

無断転載禁止

中国ビジネス online community

ChibrQry

チャイブラリー

# 中国SNS～KOL育成講座～

---

## 第1章 中国のSNSについて知ろう！

# 目次

プラットフォーム	pp.3~13
日本人の成功例	pp.14~16
収益化までの流れ	pp.17~20

# プラットフォーム

## 中国の主なSNSアプリ



Bilibili



Weibo



DOUYIN



RED BOOK



WeChat

今回はDOUYIN、RED BOOK、WeChatをピックアップしてご紹介します！

## DOUYIN



「DOUYIN」は中国最大級のショート動画アプリで、「TikTok」と同様にByteDanceが運営しているため、「中国版TikTok」とも呼ばれています。

2022年4月時点でMAU(月間アクティブユーザー数)はなんと約6.8億人にもものぼります。

アプリ内では「お笑い」、「歌唱」、「ダンス」、「ペット」、「グルメ」、「日常生活」など様々なジャンルが人気を博しています。

また、アプリ内の「投げ銭」、「ライブコマース」を通して収益化させることもできます。なかには年に数億円を稼ぐ投稿者もいます。

## ☆DOUYINの特徴



登録ユーザー数: 8億以上



月間アクティブユーザー数: 6億以上



若者だけでなく中高年の利用者も多い



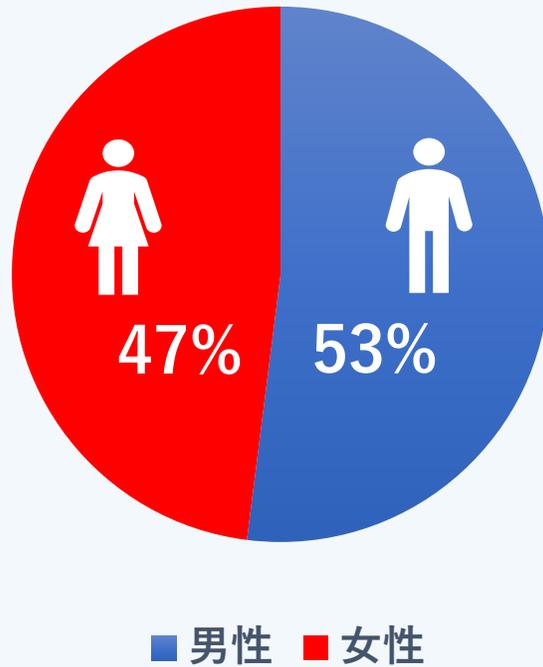
ユーザー男女比はほぼ1:1



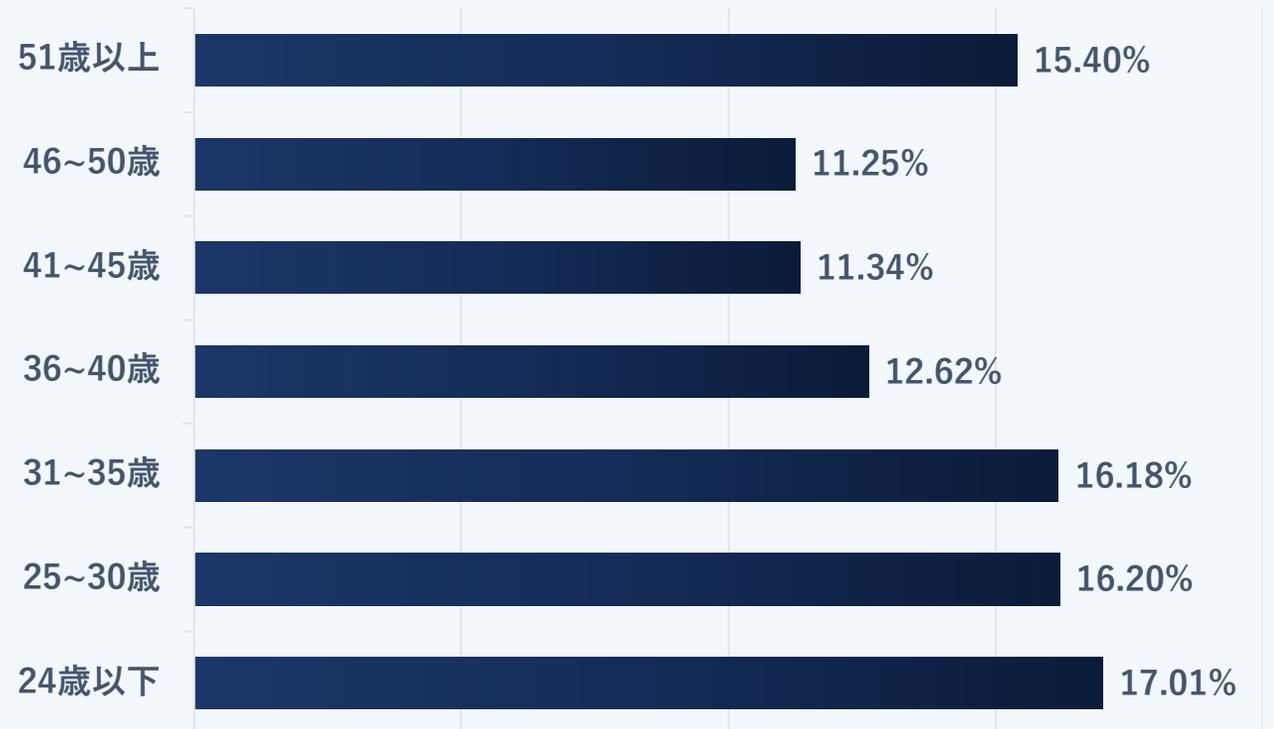
「趣味」、「商品PR」、「豆知識」など幅広い人気ジャンル

## ☆DOUYINの特徴

### 男女比



### ユーザーの年齢構成



出典：千瓜数据

# プラットフォーム

## RED BOOK



「RED BOOK」は、中国最大級の口コミアプリで、よく「中国版Instagram」と例えられることでも知られています。

現在、「RED BOOK」のアプリ登録ユーザー数は3億人を超え、そのうちの70%以上が1990年以降の生まれで、ユーザー全体の70%を女性を占めているとされています。

アプリ内では、「美容、健康、旅行、グルメ、ショッピング」等、ユーザーの体験に基づいた内容が、口コミとして投稿されており、“現在、多くの中国人消費者が、商品・サービス購入等の、消費行動をする際の指標として、RED BOOKの口コミを、参考にしている”とされています。

アプリ内では、ネットショップを開設することも可能で、その市場規模の大きさから、現在「RED BOOK」は、世界最大級のECプラットフォームの一つと呼ばれています。

## ★REDの特徴



登録ユーザー数3億以上



月間アクティブユーザー数1億以上



ユーザーの70%以上が1990年以降生まれ



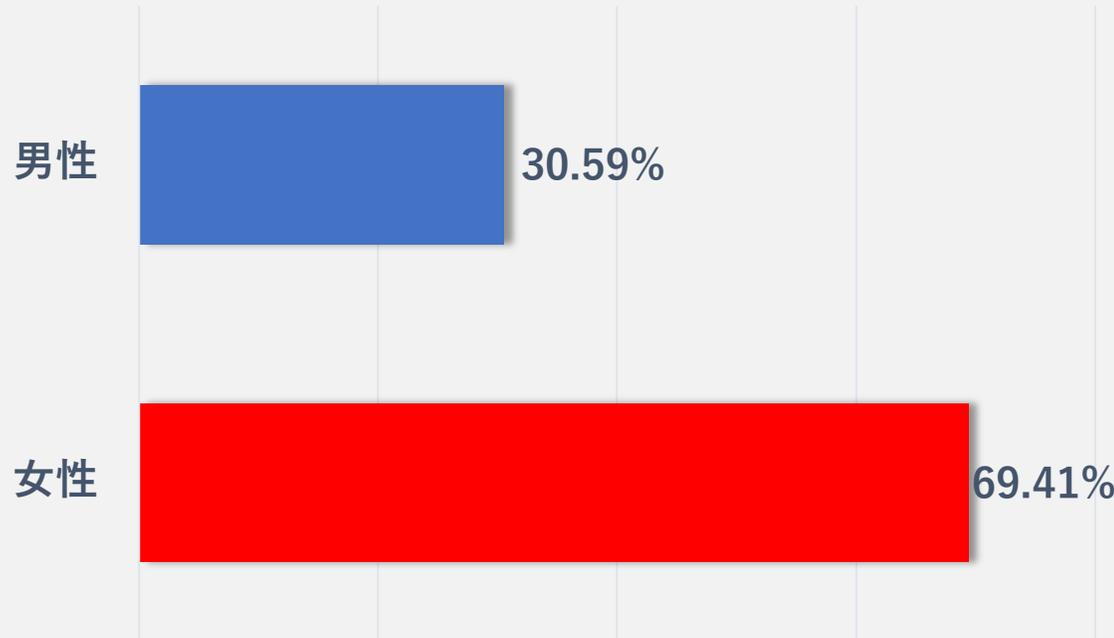
ユーザーの50%以上が1線、2線都市の居住者



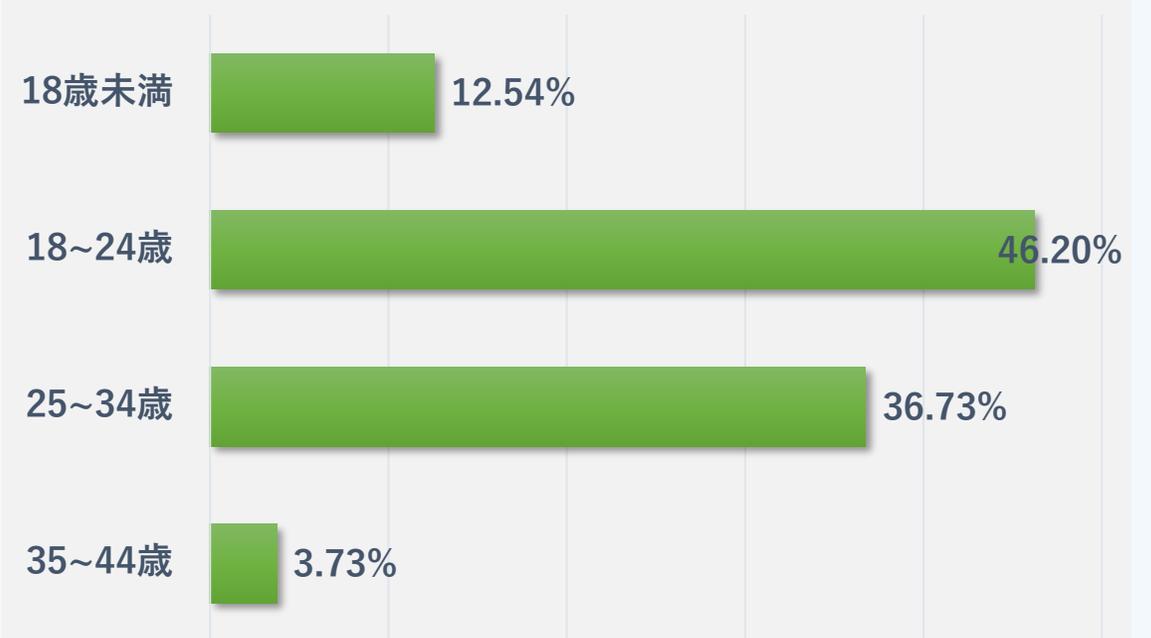
女性ユーザーが7割

## ☆REDの特徴

男女比（2021年6月時点）



年齢層（2021年6月時点）



出典：千瓜数据

## WeChat



「WeChat」は中国のテンセント社が開発したメッセージアプリで、今や中国人には欠かせないSNSアプリの一つです。

そのユーザー数は**12億人**を超え、中国人の**約9割**が使用していると言われています。

利用者の多くはコミュニケーションツールとしてWeChat上でメッセージのやり取りを行っています。

また、メッセージ機能以外にも

- タイムライン
- QR・バーコード決済
- 商品・サービスの購入
- オンラインショップの開設

など、個人から企業まで幅広い層のユーザーが活用できる機能を多く揃えています。

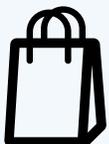
## ☆WeChatの特徴



登録ユーザー数:12億以上



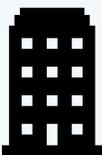
9割以上のユーザーが毎日1回以上使用



アプリ内で商品サービスの購入が可能



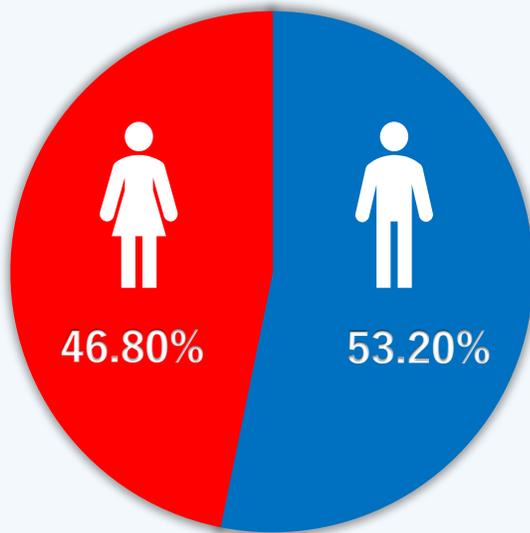
QRコード決済機能「WeChat Pay」を使用できる(※日本でも使用可)



企業は公式アカウントを使ってPRすることも可能

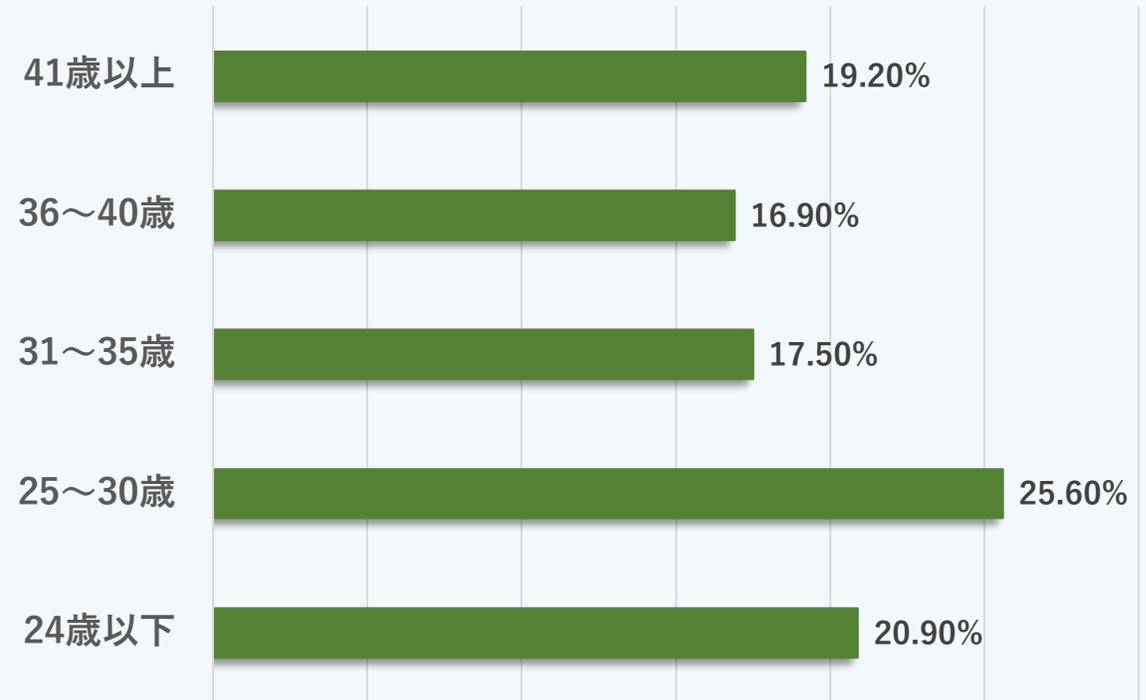
## ☆WeChatの特徴

### ユーザー男女比



■ 男性 ■ 女性

### ユーザー年齢分布



出典：易观千帆(2022年6月)

# 日本人の成功例

## DOUYIN



## 樱花奈奈NANA

フォロワー：約145万人

### 投稿内容：

日本の文化・豆知識に面白要素を交えながら紹介している。動画ではほとんど日本語で話しているが、中国語の字幕も付けている。

※ご紹介した成功例は東京マンダリンアワードの運用事例ではございません。あくまで参考例としてご覧ください。

# 日本人の成功例

## RED



### serababy

フォロワー：約19万人

投稿内容：

コスメ、ファッション、グルメ、日本の流行や日常など、若い女性から関心を持たれる内容を中心に投稿している。

※ご紹介した成功例は東京マンダリンアワードの運用事例ではございません。あくまで参考例としてご覧ください。

# 収益化までの流れ

## 収益化までの流れ

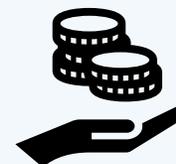
### DOUYINの場合



#### パターン1



ライブ配信

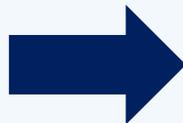


投げ銭

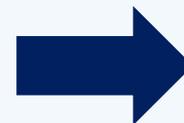
#### パターン2



動画投稿  
ライブ配信



フォロワー獲得

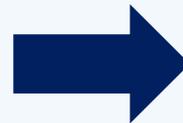


企業からPR案件獲得

#### パターン3



動画投稿  
ライブ配信



フォロワー獲得



DOUYIN商城  
(ショップ)を開設して  
商品販売

## 収益化までの流れ

### REDの場合

小红书

#### パターン1



投稿



フォロワー獲得

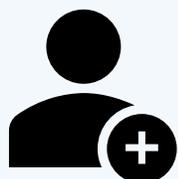
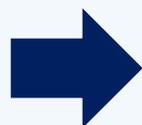


企業からPR案件獲得

#### パターン2



投稿



フォロワー獲得



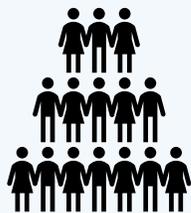
商品・店舗のPR



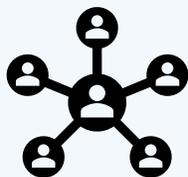
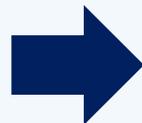
RED内でショップ開設して  
商品販売  
他のプラットフォームに  
誘導して商品販売

## 収益化までの流れ

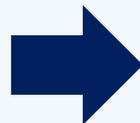
### WeChatの場合



他のプラットフォームから  
WeChatに誘導



グループに招待



グループ・モーメンツでの  
告知・宣伝・クーポン配布



商品販売  
インバウンド客誘致

# よくあるご質問

Q. 投げ銭システムについて教えてください。

A. 投げ銭とはREDやDOUYINでライブ配信中のユーザーにアプリ内の課金アイテムをプレゼントすることを指します。アイテムはコインに変換され、受け取ったユーザーはDOUYINショップで商品を購入することができます。また、アカウントに中国の銀行カードを紐づけすることで現金化することができます。



## Q&amp;A

Q. ショップ開設の流れについて教えてください。

A. RED、DOUYINでショップ開設をするためには**アカウントの実名登録**、**中国の営業許可証**、**保証金の納付**が必要です。詳しい手続きに関しましてはチャイブラリー事務局までお問い合わせください。

Q. PR案件獲得時に発生した収益の受け取り方を教えてください。

A. 収益の受け取るためには**アカウントの実名登録**と**中国の銀行口座の登録**が必要です。なお、本講座を受講された方は吉川真人監修が代表を務める深圳のMCN会社を經由して収益を受け取ることができます。（詳細は第9章を参照）

**THANK YOU !**