

# SNS Marketing Case Study

導入サービス：インバウンド集客支援

## Vol.8

### 神戸公式観光サイト「Feel KOBE」が中国向けにプロモーション動画を拡散、3日間で320万視聴を獲得

「旅行」「日本」を得意とする中国インフルエンサーを活用、低コストで大規模なリーチに成功



会社名	一般財団法人 神戸国際観光コンベンション協会
事業内容	観光誘致宣伝事業、国内観光キャンペーン 等
対象商品	神戸公式観光サイト「Feel KOBE」
関連サイトURL	<a href="http://www.feel-kobe.jp">http://www.feel-kobe.jp</a>

## ■ 導入経緯

神戸国際観光コンベンション協会（兵庫県神戸市）が運営する神戸公式観光サイト「Feel KOBE」（フィールコウベ）は、神戸への観光誘致、観光情報のPRを目的に開設されたWebサイトです。観光施設や宿泊、グルメ、ショッピング、イベントなど、神戸のさまざまな情報を検索することができます。

同サイトでは近年、外国人の神戸への観光ニーズの高まりを受け、全編英語によるオリジナルのプロモーション動画（4種）を制作するなど訪日観光客の誘致に力を入れています。中でも、神戸を訪れた外国人の国別ランキングで台湾、韓国などと並び上位に位置し続けている中国は重点市場の一つです。そのため、中国に向けたプロモーション施策、特にSNSの活用には高い関心を持ち続けていました。

しかし、FacebookやTwitterなど日本と同様のSNSが広く普及する欧米や東南アジアとは異なり、中国では「微博（Weibo）」や「微信（WeChat）」など独自のSNS文化を持つことから、最適なプロモーション戦略や手法を確立しきれていない状況にありました。

そこで2017年3月、アライドアーキテクツの支援のもと、より多くの中国人に向けて神戸の魅力を発信すべく、中国のインフルエンサー（影響力の高い人）を活用した動画プロモーション施策を展開しました。

## ■ 課題と成果

### これまで感じていた課題

- ・ 独自のSNS文化を持つ中国に向けた効果的なプロモーション施策を検討するものの、効果的な施策が打てずにいた
- ・ 大規模なコストをかけず、既存のプロモーション動画を活用して効果的なインバウンド誘致に繋がりたいと考えていた



### 導入後の成果・結果

- ・ 中国のインフルエンサーを活用して「微博」上で動画コンテンツを拡散、わずか3日間で再生回数が320万回を突破
- ・ 1,200以上のアクションが発生、新規顧客への認知拡大のみならず既存顧客（旅行経験者）における新たな興味喚起も実現

## 具体的な施策内容

「Feel KOBE」の英語によるプロモーション動画4種に中国語字幕を新たに追加し、「微博」公式の動画投稿サービス「秒拍」に投稿。中国国内のインフルエンサー約80万人が登録する広告コンテンツ拡散サービス「WEIQ」を利用して「旅行」「日本」という2つの分野に強いインフルエンサー15名を起用し、フォローに向けた動画の一斉シェアを行いました。



その結果、「秒拍」「微博」における動画の再生回数がわずか3日間で320万回を突破し、CPV（動画再生にかかったコスト）が1人当たり0.18円と安価なコストでの大規模なリーチを獲得しました。また、アクション数（いいね！数、シェア数）も1,200件を超え、多くのユーザーの共感を生み出しました。

さらに、動画視聴者による「行きたい!」「気になる」といった感想コメントが多数生まれたほか、すでに神戸への旅行経験があるユーザーからも「私は“異人館”に行ったことがあるよ」「私は港町が印象に残っているかな」といったリアルなクチコミが数多く発生。新規のユーザー（神戸への旅行未経験者）への認知拡大のみならず、既存ユーザー（旅行体験者）における新たな興味喚起にも繋げることができました。

## ご担当者様のコメント

一般財団法人 神戸国際観光コンベンション協会 観光事業部 豊泉 遥 氏

### 増加する訪日観光客に向けた誘致施策を展開

「Feel KOBE」は、神戸への観光誘致などを目的に1997年に開設したWebサイトです。当初は国内向けの情報を中心に発信していましたが、近年増加する訪日観光客のニーズを捉えるため、サイトの多言語対応や英語によるプロモーション動画の制作など、インバウンド誘致を強化しています。

特に中国からの観光客は増加の一途を辿っていますが、FacebookやTwitter、YouTubeのような日本と同様のWebサービスが利用されておらず、独自のインターネット文化を持つ中国の状況を前に、効果的な施策が打てていない状況にありました。



### コストを抑えながら大規模なリーチ獲得に成功

そこで今回、アライドアーキテツクの支援のもと、「微博」を活用した動画プロモーションを実施しました。わずか15名のインフルエンサーによる拡散ということで当初はどれだけの方に動画を視聴いただけるのか未知数でしたが、蓋を開けてみるとたった3日間で320万回を超える視聴に至り、とても驚きました。と同時に、中国でインフルエンサーが持つ影響力の大きさを改めて実感しました。また本施策では、「微博」上で様々なコメントが発生したことで動画に対する感想が得られただけでなく、「神戸」をきっかけにしたユーザー同士のコミュニケーションが生まれたことも成果の一つでした。

「Feel KOBE」では今回の施策を通じて得た気づきやデータを活用し、今後は「微博」の継続的な運用なども視野に入れながら、中国に向けた観光プロモーションを展開していきたいと考えています。

導入をご検討の方はお気軽にお問い合わせください

アライドアーキテツク株式会社 TEL : 03-6408-2790

お問い合わせフォーム : <https://www.aainc.co.jp/contact/pr/>

<報道関連・ご取材に関するお問い合わせはこちら>

アライドアーキテツク株式会社 広報室 担当：横山・板垣

TEL : 03-6408-2791 メール : [press@aainc.co.jp](mailto:press@aainc.co.jp)