

中国人観光客向け 春節ショッピング施設マストGO プロモーションのご提案

Cross-Border Next 株式会社・北京邻界科技有限公司

TEL: 03-6380-0589

E-Mail: info@cbn.co.jp

WEB: <http://www.cbn.co.jp> <http://www.linjie-tech.com/>



本キャンペーンの概要	-----	P3
中国マーケティングスケジュール	-----	P4
中国SNSマーケティングトレンド	-----	P5
実施概要	-----	P8
施策① RED（小紅書）KOC	-----	P10
施策② 中国向けメディア配信	-----	P16
プロモーション事例	-----	P22
実施の流れ・料金	-----	P26
概算表	-----	P28

2024年1月～9月の訪日中国人観光客数は
5,247,500人(2023年同期比228.4%)※と急回復中。

新型コロナウイルス流行後は、ほとんどが**個人旅行**
観光客の多くは**中国SNSで情報収集**している。

ショッピング施設の情報をSNSで発信し、
中国人観光客間の認知度向上、来店促進など、
インバウンド集客を実現する。

※出典：[日本政府観光局\(JNTO\)「訪日外客数\(2024年9月推計値\)」](#)

月	中国の祝日及び休日期間	日本の観光シーズン	キーワード	プロモーション策
2025年 1月	春節：1/29(水)~2/4(火)	スキーシーズン	スキー、春節	春節ゴールデンウィーク：国内・国際旅行に関するプロモーション
3~4月	清明節：4/4(金)	桜シーズン	清明節、花見、 野遊び、旅行	4月4日~6日(清明節)：花見、外出、旅行に関するプロモーション
5月	労働節：5/1(木)~5/5(月)	紫陽花、春旅行	ゴールデンウィーク	5月1日~5日(労働節)：ゴールデンウィーク旅行に関するプロモーション、旅行ガイド
7~8月	学生の夏休み：7月~8月	花火大会、祭り	夏休み、海、七夕	夏休みの始まり：学生割引のキャンペーン、夏旅行に関するプロモーション、花火大会ガイド
10月	国慶節：10/1(水)~10/7(火)	紅葉シーズン	紅葉狩り、国慶ゴールデンウィーク	10月1日~10月7日(国慶節ゴールデンウィーク)：国内・国際旅行に関するプロモーション、旅行ガイド
2026年 1月	元旦：2026/1/1(木)~1/3(土)	正月シーズン	爆買、クリスマス、年越し	クリスマス、新年旅行に関するプロモーション

	オンライン媒体名	オンラインの種類	主な機能	割合 (%)
OTA	シートリップ (携程: Ctrip)	ウェブサイト、アプリ	旅行予約、旅行情報発信	42.0
SNS	ティックトック (抖音: TikTok)	SNS	動画を掲載、閲覧者が意見を記載	26.4
SNS	ウィーチャット (微信: WeChat)	メッセージングアプリ	メッセージ・音声・画像・動画などの交換	25.0
SNS	ウェイボー (微博: Weibo)	SNS	短文・画像などを発信、閲覧者が意見を記載	24.7
SNS	RED (レッド) (小红书: Xiaohongshu)	アプリ	インターネット通販、口コミ情報発信	22.6
OTA	チューナー (去哪儿旅行: Qunar)	ウェブサイト、アプリ	旅行予約、旅行情報発信	22.3
OTA	フリギー (飞猪: Fliggy)	ウェブサイト、アプリ	旅行予約、旅行情報発信	20.0
検索エンジン	バイドゥ (百度: Baidu)	ウェブサイト	情報・ニュース発信、情報検索	19.6
OTA	トンチェン (同程: ly.com)	ウェブサイト、アプリ	旅行予約、旅行情報発信	19.2
レビューサイト	ダージョンディエンピン (大众点评: Dianping)	ウェブサイト、アプリ	生活情報発信、飲食店・旅行予約	18.7

出典: [JNTO訪日旅行データハンドブック \(2023年版\)](#)

訪日中国人観光客の情報源
 利用上位はSNSとOTA
 検索エンジンはあまり使われていない

搜索新趋势：消费者搜索需求旺盛，真的爱搜

小红书 种草学

RED(小红书)ユーザーの70%は、検索機能を使い行動を決定している!

70%

検索機能を使うREDユーザーの比率

6次

1日あたりの平均検索回数

7日以内に同様の内容を検索するユーザーの比率

85%

初めて検索した直後に詳細検索を行うユーザーの比率

32%

アパレルジャンル
 平均検索回数 17回

7次
 詳細検索
 (ブランド名、
 商品の特徴)

10次

一次検索

精搜-通过品牌词精准查询, 有直接的品牌和产品指向性, 泛搜-指搜索品牌词以外的词

数据来源: 2024小红书10大搜索趋势洞察报告

数据来源: 2024小红书美奢服行业搜索推广白皮书

出典: [【小红书运营】如何利用SEO优化, 提高小红书重?的搜索权](#)

特にRED (小红书) は月間アクティブユーザーの7割が
 検索機能を活用
 検索エンジンとして機能している



出典：2024小紅書プラットフォームブランディング計画（小紅書公式）

Q citywalk 292万+篇笔记

Q citywalk 文案

Q citywalk 穿搭

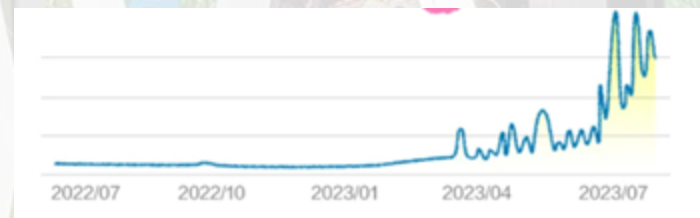
Q citywalk 广州

Q citywalk 上海

Q citywalk 拍照姿势

Q citywalk 东京

REDでの検索結果
292万+件投稿



RED「Citywalk」の検索トレンド推移
2023年上半期の検索数は前年同期に
比べ、30倍増加した。

小紅書公式の発表によると
「旅行」テーマの関連投稿数が
近年上昇中

特に「Citywalk」という言葉は
2023以降急増している

KFS理論とは

RED（小紅書）はコンテンツ+確実なフローでユーザーにプロダクトの購入意識を植え付けることが可能なプラットフォームです。

ユーザーが「KOLたちがコンテンツを発信」「フィードに情報が流れる」「興味を持ったユーザーがサーチする」というサイクルを繰り返すため、認知獲得から動機づけまでRED内で実現することが可能です。

K KOL/KOC/KOS

優れたコンテンツ作成

#OOTD

#新宿

#女性

#Citywalk

#日本生活

#20代

#ダウンジャケット

#コンサートの思い出

KOL/KOC/KOSが生み出す
コンテンツ一つ一つを
REDプラットフォームが分析

F フィード

客層にリーチ



最初に目にする
フィード画面に
沢山のおすすめ
投稿が表示

企業発信よりも
KOLたちの
発信が多い

S サーチ

簡単に検索



コンテンツに興味を持った後
RED内で検索
再びKOLたちの発信を目にする

口コミ発信の数&質を改善すると、**RED（小紅書）内SEO対策**に繋がる！



実施概要

Proposal

以下の2つの施策を実施し、訪日中国人観光客からの認知度向上・スポットへの集客を目指します

実施時期 春節期間 **【2025年1月29日(水)～2月4日(火)】** の前に実施

RED (小紅書) KOCによる口コミ配信

KOCによる
口コミ宣伝
↓
RED内SEO向上
コメント等で問い合わせ
↓
在日中国人 &
中国人観光客が
集まる



中国人向けメディアでの記事配信

中国人向けメディア
で記事配信
↓
関連SNSでも展開
↓
在日中国人 &
中国人観光客の間で
知名度アップ



ターゲットグループ：

- 家族で来日しているファミリー層
- Z世代
- 日本に興味があるが、日本旅行の初心者である方
- 日本語ができない、日本のAPP・サイトが使えない方



施策① RED (小紅書) KOC

Proposal



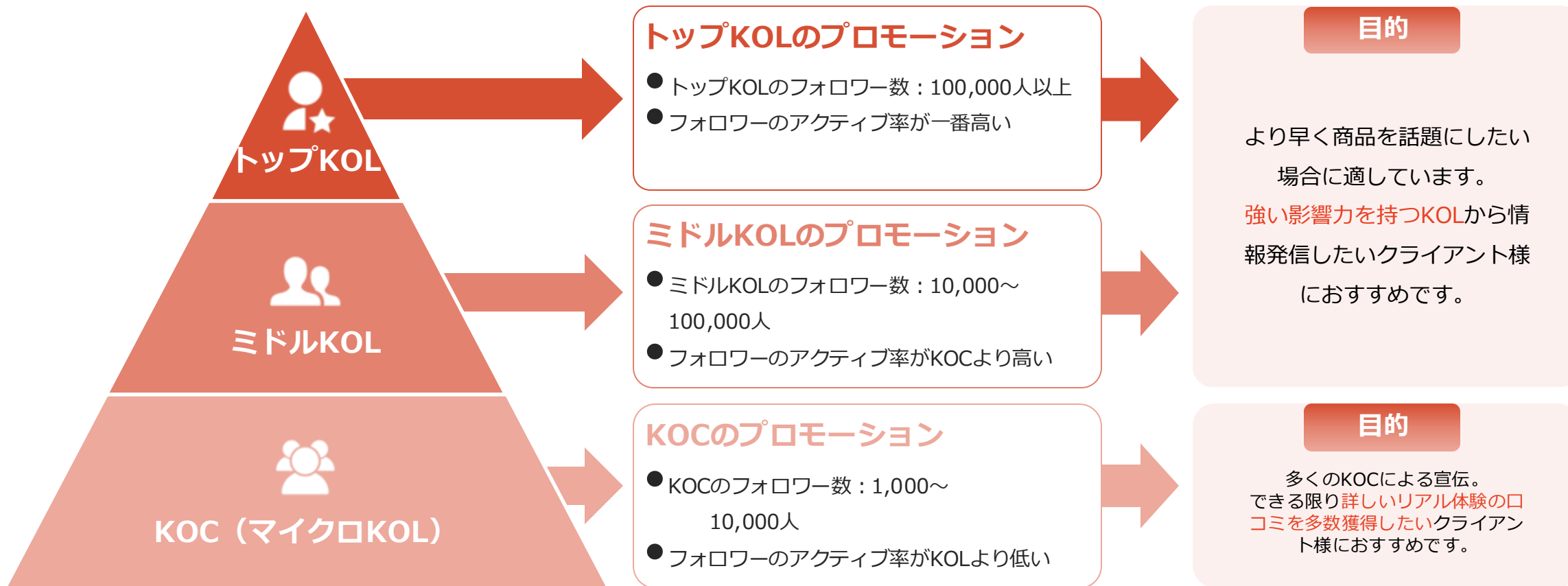
小紅書 (RED) は、「世界中の良いモノが見つかる」をメインコンセプトとする、中国最大級のソーシャルコマースプラットフォームです。

2014年にECを開始し、現在ユーザー数は**3.5億人**以上です。情報感度の高い若年層が多く、全ユーザー数のうち80%が1990年代生まれで占められており、さらにその半数が1995年代以降生まれです。日常生活にまつわる口コミ投稿型のSNSであり、直接商品を購入することが可能なEC機能も備えています。気になった商品や行きたい場所をREDで検索することが一般化しており、**消費行動に大きな影響を与えています。**

若者は小紅書でライフスタイルを共有し、 生活のインスピレーションを探求し、消費情報を獲得する				企業はコンテンツ&インタラクションを通じ、 企業のストーリーを伝え、ユーザーとつながりを築くことができる		
2.6億+	70%	50%	72%	140,000+	75,930,000+	20,000+
月間アクティブユーザー	女性ユーザー	都心部にいるユーザー	1990年代生まれの世代	企業公式アカウント	2022年前半期プロモーション投稿数	1日あたりの平均ノート数 (ブランドのTagが付いたもの)

KOLは、Key Opinion Leaderの略で、リーダーのような存在であり、よりファンに受け入れられ、信頼され、ファンの購買行動に大きな影響を与える人々のことを指します。

KOCは、Key Opinion Consumerの略で、フォロワー数はKOLのように多くはなく、一般的に周囲の友達やファンに影響を与え、消費者行動を生み出すことができる人々のことを指します。



RED KOC ショッピング施設プロモーション

実施目的

サービスの魅力を紹介・拡散 来客数とインバウンド集客を増やす

実施方法

中国のSNS「RED」上でKOCによる記事配信を行う。

実際にKOC自身が店舗取材し、自らの目で確認した魅力を自然な形で紹介する。

KOC投稿テーマの例

「私のおすすめショップ紹介」「〇〇（都市名）Citywalk」

「〇〇（都市名）買い物攻略」「現地の人おすすめ！休日プラン」

実施期間

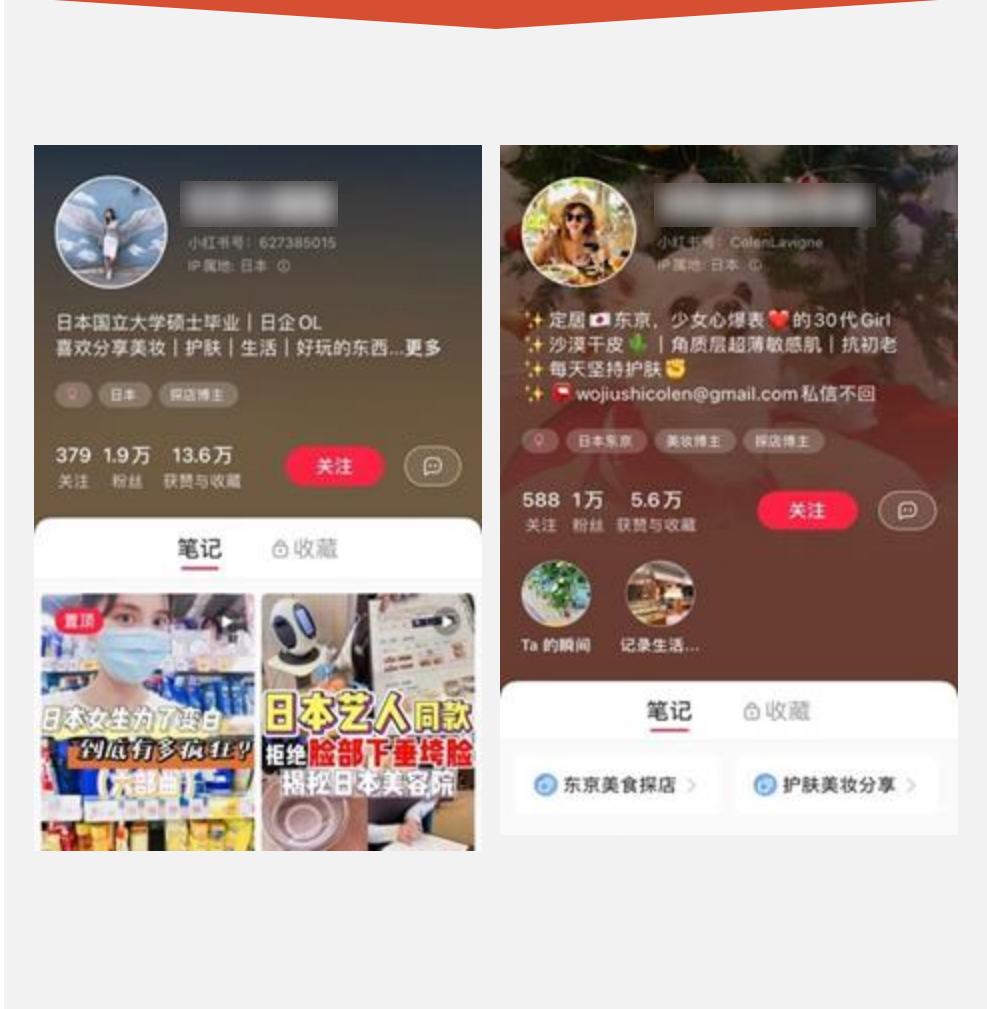
2025年1月 or 年間（年4回）プロモーション

※調整可能

RED画像投稿イメージ



起用KOCイメージ



KOCランク	フォロワー数	平均imp数	平均エンゲージメント数	現地取材
ランク1	500~	-	-	無し
ランク2	1000~5000	400	30-50	無し
ランク3	5,000~10,000	1,000~	50~100	無し
ランク4	10,000~20,000	1,500~	80~150	あり

※エンゲージメント…REDにおける「いいね数」「ブックマーク数」「コメント数」の合計

弊社では平均imp数等の数値を元に、KOCを4段階にランク分けしています。今回は**ランク3&ランク4の質の高いKOCを起用**し、RED内での認知度を高めていきます。

- KOLジャンル：旅行、スキンケア、ライフスタイル、ファッション系KOL
- KOL年齢：20~40代



① 雑貨店紹介



② アパレルショップ紹介

东京 citywalk | 不能错过的宝藏街区 超好逛
 🇯🇵 因为来过东京几次了 这次主打一个citywalk!
 慢悠悠在【📍吉祥寺】逛一下午! 幸福指数真的
 拉满! 逛校门口女! 星期日的社区氛围! 主楼主
 说点什么... 1301 3313 30

吉祥寺CityWalk

投稿イメージ

KOLがある散歩ルートを決めて、3つ以上の店舗を動画または画像+テキストの形式で紹介します。ルート沿い店舗と施設を訪問して、店舗、ブランドと商品についての感想を紹介します。

投稿テーマの例：

- 私と一緒に渋谷CityWalkをしましょう
- 東京CityWalk、銀座で行くべきスポット〇選

.....



施策② 中国向けメディア配信

Proposal



URL:<http://www.hellojpn.com>

月間アクセス数：10万



哈啰日本（ハロージャパン）は、当社が開発、運営する日本のトレンド・ライフスタイル情報を求める中国人ユーザーに、素早く、ネイティブに響くメッセージに編集して届ける、日本と中国を情報で繋ぐキュレーションメディアです。

哈啰日本HPの特徴



中国人消費者への商品サンプリングが可能
(口コミを中国の主要SNSで広げる)



中国本土に設置されるサーバーから情報配信
(中国ICPライセンス登録済み)

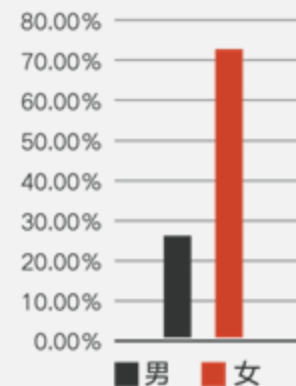


ショッピングモール、ドラッグストア等
とコラボし、限定クーポンを発行

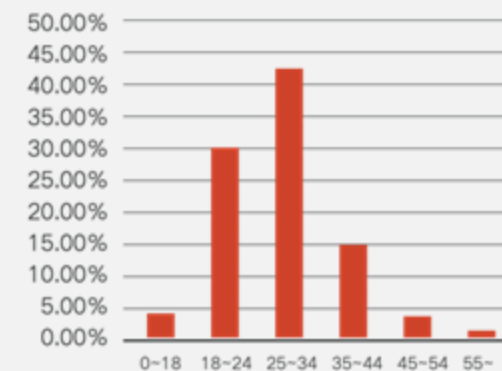
ユーザー地域分布

NO.	地域	比率
1	上海市	13.64%
2	北京市	12.11%
3	深圳市	11.11%
4	広東省	9.6%
5	重慶市	7.07%

性別分布



年齢分布



銀座citywalk攻略，开启东京最潮购物之旅！

发布者: 哈啰日本 发布时间: 2024-10-04 分享至: [Icons]

日本旅游 攻略

随着十一等长假期的来临，大家是不是都在跃跃欲试，准备来日本旅游？在日本旅行绕不开东京，在东京旅行更绕不开代表繁华与精致的银座！

但是要如何丈量银座，才能真正感受这片繁华地的脉搏？跟着我们整理的银座citywalk攻略，创造不一样的旅游体验。

1 体验日式配镜，留下独特回忆

在银座逛街购物是基本操作，但是在银座配眼镜，大家又有没有试过？

日本的眼镜业服务水平高，镜片和镜框的质量都很高，所以来到银座，一定要到大型眼镜品牌JINS的银座门店逛逛。



3 体验银座另一面

在银座买东西都很贵？这可不一定。

尤其当你来到以高性价比闻名的唐吉诃德，会发现银座的另一面。这里从日常生活用品到高档贵价商品都是一应俱全，绝对会刷新你的认识。



哈啰日本网

10-10 from 微博网页版

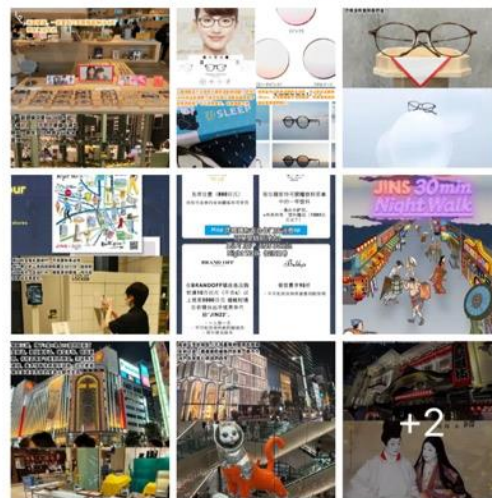
今天为大家准备了一份东京银座CityWalk攻略！近期来日本旅游的小伙伴可以👉住哦～

第1站：JINS银座店

全程机器操作最快30分钟取镜，社恐福音！

6600日元买👓还能获赠超有创意的citywalk地图眼镜布。

等待取镜时就能来一次银座c... Full Text



Contact Subscribe Following Recommend

記事イメージ

■ 記事内容：

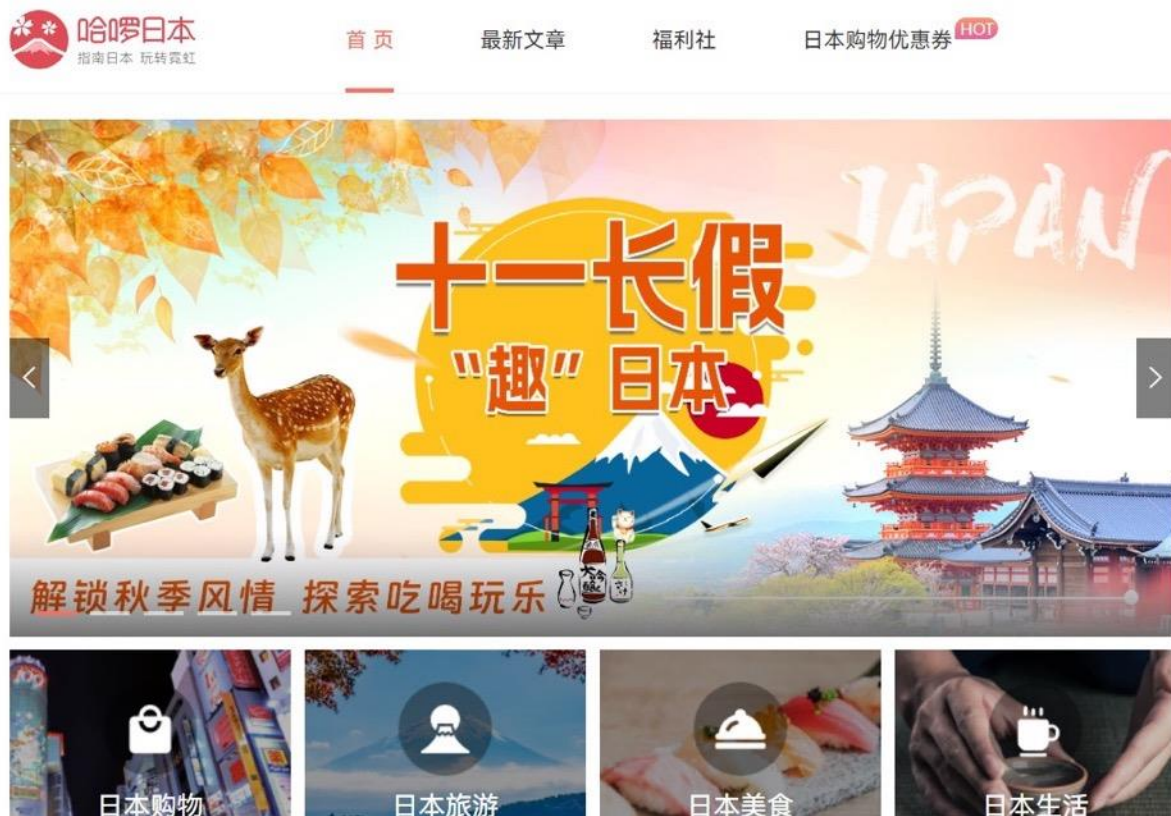
対象エリアのCityWalkルートを制作。アパレルショップ、お土産店舗、飲食店など、ルート沿いの店舗と施設を紹介しながら、商品、キャンペーン、サービスを宣伝する。

■ 想定記事リーチ数：

100,000~

春節プロモーション期間中、トップページに「春節特集」バナーを設置。
通常発信以上のアクセスが見込めます。

TOPページイメージ（例：2024年国慶節）



Web掲載イメージ



SNS掲載イメージ





WeChatグループとは？

主に日本商品・文化に興味がある
中国在住者の生活情報グループ

※1グループ200人以上

WeChatグループとは、**同じ志向や趣味**などを持っている方がそれぞれ集まる**コミュニティ**です。グループを活用して情報を集めたり、口コミを拡散することが可能です。
またクローズド型のため、**情報の信頼性が高い**とされています。



WeChatグループ拡散のイメージ図





プロモーション事例

Proposal

某国際空港免税店予約システム

目的 | 施設リノベーションの認知度向上
ミニプログラムの予約数向上

プロモーション方法

実施方法 : RED 日本在住KOC 数十名
頻度 : 2~3ヶ月に1回 合計3回実施
発信内容 :

- 空港免税店リノベーション後の買い物攻略
- WeChatミニプログラム予約システム紹介
- クーポン情報

実施後の成果

- リノベーション情報を多くの訪日中国人に周知
- WeChatミニプログラム予約数UP
- 専用クーポン利用数UP

ROAS (広告費用対効果) 20倍 達成!

掲載イメージ



高エンゲージメントを獲得!
バズった投稿もあり

銀座Citywalk

目的 | アイウェアブランド店舗への集客向上
スキンケア商品の中国国内認知度向上

プロモーション方法

実施方法 : RED 日本在住KOL 5名

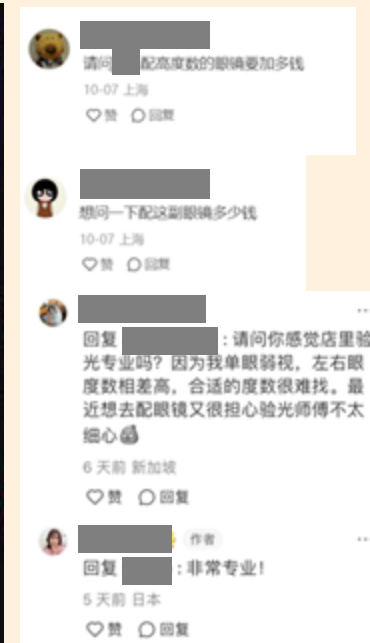
発信内容

- 銀座で行くべきスポット紹介
→クライアント店舗の案内
→クライアント商品が購入可能な小売店を案内

実施後の成果

- 総imp数 (閲覧数) : 131,906
- 多くの問い合わせコメントを獲得
眼鏡ブランド…「予約の必要性の有無」
「料金」「視力測定の精度」など
スキンケアブランド…「肌質と合うかどうか」など

掲載イメージ



多数のコメントを獲得



健栄製薬の中国の知名度の拡大



Weiboの閲覧数は10.9万！



Styles代官山店の中国の知名度の拡大



Weiboの閲覧数は116万！
※KOL（インフルエンサー）による拡散あり



中国観光客の来店人数が増加

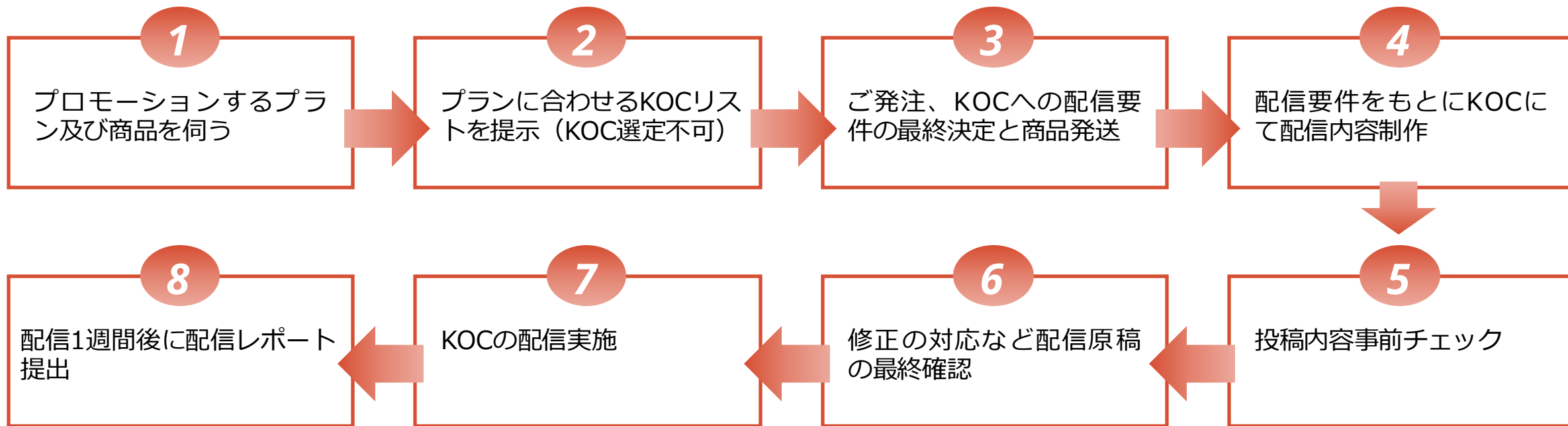


Weiboの閲覧数は10.7万！



実施の流れ・料金

Proposal



※最短、発注から2週間以内で配信対応可能です。

① 配信注意事項：

1. 中国インフルエンサーに商品を郵送する場合、1週間ほどかかりますので、こちらの配信日程との兼ね合いにご注意ください。
2. KOCの選定に当たっては、案件の性質を鑑み、弊社が選定した最適な人物を配置いたします。
3. 遠方取材が必要な場合、別途交通費等の経費が発生する場合があります。

プランA (お試しプラン)

項目	プラットフォーム	サービス内容	投稿形式	KOCランク	フォロワー数	平均imp数	平均エンゲージ数	取材	件数	金額 (税抜)
RED KOC (10人パッケージ)	RED	KOC パッケージ投稿 <ul style="list-style-type: none"> ● KOC募集 ● KOC選定 ● Brief作成 ● 配信管理 ● レポート等 関連業務 <p>※確認原稿の日本語翻訳対応あり</p>	画像+ テキスト	ランク3	5,000~ 10,000	1,000~	50~100	無し	5件	¥200,000
中国向けメディア 記事配信	ウェブサイト	哈啰日本 記事作成+配信	画像+ テキスト	-	1,000,000~	100,000~	300~	無し	1件	¥200,000
	RED+Weibo +WeChat	哈啰日本公式SNSによる記事配信								
	WeChat	在日中国人Wechatグループでの情報拡散 モーメンツ配信								
合計 (税抜)										¥400,000

※遠方取材が必要な場合、別途交通費等の経費が発生する場合があります。

プランB (単発プラン)

項目	プラットフォーム	サービス内容	投稿形式	KOCランク	フォロワー数	平均imp数	平均エンゲージ数	取材	件数	金額 (税抜)
RED KOC (10人パッケージ)	RED	KOC パッケージ投稿 <ul style="list-style-type: none"> ● KOC募集 ● KOC選定 ● Brief作成 ● 配信管理 ● レポート等 等 関連業務 ※確認原稿の日本語翻訳対応あり	画像+テキスト	ランク3	5,000~10,000	1,000~	50~100	無し	5件	¥500,000
			画像+テキスト	ランク4	10,000~20,000	1,500~	80~150	あり	3件	
			動画	ランク4	10,000~20,000	1,500~	80~150	あり	2件	
中国向けメディア 記事配信	ウェブサイト	哈啰日本 記事作成+配信	画像+テキスト	-	1,000,000~	100,000~	300~	無し	1件	¥200,000
	RED+Weibo+WeChat	哈啰日本公式SNSによる記事配信								
	WeChat	在日中国人Wechatグループでの情報拡散 モーメンツ配信								
通常価格合計 (税抜)										¥700,000
特別価格 (税抜)										¥650,000

※遠方取材が必要な場合、別途交通費等の経費が発生する場合があります。

プランC (年間プラン)

項目	プラットフォーム	サービス内容	投稿形式	KOCランク	取材	件数	1回あたり金額 (税抜)	年間実施回数	年間金額 (税抜)
RED KOC※ (10人パッケージ)	RED	KOC パッケージ投稿 (フォロワー数5,000~20,000) <ul style="list-style-type: none"> ● KOC募集 ● KOC選定 ● Brief作成 ● 配信管理 ● レポート等 関連業務 ※確認原稿の日本語翻訳対応あり	画像+テキスト	ランク3	無し	5件	¥500,000	4回	¥2,000,000
			画像+テキスト	ランク4	あり	3件			
			動画	ランク4	あり	2件			
中国向けメディア 記事配信	ウェブサイト	哈啰日本 記事作成+配信	画像+ テキスト	1件	無し	画像+ テキスト	¥200,000	4回	¥800,000
	RED+Weibo +WeChat	哈啰日本公式SNSによる記事配信							
	WeChat	在日中国人Wechatグループでの情報 拡散 モーメンツ配信							
							通常価格合計 (税抜)		¥2,800,000
							特別価格 (税抜)		¥2,600,000

※遠方取材が必要な場合、別途交通費等の経費が発生する場合があります。



お問い合わせ・ご連絡こちらまで
info@cbn.co.jp

ホームページ

<http://www.cbn.co.jp>
<http://linjie-tech.com>