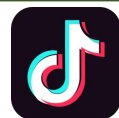




2026

日中の市場を
もっと自由に



TikTok(抖音) **小红书**

2026.5



会社紹介

About us

会社名	株式会社篤月（とげつ）
所在地	東京都新宿区新宿6-24-20 KDX新宿六丁目ビル8F
代表	陳 逸翔
設立年月	2022年7月1日
資本金	5,200,000円
事業内容	中国SNSマーケティング 中日バイリンガル人材紹介 有料職業紹介事業者番号 13-ユ-318846
問い合わせ先	090-6580-5642



取引先企業実績





代表経歴

新卒で株式会社DYMにて
Webマーケティングコンサルタントを経験。

新卒から営業・コンサルタントとして187人中
売上1位を獲得し、後に退職卒業。

退職後に早稲田大学大学院に入学し、スポーツ経営学を学び
在学中に株式会社篤月を設立

自身のSNSアカウントを育成し
半年で4万強のフォロワーまで伸ばすことに成功し
過去に自身のSNSより47名採用に成功

現在インバウンド需要、中国進出といったニーズに応えるため、
日本企業向けに、中国SNS運用のトータルサポートを行っている。

2024年にRED運用代行の実績社数において日本一となった。



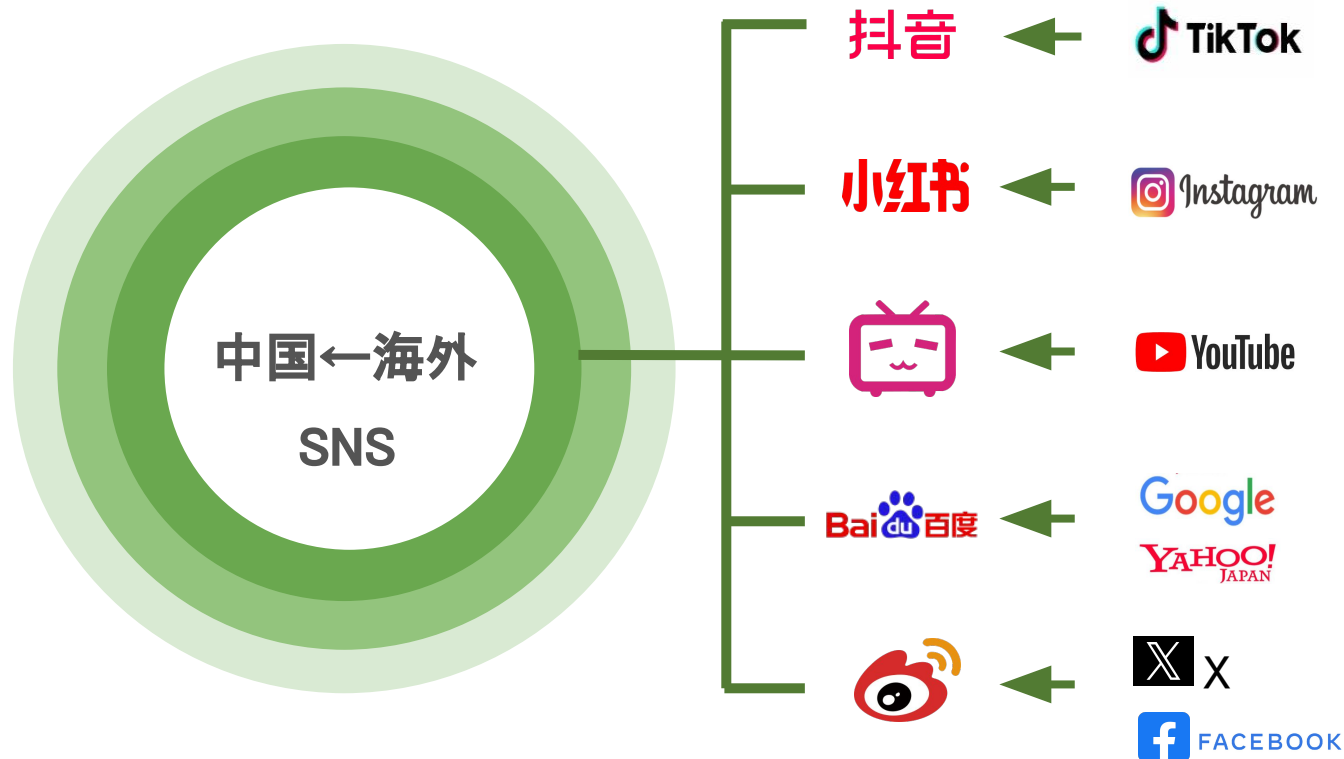
株式会社篤月(トゲツ)
代表取締役
陳 逸翔(チン イッシュョウ)



TikTok(抖音) 小红书

中国主要 SNS について

中国ではインターネット規制の影響により、日本で使われている多くのサービスは利用できません。
その代わりに中国国内向けに最適化された独自の SNS・検索エンジンが普及しています。
下記にて日本で普段使っているアプリの中国版を紹介します。



中国主要 SNSについて



小红书



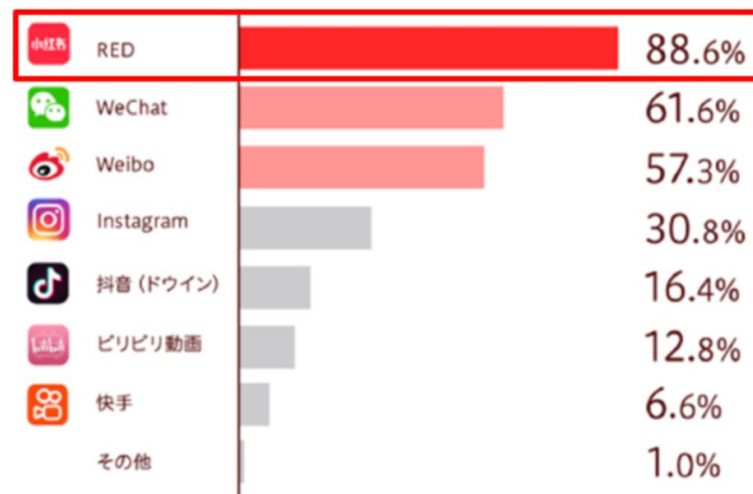
	微信 WeChat	微博 Weibo	小红书 RED	哔哩哔哩 ビリビリ	抖音 ドウイン	快手 クアイショウ
日本でいう						
月間 ユーザー数	13.3億	6億	2.6億	3.4億	7.4億	6.8億
日別 ユーザー数	10.9億	2.5億	0.9億	0.9億	6億	3.5億
主要な アプリ利用者	20～70代	10～20代中盤	10～30代前半 都市部の女性	10～20代 前半	10～30代	10～30代
特徴	友人・知人との コミュニケーション で利用されている スーパーアプリ	KOL・ニュース などの情報を 取得する総合 SNS	商品購入前や サービス契約前 にレビューなどを 参考にする SNS	Z世代から 人気を集める 人気動画サイト	利用者第 1位 ショート動画 アプリ	利用者第 2位 ショート動画 アプリ

訪日中国人の情報収集方法

RED上で検索するユーザーが多く、購入商品に関しても RED情報収集が行われている。
特にREDの口コミ(KOLやKOCの投稿)を参考に商品の購入を購入している人が 97%を占めている。

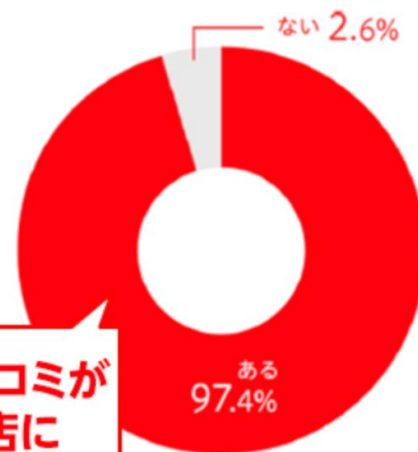
商品の購入を検討する際に参考にするSNSは
何ですか？（複数回答）

[n=467]



REDの口コミを参考にして商品を購入したり
店舗に行ったことはありますか？

[n=467]



**REDの口コミが
購買や来店に
繋がっている！**



中国マーケティングの4手段

自社アカウント
開設・運用

KOC/KOL
マーケティング

+

AD広告

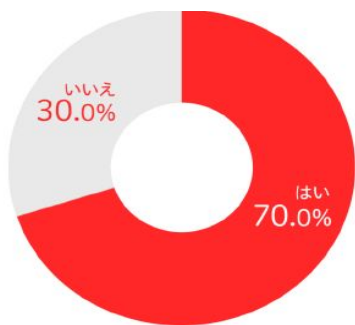
ライブコマース

种草

”草を植えるという意味”
”興味関心の種まきをする”

中国進出企業ランキング

REDの各ブランドの公式アカウント
の記事は参考にしますか？
[在日中国人女性へのアンケートn=467]



2026年1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	47.5万
2位	松本清MatsumotoKiyoshi	18.4万
3位	日本LOFT	14.8万
4位	杉薬局	11.9万
5位	日本HANDS	4.2万
6位	中川政七商店	1.9万
7位	CosmeKitchen美护集合店	1.6万
7位	SHOP CHANNEL	1.6万
9位	3COINS	1.5万
10位	JALDFS免税店	1.4万

中国マーケティングラボ調べ

雑貨店

2026年1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	5.2万
2位	ALLU	2.4万
3位	BRAND OFF	2.1万
4位	北村写真機店	2.0万
5位	KOMEHYO	1.6万
6位	Camellia VTG	1.5万
7位	Hedyworldwide 精品	1.4万
8位	VINTAGEQOOTOKYO	1.3万
9位	VINTAGE MODE	1.0万
10位	tickwatch	9,335

中国マーケティングラボ調べ

中古品

2026年1月度 RED (小紅書) 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	1.9万
2位	stay tuned	1.5万
3位	西武王子酒店及度假村	1.1万
4位	日本高端酒店PDS甄选	8,978
5位	京都柏悦酒店	7,369
6位	东京椿山庄大酒店	6,591
7位	大阪W酒店	6,363
8位	奈良JW万豪酒店	6,241
9位	东横INN	4,775
10位	rio hotels	3,587

中国マーケティングラボ調べ

ホテル業

中国進出企業ランキング

2026年1月度 RED (小紅書) 飲食店アカウント
フォロワー数ランキング

1位	 代官山Candy apple-Japan	7.3万
2位	 濱登久杯石料理	6.6万
3位	 伊藤久右卫門	2.4万
4位	 NANATEA&Tsutsumi	1.3万
5位	 松屋 日本	9,082
6位	 日本料理和牛餐厅牛排汉堡5W 东京银座筑地牛肉餐	7,948
7位	 海底捞-日本	7,923
8位	 蜜雪冰城日本	7,877
9位	 IMAMI GINZA	4,666
10位	 目利之银次	2,692

中国マーケティングラボ調べ

飲食店

2026年1月度 RED (小紅書) ファッションアカウント
フォロワー数ランキング

1位	 SNIDEL	9.4万
2位	 FREAK'S STORE	5.0万
3位	 BEAMS	4.3万
4位	 HUMAN MADE	3.9万
5位	 CA4LA	3.7万
5位	 Ank Rouge	3.6万
7位	 MIKIHOUSE	3.1万
8位	 ONWARD CROSSET	3.0万
8位	 kamakurashirts 鎌倉村衫	3.0万
10位	 Malymoon 玛侖梦	2.9万

中国マーケティングラボ調べ

ファッション

2026年1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	 meiji 明治	3.0万
2位	 ROYCE'	1.9万
3位	 TOKYO BANANA	1.1万
4位	 夢咖喱	5,029
5位	 Sapporo 三宝乐啤酒	3,934
6位	 Asahi SuperDry 朝日啤酒	3,915
7位	 Kanro 甘乐	3,698
8位	 伊藤園 ITO EN	3,503
9位	 TOKYO MILK CHEESE FACTORY	1,742
10位	 SUCREY	713

中国マーケティングラボ調べ

食品・飲料

2026年1月度 RED (小紅書) 観光・情報メディアアカウント
フォロワー数ランキング

1位	 Tabelog	10.5万
2位	 日本鸟取县観光交流局	4.4万
3位	 全日空航空ANA	4.3万
4位	 日本国家旅游局	3.3万
5位	 日本关西铁道 Alia	3.0万
6位	 名古屋中部国际机场	1.6万
7位	 东京羽田机场	1.5万
7位	 日本青森県	1.5万
9位	 Nishi-Nippon Railroad	1.4万
9位	 京都市観光協会	1.4万

中国マーケティングラボ調べ

観光・情報メディア

中国進出企業ランキング

2026年1月度 RED (小紅書) ジュエリー・宝飾品アカウント
フォロワー数ランキング

1位	MIKIMOTO	MIKIMOTO御木本	7.3万
2位	TASAKI	TASAKI塔思琦	4.8万
3位	agate	agate阿卡朵	4.3万
4位	AHKAH	AHKAH	1.5万
5位	irotak	日本Hiroataka珠宝搭配	1.3万
6位	STAR JEWELRY	STAR JEWELRY	7,148
7位	TEN.	TEN.	6,188
8位	WSP	WSP珍珠珠宝	6,097
9位	YUKIZAKI	柚木崎YUKIZAKI珠宝	5,609
10位	AbHeri	AbHeri	5,006

中国マーケティングラボ調べ

ジュエリー・宝飾品

2026年1月度 RED (小紅書) スキンケア・ヘアケアアカウント
フォロワー数ランキング

1位	ALBION	ALBION澳尔滨	8.7万
2位	Attenis	艾天然	5.5万
3位	松山油脂	松山油脂	3.7万
4位	POLA	POLA	2.6万
5位	KOSE COSMEPORT	高丝魅宝 KOSE COSMEPORT	1.9万
5位	MT METATRON	MT METATRON	1.7万
7位	Yakult	Yakult(养乐多 益力多)化妆品	1.6万
8位	HACCI	HACCI	1.5万
9位	LUNASOL	LUNASOL日月晶采	1.4万
10位	KANEBO	KANEBO	1.2万
10位	利尻昆布海外旗舰店	利尻昆布海外旗舰店	1.2万

中国マーケティングラボ調べ

スキンケア・ヘアケア

2026年1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	LUMINE	LUMINE	6.3万
2位	三越伊勢丹	三越伊勢丹	5.6万
3位	銀座 GINZA SIX	銀座 GINZA SIX	4.3万
4位	涩谷PARCO	涩谷PARCO	3.0万
5位	日本高島屋百貨	日本高島屋百貨	2.7万
6位	心齋橋PARCO	心齋橋PARCO	2.1万
7位	大丸松坂屋百貨	大丸松坂屋百貨	2.0万
8位	日本永旺梦乐城	日本永旺梦乐城	1.9万
9位	日本三井购物公园	日本三井购物公园	1.8万
9位	涩谷SCRAMBLE SQUARE	涩谷SCRAMBLE SQUARE	1.8万
9位	阪急阪神百貨店	阪急阪神百貨店	1.8万

中国マーケティングラボ調べ

百貨店・商業施設

2026年1月度 RED (小紅書) 日用品・サプリメント・
医薬品アカウント フォロワー数ランキング

1位	Ora2	Ora2皓乐齿	6.0万
2位	PITTA	PITTA MASK	3.3万
3位	EARTH	EARTH (日本安速)	1.1万
4位	Mirafeel	Mirafeel米乐菲	8,437
5位	LION	LION狮王	7,351
6位	Alinamin	Alinamin合利他命	6,722
7位	KANEKA	KANEKA	4,529
8位	第一三共 Clean Dental	第一三共 Clean Dental 牙膏	3,971
9位	Herb	Herb健康本舖	3,412
10位	KENEI	KENEI健荣日本	3,189

中国マーケティングラボ調べ

日用品・サプリメント・医薬品



アカウント運用代行

自社アカウント
開設・運用

KOC/KOL
マーケティング

+

AD広告

ライブコマース

种草

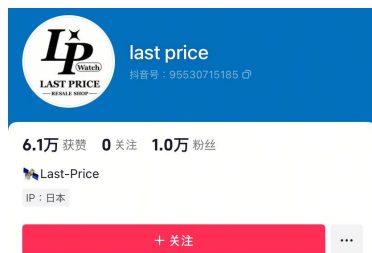
”草を植えるという意味”
”興味関心の種まきをする”



アカウント運用代行

自社アカウント
開設・運用

期待
公式の情報を定期発信→ユーザーとのコミュニケーション
露出の安定性の強化→マーケティング役割を補強





相性がいい業界



メーカー系



経営者系



不動産系



美容・医療系



アパレル系



教育系



アカウント運用と広告配信の違い

SNSアカウント運用と広告配信を下記にて簡単に比較しております。
より貴社のニーズに合わせてご提案させていただきます。

	【SNSアカウント運用】	【SNS広告配信】
即効性	成果が出るまでに時間がかかる	即日でリーチ・効果が出やすい
費用感	運用自体はコストを抑えられる	クリック単価や配信費用がかかる
ブランド構成	世界観・信頼を構築できる	単発的な露出が多く、印象に残りにくい
ファン育成	コミュニティ形成に向いている	ファン化にはつながりにくい
拡散力	コンテンツ次第で大バズりする可能性あり	配信設計次第で高リーチが可能だが効果は一定
継続性	投稿・フォロワーが資産になる	予算が切れたら効果も止まる
双方向 コミュニケーション	ユーザーとの接点を持ちやすい	一方的な訴求が中心
KPIの可視化	再生回数、いいね数やエンゲージメントで管理	CPCやCPMなど明確な指標で管理可能
運用工数	投稿企画・制作・分析など時間がかかる	クリエイティブがあればすぐ実行可能
向いている施策	長期的なブランディング・信頼構築	短期的な認知獲得・販売促進



ブルーバッジについて

中国SNSでもブルーバッジアカウント(企業承認アカウント)が存在します。
ただとっている企業ととっていない企業にかなり違いがごおざいます。

	【ブルーバッジあり】	【ブルーバッジなし】
信頼性の向上	公式認証として信頼度が高い	認証なしでは信頼性が伝わりづらい
ブランド権威の強化	公式・企業発信であることが明示される	PR寄せの投稿に見える可能性あり
差別化できる	一目で本物と認識されるため視認性がある	普通のユーザー投稿と見分けがつきにくい
ユーザーの安心感	偽物や二次配信と間違われにくい	偽アカウントだと疑われるリスク
コスト・導入負担	申請と1年更新のタイミングでお金がかかる	費用はかからない
アカウント準備期間	ブルーバッジ申請に 2週間から1ヶ月かかる	電話番号・PWあればいつでも
再生回数	企業アカウントと認識されるので、 広告費をかけないと再生か数が回らない	一般のアカウントと同じく伸びていく
内容	企業アカウントとして攻めたコンテンツ(金額等)も載せられる	金額等載せると規制に引っかかり、 アカウントが使えなくなる可能性あり



ブルーバッジ申請について

REDは中国内で一番媒体規制が厳しい SNSと言われている。そのためブルーバッジの **申請ができない業界** もございます。特に「**人の健康に関わる業種(例:医療)**」や「**人のお金に関わる業種(例:不動産)**」の規制が強く、NGワードもかなり多いです。そのため運用方法を間違えるとアカウントが規制にかかり **垢BANされる可能性** があります。そして上記2企業は中国以外の国でのブルーバッジの申請が基本的に通りません。中国に子会社や代理店がある場合のみ申請ができます。

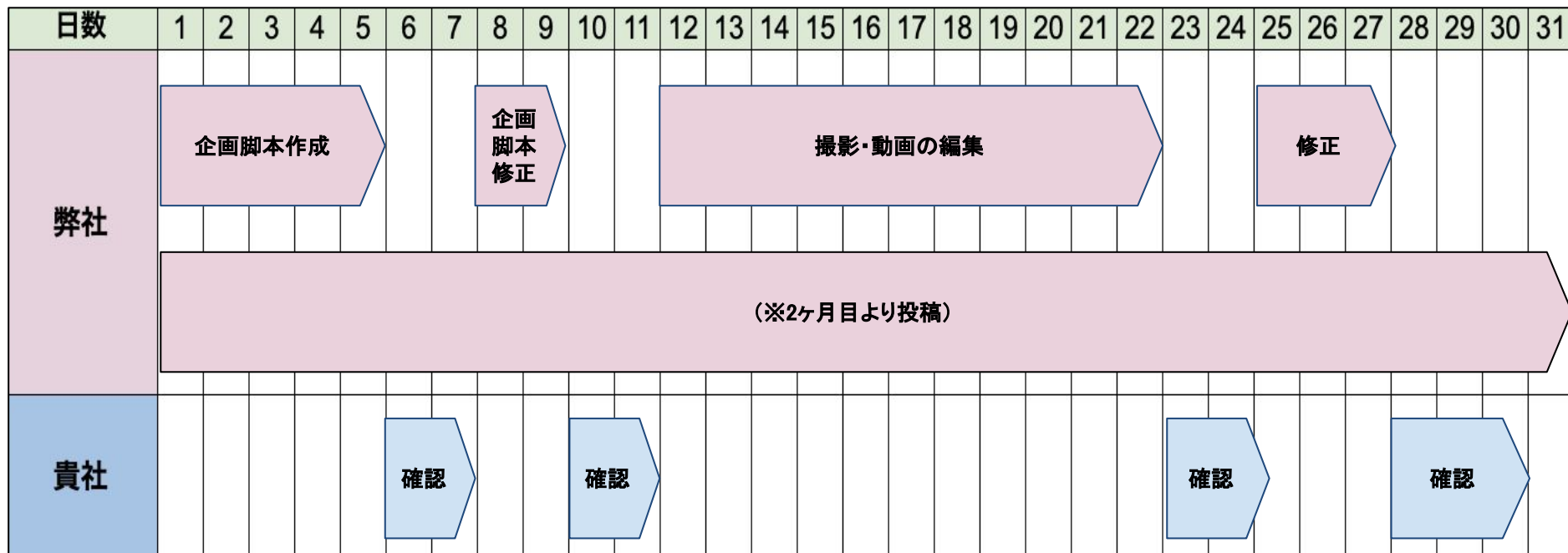
申請につきましては、まず貴社にアカウントを立ち上げていただきます。その後電話番号とPWを弊社にご共有いただき弊社でログインをさせていただきます。そこから貴社に **謄本**をいただき弊社で中国語訳もしくは英語訳に変更し RED媒体側に申請をさせていただきます。申請につきまして **追加資料** がかかる場合がございます。追加資料は都度 **REDの媒体より連絡** がございますので弊社よりご連絡させていただく流れでございます。



撮影あり準備期間



撮影ありの場合は準備期間が 1ヶ月ほど必要でございます。

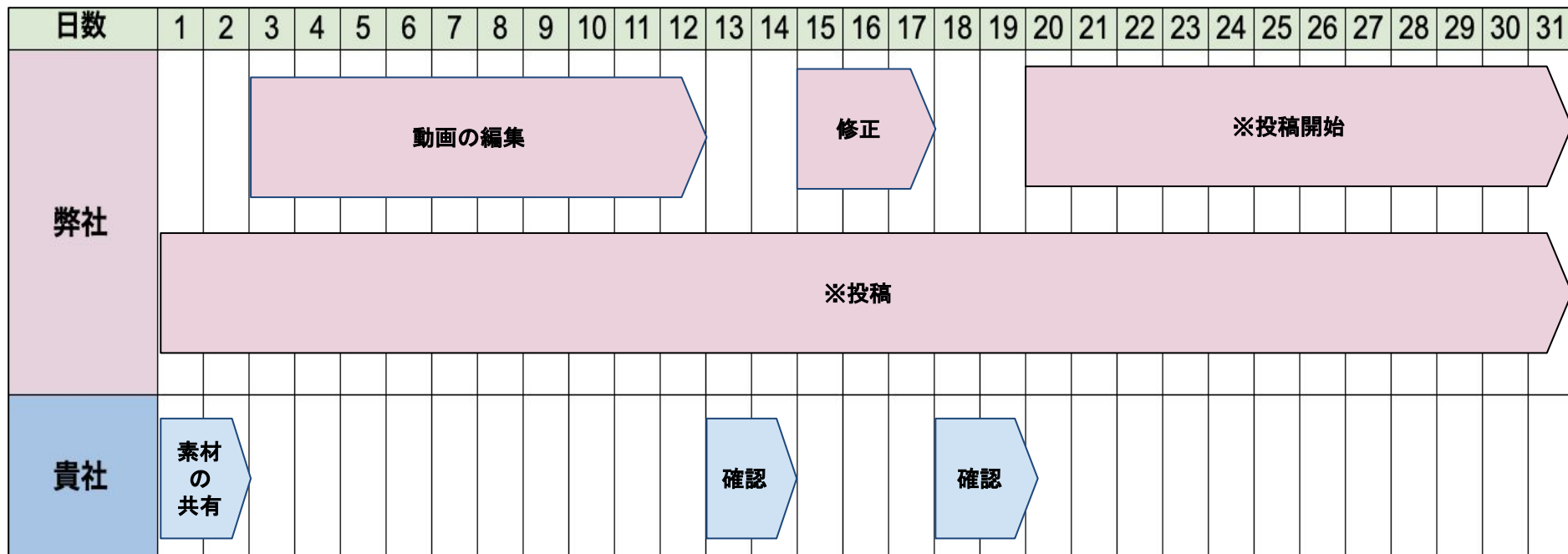




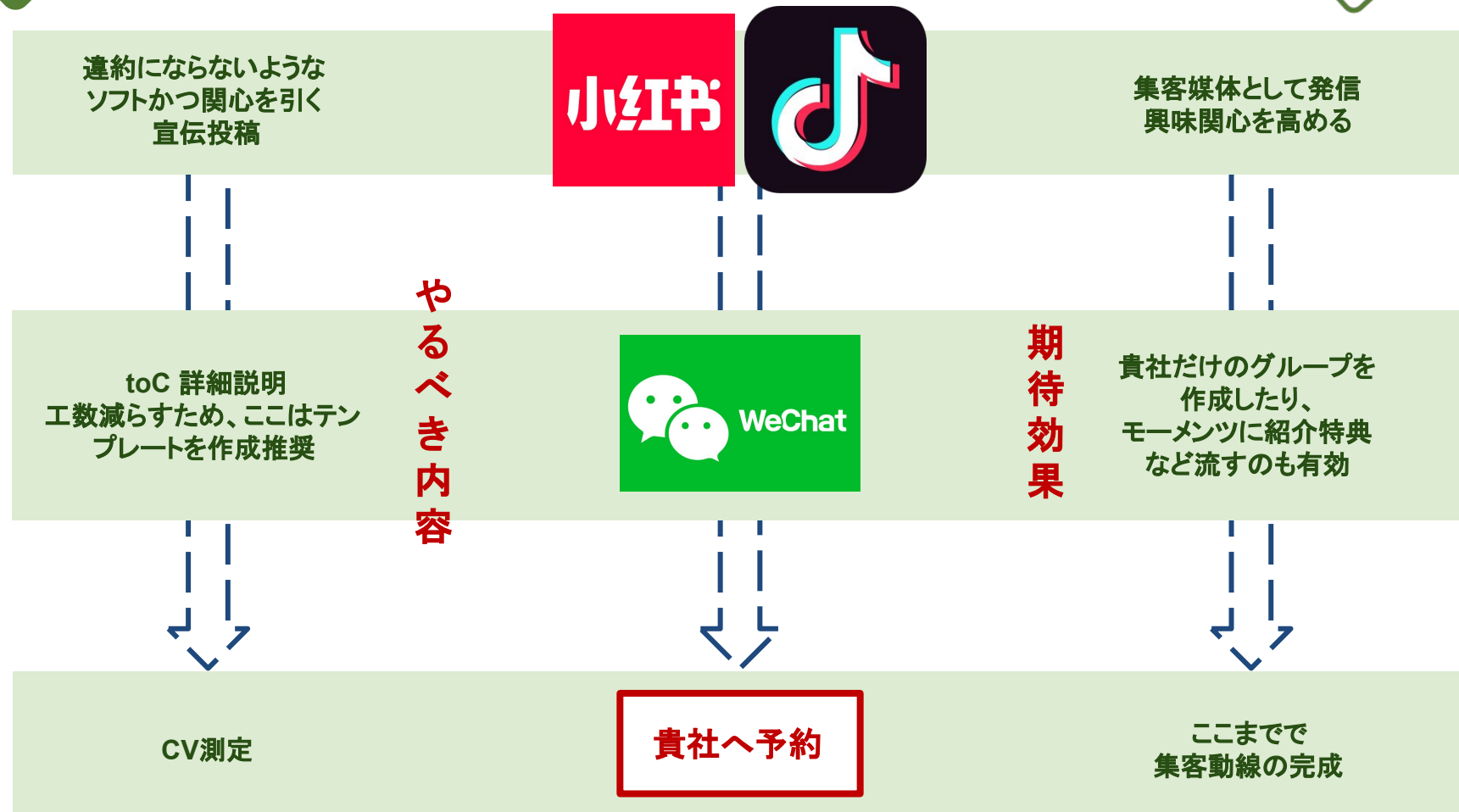
撮影なし準備期間



撮影なしの場合は素材をいただいてから準備期間 2週間ほど必要でございます。



動線確認





タスクの分配

貴 社

問い合わせ後の対応

クレームなどの対応方針選定

貴社内のルール共有

中国人反響の実数値測定・共有

中国番号の取得(DOUYIN必要)

弊 社

編集業務

報告業務

違約回避の最善努力

翻訳業務

投稿時間の分析業務

投稿業務

サムネ作成業務

DMやコメント返信業務

撮影業務



投稿NG日

中国には**歴史問題**や**対日感情**をめぐって**注意が必要な「敏感日」** がいくつかあります。

その日付当日はもちろん投稿ができません。

またその**前3日間～1週間後**も敏感になり再生回数がいつも以上に悪くなるため、この期間での投稿はなるべく避けております。

【名称】	【内容】	【日付】	【投稿NG期間】
盧溝橋事件	北京の盧溝橋で起きた日本軍との衝突事件（七七事変）があり、日中戦争の発端となった日	7/7	7/4-7/14
中国人民解放軍の 建軍記念日	中国の「七一党慶日」とは異なりますが、中国人民解放軍が誕生した日であり、中国の歴史において重要な意味を持つ日	7/31	7/28-8/7
中国人民解放軍の 建軍記念日	中国の「七一党慶日」とは異なりますが、中国人民解放軍が誕生した日であり、中国の歴史において重要な意味を持つ日	8/1	
抗日戦争勝利記念日	日本が米戦艦ミズーリ号で降伏文書に調印した日の翌日が、中国政府が定める正式な対日戦争の勝利記念日	9/3	8/31-9/10
柳条湖事件	駐屯していた日本軍が瀋陽郊外の柳条湖で南満州鉄道の一部を爆破し、爆破を中国軍の犯行として、中国東北部を軍事占領する「満州事変（九一八事変）」の発端となった日	9/18	9/15-9/25
国慶節	1949年10月1日に毛沢東が中華人民共和国の建国を宣言したことを記念	10/1	9/28-10/8
南京大虐殺犠牲者 国家追悼日	南京大虐殺の被害者を追悼するために、2014年に中国政府が設立した国民記念日	12/13	12/10-12/20

運用プラン 1軍チーム運用PLAN

プラン	プラン内容	月額費用	契約月	半年予算
初期費用	・RED ブルーバッジ取得 (中国企業の登記簿謄本買う場合)	¥400,000	初月のみ (1年更新)	¥400,000
初期費用	・抖音 アカウント開設実名認証 (社内に中国人の方がいない場合)	¥150,000	初月のみ (1年更新)	¥150,000
RED・抖音 2媒体 アカウント運用代行	・2媒体運用 ・月1MTG ・12本動画/月 ・撮影・編集・企画すべての業務 (出張必要な場合は別途費用) ・7人のメンバーでサポート ・コメント返信 & DM対応 (平日10時～17時まで) ※演者は貴社よりご提供をお願いします ※年間契約の場合は初期費用 1ヶ月分免除させていただきます。	¥600,000	12	¥7,200,000
合計				¥7,750,000

※広告費は別途ご相談ください。

運用プラン 準1軍チーム運用PLAN

プラン	プラン内容	月額費用	契約月	半年予算
初期費用	・RED ブルーバッジ取得 (中国企業の登記簿謄本買う場合)	¥400,000	初月のみ (1年更新)	¥400,000
初期費用	・抖音 アカウント開設実名認証 (社内に中国人の方がいない場合)	¥150,000	初月のみ (1年更新)	¥150,000
RED・抖音 2媒体 アカウント運用代行	・2媒体運用 ・月1MTG ・8本動画/月 ・撮影・編集・企画すべての業務 (出張必要な場合は別途費用) ・7人のメンバーでサポート ・コメント返信 & DM対応 (平日10時～17時まで) ※演者は貴社よりご提供をお願いします ※年間契約の場合は初期費用 1ヶ月分免除させていただきます。	¥470,000	12	¥5,640,000
合計				¥6,190,000

※広告費は別途ご相談ください。

運用プラン 2軍チーム運用PLAN

プラン	プラン内容	月額費用	契約月	半年予算
初期費用	・RED ブルーバッジ取得 (中国企業の登記簿謄本買う場合)	¥400,000	初月のみ (1年更新)	¥400,000
初期費用	・抖音 アカウント開設実名認証 (社内に中国人の方がいない場合)	¥150,000	初月のみ (1年更新)	¥150,000
RED・抖音 2媒体 アカウント運用代行	・2媒体運用 ・月1MTG ・6本動画/月 ・撮影・編集・企画すべての業務 (出張必要な場合は別途費用) ・3人のメンバーでサポート ・コメント返信 & DM対応 (平日10時～17時まで) ※演者は貴社よりご提供をお願いします ※年間契約の場合は初期費用 1ヶ月分免除させていただきます。	¥300,000	12	¥3,600,000
合計				¥4,150,000

※広告費は別途ご相談ください。

事例



Rita不動産様 (不動産売買)

目的:採用、不動産売買、認知拡大

結果:制限が厳しい不動産業界で
運用11ヶ月で2媒体合計 7.9万人以上
フォロワーを超え不動産業界で
総再生数は脅威の 4000万回を超え
日本の不動産会社で NO.1になった。
月お問い合わせは平均 100件ほど。

採用および不動産売買の問合せも
すでにDMでたくさんいただく現状

事例



木下不動産様 (不動産売買)

目的: 不動産売買

結果: 社員の顔出し NG のため、
モデルを起用し物件紹介動画を作成。
エンタメ要素の強い投稿ではなく、
「不動産紹介に特化したコンテンツ」
を展開しています。
そのため「いいね数」などの表面上の
数値は控えめながらも、
実際の反響は非常に高く月間平均で
約80件の問い合わせを獲得。
「きちんと伝える」ことを優先した
正攻法の運用でもしっかりと成果に
つながっている好例です。

事例



東京福祉大学様 (教育機関)

目的: 認知拡大、応募者数増加

結果: 2022年 留学生応募数 約 1000件
2023年 留学生応募数 約 1700件
2024年 留学生応募数 約 2050件
爆発的問合せ数を獲得
3ヶ月200件以上

2023年は170%増の応募学生数過去最多
2024年外国人応募枠の関係で応募者数の
伸び率が少し悪くなってしまったが、
じく過去最多の応募者人数となった。

同



事例



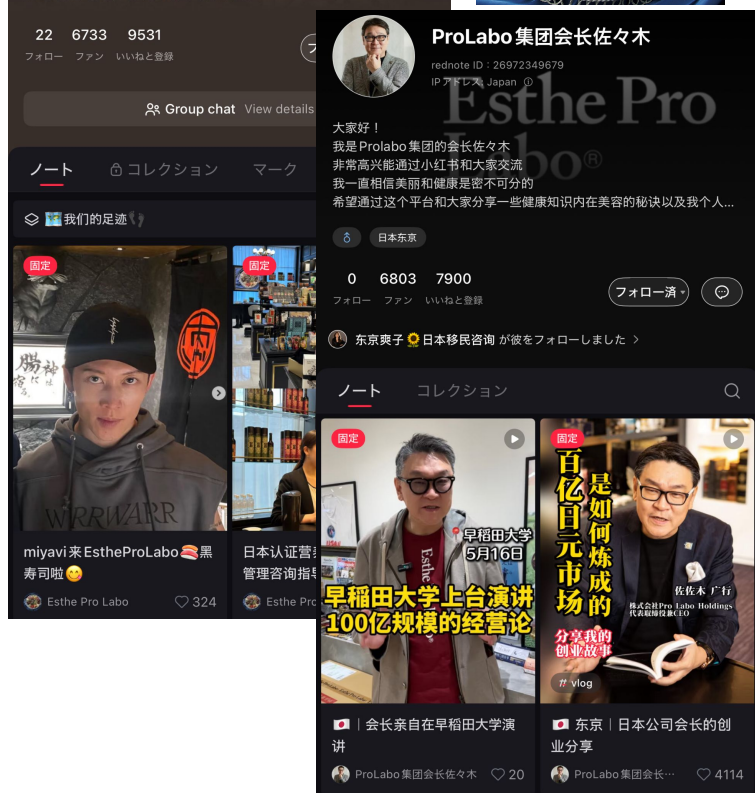
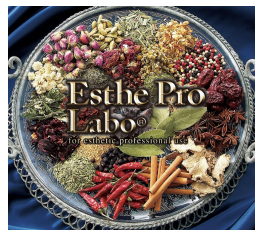
東横イン様 (ホテル業界)

目的: 認知向上、顧客の獲得

結果: 7ヶ月たった30本の投稿で
フォロワー6,450人を超えた
急成長アカウント。
特に国慶節(中国の大型連休)期間中
にフォロワー数とエンゲージメントが
一気に加速しました。
中国SNS公式アカウントの中でも
圧倒的に成長スピードが早く、
3桁以上の「いいね」がつく投稿も
続々と登場しています。
短期間でしっかりと成果を出せる、
国向けアカウント運用の成功事例です。



事例



エステプロラボ様 会長アカウント (健康食品)

目的: ブランド認知度の向上

結果: 経営者アカウント 1投稿目から
4000いいね超、
運用2ヶ月で6000フォロワー超
商品問合せのコメントや DMが多数

採用および法人取引の問合せも
すでにDMでたくさんいただく現状



事例



エステプロラボ様 広報アカウント (健康食品)

目的:ブランドの認知度向上

結果:広報担当アカウントを開始 1投稿目
から400いいね超

運用3ヶ月で2500フォロー一超
商品問合せのコメントや DMが多数

開催しているセミナーやイベントに
参加したいお声も多数



事例



2.6万 获赞 5 关注 6885 粉丝

她关注了你

在日本的广告代理公司工作
喜欢中国 努力学习中文
应聘/合作可以找我哦！！

24岁 IP: 日本

互相关注

作品 25

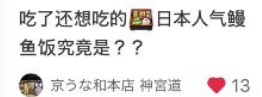
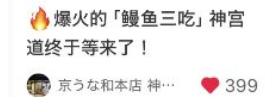
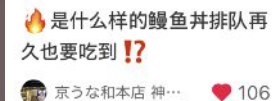


Japan incubation Group様 (広告代理店)

目的: 高学歴中国人採用

結果: 運用開始 2ヶ月でフォロワー
11000人達成！
累計コメント 3000件以上
実際に1名内定承諾

事例



京うな和様 (飲食店)

目的: 店舗への集客、認知度向上

結果: 200いいね超のバズ投稿をヒット!
現在"京都 鳗屋"でかなり上位の
5位と8位上位表示

予約問合せを多数獲得
旅行代理店の協業取組を DM
で獲得し、現在交渉中

中国向けに多角化展開中

事例



笔记



清爽水泡菜 | 肉匠ふるさと ✨



神山牛韩式生拌 | 肉匠ふるさと ✨

肉匠ふるさと様 (銀座焼肉)

目的: ディナー満席、ランチ集客
起用: 毎月10名のグルKOC

結果: 国慶節7日間ディナー完全満席
現状中国人旅行客が8割の状態
顧客単価140%の向上

事例



TCB様 (美容整形クリニック)

目的: 認知拡大

結果: 4アカウント運用中、特殊業界
(医療)で安定運用
現状バン投稿は1つもなく
順調にアカウント育成中

また、3桁いいねの投稿を量産



事例



GOLDK様 (沖縄投資不動産)

目的: 認知拡大、お問い合わせ増加

結果: 運用開始初月で 43 件の問い合わせ
3ヶ月合計で 129 件
中国人投資家のリード獲得
伸びにくい不動産業界で
安定的に問合せを獲得

事例



一川教育様 (文系専門留学塾)

目的: 認知度向上、生徒の集客

結果: 運用開始初月から
連続100いいね超を達成
塾および塾長のブランディング
教員採用強化
月10名程度の問合せを獲得



KOC/KOL施策

自社アカウント
開設・運用

KOC/KOL
マーケティング

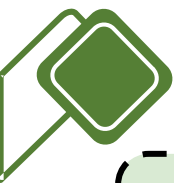
+

AD広告

ライブコマース

种草

”草を植えるという意味”
”興味関心の種まきをする”



KOC/KOL施策

KOC/KOL
マーケティング

期待
爆発的な商品知名度を獲得

徕芬高速吹风机

9432.3万次浏览

☆ 收藏



沉浸式开箱 | 用灰色吹风机的女孩一定超酷吧！

圆圆圈圈悦悦

♡ 5.2万



正确洗头 | 轻松速干不伤发

宗宗_宗

♡ 6771



吹干长发只要5分钟，早知道就不剪短发了🥹

lulugreen ♡

♡ 30万



这该死的高级感😭我的梦中吹风机就是它了！！

猫貳宝

♡ 7203



相性がいい業界



ホテル業界



飲食業界



エステ系



美容院



アパレル業界



雑貨店



KOL・KOCの違い

KOL/KOCとはインフルエンサーの敬称で、
KOLはフォロワー **10,000人以上の大型インフルエンサー** のこと、
KOCはフォロワー **1,000人-9,999人のマイクロインフルエンサー** のことです。

	【KOL (Key Opinion Leader)】	【KOC (Key Opinion Consumer)】
フォロワー数	10,000人以上	1,000人-9,999人
特徴	高い影響力を持つプロの発信者	消費者視点の共感投稿
利用目的	ブランドの認知拡大 / 話題化	購買・来店の後押し / リアルな口コミ訴求
費用感	高い (フォロワー数 × 4円前後)	比較的低い (ギフティング中心で追加費用は無し)
投稿の質	高品質・ジュアル重視	親近感重視
人数	在日インフルエンサー 300名ほど	在日インフルエンサー 900名ほど
脚本	あり	基本なし



KOL・KOCの男女比や在住地域

日本にいる在日中国人インフルエンサーは男女比や在住地域にかなり偏りございます。
弊社調べの統計上男女比は「**女性8:男性2**」であり、
在住地域は「**関東に8.5割、関西に1割、その他地域に0.5割**」でございます。
そのため男性のみアサイン欲しい場合は母数が少なく集まりづらくなります。
または地域によってはインフルエンサーをアサインすることができない場合もございます。

	【KOL (Key Opinion Leader)】	【KOC (Key Opinion Consumer)】
全体数	約300人 ※質がいいのは約 150人	約900人
男女比	女性8割:男性2割＝約240人:約60人 ※女性8割:男性2割＝約120人:約30人	女性8割:男性2割＝約720人:約180人
関東在住 ※特に東京	約255人 ※約127人	約765人
関西在住 ※特に大阪	約30人 ※約15人	約90人
その他の地域	約15人 ※約8人	約45人



弊社の特徴

弊社の特徴は、**日本の広告代理店市場唯一**
在日中国人インフルエンサー全員の連絡先を持っている代理店なんです！
実は日本全国の在日インフルエンサーの個人連絡先を WeChatでまとめているんです。
そこから募集用に大きなグループを 6つ用意しております。※東京は重複あり



東京グループ
500人 (MAX)



東京以外グループ
約90人



東京グループ
約490人



中国国内グループ
約161人



東京グループ
約290人



フォロワー 5,000以下
KOCグループ
約215人



KOCリスト一覧

REDのアカウント名	REDのリンク	地区
kohihi	https://www.xiaohuon.com/	関東 池袋 上野
不思議	https://www.xiaohuon.com/	大阪
茜茜酱在东京	https://www.xiaohuon.com/	東京
破一口桃	https://www.xiaohuon.com/	関東上野池袋
麗子	https://www.xiaohuon.com/	関東千叶東京
斗斗妈	https://www.xiaohuon.com/	新宿池袋
东京小妹	https://www.xiaohuon.com/	関東 新宿, 池袋, 上野
太极蓉蓉子YOKO	https://www.xiaohuon.com/	関東上野中央池袋
逍遥游在東京	https://www.xiaohuon.com/	関東上野池袋
莉莉在日本	https://www.xiaohuon.com/	関東上野池袋大久保
Takuu	https://www.xiaohuon.com/	関東 新宿
USJ地陪小鱼的搬砖日常	https://www.xiaohuon.com/	关西大阪
大阪多米的吃喝玩乐	https://www.xiaohuon.com/	关西 京都
炎	https://www.xiaohuon.com/	関東東京
园淋U&I	https://www.xiaohuon.com/	関東
不爱吃肉肉的多肉	https://www.xiaohuon.com/	関東
橘涂	https://www.xiaohuon.com/	関東上野新宿
橘子	https://www.xiaohuon.com/	関東上野或者新宿
春天的小熊	https://www.xiaohuon.com/	不在日本了
学习中心蒋主任	https://www.xiaohuon.com/	关西
Coco怪	https://www.xiaohuon.com/	関東 銀座日本桥涩谷表参道
HiYi	https://www.xiaohuon.com/	関東横浜
斌子	https://www.xiaohuon.com/	中部名古屋
萌萌兔酱在日本国	https://www.xiaohuon.com/	関東東京
闪闪星人_巧克力	https://www.xiaohuon.com/	関東 東京大阪名古屋
有咩酱	https://www.xiaohuon.com/	関東東京
帅帅在东京	https://www.xiaohuon.com/	関東 浅草、上野, 池袋

REDのアカウント名	REDのリンク	地区
Miumiu姐好靓啊	https://www.xiaohuon.com/	関東上野
平常心在日本	https://www.xiaohuon.com/	関東東京
文哥美食小世界	https://www.xiaohuon.com/	関東東京
Tokyokitity	https://www.xiaohuon.com/	関東東京
Yumiko	https://www.xiaohuon.com/	関東東京
是小园子呀	https://www.xiaohuon.com/	関東町田市
✧vivenan✧	https://www.xiaohuon.com/	関東町田市
东京二胖	https://www.xiaohuon.com/	関東 池袋上野高马横滨
新酱 (蜡笔小新的新)	https://www.xiaohuon.com/	関東東京新宿銀座
乔伊在东京	https://www.xiaohuon.com/	関東東京横浜鎌仓
えいえい	https://www.xiaohuon.com/	関東上野池袋
初攸	https://www.xiaohuon.com/	広島
自我娱乐星人	https://www.xiaohuon.com/	関東東京
宇宙无敌kt酱	https://www.xiaohuon.com/	関東台东葛饰江户川
🍎	https://www.xiaohuon.com/	関東台东葛饰江户川
Mona手帳	https://www.xiaohuon.com/	関東東京
涵HAN	https://www.xiaohuon.com/	関東東京
西资卡	https://www.xiaohuon.com/	関東東京
上官清婉儿	https://www.xiaohuon.com/	関東東京
阿旭；)	https://www.xiaohuon.com/	九州福岡
官方妹妹在日本	https://www.xiaohuon.com/	関東上野池袋
💖元气kuku💖	https://www.xiaohuon.com/	関東東京
一碗小杨	https://www.xiaohuon.com/	関東東京
美丽求解_aki	https://www.xiaohuon.com/	関東新宿上野
kittycrystal takahashi	https://www.xiaohuon.com/	関東高马池袋
优质棉培育基地	https://www.xiaohuon.com/	関東丰岛区
欢儿	https://www.xiaohuon.com/	関東東京都
皮皮灯子	https://www.xiaohuon.com/	関東新宿

撮影時期、訴求内容確定次第

募集を集い、貴社に最適な KOL、KOCを選定し、リストにお出しいたします。



KOC/KOL水面下の広告依頼と水面上の広告依頼

中国SNSではインフルエンサーに案件をお願いする際、
中国SNSのプラットフォームを経由する方法(水面上の広告) と、
プラットフォームを経由せず弊社のような代理店から依頼する方法(水面下の広告)
の2手段がありそれぞれ違いは下記にて記載をしております。

	【水面上の広告依頼】	【水面下の広告依頼】
依頼方法	プラットフォーム経由の依頼方法 中国の代理店のみ対応可能	日本の代理店よりプラットフォームを経由 せず直接インフルエンサーに依頼
特徴	プラットフォームに申請をしているので なんでも訴求可能	プラットフォームに申請していないので 訴求内容が制限される
訴求内容	金額の書き込み、成分の書き込み、 何でも可能	金額の書き込み、成分の書き込み、 〇〇賞の獲得など記載不可
規制	規制に引っかかることはない	規制に引っかかった場合再生回数が止まる もしくはアカウントにダメージがつく
金額	KOC: 5万円 KOL: フォロワー数 × 6円	KOC: 3万円 KOL: フォロワー数 × 4円



初月は準備期間 2週間ほど必要でございます。





KOCキャスティングし放題 2ヶ月以降

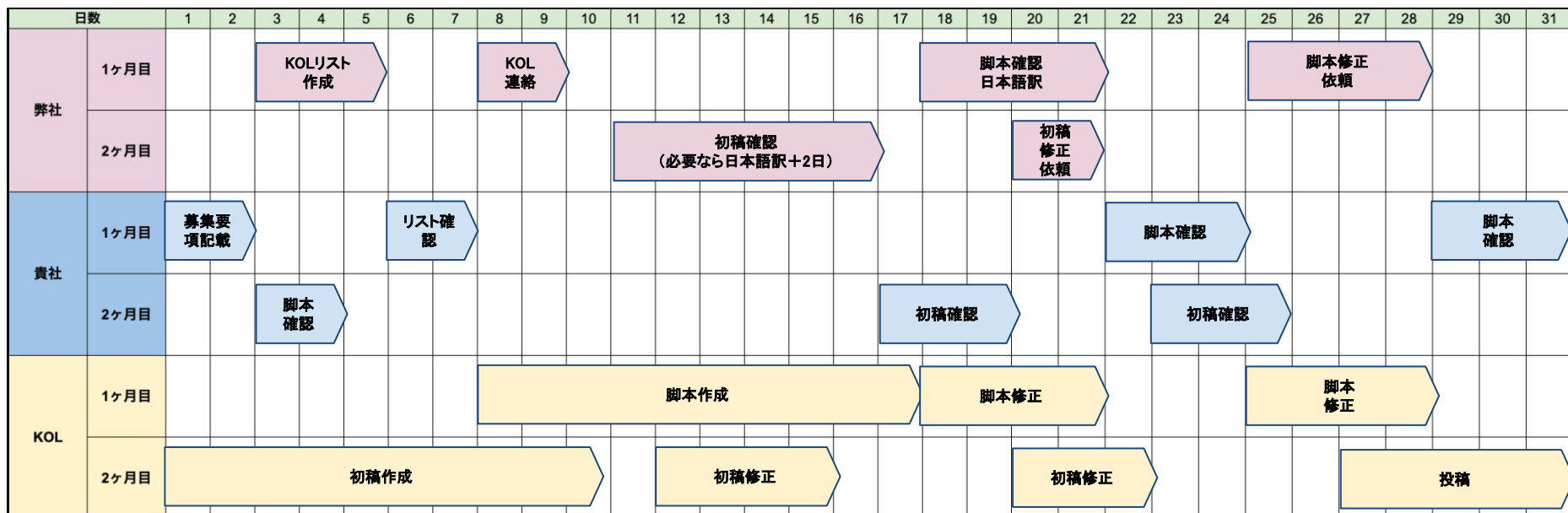
次月分のKOC募集は前の月の中旬より開始いたします。

日数	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31							
弊社	報告書 作成		報告会															インフルエンサー募集												KOC 連絡								
貴社			報告会																																リスト 確認			
	先月分・今月分KOC 訪問対応																																					
KOC																											KOC 予約											
	先月募集KOC訪問投稿 次月分KOC訪問																																					



KOLキャスティングし放題 準備期間に2ヶ月程度

KOL投稿までに約2ヶ月程度ほど必要でございます。



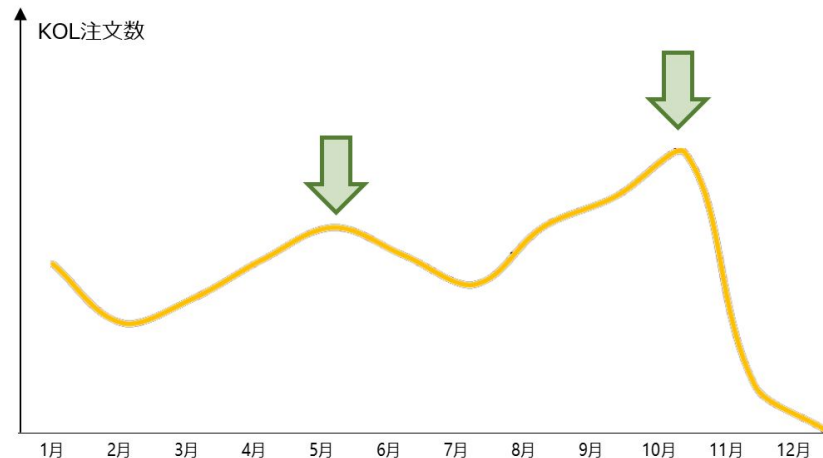


2026年中国祝日 & ネット販促

Chinese holiday



2026年中国祝日		
名称	期間	日数
元旦	01月01日	1
春節	02月15日 -02月22日	8
清明节	04月04日 -04月06日	3
劳动节	05年01日 -05年04日	4
taobao販促	06月18日	1
端午节	05月31日 -06月02日	3
中秋节	09月25日 -09月28日	3
国庆节	10月01日 -10月07日	7



RED KOL の「草を植える」能力はブランドの中心に深く根付いているため、特に「618」や「ダブル11」などの大きなプロモーションノードの前の5月、10月にREDのKOL注文量は明らかに成長のピークを迎える。

投稿NG日

中国には**歴史問題**や**対日感情**をめぐって**注意が必要な「敏感日」** がいくつかあります。
その日付当日はもちろん投稿ができません。
またその**前3日間～1週間後**も敏感になり再生回数がいつも以上に悪くなるため、
この期間での投稿はなるべく避けております。

【名称】	【内容】	【日付】	【投稿NG期間】
盧溝橋事件	北京の盧溝橋で起きた日本軍との衝突事件 (七七事変)があり、日中戦争の発端となった日	7/7	7/4-7/14
中国人民解放軍の 建軍記念日	中国の「七一党慶日」とは異なりますが、中国人民解放軍が誕生 した日であり、中国の歴史において重要な意味を持つ日	7/31	7/28-8/7
中国人民解放軍の 建軍記念日	中国の「七一党慶日」とは異なりますが、中国人民解放軍が誕生 した日であり、中国の歴史において重要な意味を持つ日	8/1	
抗日戦争勝利記念日	日本が米戦艦ミズーリ号で降伏文書に調印した日の翌日が、中 国政府が定める正式な対日戦争の勝利記念日	9/3	8/31-9/10
柳条湖事件	駐屯していた日本軍が瀋陽郊外の柳条湖で南満州鉄道の一部を 爆破し、爆破を中国軍の犯行として、中国東北部を軍事占領する 「満州事変(九一八事変)」の発端となった日	9/18	9/15-9/25
国慶節	1949年10月1日に毛沢東が中華人民共和国の建国を 宣言したことを記念	10/1	9/28-10/8
南京大虐殺犠牲者 国家追悼日	南京大虐殺の被害者を追悼するために、 2014年に中国政府が設立した国民記念日	12/13	12/10-12/20



施策注意点

- ① インフルエンサー募集は、事前にご記入いただいたヒアリングシートの内容をもとに実施いたします。募集開始後の内容変更は原則対応いたしかねますので、事前に十分ご確認をお願いいたします。
- ② REDは規制が厳しいプラットフォームのため、広告色が強い投稿はエンゲージメント制限を受ける可能性があります。そのため、広告訴求ではなく、インフルエンサー自身の体験・感想を中心とした自然な投稿設計で実施いたします。
- ③ ヒアリングシート内に「訴求ポイント」欄を設けております。可能な限り反映いたしますが、過度に広告的表現となる場合は、事前にご相談のうえ調整させていただきます。



KOLキャスティングプラン



プラン	プラン内容	総人数	期間	総合費用
松	・総合フォロワー数(200万人) ・KOL人数8~10名 ・脚本翻訳および確認 ・報告レポート ・ロコミ分析 ※KOC50名サービスさせていただきます。	60名	3ヶ月	8,000,000
竹	・総合フォロワー数(100万人) ・KOL人数5~8名 ・脚本翻訳および確認 ・報告レポート ・ロコミ分析 ※KOC20名サービスさせていただきます。	25名	3ヶ月	5,000,000
梅	・総合フォロワー数(40万人) ・KOL人数4~6名 ・脚本翻訳および確認 ・報告レポート ・ロコミ分析	5名	3ヶ月	2,000,000



KOCキャスティングプラン(初年度お試しPLAN)



プラン	プラン内容	人数	年間予算
KOC キャスティング	・KOCキャスティング(1万人以下) ・投稿文章の翻訳作業 ・訪問予約管理 ・投稿台本管理 ・投稿代理審査 ・投稿時間管理 ・管理表への記録 ・施策ごとに1回報告会レポート作成 ※最低発注人数は 100名	100名	3,000,000
合計			3,000,000



インバウンド施策実施事例



📍 东京银座 🇯🇵 顶级和牛烤肉竟然还查族谱!!

👤 西资卡

❤️ 691



下次还要

❤️ 314

📍 银座4.9分烤肉店 🇯🇵 是怎么个意思?

?

👤 波波の东京小生活

❤️ 157

肉匠ふるさと様

2024年8月開始

ジャンル: 銀座飲食店(焼肉)

起用: 158名(2026年2月時点)

目的: 旅行者の集客

ギフティング: お食事代 2名分50,000円

結果: 施策開始当初は月商約 700万円でしたが現在は月商平均 2,200万円まで向上。年末年始には2,700万円を達成するなど大幅な売上成長を実現しております。あわせて顧客単価は 140%向上。中国の大型連休期間にはディナータイムの稼働率98%を記録するなど、集客・単価ともに大きな成果が出ております。



インバウンド施策実施事例

京焼肉

京之介

K Y O N O S U K E



日本社畜假期的晚饭！33000烤肉套餐和甜品～

小小白今天午休了吗

♡ 2161



日本涩谷的帅哥烤肉 | 店长烤的包美味的♡

tola首席铲屎官

♡ 36

京焼肉 京之介様

2025年5月開始

ジャンル: 飲食店(焼肉)

起用: 98名

目的: ディナーの満席、インバウンドの獲得
ギフトイング: お食事代 2名分60,000円

結果: KOCキャスティング開始 1ヶ月目より、投稿を見た中国人一般客の来店が発生。早期段階から来店導線の効果が確認できました。

施策開始からまだ2ヶ月目ではありますが、REDで「渋谷 焼肉」と検索した際、来店したKOCの投稿が上位表示されるケースも出ており、検索面での露出強化・指名検索対策としても成果が現れています。



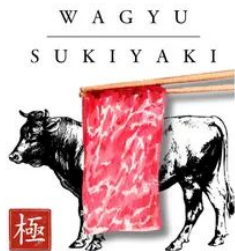
インバウンド施策実施事例



藏在银座附近的寿喜烧店怎么没人发现啊🤔

好困的白米饭

♡ 335



🇯🇵 SUKIYAKI 極 寿喜烧|下飞机直冲就好！

佩妮酱在东京

♡ 75

WAGYU SUKIYAKI 極様

2025年5月開始

ジャンル: 飲食店(すき焼き)

起用: 123名

目的: インバウンドの獲得、Google口コミの獲得

ギフトング: お食事代 2名分15,400円

結果: 1名7,000円の高価格帯すき焼きコースの投稿に対し、在日中国人および訪日中国人旅行者から多くの関心とコメントを獲得。

格帯が高いにもかかわらず、体験価値への興味が強く示されています。

ブランドはフランチャイズ展開を進めており、現在は合計10店舗まで拡大。SNSでの認知向上が、事業拡大フェーズにおける集客基盤の強化にも寄与しています。

価



インバウンド施策実施事例

元祖 発祥 伝統の味

ぼてぢゅう[®]

Since 1946



我在涩谷仅花百元吃到大阪烧+和牛饭+烤肉！

东京小妹

♡ 119



涩谷超绝大阪烧，一口下去香迷糊了！！

佩妮酱在东京

♡ 63

ぼてぢゅう様

2025年6月開始

ジャンル：飲食店（お好み焼き）

起用：134名

目的：インバウンドの獲得、認知度向上

ギフティング：お食事代 2名分15,000円

+フォロワーごとの特典

結果：初月からインフルエンサー投稿の質が高く、50いいねを超える投稿が多数発生。エンゲージメント面で好調なスタートとなりました。

売上の具体的な伸長率については未確認ではあるものの、中国インバウンド客は徐々に増加しているとのフィードバックをいただいております、集客面での効果が着実に現れ始めています。



インバウンド施策実施事例



日本黑科技 | 戴上号称能消灭近视的眼镜



后来你猜Tokyo

♡ 1151



日本黑科技～矫正视力眼镜



东京郭宸宇

♡ 349

窪田メガネ様

2025年5月単月

ジャンル:メガネ

起用: 35名KOC

目的: 認知度拡大

ギフトング: 報酬 1人10,000円

+フォロワーごとの特典

結果: RED BOOKにおける総リーチは 28,000回を突破いたしました。

「視力回復が期待できる珍しいメガネ」という切り口がユーザーの関心を集め、「窪田メガネ」の検索数および保存数が明確に増加しております。

投稿経由での認知拡大により、来店や問い合わせにつながる在日中国人ユーザーも徐々に増加傾向にあり、オンライン上の関心が実店舗アクションへ波及していることが確認できております。



インバウンド施策実施事例

The Churrasco
KYOTO KAWARAMACHI



鮓
仙
酢



京都 | 河原町5楼的“蟹天堂”，吃到扶墙

Steve史蒂文

♡ 55



京都citywalk | 感觉可以原谅全世界

卷卷爱吃鱼

♡ 45

株式会社WILL様

2025年6月開始

ジャンル: 飲食店(複数ブランド)

起用: 89名

目的: 集客の強化、認知度拡大

ギフティング: お食事代 2名分15,000円前後
(※店舗による)

結果: 関西を中心に店舗を展開し、少数精鋭型のインフルエンサー施策を実施。

人数は多くないものの、投稿の質を重視したことで1投稿あたり平均 30いいねを獲得(通常平均 20いいね)し、高いエンゲージメントを実現しました。

半年間で合計 89名をアサインし、継続的な発信を実施。各店舗からは中国人来店客の増加報告もあり、認知拡大から来店促進まで成果が見られました。



インバウンド施策実施事例



周末遛娃Vlog | 夏天就爱去露天烧烤



璐酱日志

♡ 113



🇯🇵 新宿商场屋顶BBQ+魔术秀太有趣了啊啊



Amy大人

♡ 142

新宿ビアガーデン様 2025年6月開始 ジャンル: 飲食店(ビアガーデン)

起用: 45名

目的: インバウンドの獲得

ギフティング: お食事代 2名分14,000円

結果: 夏季限定の体験コンテンツとして投稿を実施したところ、多くのインフルエンサーで通常以上の伸びが見られました。特に 100 いいねを超えた投稿が 8名と、過去最多の成果となりました。

ビアガーデンは家族や複数人での来店シーンが拡散されやすい傾向があるため、店舗様にご協力いただき、通常より多い人数での同時訪問を実現。結果として、バズを生みやすい環境を設計できたことが好結果につながりました。



インバウンド施策実施事例



東京飛行日記

熱帯魚

♡ 4196



坐直升機飛上東京上空

ryoma

♡ 3301

AirX様

2025年7月開始

ジャンル:レジャー(ヘリコプター)

起用: 46名

目的: インバウンドの獲得

ギフティング: ヘリコプター代 2名分32,000円

結果: 合計再生回数は約 150,000回、いいね数は約14,000件、保存数は約 3,000件、コメント数は772件となり、非常に高いエンゲージメントを獲得することができました。施策終了から一定期間が経過しておりますが、現在でも「東京 ヘリコプター」で検索すると、弊社がキャスティングしたインフルエンサーの投稿が上位に表示されている状況となっております。



インバウンド施策実施事例

YAKINIKU
PONGA



高分店の牛舌基础葱量就不基础 🇯🇵 吃饭vlog

追梦的柚子

♡ 490



🇯🇵 | 恵比寿 🍖 不输给yoroniku的宝藏烤肉店

🇯🇵 米亚星球

♡ 377

焼肉ぽんが様

2025年8月開始

ジャンル: 飲食店(焼肉)

起用: 73名

目的: インバウンドの獲得

ギフティング: お食事代 2名分 30,000円

結果: 関東・関西の2店舗にて施策を実施し、合計再生数約14万回、いいね数約1万件、保存数約6,000件と非常に高い数値を記録しました。

高級感のあるコース内容に加え、全て店員様が焼いてくださる演出が動画映えし、多くのインフルエンサーで再生数が大きく伸長しました。また、ギフティング条件も魅力的であったことから、フォロワー1万人以上のインフルエンサーにも多数ご参加いただけた施策となりました。



インバウンド施策実施事例



酒搭子の找酒圣地 ✨ 利客山银座 777

夫妻间成为酒搭子也是小幸福啦!

周末逛街偶遇威士忌圣地银座 777

在一楼临街的酒水零售店

这是日本利客山酒行

コメント

219

15

27

试问吴彦祖们，东京威士忌哪家可？ ✨

在「银座 777」发现了一个威士忌宝藏店 ✨ 日本利客山酒行 (Liquor Mountain) 真的是威士忌选择多而显得与众不同，作为威士忌控 b 须要来拔草!

コメント

103

6

42



TOKYOITE

フォロー



1/18



リカーマウンテン様 2025年9月開始 ジャンル: 小売店 (お酒販売店)

起用: 148名

目的: インバウンドの獲得

ギフティング: ビールセット or ウイスキー or
ほろ酔い

結果: 全国 5店舗にて施策を実施。

9月よりスタートし、初月は 50名のインフルエンサーをアサインしました。

10月の国慶節期間における中国人売上は、前年同月比 170%UPを達成。

また、初月 50名の投稿による合計再生回数は10万回を突破し、認知拡大と売上向上の両面で成果の出た施策となりました。



インバウンド施策実施事例



🇯🇵 | 原宿 🍢 谁还不知道这家火山牛肉盖饭 🍢

👤 米亚星球 🌐
2025-11-03

♡ 254



🇯🇵 人生建议 吃完这碗和牛盖饭再离开日本

👤 明天不上班1012
2025-07-29

♡ 281

B級グルメ様

2025年10月開始

ジャンル: 飲食店 (ローストビーフ丼)

起用: 158名

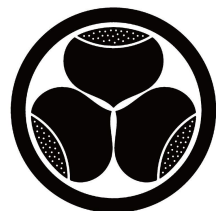
目的: インバウンドの獲得

ギフティング: お食事代 2名分7,000円

結果: 見た目のインパクトが強い商材であったことから、施策開始後はインフルエンサー投稿が一気に拡散。投稿本数の増加に伴い、RED内で「ローストビーフ丼」と検索した際の関連投稿数も大幅に増加しました。その結果、「ローストビーフ丼といえばこの店舗」という認知形成が進み、実際に中国人旅行客の来店数も増加しているとのフィードバックをいただいております。



インバウンド施策実施事例



KURITA



東京一人食文化之和牛盖饭

rebecca8796

♡ 107



東京一人食封神 金賞和牛盖饭原地封神！

萌趣吃喝玩乐

♡ 105

くり田様

2025年10月開始

ジャンル: 飲食店 (ローストビーフ丼)

起用: 95名

目的: インバウンドの獲得

ギフトング: お食事代 2名分3,000円

結果: 店舗訪問施策とクラウド投稿施策の 2軸で実施。

大阪エリアは現地集客が難しいため、中国国内KOCを起用しオンライン中心で展開しました。

合計95名をアサインし、総再生回数は 5万回超、いいね約 3,000件、保存数 1,500件を獲得。

認知拡大に寄与する施策となりました。



インバウンド施策実施事例



在浅草寺随便吃到一家抹茶甜品店

日本小哥美食记

♡ 260

浅草四家美食宝藏



浅草4家必吃美食宝藏 | 一日citywalk

三口百晓生

♡ 236

たばねのし様

2026年1月開始

ジャンル: 飲食店 (クレープ)

起用: 58名

目的: インバウンドの獲得

ギフトイング: お食事代 2名分5,000円

結果: 浅草というインバウンド需要の高い立地特性を活かし、インフルエンサー投稿には必ず「浅草」関連キーワードを組み込む設計で運用を実施。

もともと検索ボリュームの高いエリアワードを活用することで、検索流入を意識した露出強化を図っています。

施策開始から1ヶ月で、すでに3桁いいねを獲得した投稿が3名発生。

初月30名の投稿で合計再生回数は8万回を超え非常に順調な立ち上がりとなりました。



インバウンド施策実施事例



うる虎ダイニング
URUTORA DINING

神戸牛焼肉 肉兵衛 赤坂本様

2026年3月開始

ジャンル: 飲食店 (焼肉)

起用: 名

目的: インバウンドの獲得

ギフティング: お食事代 2名 分円

結果: 施策開始前



インバウンド施策実施事例



KOBE Beef Emperor Steak様

2026年3月開始

ジャンル: 飲食店 (焼肉)

起用: 名

目的: インバウンドの獲得

ギフティング: お食事代 2名 16,000分円

結果: 施策開始前



KOC事例

＜ 天空广阔 (成分版) フォロー 1/5



乐敦家族半壁江山！这几款宝藏 无限回购
最近整理洗漱台发现乐敦占了半壁江山！作为爱扒成分表的较真人，分享几款反复回购的实用派：

1. Pansolon 绿胃胃散

コメント 350 104 10

ロートは、ハートだ。



＜ 叫我小耶_ フォロー 1/8



谁懂？好东西有点多过份了。。
姐妹们！！最近被日本乐敦这一套拿捏得死死的，每一个都戳中我心巴，速来吃安利！！

乐敦小红花 小红花隐形眼镜眼药水

コメント 198 105 7

ロート製薬様 9月開始 ジャンル：生活用品

起用：45名
目的：認知度拡大
ギフティング：商品を 4~6種類
(目薬・ヘアマスク・洗顔料等)
応募状況：87名

結果：今回プラットフォームを經由して
インフルエンサーさんに案件を
依頼いたしました。
通常プラットフォーム経由の広告依頼に
おいては、エンゲージメント率が 0.25%を
超えると高水準と言えますが今回の結果は
0.79%とかなり高い水準でした。
今回あえて中国国内のインフルエンサーを
起用したことでブランドの影響力および
露出度を一層拡大できたかと思ひます。



KOL事例

ロゼット

洗顔パスタ



ロゼット様
ジャンル:コスメ

起用: 4名KOL8媒体の投稿
目的: 大型連休国慶節に向けた集客 44店舗
撮影地: 渋谷 MEGAドンキー

結果: 8媒体で総再生数は 17万回を超え
2000件以上の保存、300件以上関心
コメントを獲得



KOL事例



日本有点小钱的00女生年度
爱用彩妆护肤分享



秋山madoka

♡ 589

しあわせを、ふつうに。

DHC



日本美妆博主爱用彩妆大
公开



serababy

♡ 2357

DHC様 ジャンル:コスメ

起用: 5名KOL8媒体の投稿

目的: 大型連休国慶節に向けた集客 44店舗
撮影地: 渋谷 MEGAドンキー

結果: 8媒体の総再生数はで 16万回を超え
1800件以上の保存、150件以上関心
コメントを獲得



KOL事例



日本旅行白天没玩够？当地人推荐夜游好去处！



小台在日本

❤️ 1.2万

すこやかな毎日、
ゆたかな人生

Glico



グリコ様(ポッキー) ジャンル:お菓子

起用: 5名KOL6媒体の投稿
目的: お土産用 MEGAポッキーの販促
撮影地: 渋谷 MEGAドンキー

結果: 9媒体で総再生数 38万回を超え
1700件以上の保存、1万件以上関心
コメントを獲得
かなり施策が好評で年末に
おかわりいただきました！



KOL事例



日本社畜一天的饭！60块钱烤肉盖饭和关东煮！



小小白今天午休了吗

♡ 4466



细节狂魔的日本人设计的包装有多贴心



猫猫在日本

♡ 2006

グリコ様(プッチンプリン)

ジャンル:お菓子

起用: 5名KOL9媒体の投稿

目的: プッチンプリンの話題性向上

撮影地: 渋谷 MEGAドンキー

結果: 9媒体で総再生数 41万回を超え
1800以上のインね数、4500件以上の保存、合計で 8000件以上関心コメントを獲得。

かなり施策が好評で年末におかわりいただきました！



KOL事例



mandom



日式护发的精致真的超出我的想象了



今天也是元气甘甘 🌿

👍 7698



27岁日本女生保持头发精致的四部曲



北野百笑

👍 1667

マンダム様

ジャンル:コスメ

起用: 4名KOL採用

目的: ヘアミルクの認知度向上

撮影地: 渋谷 MEGAドンキー

結果: 5媒体で総再生数36万回を超え
1万件以上のいいね数、約5000件の
保存数を獲得。

合計19000件ほどの関心アクションが
ありました。

大型連休に向けた施策となり、
中国人旅行客に向けた認知に貢献した。



KOL事例



日本百货关门早？晚上八点后当地人都去哪玩？



小台在日本

❤️ 3012



日本本地女生唐吉诃德真爱买好物清单



秋山madoka

❤️ 996

KOSE様 ジャンル:コスメ

起用: 7名KOL採用

目的: フェイスマスクの認知度向上

撮影地: 渋谷 MEGAドンキー

結果: 9媒体で総再生数 26万回を超え

2500件以上のいいね・保存を獲得

9媒体で総再生数 38万回を超え

1700件以上の保存、1万件以上関心
コメントを獲得

中型KOLを中心とした施策

のため、コスト対数字はかなりいいと
言える施策となった。

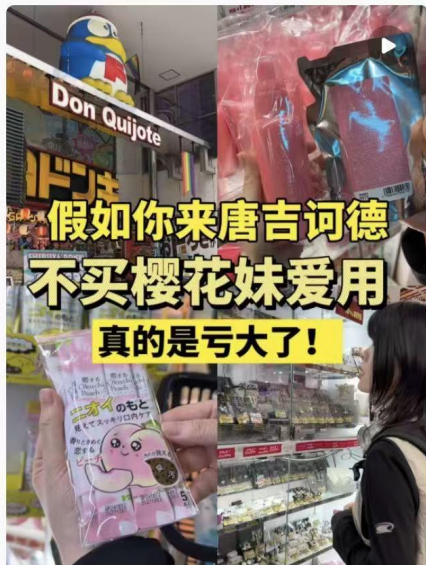


KOL事例

ORBIS

オルビス様

ジャンル:コスメ



小众但樱花妹爱用！唐吉诃德漏买这些就亏了

芽米在日本

♡ 2346



贪玩星人救星！东京深夜逛玩绝不早回家！！



nono 在东京

♡ 1288

起用: 5名KOL6媒体の投稿
目的: 大型連休国慶節に向けた集客 44店舗
撮影地: 渋谷 MEGAドンキー

結果: 6媒体で総再生数約 10万回、
5000件以上のいいね数、約 3500件の
保存数を獲得。



KOL事例



三井アウトレットパーク ジャズドリーム長島様 ジャンル: 商業施設

起用: 3名KOL6媒体の投稿
目的: 国慶節を狙ったインバウンド集客
撮影地: 三井アウトレットパーク
ジャズドリーム長島

結果: 200件以上のコメントが寄せられ
再生数は39万回を超えた。
DMでもクーポンありますか？
と濃い関心を惹きつけ成功した
施策となった。



KOL事例



实用百搭👛大包分享，打工人通勤
差旅必备！



是西西吖



486

K&L様 ジャンル:アパレル

起用:大型1名100万フォロワー

KOL媒体REDの投稿

目的:海外からの自社サイトでの購入

結果:かなり直接訴求な広告動画となり
再生数は伸びなかったものの
コメントでの反響は拾えた。

合計コメント80件以上、保存230件
以上知名度および興味関心を大きく
惹きつけることができた施策でした



AD広告

自社アカウント
開設・運用

KOC/KOL
マーケティング

+

AD広告

ライブコマース

种草

”草を植えるという意味”
”興味関心の種まきをする”

AD广告

AD广告

期待
商品の強訴が可能 数値化がより詳細に可能
ユーザーと連絡先交換 密なコミュニケーションを可能に





相性がいい業界



着物レンタル系



不動産系
※賃貸のみ



教育系



美容系



アパレル業界



雑貨店



AD広告の注意点

日本でREDのAD広告を配信できる **広告代理店は3社**しかありません。

その中の **1社が弊社**でございます。

弊社には **RED本社に在籍している担当** が1名ついておりますのでその人に確認ののち、正式に配信できるのか配信できないのか判断させていただきます。

RED内のAD広告はブルーバッジがついている企業のみ広告配信が可能です。

そのため「**人の健康に関わる業種(例:医療)**」や「**人のお金に関わる業種(例:不動産)**」に関してはブルーバッジの申請ができないため AD広告の配信はできません。

※不動産業界でも「賃貸」系は配信できる可能性もございます。

REDのAD広告はアカウント運用をしながら AD広告を回す形です。

そのため目標がフォロワー数なのかお問い合わせ数なのか初期段階でご報告いただく必要がございます。

もしフォロワー数が目標なのであれば **広告費をどれだけかけられるか** が重要でございます。

業界によりますが「**1フォロワー 800円**」が平均でございます。



AD広告とブースト広告の違い

RED広告には2つの広告のかけ方がございます。
それぞれの違いは下記でございます。

	【AD広告】	【ブースト機能】
概要	RED社が提供する公式の運用型広告	投稿済みのインフルエンサーもしくは企業が投稿に後から広告配信をかける方法
広告主	主に企業アカウント	企業またはインフルエンサー
配信先	REDの広告枠 (検索・おすすめ・フィード上など)	自然投稿と同じ場所 おすすめフィードに露出
出稿方法	RED公式の広告管理画面で入稿・管理	投稿URLを指定してブースト設定
費用体系	CPM(表示)、CPC(クリック)、CPV(動画再生)等	CPVまたはCPCが主(比較的安価)
ターゲティング	非常に詳細 (年齢・性別・地域・興味関心など)	限定的 (基本は簡易ターゲティング)
制作自由度	広告用に完全カスタム可能 (動画・画像・CTAなど)	投稿済み内容に制約あり (編集不可)
クリエイティブ審査	RED側の審査あり(厳しめ)	投稿時とブースト設定時に審査あり
CTR/エンゲージメント	高いCTRを狙いやすいが、広告っぽさは出やすい	ナチュラルな見せ方でエンゲージメント率が 高くなりやすい
ブランド感の演出	公式っぽい印象、広告感あり	インフルエンサー経由で口コミ感が強い
おすすめ活用シーン	認知拡大、キャンペーン訴求、大型施策	自然投稿の拡散強化、KOL施策のリターゲティング
最低出稿期間	最低3ヶ月から	特になし



AD広告の準備期間



AD広告の準備期間1ヶ月ほど必要でございます。
新規でアカウントを立ち上げる場合は謄本をご共有ください。

日数		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
弊社	1ヶ月目	※ブルーバッチの取得																														
		企画(脚本)の作成					撮影			編集														修正								
	2ヶ月目	投稿開始																														
貴社	1ヶ月目	企画確認					素材確認																									
	2ヶ月目																															

実例



不動産会社様 ジャンル:不動産賃貸

広告費:毎月 50万円

目的:不動産賃貸、認知拡大

結果:毎年 2-4月、7-9月

毎日 70件問合せが取れる状態

CPA: 2300円弱



実例



不動産会社様 ジャンル:不動産賃貸

広告費:毎月 110万円

目的:不動産賃貸、認知拡大

結果:賃貸は時期によりますが、
毎月500件弱問合せが取れる時期
がございます。

CPA:2200円弱



実例



新領域理系塾様 (ジャンル: 留学指導塾)

広告費: 毎月 30万円

目的: 認知拡大、応募者数増加

日本留学のリード獲得

別の塾との差別化

結果: 毎月 50件以上のお問い合わせを獲得

CPA: 問合せ単価 5700円



ライブコマース

自社アカウント
開設・運用

KOC/KOL
マーケティング

+

AD広告

ライブコマース

种草

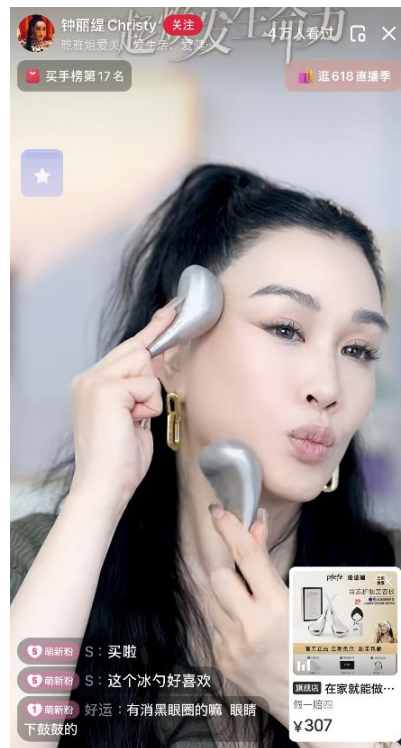
”草を植えるという意味”
”興味関心の種まきをする”



ライブコマース

ライブコマース

期待
直接販売 ノンリスクのマーケティングを実施
オンラインでたい多数の営業をかける





ライブコマースの注意点

ライブコマースに関しては皆さんが思っているより **簡単ではございません**。
費用が莫大にかかる上、**黒字化するのにとっても時間**がかかります。
そのため、まずはアカウント運用やインフルエンサー施策、AD広告を行い、
ある程度 **商品の認知度を上げて** からライブコマースに進むことをお勧めします。

ライバーの報酬は基本成果報酬と思っているケースがほとんどですが、成果報酬では案件を引き受けてくれません。
基本的に売り上げの **50~60%(認知度が低いと60~70%とられるケースも)** + **基本給** となります。
また商品に関してはとにかく **原価を下げてとにかく安く** 販売しなければなりません。
その場合貴社に残る売り上げはほとんど残らない形になります。



ライバーの違い

中国国内にいるライバーと日本国内にいるライバーはかなり異なります。
下記にまとめましたのご確認ください。

	【中国国内ライバー】	【日本在住ライバー】
言語/文化対応	中国語ネイティブ、流行・トレンドに精通	中国語対応可能だが、最新トレンドにやや時差あり
フォロワー層	主に中国本土ユーザー	中国本土＋在日中国人、越境 EC利用者など
視聴者からの信頼度	「現地感」があり信頼性が高い	「海外感」が強く、ブランドによっては逆に差別化可能
販売カテゴリ相性	美容・ファッション・生活用品に強い	インバウンド商材(日本製品)・店舗紹介などに強み
決済・物流の対応	中国の決済(アリペイ・WeChat Pay)に完全対応	越境ECの場合は海外発送・代行会社との連携が必要
契約・法律対応	中国現地の契約・規制が必要 (ライブ配信ライセンスなど)	日本の企業にとっては契約・管理がやや煩雑
費用感	トップライバーは高額(数十万～数百万円 /回)	中堅・マイクロライバーを安価に起用可能 (数万～十数万)
プロモーション形式 の自由度	規制が年々厳しく、表現に注意が必要	日本からの配信で比較的自由、柔軟に構成可能
配信プラットフォーム	抖音、快手、小紅書ライブ、淘宝ライブなど	抖音・REDの越境ライブ配信(公式連携または VPN等)
経験値	優秀	まだまだ成長途中



そうだ。
篤月に相談しよう

SNS運用の悩み事をぜひ一度ご相談ください

中国SNS集団篤月にお任せください

