

飲食店 中国インバウンド施策 効果事例集



Japan ticket

事例 1

「大衆点評」活用で 施設内売上No.1 & エリアランキング5位達成！

検索流入11倍・口コミ急増！
訪日中国人の心を掴み、圧倒的な集客力を実現！

「大衆点評」施策の成功事例



利用サービス

「大衆点評」
公式アカウント/広告/運用代行 サービス

ジャンル

すき焼き・しゃぶしゃぶ

規模

101店舗以上

地域

大阪

施策時期

2024年3月～

導入前の課題

- ✓ **訪日中国人への情報発信が届かない**
中国ではGoogle広告やSNSが規制され、日本と同じマーケティングが通用せず、新店舗の認知拡大に苦戦。
- ✓ **中国市場での認知度向上と春節シーズンの集客**
競合が多く、情報発信が埋もれがちなか中、検索上位の店舗が選ばれやすい状況。
- ✓ **情報発信と口コミ拡散の課題**
中国人観光客は口コミを重視するが、新店舗ゆえ投稿ゼロ。認知度が低く、『行きたいリスト』に入る前にスルーされる。

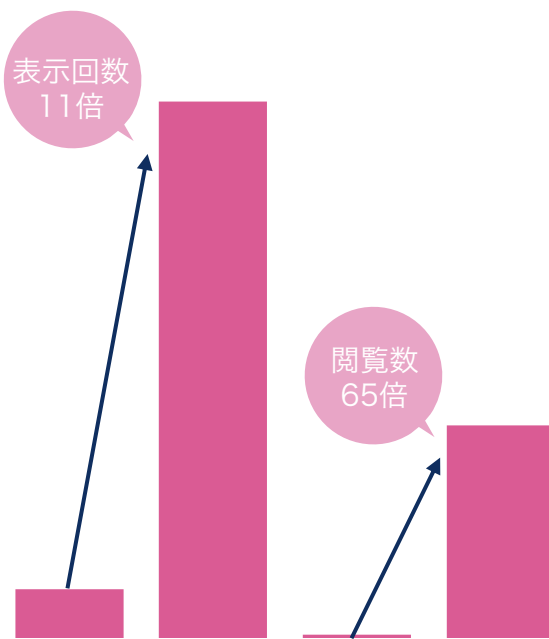
解決策

- ✓ **「大衆点評」公式アカウントで情報発信を強化**
公式アカウントを開設し店舗情報を最適化。データ分析と改善を重ね、オープン前から認知度を向上。
- ✓ **広告・検索対策でリーチ拡大**
「大衆点評」の広告と位置情報を活用し、訪日中のターゲット層に直接アプローチ。競合分析&キーワード最適化で検索上位を狙う。
- ✓ **口コミ促進で信頼度向上**
店舗内に口コミ投稿用QRコードを設置し、スタッフが促進。口コミ分析と返信対応を徹底し、評価向上へ。

※画像はすべてイメージです。

検索流入**11倍**&エンゲージメント**445倍**！ 新規店舗の集客基盤を確立し 施設内売上**No.1** & 「大衆点評」 大阪すき焼き**ランキング5位**達成！

■ 「大衆点評」 店舗ページ流入数



■ 「大衆点評」 内ランキングイメージ



成果ポイント

- ✓ 検索流入が爆発的に増加
 - ・ 表示回数：約11倍増
 - ・ 閲覧数：約65倍増
 - ・ 訪問者数：約39倍増
- ✓ 口コミ&エンゲージメントが大幅UP
 - ・ 口コミ件数 0 → 30件以上に増加
 - ・ エンゲージメント数：約445倍増
- ✓ 施設内売上No.1 & ランキング5位達成
検索流入&口コミ増加が来店数アップに直結！売上施設内No.1達成 & 「大衆点評」 大阪すき焼きランキング5位入り！

事例 2

認知拡大を実現 「RED(小紅書)」インフルエンサーの活用事例

導入4ヶ月で来店約半数が中国人客に！？
中国版Instagramと呼ばれる「RED」を活用した情報発信で
来店数増加と口コミ拡散を実現！

「RED(小紅書)」インフルエンサーサービスの成功事例



利用サービス

「RED」 KOC ※2

ジャンル

和牛焼肉

規模

国内1~10店舗

地域

全国

施策時期

2024年7月末～

導入前の課題

- ✓ **新規エリアでの認知度の不足**
京都で新業態をオープンするにあたり、焼肉店が集中する競争激しいエリアで、中国人観光客の集客と差別化が課題だった。
- ✓ **中国市場での認知度向上と国慶節シーズンの集客**
中国では「Google」が使えないため、訪日客数が増加する国慶節に向けて効率的な情報発信強化が必要だった。
- ✓ **情報発信と口コミ拡散の課題**
SNSを活用した情報拡散が不足していたため、現地SNSや口コミを活用し、露出強化と良質な口コミの増加が求められた。

解決策

- ✓ **「RED」 KOCサービスによる話題性UP**
国慶節の旅行計画時期に合わせ、「RED」のKOCを活用した閲覧性の高い投稿を展開。在日中国人による自然な口コミ投稿拡散を促進することで来店意欲を高める。
- ✓ **情報発信と口コミ拡散の仕組み作り**
「RED」を使用し、SNSで幅広い層へ情報を拡散。現場での取組支援により良質な口コミを増やす。

※1 「RED」：中国版Instagramと呼ばれており、「Google」や「Instagram」と同じように活用されています。

※2 KOC：インフルエンサーの一種で、Key Opinion Consumerの略。消費者の立場から商品やサービスの口コミを発信するユーザー
※画像はすべてイメージです。

中国人観光客が集客の50%を占める！ 「RED」投稿でエンゲージメント4,000件達成、 SNS施策で圧倒的成果を実現。

■「RED」での配信イメージ

KOCの投稿が
検索上位に表示！



リアルで信憑性の
高い投稿に



成果ポイント

- ✓ **集客の約50%が中国人観光客**
導入から4ヶ月で、他施策と並行しながら、中国人観光客が全体の半数を占める成果を達成
- ✓ **圧倒的なエンゲージメントと検索数の増加**
 - ・エンゲージメントは計約4,000件を記録。
 - ・エンゲージメント率は基準値0.5%の約5倍にあたる2.25%を獲得
- ✓ **グルメ+エリア名での検索上位表示**
人気業態であることを活かし、限定地域であるもののエリア名+グルメといったワードで投稿が上位表示されるように。

※画像はすべてイメージです。

事例 3

「大衆点評」 「RED」 KOC 活用の インバウンド対策ステップアップ事例

在日中国人のRED投稿が話題に！

「大衆点評」での運用＋「RED」KOCで口コミ拡散を加速し、来店数が大幅増加！

「RED(小紅書)」 KOC, 「大衆点评」 施策の成功事例



利用サービス

「RED」 KOC ^{※2}
「大衆点评」 公式アカウント/広告/運用代行 サービス

ジャンル

高級回転寿司

規模

国内11~30店舗

地域

全国

施策時期

「大衆点评」 24年3月~
「RED KOC」 24年9月末~

導入前の課題

- ✓ **新規エリアでの認知度不足**
新規出店エリアでの認知が低く、競合店舗との差別化が難しい。
特に観光客層への効果的なアプローチが課題だった。
- ✓ **中国市場での認知度向上と春節シーズンの集客**
「大衆点评」の活用で、中国市場には一定のリーチがあったが、
訪日旅行本格化の春節シーズンでの集客強化が必要だった。
- ✓ **情報発信と口コミ拡散の課題**
SNSを活用した広範な層への情報拡散が不足していた。
また良質な口コミを増やし、さらなる来店促進と話題性を作るための
施策が必要だった。

解決策

- ✓ **「大衆点评」公式アカウント&広告運用での基盤構築**
 - ・公式の店舗情報を整備し発信を行う。
 - ・競合との差別化を意識した広告クリエイティブを制作。
- ✓ **「RED」KOCを活用し、中国国内で話題化**
 - ・春節前の旅行計画時期に合わせ、視覚的に魅力的な投稿を展開し、
在日中国人インフルエンサーを活用し、自然な口コミ拡散を促進。
- ✓ **情報発信と口コミ拡散の仕組み作り**
 - ・「大衆点评」 + 「RED」の両軸運用でSNS経由の情報拡散を強化
 - ・現場での施策支援を行い、質の高い口コミを増やす。

※1 「RED」：中国版Instagramと呼ばれており、「Google」や「Instagram」と同じように活用されています。

※2 KOC：インフルエンサーの一種で、Key Opinion Consumerの略。消費者の立場から商品やサービスの口コミを発信するユーザー

※画像はすべてイメージです。

「RED」 KOC施策でブランド検索数179%増！ 「大衆点評」では口コミ77件増&大阪寿司ランキング1位達成

■ 「RED」での配信イメージ

KOCの投稿が
検索上位に表示！



リアルで信憑性の
高い投稿に

成果ポイント

- ✓ 「RED」内での圧倒的なエンゲージメントと検索数の増加
 - ・エンゲージメント: 計測当時で2万近く獲得
 - ・ブランド名検索数: 179%増加
- ✓ 「RED」施策実施による「大衆点評」への波及効果
 - 副次効果として「RED」活用後3ヶ月間での結果が以下
 - ・口コミ件数: 77件増加
 - ・ページ登録数: 1,268件に到達（全体数の約50%）
- ✓ 「大衆点評」で「大阪寿司ランキング1位」達成！
ブランドの信頼性と認知度が大幅に向上

※画像はすべてイメージです。



今回の事例で実施した 施策の詳細



店舗情報や写真などを正しく掲載することで、ページの“環境整備” また管理画面を活用して、口コミや数値を中心とした分析が可能



		無料ページ	有料ページ
ページの充実度向上	店舗情報管理	△ 基本情報のみ登録可	○ 随時情報更新可
	おすすめメニュー登録	△ ユーザーによる登録可	○ 5つまで掲載可
	ブランドストーリー	× 掲載不可	○ 文章・写真・動画で掲載可
	クーポン機能	× 掲載不可	○ 特典設定可能
管理画面の運用	分析管理機能	× 利用不可	○ 各種データを管理画面で閲覧
	口コミダウンロード	× 利用不可	○ 投稿された口コミをDL可能

表示順位のロジックには、**店舗情報の充実度・評価・口コミ数・PV数**が大きく関与しているため、まずは店舗情報を充実させることが重要です。

「大衆点评」 広告サービス

リスティング・バナー広告で、キーワード検索やエリアページなどの複数ページで優先的な上位表示を狙います

広告なしの場合



広告ありの場合



トップページ



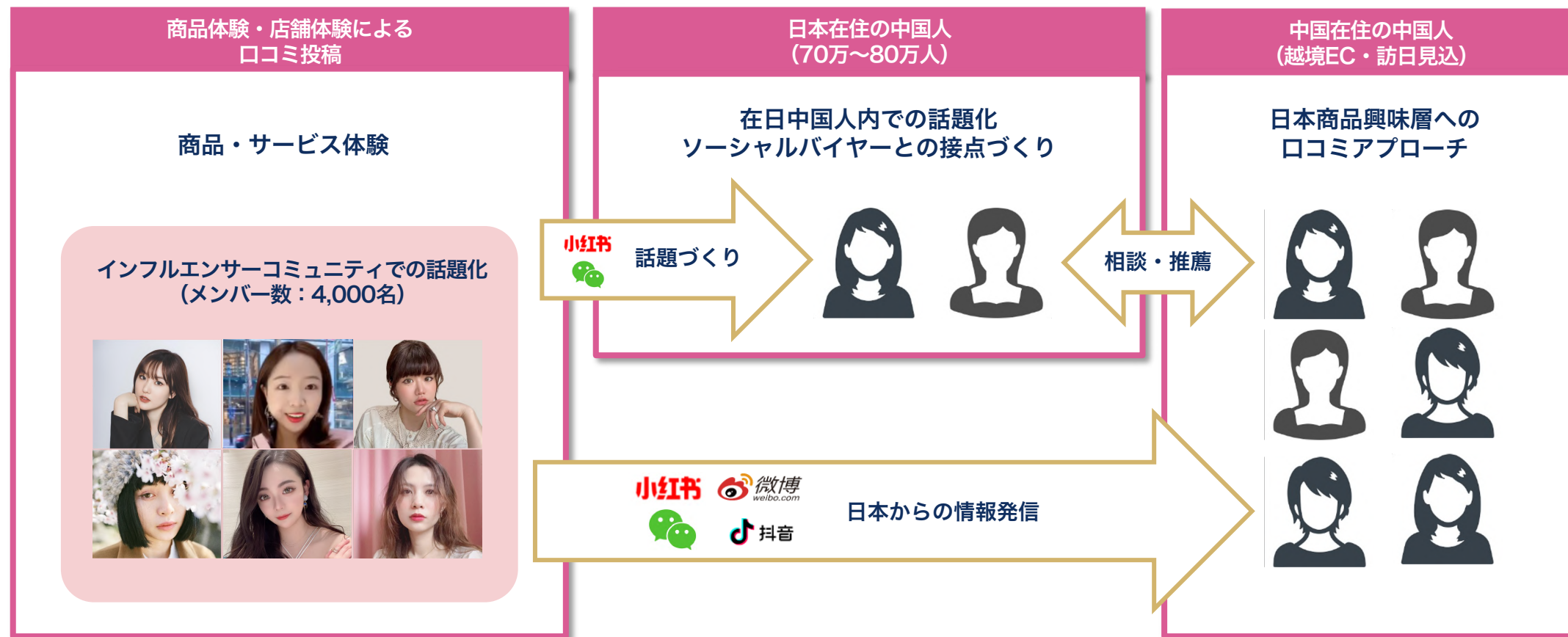
トップページ投稿欄(4 枠目)



「RED」 KOCを活用した話題作りの仕組み



中国のSNS「RED」を活用し、在日中国人のリアルで自然な口コミ投稿で訪日観光客への認知拡大や信頼性の高い情報発信を実現します。



※画像はすべてイメージです。

指名検索とSEO効果を最大化するプロモーション



■ 「RED」 KOC 施策活用ポイント

• 検索対策

狙ったキーワードに対応したKOC投稿を増やすことで、検索エンジン最適化がされ「Google」のようなSEO対策に繋がります。

• 指名検索促進

「RED」での認知拡大に加え、ターゲット層からの指名検索を効率的に誘発。

• 集客拡大

幅広いターゲット層にリーチ可能なプロモーション手法。「検索」「口コミ」「集客」のすべてを効率的に実現！

**サービス導入についてのご不明点や価格、
その他ご相談はお気軽にお問合せください**

＼ お問合せはこちらから ／



<https://japanticket.com/contact/>



03 - 6912 - 2775

(平日9:30～18:30)

株式会社Japanticket <https://japanticket.com/>



Japan ticket