

PRESS RELEASE



報道関係各位

2017年6月8日
アライドアーキテクツ株式会社

中国・Tencentをテーマにしたセミナーイベント「China SNS Marketing Day 2017」開催報告

— DSP責任者が国内イベントに初登壇、越境マーケティングにおけるTencent広告の可能性を解説 —

アライドアーキテクツ株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:中村壮秀、証券コード:6081)は、中国最大のインターネット企業・Tencent Holdings Ltd(本社:中国広東省深圳、CEO:馬化騰、中国名:騰訊控股有限公司、以下「Tencent」)のDSP(広告配信プラットフォーム)である「Tencent Tui」(テンセント・トゥイ)、および「Tencent Social Ads」「Weixin Ads」のサービスを今年4月より国内で本格開始したことを記念して、Tencentよりゲストを招き、セミナーイベント「China SNS Marketing Day 2017」を5月15日に開催しましたのでお知らせいたします。



イベントの様子



「Tencent Tui」Channel Director 胡佳晶氏

本イベントは、約9億人が利用するメッセンジャーアプリ「微信(Weixin/WeChat)」を含む通信、ソーシャル、オンラインゲーム、広告、デジタルコンテンツ、決済、クラウドといった多様なユーザーを展開し中国で大規模なユーザーネットワークを持ちながら、国内マーケティング市場ではまだその活用が一部の企業に留まるTencentの広告サービスをテーマに、国内企業が今後どのようにしてこれらを活用していくべきか、またその具体的な成果について解き明かすことを目的に開催したもので、当日は100名を超える企業担当者が出席いたしました。

本イベントの詳細なレポートは、当社の運営する中国マーケティング情報サイト「中国マーケティングラボ(CNMLab)」(https://monipla.com/china-smmlab/page/cnsnsmarke_day2017)よりご覧いただけます。

■中国ネットユーザーへの効果的なリーチとは—Tencent・胡氏によるゲストスピーチ

まず第一部では、「Tencent Tui」のChannel Directorである胡佳晶(Jiajing Hu)氏が、「Tencent Tuiの中国本土における活用方法」をテーマにスピーチを行いました。

胡氏によると、中国のネットユーザー数は2016年末時点で7.31億人に達し、ネットの使用時間や頻度、利用者数はテレビや新聞、雑誌よりも高い割合となっているほか、スマート利用率も95%と非常に高いことから、中国に向けたマーケティングは「複数のインターネットプラットフォームを活用して広告をユーザーに届けることが重要」と強調。

そういった状況の中で、ニュースサイトやチャットツール、ゲーム、SNSといった媒体を集約した同社のDSP「Tencent Tui」は、「フィード広告」「スプラッシュスクリーン広告」「インストリーム広告」など豊富な広告メニューを持ち、ビッグデータでターゲティングして広告効果を高めることができると説明。1日あたりの総リーチ数はプラットフォーム全体で40億件に達していると語りました。

また、「Tencent Tui」を導入した施策として、韓国の大手電機メーカーであるサムスン電子の事例を紹介。ECサイトの売り上げ拡大を目的に、自社サイトで蓄積したデータや外部データを活用しコンピューターやノートパソコンに興味を持つユーザーを特定し、個人の「収入」や「興味関心」に合わせてキャッチコピーを最適化するなど広告のパーソナライゼーションを行った結果、リーチ数と売り上げが大幅に拡大したと語りました。

そのほかにも、化粧品メーカーにおけるブランドプロモーションや、ゲーム会社におけるアプリインストール促進で高い成果を上げた事例を紹介し、世界においてすでに多くの企業がTencentの広告をマーケティングに活用している状況を伝え、日本国内における拡販にも大きな期待を寄せていました。

■「WeChat Pay」の活用や国際配送のトレンドなど、インバウンド・越境ECの最新動向も解説

第二部ではTencent Japan合同会社 International Business GroupのBusiness Manager・中島治也氏が登壇し、日本企業がTencentのサービスをマーケティングに活用するためのより具体的な方法を解説しました。

中でも、中国におけるスマホ決済の市場でシェア40%を超える「WeChat Pay」については、「来日前のサービス告知・ブランド認知」と「日本滞在中の決済」をシームレスに繋ぐことで、帰国後もユーザーとつながりを維持し、セカンドマーケティングや越境ECに活用できると説明。すでに国内の大手百貨店や家電量販店などが導入していると語り、来場者から高い関心を集めました。

さらにセミナー終盤では、全日空傘下で国際配送サービスなどを手掛ける株式会社ACD メディアマーケティング部 クリエイティブディレクター・玄杰氏が登壇。「すべてが進化！中国越境ECの最前線」と題し、実際に配送を手掛ける事業者の視点から「消費者意識の変化」「越境ECの税制や通関制度」「デジタル広告のトレンド」「ECの最新手法」という4つのポイントで解説を行ったほか、中国向けの販売サイトを2017年7月に正式スタートすることも公表。高い熱気に包まれながらイベントを締めくくりました。

当社では本イベントを機に、今後もTencentとの強固なパートナシップのもと国内における同社の広告サービスの拡販に尽力し、中国に向けた効果的な越境／インバウンドマーケティングを実現してまいります。

＜アライドアーキテクツ株式会社 会社概要＞

- ・代表者 : 代表取締役社長 中村 壮秀
- ・所在地 : 東京都渋谷区恵比寿一丁目19-15 ウノサワ東急ビル4階
- ・URL : <http://www.aainc.co.jp>
- ・設立 : 2005年8月30日
- ・事業内容 : SNSマーケティング支援事業

＜アライドアーキテクツとは＞

「ソーシャルテクノロジーで、世界中の人と企業をつなぐ」というミッションのもと、企業がFacebookやTwitter、InstagramなどのSNSを効果的にマーケティング活用するための様々なサービス／ソリューションを提供する、国内最大級のSNSマーケティング専業会社です。これまでに4,000社以上と取引実績を持ち、約400万人のSNSユーザー ネットワークを擁しています。2012年よりグローバル展開を開始し、現在は中国や東南アジアなど世界に向けてサービスを提供しています。

* 本プレスリリースに記載している会社名および商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

【リリースに関するお問い合わせ先】

アライドアーキテクツ株式会社 広報室 担当:横山・板垣
TEL:03-6408-2791 MAIL:press@aainc.co.jp