

SNSを活用した効果的な

ソーシャルメディア戦略

株式会社 オーエス

インバウンド事業 事業部長 田中 寛

企業概要

About Us

企業概要

Corporate Overview

企業概要

株式会社 オーエス 英文表記 : OS.CO.,LTD.

所在地

〒171-0013 東京都豊島区東池袋1丁目18-1 Hareza Tower 20F

連絡先

TEL : 03 (3982) 5611 FAX : 03 (3982) 5641

URL

<https://oscorporation.com>

設立日

2003 年 12 月 第 23 期目

資本金

100,000,000 円

従業員数

100 名 (連結子会社含)

許認可

電気通信事業許可証 A-18-8935
古物商許可証・事務機器商 305500405514
プライバシーマーク認定番号 第10823782 (08) 号

関連子会社

株式会社 インターネットサポート
ジェイビーモール 株式会社

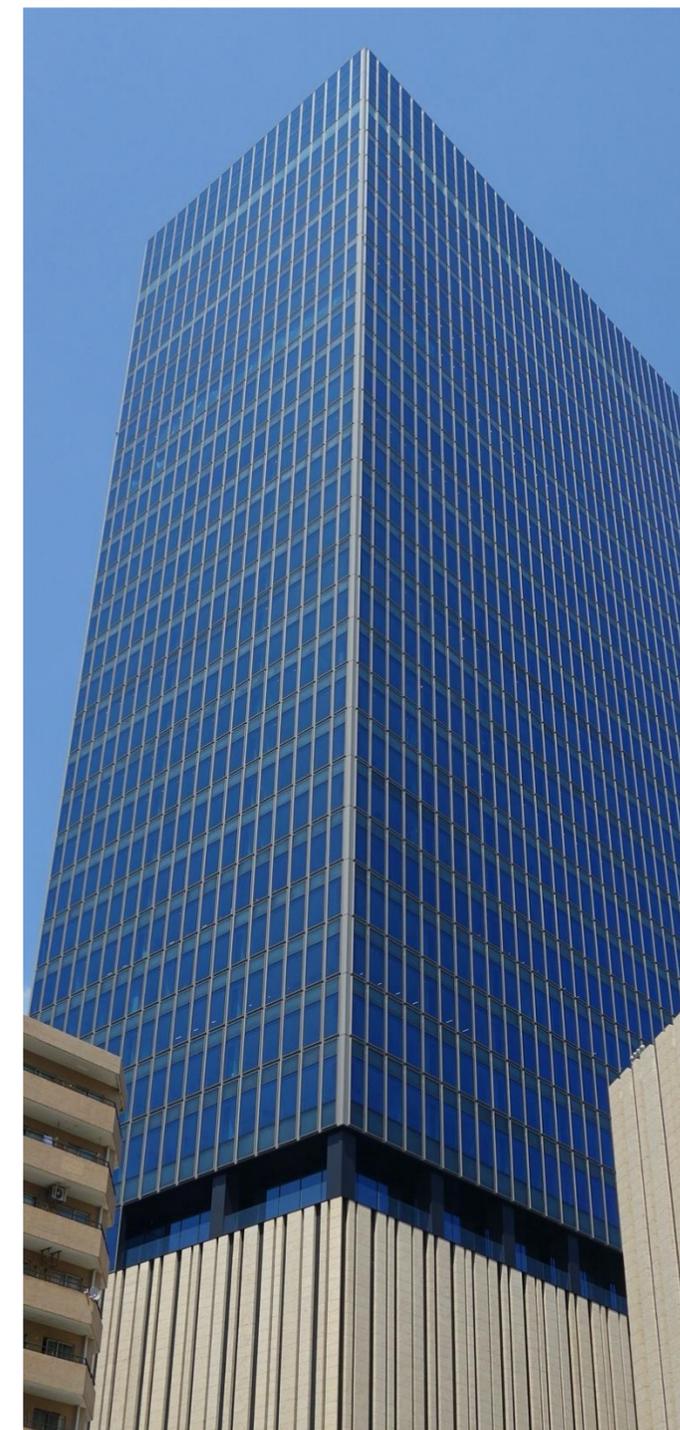
加盟団体

日本政府観光局 (JNTO) 会員
日中ツーリズムビジネス協会 (CJTC) 企業会員

取引先



イオンモール 株式会社 / イオンリテール 株式会社 / 株式会社 ビックカメラ / 株式会社 コジマ
BOTEJYU Group ホールディングス 株式会社 / ウエルシア薬局 株式会社 / 株式会社 コスモス薬品
株式会社 Tokyo Tower / 株式会社 ほっかほっか亭総本部 / 株式会社 好日山荘 / 株式会社 REXT
チロルチョコ 株式会社 / 株式会社 タビオ / 株式会社 ビジョン / 株式会社 オニオン新聞社
インターセクト・コミュニケーションズ 株式会社 / メッセフランクフルト株式会社 / 株式会社OPA
株式会社 オリエントコーポレーション / 楽天ペイメント 株式会社 / その他 (順不同)



インバウンド関連事業



中国・台湾・香港・韓国・欧米豪・タイ・ベトナムなど
海外向けマーケティングサービスを提供

市場調査・企画立案

戦略構築・KPI設定

コンテンツ制作

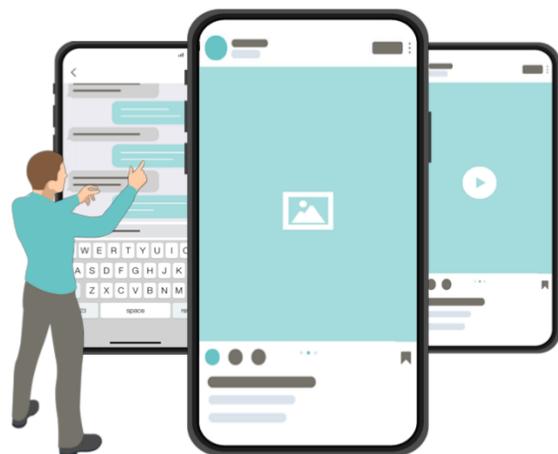
プロモーション運用管理

データ集計・分析・効果測定

01

SNS新規開設

運用サポート



02

インフルエンサー

マーケティング



03

訪日メディア運営

メディア・クーポン



04

動画制作

企画・撮影・編集



株式会社 オーエス



たなか ひろし

田中 寛

インバウンド事業 事業部長

2005年 株式会社 オーエス 入社

2008年 通信事業 事業部長として組織拡大
(大阪・名古屋・福岡・仙台支店立上げ)

2017年 インバウンド事業 立上げ
自治体及び企業向けプロモーション支援開始

省庁や自治体をはじめ、日本企業のインバウンド対策及び
プロモーションを多数支援。
環境省・運輸局・東京都・神奈川県・高知県・兵庫県・長崎県など多数

インバウンドプロモーションに従事して多数の経験や知識をもとに
効果的かつ有効的な施策をワンストップで提供し続けています。

中国マーケティング戦略

デジタルマーケティング成功例

中国マーケティング戦略

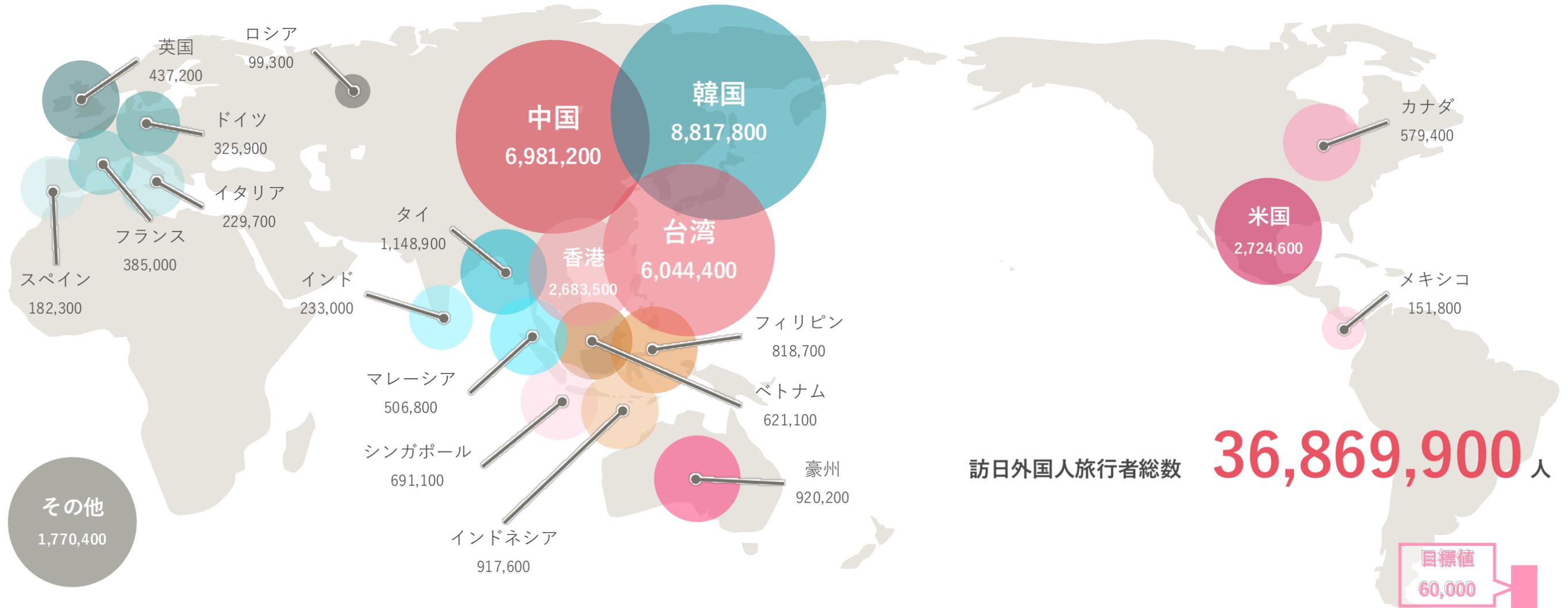
デジタルマーケティング成功例

2024年 訪日旅行者数

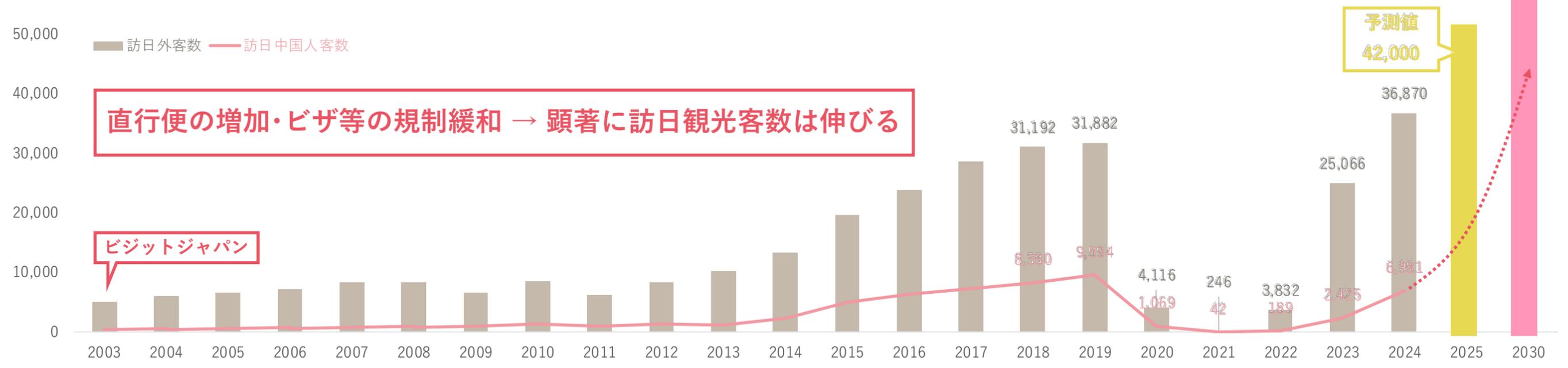
2024 Trends In Visitors To Japan

国別 訪日旅行者数

出典：JNTO 2024年 訪日外客数



訪日外国人旅行者総数 **36,869,900** 人

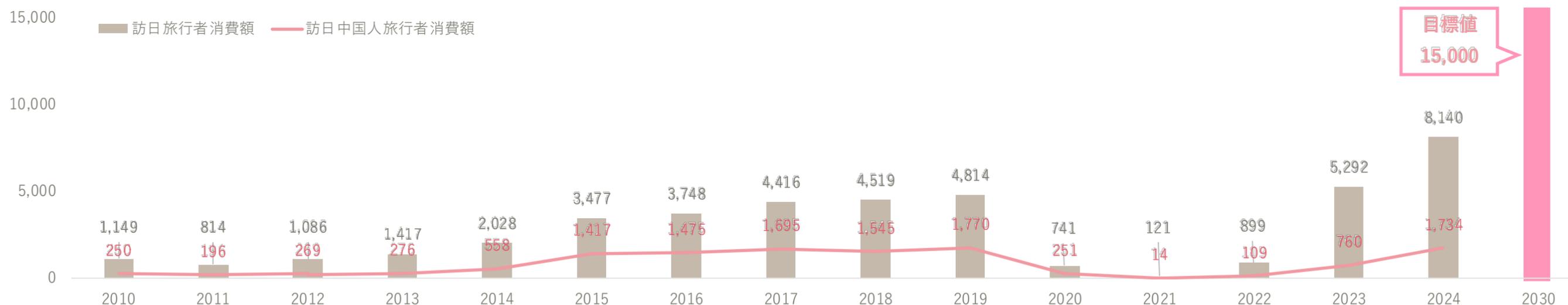
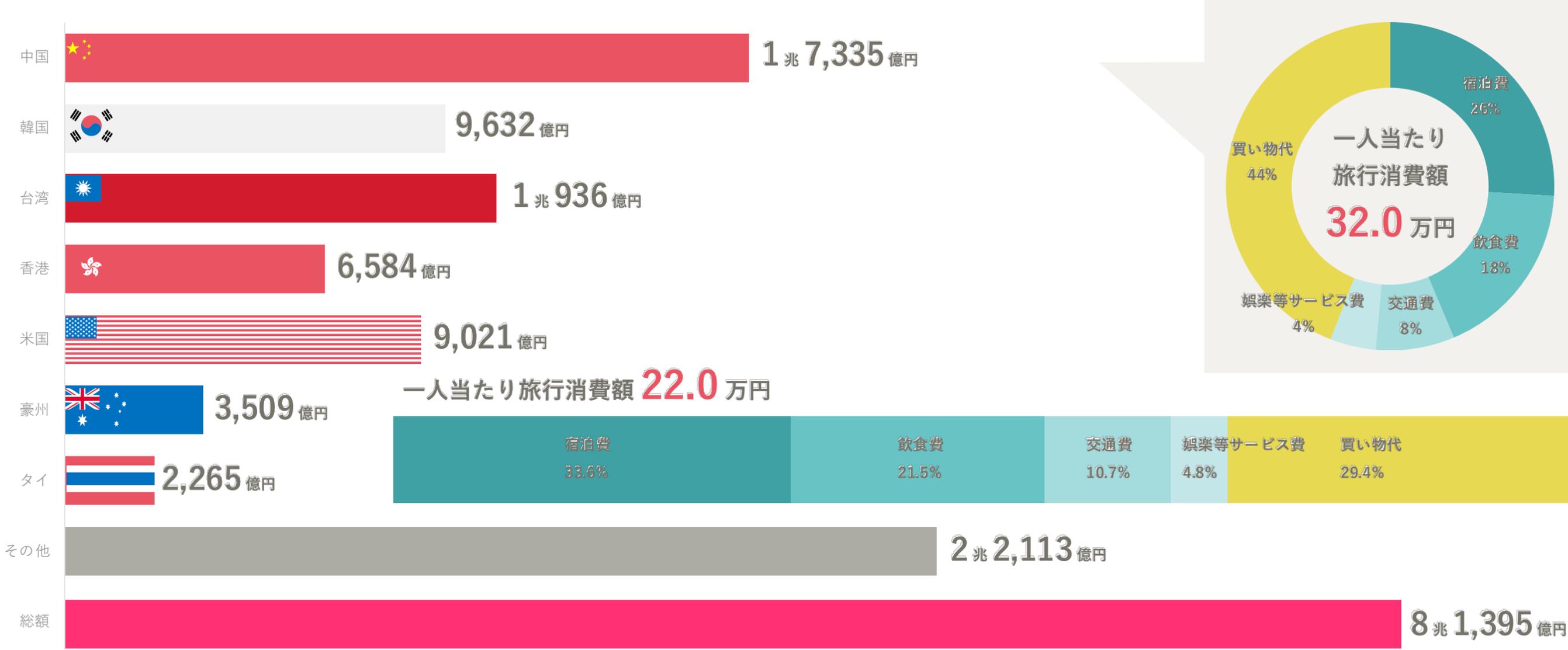


2024年 訪日旅行者消費額

2024 Trends In Spending Visitors To Japan

国別 訪日旅行者消費金額

出典：観光庁 2024年 訪日外国人の者消費動向

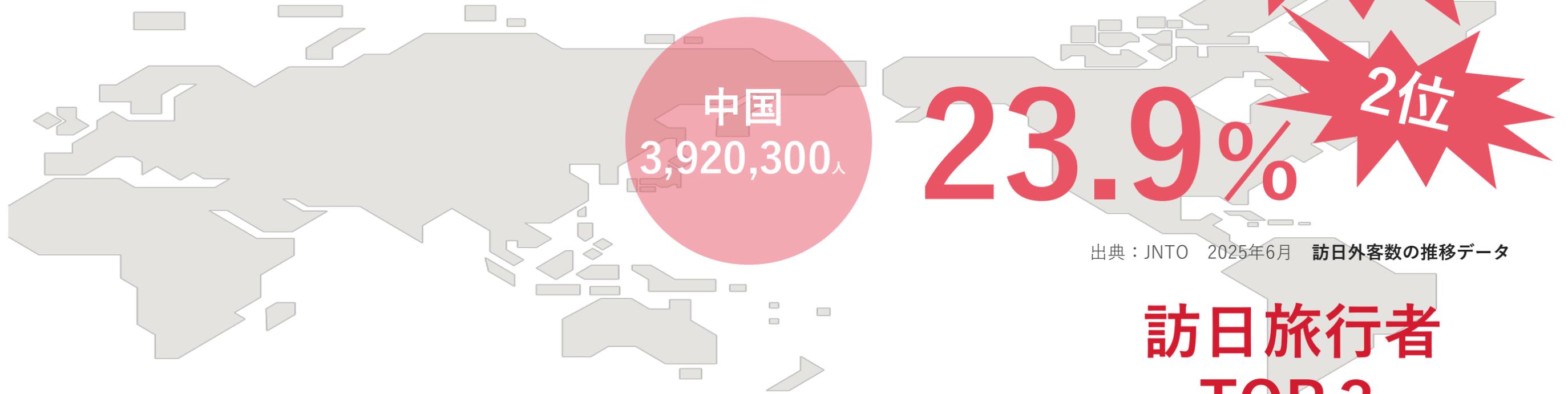


2025年 訪日旅行者 推移 (1月~5月)

Trends in visitors to Japan in 2025 (January to May)

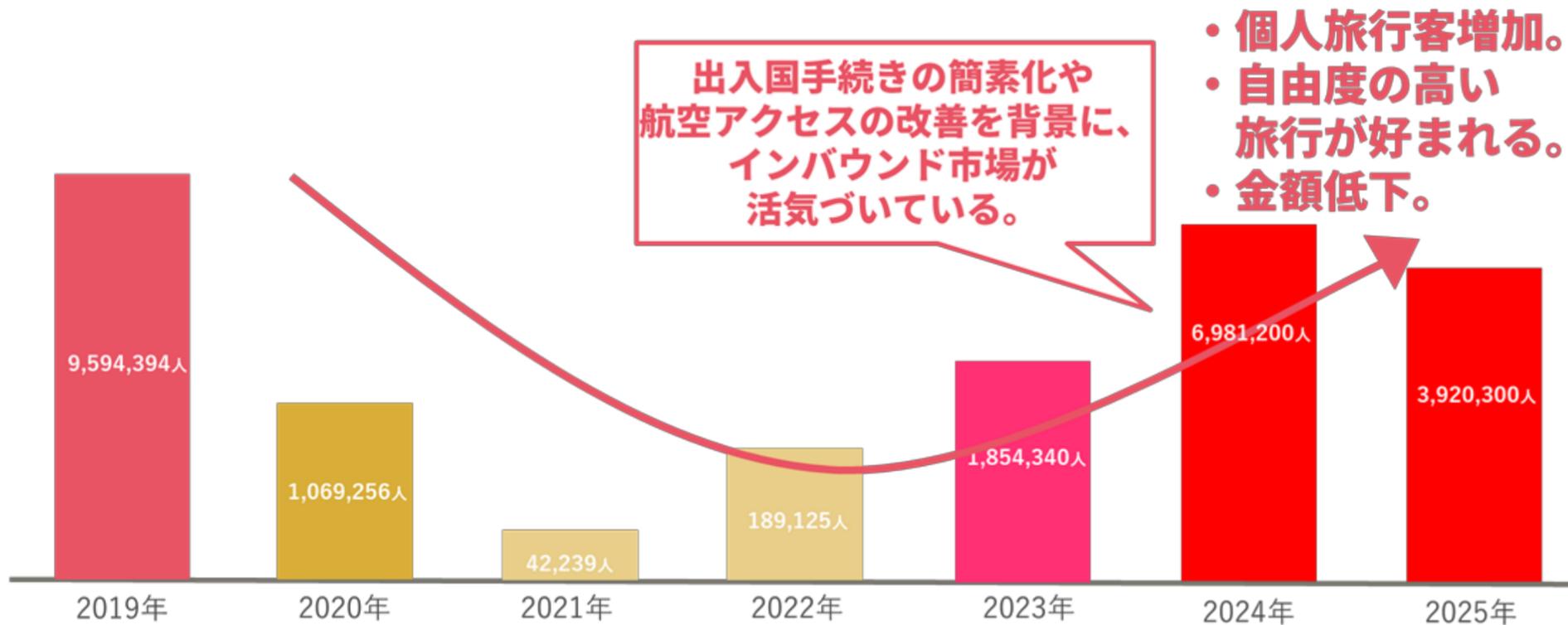
2025年 訪日外国人 旅行客数 **18,140,100人**

1月~5月
過去No1
訪日外国人人数



訪日旅行者 TOP-3

- 1位 韓国
- 2位 中国
- 3位 台湾



出典：JNTO 2025年6月 各国・地域別の推移データ

訪日インバウンド市場における **中国** の存在感は非常に大きく

訪日客数・訪日消費額 は、他の諸国に比べても

大きく上回り、日本への経済効果の高い **重点市場** である

中国 インターネット事情

Internet Situation In China

グレートファイアウォール



01

自国IT市場の保護

02

情報流入防止

03

情報流出防止

政府に対しての不利益な情報をブロック

国家安全保障の確立・中国の文化や価値観の保護

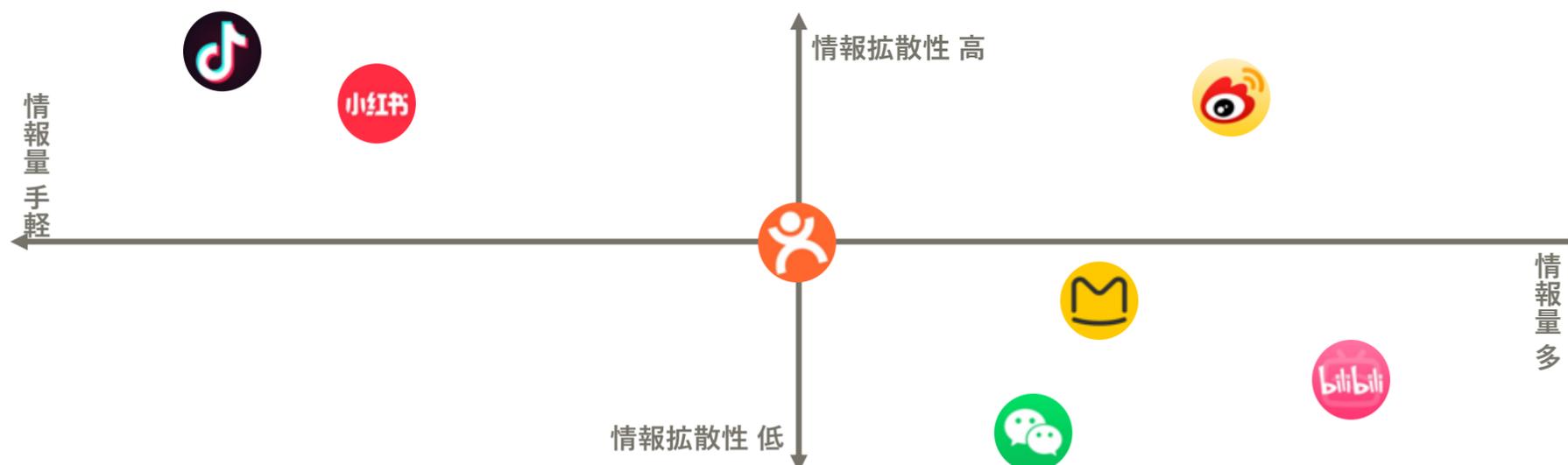
自国独自のインターネットサービスが成長



中国ソーシャルメディアの特徴

Features Of China Social Media

	 微博 Weibo	 微信 WeChat	 小红书 RED	 抖音 DoYin	 哔哩哔哩 BiLiBiLi	 大众点评 DaZhongDianPing	 马蜂窝 MaFengWo	 携程旅行 Ctrip	 天猫 Tmall	 淘宝 Taobao
ユーザー数	約 8 億人	約 13 億人	約 4.5 億人	約 9 億人	約 5 億人	約 6.9 億人	約 7.6 億人	約 4 億人	約 7 億人	約 9.5 億人
月間利用者数	約 6 億人	約 11 億人	約 3 億人	約 8 億人	約 3.4 億人	約 2.5 億人	約 1.3 億人	約 2 億人	約 6 億人	約 8.7 億人
拡散性	◎	×	◎	◎	○	△	△	-	-	-
ターゲット	B to B B to C C to C	B to B B to C C to C	B to B B to C C to C	B to B B to C C to C	B to C C to C	B to C	B to C C to C	B to C C to C	B to C C to C	B to C C to C
手法	<ul style="list-style-type: none"> アカウント開設 情報発信 広告出稿 	<ul style="list-style-type: none"> アカウント開設 情報発信 広告出稿 ミニプログラム 	<ul style="list-style-type: none"> アカウント開設 情報発信 広告出稿 店舗開設 	<ul style="list-style-type: none"> アカウント開設 情報発信 広告出稿 	<ul style="list-style-type: none"> アカウント開設 情報発信 広告出稿 	<ul style="list-style-type: none"> アカウント開設 情報発信 広告出稿 クーポン発行 	<ul style="list-style-type: none"> アカウント開設 情報発信 広告出稿 	<ul style="list-style-type: none"> 旅行商品造成 情報発信 広告出稿 	<ul style="list-style-type: none"> 店舗開設 販売促進 クーポン発行 	<ul style="list-style-type: none"> 店舗開設 販売促進 クーポン発行
アカウント取得	日本法人 ◎ 自治体 ◎	日本法人 ◎ 自治体 ◎	日本法人 ◎ 自治体 ◎ 店舗 現地法人要	日本法人 NG 自治体 NG 中国身分証明書要	日本法人 ◎ 自治体 ◎	日本法人 ◎ 自治体 ◎	日本法人 ◎ 自治体 ◎	-	日本法人 ◎	日本法人 ◎
日本比較	 				 		    	    		



認知拡大・ブランディング
誘客・集客・販売の促進

SNSは必要不可欠

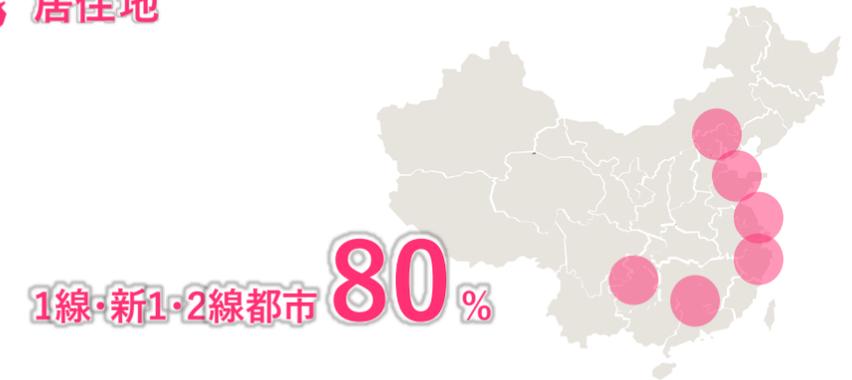
中国版のInstagramとなり、中国では、消費行動をする前に口コミの検索で利用されており、現在人気急上昇中で欠かせないSNSとなっている。“世界のいいものを見つける”をコンセプトにあらゆる情報発信がされており、情報検索には必要不可欠なSNSとなっている。



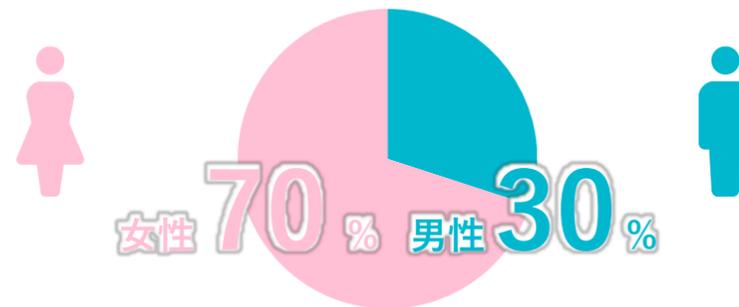
👤 ユーザー数



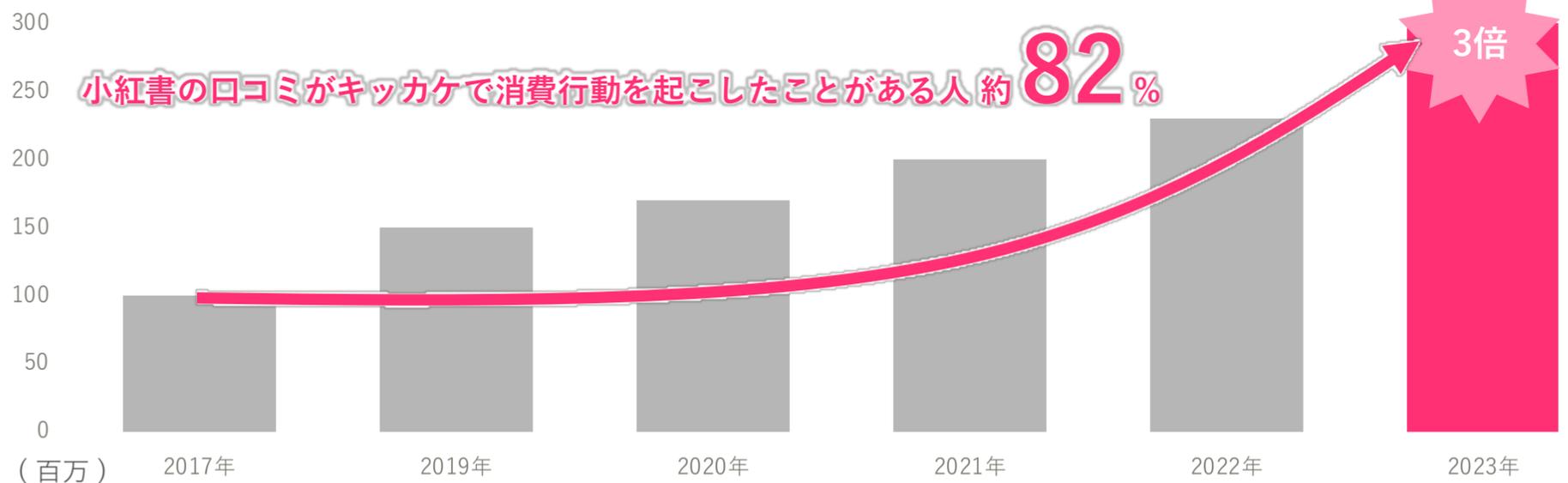
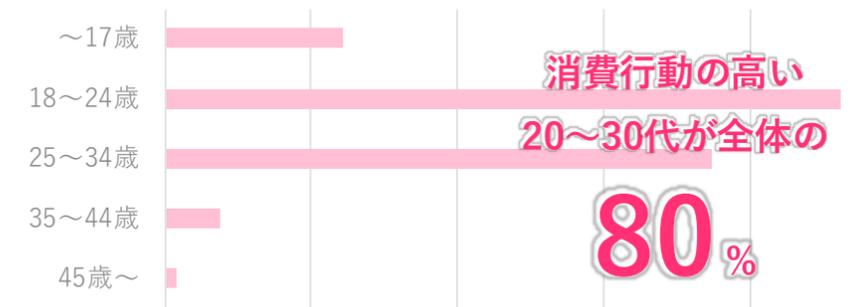
🇨🇳 居住地



👤 男女比率



📊 年齢比率



中国現地のソーシャルメディアを活用して情報発信することは、

認知拡大・ブランディング・販売促進

に**有効的**であるとともに、**必要不可欠**である。

目的に合わせて**ソーシャルメディア**を**選択**

インフルエンサー・メディア マーケティング戦略

Influencer・Media Marketing Strategy

KOL

Key Opinion Leader

有名人・著名人・芸能人・インフルエンサー

世間一般的に知られている人が多く、多くの人にリーチを図ることができ、認知拡大に大きな影響を与えることができる。閲覧数やエンゲージメントは非常に高い。

KOC

Key Opinion Consumer

消費行動に影響力を持つ人・KOLを目指す人

一般消費者に近い存在で、消費者目線で情報発信する。一般消費者やKOLを目指す人で閲覧者からの信憑性が高く、一般消費者のおすすめ口コミに限りなく近い。

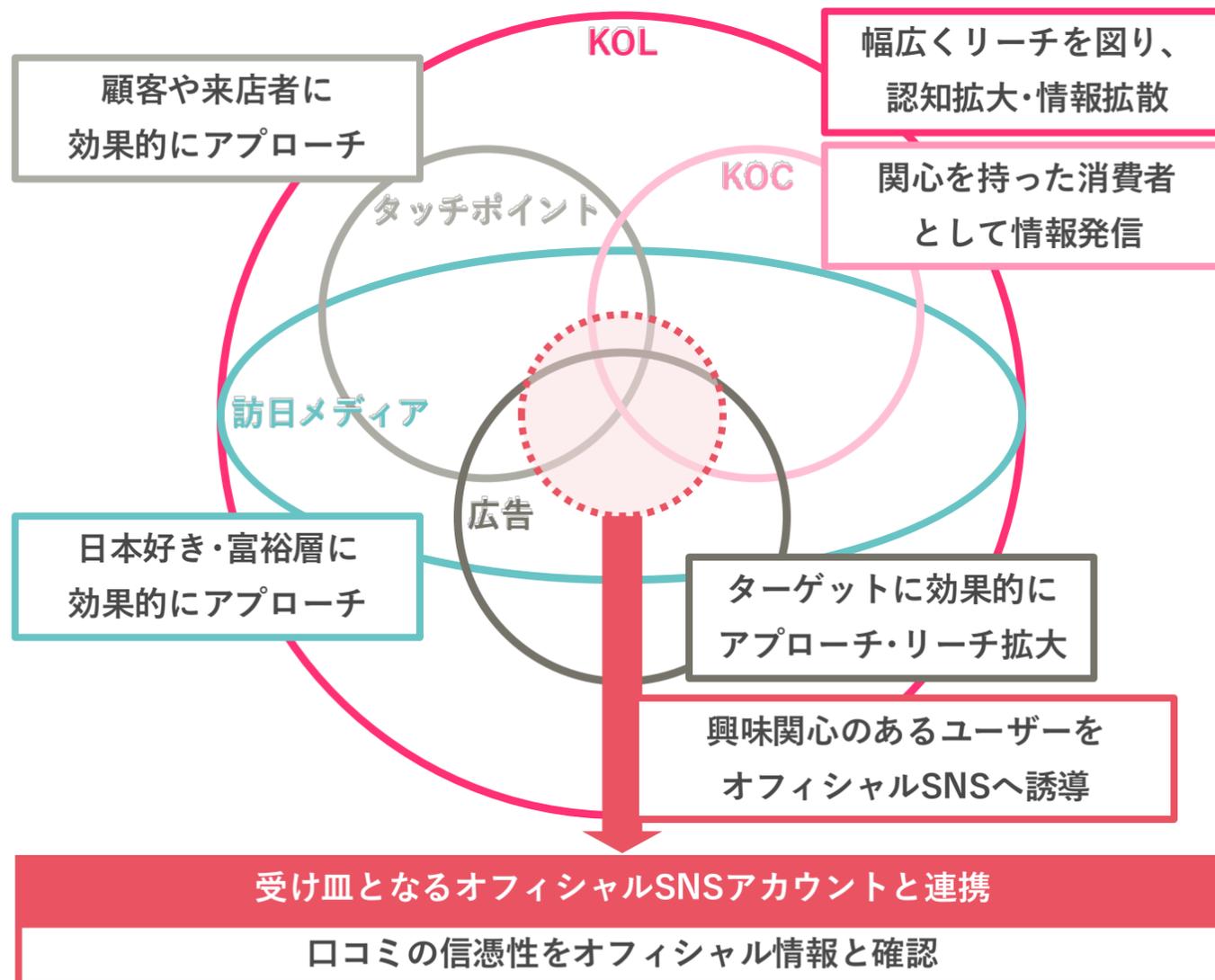
訪日メディア

Inbound Media

日本好き・富裕層をフォロワーに抱えるメディア

日本の最新トレンドを常に情報発信しており、日本好きや訪日旅行経験者・訪日旅行検討者がフォローしており、情報収集をしている。フォロワーの大半が都市部在住。

ターゲット層にリーチ・接点を複数創出することは重要



KOC

KOL

	フォロワー数	影響力	信憑性	エンゲージメント	コスト
フォロワーは身近な人のみで多くはない。	多くのファン・フォロワーを抱えている。	拡散性と影響力は絶大で閲覧数は非常に高い。	プロモーションを多数実施している為、信憑性が低い。	リーチ数が高いため、エンゲージメント数も高い。	フォロワー数が多ければ多いほど、コストは高い
拡散性は低いが、非常にコンバージョン率が高い。					
消費者の声に非常に近い為信憑性が非常に高い。					
エンゲージメント総数は、少ないが、率は高い。					
コストは非常に安い					

目的な予算に合わせてキャスティングすることで、プロモーションの加速化

KOL・KOC (インフルエンサー)・メディアの活用

Key Opinion Leader・Key Opinion Consumer (Influencer)・Media

訪日メディア 微日本は、微博社認定の唯一の訪日メディアとして、

『新しい日本・知らなかった日本に出会う』をコンセプトに日本の魅力を中国本土へ訴求している。

フォロワー総数

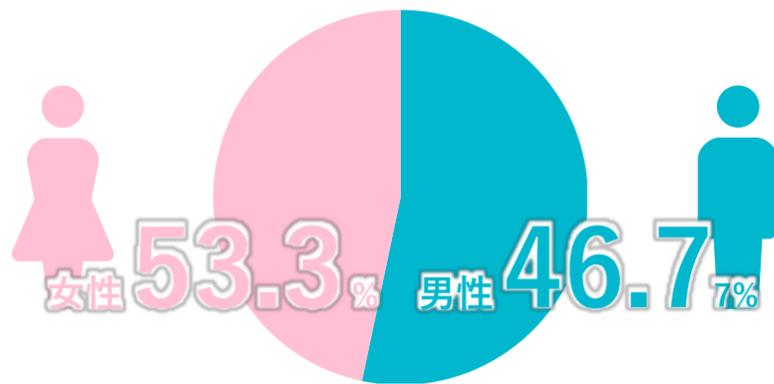
207 万人以上

フォロワー居住地区

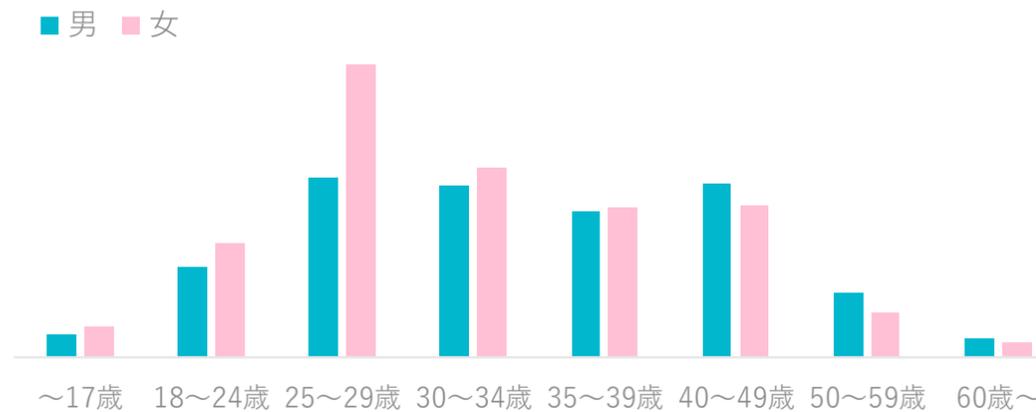
1・2線都市に集中
広州・上海・北京 など

都市部在住 90% 以上

フォロワー男女比率



フォロワー年齢比率



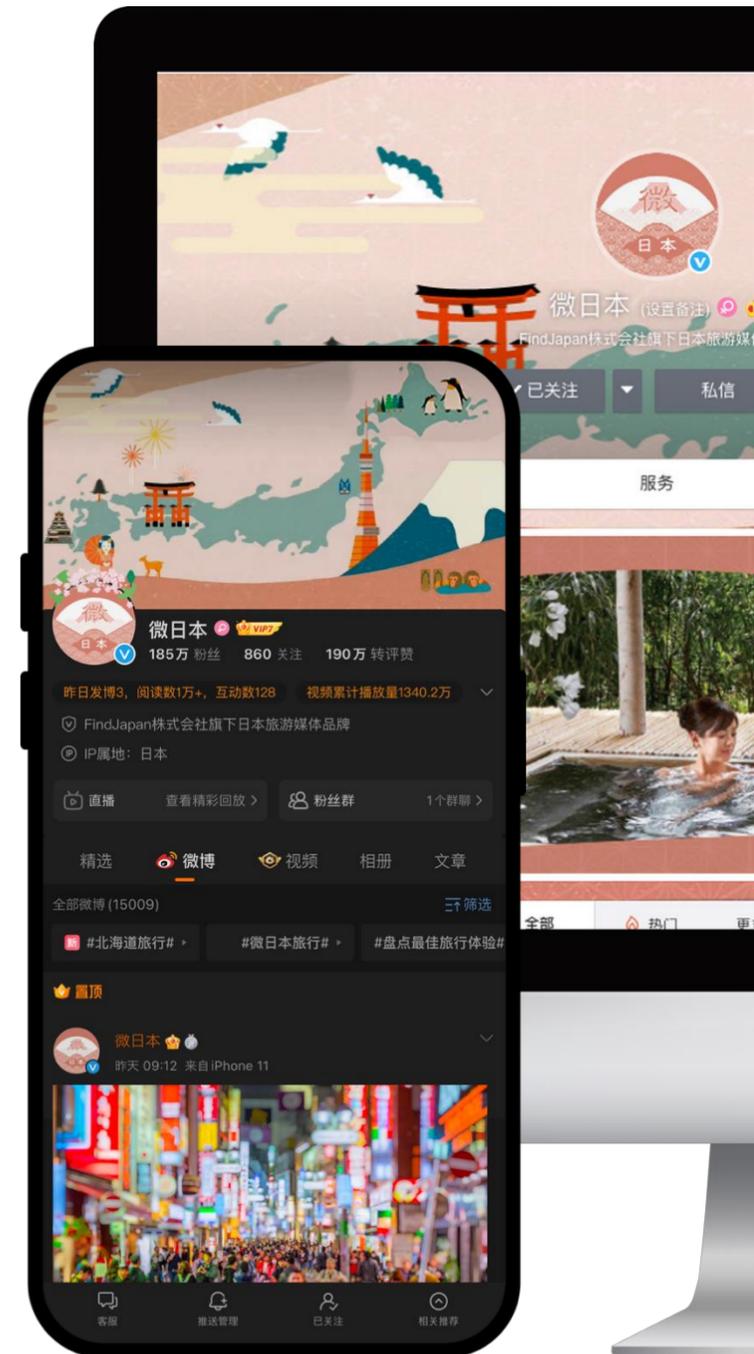
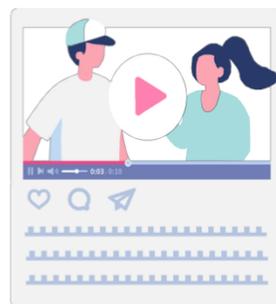
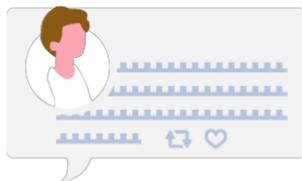
拡散転送

画像コンテンツ

動画コンテンツ

ライブ配信

各種広告出稿



KOL・KOC (インフルエンサー)・メディアの活用

Key Opinion Leader・Key Opinion Consumer (Influencer)・Media

実績事例

コンテンツ情報配信



平均閲覧数 **80** 万 PV 以上 / 記事

動画配信



ライブ配信



プロモーションを加速化するためには

KOL・KOC・メディアの情報発信は有効的で

拡散性に加えて、信頼性・信憑性も重要である

中国ソーシャルメディア戦略

China Social Media Strategy

① 公式SNS開設・運用

- 公式の情報発信
- ファンの構築

② KOL・KOC・メディアの活用

- リーチ力・拡散力で情報拡散
- ファンの獲得

③ SNS広告出稿

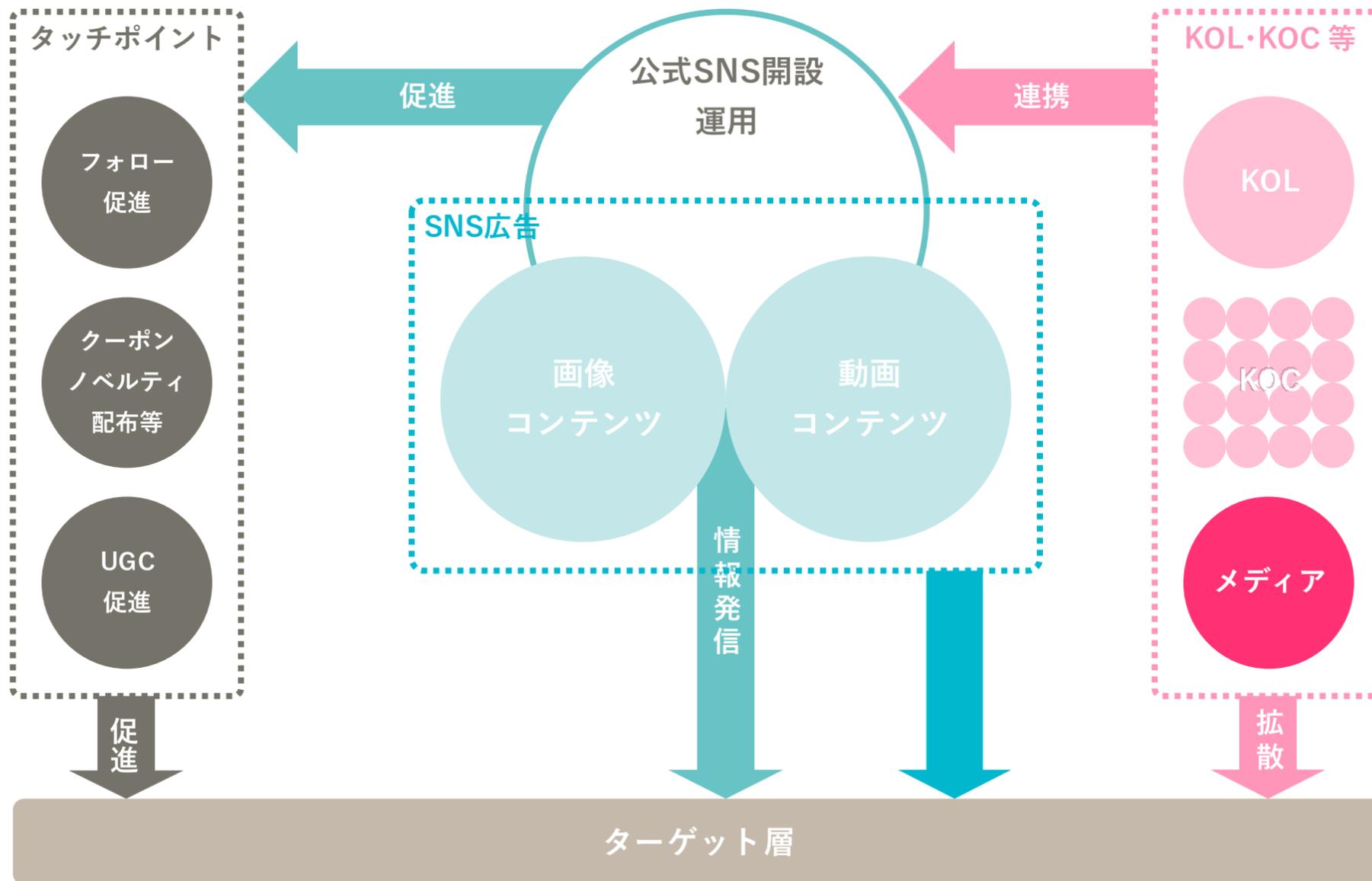
- 効果的かつ有効的にリーチ
- ターゲット層にアプローチ

④ タッチポイントの活用

- 来訪・来店促進
- 来訪者・来店者の取込み

⑤ UGCの活用

- 口コミの増加
- 情報発信の信憑性向上



企画立案・戦略構築

- 運営戦略の構築・ガイドラインの設定
- KPI設定

改善策・修正案の策定

- 翌月以降の改善策・修正策の策定
- 効果的な追加プロモーションの策定



SNS運用・プロモーション実施

- コンテンツ制作
- SNS広告 / インフルエンサーマーケティング

データ集計・分析・効果測定

- インサイトデータ集計
- データ分析・効果測定

中国マーケティング戦略

デジタルマーケティング成功例



Weibo
運用

動画作成

KOL

ライブ
配信

キャンペーン

Weibo運用

動画作成

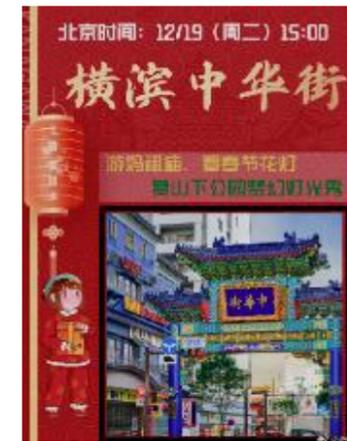
ライブ配信



オリジナル
コンテンツ

VLOG動画

× 観光スポット



オンライン
キャンペーン
認知拡大
& ファン増加



視聴者人数 **100** 万人以上 / 回

公式アカウント年間フォロワー2万人以上増加！

現在REDアカウント開設準備中！

ご清聴ありがとうございました。

