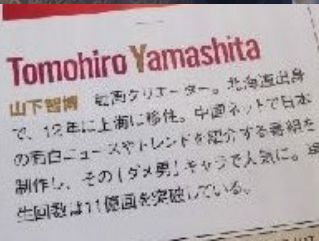


# 中国人誘客で確実に使うべき たった1つのSNS

 nulu nulu 共同代表CCO 山下智博

# 自己紹介



YAMASHITA TOMOHIRO

## 山下智博

株式会社ぬるぬる 共同代表CCO

インフルエンサー／中国コンテンツプロデューサー

主要アカウントフォロワー数



250万+



120万+



50万+



7万+



出身北海道小樽市。大阪芸術大学芸術計画学科卒。  
2008年札幌市芸術文化財団教育文化会館事業部配属。



2012年に離職し単身上海へ移住。13年から動画の配信を開始。14年12月より配信開始した日本文化を紹介する「紳士の大体一分間」がビリビリ動画やウェイボーにて大ヒット！再生回数は12億回以上、600万人の親日中国人フォロワーを獲得するまでに至った。



16年からは日本のテレビ制作チームと協働で中国向け番組のプロデュース業も精力的に行い、「紳士の一分間劇場（北海道テレビ放送様と協業）」や「窮豪旅遊記（ビリビリ動画とTHE！鉄腕！DASH！制作チームと協業）」などの作品を生み続け、「窮豪旅遊記」はシリーズトータル2500万回再生を記録。これらの功績が中国bilibiliの10周年記念式典で日本人で唯一表彰された。



19年に「株式会社ぬるぬる」を設立。2020年には中国の文化を日本に届ける活動を開始し、テレビ朝日「ブイ子のバズっちゃいな！」に構成作家として参加。さらに自身も解説員として出演、同時に同番組の中国展開プロデューサーも兼務。以後様々な媒体での露出及び動画制作、プロデュースを続けている。

## 会社紹介



企業理念と事業目的

中国人のインサイト・SNSを熟知し  
御社のビジネスを“ぬるぬる”と円滑に進める会社です

<https://nulunulu.asia/>

1. 中国向け **日本商品・インバウンドの 프로모ーション**
2. **中国人インフルエンサー**のキャスティング・効果検証
3. 中国SNSの **公式アカウント開設・運用**
4. **日本IP・芸能人等**の中国での認知拡大・マネタイズ
5. 中国人に刺さる **コンテンツの制作・配信**
6. 中国マーケットに関する **レクチャー・講演会の実施**
7. **中国企業の日本進出時**の 프로모ーション

# 弊社の強み



10年以上中国SNSで活躍する山下の知見と、中国に強い経営陣、そして中国トレンドに強い、若いクリエイティブチームが、今の中国に刺さる提案をいたします！

# 中国SNSの基礎知識

# 日本と中国のSNS比較



Instagram

RED



中国版Instagramと言われる。  
写真や短い動画メインで購買を前提  
に設計されている。

X

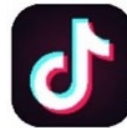
ウェイボー



中国版X。動画も時間無制限  
で投稿できる。  
ニュースやゴシップ中心。

TikTok

ドウイン



TiKTokの元祖アプリ。  
近年では生放送やEC機能も実  
装してスーパーアプリ化



YouTube

ビリビリ



中国版YouTubeと言われる。Z  
世代を中心に人気の5~20分の  
「中尺動画」がメイン。

LINE

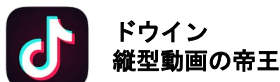
Wechat



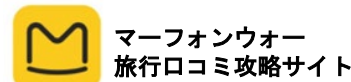
中国版LINE。チャット以外に  
もファン囲い込みツールやミ  
ニアプリが人気。

# 数多ある「中国SNS」をどう選ぶべきか？

## 即時爆発型（認知獲得）



## 長期つみたて型（口コミ獲得）



### 映え系投稿

数字：とても高い  
認知効果：とても高い  
持続時間：タイムラインと共に流れる

→衝動的な行動を喚起

### 映え系投稿

数字：ウェイボーに比べると低い  
認知効果：KOLによってまちまち  
持続時間：半永続的にプラットフォームに残る

→保存され検討材料に入る

### 実用系投稿

数字：高い  
認知効果：高い  
持続時間：タイムラインと共に流れる

→保存に向かないが認知は取れる

### 実用系投稿

数字：さらに低い  
認知効果：検索時に出てくるため効果高い  
持続時間：半永続的にプラットフォームに残る

→必要な人に届く確率が高い











写真見せるなら費用を抑えてweibo、  
動画見せるならドウインの方が相性が良い

コロナ後はREDにユーザーが遷移しているため、  
予算が限られているならREDをオススメ



# 数多ある「中国SNS」をどう選ぶべきか？

## ゆるゆる的中国SNS解釈一覧

	日本旅行との相性	都会ユーザーとの相性	若者との相性	参入難易度	運用自由度	運用難易度	表現方法	コメント
 RED			○	○	中	易	写真記事 短尺動画	必須SNS！ 数字は少なくても 効果が見えやすい
 ドウイン		○	○	△	中	普	短尺動画 何でも	中国で広く認知を 取ることができるが 効果検証が難しい
 ビリビリ	○	○	○	○	低	易	長尺動画 短尺動画	日本の二次元関連との相 性が良く、長い動画で没 入感を醸成できる
 ウェイボー	△	△	△		高	易	写真記事 動画全般	芸能人や人気IPの公式ア カウントとの相性が良い 公式HP的な扱い
 クアイショウ	△	△	△	△	低	難	短尺動画	地方での認知を取るなら このアプリ。トンマナが 違い、運用が難しい。
 ウェイシン	○	△	△	△	高	難	写真記事 動画全般	ファンの囲い込みツール としては秀逸。ただ、拡 散力が他と比べると劣る

日本が確実に重視すべきSNSは



**RED**

做攻略的时候看什么平台？

旅行情報調べる時どのプラットフォーム使ってますか？



# 「RED」とは？

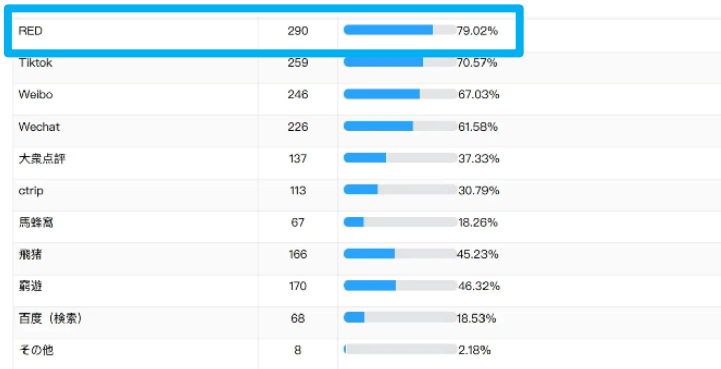
実は中国では...

×企業公式ホームページ

○SNSで情報収集

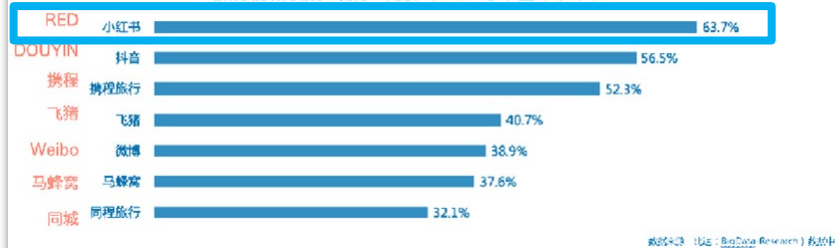
RED（小紅書）が約80%でNo.1プラットフォームに。観光分野でもWeibo（ウェイボ/微博）は、3番手メディアに陥落

質問：観光・レジャーの情報を収集する上で、役に立った Web サイト、アプリ、メディアはどれですか？※複数回答可



レジャー目的で利用するSNS

旅行情報収集の際よく使われている中国のサイト



出典：<http://www.bigdata-research.cn/content/202009/1098.html>

◀▲中国人の旅行者が使用する情報収集手段はSNSがトップ



▲弊社CCO山下智博のYoutubeチャンネル内で街頭インタビューを行った際、実際インバウンド客はREDを旅行の情報源にしているという声が多数あった。

# 「RED」とは？

## 旅マエ情報収集はREDが強い

日本観光に関する投稿は278万以上ある



「#日本旅行」キーワードの閲覧数は18.6億回を超えた



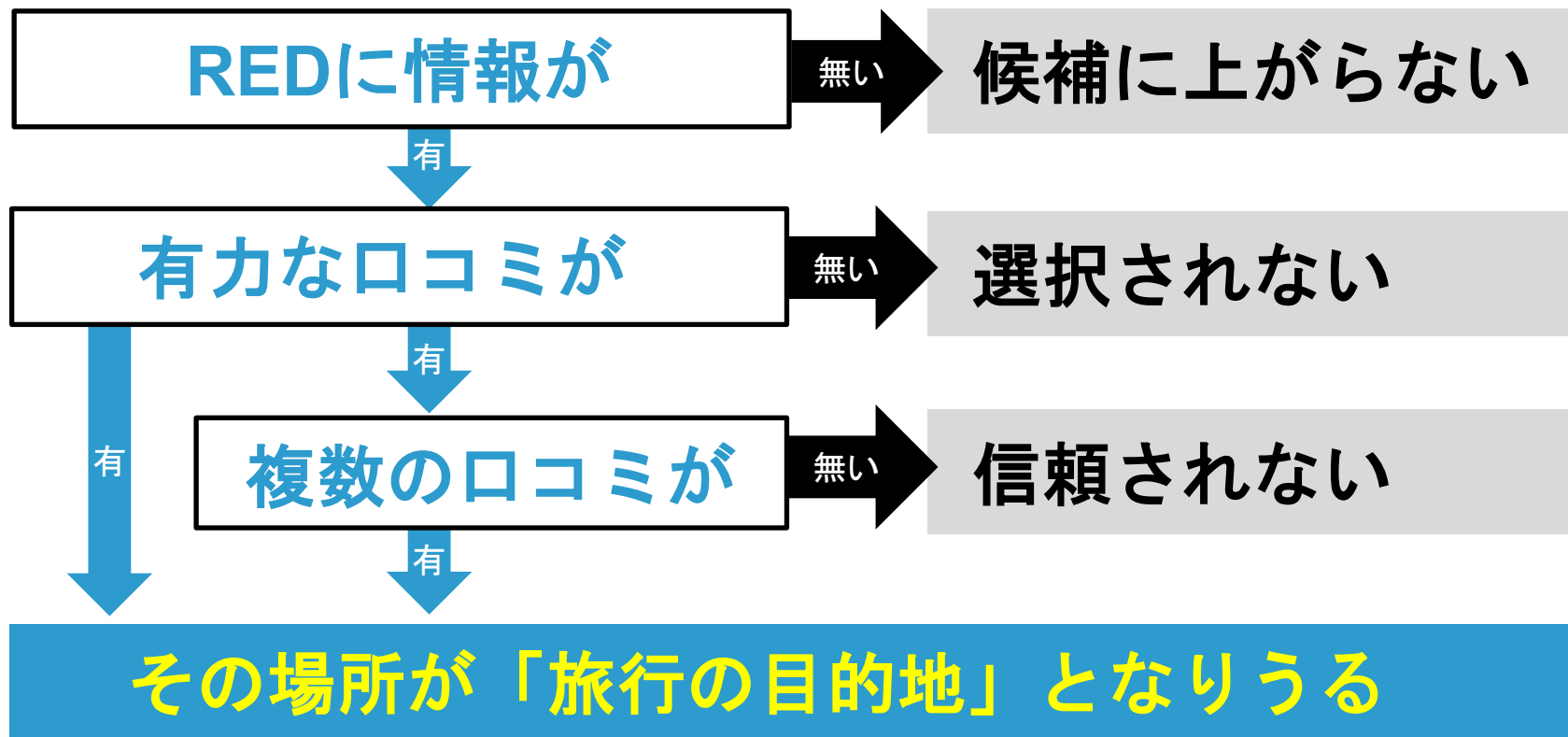
一般ユーザーも日本旅行や日本旅行攻略などについて積極的に発信している



REDはどう使われているのか？



## REDの使い方





## REDを使った集客ロードマップ

① **KOLとKOC**を使った情報拡散・口コミ生成

② **公式アカウント**でファンとの接点を恒久化

③ **公式ショップ**を開設して物販・予約機能を搭載

9:46 Safari

日本BIGWOODoffprice 家具

家具行业 | 小红书号: BW\_Furniture  
IP属地: 日本

BIGWOOD 本社在愛媛県松山市  
全日本 22 地区共 55 家実店舗  
BIGWOOD 小红书店铺已开通  
ヴァシン BW\_Furniture1  
私信不回 尊重平台

22 关注 1467 粉丝 1092 获赞与收藏

去咨询 关注

店铺 进群聊 直播

商品 笔记 收藏 标记

納品事例 BIGWOOD 会社紹介 沙发/沙发床

置顶 朋友们，私信容易违规，喜欢的朋友直接进入下单

https://bigwoodoffprice-japan.mylivalue.com

或在账号主页店铺进入看家具下单

日本买家具 一价能到底吗

1 支付宝、微信可直接支付  
2 Alipay/Wechatpay/Paypay/Aupay/メルペイ请下载店铺的Homepage刷最后扫码支付  
3 银行转账请+ヴァシン: BW\_Furniture1.

小红书店铺注文配送サービス

日本买家具谈价各凭本事

19:47 WeChat

Maokids pet

宠物店 | 小红书号: MAOKIDS\_PET  
IP 属地: 加拿大

加拿大宠物电商平台  
北约克实体店 133 McMahon dr  
宠物用品/宠物美容

76 关注 2459 粉丝 8849 获赞与收藏

去咨询 关注

心情日记 有爱瞬间... 签到足迹

店铺 进店看看

商品 笔记 收藏 标记

预约宠物美容 毛小孩线上商城

预约宠物美容链接 扫码预约 自己选择合适时间~ ¥0.05

线上商城 VX 小程序搜索: 毛小孩的铺子 ¥0.05

置顶 Janticket 日本预约 e 票通

票务代理公司 | 小红书号: 4624103322  
IP 属地: 日本

成立于东京 · 日本旅行专业预订平台  
美食 | 餐厅 | 门票 | 文化体验  
交通指南 | 购物攻略 | 自由行路线  
↓ 探索小红书店铺, 发现各类日本美食玩乐

11 关注 9009 粉丝 7.6万 获赞与收藏

去咨询 关注

咨询 请 点

美食打卡 体验打卡 入场券打卡 米其林打卡 交通打卡

店铺 进群聊

日本每月活动合集 日本交通攻略 日本

置顶 Janticket 日本餐厅 · 玩乐预约的专业平台

预约方式 点开 Janticket 小红书主页 点击「店铺」按钮进入小程序

与上千家日本餐厅直接合作, 放心预约  
免收预约手续费, 无隐形附加费用  
无需日本手机号, 出发前就可以预约  
支持 Wechat/Alipay 等国内支付方式  
支持中文, 人工客服全程跟进

小红书店铺 折扣码 JT1106

东京 · 看展日历 2024年12月 (Calendar)

东京 · 冬季点灯 2024年12月 (Lighting)

东京 · 12月超全活动整理

东京 · 圣诞市集 2024年12月 (Market)

东京 · 赏樱活动 2024年12月 (Events)

## 浅草で100人インタビューした結果見えた傾向

### ルートは？

ゴールデンルート「大阪-京都-富士山-鎌倉-東京」が圧倒的に多い  
大阪はUSJ、京都は神社仏閣、東京はTDL・TDS・渋谷スカイ・浅草寺・新宿  
色々ともっている割には、意外と王道なルートを満喫する

### 食事は？

目的地は「場所」に偏り、「街ブラ（シティウォーク）」をしながら食べ歩く  
食事は予約していない場合が多く、意外と行き当たりばったり  
和牛（焼肉）が大人気。居酒屋でアラカルトを頼んだり、意外と安く済ませる人も多い

### 趣味性の旅行

好きなミュージシャンのライブ遠征が目立った。K-POPも多い  
特に若い人は、推し活やグッズ購入などには金銭を惜しまない。ファミリーは子供の体験を優先  
聖地巡礼は関東圏を中心に行っている人もいるが、在日中国人が多く、旅行者では少ない

# 实例紹介

# 弊社実績：KOL（インフルエンサー）広告

【愛媛県観光国際課 様】予算に合わせた観光誘致SNS施策を実施！  
約20万の中国人ターゲットにリーチ、好意的なコメントを引き出すことに成功！



弊社実績

小红书

累計リーチ：

閲覧数：

20万人+ 4万+

- ◆愛媛県のデジタルコーディネーターを務めた弊社山下智博が中国の方々に響く場所取材地をピックアップし、旅程をアレンジし、高いエンゲージメントを獲得
- ◆撮影時期の一時的な情報だけではなく、長く使える情報をピックアップして、愛媛観光の代表的なガイドブック機能に加え、人に伝えたくなる地元グルメや秘境なども紹介

## ◆弊社業務内容

公開時期：2024年1月

業務内容：キャスティング、ロケ同行、施策設計・許可取り、動画制作及び撮影

<https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/658ba5ab000000001d0293f8>

<https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/6590dd3b0000000012002a23>

## <プロジェクト紹介>

愛媛県は中国市場に力を入れている自治体の1つ。試作時点では上海-松山の直行便はまだ復活しておらず、愛媛県の認知獲得と映像込みのコンテンツをRED上に永続的に残すことを目標とした。普遍的な愛媛旅行の様子をKOLと弊社の山下智博が現地に赴き、それぞれの観点で魅力を切り取り、中国向けの映像制作と配信をそれぞれのアカウントから行った。



## 弊社実績：KOL（インフルエンサー）広告

【有楽町 寿司かきだ様】独自体験企画とその拡散施策を実施！  
約40万の中国人ターゲットにリーチ、予算以上の広告価値を提供することに成功！



弊社実績

小红书

累計リーチ：

閲覧数：

40万人+ 14万+

- ◆ 通常料金ではキャスティングできない有名KOLを特別ブッキング
- ◆ 2つの人気アカウントのコラボレーションを実施。それぞれのファンにも嬉しいコンテンツで話題性を作り盛り上げることに成功。
- ◆ 実際に自身の知人に振る舞うことのできる寿司大将体験という、文章では伝わりづらい商品を動画を通じて分かりやすく伝えることができた
- ◆ 動画発信後、実際に問い合わせと申し込みがあり効果を実感いただけ

◆ 弊社業務内容

公開時期：2024年1月

業務内容：キャスティング、ロケ同行、施策設計、動画制作及び撮影

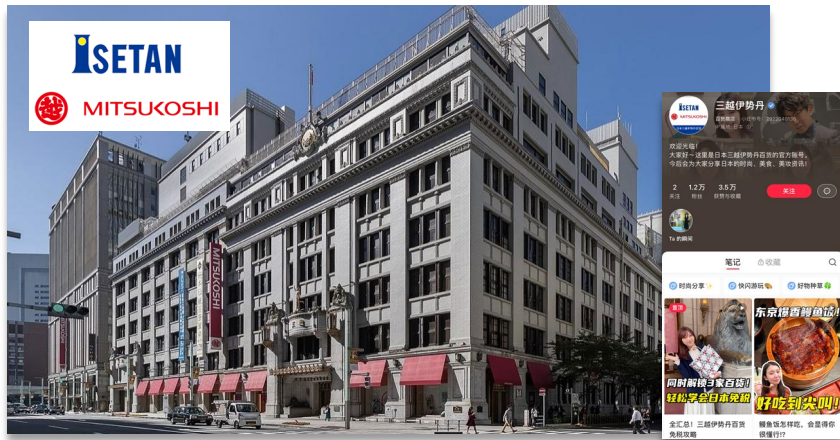
<https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/65b1eff100000002c02a82d>

<プロジェクト紹介>

紹介した商品は、申し込んだ方が実際にカウンターの中に立ち、プロの寿司職人のサポートのもと、寿司を握る体験をするというもの。一般的な体験とは異なり、実際に本人の知人友人などを呼ぶことができ、フルコースを振る舞うことができる。例えば、在日外国人が家族を日本に読んだ時などに振る舞うことで良質のサプライズになることなどを期待して商品を設計し、そのプロモーションをREDで中国向けに行った。

## 弊社実績：企業アカウント運用

「三越伊勢丹」動画コンテンツ制作・撮影・企画など担当し、同業種No.1となる。  
1年半でREDで累計動画再生回数は**100万回以上**！



弊社実績

小红书

累計フォロワー数：**2.3万人**

最高投稿閲覧数：**25万**



- ◆商品紹介だけでなく、サービスやエリア紹介などの企画も考案し、多方面から来店誘致をアプローチ
- ◆サムネイルのデザインに統一感をもち、アカウント全体のコンセプトを重視
- ◆年間イベントや季節ものをタイムリーに企画に反映し、トレンドに乗った企画づくり

### ◆弊社業務内容

運営時期：2022年10月2～

業務内容：コンセプト設計、アカウント運用計画策定、動画コンテンツ企画設計、動画制作と撮影、ガイドライン設定、コメント管理対応など

<https://www.xiaohongshu.com/user/profile/630c60ee000000001902c86b>

### <プロジェクト紹介>

三越伊勢丹は、日本を代表する百貨店グループであり、長い歴史と伝統を誇る。1673年に三越が創業し、1886年に伊勢丹が開業。2008年に合併し、三越伊勢丹ホールディングスが誕生した。日本のショッピング文化をリードし続けている。高品質な商品とサービスを提供し、顧客に愛されている。また、アートやファッションイベント、地域社会とのコラボレーションなど、多岐にわたる文化発信の場としても重要な役割を果たしている。

## 弊社実績：企業アカウント運用

### 「一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー」 動画コンテンツ制作・撮影・企画など担当



弊社実績

小红书



累計フォロワー数：4万人+

最高投稿閲覧数：1.5万

- ◆商品紹介だけでなく、サービスやエリア紹介などの企画も考案し、多方面から来店誘致をアプローチ
- ◆サムネイルのデザインに統一感をもたらし、アカウント全体のコンセプトを重視
- ◆年間イベントや季節ものをタイムリーに企画に反映し、トレンドに乗った企画づくり

#### ◆弊社業務内容

運営時期：2024年7月～

業務内容：コンセプト設計、アカウント運用計画策定、動画コンテンツ企画設計、動画制作と撮影、ガイドライン設定、コメント管理対応など

関連リンク：<https://www.xiaohongshu.com/user/profile/60474135000000001002529?>

#### <プロジェクト紹介>

中国SNSにて沖縄への認知度や好意度向上のために、コンテンツの企画、発信、アカウント運営まで一気通貫して担当。

好意度向上のために、グルメ、文化、現地の風土など複数切り口からコンテンツを制作し、沖縄の魅力を多角的に発信した。

1コンテンツにおいて、再生回数1万回以上の企画を打ち出し、その他オリジナルコンテンツも考案。





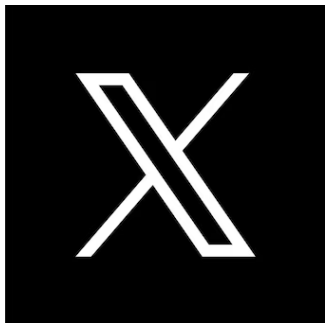
# お問合せ窓口

日本法人 株式会社ぬるぬる

中国法人 上海粘粘文化传播有限公司

[info@nulunulu.asia](mailto:info@nulunulu.asia)

## 山下智博関連メディア



@jibo33



Podcast



最新中国 知っとかNAITO  
チャンネル

@sittoka-naito

チャンネル登録者数 4170人 ・ 131本の動画

内藤証券 YouTube