

中国人観光客向け 春節観光地マスト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

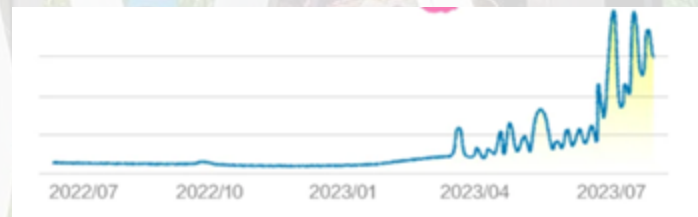
Q citywalk 广州

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 観光地プロモーション

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。

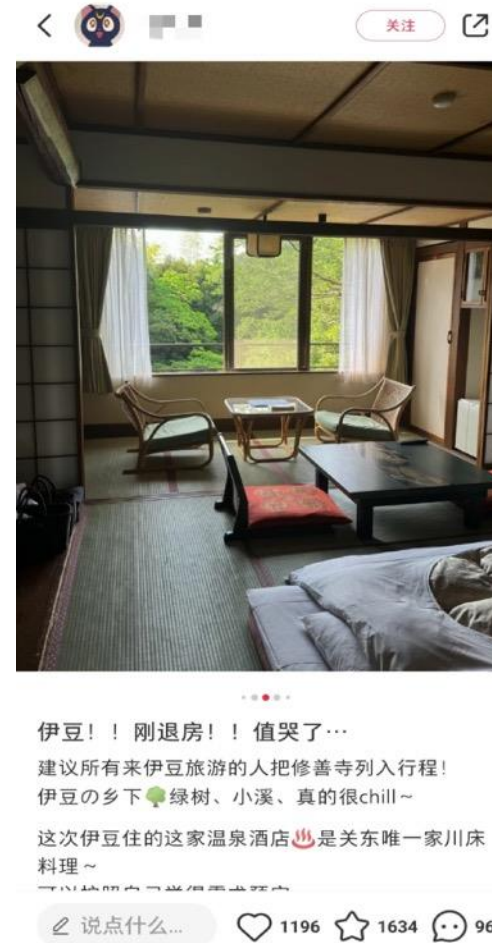
KOC投稿テーマの例

- 「〇〇（都市名） 観光攻略」 「日本で必ず訪れるべき観光地」
- 「〇〇（観光地名）の遊び方ガイド」 「お勧めホテル〇選」

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

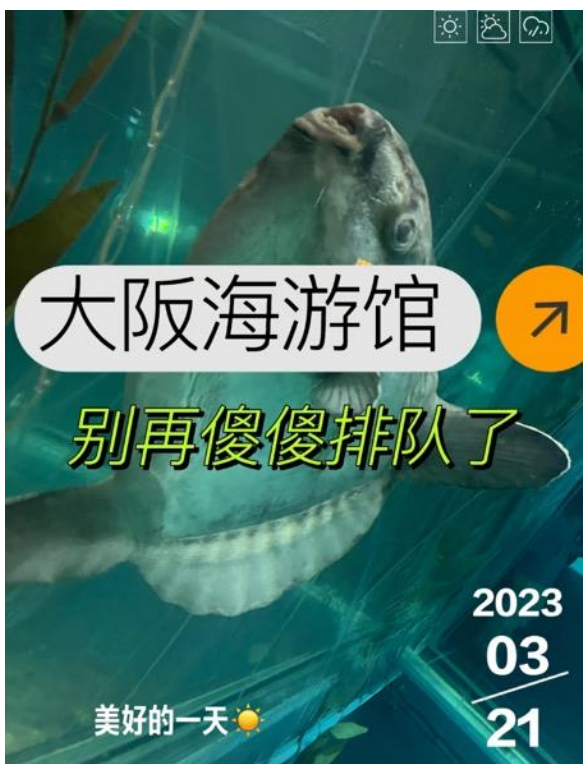


KOCランク	フォロワー数	平均imp数	平均エンゲージメント数	現地取材
ランク1	500~	-	-	無し
ランク2	1000~5000	400	30-50	無し
ランク3	5,000~10,000	1,000~	50~100	無し
ランク4	10,000~20,000	1,500~	80~150	あり

※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



模板 · 钓鱼日记 1.6万人使用 >

大阪海游馆别再傻傻排队了👉

日本大阪海游馆 | 不排队的秘密🔒

去日本大阪海游馆，不要再傻傻的在门口排队买

说点什么... 124 222 45



🐡特色：超大超长的鲸鲨p2p3p4，馆内中央有个巨大水槽，沿着螺旋式斜坡往下走，可以从各种各样的视野观看水槽，也可以坐在长椅上👉

🎫门票：2700日元，可网上购票，但我们想要票根就现场排队了，周六下午排队大概10分钟

🕒游玩时间：不急不赶逛了2小时

🎁纪念品店：有两个！！一个在入口处较小，大的在楼下，自己买了p11的纪念品

#日本 #海洋馆 #周末 #周末好去处



投稿イメージ

観光地や宿泊施設について、アクセス方法や予約方法、KOCが見つけたおすすめポイントなどを外国人向けに解説した情報を発信します。

また、投稿テーマによっては他の観光施設も一緒に紹介します。

投稿テーマの例：

- 日本在住〇年の私が伝える東京水族館攻略法
- 子連れで行く、大阪旅行最新トレンド.....



施策② 中国向けメディア配信

Proposal

HELLO JAPAN



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)

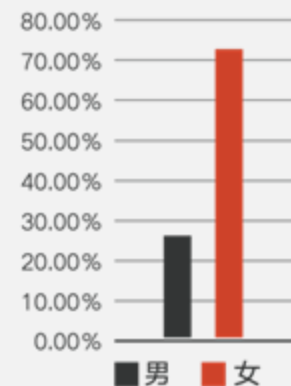


ショッピングモール、ドラッグストア等
とコラボし、限定クーポンを発行

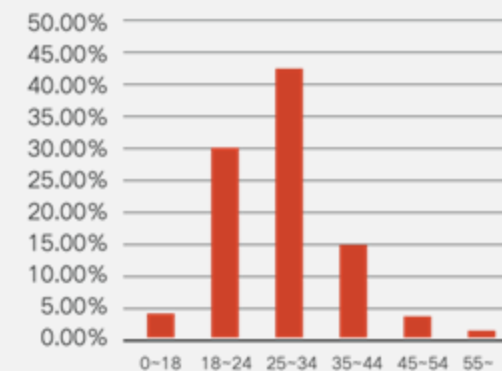
ユーザー地域分布

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



收好这份北海道旅游&购物攻略，轻松成为旅行达人！

发布者: 哈啰日本 发布时间: 2024-07-15 分享至: [Social Media Icons]

日本旅游 | 日本优惠券 | 北海道 | 日本药妆 | 日本购物

夏天来了，热得让人喘不过气来，是不是只想逃离炎热的城市，去气温清凉、又有着怡人风光的地方旅游？

如果你也有这样的想法，这里有个好去处推荐给大家——那就是美丽的北海道！



北海道应该怎么买？

北海道不仅有着丰富的自然资源和人文资源，繁华程度也不输日本的其他大城市。跟着我这样逛北海道，保证你能网罗这里的一众好物！

喜欢购物的朋友，务必要逛逛札幌的狸小路商店街！它是北海道最古老的商店街，几乎涵盖了北海道所有特产，从当地特色商品到连锁的药妆店、便利店、餐饮、服饰时装店都一应俱全。



尤其是位于狸小路5丁目的札幌药妆，更是购物狂们都不能错过的人气药妆店！

Home 哈啰日本网

Hot Weibo Opus Album

哈啰日本网 11-30 from iPhone

想不出远门也能体验“大分”的温泉与美食？就在东京塔！今年的“大分地狱蒸祭”如约而至，一站式满足你的味蕾与治愈需求～

亮点抢先看：

- 🍴 地狱蒸料理：利用温泉高温蒸汽制作的健康料理，保留食材鲜味，油脂减少，吃完还怕长胖！从海鲜到蔬菜，每一口都鲜嫩多... Full Text

Contact Subscribe Following Recommend

記事イメージ

■ 記事内容：

対象の観光地の魅力を、景色や体験、グルメなど複数の観点から紹介する。交通やチケットの購入方法なども合わせて案内。エリア全体の魅力についても触れることで、より自然な形で発信することが可能。

■ 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

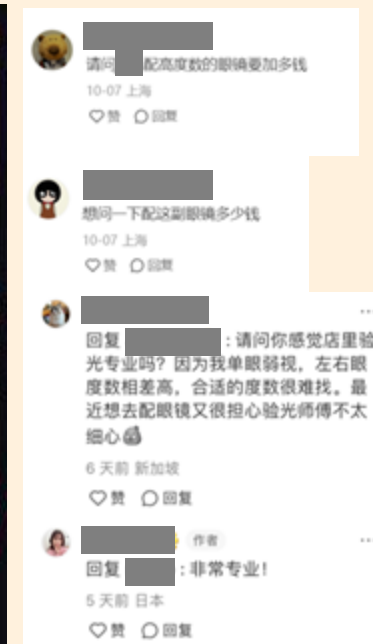
発信内容

- 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

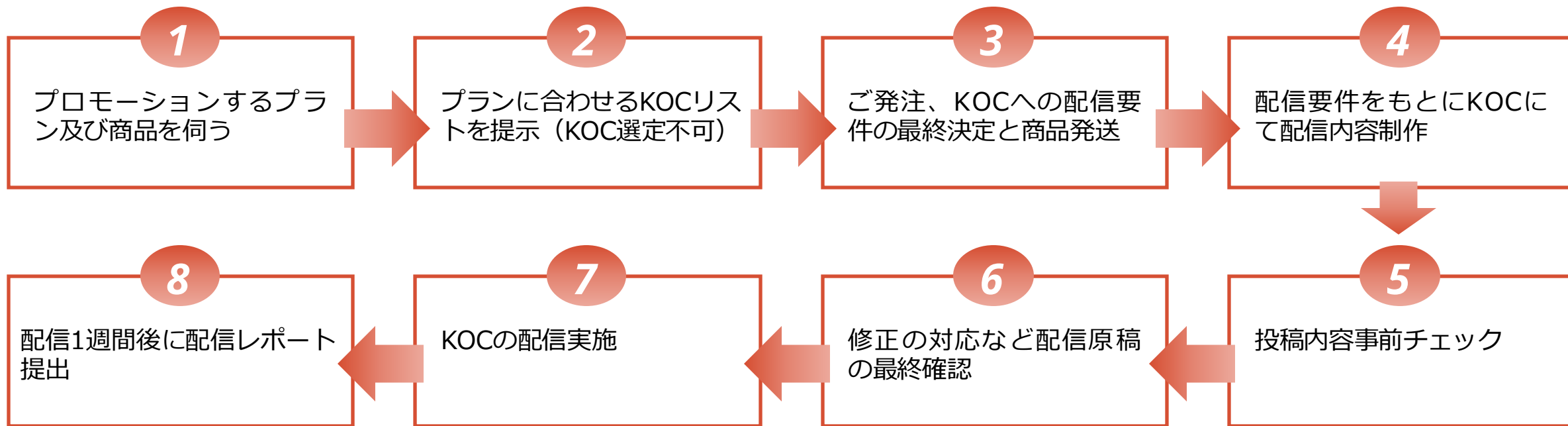


Weiboの閲覧数は10.7万！



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 ※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	¥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>