

中国ECのプロモーションのあり方

中国SNSの事情と ショート動画の効果

中国版TikTok抖音(Douyin)の現状と説明



01

最新

中国SNS動向(2022年)

Weibo

芸能界色の強いTwitter

- 芸能人の日常投稿
- 社会の最新ニュース・情報

WeChat

LINE・PayPay・note

- 日常チャット・情報確認
- お財布（決済）

Douyin

幅広い年齢層が見るTikTok

- 日常の娯楽
- 暇があれば見る

RED

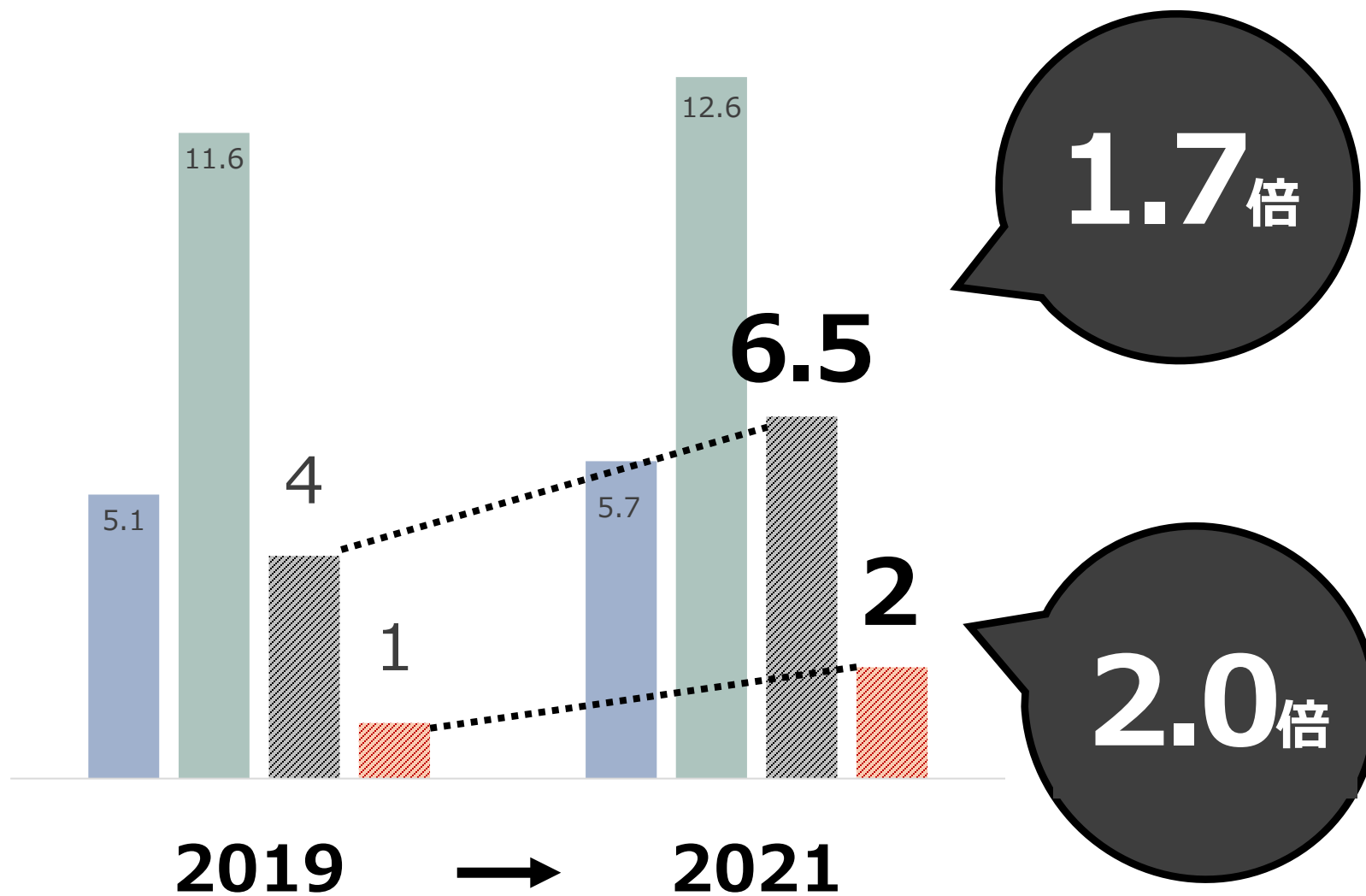
検索機能◎・動画が多いInstagram

- 口コミの検索
- トレンドの発見



アクティブ ユーザー数(月)

単位：億人

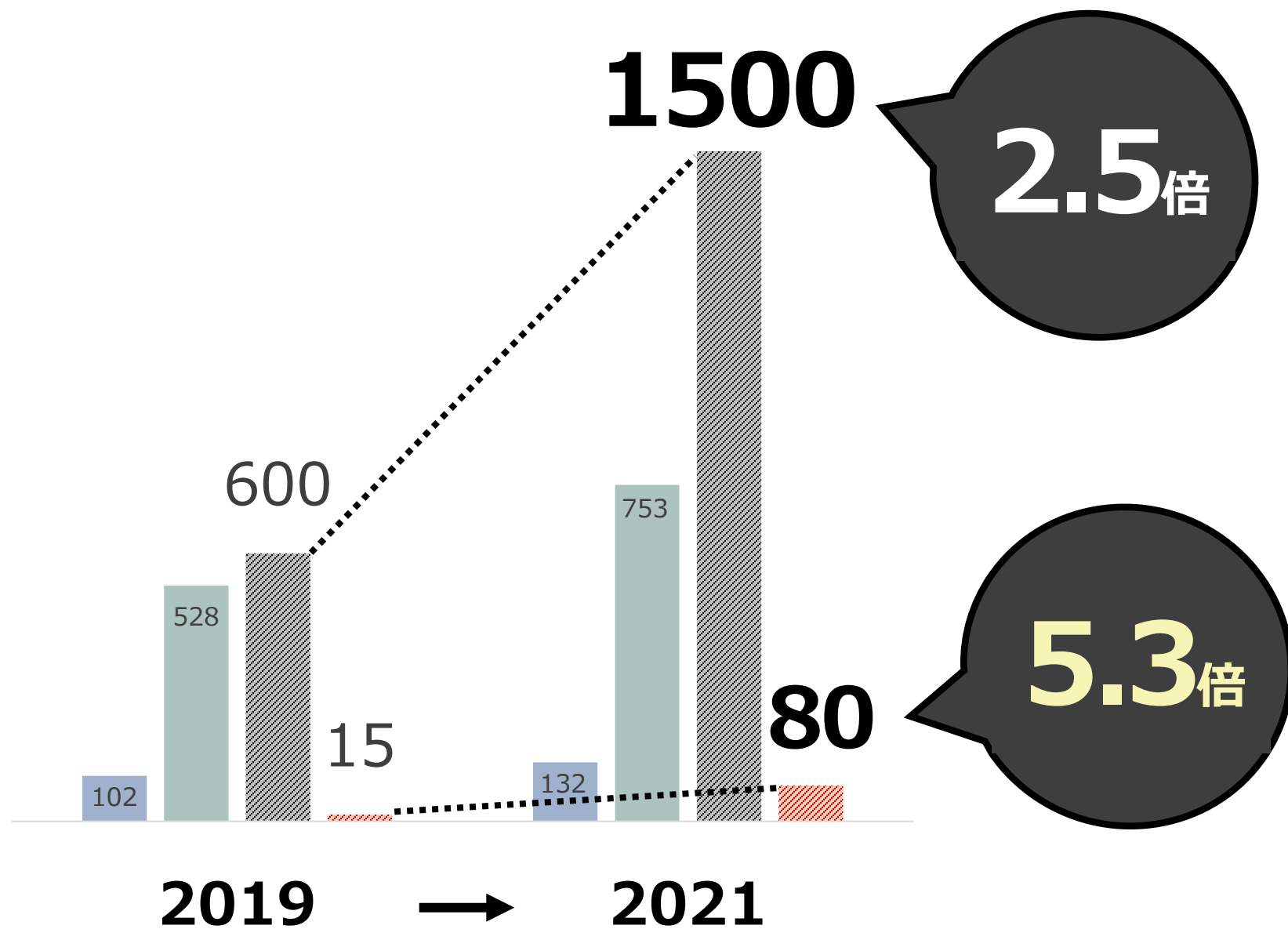




广告收入

单位：億RMB

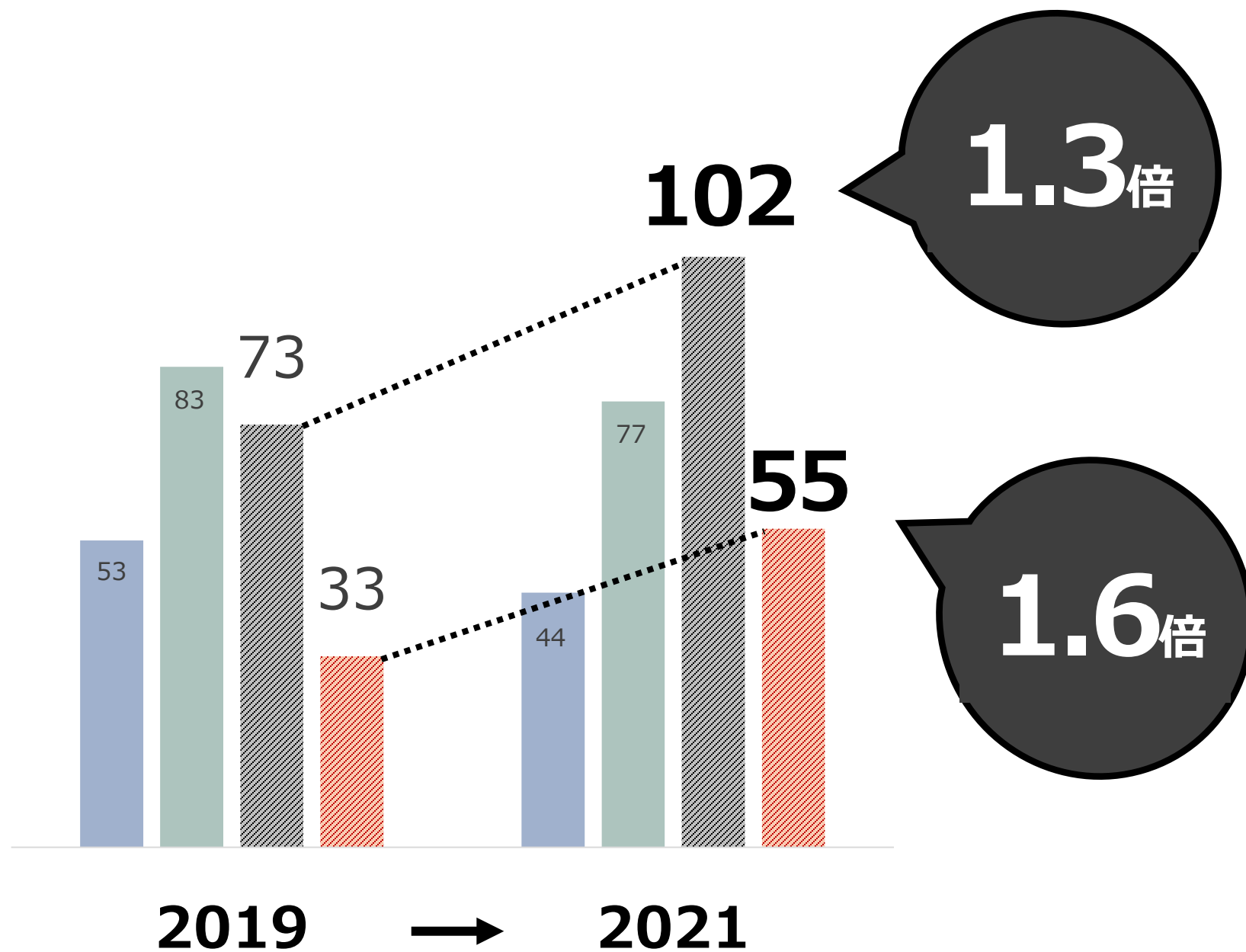
- Weibo
- WeChat
- Douyin
- RED





平均 使用時間(日)

単位：分



Weibo × WeChat



最新

Douyin × RED

今 後

ショート動画のSNSが
さらに成長

02

Douyinとは

Douyin (抖音)

中国版TikTok



数秒～最大15分の動画

投稿

共有

視聴



中国のみで使われる

ショートムービープラットフォーム



ユーザー 6.8億人

Douyinの強み

より気軽に、よりたくさん見られて、拡散まで。

01 ユーザーにマッチした動画の提供

02 短尺動画でいつでも気軽に見られる

03 拡散力を爆発させる各種機能を実装

01 ユーザーにマッチした動画の提供

- 新規のファンにリーチできる
- 機械学習によって解析
ユーザーの興味を惹きそうな動画の表示

中国では

初投稿で**100万再生**も稀ではない！

02 短尺動画でいつでも**気軽**に見られる

- 15秒からOK
- 隙間時間で楽しめる
- 縦スクロールで次コンテンツ

数多くの動画に触れられる

03 拡散力を爆発させる各種機能を実装

ハッシュタグ「#〇〇」

ユーザー

類似動画を探すときに便利

投稿者

フォロワー以外に
閲覧してもらえるきっかけ

「自分でも気づいていなかった関心のある動画」
との出会い



消費へと行動を移す

これまでのSNSとは違った **Douyin**売れ



テクノロジーと人が融合したサービス

03

Douyinによる拡散の効果

情報の99%は
届かずに消えていく...？

これからの時代 SEO対策やリスティング広告だけでは やっていけなくなる。

中国という大規模なマーケット

競合が多く
情報が埋もれる

検索ワードを争う
ライバルが増える

購買決定における 影響力順位

出典：
デジタルメディア利用実態
グローバル調査

	日本	アメリカ	ドイツ	オーストラリア	中国
家族、友人、知人からの推薦	1	1	1	1	1
テレビ広告	2	2	2	2	4
オンラインレビュー	3	4	4	5	5
テレビ番組や映画で話題/使用	4	7	9	6	7
再販業者のウェブサイト (Amazon.jpなど)	5	5	8	10	13
会社やブランドからの電子メール	6	10	12	9	6
メーカーのウェブサイト	7	8	5	4	10
新聞広告	8	9	6	6	11
雑誌広告	9	5	7	8	2
看板・ポスター	10	13	10	13	15
オンライン上での仲間内の推薦(レビュー)	10	3	2	2	3
映画館の宣伝広告	12	11	10	11	8
ラジオ広告	13	11	13	12	12
SNSで配信される広告	13	14	14	14	9
SMS/テキストメッセージ広告	15	16	17	15	19
携帯アプリ広告	16	16	17	17	14
フォローしていない人によるツイート/投稿	16	18	15	17	15
フォローしていない会社やブランドによるツイート/投稿	16	19	19	19	18
ビデオゲーム広告	19	15	15	15	15

1位 家族・友人・知人からの推薦

2位 雑誌広告

3位 オンライン上での推薦（レビュー）

- 家族・友人・知人からの推薦
- オンライン上での仲間内の推薦



- ユーザーから**自然発生する口コミ**
- ユーザーが自らの意思で投稿するコンテンツ

User
Generated
Contents

日本でのUGC例

SNS投稿の他、下記も全てUGC

飲食店



食べログ

家電



価格.com

書籍



Amazon

化粧品



@コスメ

旅行先



トリップ
アドバイザー

転職先



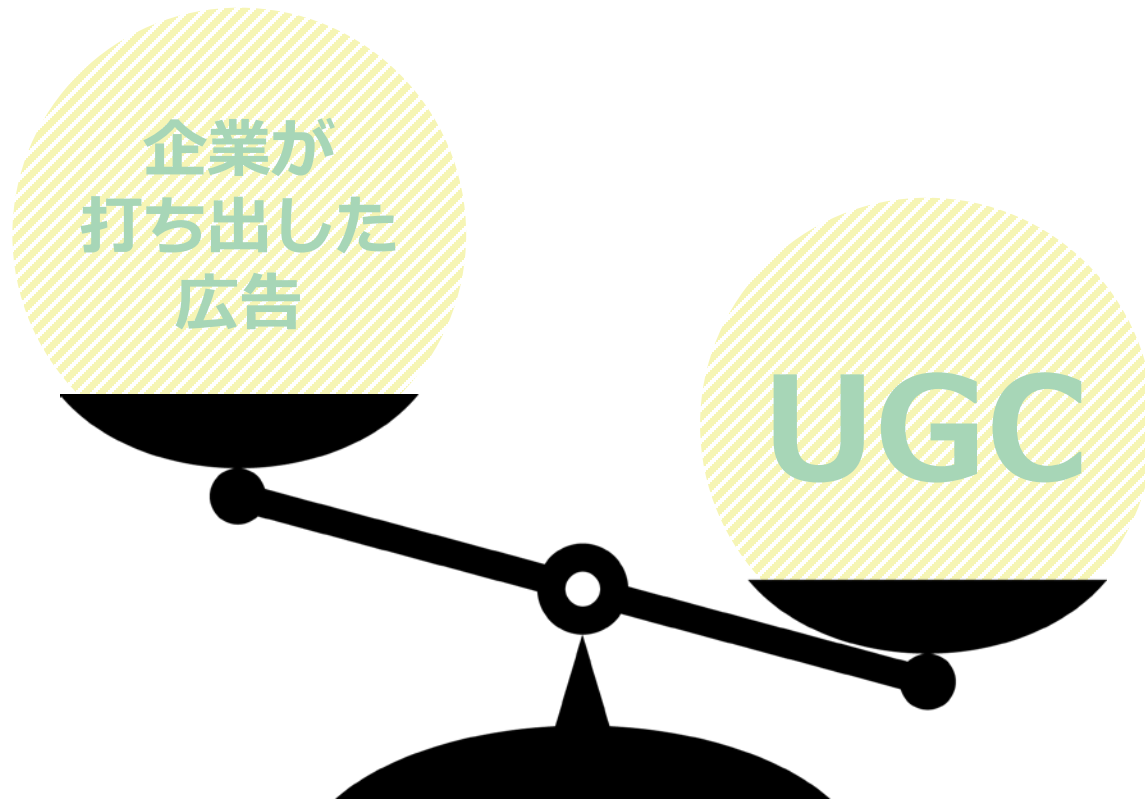
オープン
ワーク

商品・サービス



ブログ

今後のマーケティングの要となるUGC



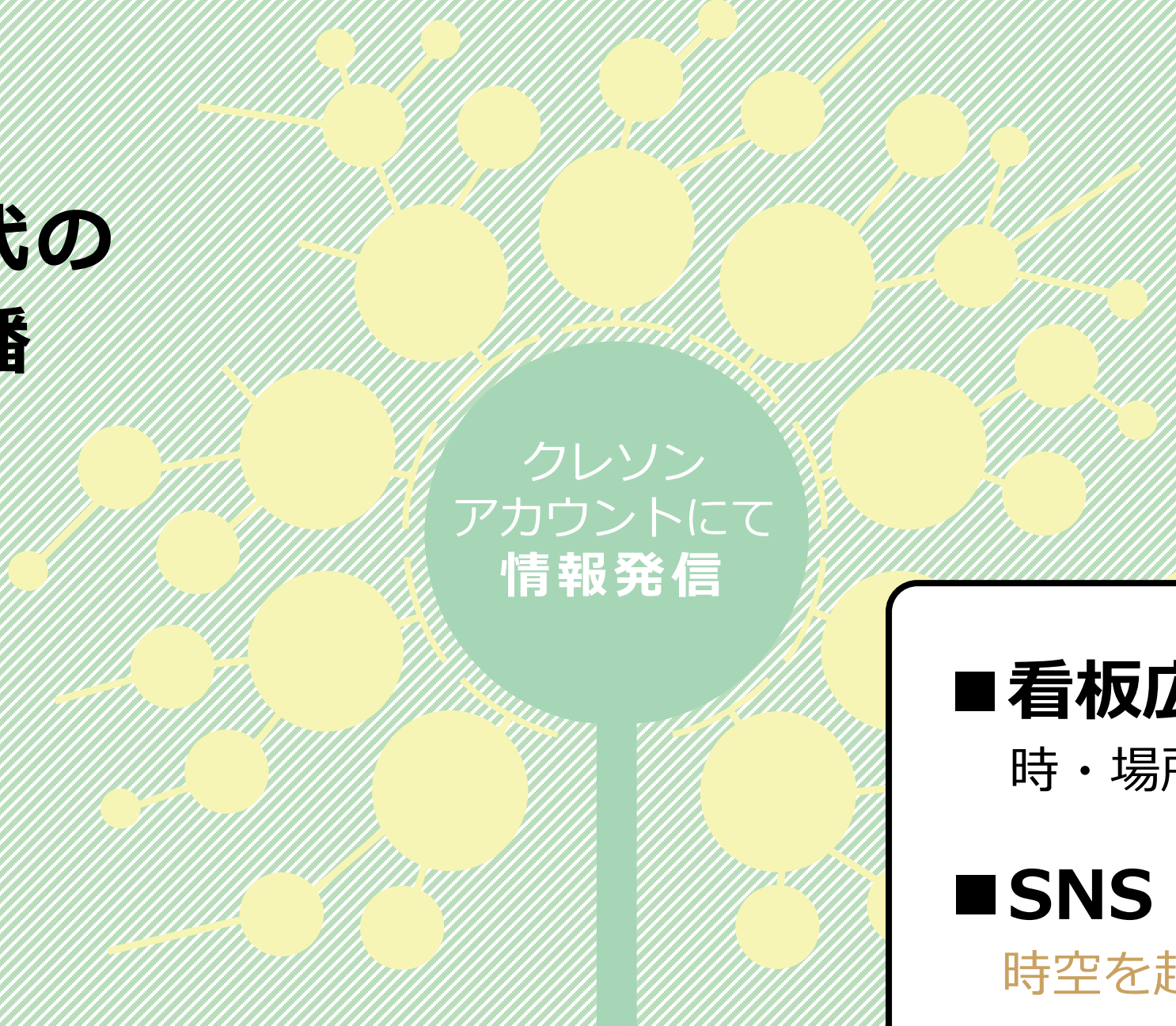
SNS 拡散の装置

シェア・リツイート



口コミサイト**以上**に
強い力を発揮

SNS時代の 情報伝播



クレソン
アカウントにて
情報発信

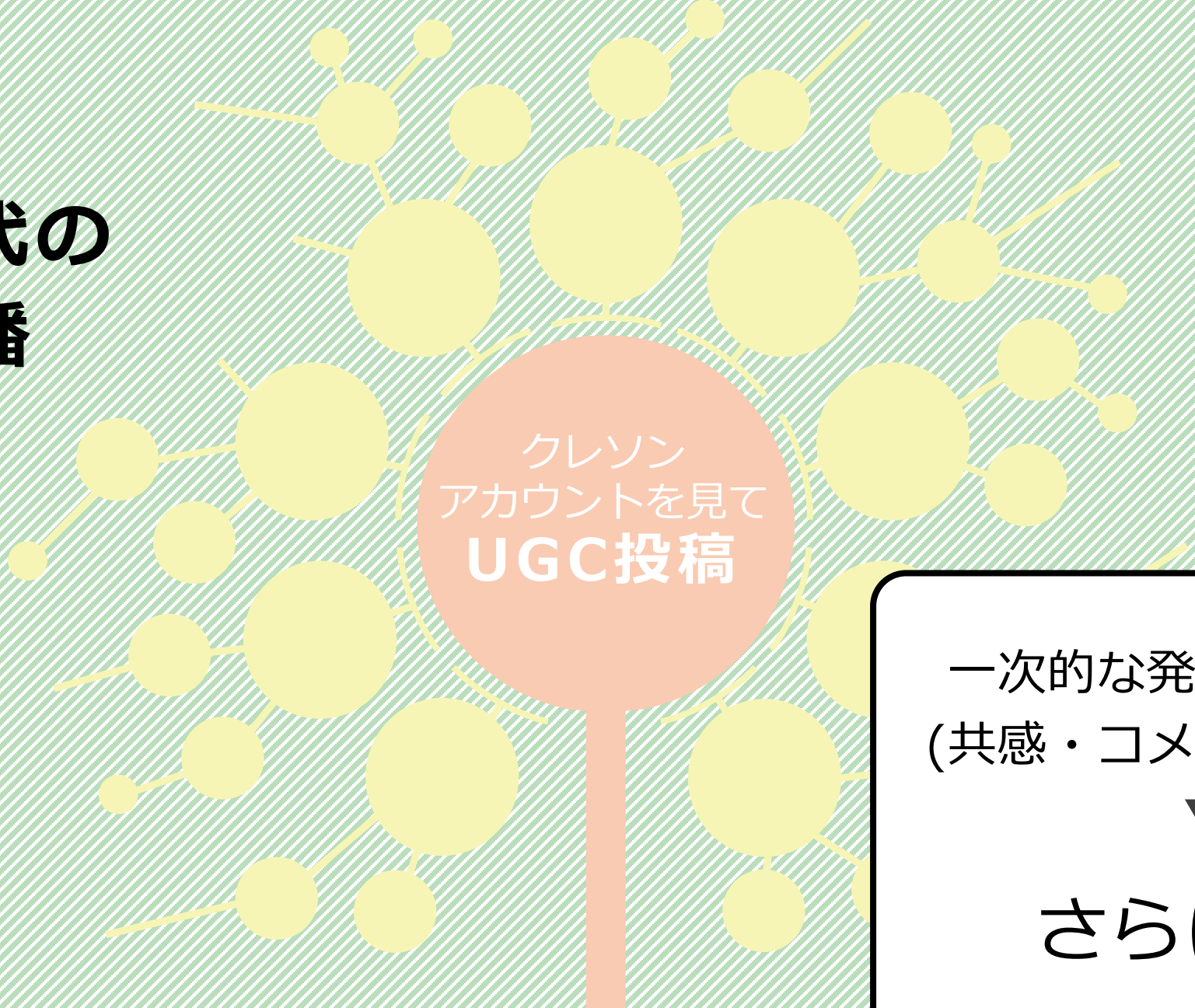
■看板広告

時・場所が限定される

■SNS

時空を超えて拡散

SNS時代の 情報伝播



クレソン
アカウントを見て
UGC投稿

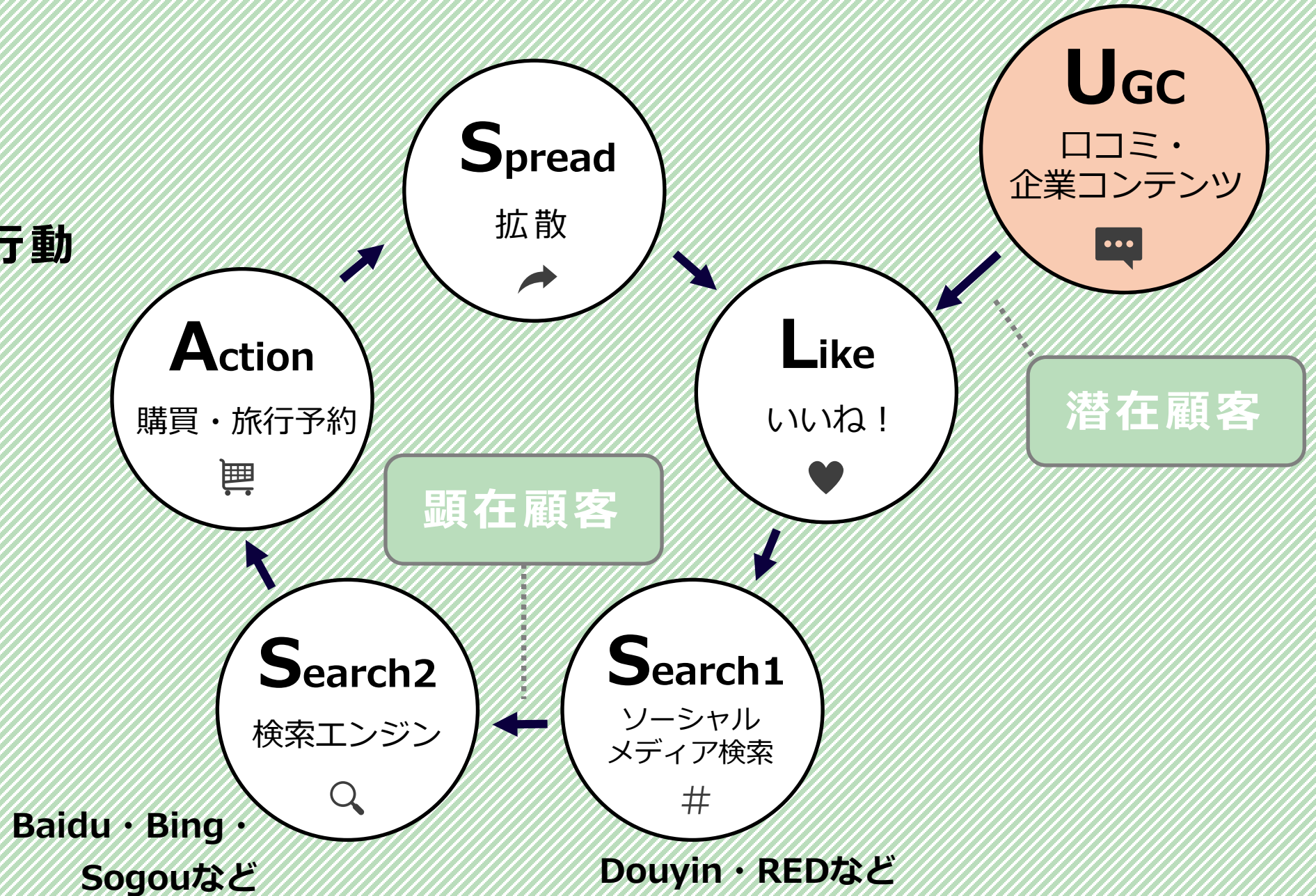
一次的な発信への**UGC**
(共感・コメント・シェア)



さらに拡散

SNS時代の 購買・旅行行動 プロセス

ULSSAS



Douyin

15~30秒程度の
ショート動画を提供

約**6.5**億人

AIレコメンドシステム
ユーザー興味に関連する
動画を次々配信



概 要

月間アクティブ
ユーザー数
(MAU...2021年)

特 徴



RED

EC機能付きSNS
(Instagram×Amazon)

約**2**億人

お気に入りのアカウント
をフォローして情報収集