

Japaholic

MediaGuide

2017.4-6



Japaholic



“Japaholic” brings a little bit of spice to your life

日本のライフスタイル&トレンドを発信し
日常とのギャップを以って感動と刺激を提供することで
Japan-holic（日本中毒者）を作るメディア

もっと日本のコスメを知りたい

もっと日本の文房具・
雑貨が欲しい

日本のゴールデンルート
以外の情報が知りたい

もっと日本のファッション
と買物情報が欲しい

日本のアニメやドラマの
情報や裏話が欲しい

そんな要望に応えるべく、
日本の旅行・ショッピング・グルメ・ライフスタイル・エンタメ・美容など
幅広いテーマの最新トレンド情報を毎日配信中

<http://www.japaholic.com/>

台湾・香港で使われている繁体字で展開 絶対数は毎年増加傾向で、訪日外国人全体の25%に該当

2015年の訪日外国人 台湾 + 香港 > 中国

台湾 + 香港で全体の25%

・2015年の訪日外国人数

2015年の訪日外国人は1973万人。
繁体字圏の台湾と香港を足すと、500万人以上となり、
全体の25%を占める。

地域	国	2015年
アジア	韓国	4,002,095
	中国	4,993,689
	台湾	3,677,075
	香港	1,524,292
	タイ	796,731
	その他	1,651,961
ヨーロッパ	英国	258,488
	フランス	214,228
	ドイツ	162,580
	その他	609,674
アフリカ	アフリカ計	31,918
北米	米国	1,033,258
	カナダ	231,390
	その他	45,958
南米	南アメリカ計	74,198
オセアニア	豪州	376,075
	その他	52,951
-	無国籍・その他	848
	総数	19,737,409

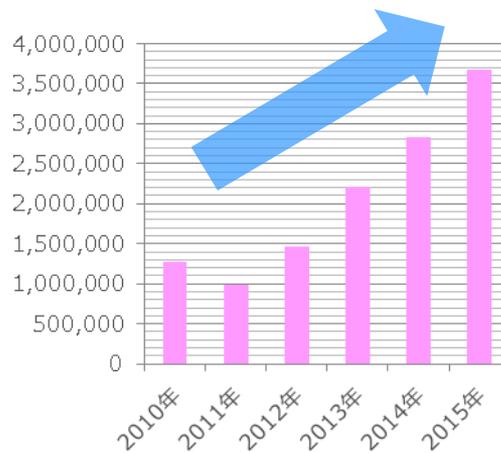
出典：日本政府観光局(JNTO)

台湾・香港ともに 安定的な訪日外客数

毎年増加傾向

・台湾人の訪日数の推移

2015年の訪日台湾人は約368万人。
(※訪日香港人は約152万人)
台湾の人口(約2,343万人、2014年)と比較すると、
人口の15.6%が日本を訪れていることに。



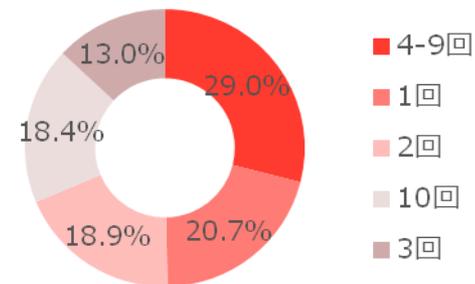
出典：日本政府観光局(JNTO)

リピーターが多く 長期的な効果が潜在

訪日回数2回以上が約80%

・台湾人の訪日回数

訪日外客全体では「1回目」が41.3%と最も多いのに対し、
台湾人は「4-9回目」が29.0%と最多。



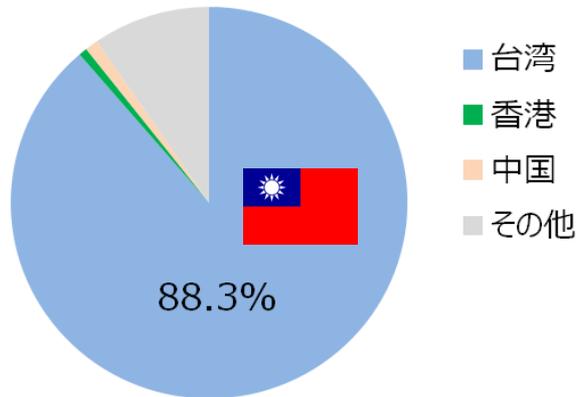
出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査（平成27年版）」

ターゲット層に明確にアプローチできるメディア

Monthly

1,400,000 PV
400,000 UU

国別アクセス比率



※2016年4月 自社GA調べ



利用率の高いFacebookで拡散アプローチが可能

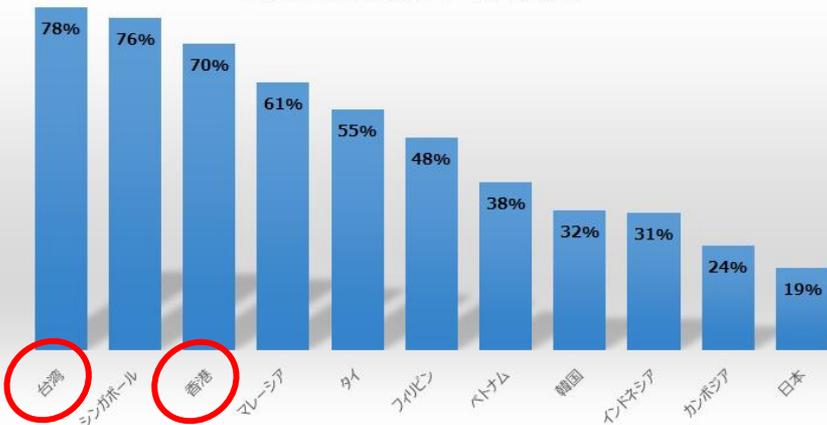
Facebook

144,450 Fans

Facebook利用率（対人口）

台湾が78%、香港が70%と非常に高い数字であり、
いいね！やコメントの反響も高いため、拡散され易い特長がある

Facebook利用率（対人口）

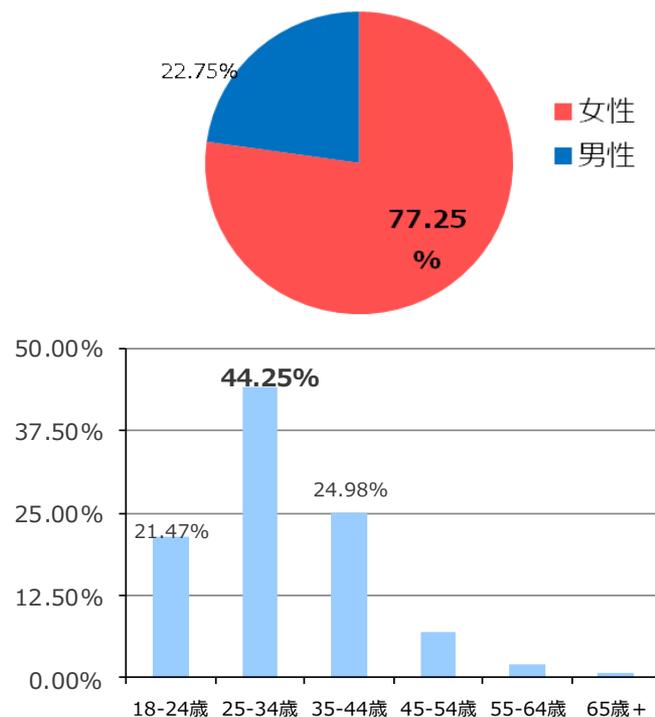


出典：メンバーズコラム (<http://blog.members.co.jp/article/19645>)
※人口 : IMF - World Economic Outlook Databases (2015年10月版)
※ネット利用者 : internetworldstats.com (2015年11月)
※FB利用者 : FBの広告管理画面より (2016年2月)

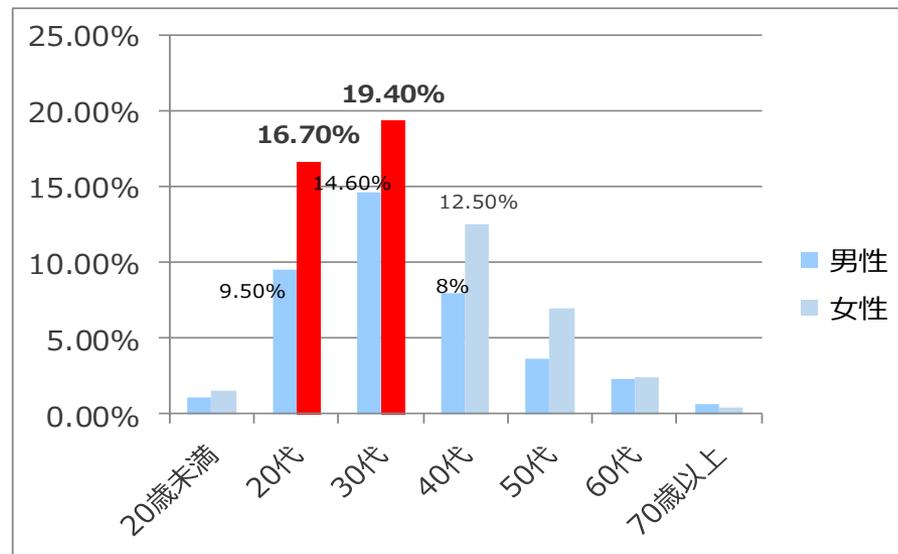


最も割合が多いJapaholicの20-30代女性ユーザーは、
訪日台湾人の中で最も割合が多いJ N T Oデータと一致

■ 社内データ ユーザーの約8割が女性



■ JNTOデータ 訪日台湾人の性・年齢別構成



出典：JNTO訪日旅行データハンドブック 2015

※2016年4月 自社GA調べ

著名人も参加している台湾人目線のメディア運営

■ 台湾人ライターが記事を執筆。編集は日本と連携。

日本在住(および頻繁に訪日している)台湾人ライターが記事を執筆。台湾人のならではの“面白い”、“日本のここが好き”を軸に、ユーザーへ伝わり易いメディア運用を実施しています。

編集体制は日本と台湾のスタッフが連携。

日本に深い理解を持ちつつ、台湾人としての目線でネタのピックアップや、ソーシャル上での投稿、ユーザーとのコミュニケーションを行っています。



■ 著名なインフルエンサーも執筆

爆買の仕掛け人とも呼ばれている鄭世彬氏、京都国際観光大使の抹茶団子氏など著名人も記事を執筆。十分な知識を持った専門家による、信頼性のあるコスメ・薬・ショッピング・観光情報などを発信。



鄭世彬(チェン スービン)

日本コスメ・OTC医薬品情報作家。日中翻訳家。
日中翻訳経歴は10年以上を持ち、2011年から作家デビュー。
日本コスメ・OTC医薬品に関する買物情報専門誌を通算で9冊発行と多くを執筆。
現在、執筆活動のほか、台湾各地でセミナー、日本国内のメーカーに対する訪日コンサルティングを行っている。
日本コスメ情報を発信するFACEBOOKページ「日本薬粧研究室」主宰。



抹茶団子

京都在住の台湾人パワーブロガー。京都国際観光大使も務めている。
実際に京都に住んでいる立場からのリアルな京都情報と、美しい写真が評判を呼び、自身で運営するfacebookページ「抹茶団子の京都日常」は147,800以上の「いいね！」を獲得している。
その他、台湾・台北市内の百貨店などでの講演会などの活動も実施中。

Japaholicの特徴

現地メジャーサイトへコンテンツ提供中



Yahoo! 奇摩

<https://tw.yahoo.com/>

台湾国民の90%が使っている
No.1ポータルサイト



ETtoday

<http://www.ettoday.net/>

台湾No.1のニュースサイト
同グループ内にてケーブルTV局を
運営しており、情報量が豊富

・4億7250万PV/month
・1億 800万UU/month



Appledaily

<http://www.appledaily.com.tw/>

通勤時に読まれている
台湾で人気のニュースサイト

・3億2370万PV/month
・3900万UU/month



PChome

<http://www.pchome.com.tw/>

台湾二大ECサイトの一角が運営する
ポータルサイト

※保証するものではありません。

日本のテレビ番組を海外に発信する総合チャンネル「WAKUWAKU JAPAN」が主催する日本食イベント『EAT UP JAPAN』のメディアパートナー

WakuWaku
JAPAN

> 關於 > 收看方式
節目列表 節目表 Study In Japan



EAT UP JAPAN 2017. 2.25 (SAT) - 3.2 (THU)
台北市中正區北平西路3號 台北車站 1樓大廳

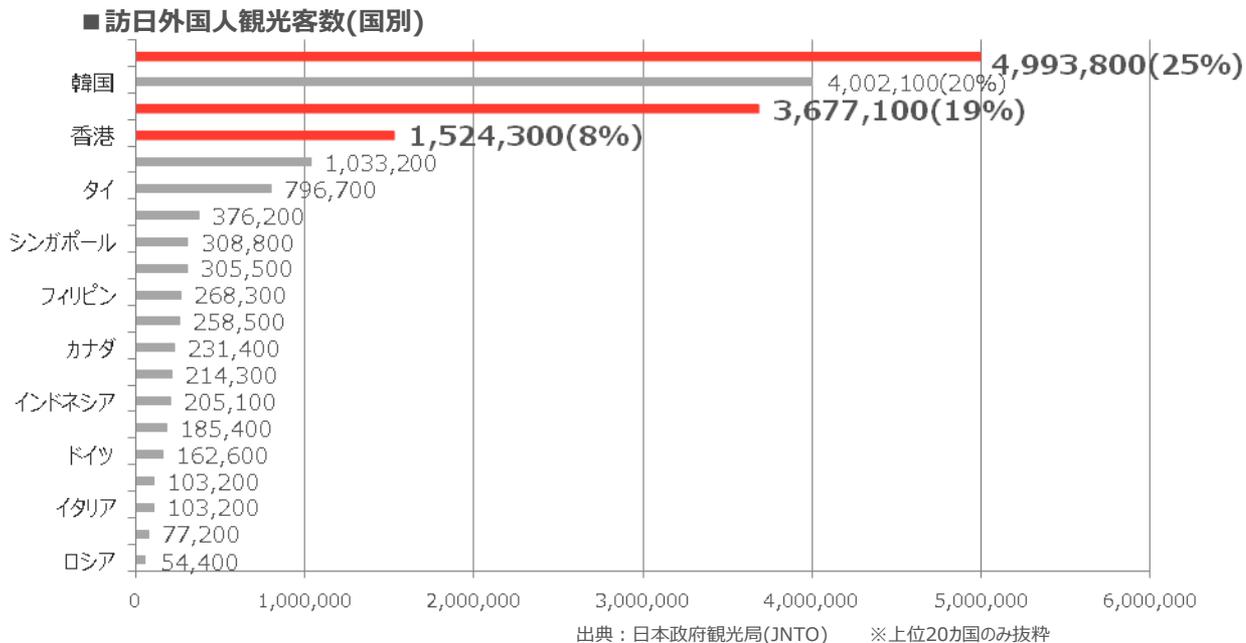
活動日期	2017年2月25日 (六) ~ 3月2日 (四)
活動時間	11:00~19:00 *最后一天 11:00~17:00
活動地點	台北車站 一樓售票大廳廣場 台北市中正區北平西路3號
餐點價格	50元~4,000元 *餐點價格有調整之可能。
主辦單位	WakuWaku JAPAN
協辦單位	日本茶輸出促進協議會
媒體夥伴	
特別協助	



※ WAKUWAKU JAPANとは、2015年3月にクールジャパン機構から44億円の出資を受け、台湾・インドネシア・モンゴル・ミャンマー・シンガポール・スリランカ・タイ・ベトナムに、日本のテレビ番組発信する総合チャンネル「WAKUWAKU JAPAN」を展開中。2020年度までに世界22カ国への展開を目標に運営。全ての番組は、現地語(子ども向け番組は吹替え、その他は字幕)で放送しており、ドラマや映画、音楽、アニメ、スポーツなど日本で人気のある選りすぐりの番組のほか、オリジナル番組の制作にも力を入れており、海外で高まる日本のコンテンツへのニーズに対応。

簡体字版Japaholicがスタート！！ 繁体字版・簡体字版によって、 訪日外客数全体の52%アプローチできるメディアへ

2015年中国からの訪日数は約499万人で第1位。訪日外客数全体の25%を占めます。
旅行消費額も第1位の1兆4,174億円(訪日外国人旅行消費額全体は3兆4,771億円)。



<http://www.japaholic.com/cn/>



謝謝



ご不明点は以下までお問い合わせください。

エキサイト株式会社 海外推進部
〒106-0047 東京都港区南麻布3-20-1麻布グリーンテラス4階
TEL 03-6450-2079
MAIL contact_Japaholic@excite.jp