

social department

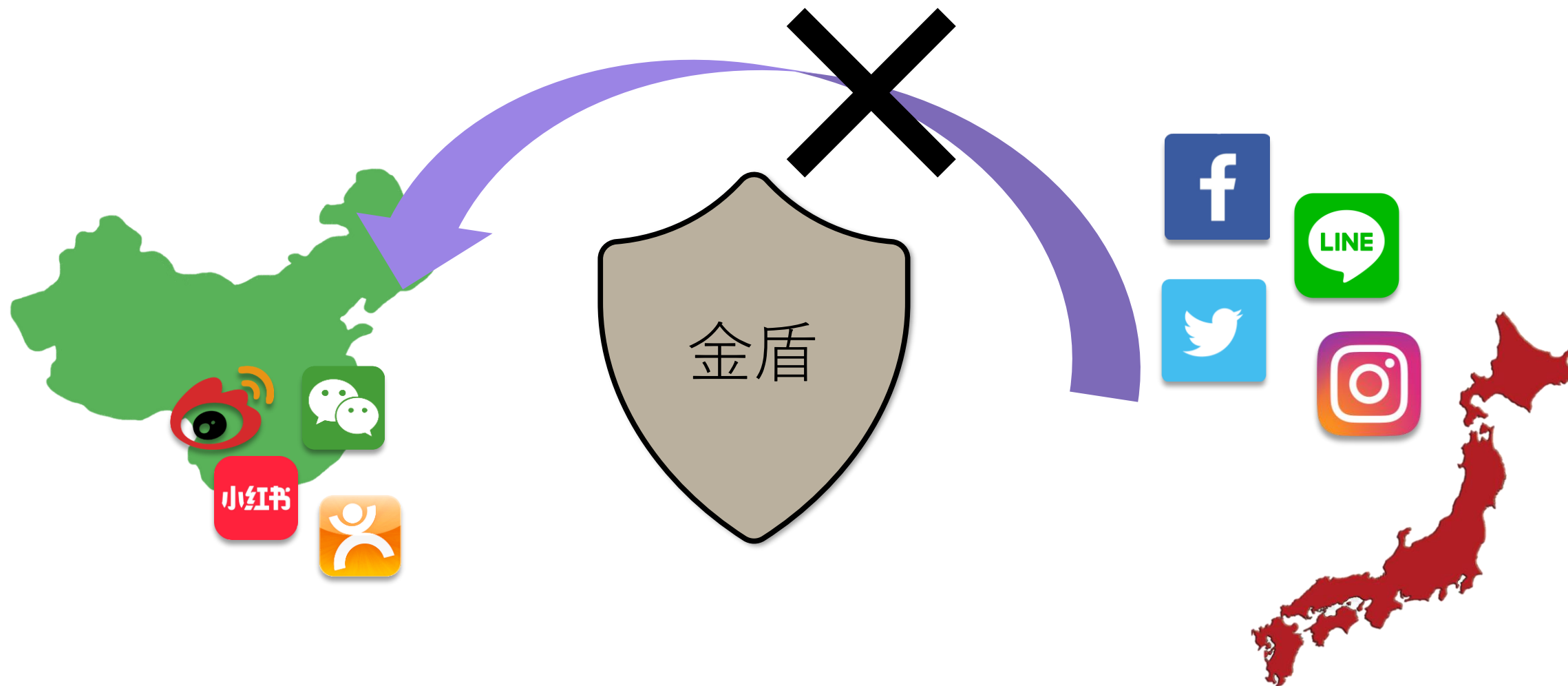
2023年 訪日中国人対策 ソリューション

 eyeZ



中国SNSについて

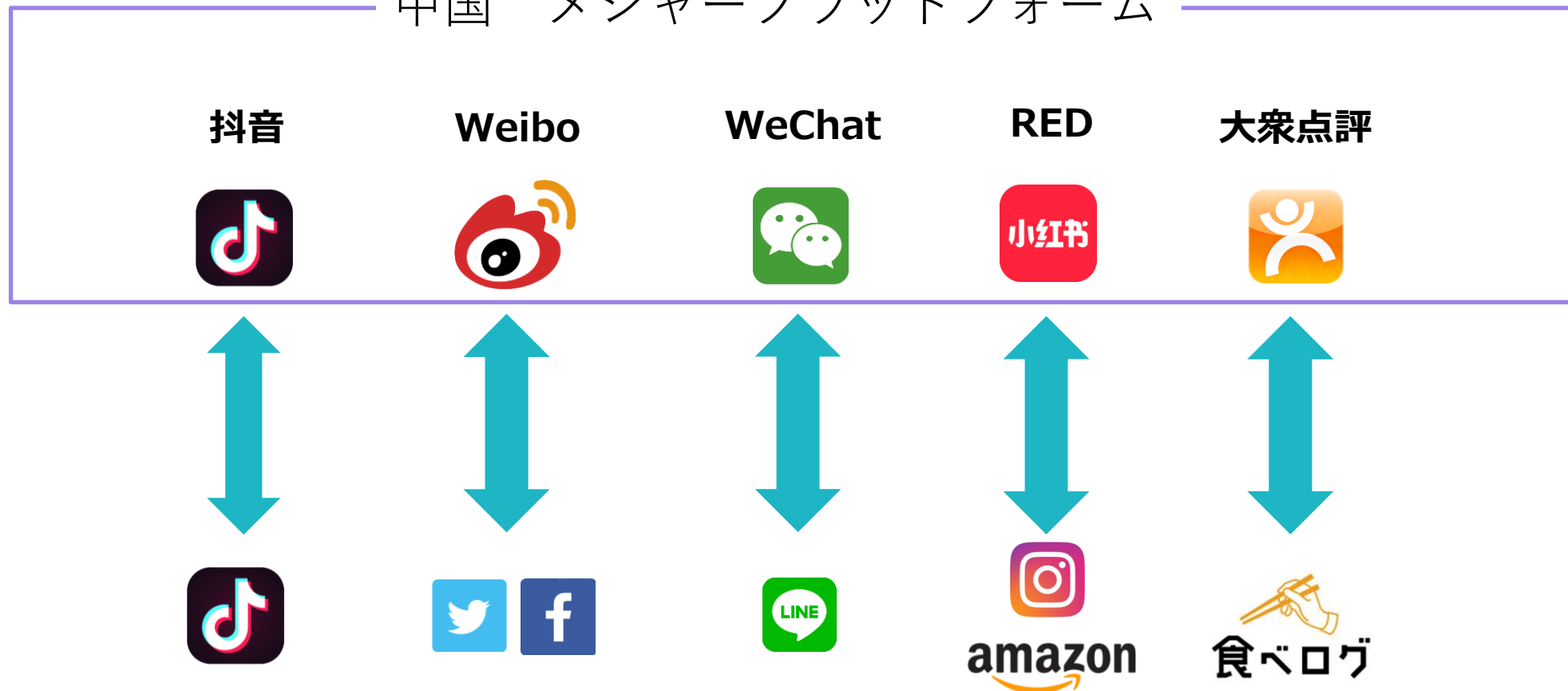
中国のインターネット規制



中国の金盾があるため、外部へのアクセスができない

中国SNSについて

中国 メジャープラットフォーム



中国人は、海外に行っても、すでに使い慣れているAPPを利用する

在日中国人も、訪日中国人も、自国APPを愛用

中国SNSについて

Weibo



- ・中国最大ソーシャルメディア
- ・ユーザー数：7億以上
- ・企業のHP機能を持つ
- ・情報収集の元
- ・One to Allの情報発信

- ・情報収集
- ・話題、ネタ探し
- ・KOLのフォロー
- ・自分の意見を自由に語る



WeChat



- ・中国最大チャットアプリ
- ・ユーザー数12億人以上
- ・1日数十回も開かれるアプリ
- ・One to Oneの方法発信
- ・決済機能あり

- ・知り合いとのコミュニケーション
- ・決済に使う
- ・モーメンツを頻繁に見る
- ・公式アカウントの記事を読む



RED



- ・中国最大ライフスタイルSNS
- ・ユーザー数：2.5億以上
- ・3人に1人は日本に興味持つ
- ・旅行,ファッション,買物好き多
- ・POI機能あり

- ・ライフスタイルの情報収集
- ・積極的に自分のことをシェア
- ・KOLをフォロー
- ・実際に買物をする(EC機能)



大衆点評



- ・中国最大口コミサイト
- ・旅中の最も強いプラットフォーム
- ・ユーザー数：6億以上
- ・飲食,買物の口コミがメイン
- ・日本現地の店舗情報充実
- ・POI機能あり

- ・現地で飲食・買物情報収集
- ・クーポン券を探す
- ・口コミを参考
- ・自分の口コミを残す



中国SNSについて

影響力の分散化 (中国SNSの去中心化)

過去



KOLの拡散

1人のKOLから多くの人に情報を届けてそのKOLの影響力がどんどん大きくなり広告気味の配信やそのKOLの言動で配信ブランドイメージダウンのリスクがある



今後



KOCの配信

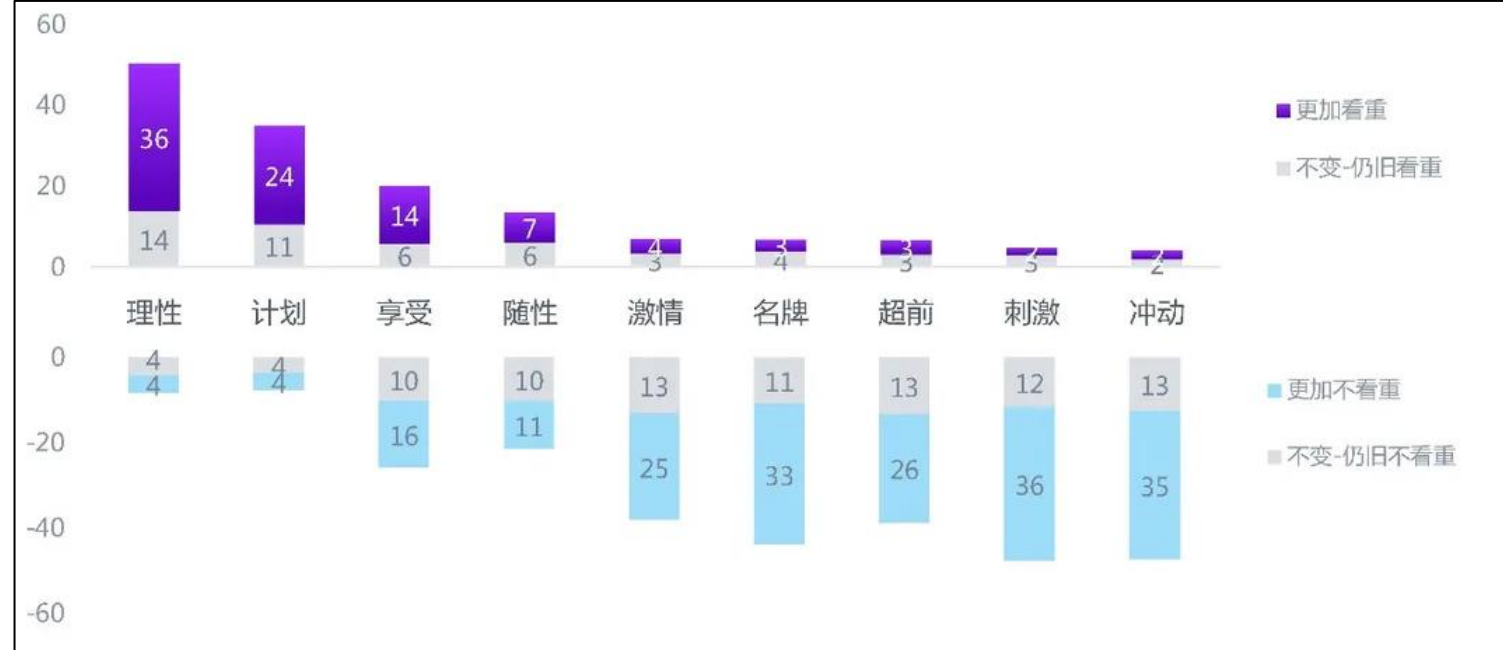
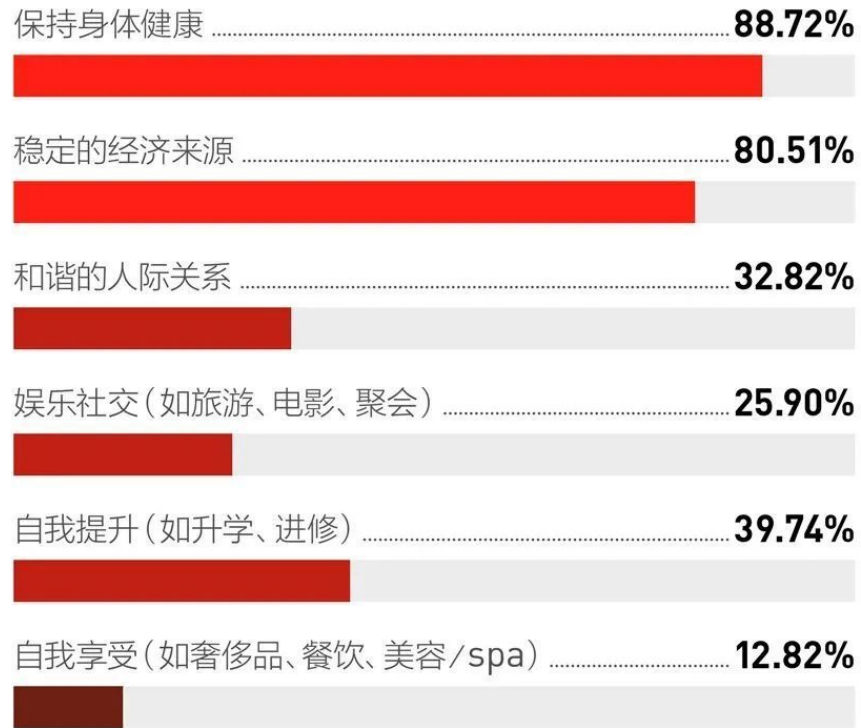
個々のユーザーが配信されるコンテンツがプラットフォームの計算式に基づいて興味を持ってくれそうなユーザーへ情報を届け、コンテンツの数をより重視する

コンテンツ数による影響が
重要

中国人消費者の変化

爆買いから冷静モードに

Q1 对比疫情前, 你现在更加注重生活中的哪些方面? [HEALTH RESEARCH REPORT]



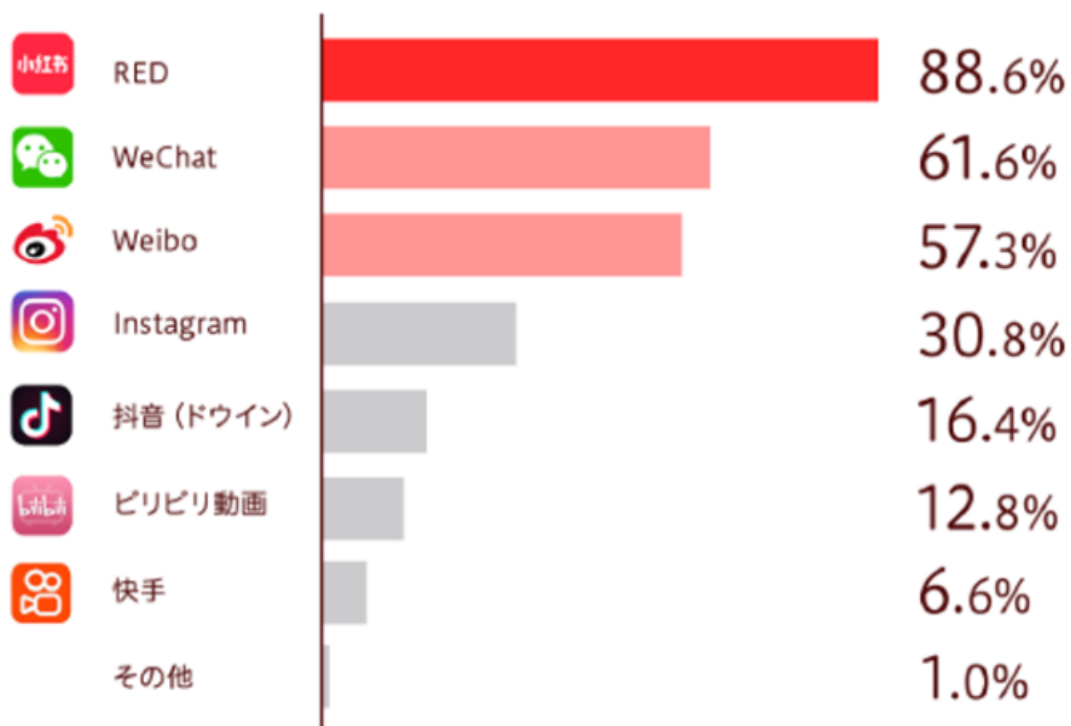
- ◆ より理性的、計画的な消費モードが今後の主流
- ◆ パフォーマンス（質）重視が買い物のキーワード
- ◆ より健康重視、健康消費の傾向が高い

https://zhuanlan.zhihu.com/p/623608312?utm_id=0

中国人消費者の動向

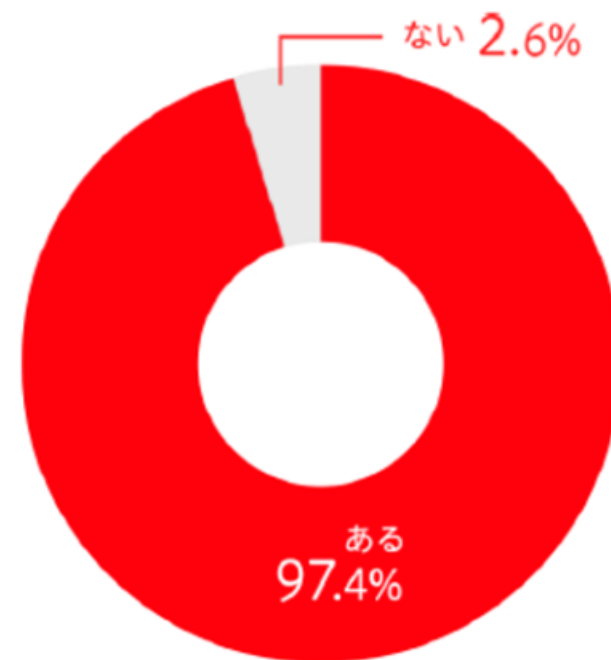
商品の購入を検討する際に参考にするSNSは何ですか？（複数回答）

[n=467]



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]

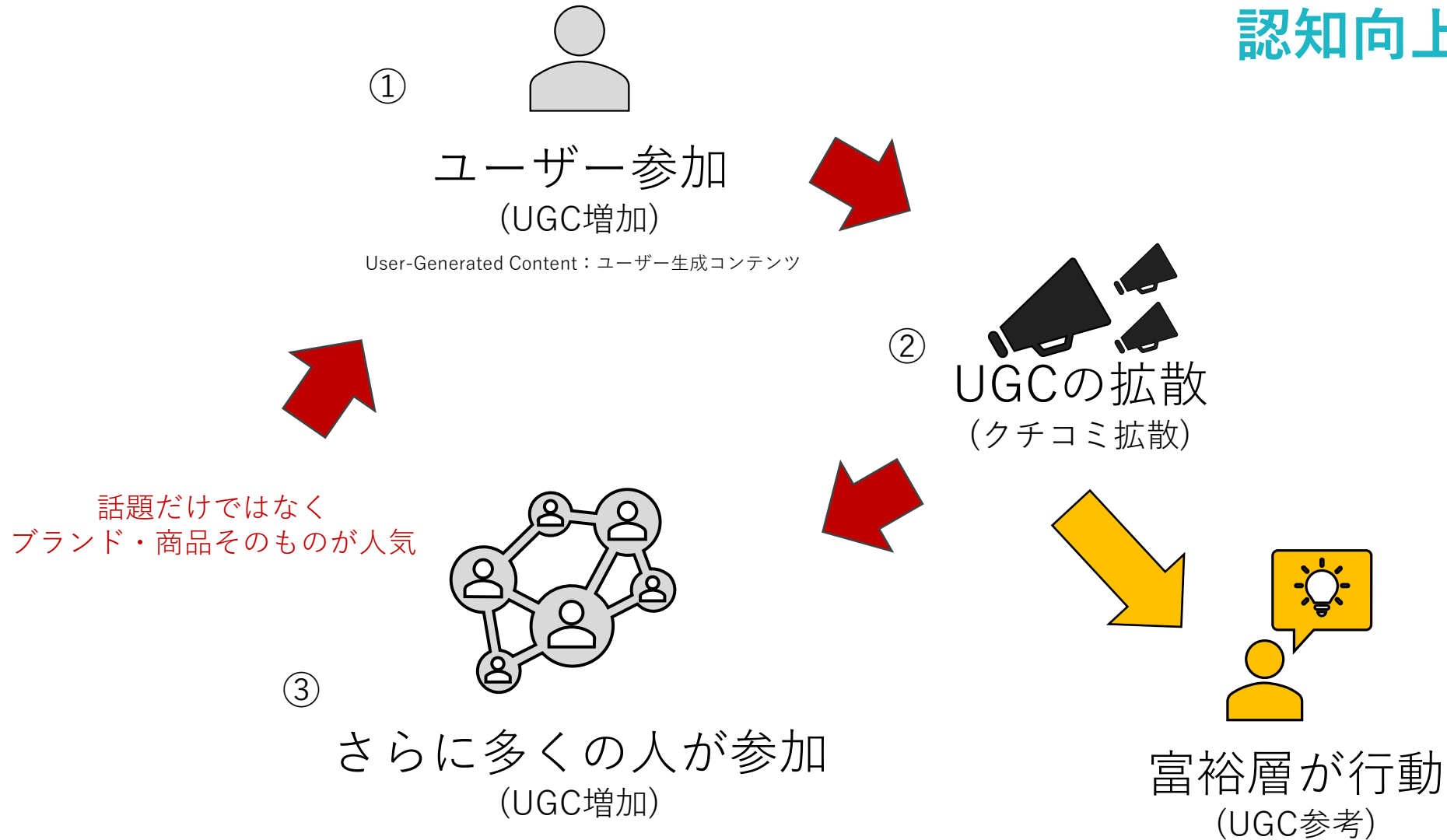


引用：アライドアーキテクト株式会社「在日中国人女性のRED利用実態調査」

REDを中心に中国SNSからの商品検討が多い

中国人消費者のアプローチ

UGCを増加させることによる
認知向上が重要





TATAMi



サービス紹介



中国消費者の口コミで日本のコンテンツを世界へ広げていく

在日中国人を活用したクチコミ拡散

TATAMI

日本企業と中国人KOCをマッチングさせるプラットフォーム

TATAMIのKOCは、企業の商品やサービスを体験し、クチコミを中国大手SNSにて発信します。クチコミを見た人たちが訪日した際に商品の購入、またはサービスの体験に繋がるすることができます。



KOC : Key Opinion Consumer、積極的に口コミを配信する消費者



TATAMI：13億人が使っているWeChatに内装するアプリで展開

WeChat

13億人が毎日利用されている中国最大チャットアプリ



WeChatミニプログラム

5億人以上利用され、WeChatの中に内装するアプリ



TATAMI

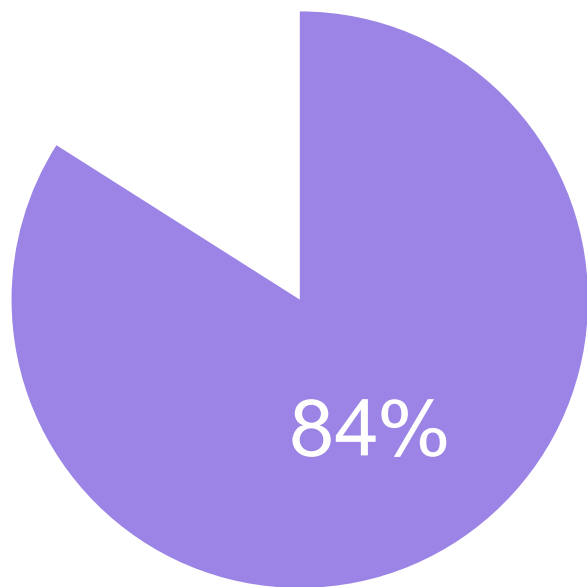
WeChatミニプログラムとして展開



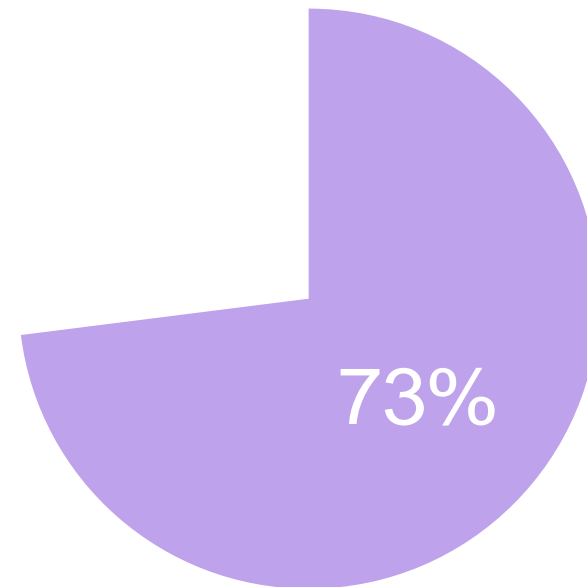


KOCの良さ (特徴)

体験した人のクチコミが大事
(事実・経験・信頼に基づく判断)



友人や知り合いがいい評価した場所や商品を体験したいと思う



本当に使った人、行った人からのコメント評価が信頼できると思う

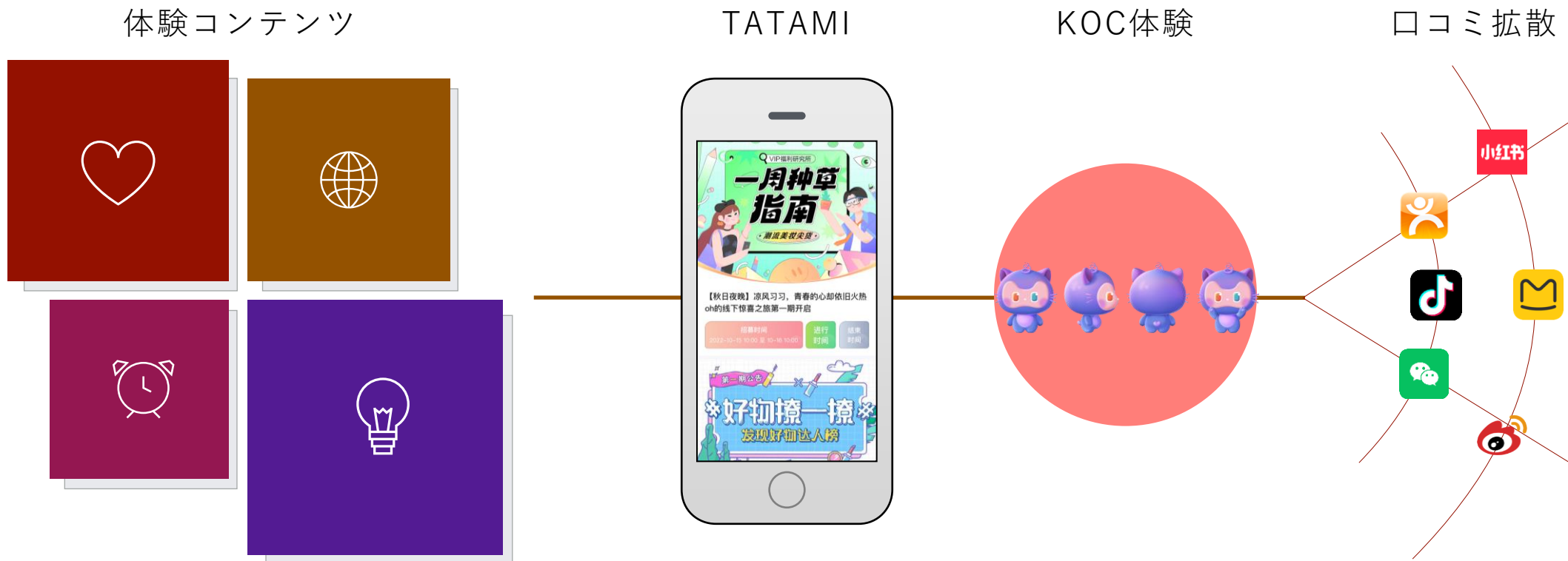


TATAMIが実現できること





TATAMIの仕組み



- ・日本のコンテンツを集中に掲載
- ・KOCの申し込み、投稿管理
- ・配信内容の確認、フォロー

TATAMIがKOC管理をしっかり行なっております



TATAMIのKOCの影響力(ご参考)

2023年2月時点

プラットフォーム	フォロワー数 / Lv / 友達数	備考
RED 	一人平均フォロワー数：5,000人以上	KOCの選定に関しては ご希望に合わせて当社で行います。
大衆点评 	一人平均 LV：Lv5以上 (Lv1~Lv8の中、Lv3は一般ユーザー)	
WeChat 	一人平均友達数：2,000人以上	
Weibo 	一人平均フォロワー数：10,000人以上	
抖音(中国TikTok) 	一人平均フォロワー数：3,000人以上	



KOCプロモーションの実施イメージ

【内容・特徴】

KOCに商品をサンプリングし、体験してもらい、体験レビューをSNSに投稿させることが出来るメニューです。また、メーカー様の関心事項などを事後のアンケートで参加されたKOCに回答してもらうこともできます。

※配送費 (5キロ 80サイズまで)



【投稿可能媒】



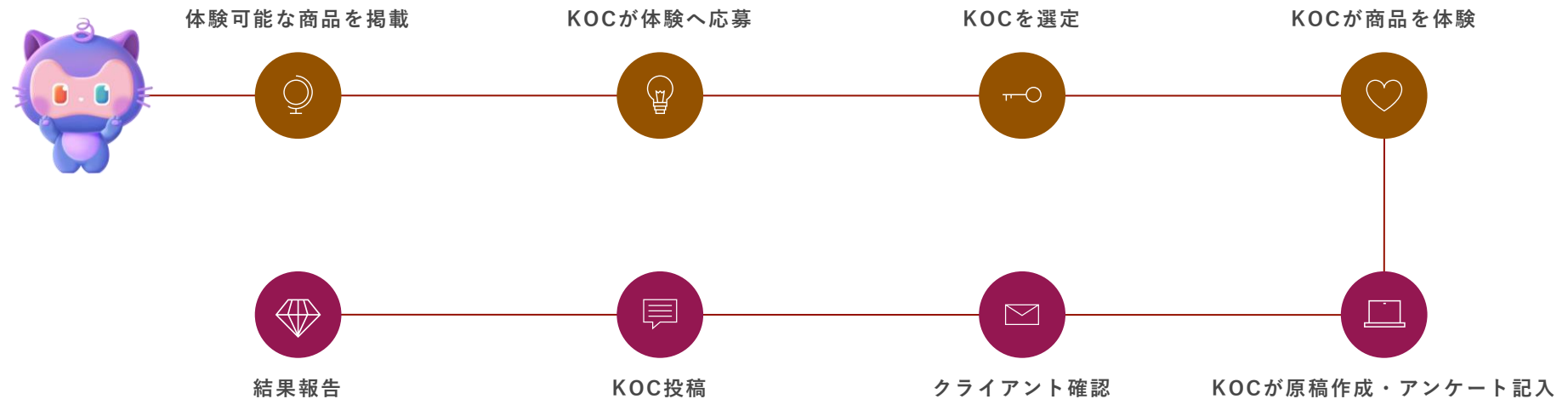
【アンケート】

8問

【2次利用】

事前申請により無料

【実施流れ】





KOCプロモーションの実施イメージ

【内容・特徴】

KOCが施設または店舗まで来場しサービス体験をします。その後、施設や店舗で体験した口コミを記事化してSNSへ配信します。限定キャンペーンやイベントにも参加が可能です。また、KOCが消費者として自分のお金で商品などを購入することもあります。

※体験させたい商品や施設の費用はプロモーション費とは別でご請求となります。

※来店場所や施設の体験場所によっては、別途交通費がかかる場合がございます。



【投稿可能媒】



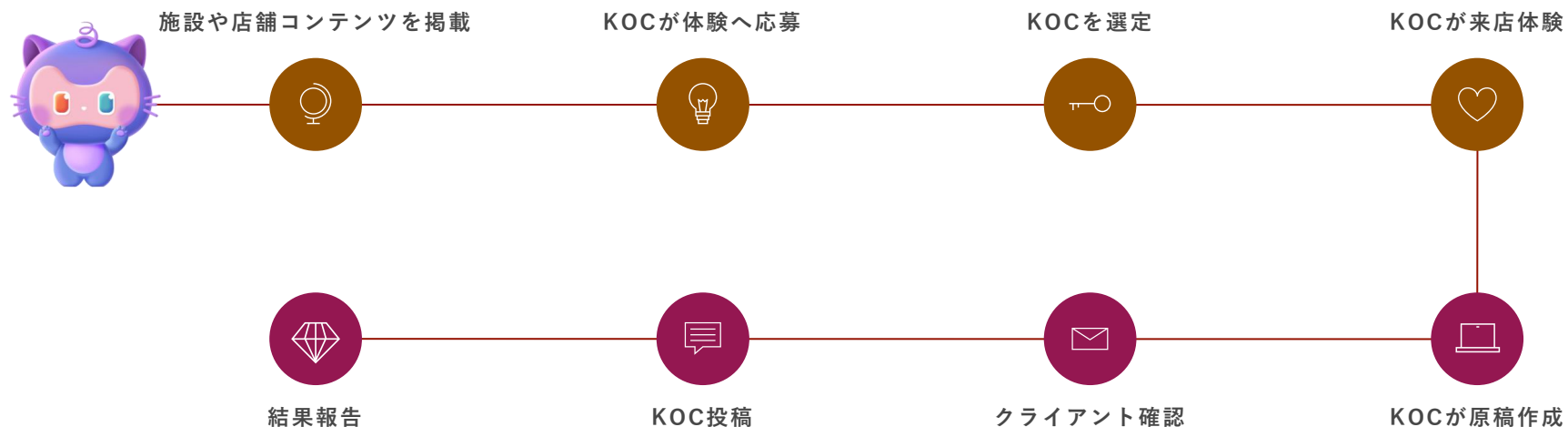
【アンケート】

8問

【2次利用】

事前申請により無料

【実施流れ】





KOCプロモーションの実施イメージ

【内容・特徴】

KOCとリアルでコミュニケーションが取れるイベントになります。KOCが事前に商品体験または来店体験をしてから主催企業と対面で交流し、消費者として生の声が聞けます。



【投稿可能媒】



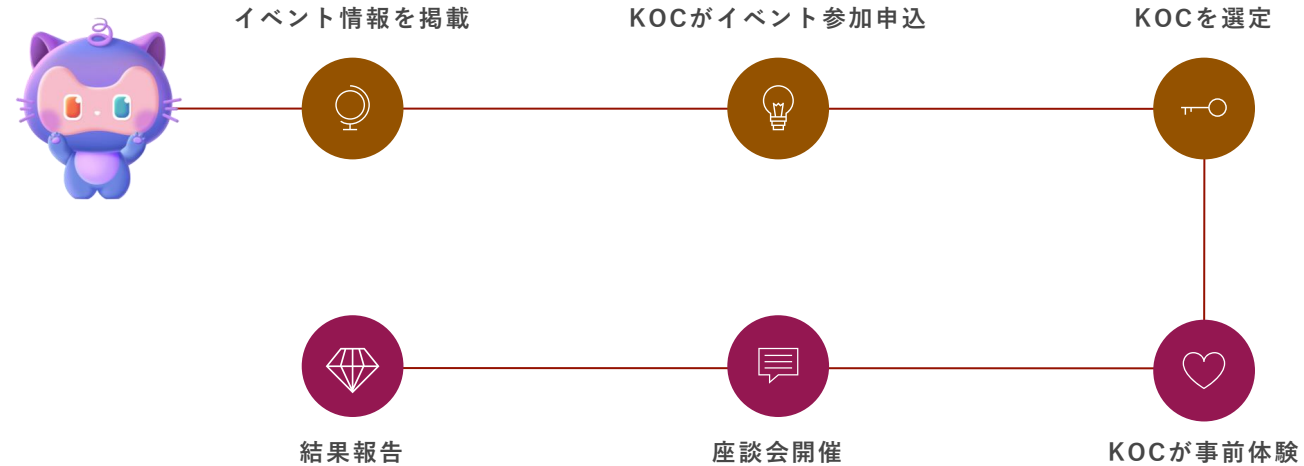
【アンケート】

8問

【2次利用】

事前申請により無料

【実施流れ】





スケジュール（例）

お申込み



お申込みと合わせて“弊社規定の入稿フォーム”にご記入頂きます。



準備期間

1週間



ご入稿頂いた入稿フォームを基に、弊社にて募集画面を作成致します。
募集画面をご確認頂いた後、募集期間に移ります。



募集期間/配送

1～2週間



TATAMIにて応募者を募ります。
応募者の中からご発注人数を弊社にて選定し、当選者に対して商品配送を行います。



投稿期間

1～2週間



当選者が商品を体験し、感想をSNSに投稿します。



ご納品

10営業日後



投稿スケジュール終了後、2週間後に実施レポート(PowerPoint)を、ご報告致します。



2:22 4G

大懶猫很懶 互相关注



六本木Hills shopping plaza

逛街购物 | 蓝胖子·东京六本木 Hills
被一群蓝胖子包围的六本木 Hills 谁能不爱
快来感受被蓝胖子围攻的幸福吧

施設の来店体験



座談会開催

河豚料理 寿喜烧老店



在日本1000RMB吃河豚
吃到撑是种什么体验

レストラン体験

冲绳蓝の旅
海天一色 心向往之



地域旅行体験

morilabo 花粉棒



种草清单 nice day
商品体験

内容 相册 地点

他家每次的活动套装以前也是经常帮朋友代购的
艾天然 9.5 km
赞赞美食 18

DHC 草本柑橘护唇膏
推荐!
含5种天然香氛

秋冬交替季节必备的单品
松本清 5.2 km
赞赞美食 10

DHC&COSME联名护唇膏 现货秒杀!
DHC >10km
赞赞美食 11

打板课油 美洗
polish oil@代々木美容
百货店

广告配信



レポート



在日中国人KOCプロモーション 実施報告書

2023年6月16日



■ 在日KOCプロモーション実施概要



実施概要	
プロモーション背景	...
対象商品	...
実施プラットフォーム	RED・WeChatモーメンツ
KOC人数	合計30名
プロモーション実施日程	2023年5月16日(火)~2023年5月26日(金)
配信形式	画像・動画
実施内容	...

■ RED記事データについて

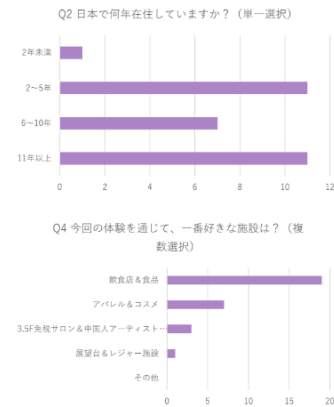
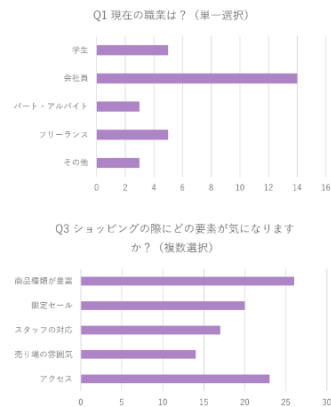
RED記事合計閲覧数: 回 ※通常平均: 900件 (300回×30名)

RED記事獲得したいいいね数: 件 ※通常平均: 90件 (3件×30名)

■ 企画A

NO	REDアカウント名	閲覧数	いいね数	お気に入り数	コメント数	記事URL
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

■ KOCアンケート実施結果について



■ RED記事詳細について

➢ セット1-No.1~6

	いいね数	お気に入り数	コメント数
1	47	36	0
2	28	6	4
3	14	6	4
4	8	4	0
5	5	1	1
6	8	4	0

料金

カテゴリ	メニュー	金額
通常プラン	商品体験-30人	1,600,000 円
	商品体験-40人	2,000,000 円
	商品体験-50人	2,300,000 円
	来店体験-30人	1,900,000 円
	来店体験-40人	2,300,000 円
	来店体験-50人	2,700,000 円
サブスクリプション	商品体験 6名 x 12ヶ月	3,960,000 円
	来店体験 6名 x 12ヶ月	4,200,000 円

【商品体験について】

※5キロ 80サイズ以上の商品につきましては、別途費用が発生いたします。

【来店体験について】

※体験させたい商品や施設の費用は別途費用が発生いたします。

※来店場所や施設の体験場所によっては、別途交通費がかかる場合がございます。

【サブスクリプション】

※途中解約はできかねますのでご注意ください。

※ご請求は、総額を各月で割ってのご請求となります。 例：3,960,000円÷12ヶ月＝330,000円/月

注意事項/免責事項

■掲載基準

広告主様の掲載審査を行っております。広告主様によっては、掲載基準を満たしていてもお断りする場合がございます。掲載を承認、もしくは拒否した広告について、弊社はその理由を説明する義務を負いません。

■掲載をお断りする基準

紙タバコ / 電子タバコ (ニコチンあり) / キャッシング/ ギャンブルにかかるもの/ 法律の定めのない医療類似行為を行う施設/アダルト、風俗関係のもの / 謝罪、釈明の広告 / 非科学的なもので、ユーザを迷わせたり、不安を与えるおそれがあるもの / 選挙関係の広告 宗教団体の広告 / 無限連鎖販売取引と規定される業種 / 債権取立て、示談引受けなどをうたったもの / 民事再生法及び会社更生法による再生・更生手続中の事業者 / 法人登録していない会社のサイト / 広告表示内容とリンク先の内容が著しく異なるもの / 医療、医薬品、化粧品において、効能・効果が厚生省の承認する範囲を逸脱するもの / 法令及び業界規制等に反する内容を含むもの / その他、上記に限らず当社が不適切と判断する内容を含むもの

■投稿に関して

会員の主観を操作したり、表現を指定することはお受け出来ません。

また、以下のような表現を会員に提示することはできません。

・根拠のない最大級の表現 (誇大広告)

例) 一番安い。最大のスケール等

・故意に誤認を誘う表現 (不当表示)

例) 最高のサービス。今が最後のチャンス。

その他根拠のない「完全」、「確実」、「絶対」など

・効果効能の約束 (医療法・薬機法)

例) 効く。良くなるはず。ずばり解決。など

会員の投稿には、必ず出展元 (広告主) や関係タグ等の情報元の公開を義務付けております。

※会員投稿の表記は、英語または中国語となります。

関係タグ
プロモーション
PR
宣伝
広告

■二次利用について

・掲載記事の二次利用を希望される場合は事前にお知らせ下さい。

■商品体験について

サンプリング数の保証となります。記事の掲載数は保証しておりません。

5キロ80サイズ通常便の配送料は込みとなります。

サイズを超過する場合、クール便の場合、箱等の梱包資材が必要な場合には、

別途追加料金がかかります。

商品は、十分にお試しできる量をご用意ください。十分ではない場合、投稿率が極端に落ちる可能性があります。

・商品の納品について

弊社オフィスまでお送りいただきます。(クール便をのぞく)

歩留まりを見込み10%以上多めに商品をお送りください。頂いた個数に応じて運用をさせていただきます。

(例) 100名ご発注の場合 110~115個程度ご納品ください。

・来店体験について

商品代金・送料など、商品購入に関わる実費分は広告主様負担となります。

会員の商品購入を証明するため、注文番号または投稿写真内に商品が写っているかの判断に基づいて広告主様に販売履歴を照会いただく場合があります。

■会員の案件参加について

・案件参加は、会員個人の意思に完全に委ねられております。

■免責事項

・会員の任意の投稿については、出展元 (広告主) や関係タグ等の情報元の公開の義務は対象外とします。

・同一アカウント内に競合他社の情報が投稿される場合もございます。

・想定リーチ数/想定PVは実際の数値と上下する場合がございます。

・弊社は広告掲載のコンバージョン等について保証いたしません。

・原則、計測リンクの掲載は行っておりません。

・投稿は、削除をしないようにとアナウンスをしておりますが、サービスによる停止や、その他事情により、弊社審査の承認後投稿が削除される場合がございます。

・万が一投稿やアカウントが削除された場合は、当社は保証致しません。

・弊社は本基準をいつでも予告なしに変更することが出来るものとします。

ただし、既に成立している契約については、当該申し込みを行った日 (申し込み日)

における本契約の各条項が適用されるものとします。

・事前の打ち合わせ以外での追加依頼につきましては、追加費用を頂きます。

■解約・停止について

・お申し込み後のキャンセルは出来かねます。

・万が一、途中停止を希望された場合でも全額ご請求とさせていただきます。

・支払い遅延が発生した場合、案件を中止致します。

サービスポリシー

設立から一貫してステルスマーケティングはおこなっておりません

- 虚偽の情報・消費者に不利益を与える情報を恣意的に流すやらせやステルスマーケティングは行いません。
- サービス運営当初より、広告物には出典元や関係タグ等の情報元の記載を義務付けております。
- 投稿内容の審査（目視確認）を必ず行い、ご納品しております。
- SNS/ブログなど投稿者の意思を最大限に尊重し、原則として投稿内容のコントロールは致しません。
- 会員個人感想の操作を強制することはできかねます。
- 日本国内法に抵触するおそれのあるプロモーションはご遠慮ください。

個人情報保護方針について

- 当社では、個人情報の保護に向けて以下のような取り組みを実施・推進しております。
 - 個人情報の取扱いに関して方針を定め、個人情報保護方針として、社内に周知徹底するとともに、一般の方も入手できるようにウェブページで公開しています。
 - 個人情報の取扱いに関する留意事項について、従業者に定期的な研修を実施しております。
 - 取扱い担当者以外の従業者や他の権限を有しない者による個人情報の閲覧を防止するために、取り扱う区域を限定しています。
- そのほかの当初の個人情報保護方針については、当社HPよりご確認ください。



株式会社アイズについて

WEBマーケティングを中心とした課題に応じたソリューションを提供

国内向けクチコミプロモーション「トラミー」、運用型広告、メディアの3軸に事業展開



株式会社アイズについて



株式会社アイズ

東証グロース(証券コード：5242)

設立年月日 2007年2月14日

〒150-0002 東京都渋谷区渋谷3-12-22 渋谷プレステージ7F

〈事業内容〉

- ・ クチコミプロモーション「トラミー」
- ・ F1層向けメディア「トラマガ」
- ・ ママ向けメディア「mamaPRESS（ママプレス）」
- ・ マーケティングポータルサイト「メディアレーター」
- ・ 非日常体験・教室の予約サイト「ウィークル」
- ・ 広告業界プラットフォーム「メディアレーター」
- ・ 運用型広告事業
(X[twitter]広告、Instagram広告、facebook広告、リスティング広告 etc…)

〈お問い合わせ〉

各種お問合せ（お見積もり依頼・掲載可否）
クチコミ事業部宛にお問い合わせください。

Mail：tatami@eyez.jp

Tel：03-6427-5533

