可能なアカウントで、取得するとWeiboのアカウント名の横に青い「V」が表示され公式である表示がされます。

※人気ブランドなどは偽のアカウントが多く存在するため、企業によって認証された公式のアカウントから情報発信することはユーザーからも信頼されるため、非常に重要な要素となります。
また一般アカウントとの大きな違いとしては、自社アカウントのデータを分析することが可能なため、そのデータをマーケティングデータとして活用できます。



【個人認証公式アカウント】

有名人や企業の役員クラスが取得することが可能なアカウントで、取得するとアカウント名の横に黄色い「V」が表示されます。

※所属証明や名刺、在職証明など必要書類を提出する必要があります。
既に獲得済みのフォロワー数、フォロー数、投稿数などの最低獲得数の制限があります。

企業公式アカウントの取得

企業公式アカウントと非公式アカウントの違い

- 企業公式アカウントを取得すると未認証アカウントでは利用が制限されていた機能が利用できます。

例)

Weiboアカウントページのカスタマイズ

イベントの実施

決済機能を利用したEコマース展開

各種広告配信サービスなど

※ブランディングやプロモーション、販売促進、リサーチなど

様々なビジネスシーンで活用できる機能が利用できます。

- 企業公式アカウントを取得すると自社アカウントの分析機能が利用できます。これらのデータを基にWeibo運用のPDCAを実施します。

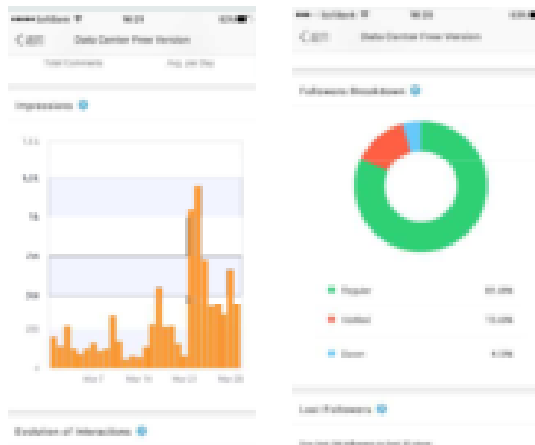
例)

フォロワー分析

アカウント分析

投稿分析

キーワード監視など(有料)



企業公式ページイメージ

企業情報

イベント情報

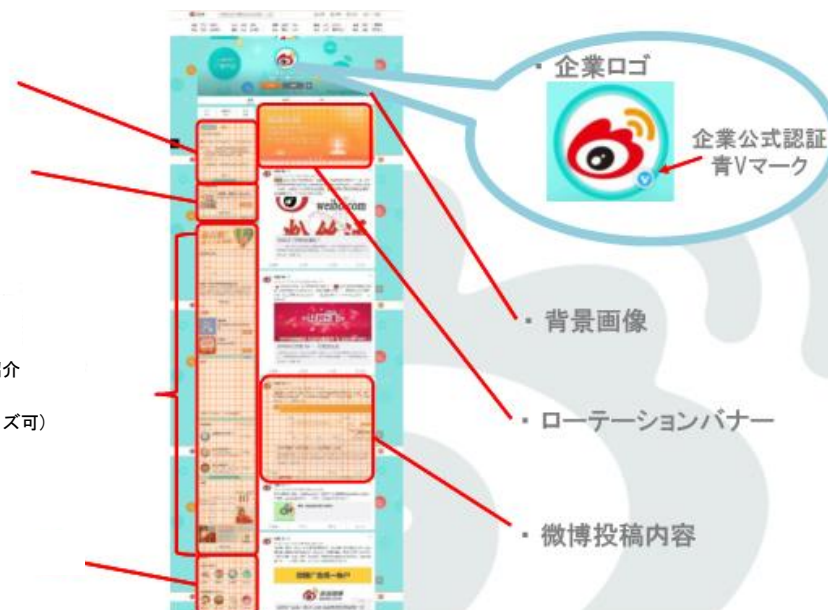
イベント情報

クーポン情報

代表/スタッフ紹介

動画 (カスタマイズ可)

関連アカウント



企業公式アカウントでは企業の最新情報、新商品、イベント・クーポン情報などを掲載し、情報を拡散させることにより集客や販売促進を図ることが出来ます。



Weiboインフィード広告

性別・年齢・地域・趣味など細かいセグメントが可能で、ピンポイントでターゲティング配信ができるCPM保証の広告メニューです。※CPMは、セグメントにより変動します。**出稿費用は50万円～**です（運用手数料込）。

テキスト×動画



テキスト×画像



テキスト×アプリ



※フィード形式は、以下3パターンあります。
※ターゲティング設定したユーザーのタイムラインにフィード広告として配信されます。

【フィード広告イメージ】



【セグメント】

	アカウント指定	アカウント指定 出稿先のユーザーを指定することができます。 特定のユーザーのフォロワー群にリーチさせたいときに設定します。
	年齢	年齢 〇〇歳～〇〇歳設定可能
	性別	性別 男/女/指定なし
	エリア	エリア 中国国内エリア各省、各市（2、3級都市まで）、各商圏等ごとに設定可能/海外（国別）/指定なし
	趣味	趣味 IT/映画・娯楽/スポーツ/金融/文化・出版/教育/留学/デジタル/家電・美容・化粧/ゲーム・漫画/不動産・リフォーム/旅行・ホテル/ビジネスサービス/車/生活サービス/レストラン・食品/アパレル/育児・幼児玩具/高級品/貿易/その他 キーワード入力によるターゲティング ※上記のタグ、もしくはフリーワードを選択いただけます。（フリーワードはAND検索でご選択可能です）
	デバイス	デバイス PC/iOS/アンドロイド/その他デバイス（ipad…）
	時間	出稿時間 1時間単位で設定可能
	価格	出稿価格 1日の出稿上限価格が設定できます。
	単位	入札価格（単位）設定 入札価格は、CPE・CPMからお選びいただけます。 ※CPE…いいね・シェア・コメント・お気に入り追加・フォロー追加1件ごとの単価



年齢・性別・エリア・趣味嗜好など、ターゲティングが絞られ、更に競合アカウントに貴社の情報発信が可能です



Weiboキャンペーン

Weibo専用のキャンペーン機能で参加者を公式アカウントのフォロワーにすることが出来ます。

※キャンペーン機能の仕様はWeiboにて随時変更されます。

【メリット】

- ① 拡散力が強い
- ② 公式アカウントの自動フォローや自動シェアの設定が可能です
- ③ 参加人数などの統計を出すことが出来ます
- ④ キャンペーン終了後、システム経由で当選者に連絡が可能です

【デメリット】

- ① 運営側で当選者を選ぶことは出来ずシステムで自動的に当選者を選びます。
- ② 実施期間は30日以内となっております。

【事例紹介】



Weibo活動第一弾 期間：8月18日～9月10日
 キャンペーン投稿PV：9.8万
 キャンペーン投稿シェア：947
 参加人数：1,707人



ランキング
上位に露出

Weibo活動第二弾 期間：9月16日～10月15日
 キャンペーン投稿PV：484万
 キャンペーン投稿シェア：60,748
 参加人数：66,931人



Weiboにおける情報拡散（定額オプション）

- Weiboにて訪日層・日本関心層から高い支持を得る **日本情報専門KOL**から、月に1回宣伝したい記事を **拡散できます**。KOLは毎月30程度のアカウントの中から選択可能です。

<KOL例>



日本流行毎日速報

基本情報

日本での流行情報、ファッション、食、スポットなど幅広く情報発信。

フォロワー数 317万人
平均PV数 40万



种草少女寒寒

基本情報

ファッション・コスメ・スポット

フォロワー数：81万人
平均PV数：20万



日本のガールズ情報を積極的に発信。



拡散手法

- **日本情報通が支持するKOLから発信し、多くの日本訪日層・関心層に情報リーチ。**
(フォロワーは「日本好き」)

媒体：Weibo

内容：

- ・ ご提供頂いたコンテンツ
- ・ 弊社にて記事化したコンテンツ
- ・ 公式アカウントにて配信した記事のリツイート（オプションとして特派員による体験取材によるコンテンツ制作も可能）

写真（9枚まで）+記事、または、動画（1点まで）+記事

配信回数：

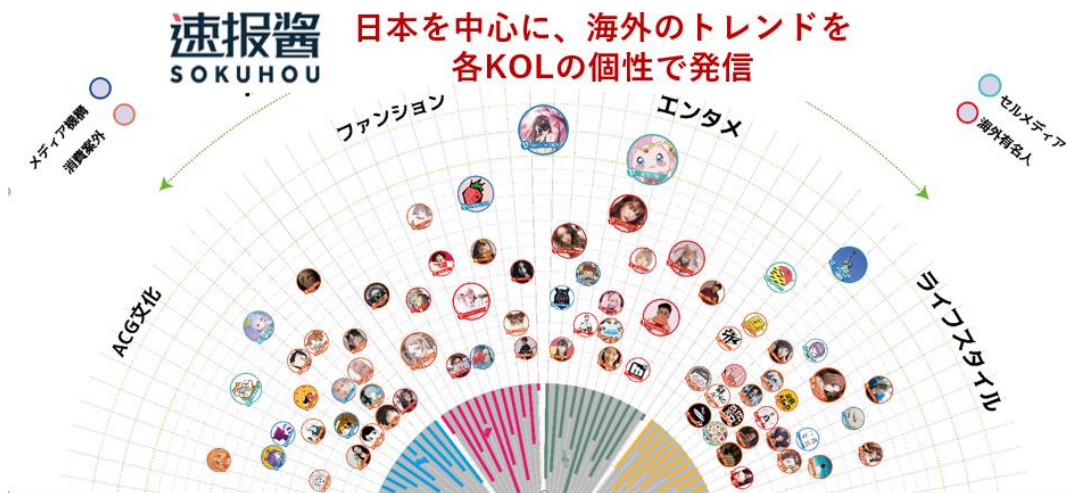
1回/月（アカウントは毎月選択可能）

●記事配信イメージ



ハッシュタグの指定や、公式アカウントのタグ付け（@マーク）など、貴社アカウントとの連動も可能。

- 中国SNS最大の日本情報系KOLのネットワーク「速報醬」のリーチ力と、
当社の企画・取材能力を掛け合わせ、中国人インバウンド向け広告宣伝を高効率化。



圧倒的な日本関心層へのカバー力と影響力

150アカウント超

「速報醬」所属KOLの数
(専属・提携含む)

5,000万名超

所属KOLの
合計フォロワー数

20億PV+

月間コンテンツ
閲覧数

1位

新浪微博 (Weibo)
海外MCNランキング
* 全ジャンル総合ランキング12位

日本情報・在日中国人KOLのナンバーワン組織

トップKOL



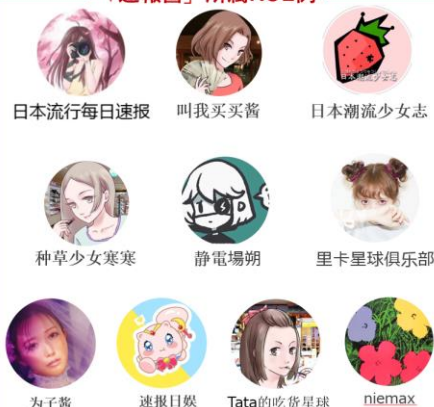
準トップKOL



人気KOL



「速報醬」所属KOL例



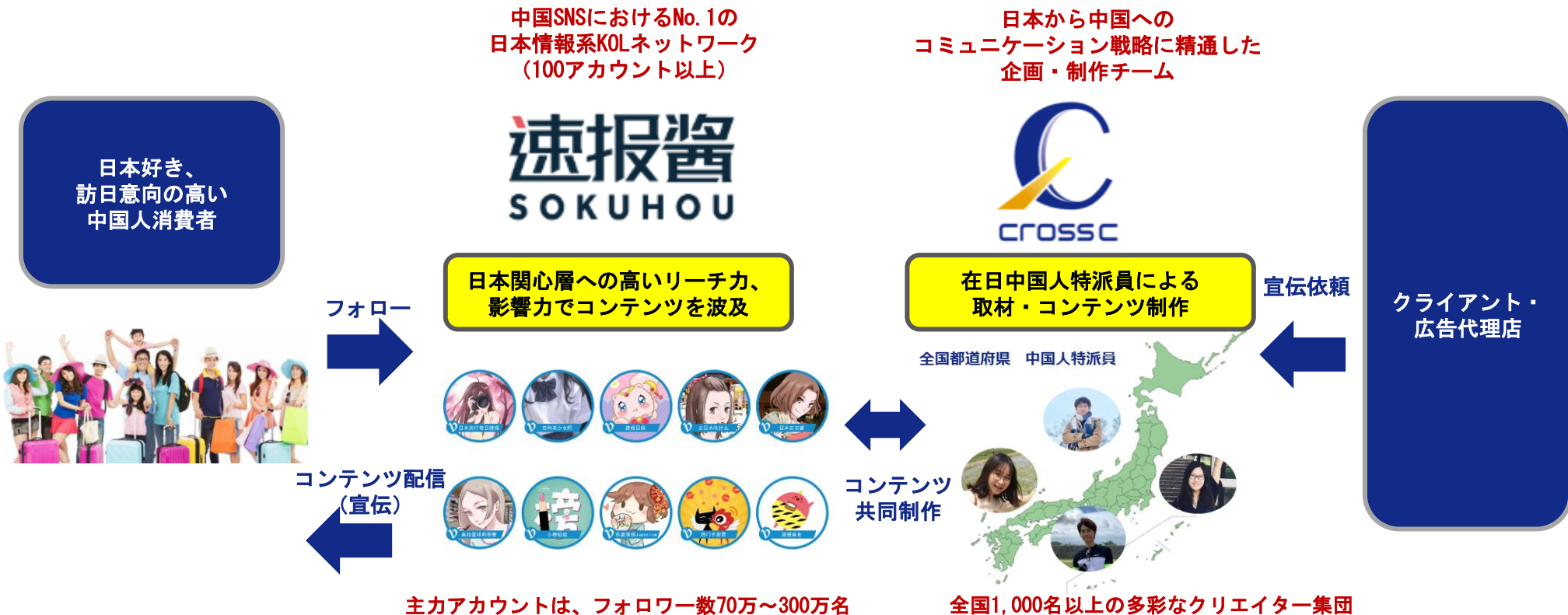
各KOLの個性に応じたコンテンツ配信で 日本商品・サービスの消費を最大化



* クロスシーは「速報醬」所属以外のKOLとも提携しております。

速報醬とアンバサダーの連携施策

- 中国SNS最大の日本情報系KOLのネットワーク「速報醬」のリーチ力と、アンバサダーの取材によるコンテンツをかけ合わせ、中国人インバウンド向け広告宣伝を高効率化。



クライアント（ブランド・店舗等）の特長や宣伝したい内容を、中国人消費者心理に合わせてコンテンツ化し、日本ファンへ情報拡散。



料金表	実施項目	費用（税別）	備考
アカウント開設	開設業務一式	250,000円	➤ 開設業務にかかる素材はご提供いただきます
アカウント運用 ※1年契約の料金となります。	スタートアッププラン	150,000円/月	週1回配信のミニマムプラン
	レギュラープラン	300,000円/月	週3回まで配信可能 + 定例会によるプランニング・オンサイトサポート実施
【オプション】	日本情報専門KOL定額パッケージ	300,000円/月	推奨 アカウント運営限定特別価格 月に1度、選択したKOLから宣伝したい情報を拡散します。 アンバサダーの取材及びコンテンツ制作も + 50,000円/月で実施可能。 リツイート実施 記事の閲覧数は10万PV以上

※6ヶ月契約の場合、スタートアッププラン月額20万円、レギュラープラン月額35万円となります。

運営・管理	スタートアッププラン	レギュラープラン
記事配信回数	1回/週	3回/週
コンテンツ企画相談	※投稿用素材はご提供頂きます	※投稿用素材はご提供頂きます
コンテンツ作成・配信（素材の編集は別途お見積り）	●	●
著作権管理業務	●	●
不正アクセス、ネガティブコメントチェック	●	●
ユーザーコメント、メッセージ返信（FAQによる対応）	●	●
運営レポート提出	簡易版数値報告	●
定例会開催 運営改善・販促手法相談		●

3 RED (小紅書)



• 小紅書（RED）とは？

小红书

2013年に創設された小紅書（RED）は、主に美容・ファッションなど女性のライフスタイルやアイテムの情報に特化し、ユーザーのオリジナルコンテンツが数多く掲載される消費者クチコミ+ECメディアとして世界最大規模の影響力を有する。

AIによって、各ユーザーの「興味がある物」を自動的に分析しレコメンド。また、情報が溢れた中国SNS社会において、「リアルな体験者の声」を検索し、投稿するメディアとして女性たちの必携APPとなっている。

女優やモデルたちも小紅書にアカウントを保有し自分たちのハイエンドな私生活やおすすめ商品などを紹介しており、消費者の新しいトレンドやクチコミ発のヒット商品が日々生まれている。

2019年5月時点で、ユーザーは2.5億人を超え、MAU(月間アクティブユーザー)は8,500万、そのうち90年代生まれ（90後）が7割を占める。

- **【利用者層】**
一番社交力と消費力がある若年層
(1990年代、2000年代の若者に多く支持されている)
- **【利用場面】**
ライフスタイルや様々な口コミをシェア！消費者に様々な情報を共有
- **【投稿内容】**
可愛い物、身近な様々なカテゴリー
- **【利用目的】**
実際に使用した人たちが口コミを投稿！
リアルな情報が確認出来ると多くの支持者が存在



- 「小紅書」内のブランド公式認証アカウントはユーザーページに” 品牌账号” (ブランドアカウント) 表示される。
→アカウント及び記事の信頼性を示すことが出来る。
- 検索ページやブランドに関する話題のページなど様々なところから露出される。
→ユーザーがブランドのオフィシャル情報やクチコミ情報に多様な接触点を持つ。
- 管理画面にて、コンテンツのリーチ（露出数）・エンゲージメント（投稿閲読数）・シェアなどのデータが確認できる。
→コンテンツマーケティングに活用できる。
- 公式アカウント毎のハッシュタグを設けて話題性を出すことが可能。
→ハッシュタグを使用した話題に沿って投稿が出来る。
KOLやマイクロインフルエンサー施策との話題の連動性を作り出しやすい。
- 「小紅書」内の公式広告枠の出稿が可能。
→アカウント開設ならではのメリット
- フォロワーとインタラクティブなコミュニケーションを取ることができる。
→割引クーポン等の販促ツールを使った新規フォロワー獲得やユーザーロイヤリティの向上に結びつける。



④小紅書ブランドオフィシャル店

文章内に露出している商品に興味を持ったユーザーがそのまま小紅書上で購入可能。小紅書ブランド旗艦店への入り口が正面に表示される。
※別途、出品に関する契約が必要。



①ブランドトップページ

トップページ画像：タップすると写真が大画面で2枚まで表示される。

②公式アカウント承認ロゴ

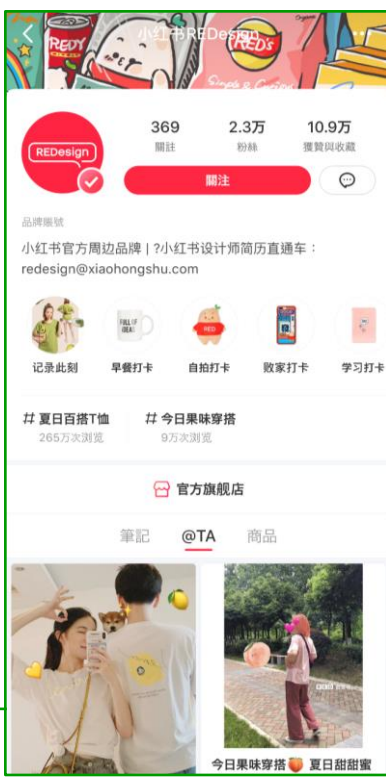
公式アカウントがある事で商材に対する信頼性・安全性を確保。

③ブランドピック (#)

ブランドピック（話題）を作り出し、閲覧数等を管理することが可能。

⑤UGC（ユーザーが制作して投稿したコンテンツ）内容

ユーザーが投稿した記事で公式アカウントにタグ付したコンテンツが並んで表示される。
KOLをはじめ、ユーザーによる投稿・拡散を促進。



『公式アカウント』では、画面の中央部に「官方旗舰店（オフィシャル旗艦店）」が配置され、より目立つようなデザインとなっている。その下には、ブランドが発信する「投稿記事（Posts）」と、ユーザーが投稿する「@TA」のコンテンツが並んで表示される。

- ブランド・店舗として伝えたい情報をファンに向けて発信することに加え、KOLやマイクロインフルエンサー・一般ユーザーからのクチコミを集積し、「小紅書」での検索やリンク遷移など様々な流入導線を構築。

記事作成

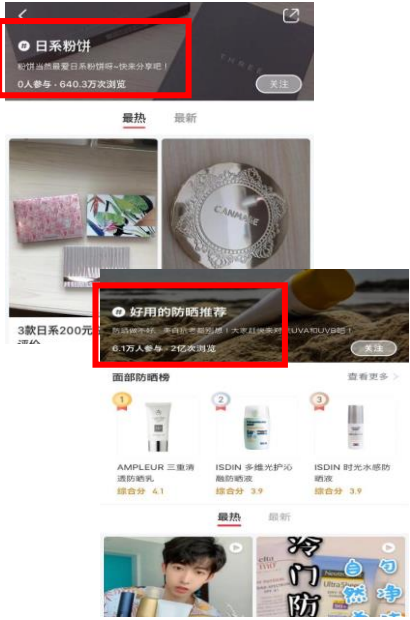
ハッシュタグの運用

KOL/マイクロインフルエンサーとの連動

キャンペーン



「小紅書」のトレンドに応じた貴社専用のハッシュタグを提案し、配信記事の特性に合わせて付与。



「小紅書」専用で作成したオリジナル記事
+
WeChatやWeibo、インスタグラム等SNS記事・画像を元に「小紅書」用にリライトする記事



拡散された記事と連動したプレゼントキャンペーンの展開によりフォロワーを確保。



KOLやマイクロインフルエンサーによる貴社紹介コンテンツにて、アカウントタグ付け・ハッシュタグを付与を指示することで、公式アカウントとの連動性を実現。

• ①ディスプレイ広告



広告位置

- アプリ起動画面（アプリを起動した際に広告が表示される）

広告形式

1. 一部画面・静止画
2. 一部画面・GIF画像
3. 全画面・静止画
4. 全画面・GIF画像・動画

費用算出方法

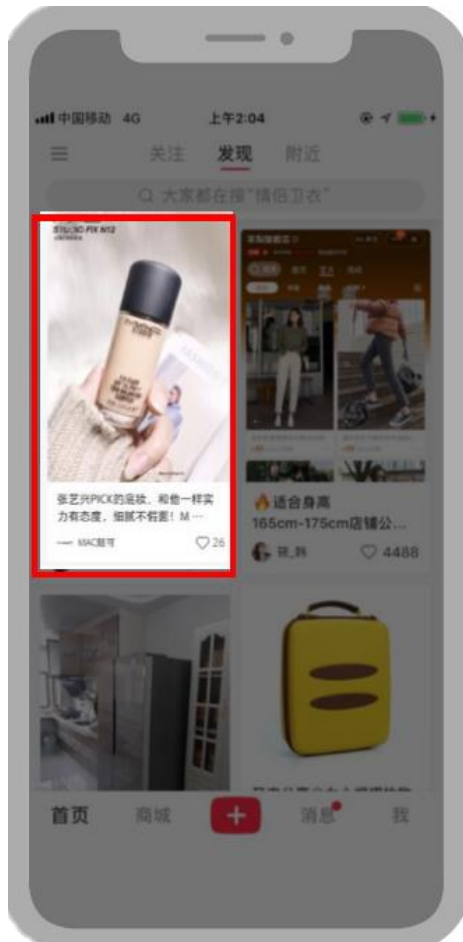
- CPT (COST PER TRY)
- 予め価格で設定可能である。その他1日単位、1週単位で購入できる。

備考

- 静止画は3秒、GIF画像は4秒、動画は5秒後にスキップボタンが表示されサイトを飛ばすことができる。
- 中国祝日やイベント日（例：ダブルイレブン・バレンタインデー）は価格の変動が起こりうる。
- 期間限定商品などは施策時期と合わせる。
- アプリ内のページ先に飛ばせる。（左図参照）

価格：¥23,000,000~

• ②フィード広告



広告位置：メインページ

広告枠：上から数えて6、16、26、36、46番目の記事枠

広告形式：記事投稿型

費用算出方法

- 6枠目：CPD (COST PER DAY) まずはお試しから！
- その他枠：CPM (インプレッション単価) 予め価格設定を行う。

備考

- メインページにおいて、ターゲットに合ったユーザーに対して表示される。
- ターゲティング：性別・年齢・都市
- 商品をPRしたKOLによる投稿ページも設定可能である。

価格：¥500,000~
(チャージ制)

• ③話題ワード枠



広告位置

- ホットワード2位
- ホットワード3位
- ホットワード5位

広告形式

1. ワード

費用算出方法

- CPT (COST PER TRY)
- 1時間単位から設定可能である。

備考

- ブランドの話題のページに飛ぶ
- 指定の時間内に指定記事を露出させる。

価格：¥1,500,000~

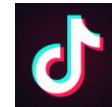
No.		カテゴリ	実施項目	費用（税別）	備考
1	小紅書	アカウント開設	日本企業アカウント認証	15,000円	➢ 年間認証費用としてアカウントを所有する限り毎年必要となります。
2			開設業務	150,000円	➢ 開設に関する一切の業務（申請手続き・メニュー設定作業等を含む）を実施いたします。
3		アカウント運用 ※1年契約の料金となります。	小紅書運用パッケージ	300,000円/月	➢ 基本情報保守・メンテナンス ➢ コンテンツテーマ作成 ➢ 小紅書向けオリジナル記事制作（2本/月） ➢ リライト記事（記事素材に基づいたリライト 4本/月） ➢ コメント対応（ユーザーコミュニケーション） ➢ ハッシュタグ提案・運用 ➢ レポート
4			【オプション】 取材対応	50,000円/回	➢ 1日の取材となります（最大2記事分作成） ➢ 取材に係る交通費等は別途頂戴いたします

※6ヶ月契約の場合、月額運用プランは税別35万円となります。

広告やキャンペーンの運用等については別途お見積りいたします。

4

Douyin (中国版TikTok)



「Douyin」概要



46

Douyin (抖音: ドウイン) はTikTokの中国版です。ユーザーが自由にクリエイティブなショートビデオをプロデュースできるソーシャルネットワークで、中国で今もっとも若年層に愛用されている動画アプリです。



タレントやアイドルにも使われており、多くのフォロワーを集める。



ユーザーの中で90年代生まれの比率は85%、中でも、95年以降・00年以降生まれのユーザーが多くなっている。男女比率は4:6で、一級都市と二級都市のユーザー比率は70%以上となっている。



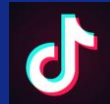
一日の平均再生回数は30億回に到達。簡単なジェスチャーから、パフォーマンスまで、更に最近人気のスタンプ機能も追加。



Douyinを活用した企業キャンペーン

中国国内では化粧品、映画、ゲーム等、企業のキャンペーンがさかんにDouyinで行われている。





Douyinの公式アカウント

- 中国国内では多くの企業が公式アカウントを開設し、日々1分程度の動画を投稿。ファンと「共感」でつながるコンテンツマーケティングを実施。



フォロー数：2.2万
いいね！数：32.9万



フォロー数：89.5万
いいね！数：20.9万



フォロー数：4.2万
いいね！数：24.2万

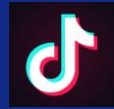


フォロー数：56万
いいね！数：223.3万



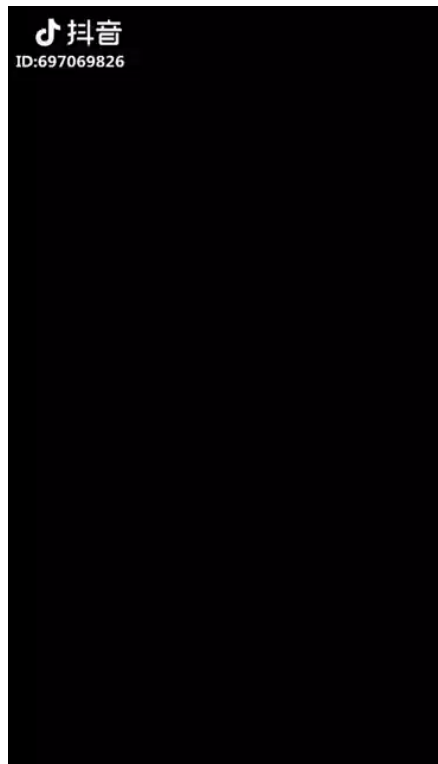
2019年2月、
日本企業で最初のDouyin公式アカウントとして、
大丸松坂屋百貨店のアカウントが公開。

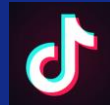
日本経済新聞にて掲載



- ・ 若年層ユーザー×動画コミュニケーションというプラットフォームの特徴を活かし、「共感形成」に主眼を置いた動画配信を行い、さりげなく宣伝につなげている。

公式アカウント動画例：いずれもユニクロ





Douyin公式アカウント機能例

背景

公式アカウント

説明文

新品上线

落地页: ☒

显示名称: 官网链接

链接地址: 官网链接
查看详情 Webサイト
优惠活动 詳細
新品上线 イベント
新商品

联系方式: ☒

显示名称: 官方电话

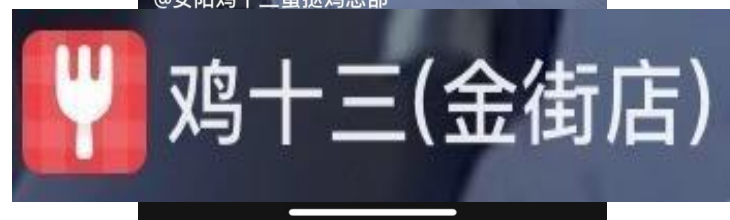
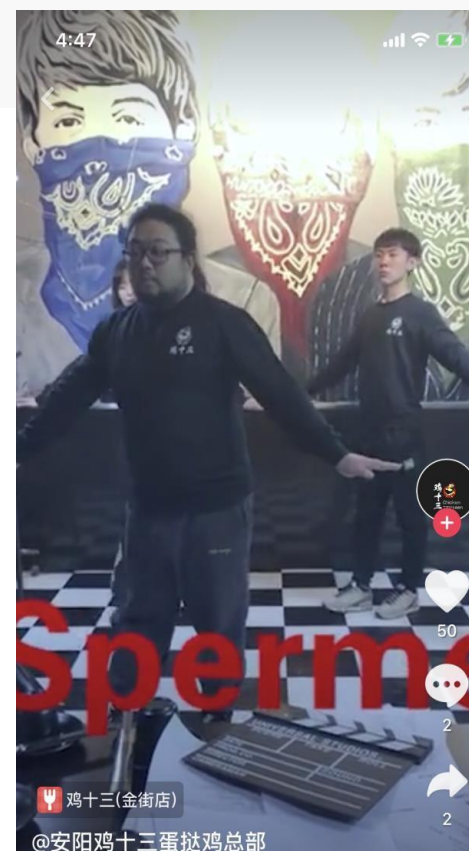
电话号码: 联系方式
官方电话 連絡方法
联系我们 電話番号
お問い合わせ

出来ること

- ① 動画（1分以内）を掲載
- ② Weibo公式アカウントから転送
- ③ Webサイトへアクセス
- ④ キャンペーンページへのリンク
- ⑤ 新商品ページへのリンク
- ⑥ 自動返信設定



機能紹介 | POI（スポット）登録



POI登録にて、
各店舗の情報掲載が可能



クーポン管理/クーポンを作る

クーポンを作る

商品写真

商品图片请上传jpg、jpeg、png文件，大小1m以下，推荐686px*176px分辨率

店舗名

请填写商家名称，最多10个字

店舗logo

商家logo图片请上传jpg、jpeg、png文件，分辨率为132*132，大小1m以下

クーポン名

请填写优惠券标题，最多15个字

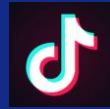
使用条件

简要介绍优惠券的优惠信息及使用范围

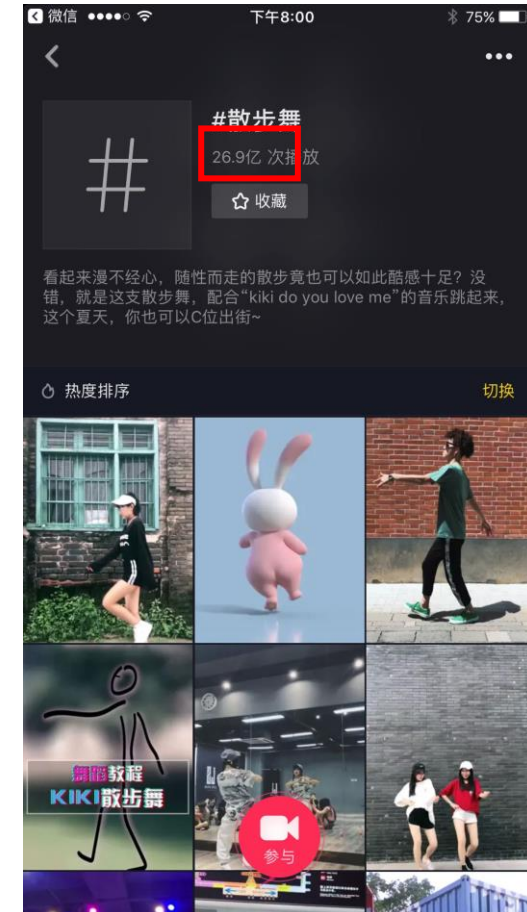
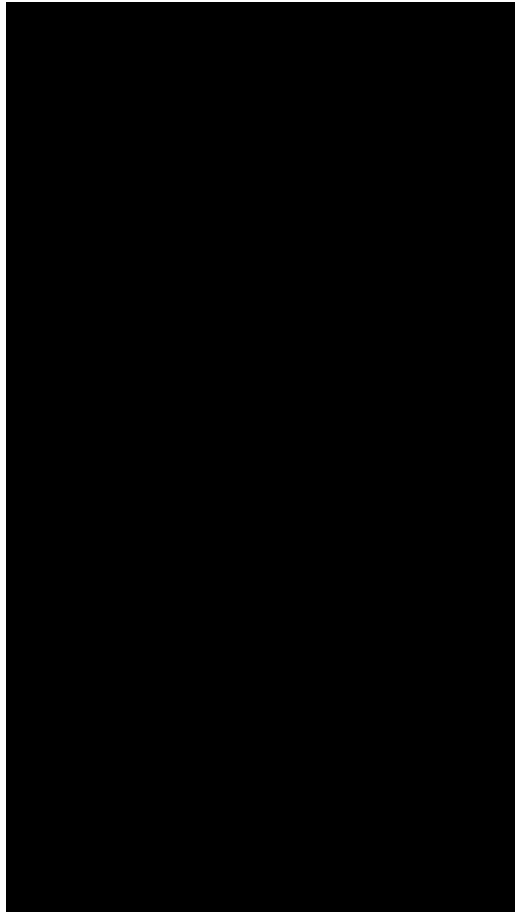
有効期間

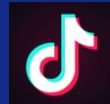
固定日期 领取生效，有效天数

クーポンの設定も可能



Douyinで話題となっているダンスや音楽（BGM）をカバーし、その中で企業の宣伝したいアイテムやスポットを引き立たせる。





商品の映り込みだけではなく、実体験やコーディネート（ハウトゥー）の紹介など、「プロ（企業）」ならではの提案型コンテンツ作成で、ユーザーの関心を集める。





開設	費用（税別）	備考
アカウント開設業務一式	*350,000円（初回）	➤ 開設業務にかかる素材はご提供いただきます。
年度更新費用	*100,000円（年額）	➤ 2年目以降毎年必要となります

※2回までの再認証手続きまでの初期費用に含みます。
※3回目以降、1回につき50,000円追加請求させていただきます。

運営・管理	Aプラン	Bプラン	Cプラン
費用（税別）	300,000円/月	500,000円/月	600,000円/月
動画制作・配信回数	6本/月	2本/月	8本/月 (特派員制作6本・プロ制作2本)
視聴数保証	6万PV～	10万PV～	16万PV～
取材クルー・機材	特派員スマートフォン撮影	映像ディレクターHDカメラ撮影	特派員スマートフォン撮影 映像ディレクターHDカメラ撮影
コンテンツ作成・配信（動画編集込み）	●	●	●
動画校正（1本あたり）	1回	1回	1回
著作権管理業務	●	●	●
不正アクセス、ネガティブコメントチェック	●	●	●
ユーザーコメント、メッセージ返信（FAQによる対応）	●	●	●
運営レポート提出（弊社定型フォーマットによる）	● ※簡易版となります	●	●

※1年契約が必須となります。

5

SNSアカウント活用事例

公式アカウント活用事例①：自治体アカウント

- 各地方の特徴・強みとなる観光スポットを中国人目線で体験取材、Weibo・WeChat・生中継などのプラットフォームから潜在訪日客層へ展開。

Case

東京観光財団 (TCVB)

Weibo・WeChat・生放送などを活用
自治体アカウントを多角的にサポート



TCVB Weibo, WeChat公式アカウント

東京の主要観光地はもちろん
新島・式根島といった離島にいたるまで、
中国人目線による**体験取材**を実施
Weibo・WeChat・LIVE等で配信



Weiboでは東京でしか手に入らない**限定アイテム**が当たるプレゼントキャンペーンを定期的実施

潜在訪日観光客層ターゲットを絞った**WeChat広告**を展開、東京好きのフォロワーを蓄積

東京各地のイベントを生中継により中国に配信すると共に、現場のご当地ギフトもプレゼント

Case

ひょうごツーリズム協会

アンバサダー・モーメンツ・広告・キャンペーン
によるWeChat特化型の運営



兵庫県 WeChat公式アカウント

アカウント開設及び運営をサポート
旅行記などのコンテンツ制作、広告、
プレゼントキャンペーンなどWeChatに
集中して施策を展開



兵庫在住歴7年になる**中国人アンバサダー**が毎月お薦めスポットを定期的に取り



詳細な**旅行記**やショートムービー等を作成、関西を中心に在日中国人から**モーメンツ**で拡散



特産品が当たる**キャンペーン**や、潜在訪日層へをターゲットとした**WeChat広告**も展開

SNS運営を**3年連続**で継続サポート

WeChatフォロワー数における初年度目標達成率**200%超**

公式アカウント活用事例②：大丸松坂屋百貨店様



大丸松坂屋百貨店



**WeChatターゲティング広告を活用し、
獲得フォロワーは10万人を超えました。
人気記事の閲覧数は1万を超えました。**

**Weiboと連動するLIVEアプリの人気チャンネルとも
毎月タイアップし、日本関心層に圧倒的なリーチ。**



大阪心斎橋购物游 #直播出游季# #进来的都是小可爱# #日本噂游记# #感谢我遇到了你#

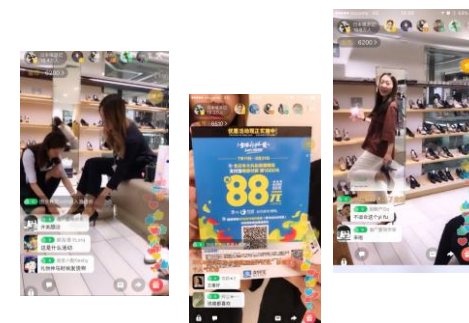


喜欢“上野”的理由又多了一个 in 松坂屋上野店 #直播最大V# #V影响力峰会#



婦人服売り場レポート。
販売員さんも中国語に臨機応変に対応。
この時点で同時オンラインは17万人超え。

ゲストが購入したコーディネート
視聴者プレゼント。多くの希望者が続出。



婦人靴売り場のキャパシティと
陳列商品数、販売員さんの接客に
中国人視聴者も感動。
店頭キャンペーンも告知。



3つのアカウントをフォローする。自動返信からそれぞれのキーワードをもらう。
キーワードをイベントサイトに入力する。引換クーポンの画面に飛ぶ。
クーポン画面を指定している交換場所でギフトを引き換え

◆告知記事&ポスター



関西インバウンドのタッチポイントをおさえるべく、三社共同でのWeChatキャンペーンを継続的に展開しております。期間内での各アカウントのフォロワー増は1,000名にもものぼります。

SNSを通したインバウンド観光PR事例

- 話題拡散力の強いSNS、訪日客への訴求力の強いブログ型旅行メディア等、目的ごとにメディアを選定しコンテンツを立案。鮮度の高い観光情報をリーチ。

Case 経済産業省×九州観光推進機構

写真投稿型オンラインキャンペーン によるインバウンド観光促進



リツイートは**6千回**を突破



Weiboの「旅行ジャンル」ホット話題
ランキングで**最高4位**に浮上

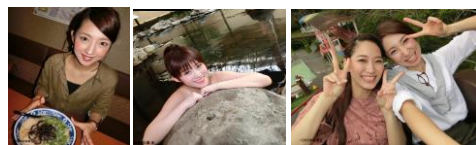
中国でも人気のスターを
審査員に起用しSNSで拡散



倉木麻衣氏 250万Fans



米原康正氏 230万Fans



日本人モデルや在日中国人KOLで
観光情報やキャンペーンの話題拡散



インバウンド客による写真投稿を実施、
1等には日本旅行を贈呈

Case 大分市

観光体験取材と情報拡散による インバウンド観光促進

観光モデルルートの認知拡大を目的に、
中国本土・台湾・香港から
実力派旅行系KOLを招聘し観光体験・情報発信



Ctripタイアップ
による旅行記露出



Ctrip、Mafengwo
はじめ大手旅行メディアの
おすすめ記事となり、閲覧数上昇



Weiboおよび
生放送での体験内容拡散



台湾・香港、それぞれのKOLによるfacebook・Instagram・ブログ等での露出

わずか5名のKOL招聘で、記事および投稿の閲覧数500万PV

リーチ数1,400万名・参加者は4,000名へ到達

THANKS 谢谢

本資料について当社の許可なく転載を行うことを禁じます。

この文書は本日時点に基づいた資料であり、
掲載されている情報は予告なしに変更されることがあります。

当社は本書の内容に関していかなる保証もいたしません。

また、本書の内容に関連したいかなる損害についても責任を負いかねます。

2021年9月10日
(C) 2018 Cross C Inc.