

媒体紹介

台湾で
ユーザ数NO.1の訪日メディア



ラーチーゴー
樂吃購!日本
TRAVEL GUIDE

中国語で
樂 (ラー) → 遊ぶ
吃 (チー) → 食べる
購 (ゴー) → 買う

月間利用者数：111万人

※2017年10月現在 Similar Web調べ

FBファン数：62万人



2015年 日本経済新聞社主催
日経優秀製品サービス賞 最優秀賞
日経電子版賞 受賞



ツアー&
アクティビティ
予約

各種クーポン

飛行機・ホテル
予約比較

編集記事&
タイアップ記事

アンテナショップ
イベント情報

ラーチャーゴー！日本がNo.1である理由

③台湾の「知りたい」ニーズに
迅速かつ正確に応える編集チーム(@東京・台北)



②日本が「伝えたい」想いを編集陣へ正確に伝え、
斬新な企画をつくり出すマーケティングチーム(@東京)



③旅行以外にも日常的に使える多彩なコンテンツ



④台北のど真ん中にアンテナショップ



⑤旅マエの予約から全て網羅する各種機能



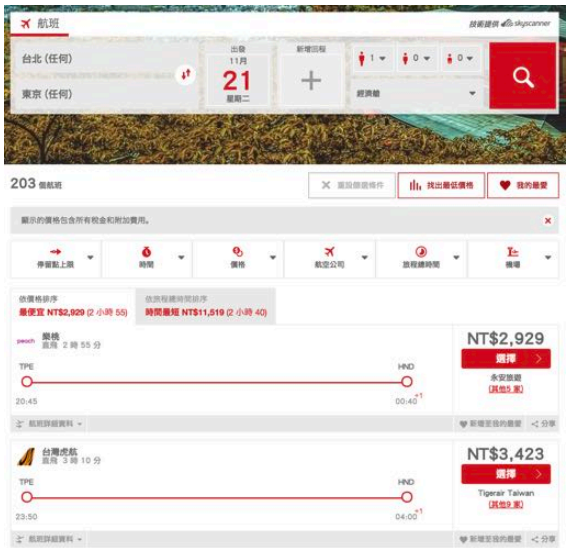
⑥創業者自らが、台湾メディアに多数出演



個人旅行(FIT)のニーズをすべて網羅する各種機能

機票比價

立即前往



◆アクティビティ・ツアー予約



樂吃購!日本 TRAVEL GUIDE

首頁 北海道 東北 東京 北陸 中部 關西 四國 九州 沖縄

行程體驗首頁 使用指南 常見問題 預約確認

首頁 / 福岡 / 太宰府・京橋 / 變身體驗 / 租借和服・浴衣

【福岡】<穿和服漫遊太宰府> ~骨董和服方案~

3,500 日圓~ / 櫻(羊毛・鏡仙・鮎)

4,000 日圓~ / 椿(鏡仙・中區鮎・個性派)

5,000 日圓~ / 牡丹(骨董和服・備具一格的)

◎ 福岡・太宰府・京橋 ◎ 3時間以内

確認可預約日期、預約

活動魅力

非常歡迎團體客 2

可於當天自取式樣多樣的和服中選擇欲穿著的款式 2

只要另外付費，也能幫您做髮型設計 2

可預約日期

< 上月 >

2017年10月

一	二	三	四	五	六	日
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22

2017年11月

一	二	三	四	五	六	日
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

◆鉄道・バス路線検索

交通路線查詢

樂吃購!日本 TRAVEL GUIDE

全國 北海道 東北 東京 北陸 關西 四國 九州 沖縄

交通路線查詢首頁 使用指南 使用規章

交通路線查詢

出發地 車站和巴士酒店觀光景點

↓

抵達地 車站和巴士酒店觀光景點

▶ 指定票查詢

07/19/2017 11 : 12

出發 抵達 首班車 末班車

出發地 涩谷

抵達地 麻布十番

時刻 2017/10/25 上午 11:35 出發

11:40發車-11:53抵達 / 13分

1 1 C卡 / 269日圓 / 280日圓

11:40發車-11:56抵達 / 16分

2 1 C卡 / 195日圓 / 200日圓

11:36發車-11:52抵達 / 16分

3 1 C卡 / 319日圓 / 330日圓

顯示目的地附近的地圖

11:40 (2號月台) 涩谷

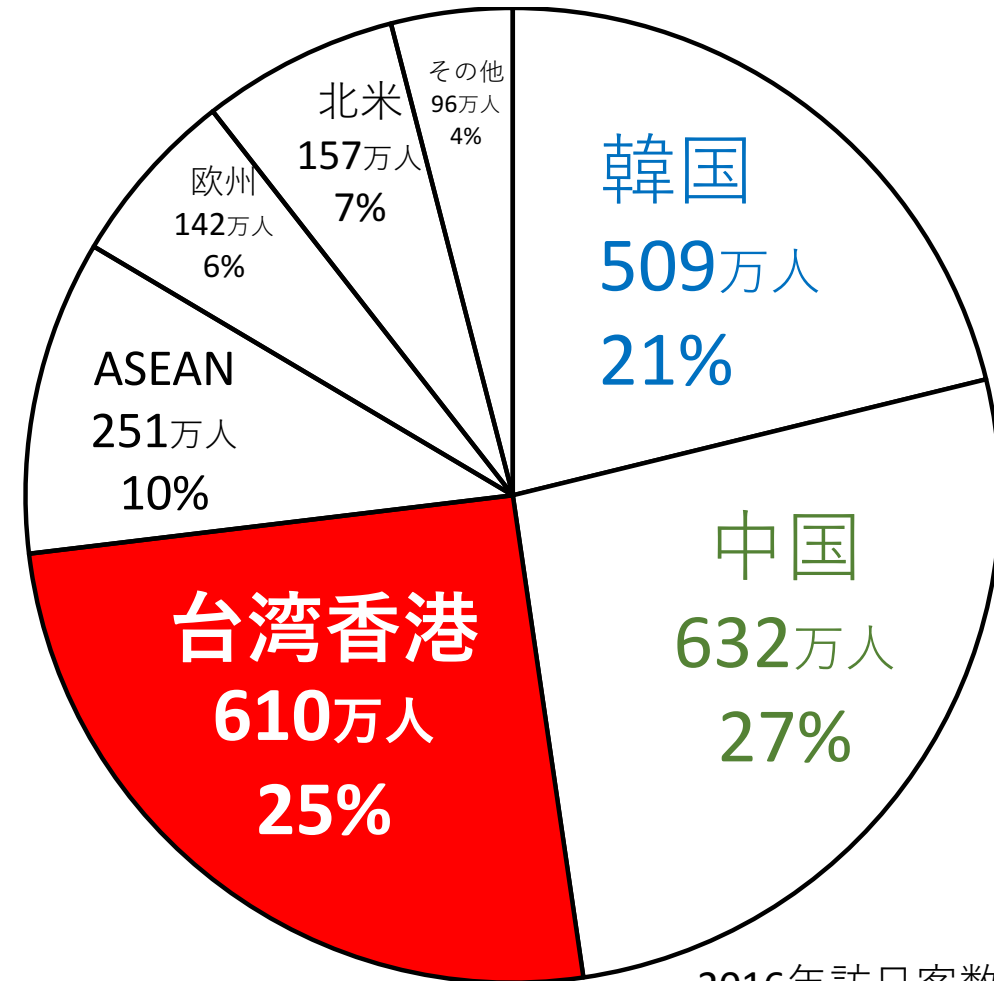
11:45 (2號月台) 青山一丁目

11:49 (1號月台) 青山一丁目

11:53 (1號月台) 麻布十番

台湾・香港は訪日の最上顧客

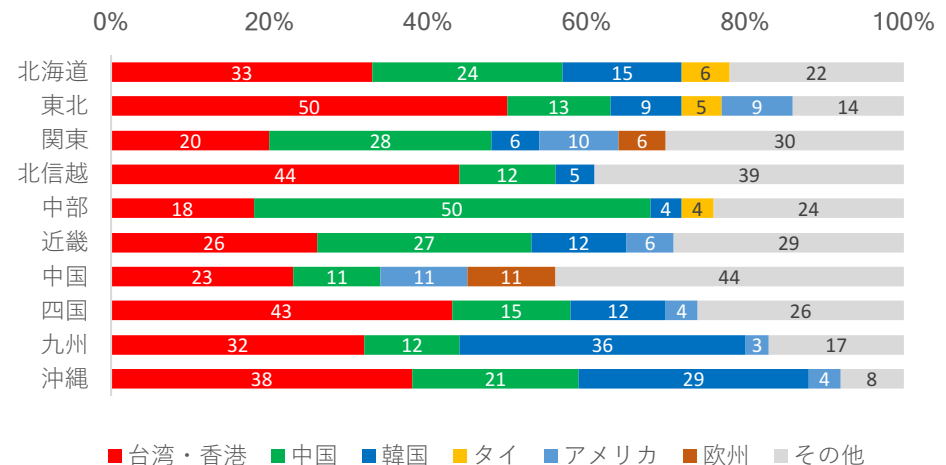
総人口に占める訪日客数の割合



2016年訪日客数
出典：日本政府観光局



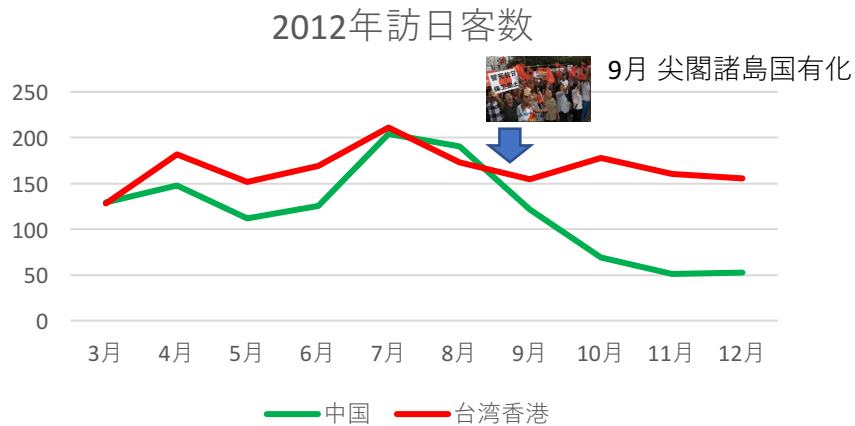
リピーター率が高く、都心だけでなく、地方へも多く訪問。



簡体字	繁体字	日本漢字
飞	飛	飛
万	萬	万
乐	樂	楽
图	圖	図
丰	豐	豊

①台湾・香港は、中国とは違う文字。

台湾・香港は伝統的な漢字をつかいます。
ラーチャーゴー！日本は、繁体字だけ。



②台湾・香港は、政治リスク「低」

尖閣諸島を巡っては、台湾と日本も係争中ですが、
訪日客に影響はありませんでした。

不受日圓匯率影響 台人暑假旅遊選愛日本

2016.6.29

自由時報 (台湾最大手紙)

円高の影響なし。台湾人が
夏休みに行きたい外国はやっぱり日本

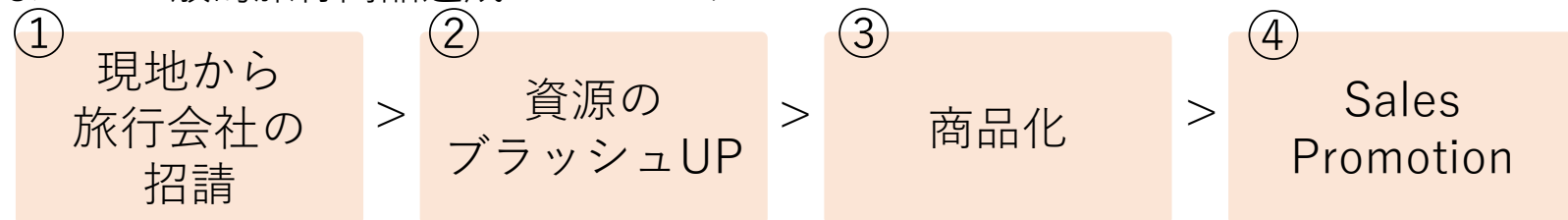


③台湾・香港は、為替リスク「低」

「台湾人の夏休み人気旅行先ベスト3は東京・大阪・
沖縄と日本が独占。全く為替の影響を受けていない。」

『ラーチーゴー！日本』について／予約システム

■これまでの一般的旅行商品造成&セールスプロモーション



問題点 : 無駄なコスト 時間がかかる 開発コスト

- ①ターゲットはFITにも関わらず、団体メインの旅行会社からの意見では、そもそもブラッシュアップが困難。その割にコストがかかりすぎます。
- ②資源やコンテンツの魅力発掘には在留台湾・香港人じゃないと発見できない場合が多い。
- ③予約サイトの構築など受け入れプラットフォームの構築に時間がかかる。
- ④全てが連動せずに消費者にきっちり伝わらず集客の取りこぼし。

全部できません！

■ご提案プロモーション

最大の繁体字日本旅行サイト、「ラーチーゴー！日本」を運営する
ジーリーメディアグループが、PRコストだけで一気通貫サービスを提供

国内在住の
ネイティブ編
集部が魅力を
発掘/企画

>

トレンドや
ニーズに合わ
せた取材

>

商品化・
予約プラット
フォームの
開発

>

影響力
最大の
メディアで
PR

アンテナショップ

「ラーチーゴー！日本」と連動する、アンテナショップ@台北

ミチカフェ
MiChi cafe

Online

Offline

- ・ウェブでの圧倒的集客力を活用したリアル店舗
- ・飽きさせない！毎週テーマが変わる店
- ・ユーザに直接PR&データ収集

最新注目情報！



ラーチーゴー！
月間ユーザ**95万人**

Facebook
ファン数約**60万人**



神奈川WEEK



千葉WEEK



奈良WEEK



岩手WEEK



<住所>

台北市大安區敦化南路一段161巷46號



台北の「東区」と呼ばれるオシャレエリアに位置

MiCHi caféについて／利用イメージ

①セミナー/ワークショップ開催

■収容人数：30名（1回）

*1日に2回開催可能

■実施例：

- ・県内の観光地PRセミナー
- ・県産品を使ったワークショップ
- ・現地ブロガー招聘
- ・fbページへのいいね訴求等
- ・アンケート調査

■効果：

- ・リアル接触 約60名
- ・オンライン接触 約100,000名



②地元品のタッチ&トライ、物販

■体験者数：約70名（1日）

■実施例：

- ・インバウンドの呼び水として
県産品の試食、体験
- ・アウトバウンドためのマーケットリサーチ
（アンケート）
- ・物販
- ・パンフレットの配布

■効果：

- ・インバウンドのきっかけ
- ・マーケットリサーチ



現地のユーザと日本のクライアント、両方のニーズに応える。



「旅マエ」「旅ナカ」を網羅。

台湾・香港で圧倒的支持を集める4つの理由

①訪日の情報源No.1はWeb

多言語パンフレットを作っても、面白くなければゴミ箱に捨てられるだけ。台湾・香港のスマホ利用率は日本の約2倍であり、紙よりウェブが圧倒的主流です。

②東京と台北に編集部

日本と台湾の両拠点で、総勢約20名の編集部が連動してコンテンツを制作しているので、どこよりも速く読者ニーズを捉え、どこよりも速く日本のホットな情報を提供できます。

③超人気！「クーポン」満載

台湾・香港の訪日客はクーポンが大好き！ユーザ人気の高いレストランやお買い物クーポンを大量掲載しています。クーポン利用率は非常に高く(実績紹介参照)、日本企業にも人気です。

④総合情報サイト

ブログやFacebookなどのSNSの情報は、古くなればどんどん流れて行って二度と上にはあがってきません。ラーチャーゴー！は情報がスッキリと整理されたストック型の総合情報サイトです。



効率が良く、検証ができるマーケティング。

日本の企業・自治体に広く活用される4つの理由

①作ったら、見られる。

ホームページを多言語化しても、なかなか閲覧してもらえません。毎月約100万人にみられているラーチャーゴー！なら、訪日前・訪日中のユーザに数多くみてもらえます。

②何が刺さる？編集部が魅力掘り起こし

編集部は全員、日本語堪能な台湾人&香港人。日本人の目線を排除したコンテンツ制作で、商品や施設を魅力化します。一方で日本人スタッフが、クライアントニーズを丁寧にケアします。

③分析ツールを用いた効果検証と最適化

「掲載して終わり」にするのではなく、Googleアナリティクスなどを使い、検証して改善を重ねます。四半期ごとに効果検証レポートを提出し、効果の最適化を図ります。

④リアル店舗との融合

ラーチャーゴー！は、単なるウェブメディアの枠を越え、台北にアンテナショップを構えています。オンラインとオフラインを掛け合わせたプロモーションが得意です。

実績紹介

台湾人・香港人だけで構成された編集部が、現地を取材。
日本の商品・サービスの魅力を引き出します。

業種	エリア	いいね！	年間PV	クーポン DL回数	掲載クライアントからの反響
小売店	北海道	8,800	61,000	4,000	台湾・香港からの来客が増えた。「ラーチーゴー！は皆知っている」との声多数
複合商業施設	北海道	10,000	83,000	3,200	店舗ごとの計測はしていないが、店舗から反響ありとの声
アウトレット	沖縄	7,800	55,000	5,400	店舗ごとの計測はしていないが、店舗から反響ありとの声
ドラッグストア	東京	5,800	28,000	6,000	浅草店のみの掲載だが、毎月150万円以上コンスタントにクーポン利用あり。
スーパー	関西	35,000	74,000	設定なし	インバウンド売上がゼロ→売上全体の15%へ急増
ドラッグストア	北海道	12,000	55000	15500	月間平均クーポン売上200万円
文具店	東京	23,000	127,000	6,000	月間平均クーポン売上150万～250万円
お菓子目メーカー	関西	20,000	208,300	設定なし	空港免税店での売上2.5倍
ドラッグストア	全国版	4,900	152000	設定なし	半年分のクーポン利用額目標を2ヶ月で達成
鉄道	東北	14,000	150,000	設定なし	企画切符の販売目標値達成
飲食	関西	5,400	344,000	48,500	ほぼ毎日、クーポンを持って台湾・香港の方が来客されるようになった
旅館	北陸	1,600	11,600	3640	大反響あり、特に香港人富裕層の利用増



観光・旅行媒体に精通したライター陣で構成された編集部。
日本人の目線ではなく旅行者の視点で、記事を製作します。

実績紹介

日本で利用できる、中国語・日本語併記のクーポンが大人気。

業種	具体的な反響
菓子卸売業者	【掲載前】 ・以前はクーポン回収が1日多くて5枚ほど。 【掲載後】 ・2015年11月よりクーポンの内容を変えて配信すると1日最大20枚の回収。 ・配信後、架空での売り上げが伸びて1ヶ月あたり4,000万円ほどの売上。 ・架空内での土産ランキングでも5位になり、伊勢丹や関空第2ターミナルでの棚取りに成功。 ・ラチャーボーを見た来店客がブログでも拡散してくれる。
しゃぶしゃぶ	【掲載前】 ・料金が高めなので、今まではおつまみとお酒のみで帰る外国人が多かった。 【掲載後】 ・コース料理や懐石も頼まれるようになった。 ・夏場は日本人客が取れないので、オフシーズンの集客にも成功した。
メーカー (ヘアケア)	【掲載前】 ・インバウンド向けに何か始めたい 【掲載後】 ・新たな流通先(卸先)が確保できた。インバウンド向けに力を入れている卸先(ドラッグストア、パルエティションズ)がラチャーボーを知っていて、新たな流通販路を確保でき、営業ツールとしても使えた。
アパレル 婦人服	【掲載前】 ・特に外国人の来客はなかった。 【掲載後】 ・掲載して3日で2件のクーポン持参あり。5点もまとめ買いしてくれた人もいて、ありがたい。
お好み焼き	【掲載前】 ・外国人の来客は、1週間に数組程度だった。 【掲載後】 ・毎日2,3組の台湾・香港人が来客するようになった。ラチャーボーの効果を実感。 ・外国人の方はピーク時を過ぎた夜21時以降の来店が多いので、助かっている。
和食 宴会料理	【掲載前】 ・特に外国人の来客なし。 【掲載後】 ・配信後、中華圏からの来店客数が4.5倍になり、反響の大きさにビックリしている。

文具用品 雑貨	【掲載前】 ・東京大阪の両店舗ともに外国人旅行者の少ないエリアだった。 【掲載後】 ・当店を目的に来られる方が増えて、近隣にも外国人が増え、街がにぎやかになった。 ・客単価が10-15万円という購買力の高い層のお客様が増えた。多いときは、1日に10組ほどにもなる。
菓子卸売業者 スーパー	【掲載前】 ・場所が悪いので外国人客は、ほぼゼロ。免税店になるのでインバウンド集客をしたい！ 【掲載後】 ・台湾人が一気に20組ほど来店するようになった。 ・ラチャーボー史上最高のいいね！数だった(25,000ほど) ・一そこからブログやSNSで広がっていて、客数は驚くほど伸びている。 ・団体旅行の台湾人観光客もガイドさんにリクエストして、大型バスで来店されたことも数度ある。 ・不便な場所なのにタクシーを数人でシェアして、来店される。
和小物・雑貨 京都らしいもの	【掲載前】 ・インバウンド向けに出した店なので、外国人の来店は多い。 【掲載後】 ・掲載1ヶ月間で毎日5組ほどラチャーボーを見て来店される。 ・クーポン回収だけでなく、一人一人に何を見て来店されたのかが聞いている。ラチャーボーは人気のサイトですよ！と言う声も多く聞かれる。
調理器具	【掲載前】 ・外国人の来店はあったが、購入までにはつながらなかった。 【掲載後】 ・紹介した調理鍋やコーヒーマットの売れ行きが好調で、仕入れが追いついてない状況。 ・ただ載せるだけでなく、来店者にいいね！の褒賞をおこなっているため、いいね！の数も伸び続けている。
ホテル	【掲載前】 ・外国人は、宿泊サイトを通じて予約がある。 【掲載後】 ・掲載された3日後から宿泊の予約があった。大手宿泊予約サイトだとマージンをとられるが、自社予約サイトに直接呼び込めるため、費用対効果は思ったよりも良い。
自治体	【観光ガイド出版、出版イベント後】 ・奈良に台湾人が来るようになった。奈良ツアーも造成できたので良かった。(奈良市)
自治体	【掲載後、店舗ジャックイベント後】 ・MICHIE cafeでのイベントは1週間で7,000人を動員し、来場者のブログ等でもとりあげられ、非常に費用対効果の高いプロモーションになった。主要部以外の場所もPRできたのが良かった。(熊本県) ・地産品の3月開催したイベントのため、残念ながらその後の地震により誘客の成功につなげない。

関連情報



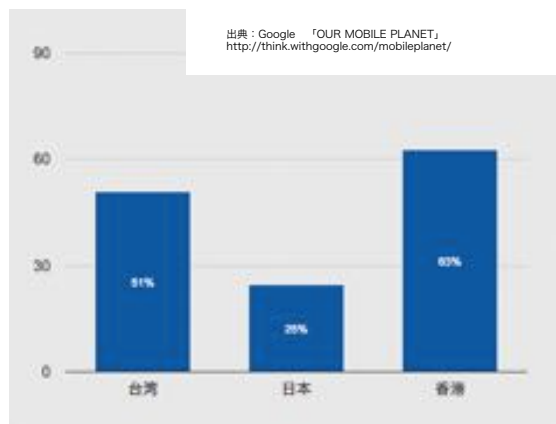
台湾・香港からの訪日客は、クーポンのニーズが高く、クーポンの反響が非常に大きい。

台湾・香港メディア事情

地上波テレビの平均視聴率

報道	播出時間	2013 平均視聴率 %	占有率 %	每人毎年平均 收視時数 (Viewer)
台視	02:00-25:59	0.33	2.83	27.82
中視	02:00-25:59	0.39	3.34	33.35
華視	02:00-25:59	0.24	2.06	20.64
民視無線	02:00-25:59	1.03	8.81	88.16
公共電視	02:00-25:59	0.13	1.12	12.29
台視財經	02:00-25:59	0.02	0.15	8.09

台湾ではテレビチャンネルが100以上あり、平均視聴率は、常に0パーセント台。日本とは大違いです。



スマートフォン所有率

いっぽう台湾・香港のスマホ普及率は日本の2倍以上。

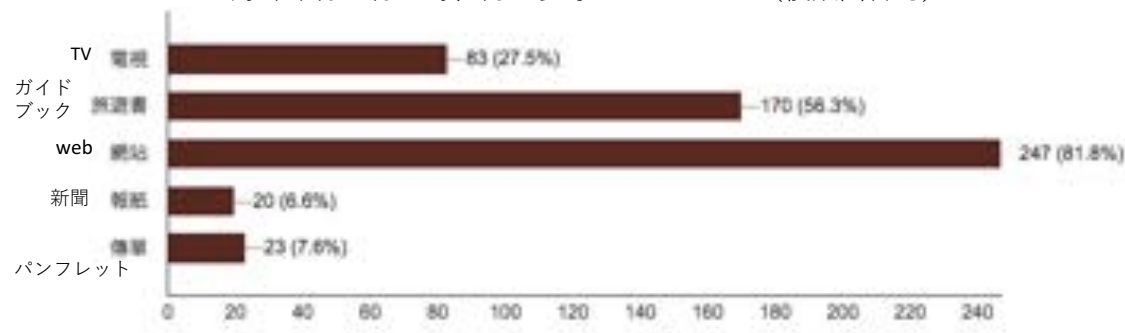
訪日の情報源No.1はWeb

2016年8月28日～29日@ミチカフェ サンプル数:302

請問你到國外旅遊時參考什麼？（可複選）

(302 件の回答)

海外旅行に行く時、何を参考にしますか？（複数回答可）



日本人目線で作った「パンフレット」は特に効果薄。
台湾・香港の旅行博で大量配布しても、残念ながら
ゴミ箱へ直行しています。



パンフレット



ITF・ITE等の旅行博



台湾・香港向けPRの主戦場は「web」です。

私たちの、他にない強み

NO 翻訳。ネイティブがゼロから作る、オリジナルコンテンツが、刺さる。

ラーチーゴー！日本 京都版 累計アクセスランキング

一般のインバウンドメディア

 記事

 多言語
展開

「訪日外国人」と一言でいっても、
例えば欧米系と中華系、中華系でも中国人と台湾人で**知りたい情報は違います**。

週間	累計
 1 京都人御用～想帶著大行李箱來買個過癮的『高木批發超市三条店』	1 位 業務用スーパー →お土産にお菓子を 大量 に買いたい。
 2 京都美山也有合掌村？！仙境般療癒美景「かやぶきの里・北村」	2 位 南丹市 かやぶきの里 →京都市内は飽きた。 田舎に行きたい 。
 3 全国各地嚴選9強拉麵大集合～京都拉麵小路	3 位 美味しいラーメン 9 選 →香港も台湾も日本の ラーメンブーム 。
 4 機車族有福了！到RICOLAND CuBe京都店買安全帽還能退稅！	4 位 バイク用品店 →台湾は バイク天国 。

例えば、台湾・香港からの訪日客が求めている「**京都**」の情報は、日本人のイメージとは**かなり異なります**。

私たちの、他にない強み

結果が具体的で客観的、経験値が蓄積される。

「よくあるプロモーション」



旅行博



パンフレット



パワーブロガー
インフルエンサー

- ・効果測定がしづらい、側面的。
(果たして成功なのか失敗なのか?)
- ・効果検証が十分ではないため、レポートしにくい&次回以降のKPIが立てにくい。毎回「やって終わり」



多角的に効果測定

Google Analyticsでユーザの流れや人気記事、検索ワードなどをさまざまな側面から解析し、四半期ごとにレポートします。



台北市内に所有するアンテナショップ「MiChi cafe」で消費者から直接市場ニーズを汲み取れます。



プロモーションを単なる費用（コスト）として流失させず、経験値を資産（アセット）として残します。

URL:
 登録: <http://tokyo.kitagawa.com/archives/1111>
 9-81: <http://tokyo.kitagawa.com/coupon/1111>
 9-81-001: http://tokyo.kitagawa.com/print_coupon/1111

レポート例

- レポート：下記数値を週ごとに抽出
- 数値：＜PV数＞、＜UU数＞、＜クーポンページPV/UU＞、＜滞在時間＞、＜外部リンク送客数＞
- 用途：
 - ＞ ニーズの分析/精査
 - ＞ プロモーションの軌道修正
 - ＞ 来期以降のプロモーション計画

企業概要



吉日媒體集團
geelee media group

「吉日」は中国語で
「ジーリー」と発音します。

日本

社名	株式会社ジーリーメディアグループ geelee media group Inc.
従業員数	23名 (日本人7名 台湾人15名 香港人1名)
東京本社	〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷 5-20-11 第一シルバービル5F
電話 (代表)	03-5925-8611 (営業時間：9:30～18:30)
資本金	10,000,000円

台湾

公司名稱	吉日媒體行銷有限公司 geelee media marketing Inc.
従業員数	台湾人18名
登記地址	台北市中山區松江路 328號4樓402室
TEL	02-2567-1051
資本金	NTD1,500,000
統一編號	54670266
アンテナショップ 公司名稱	MiChi cafe (吉日媒體行銷有限公司敦化 分公司)
MiChi cafe 住所	台北市大安敦化南路一段 161巷46之1號
MiChi cafe TEL	02-8773-2239 (営業時間13:00～21:00)

日本の「伝えたい」を、
台湾の「知りたい」へ。



代表取締役社長 吉田 皓一

奈良県出身。慶應義塾大学経済学部卒業後、朝日放送入社。総合ビジネス局にて3年に渡ってテレビCMの企画・マーケティングに従事したのち退職。2013年、ジーリーメディアグループ創業。台湾のテレビ番組やCM出演、雑誌コラム連載を通じ、日本の情報発信を行う。中国語HSK(新漢語水平考試)最高級所持。