

东方国际

中華圏向け 観光素材・商品などの

【メガインフルエンサー利用】に関する商品・サービスプロ
モーション企画書

CONTENT



本プロジェクトについて



プロモーション方法



新創について



中国におけるSNSと司会
チームの紹介

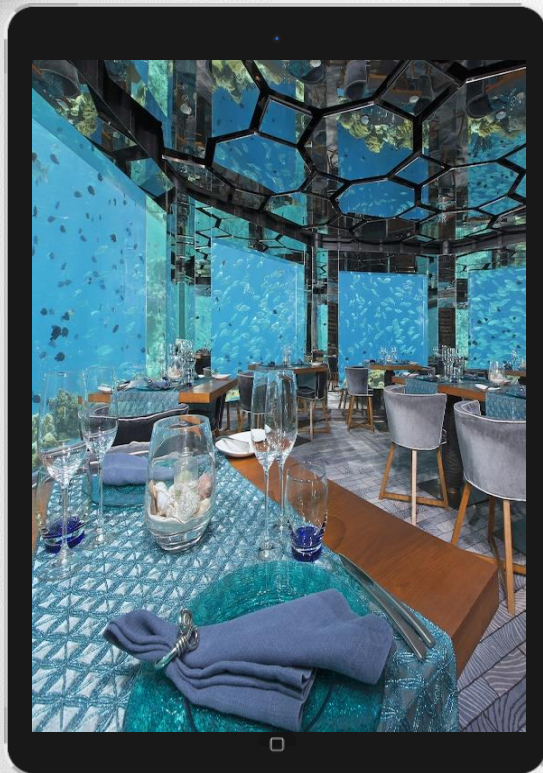


メガインフルエンサー訪日ツアー

- ★影響力の大きいメガインフルエンサーを現地レポートに発遣します！
- ★関連する渡航手配から現地活動計画まですべておまかせください！
- ★しかも、日本への旅行を予定していれば低コストでできます！



本プロジェクトについて



日本の観光地、観光施設や現地商材など、中国人観光客や在日中国人へのPRが難しいのが実態です。そこで……



新創は、自社のインフルエンサー資源を活用し、プロモーション活動に力を入れることにいたしました。



何百万、何千万人のフォロワー数を持つインフルエンサーが来日し、日本のさまざまな観光地や観光施設ビジネス環境を、現地の中国人や海外の中国人にひとつひとつ紹介することで、ビジネスチャンスが生まれます。



本企画は数日間のパッケージで行われ、引率者を含めたチームでクライアント様を訪問し、プロモーション活動を行います。



項目	弊社PR	(参考) 他社PR
参加要員	<p>中国語圏内の有名司会者、インフルエンサー、人気歌手数名で構成されたチーム</p> <p>幅広い層の要員が参加することにより、幅広い視聴者層に関心を持ってもらうことができる。</p> <p>にぎやかな空気感を醸成することができ、豊富な話題と様々な角度からの対話が期待できる。</p> <p>チームメンバーは、中国国内の視聴者に大きな影響力を持っている。</p>	<p>1名の参加、参加者の知名度が低い、あるいは在日中国人の間でしか人気がない</p> <p>視聴者層が限定的となる可能性があり、話題および対話の内容も比較的限定的となる。</p>
イベント後対応	<p>複数の動画作成による2次、3次効果を生み出す</p> <p>動画に盛り込まれる題材・掲載先が多く、柔軟に調整が可能であり、フォロー期間も長期間設けられる。複数のCMで異なる司会者を起用することが可能。</p>	<p>1分間以内のCM動画をWechatの公式サイトに掲載</p> <p>形式が限定的で、期間が短い、拡散経路も少ない。</p>
まとめ	<p>話題性が豊富で大々的な宣伝活動！</p> <p>複数経路での宣伝情報の拡散！</p> <p>中国本土のお客様に多大なる影響力が期待可能！</p>	<p>標準的な宣伝活動</p>



プロモーション方法



プロモーション方法



ショート動画 長さ 1分間以内

ひとつのPR動画に対する持続視聴時間が以前に比べ大きく短縮されている今、スピード感のあるコミュニケーションに対応するため、1分以内のショート動画を制作し、表現したい部分を効率的かつ凝縮するよう編集され、WeChat、Douyin、小紅書という、中国人が最もよく使っているチャンネルに掲載いたします。。

プロモーション動画 長さ 数分～30分未満

お客様のご要望に応じ、より詳しくカテゴリー別で特集動画を制作することも可能です。特集動画は、主に小紅書（15分以内の動画が掲載可能）、YouTube、bilibiliなどのプラットフォームに掲載いたします。。



プロモーション手順



体験

観光地や観光施設での体験、エンターテイメント、飲食または商品の使用シーンを通じ、視聴者向け広告プロモーションを行います。



より経済的な方法

インフルエンサーを日本に招くのではなく、直接中国に商品を送り、その後にインフルエンサーにプロモーションをしてもらうことも可能です。



SNS拡散

小紅書、Douyin、ウェイボ、ビリビリなどのチャネルを通じ、完成した動画をSNSで大規模に拡散します。



リピートプロモーション

一度制作したプロモーションコンテンツを再利用ができ、異なるインフルエンサーを使って繰り返し告知することで、それぞれのファン層に対して認知度向上させることができます。



イベント詳細

実施期間	7月25日（火）～7月29日（土）
イベント内容	施設の利用または製品の使用
拡散方法	小紅書、Douyin、ウェイボ、ビリビリ
プロモーション形式	動画，画像，テキストを通じた宣伝活動
品質保証	総合閲覧数 100万回 以上、平均視聴時間30秒以上
料金	通常価格500万円～、本イベント特別価格 50万円 /社



東方について



東方インターナショナルについて

私たちが目指しているのは——本物の感動を世界へ日本のリアルなすばらしさを世界に発信し続け、その感動をより多くの人々に伝える。

東方は、広告事業、国境を越えた販売代理業務、旅行事業など、さまざまな事業を展開している会社です。相当なメディア資源を持っています。

広告事業は大きく2つに分かれ、1つはライブ放送、もう1つはプロモーション動画です。



広告事業

国境を越えた販売代理業務

旅行事業

.....



中国SNSの活用及び 有力なインフルエンサーのご紹介



中国SNSの活用及び有力なインフルエンサーのご紹介



中華圏で有名なSNSをご紹介します。



小红书

标记我的生活



小紅書

小紅書は、中国国内の優れたブランドと消費者をつなぐライフスタイルプラットフォームです。言うならば、消費者の決断を促すポータルサイトです。多様な用途での、高感度消費者の情報交換の場となるレビュー型SNSメディアです。若い女性が主なユーザー層です。



ユーザーの大半が20代から30代の女性という、ターゲットが絞られたユーザー層であることです。そのため、よりの確なコンテンツ提示が可能です。



ユーザーから「いいね！」やコメント、プライベートメッセージの送信が可能。ユーザーと動画配信者のコミュニケーションが活発になり、ユーザーの定着率やロイヤリティが高まります。






投稿されたコンテンツ（広告を含む）の審査が非常に厳しく、作品のクオリティを担保していることが、多くのユーザーを惹きつけ、信頼を獲得しています。



Douyin (中国版TikTok)

Douyinは、ショート動画をシェアできるSNSです。主に15～35歳のユーザーに人気があります。その動画の長さはわずか15秒です。

-  中国版TikTokの短い動画はテンポがよく、情報を素早く届けることができます。
-  人工知能技術とビッグデータ技術の活用により、ユーザーの好みに合ったコンテンツを正確に提供することができます。
-  アクティブなユーザーが多いため、中国版TikTokに広告の掲載やブランドとの提携の取り込み例も多く、動画制作者の収入やモチベーションのアップにもつながっています。



随时随地
发现新鲜事!



登录 关注 热门



2万人 🤔🤔🤔

📄 607

💬 664

👍 2.3万



白袍法师艾萨克

2.7万人关注了他

+关注 ×

金庸太懂女人了，哈哈哈哈哈，这对话太经典了!



长图

📄 237

💬 295

👍 6895



微博



超话



发现



消息



我

Weibo (ウェイボ)

「新浪微博」とは、運営企業の「新浪」と中国語で「マイクロブログ」を意味する「微博」(ウェイボ)を組み合わせたものです。TwitterとFacebookの要素を併せ持つとされ、中国全体のミニブログユーザーのうちの57%、投稿数にして87%を占めます。



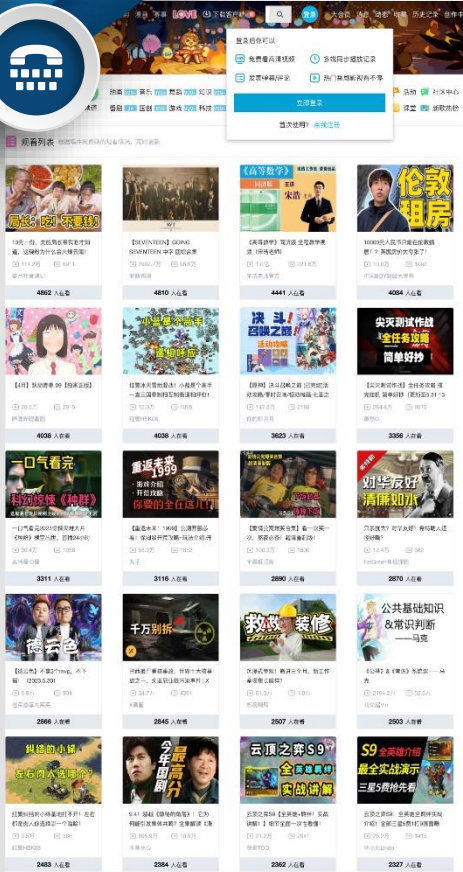
ウェイボは様々な人物や話題に対応しており、流行のトピックが発生すると、ユーザーの興味に応じたメッセージを自動的にプッシュします。



数多くの著名人が登録しており、その身元はWeiboのシステムにより認証されているため、ユーザーはこれらのアカウントの信憑性を信頼することができます。これらの著名人には多くのフォロワーが集まっています。






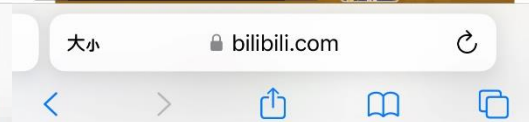
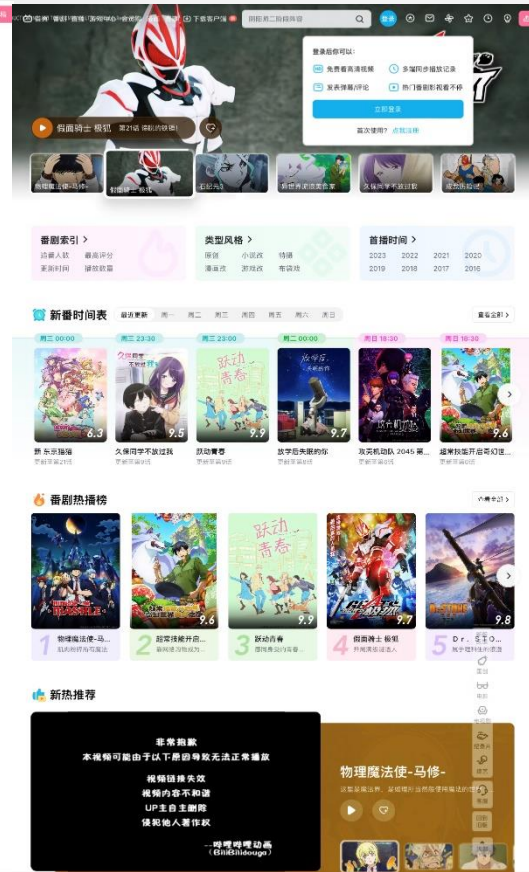
ユーザーから「いいね!」やコメント、プライベートメッセージの送信が可能。ユーザーと動画配信者のコミュニケーションが活発になり、ユーザーの定着率やロイヤリティが高まります。



Bili Bili (ビリビリ)

ビリビリは中国最大の弹幕動画サイトで、中国版 YouTubeに相当するものです。このウェブサイトは弹幕コメントシステムで有名です。弹幕コメントシステムとは、ユーザーが動画を視聴する際にリアルタイムでコメントを送信でき、これらのコメントがカラフルな文字として動画画面上に浮遊します。

-  さまざまなイベントやオフラインミーティングを開催し、ユーザー間の交流と相互作用を促進しています。
-  二次元文化が好きなユーザーが多くいます。
-  独特な弹幕コメントシステムは、ウェブサイトにも独自の魅力をアピールしています。





中国SNSの活用及び有力なインフルエンサーのご紹介



10万人、100万人、1000万人のフォロワーがいるインフルエンサーたちの中から、実績をもとに数名を選び、インフルエンサーと芸能人として出演していただきます。



洪辰瑶(洪千辰) (Hong zhenyao)

- 👍 インペリアルカレッジ（英国）卒業
- 👍 中国で有名なタレントショー「最高頭脳」に参加
- 👍 小紅書ファッションランキングで**5位**に輝いました

海藍之謎、キリアン、エスティローダー、エレナなどの女性に人気があるブランドのプロモーションビデオを制作した経験があります。

小紅書フォロワー；**104万**

中国版TikTokのフォロワー：**80万**

Weiboフォロワー：**102万**

ビリビリフォロワー：**33万**





ファンデータの解析

性別比率	女性	男性
	92.50%	7.50%

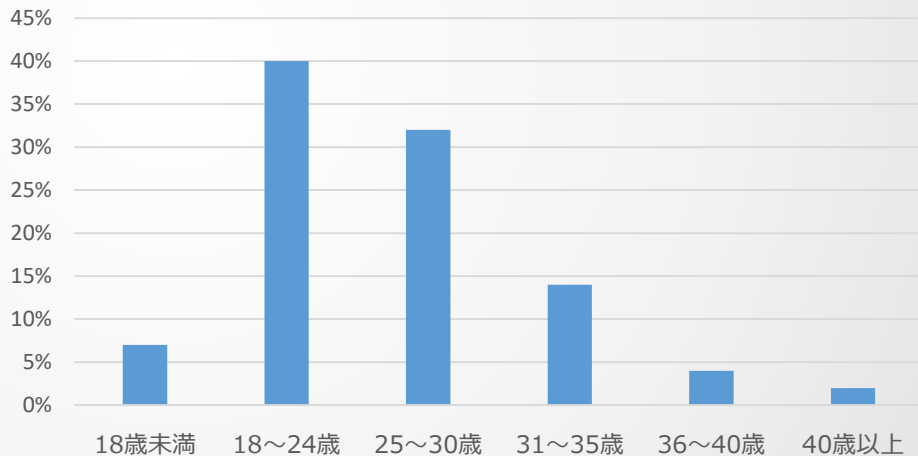
性別比率

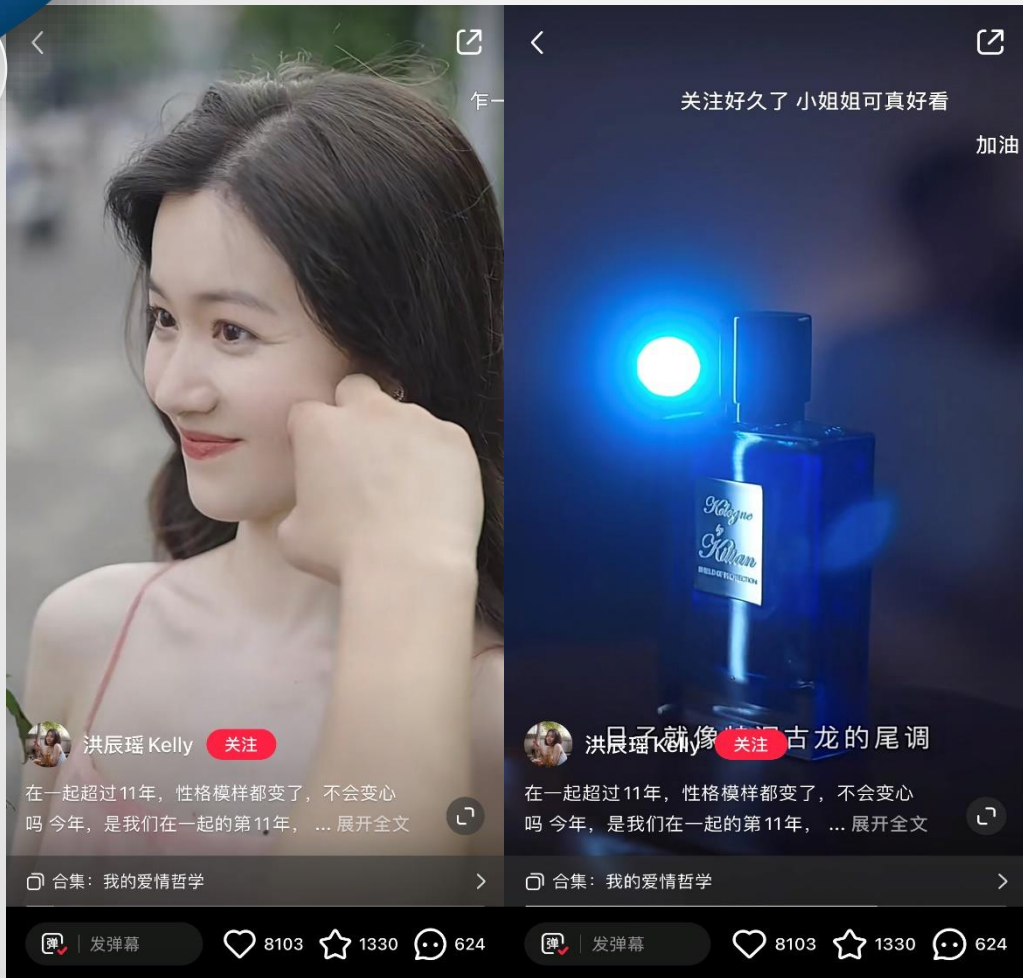


■ 女性 ■ 男性

年齢層	18歳未満	18～24歳	25～30歳	31～35歳	36～40歳	40歳以上
	7%	40%	32%	14%	4%	2%

年齢層





実績データ

発表されたSNS：小紅書

再生回数：**913,000**回

この動画で宣伝した会社：
キリアン

いいね！の数：**8103**件

この動画をマイリストに入れた
方の数：1330人

コメント数：624件



実績データ

発表されたSNS：中国版
TikTok

再生回数：**1,091,000**回

この動画で宣伝した会社：HBN

いいね！の数：**85,000**件

この動画をお気に入りに入れた方
の数：3520人

コメント数：2455件

リツイート回数：1150



返回 微博正文 ... 返回 洪千辰 +关注 ...

公开 人人公益

洪千辰 22-1-19 19:00 来自微博 weibo.com +关注

我觉得一段长久且美好的亲密关系，最重要的是共同成长互相支持，尤其是在低谷的时候可以彼此陪伴鼓励

大家都知道，最近这一两年，刘老师状态很低迷，嫌弃自己胖又很没有信心，我陪在他的身边，陪着他从最初的萎靡到后来的坚持自律，现在他成功瘦身！整个人精神状态超好！也开始注重穿搭和自己的脸蛋了hh！😂

（悄悄说，老夫老妻的我，现在看他还是会忍不住会觉得，他好帅啊哈哈哈哈哈！！！！）

为了激励刘老师保持这种好状态，我送了他一个电动剃须刀

之前我也给他买过剃须刀，但是他一忙起来，刀片很长时间都不记得换，刀片变钝容易掌握不好力度，把脸刮出血，他本身皮肤就容易泛红，每次刮完嘴唇周围红一片！伤口沾水还会疼！

一顿做功课之后，我选了这款博朗9系剃须刀！

博朗是德国品牌，刘老师平时喜欢研究电子/工业产品，他说他很喜欢德国品牌！工艺精良还很抗使~

用了博朗感觉接下来的5，6年都不用给他换了，超省心！

而且博朗9系用了往复式刀头，不用自己手动打圈很省事儿，比之前用的剃须刀都刮的更彻底，连小



点赞是美意，赞赏是鼓励

赏 评论 赞

转发 186 评论 283 赞 2454

按热度

木讷的你
天啊你给刘老师修图了吗 感觉瘦太多像变了一个人诶

洪千辰: 完全没有瘦脸！！！！

22-1-19 19:27 33

转发 评论 赞

実績データ

発表されたSNS：ウェイボ

閲覧数：**1,320,000**回

この動画で宣伝した会社：

博朗

いいね！の数：**2454**件

コメント数：283件

リツイート回数：186回



11年情侣租房大改造！是梦想中的夫妻快乐屋啊！！

19.4万 1141 2022-07-11 19:00:00 未经授权，禁止转载



1人正在看, 已装填 1141 条弹幕 请先 登录 或 注册 弹幕礼仪 发送

9317 4468 3213 2286

终于把我们梦想中的快乐屋收拾好啦!

実績データ

発表されたSNS：ビリビリ

再生回数：**194,000**回

この動画で宣伝した会社：ソニー

いいね！の数：**9317**件

この動画をお気に入りに入れた方の数：
3213人

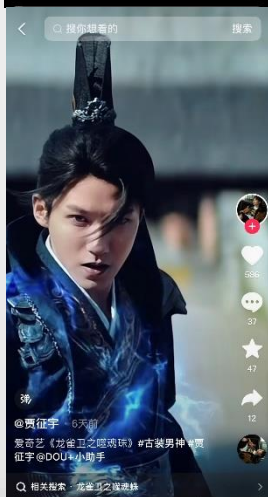
インスタントメッセージの数：1141回

コメント数：358件

リツイート回数：2286



今天画一个素颜底妆~
分享一个简单的底妆教程~ 是个非常喜欢的轻薄
的底妆人士~ 不喜欢厚重的妆感... 展开全文



相关标签: 定妆妆之妆感酥



OOTD | 毛茸茸冬天穿搭
冬天就该穿的毛茸茸的啦, 尤其今年冬天时尚达
人们更是深谙此道, 毛羔绒外套成为了明星博
主心头爱单品之一, 随处可见它们的身影。这个

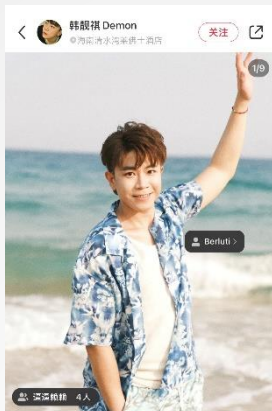


相关小说: 编辑不幸的德里主妇该如何去从



相关标签: 巴厘岛在哪个国家

中国本土には多くのKOLや芸能
人が存在します。私たちは独自の
チャンネルを活用して彼らとの連絡
を構築しています。

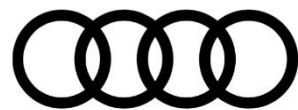




中国向けメガインフルエンサーサービス提供実績：

SK-II

ARMANI



SHISEIDO

SAMSUNG

Elizabeth Arden
NEW YORK

Alibaba



ユニ
クロ
UNI
QLO



LA MER

THANK YOU