

中華圏特化で他社に勝つ！

RED

中華圏最大級
SNSアプリ

小红书

中華圏SNS運用[RED]

アカウント開設マニュアル

- ✓ SNSで売上を伸ばす仕組み
- ✓ インバウンド向け施策戦略
- ✓ 最新アルゴリズムを把握



LevGo

小紅書（RED）とは？

～中国人観光客を呼び込む「消費の意思決定」に直結するSNS～

★**RED**＝中国市場において、消費前の情報収集ツールとしてInstagramやGoogleレビューに相当する影響力を持ち、特に**若年層の購買決定に大きな役割を果たしているSNS**。



Slogan
「世界中の良い
モノが見つかる」



基本情報

中国最大級のライフスタイルプラットフォーム

アクティブユーザー

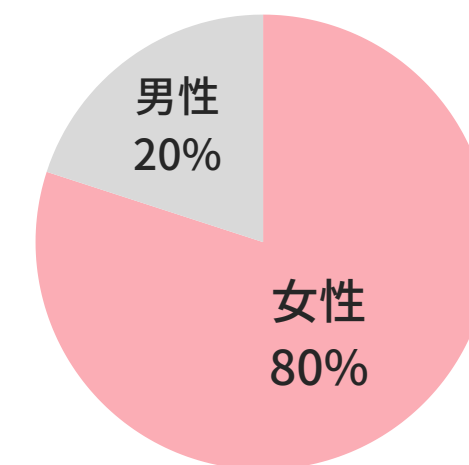
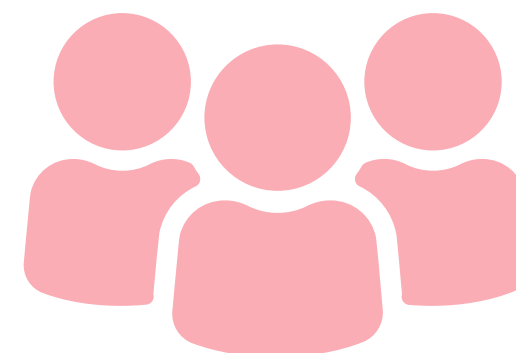
ユーザー層

機能・役割

月間 **3億人**

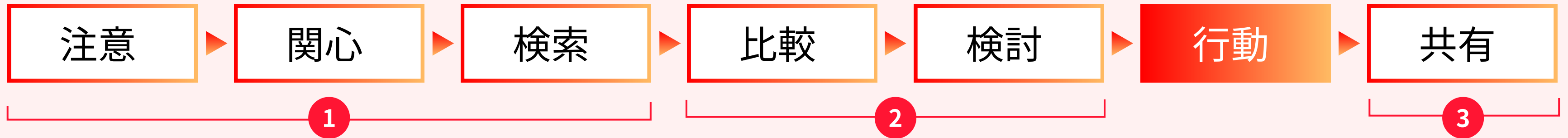
80%が女性
60%が30歳以下

SNS + EC + 検索



REDの3大特徴

▼ 行動プロセス ▼



1 生活検索エンジン

ユーザーは購買/旅行前に必ず検索行動に出ます。

- ・「#日本旅行」「#東京カフェ」など実用的な情報が集約

2 信頼性の高い評価

広告より「実際のユーザー体験」が重視されます。

- ・消費行動に直結する意思決定プラットフォーム

3 ビジュアル型口コミ

写真・動画による「リアルな体験」の共有がカギ。

- ・インフルエンサーから一般ユーザーまで参加

活用例

観光

ホテル・観光地の
口コミ拡散

飲食

人気店の行列情報

小売

コスメ・食品の評価形成

サービス

美容院・体験施設の紹介

REDの重要性



中国の「消費の意思決定」に直結するプラットフォーム

「中国版Instagram+口コミサイト」として商品・店舗・観光地の「リアルな評価」が共有されるため、消費行動に大きな影響を与えます。



インバウンド需要の獲得に最適

訪日中国人観光客の事前調査ツールとして活用されています。
日本の観光地、ホテル、飲食店、ショップなどの情報が積極的に投稿されます。



検索エンジンとしての機能

中国人がREDを「生活検索エンジン」としても使われており、WeChatやBaidu(百度)以上に「実際の消費体験」に基づく情報が集まります。特に消費意欲が高い、海外のトレンドや商品に対して関心も比較的に強い人をターゲットにできます。



規制の中で有効なSNS

中国では国外のインターネットサービスやSNSが規制されているため、日本企業が中国市場に直接アプローチすることは容易ではありません。REDは中国SNSの中、比較的に規制を回避しながらブランド認知・集客を強化できるプラットフォームです。



競合が少ないチャンス

多くの日本企業がまだREDの重要性を認識しておらず、先行参入することで競争優位性を築けます。

1 アプリダウンロード

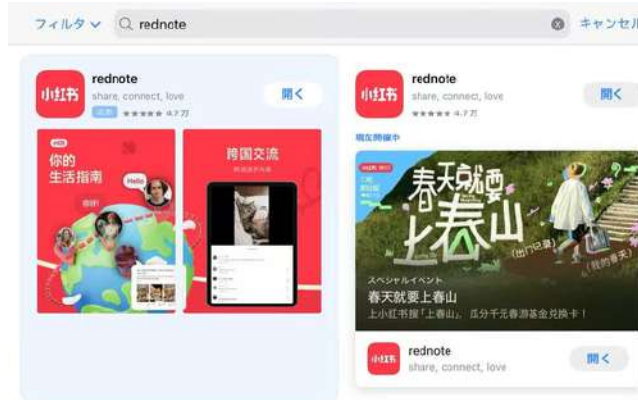
step
1

まずはApp Storeで
「rednote」を検索



step
2

「rednote（小紅書）」
アプリをダウンロード



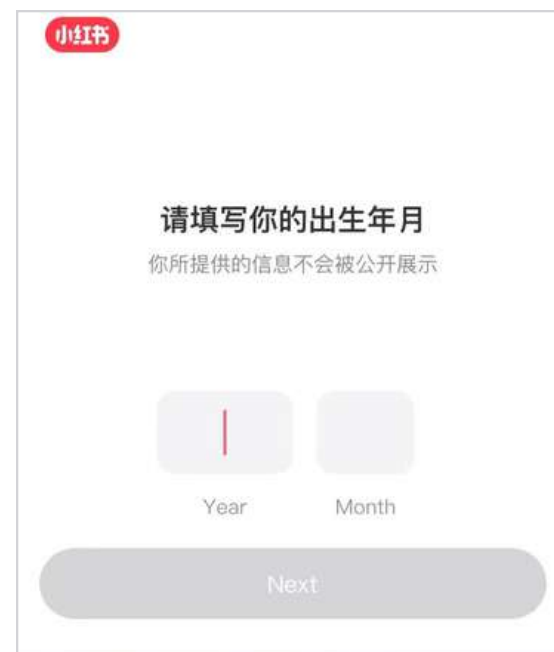
step
3

「rednote」アプリを起動



step
4

生年月を記入
※公開されません



step
5

興味のある分野を選択
※スキップしていただい
ても登録は可能です。



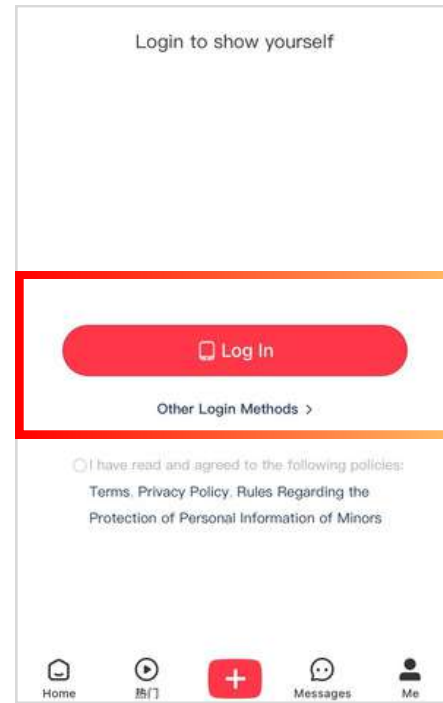
使用開始！



② アカウント開設

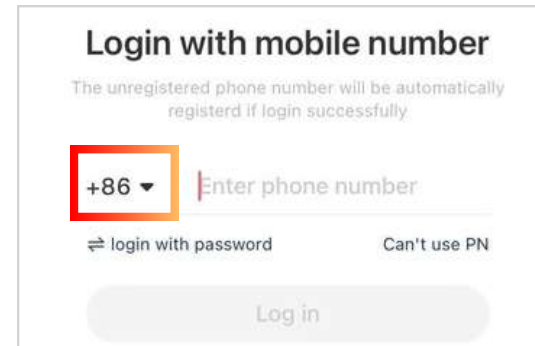
step
1

右下の「Me」を押すと、
アカウントがない場合は右
記のような画面が
表示されます。
「Log In」をクリックし、
アカウント作成に
進みます。



step
2

SMS認証コードが
受信できる携帯番号
を用意します。



step
3

国番号のデフォルトは
中国大陆の+86と
なっています。
「▼」をクリックし、
日本の電話国番号を
選択しましょう。



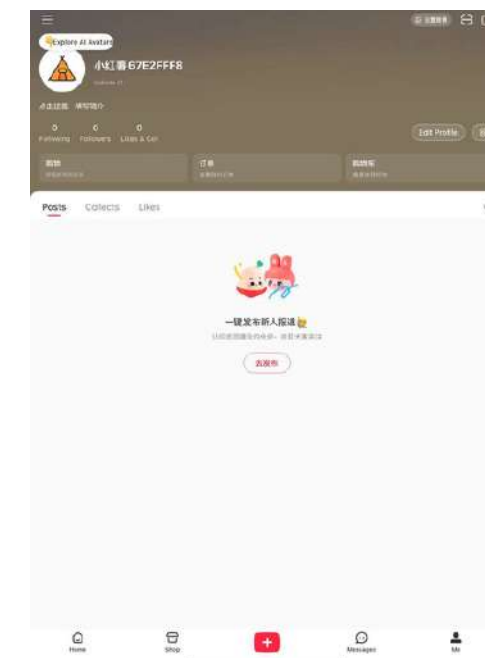
step
4

6桁の認証コードが
指定された電話番号
に届きます。
認証コードを
入力しましょう。



step
5

アカウント作成
完了です。



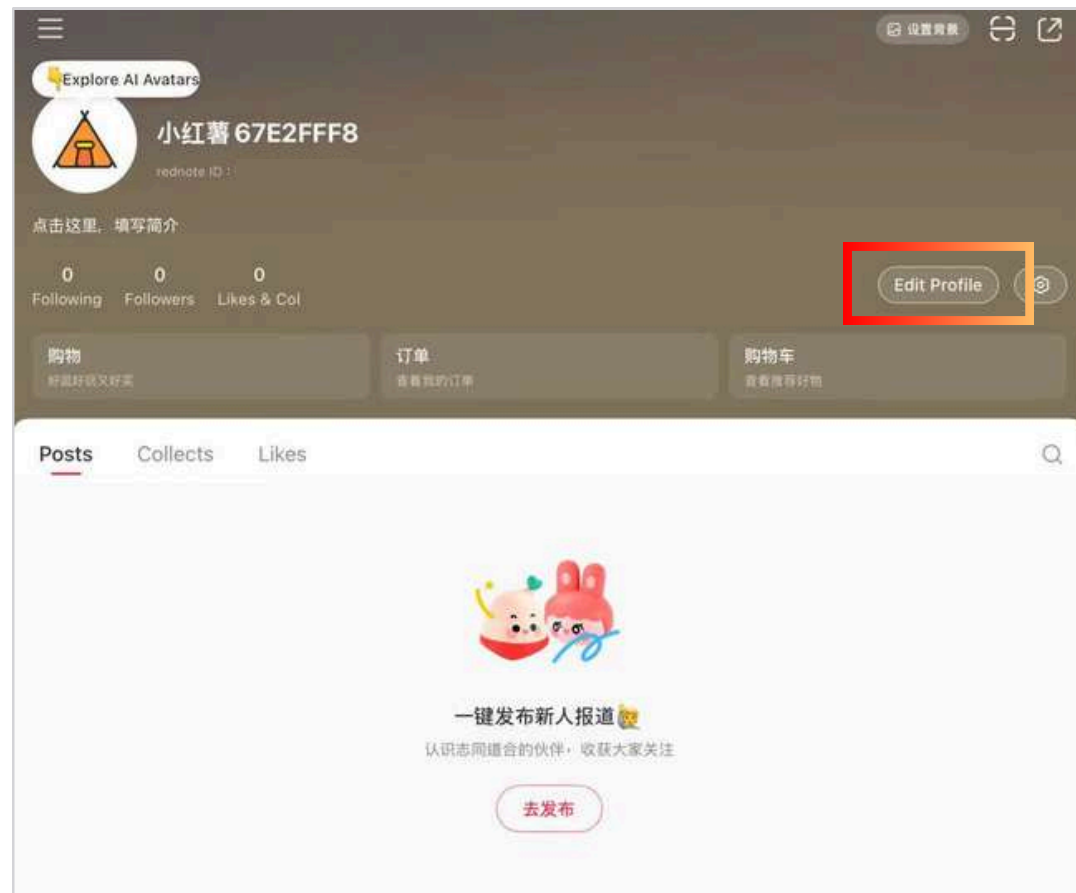
設定に進む



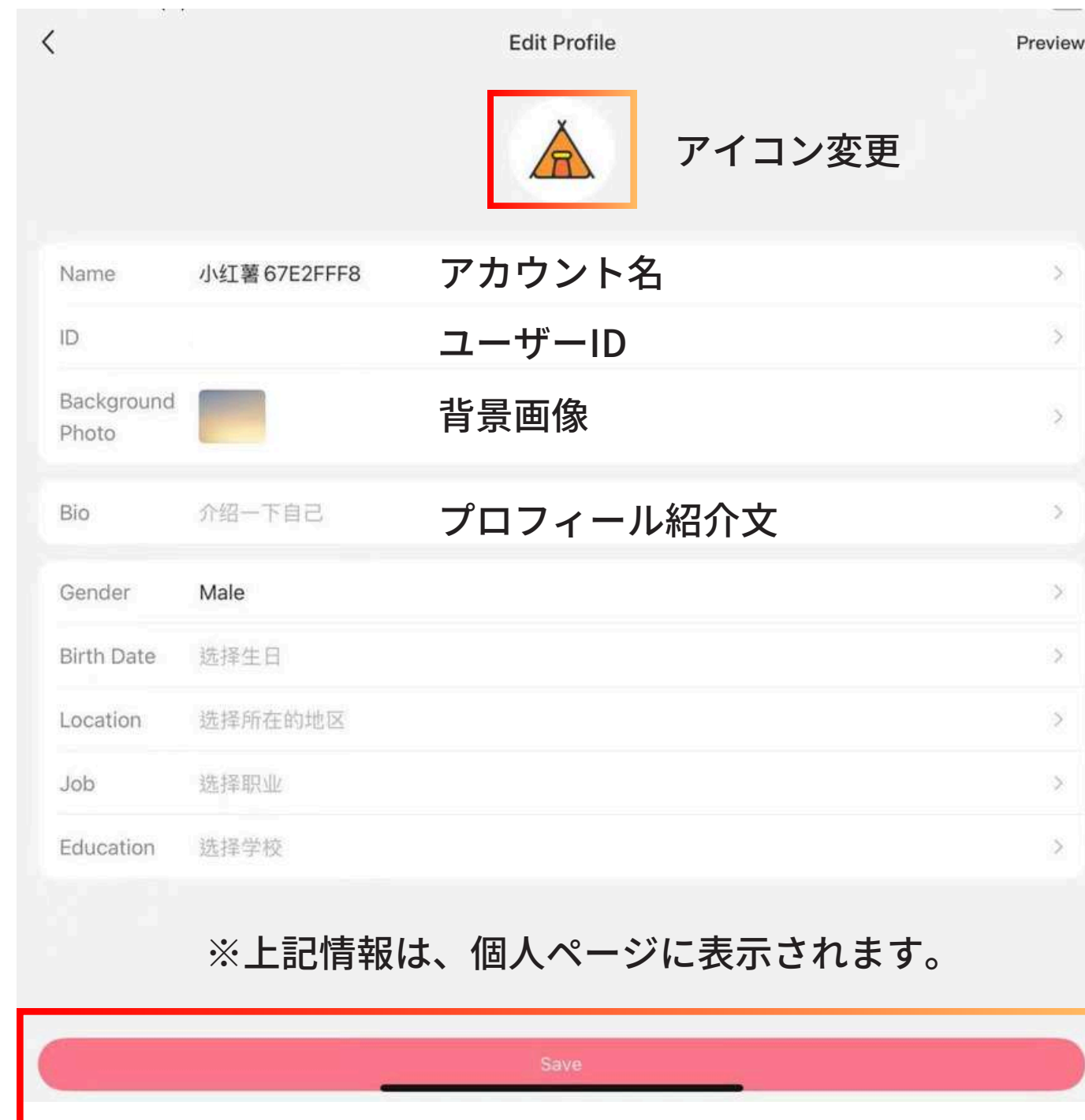
③ プロフィール設定

step
1

「Edit Profile」を押すと、
アカウントの名称・プロフィールなどを
編集することができます。



step
2



利用方法に
進む

◀保存

カテゴリーで検索

「Home」画面から閲覧可能。
「Explore」を選択する場合、
カテゴリーごとの投稿も見れます。

「例：カテゴリー「旅行」を選択した画面



キーワードで検索

上（端末によっては右上の場合もあり）
にある検索枠にキーワードを入力し、
投稿を調べることができます。

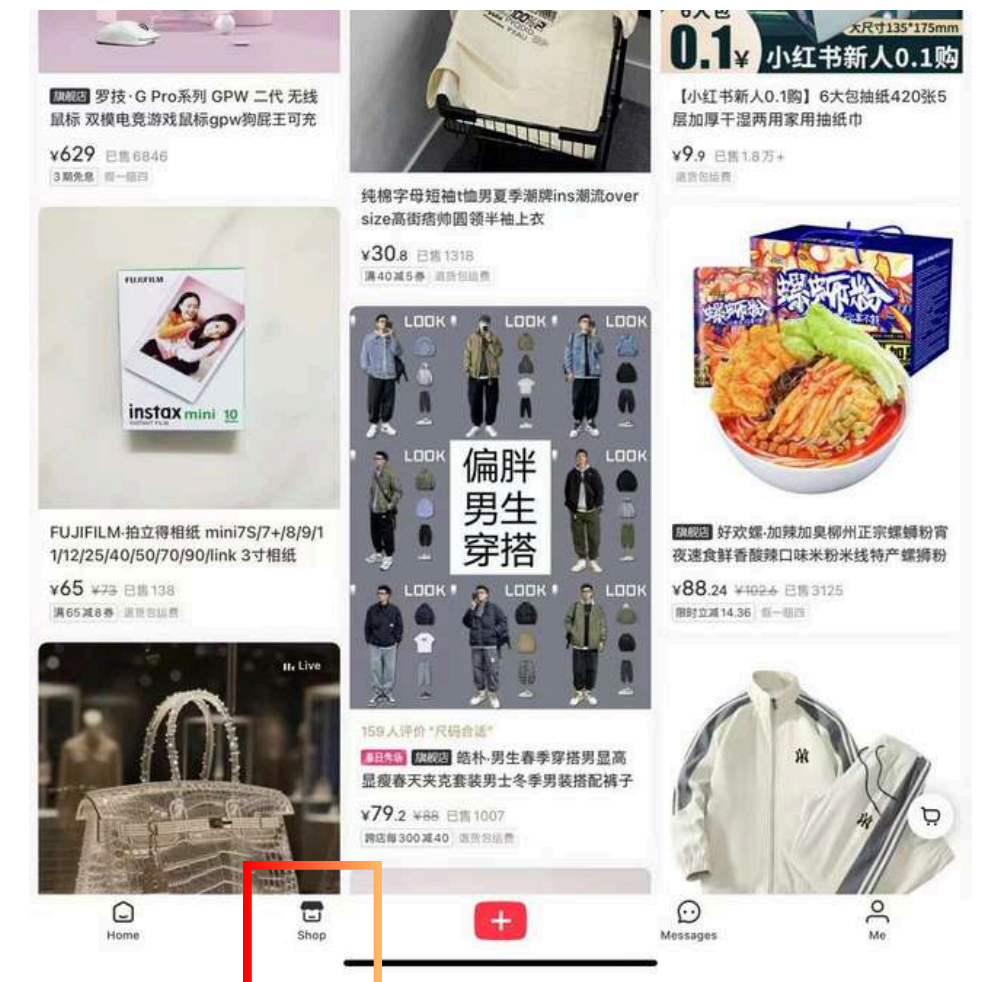
例：「日本旅行攻略」で検索する場合の画面



商品で検索

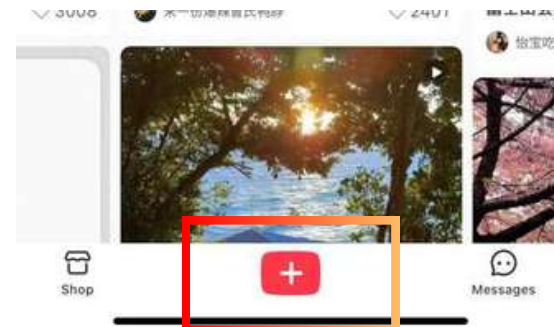
「Shop」を押すと、
商品を見ることができます。

※REDのEC機能
※現時点（2025年3月）は
中国の決済サービスのみ利用可能。
日本は配達対象外となっています。

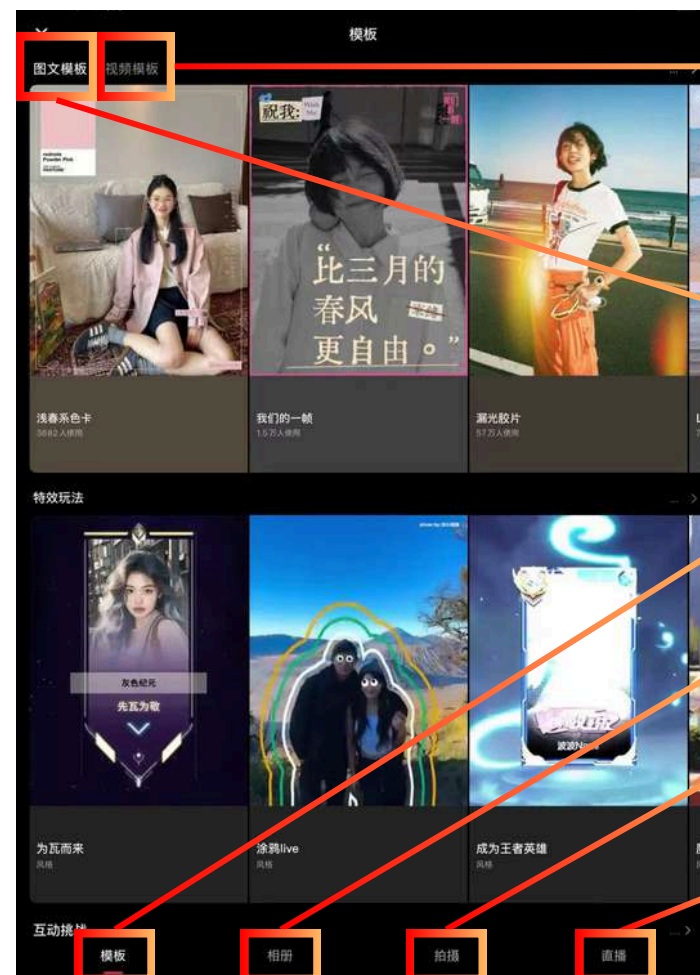


step
1

画面下の赤い「+」ボタン
を押すと、
投稿画面に入ります。

step
2

そのまま投稿する以外に、
テンプレートを使って編集、投稿することもできます。



動画テンプレート

画像・
テキストテンプレート

テンプレート

アルバム

撮影（カメラ起動）

ライブ配信

step
3

投稿内容を入力して完了です。



添加标题 投稿タイトル

添加正文 投稿内容

▼おすすめのハッシュタグが表示されます。

#我在小红书 #我真的会谢 #不保持更新 #小红书笔记 #有事就问小红书

Topic @User 🗳 Vote

📍 Tag Location ◀ 場所

紫金城 大蒜拉面天洋 大池 百笑家 炭火烧肉 炫屋 コンヌンタッカンマリッ

🔒 Public ◀ 閲覧制限の設定

Adv...tions ◀ 詳細設定（例：投稿時間を予約する）

▼ 下書き

▼ 投稿

Save Draft

Post

投稿完了！

まとめ

REDとは…

#消費前の最終チェックポイント

#中国市場への最適な窓口

#オーガニックな口コミが成長を加速

検索行動の違い

旅行や商品の情報収集は、
REDの口コミ・レビューが主流。
「RED検索で出てこない＝存在しない」
と思われることも…。



コミュニケーションの違い

- ・フォロワーとの交流が信頼につながる
(コメント対応が重要)
- ・投稿後のエンゲージメントが
投稿の評価に影響する



投稿コンテンツの違い

- ・リアルな体験や共感を生む投稿が重要
- ・情報系コンテンツが人気



広告・インフルエンサー施策の違い

REDの**KOC**（一般ユーザーの口コミ）も影響力が
大きく、広告色が強いと避けられやすい。
自然な投稿が好まれる。

運用ポイント

- ・ 広告は自然な形で
- ・ 中国のSNS制限を理解
- ・ 現地のトレンドを追う
- ・ 「リアルな体験」を伝える
- ・ 共感を誘うストーリー性
- ・ 日本人目線だけのコンテンツはNG
- ・ 「RED内で検索されるキーワード」を活用
- ・ 「ランキング・比較形式」が人気

インバウンド集客 に特化した施策で 収益の最大化 を一貫サポートします

旅マエ

情報収集 比較検討

認知・ブランディング

予約・手配

旅アト

リピーター誘導

新規顧客醸成

SNS拡散



多様なサービス対応で、
リソース不足を解消！



サービス対応一覧

SNS

(Instagram・RED)

- 月8投稿
- ハッシュタグ選定
- DM、コメント対応
- UGC許諾申請
- インフルエンサーアサイン

MEO

(グーグルマップ対策)

- 検索キーワード対策
- 基本情報の最適化
- クチコミ返信代行
- 外部サイテーション
- インバウンド最適化

多言語HP制作

- Webサイト制作
- 記事制作
- 多言語ページ対応
- LP制作
- SEO対策
- SNS・MEO動線強化

旅ナカ

現地手配

リピーター醸成

満足度向上

LevGo（レブゴ）は
インバウンドマーケティングを一貫でサポートするサービスです。
お気軽にお問い合わせください。

お問合せ



03-4226-8130

受付時間 10:00 - 19:00（平日）



会社名 株式会社コネクター・ジャパン

HP

コーポレートサイト

事業内容 ホテルマーケティング事業
アウトソーシング事業
プロダクト事業

<https://cnctor.jp/>

LevGo

<https://levgo.cnctor.jp/lp/>

代表者 中濱 康広

所在地

東京

〒105-0004

東京都港区新橋5丁目14-10新橋スクエアビル 9F