



- 1** **なぜ台湾・香港か？**P.2~P.5
英語でも簡体中国語でもなく、繁体中国語にターゲットングすべき7つの理由

①訪日客数No.1 ②コンバージョン効率No.1 ③リピーター率No.1 ④個人旅行比率No.1
⑤モノ消費もコト消費も ⑥都会も田舎も ⑦リスクに強く安定的に訪日
- 2** **ラーチャーゴー！日本 メディアデータ**P.6~8
繁体中国語のみで、月間PV420万人/月間UU70万人
- 3** **台湾・香港で圧倒的支持を集める4つの理由**P.9~P.13
①ウェブはプロモーションの主戦場 ②ネイティブがゼロから作る豊富なオリジナルコンテンツ ③ニーズが非常に大きい「日本のクーポン」を大量掲載 ④ワンストップ型総合情報サイト
- 4** **日本の企業・自治体に広く活用される4つの理由**P.14~P.21
①台湾・香港での圧倒的支持 ②日本の「伝えたい」を、台湾・香港の「知りたい」へ
③多様な分析ツールを用いた効果測定と検証 ④ワンストップでメディアミックスが可能（アンテナショップ・SNS・TV・出版）
- 5** **実績紹介**P.22~P.23
- 6** **会社紹介**P.24
- 7** **メディア露出実績**P.25

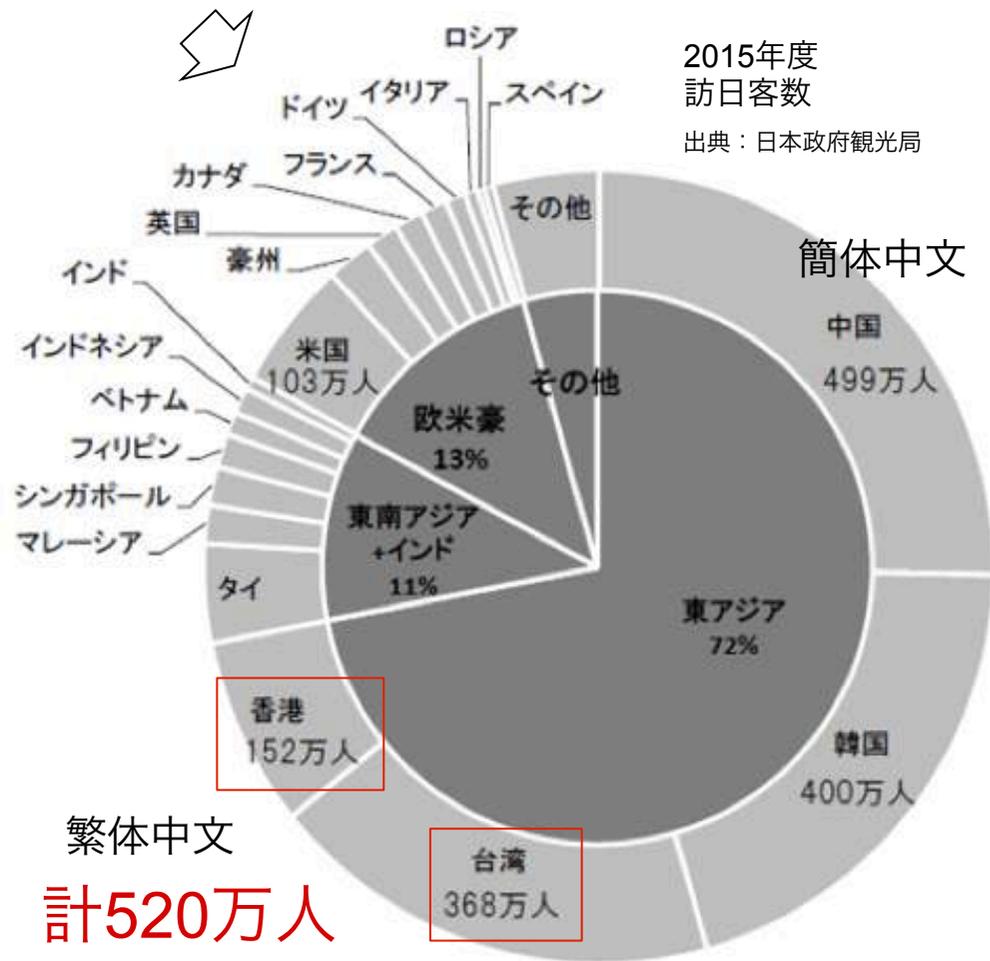
なぜ台湾・香港か？

1

欧米（英語）でも中国（簡体中国語）でもなく、台湾・香港（繁体中国語）にターゲティングすべき7つの理由

①言語別・訪日客数No.1

欧米系はわずか1割
「インバウンド＝英語」とは限らない。



②コンバージョン (実際の訪日・消費) 効率No.1

【図】 訪日客数上位4地域の客数 / 総人口

単位：万人

	中国	韓国	台湾	香港
訪日客数	499	400	368	152
総人口	135,700	5,022	2,351	718
客数/人口	0.3%	7.9%	15.6%	21.1%

「中国で100万人が見る」と「台湾・香港で100万人が見る」では、コンバージョン率が違う。

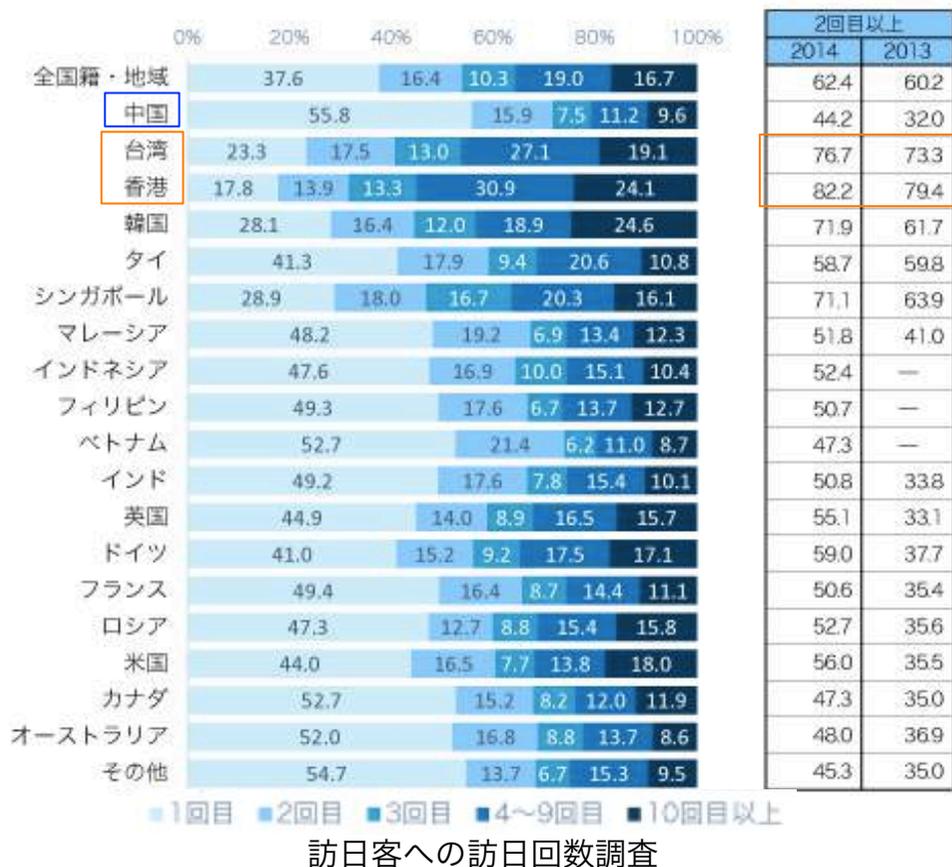
簡体字と繁体字の表記の例

簡体字	繁体字	日本漢字
发	發	発
丰	豐	豊
广	廣	広
团	團	団
纤	纖	繊

台湾は北京語、香港は広東語という違いはありますが、文字ではほぼ同じです（例えば香港の書籍は、そのまま台湾で販売されています）



③リピーター率 No.1



⑤モノ消費もコト消費も。



東京や大阪で爆買いする中国人に対し…



台湾のハーレー好き大集合！
四国を爆走

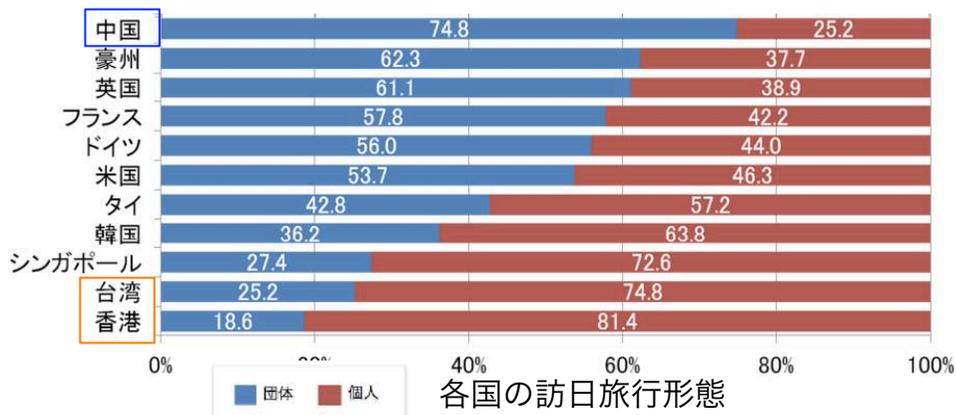


日本の都会は飽きた!?
大分で「農泊」

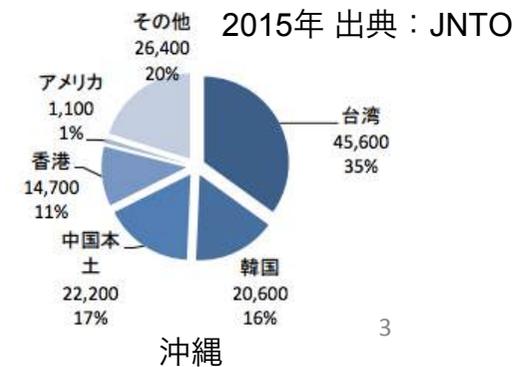
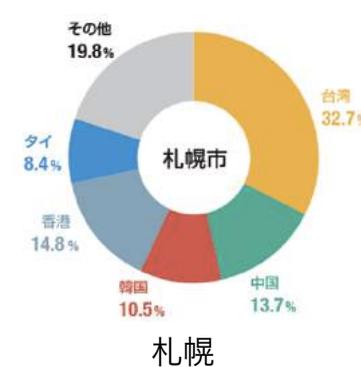


陽岱鋼加油！
札幌で野球観戦

④個人旅行比率 No.1



⑥ニーズは主要都市から地方へ波及。



⑦政治・経済・天災のリスクに際しても、安定的に訪日

政治リスク



2012年訪日客数

反日デモ

出典：JNTO

	8月	伸率	9月	伸率	10月	伸率	11月	伸率	12月	伸率
中国	190,254	85.4	121,673	8.2	69,713	-34.3	51,993	-43.6	52,336	-34.3
台湾	128,673	29.8	118,115	39.4	135,164	24.7	123,299	43.0	111,015	42.5

2012年9月、尖閣国有化に伴う反日デモの影響で、それまで堅調に推移していた中国からの訪日客は激減した。

経済リスク

自由時報

Liberty Times Net

2016.6.29

自由時報 (台湾最大手紙)

不受日圓匯率影響 台人暑假旅遊還是愛日本



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



不受日圓匯率影響，台灣人暑假最愛的旅行城市，前三名東京、大阪、沖繩都在日本。(彭博)

2016-06-29 13:06

【即時新聞／綜合報導】雖然日圓匯率飆漲回不來，但台灣人喜歡去日本旅遊似乎不受影響，暑假即將到來，有旅遊搜尋引擎網站就統計，台灣人暑假最想去的前三名城市都是在日本。

根據《中 日本》旅遊城市，發現無論是單獨旅行或是家庭、團體旅行，台灣民眾暑假最想去的城市前三名都是東京、大阪與沖繩，完全不受日圓匯率飆漲影響。

天災リスク



2012年、震災復興とともに、いち早く東北を訪れた台湾人観光客。

順位	国籍 (出身地)	合計		前年同月比
		(人泊)	シェア	
第1位	中国	1,254,730	24.4%	-9.6%
第2位	台湾	910,080	17.7%	-1.3%
第3位	韓国	442,390	8.6%	-14.2%
第4位	アメリカ	404,720	7.9%	+15.5%
第5位	香港	383,630	7.4%	+2.2%
第6位	タイ	234,300	4.5%	-8.2%
第7位	シンガポール	124,530	2.4%	+19.9%
第8位	オーストラリア	117,370	2.3%	+12.8%
第9位	英国	97,790	1.9%	+19.5%
第10位	フランス	93,710	1.8%	+2.7%

2016年5月熊本地震の影響で中国・韓国からの訪日客が激減する中、台湾は微減、香港に至っては微増。

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

まとめ



①2015年 訪日客数	計499万人	計520万人
②訪日客数 / 総人口	0.3%	台湾 15.6% 香港 21.1%
③リピーター 比率	44.2%	台湾 76.7% 香港 82.2%
④個人旅行 比率	25.2%	台湾 74.8% 香港 81.4%
⑤消費傾向	爆買い	モノ消費もコト消費も
⑥地域傾向	主要都市へ 集中傾向	地方へ 分散傾向
⑦リスク 耐性	弾力的	安定的

訪日旅行の”最”上顧客であるはずの
「台湾」「香港」
にもかかわらず、ほとんどの日本人は
台湾・香港と中国を同一視しています。



は、そんな「最上顧客」である
台湾・香港の訪日客のために
デザインされたウェブメディアです。

2 樂吃購 (ラーチーゴー) ! 日本 メディアデータ

「樂・吃・購」はそれぞれ中国語で、

樂(ラー=遊ぶ)
吃(チー=食べる)
購(ゴー=買う)



Monthly Data(2016 Jun.)

■ページビュー **4,200,000**

■ユニークユーザ **700,000**

(Taiwan: 80% Hong Kong: 10% Other: 10%)

■カバーエリア 北海道、東北、東京、
北陸、関西、九州、沖縄 (2016年9月時点)

中華圏において
漢字3文字は
ネーミングの王道

マクドナルド → 麥當勞 (マイダンラオ)
ケンタッキー → 肯德基 (ケンダージー)
カルフル → 家樂福 (ジアラーフー)

「Let's GO!」 → 樂吃購 (ラーチーゴー!)

日本の遊び方、食べ方、買い方を
提案する総合ウェブサービス、それが
「ラーチーゴー! 日本」です。

日本經濟新聞



日本經濟新聞社主催 2015年日經優秀製品・サービス賞
樂吃購（ラーチーゴー）！日本
最優秀賞 日本經濟新聞電子版賞 受賞

日本經濟新聞賞

最優秀賞（5点）



「北陸新幹線」=東日本旅客鉄道/西日本旅客鉄道



小型ビジネスジェット機「ホンダジェット」=ホンダ



建設現場支援サービス「スマートコンストラクション」=コマツ



燃料電池車「MIRAI（ミライ）」=トヨタ自動車

日經産業新聞賞

最優秀賞（5点）



認知型コンピューター「ワトソン」=日本IBM



薬剤溶出型冠動脈ステント「アルチマスター」=テルモ



鉄道車両「AT-200」=日立製作所



大規模蓄電システム「レドックスフロー電池」=住友電気工業



虫よけ塗料「アレスムシヨケクリーン」=関西ペイント

日經MJ賞

最優秀賞（5点）



「成田国際空港第3旅客ターミナルビル」=成田国際空港会社



小麦粉「日清クッキングフラワー」=日清フーズ



シャープペンシル「デルガード」=ゼブラ



「バルミュダザ・トースター」=バルミュダ



家電シリーズ「Jコンセプト」=パナソニック



日本經濟新聞電子版賞

最優秀賞（1点）



台湾・香港向け訪日旅行サイト「樂吃購（ラーチーゴー）」=ジーリーメディアグループ

日經ヴェリタス賞

最優秀賞（1点）



企業向け安全運転支援サービス「スマイリングロード」=損害保険ジャパン日本興亜

本賞は毎年1回、特に優れた新製品・サービスを表彰するものです。34回目の開催となる2015年は、審査委員会（委員長・小宮山宏三菱総合研究所理事長）が最優秀賞18点、優秀賞19点、審査委員特別賞2点を選出、総計39点が受賞しました。（日経新聞HPより）

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」の情報源。



3 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

②ネイティブが0からつくる豊富なオリジナルコンテンツ

③ユーザニーズの大きい「クーポン」満載

④ストック型の総合情報サイト



効率が良く、検証ができるプロモーション。



4 日本の企業・自治体に広く活用される4つの理由

①台湾・香港での圧倒的支持

②ネイティブが、日本の「伝えたい」を台湾の「知りたい」へ。

③多様な分析ツールを用いた効果測定と検証

④メディアミックス
(Web × 店舗 × SNS × TV × 出版)

3 台湾・香港で圧倒的支持を集める理由 その①

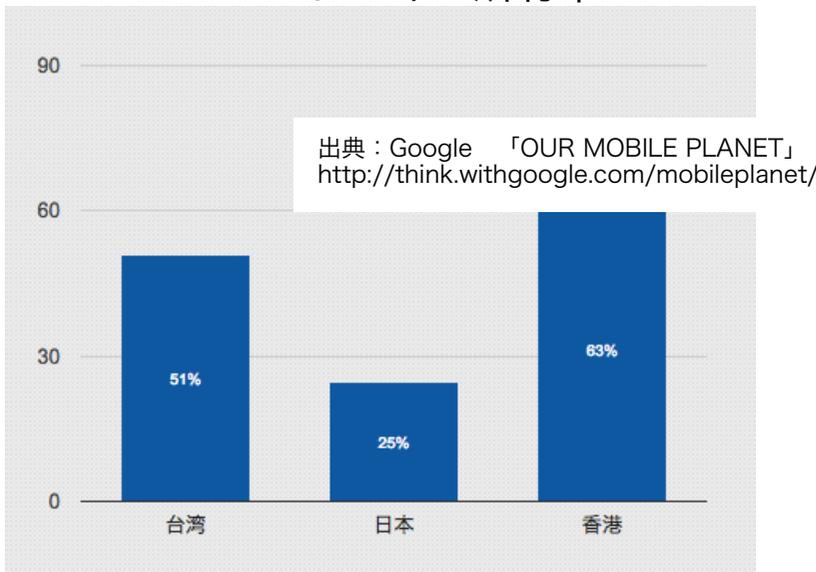
訪日の情報源No.1はWeb

地上波テレビの平均視聴率

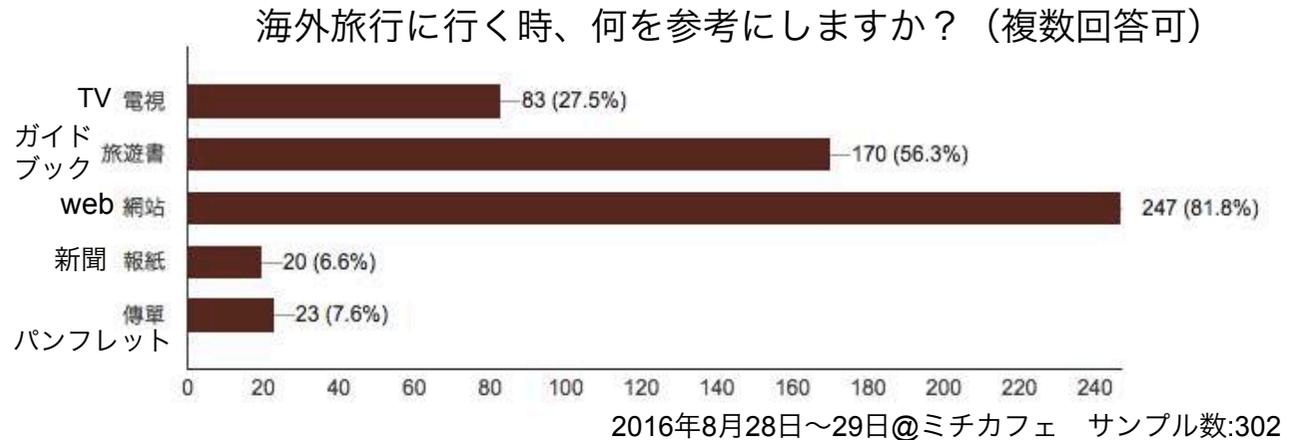
頻道	播出時間	2013 平均收視率 %	佔有率 %	每人每年平均 收看時數 (Viewer)
台視	02:00 - 25:59	0.33	2.83	27.82
中視	02:00 - 25:59	0.39	3.34	33.35
華視	02:00 - 25:59	0.24	2.06	20.64
民視無線	02:00 - 25:59	1.03	8.81	88.16
公共電視	02:00 - 25:59	0.13	1.12	12.29
台視財經	02:00 - 25:59	0.02	0.15	8.09

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



請問你到國外旅遊時參考什麼？（可複選） (302 件の回答)



多くの日本企業・自治体が一様に制作する「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

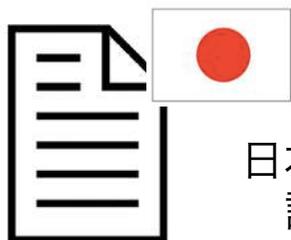


最も効率良く訴求できるのは、WEBメディアです。

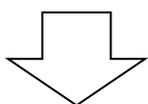
いっぽう台湾・香港のスマホ普及率は日本の2倍以上。

ネイティブがゼロから作る、豊富なオリジナルコンテンツ。

一般の多言語インバウンドメディア



日本語の
記事



多言語に
翻訳

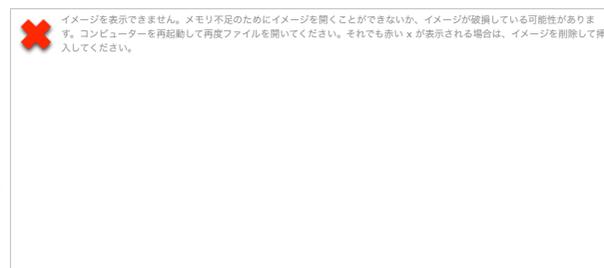
①日本人が作っているので、**日本人目線**になりがちです。

②「訪日外国人」と一括りにしていますが、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**。



ラチャーゴー！
樂吃購！日本
TRAVEL GUIDE

翻訳よりも「刺さる」記事が「迅速」に、大量生産。



選りすぐられた日本語堪能な
台湾&香港人ライター陣
総勢15名

台湾と香港の出版業界出身者を
中心に構成された
ラチャーゴー！日本編集部
(台北・東京・大阪)

日本の商品・サービスや観光スポットを
「台湾人・香港人に刺さる」コンテンツに作り上げます！

特集記事：「日本のコンビニ大特集」



👍 讚 2.9 萬

日本自由行，讓人怎麼逛都逛不膩的就是『便利商店』啦！

來到日本自由行，總是會克制不了自己的腳步前往便利商店，可憐一聲打開門後，迎接你的是一整面的日本雜誌，美妝區的旅行用SIZE化妝品，還有好多看起來全部好好吃的零食，以及讓人看了就生火的「限定商品」。光是一家小小便利商店，其實就可以裝滿上萬種的商品，真的好想有一份「便利商店攻略」可以指引方向，讓人找起便利商店必買商品一點都不費力。記者為了大家的口福，特地走訪了各大便利商店整理出了這攻略秘笈，希望大家下次來到日本玩耍可以買得更多更爽呀！



→ 下午茶天堂LAWSON



說到LAWSON就會覺得想到「甜點」和「下午茶」沒錯~LAWSON真的是便利商店中的聖點以及點心冠軍，不僅看起來可愛誘人，吃起來美味高品質，而且還會體貼的為女生注意別熱量這件事，所以走進LAWSON總是會不知不覺的拿上好幾個聖點前往結帳櫃台！現在就讓我們一起來看看最近有什麼非吃不可的限定甜點，還有吃了就會突然精神百倍的美味下午茶點

■実は台湾は、人口当たりのコンビニ数が**世界一**。
■特に現地に進出していないローソンが人気であることに着目し、コンビニの比較記事の特集。



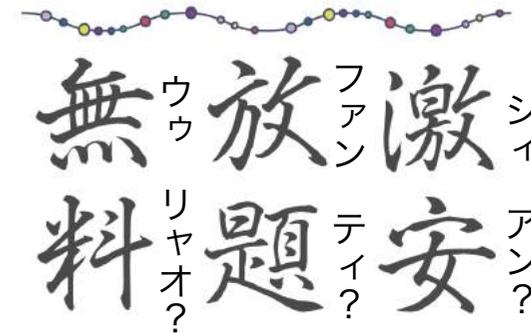
1,373,696 リーチした人の数		
21,670 いいね！、コメント、シェア		
17,853 いいね！	10,711 投稿	7142 シェア
1254 コメント	214 投稿	1040 シェア
2563 シェア	2411 投稿	152 シェア
137,861 投稿クリック		
4 写真表示数	94,179 リンクのクリック	43,678 その他のクリック
否定的な意見		
89 投稿を非表示	37 全投稿を非表示	
5 スパムとして報告	6 いいね！取り消し	

自社運営のFBページ（ファン数51万人）上で **137万人**に記事がリーチ。**2.9万いいね！**を獲得。

特集記事：「覚えると便利な日本の漢字2文字」



👍 讚 1.1 萬



■漢字圏である台湾人は、もちろん日本の漢字も全て読める。しかし中には意味が「？」な漢字も。

■そこで、「**知って得する日本の2字漢字**」を特集。

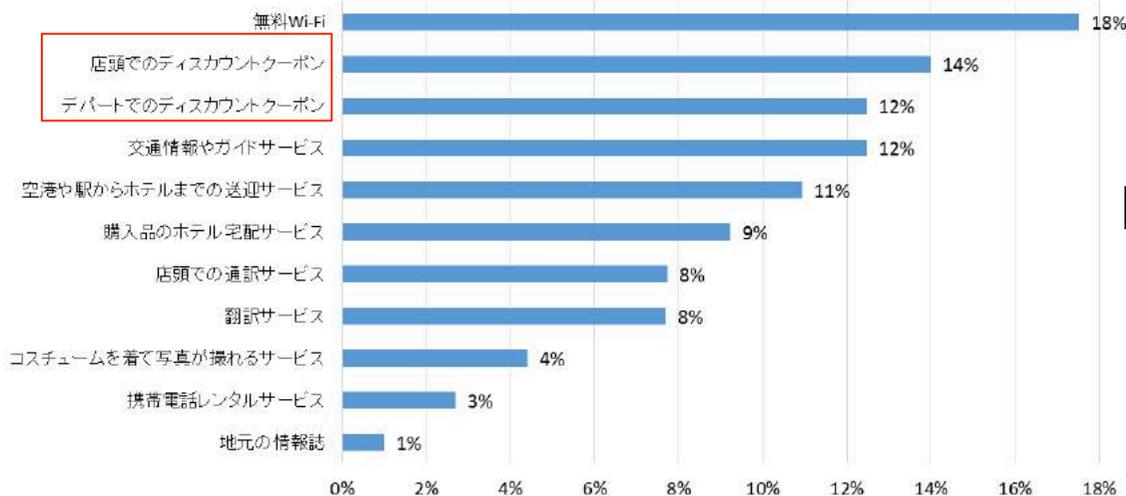


713,205 リーチした人の数		
12,293 リアクション、コメント、シェア		
10,484 いいね！	8356 投稿	2128 シェア
105 超いいね！	85 投稿	20 シェア
35 うけるね	25 投稿	10 シェア
32 すこいね	30 投稿	2 シェア
5 ひどいね	2 投稿	3 シェア
154 コメント	95 投稿	59 シェア
1480 シェア	1470 投稿	10 シェア
58,473 投稿クリック		

同左FBページ上で **61万人**に記事がリーチ。**1万いいね！**を獲得。

ニーズが大きい「日本のクーポン」を大量掲載

日本旅行中にあると嬉しいサービスは？(台湾)



出典：ソーシャルメディアマーケティングラボ

台湾人が日本旅行に求めているのは、クーポンなどの割引情報。日本人ならフリーペーパー等で容易に取得できる割引情報が、訪日客にはなかなか行き渡りません。

精選優惠

ラーチーゴー！日本には、全国1,000以上のクーポンが掲載。

なぜそんなにクーポン需要が高いのか？

台湾・香港では日常的に値引きが当たり前で、百貨店でも大規模セールが超人気。定価で買うのに抵抗感も？

台湾・香港で圧倒的人気を集める理由④ ワンストップ型総合情報サイト

過去に「台湾・香港はブロガーが強い」と言われた理由は、長らく総合情報サイトが無かったから。
ラーチーゴー！日本は、根強いニーズのあったワンストップ型総合情報サイトとして誕生しました。

パワー
ブロガー



バナーやリスティング広告が
随所に貼られた前時代的设计

個人

グルメ・コスメなど、各ブロガーの
興味の対象のみ

1万~100万

古い情報は下に流れる
(フローメディア)

昔懐かしのアクセスカウンター
(累計&今日のPVのみ)



「パワー
ブロガー」
との比較

デザイン

形態

内容

ページ
ビュー

情報整理

効果測定



スッキリとしたシンプルなデザイン
HTML5でスマートフォン対応

編集部（編集長&ライター15名体制）

総合情報サイト

420万

分野別アーカイブ
(ストックメディア)

Google Analyticsを用いた多角的な分析



4 日本の企業・自治体に広く活用される4つの理由

クライアント実績(一部)



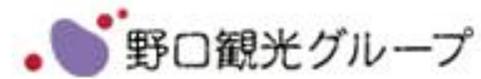
JAPAN AIRLINES



中華航空
CHINA AIRLINES



TransAsia
トランスアジア航空



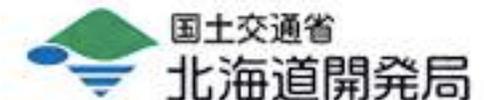
SAPPORO



ゼリア新薬
ZERIA



奈良市



ネイティブが0からつくるため日本の「伝えたい」を台湾の「知りたい」へ変換。



クライアントタイアップ例
「卸売ひろばタカギ」様

魅力化

- 台湾には馴染みのない業務用スーパーの記事。
- 買い方のコツなど紹介、台湾人が毎日20組以上訪れる人気店に。



クライアントタイアップ例
「成田空港」様

魅力化

- 台湾人・香港人が訪日時最も購入するのは化粧品・薬・お菓子・雑貨。
- そこで、化粧品・お菓子・薬・雑貨にフォーカスし、成田空港を「交通機関」としてではなく「ショッピングセンター」として紹介。

100を超えるコメント。500以上の自発的なシェア

- Biau Chang · 国立台北芸術大学
住京都時很常去!超好逛的!!
讚 · 回覆 · 2015年5月8日 23:30
- 呂冠琳 · しまむら again員工
想去!!!
讚 · 回覆 · 2015年5月8日 23:36
- Yuju Yang · 台北市
行李會超重吧?
讚 · 回覆 · 2015年5月9日 4:10
- Shin Chau Huang · 台北工專
感覺好好買囉!
讚 · 回覆 · 2015年5月9日 4:18
- 呂若君 · 台南家專
京都超便宜超市,一定要去
讚 · 回覆 · 2015年5月9日 8:08
- Yi-Ting Wang
太棒了!感謝分享.....
讚 · 回覆 · 2015年5月9日 13:49
- Ryan Chen · 台南市
請問有賣日本乾香菇嗎?
讚 · 回覆 · 2015年5月10日 0:36
- 鄭淑慧 · 兩個寶貝的老媽子員工
還逛超市日本到處都有啊!
只要找業務スーパー都很便宜
當然商品多少有不一樣的地方
讚 · 回覆 · 2015年6月10日 7:57
- 曾玉珊
重點是費怎樣拿回來??
讚 · 回覆 · 2015年5月10日 15:07

いま京都に住んでるけどよく行くよ。超オススメ!
行ってみたい!
荷物めっちゃ重くなるよね?
何だかすごく良さそう。
京都の格安スーパーだね。これは行かないと。
超良いね!シェアします。
すみません、ここに干し椎茸って売ってます?
こういうスーパーって日本中どこでもあるよ。
業務用スーパーはどこも安い。もちろん品揃えは違うけど。
問題はどうやって持って帰るかね。



ページビュー数 ? ↓	ページ別訪問数 ?	平均ページ滞在時間 ?
379,223	330,502	00:03:25

33万人が記事を読覧。

記事の滞在時間
3分25秒。
*人気ブロガー平均滞在時間:
約1:59

「よくあるプロモーション」の問題点



旅行博



パワーブロガー



パンフレット



雑誌タイアップ

- ①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?)
- ②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」)
- ③費用対効果が悪い。
(どれも数百万~)



樂吃購!日本
TRAVEL GUIDE

多角的に効果測定



Google Analyticsでユーザの流れや人気記事をさまざまな側面から解析。



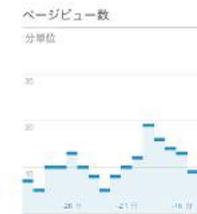
ユーザフロー

ユーザはどのようにサイトを回遊しているか?

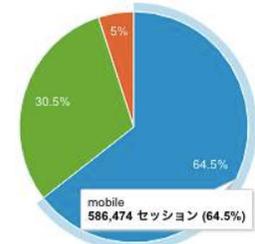
サマリー

現在
56

人のアクティブユーザーがサイトを訪問しています



1. mobile
2. desktop
3. tablet



リアルタイム

今この記事が読まれているか?

デバイス

PCか? スマホか?

日本で活用される理由④ メディアミックス（異種メディアの連携）がワンストップで可能



Shop
「台北の表参道」に
アンテナショップ



SNS
ファン数50万人超



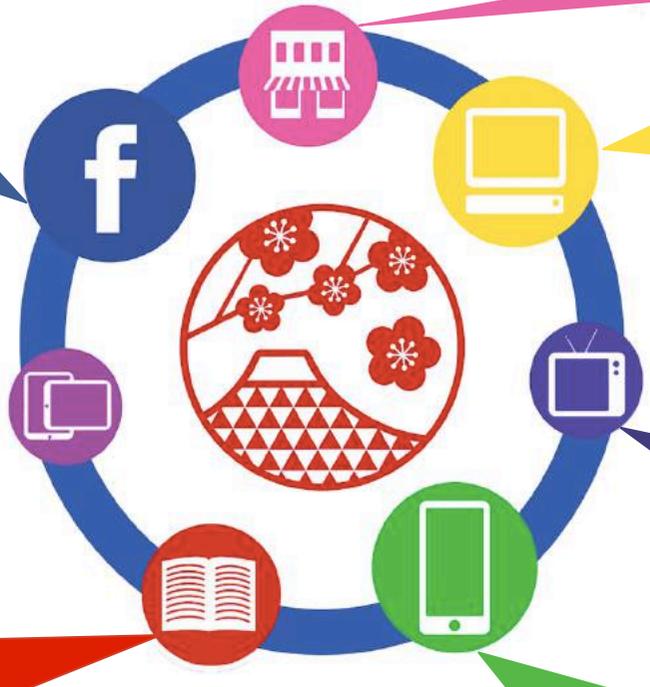
Web
樂吃購!日本



TV
Web & Shop
連動番組



Book
ガイドブック



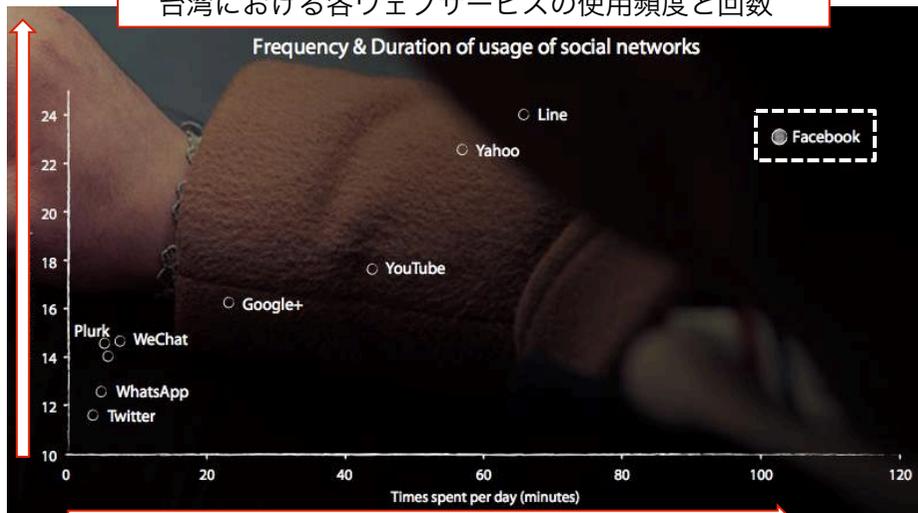
APP
日本観光・
日本語学習アプリ

多様なメディアを連動させ、
プロモーションの効果を相乗的に増大させます。

日本で活用される理由④-1 Web × SNS × Shop × TV × Book

台湾における各ウェブサービスの使用頻度と回数

1ヶ月に使用した回数



1日あたりの利用時間 (分)

台湾のFacebook利用率・利用頻度・滞在時間は世界最高。SNS事情は日本と大きく異なります。

	日本	台湾	香港
FBアカウント	2,400	1,800	440
総人口	12,730	2,351	718
単位：万人	↓	↓	↓
	18.9%	76.6%	61.2%

台湾・香港において、FBはもはや生活のインフラ。



樂吃購!日本 TRAVEL GUIDE

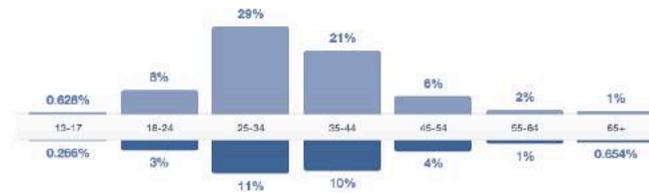
FBファン数：510,000人(2016年9月現在)

トレンドに敏感な「若い女性層」がコアユーザ層です。

このページへのいいね!

女性
69%
ファン

男性
30%
ファン



国	ファン	市区町村	ファン	言語	ファン
台湾	407,199	中華民国台北市	116,422	繁体中国語(台湾)	407,636
香港	51,457	香港香港	50,800	英語(米国)	37,719
マレーシア	12,672	中華民国高雄市	47,063	繁体中国語(香港)	29,618
日本	11,214	中華民国 桃園市 桃園区	32,308	英語(イギリス)	12,898
アメリカ合衆国	3877	中華民国台中市	30,632	日本語	8202
マカオ	3711	中華民国台中市	21,995	繁体中国語(中国)	6682
シンガポール	3352	中華民国新竹市	11,779	インドネシア語	1183



樂吃購!日本 TRAVEL GUIDE



記事をFBページに投稿

BUZZ!!(情報拡散)

友達が友達へ、
またその友達へと
多次的に拡散



日本で活用される理由④-2 Web × SNS × Shop × TV × Book

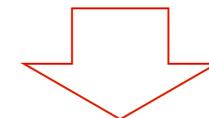
台北のど真ん中（東京で言う表参道エリア）にラーチーゴー！日本 連動型アンテナショップを運営。



MiChi cafe
(ラーチーゴー！日本 アンテナショップ)
【住所】
台北市大安區敦化南路一段161巷46之一號
1F 20坪、B1F 20坪 合計40坪



樂吃購!日本
TRAVEL GUIDE



ウェブで広く告知



オンライン(web)で紹介したものを、ユーザが**実際に手に取り、体験できるスペース**として活用しています。

県産品の販売から新商品のサンプリング、日本酒セミナーまで使い方はいろいろ。「ラーチーゴー！日本」で興味を持ったユーザが、数多く訪れます。

ウェブ × リアル

Web広告のようにクリックだけで完結しない、
旅行博のように出展するだけで完結しない、
効果が相乗化する**立体的マーケティング**が可能です。



着物体験



旅行セミナー

店舗で**リアル**に体験&購入



観光情報紹介



物産品販売

日本で活用される理由④-3 Web × SNS × Shop × TV × Book



番組宣伝



企画構成



商品販売



視聴者交流



日本側実績局
朝日放送・北海道テレビ
札幌テレビ
大分朝日テレビ
テレビユー福島ほか



放送実績TV局 (一部)

拡散力のある「ラーチーゴー！日本」で事前に番組宣伝

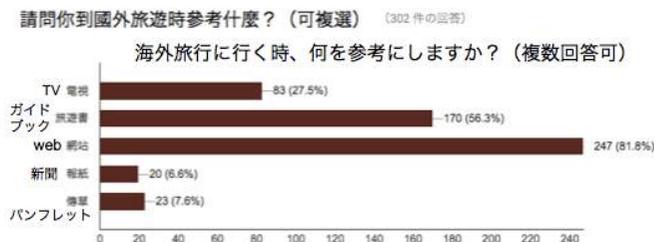
番組で紹介した商品をMiChi café(アンテナショップ)で販売

アンテナショップ
現地テレビ局とのパイプを活かした、ウェブ×テレビ×店舗の連動



日本で活用される理由④-4 Web × SNS × Shop × TV × **Book**

- ・パンフレットはゴミ箱に直行してしまう。
- ・ガイドブックはwebの次に見られている。
- ・しかし出版元が台湾・香港のため、情報が浅い・古い、誤情報、無許可取材などの問題点がある。



⇒ 企業・自治体と連携し、地域のディープ情報をwebと連動したガイドブックに！

事例 **SUNTORY** × **樂吃購!日本 TRAVEL GUIDE**

ガイドブック
「地元民オススの東京グルメ40選」

樂吃購!日本 TRAVEL GUIDE ラーチーゴー! 編集部



- ・飲食店セレクト
- ・取材～出版

Web



- ・販売告知
- ・記事アーカイブ

SNS



- ・販売告知
- ・情報拡散

- ・首都圏のグルメ情報提供
- ・取材許可取得

SUNTORY

Shop



誠品書店 the eslite bookstore ミチカフェや誠品書店で販売。

5 実績紹介

業種	具体的な反響
菓子卸売業者	<p>【掲載前】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・以前はクーポン回収が1日多くて5枚ほど。 <p>【掲載後】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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、関空での売上げが伸びて1ヶ月あたり4,000万円ほどの売上。 ・関空内でのお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。 ・ラーチーゴ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	<p>【掲載前】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 <p>【掲載後】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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)	<p>【掲載前】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インバウンド向けに何か始めたい <p>【掲載後】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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、バラエティショップ)がラーチーゴーを知っていて、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	<p>【掲載前】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・特に外国人の来客はなかった。 <p>【掲載後】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・掲載して3日で2件のクーポン持参あり。5点もまとめ買いをしてくれた人もいて、ありがたい。
お好み焼き	<p>【掲載前】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・外国人の来客は、1週間に数組程度だった。 <p>【掲載後】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・毎日2,3組の台湾・香港人が来客するようになった。ラーチーゴーの効果を実感。 ・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	<p>【掲載前】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・特に外国人の来客なし。 <p>【掲載後】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。

<p>文具用品 雑貨</p>	<p>【掲載前】 ・東京大阪の両店舗ともに外国人旅行客の少ないエリアだった。</p> <p>【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。</p>
<p>菓子卸売業者 スーパー</p>	<p>【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！</p> <p>【掲載後】 ・台湾人が一気に20組ほど来店するようになった。 ・ラーチーゴー史上最高のいいね！数だった(25,000ほど) →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。</p>
<p>和小物・雑貨 京都らしいもの</p>	<p>【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。</p> <p>【掲載後】 ・掲載1ヶ月間で毎日5組ほどラーチーゴ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聞いている。ラーチーゴーは人気のサイトですよ！と言う声も多く聞かれる。</p>
<p>調理器具</p>	<p>【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。</p> <p>【掲載後】 ・紹介した調理鍋やコーヒーポ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！の促進をおこなっているため、いいね！の数も伸び続けている。</p>
<p>ホテル</p>	<p>【掲載前】 ・外国人は、宿泊サイトを通じて予約がある。</p> <p>【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。</p>
<p>自治体 自治体</p>	<p>【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)</p> <p>【掲載後、店舗ジャックイベント後】 ・MiChi café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) →地震前の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がっていない。</p>

＜企業理念＞

メディア事業を通じ、日本と台湾の発展に貢献する



「吉日」は中国語で「ジーリー」と発音します。

株式会社ジーリーメディアグループ 資本金：10,000,000円
従業員数：39名（台湾人32名 日本人6名 香港人1名）
＜東京本社＞

住所：東京都渋谷区千駄ヶ谷5-20-11 第一シルバービル5F
電話：03-5925-8611(代表)

＜関西支社＞

住所：大阪府大阪市淀川区西中島6-3-32 第2新大阪ビル4F

＜台湾現地法人＞

吉日媒體行銷有限公司 資本金：NTD1,500,000

住所：台北市中山區松江路328號4樓402室 統一編號：54670266

＜アンテナショップ MiCHi café＞

住所：台北市大安區敦化南路一段161巷46之1

当社は、メディア事業を通じて、日本と台湾の繁栄と発展に寄与する事を企業理念に掲げた会社です。日台両国の発展のため、正式な国交がない両国の民間交流深化のために、メディアビジネスを以て貢献することを社是としています。当社に集う社員はそれぞれ国籍も文化も言語も違いますが、みな若く志を同じくし、才気に溢れています。「事業の元は徳なり」の精神を尊び、目先の利益に惑わされることなく、日台両国の健全な発展のために励んでいます。



代表紹介 吉田皓一

1982年奈良県生。防衛大学校を経て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・セールスを担当したのち退職し、2013年ジーリーメディアグループ創業。漢語水平考試最高級所持。

7 メディア露出実績

元気な伝道師 「日本いらっしゃい」
台湾で最も有名な日本人

つかむインパウンド消費

北海道・歌登にタイ人殺到
日本の祭をショーに

台湾人視線観光サイト

シリーズメディアグループ社長 吉田 皓一氏

台湾の人たちを日本にいざなう

よしだ 皓一 さん(33)

昨年、世界でいちばん日本に来た台湾の人たちが頼りにするもの、それは中国語サイト「樂吃購」。サイトを運営する「シリーズメディアグループ」(本社・東京)の社長だ。ちよくちよく現地へのテレビ出演、「台湾でもっとも有名な日本人」の異名ももつ。奈良県生まれの阪神大震災のとき神戸で活動する自衛官を見て、

「台湾だ！」

フェイスブックに日本の情報を中国語で投稿していくと大人気。2013年、いまの会社をつくった。日本中の自治体、観光地などから取材依頼が殺到。サイトには観光情報が満載、台湾人スタッフらが訪ねるため、台湾人の視線で描かれている。

何度も日本に来ているので大都会に飽きたのか、台湾の人たちは地方に行きたがる。しかも札幌正発信中。「東日本大震災のときに義援金をくださったみなさんに、がんばる被災地を見ていただきたい。ちょっと私流の社会貢献ができます」

写真 中島隆

朝日新聞「ひと」

日経 MJ

12月21日(月曜日) 第1625号発行

育て大黒柱 来年が正念場

記事

日経産業新聞 2月8日

台湾人、独自取材し発信

日経優秀製品・サービス賞 開発の現場から

北海道新聞

観光サイトのシリーズ

台湾に日本商品実店舗

ネット利用増やす狙い

地域をつなげるを掲げ

福岡学問大・上

緯來日本

路邊福明太子 水果串燒甜酸多

那我就直接吃了我開動了

台湾緯來日本台「日本學問大」

台湾人、独自取材し発信

日経優秀製品・サービス賞 開発の現場から

北海道新聞

日ハム、台湾客キャッチ

道内観光+観戦のツアー、チケット現地販売へ

プロ野球北海道日本ハムが、台湾の観光客をターゲットにしている。現地旅行を取り組みを本格化している。現地旅行会社のチケットの取扱販売、台湾からの情報収集を進め、現在千名以上の台湾人を客先まで誘致し、千名以上の台湾人の旅行客をキャッチする。日本ハムは高い期待を注いでいる。

「(福井) 写真」

Yoh Daikan 日本

Koichi Yoshida 日本

台湾火腿ファイターズ 陽岱鋼選手との対談

日本ハムファイターズ 陽岱鋼選手との対談

STV「熱烈！ホットサンド」

台湾で一番有名な日本人

STV「熱烈！ホットサンド」

台湾三立都會台

台湾三立都會台