

## ビジネスに活用される WeChat(微信)

株式会社クララオンライン  
コンサルティングチーム

### <要約と結論>

WeChat(微信)は IT サービス大手の Tencent(騰訊)が運営する無料メッセージアプリだ。LINE のようなメッセージ機能はもちろん決済サービスにも対応しており、国内版と海外版がある。ユーザーは全世界で 10 億人を越え、今後 3 年で 14 億人を突破するとの予測もある。

WeChat(微信)では企業が「微信公衆号」という広告宣伝目的のアカウントを開設することができる。いわゆる“企業アカウント”と呼ばれるもので、別途手数料を払えば本物であることを示す認証マークを取得することもできる。

微信公衆号には 3 種類あるが、多くの企業は「サービス号」というサービス用アカウントを開設している。ユーザーと相互コミュニケーションが可能な仕様となっており、商品やサービスの広報宣伝ツールとしてだけでなく、カスタマーサービス窓口として活用されている。

一方で、情報発信を目的とした購読用アカウント「閲読号」は、毎日定期的な配信ができることから、メディアがニュース配信等に用いるケースが多い。このほか企業が社内の連絡ツールとして用いるための「企業号」というアカウントもある。

微信公衆号は中国市場をターゲットにする海外ブランドにも利用されている。単なる公式サイトのモバイル版として使うのではなく、新商品の紹介、キャンペーンやセールのお知らせを行う効果の高いプロモーションツールの一つとして活用される。

さらに WeChat 広告を組み合わせれば、より多くの消費者にリーチすることが可能となる。表示位置が違う 2 タイプの広告があるが、いずれも公式アカウントのフォローやアプリのダウンロード促進、EC サイトへの誘導等を目的とする。もちろん Tencent のその他のインターネットサービスに広告を出稿することも可能だ。

サードパーティのサービスを使えば、自社の微信公衆号により多くの機能を持たせることができる。EC サイトや予約システム等を用意するパターンが多く、運用代行サービスもある。中国に法人をもたない海外企業でも少ない負担で WeChat(微信)を活用できる環境が整っている。

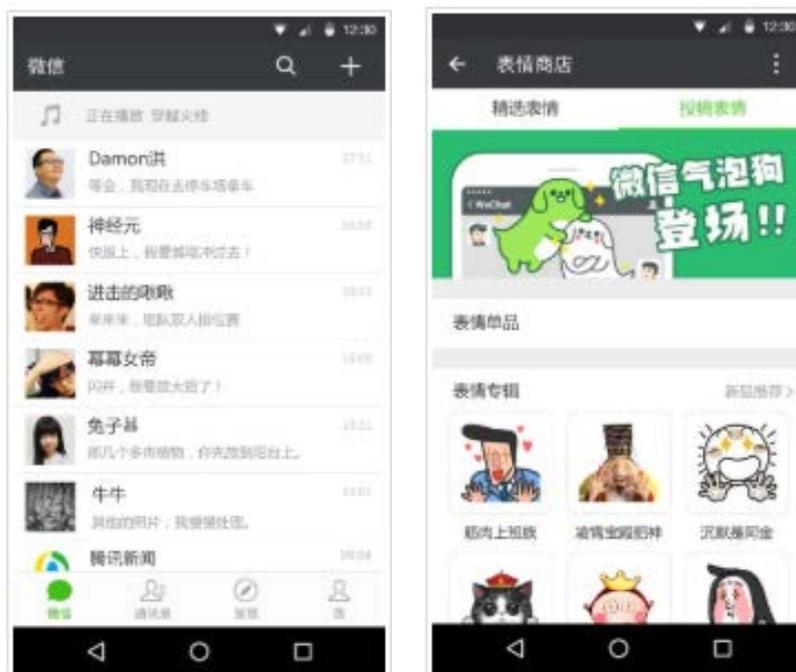
## 1. WeChat とは

WeChat(微信)は、中国の IT サービス大手 Tencent(騰訊)が運営する無料メッセージアプリで、文字や写真、動画、音声、グループチャット、決済等の機能を持つ。中国国内向けと海外向けのサービスがあり、国内向けは 2011 年 1 月に「微信(ウェイシン)」として、海外向けは同年 4 月に「WeChat」としてサービスが始まった。

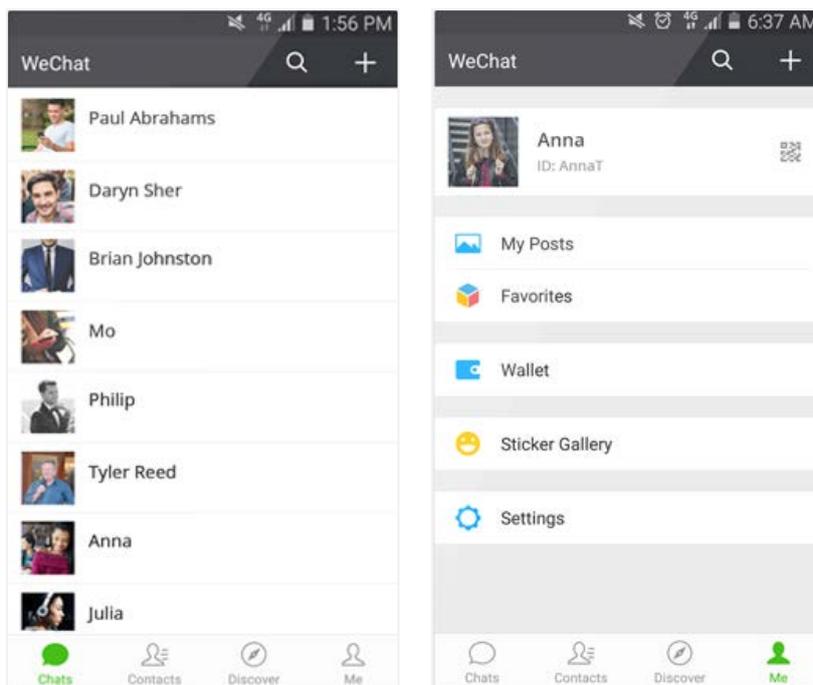


WeChat(微信)のロゴ

国内版と海外版はそれぞれ独立しており、国内版のユーザーが海外版のアカウントを持つことはできない。どちらも基本的なメッセージ機能は同じだが、国内版にある“小程序”(ミニプログラム、WeChat 内で利用するアプリで個別のインストールは不要)や決済機能の一部が海外版にはなかったり、いわゆる“スタンプ”で使えないものがあったり、海外版は QQ(Tencent が運営するインスタントメッセージサービス)から友人を追加できなかったり、逆に海外版では Facebook から友人を追加できるが国内版ではできないといった違いがある。また国内版ユーザーは海外版の企業アカウントをフォローできないが、海外版ユーザーは国内版と海外版のいずれの企業アカウントもフォローすることができる。



中国国内版「微信」のアプリ画面



海外版「WeChat」のアプリ画面

同社の馬化騰 CEO(最高経営責任者)によれば、2018年3月時点で全世界のユーザー数が10億人を突破したという。決算資料にもユーザー数が前年同期比28%増と好調に推移していることが示されており、2020年には14億人を越えるとの見方もある。市場調査会社の米 eMarketer によれば、海外版ユーザーは約1億人で、主に海外に住む華人やその親族に利用されているという。

また1日のメッセージ送信数は前年比25%増となる380億回、音声メッセージの送信回数は同26%増の61億回、ビデオ通話回数は同106%増の2.05億回、グループ内での動画送信数は同22%増の6,800万回に上る(いずれも2017年9月時点、「2017 微信データ報告」)。

なお企業利用を想定した「企業微信」も2016年4月にサービスインしている。これまでは社員個人のWeChat(微信)を利用して顧客とコミュニケーションをとるのが一般的だったが、これでは社内に顧客情報が集約できない上、休日でも直接連絡が入ったり、社員の退職と同時に顧客情報が失われたりする等のデメリットがあった。



企業微信のロゴ



企業微信のメニュー画面には  
打刻や日報等の機能が並ぶ

企業微信は、メッセージアプリとして顧客との連絡に利用できるのはもちろん、勤怠管理、日報・各種申請管理、回覧機能、ビデオ会議機能、VOIP 機能、決済機能などを備えており、サードパーティのアプリも豊富だ。メッセージやデータを簡単に個人の WeChat(微信)に転送することもできる。

サービス開始から 2 年で利用企業は 150 万社を越えており、ユーザー数は 3,000 万人に上る。中国 500 強企業のおよそ 8 割が導入済みで、特に IT 業では全体の 19%、小売業では 14%、製造業では 11%の企業が利用している。

## 2. 企業が開設する「微信公眾号」とは

WeChat(微信)には個人用アカウントのほかに「微信公眾号」という、いわゆる“企業アカウント”がある。公眾号には「訂閲号(購読アカウント)」、「服務号(サービスアカウント)」、「企業号(企業アカウント)」の 3 つがあり、個人か企業かを問わず開設することができる。公眾号は 2017 年 9 月時点で 350 万件以上あり、これらのアカウントをフォローしているファンは延べ 7.97 億人を越える。

### 3種類の公眾号の特徴

	閲読号 (購読アカウント)	服務号 (サービスアカウント)	企業号 (企業アカウント)
用途	情報発信	サービス提供	生産運営管理、社内連絡ツール
開設者	個人、企業、政府機関など	企業、政府機関など	企業、政府機関、その他組織など
フォロー	誰でも可	誰でも可	事前に設定したメンバーのみ可
プッシュ通知	1通/日	4通/月	無制限
メッセージの表示位置	購読フォルダー	チャットリスト	チャットリスト
決済機能	無(認証公眾号は一部利用可)	利用可	利用可

微信サイトよりクララオンライン作成

閲読号は情報発信を目的としたアカウントで、毎日 1 回の配信ができるためメディアがニュース速報を発信したり、企業や個人が宣伝をしたりするのに用いられることが多い。服務号は企業とユーザーの双方向コミュニケーションができるという特徴があり、

企業や商品の広報宣伝ツールとしてだけでなく、カスタマーサービス窓口としても利用されている。投稿はチャットリスト内に表示されるためユーザーの目に留まる確率が高く、決済機能も導入できることから多くの企業はこのアカウントを開設している。一方の企業号は特定のメンバーのみが利用可能な企業内部向け情報ツールであるため社外PR 目的で使われることはない。前述した企業微信は様々な機能を備えた単体の IM 製品だが、企業号は WeChat(微信)アプリの中で情報を検索、表示する付加サービスのな位置付けとなっている。



なお公衆号には、アカウントが本物であることを示す認証制度がある。企業の場合、公衆号プラットフォームから申請し、営業許可証等の資料をアップロードすれば数日で審査結果が出る。審査費用は 300 円で、毎年更新が必要となる。認証公衆号になると、メニューのカスタマイズ、広告出稿、「微小店」等へのショップ開設、決済システム導入など、公衆号の機能を拡張することができる。

### 3. 微信公衆号の活用例

今や巨大市場となった中国では、中国企業はもちろん、まだ中国に進出してない海

外ブランドまでもが WeChat(微信)を使った広告宣伝や販促、マーケティングを行っている。公衆アカウントを使ったプロモーションでは、自社商品の紹介やキャンペーン活動、セールのお知らせを行うのが一般的だ。

特に力を入れている有名海外ブランドの場合、創業からの歴史、職人の仕事ぶり、商品コレクション等を含めたブランドストーリーを紹介するコンテンツを充実させていることが多い。他にもイベントのライブ配信を行ったり、位置情報を元に店舗の近くに来たフォロワーに通知で来店を促したり、自社 EC サイトあるいは後述する微商城へ誘導したり、アプリのダウンロードを促したり、さらには採用活動まで行ったりしている。



過去には公衆アカウントで、フォロー後にアンケートに答えると抽選で賞品が当たるキャンペーンを実施

例えば無印良品は、「公衆アカウント+ミニプログラム+会員+決済+ビッグデータ+実店舗」というオンラインとオフラインの両面からファンを固定化する戦略を取っている。公衆アカウントでは、おすすめ商品の紹介やイベント案内を積極的に行っており、アカウントをフォローして同社の公式アプリ「MUJI passport」と紐づければ、ショッピングでたまるポイントがここに集約される。

さらに微信アプリ内のミニプログラム「MUJI 小程序」ではクーポン券がもらえる上、2018年1月18日からは全国にある約230の店舗すべてで微信のモバイル決済サービス「微信支付(WeChatPay)」が利用できるようになり、微信支付で支払えばポイントが倍になるといったメリットもある。今年1月に広東省深センにオープンした MUJI HOTEL は、公衆アカウントから直接予約して、微信支付で支払うことも可能だ。

#### 4. 企業が利用する WeChat 広告とは？

WeChat(微信)でより多くの消費者にリーチしたいのならば、WeChat 広告あるいはその他の Tencent サービスへの広告出稿も有効な中国向けプロモーション法の一つだ。

Tencent 独自のビッグデータ解析で、ユーザーの属性(年齢、性別、学歴、居住地等)、利用デバイス、検索履歴、興味関心などを元に正確にターゲティングできるため、高いリーチが望めるという。

WeChat 広告には、公衆号バナー広告(公衆号広告)とモーメンツ広告(朋友圈広告)がある。いずれも公衆号アカウントのフォロー促進、公式アプリのダウンロード促進、公式モバイルサイトや EC サイト等への誘導、クーポン配布といった用途に用いられる。

公衆号バナー広告は公衆号の記事下に広告を表示するもので、当該アカウントのフォロワーに効率よく PR することができる。2016 年の同社の資料によれば、広告は毎日のべ 20 億回も閲覧されており、平均クリック率は 1.9%となっている。一方のモーメンツ広告は、友人のメッセージ投稿と同じ位置に表示されるネイティブ広告で、Facebook のフィード広告のイメージに近い。「文字+画像」以外に「文字+動画」も可能で、通常のメッセージと同様に「いいね」やコメントをつけることができる。



公衆号バナー広告の表示位置

モーメンツ広告の表示位置

また Tencent が運営するインスタントメッセージサービスの「QQ」、ニュースポータル「騰訊新聞」、音楽配信サービスの「QQ 音楽」、SNS の「WW 空間」などへの広告出稿を選択することも可能だ。いずれのサービスも数億人規模のユーザーを抱えており、柔軟なターゲティング機能が備えられている。

## 5. 微信公衆号で様々なサービス提供も

「微商城(WeChat Mall)」というサードパーティのサービスを使えば、EC ショップをはじめとする様々なオンラインサービスを開設することができる。公衆号アカウントに紐づいたモバイルサービスであるため、公衆号アカウントや広告からの誘導が容易だと

微商城の紹介ページ <http://www.wsckj.com>

フォームと同様に、会員システム、支払い機能、商品管理、ショッピングカート、セール・キャンペーン機能等を備えている。ひな形には他にもホテルやレストラン、病院などで導入可能な予約システムの「微订单」、デリバリー注文システムの「微外卖」、共同購入クーポンを発行できる「微团购」等がある。機能数に応じて3タイプあり、サービス利用料金はそれぞれ年間1,800元、3,800元、16,800元となっている。

もちろん微商城のサービス運用だけを代行する企業も複数あり、海外企業も少ない負担で最大限にWeChat(微信)を活用できる環境が整っている。



微商城を利用した販売ページの例

- 本レポートに含まれる情報は一般的なご案内であり、包括的な内容であることを目的としておりません。また法律・条令の適用と影響は、具体的な状況によって大きく変化いたします。具体的な事業展開にあたってはクララオンライン コンサルティングサービスチームより御社の状況に特化したアドバイスをお求めになることをおすすめいたします。また本書の内容は2018年5月25日時点で編集されたものであり、その時点の法律及び情報、為替レートに基づいています。

本書はクララオンライン コンサルティングサービスチームにより作成されたものです。クララオンラインの中国、台湾、韓国、シンガポールなどアジア各国のインターネットコンサルティングサービスに関するお問い合わせは以下の連絡先までお気軽にご連絡ください。

asia@clara.ad.jp または +81(3)6704-0776