

中国 SNS 【Weibo/WeChat 広告】 の運用の特徴と注意点

本コラムでは Weibo/WeChat 広告の運用における媒体の特徴や注意点についてまとめています。

Weibo/WeChat は中国で主要の SNS です。日本でいう LINE や Twitter のような役割を果たしています。

海外（中国）向けのプロモーションをご検討中の担当者様はぜひ参考にしてみてください。

目次

Weibo/WeChat が利用されている国

Weibo/WeChat の利用者数

Weibo/WeChat 広告の特徴

Weibo/WeChat が利用されている国

Weibo は世界で 5 億 2,100 万人、WeChat は約 123 億人のアクティブユーザーを保有する SNS です。(https://datareportal.com/reports/digital-2021-april-global-statshot) 利用者のほとんどを中国ユーザーが占めています。WeChat は近年多言語展開をしていますがあまり普及しておらず、主要国は中国のみとされています。

▼訪日主要国の SNS 利用率

国	1位	2位	3位	WeChat順位	Weibo順位
中国	Weixin(WeChat) (73.2%)	Weibo (47.1%)	快手 (45.1%)	第1位 (73.2%)	第2位 (47.1%)
台湾	Youtube (89.6%)	Facebook (89.2%)	LINE (88.0%)	第6位 (30.0%)	10位圏外
韓国	Youtube (85.9%)	KAKAOTALK(80.1%)	Instagram (57.5%)	10位圏外	10位圏外
香港	Youtube (86.9%)	WhatsApp (83.6%)	Facebook (83.0%)	第6位 (53.1%)	10位圏外
タイ	Youtube (94.2%)	Facebook (93.3%)	LINE (86.2%)	第9位 (24.9%)	10位圏外
アメリカ	Youtube (81.9%)	Facebook (73.4%)	Instagram (56.6%)	10位圏外	10位圏外
ベトナム	Youtube (92.0%)	Facebook (91.7%)	ZALO (76.5%)	10位圏外	10位圏外
オーストラリア	Youtube (78.2%)	Facebook (77.7%)	Facebook Messenger (65.4%)	10位圏外	10位圏外
フィリピン	Youtube (97.2%)	Facebook (96.3%)	Facebook Messenger (92.1%)	10位圏外	10位圏外
イギリス	Youtube (79.9%)	Facebook (73.0%)	WhatsApp (70.3%)	10位圏外	10位圏外

※水色はコミュニケーション、薄いオレンジはフィード投稿で使用する SNS

※中国：DIGITAL 2021:CHINA より

(https://datareportal.com/reports/digital-2021-china)

※台湾：DIGITAL 2021: TAIWAN より

(https://datareportal.com/reports/digital-2021-taiwan)

※韓国：DIGITAL 2021: SOUTH KOREA より

(https://datareportal.com/reports/digital-2021-south-korea)

- ※香港：DIGITAL 2021: HONG KONG より
(<https://datareportal.com/reports/digital-2021-hong-kong>)
- ※タイ：DIGITAL 2021: THAILAND より
(<https://datareportal.com/reports/digital-2021-thailand>)
- ※アメリカ：DIGITAL 2021: THE UNITED STATES OF AMERICA より
(<https://datareportal.com/reports/digital-2021-united-states-of-america>)
- ※ベトナム：DIGITAL 2021: VIETNAM より
(<https://datareportal.com/reports/digital-2021-vietnam>)
- ※オーストラリア：DIGITAL 2021: AUSTRALIA より
(<https://datareportal.com/reports/digital-2021-australia>)
- ※フィリピン：DIGITAL 2021: THE PHILIPPINES より
(<https://datareportal.com/reports/digital-2021-philippines>)
- ※イギリス：DIGITAL 2021: THE UNITED KINGDOM より
(<https://datareportal.com/reports/digital-2021-united-kingdom>)

Weibo/WeChat の利用者数

Weibo/WeChat の中国における利用者数は以下の通りです。

計算方法：インターネット人口×利用率

Weibo：1,439,323,776 人×47.1%=約 677,921,498 人

WeChat：1,439,323,776 人×86.2%=約 1,053,585,004 人

※インターネット人口は弊社調べ (<https://www.auncon.co.jp/corporate/2021/0525.html>)

Weibo は中国版の Twitter、WeChat は中国版の LINE として認識しておくといいでしょう。日本だけでなく世界の著名人が Weibo にアカウント登録をして情報発信しているのもよく目にします。Twitter 同様、フォロワー以外の投稿を見ることができるのは Weibo ならではの特徴です。

WeChat は LINE 同様、お店での支払いやメッセージのやり取り、タイムライン投稿、ゲームや買い物等のアプリが利用可能です。

また、昨今は世界中で WeChat を利用できる場所が増えてきました。旅好きな中国人にとっては旅行先でも WeChat で決済ができ、今では国内外問わず日常生活には欠かせないアプリとなりました。

Weibo/WeChat 広告の特徴

○利点

中国における SNS 広告は Weibo と WeChat に集約可能という点、一方でその分、2 サービスの寡占化が進んでいます。

中国以外の国では Facebook 広告、Instagram 広告、WHATSAPP や Messenger 等の Facebook 傘下のアプリなど複数の配信面へのプロモーションが有効的です。中国における投稿型 SNS は Weibo、コミュニケーション SNS は WeChat が主要となることから、この 2 つの SNS にプロモーション機会は集約されることが多く、他国と比較して配信管理の手間が減ります。

○注意点

対象国が限定的であること、広告配信における障壁の 2 点は特に注意すべきです。

対象国については、上述の通り Weibo と WeChat は中国がメインの SNS のため、プロモーション対象国は中国のみです。WeChat は他の国でも利用されていますが、その他の SNS やアプリで WeChat の機能の代用が可能なため、注力国とすることは稀です。

広告配信における障壁については中国ならではの審査の厳しさについて解説いたします。

・審査

中国向けのプロモーションでは、制限のかかる業種や、タブーとされる表現があります。中国では外国参入に制限をかける動きがあるため、広告配信において影響を受けることがあります。例えば、公式からはまだ発表はないものの、2021 年 9 月にビットコインの使用を禁止されたため、今後仮想通貨や金融プロモーションへの影響が発生すると考えられます。

表現については【2021 年版】中国向け Web 広告の国別の特徴と注意事項（クリエイティブ編）(<https://www.globalmarketingchannel.com/column/20210708>)でも記載している通り、最上級表現は基本的に NG です。

・第三者リンク

特に越境 EC プロモーションを行う場合は注意が必要です。JD.com (京东) や Tmall (天猫) のショップページを LP としたい場合、Weibo では Weibo 上の EC への商品登録が前提で可能、WeChat では LP 設定不可能です。都度情報更新があるため、媒体情報をこまめに確認し

ましよう。

○Weibo/WeChat 広告の導入におすすめの業界

(1) アプリ広告/Weibo 広告

Weibo 広告の例です。日本における Twitter 広告や Facebook 広告と同様に、Weibo 広告においてもアプリ広告はよく掲載されています。



(2) WEB 小説/WeChat 広告

WeChat 広告の例です。中国においても電子小説の広告掲載があります。WeChat では企業広告よりも日常生活のシーンに近い商材の広告をよく目にします。



いかがでしたか？中国向けのプロモーションを検討する上で Weibo/WeChat は必然と候補になるかと思えます。市場の変化が大きい中国情勢に合わせ、情報が都度更新されるため、検討と平行に情報のキャッチアップを行うことをおすすめします。

記事へのご質問、プロモーションのご相談等ございましたら、お気軽にお問い合わせください。