



2024年8月7日

各位

会社名 株式会社売れるネット広告社
代表者名 代表取締役社長 CEO 加藤公一レオ
(コード番号：9235 東証グロース)
問合せ先 取締役 CFO 植木原宗平
(TEL 092-834-5520)

中国マーケティング支援事業における提携 KOL 及び KOC1,500 人突破に関するお知らせ



株式会社売れるネット広告社（本社：福岡県福岡市、代表取締役社長 CEO：加藤公一レオ、東証グロース市場：証券コード 9235、以下 売れるネット広告社）は、当社子会社の売れる越境 EC 社がサービスを提供する、中国マーケティング支援事業における提携 KOL 及び KOC が 1,500 人を突破したことをお知らせいたします。

■KOL 及び KOC とは

KOL とは「Key Opinion Leader」の略称であり、専門的なジャンルにおいて自身の SNS 等で多数のフォロワーを抱えており、その専門的なジャンルの商品・サービスの発信を行う専門性を持ったインフルエンサーのことです。KOL は特定の業界等に関する専門性が高いことから、KOL の意見には説得力があるため消費者の購買行動に影響力を与える存在とされています。

また、KOC とは「Key Opinion Consumer」の略称であり、一般消費者として商品の口コミサイト等で影響力を持つ発信者のことです。KOC は KOL とは異なり専門性は高くなく、あくまで一消費者として試した商品に対する情報を発信しておりますが、同じ消費者としての目線で商品の評価を判断し発信を行っていることから、他消費者からは真実味があり、信憑性が高いと考えられており、こちらも一般消費者の購買行動に直接的な影響力を与える存在です。

中国における消費者の行動は「サーチ徹底型消費行動」であり、商品を検索して評価や口コミを徹底的に確認したうえで購買に至る傾向がございます。このような背景から、中国市場において、KOL 及び KOC マーケティングが急速に注目を集め、その重要性が高まっております。

■当社の強み

KOL 及び KOC を組織化し、効果的に活用するにはいくつかの課題がございます。KOC においては KOC となる消費者の発掘と育成が難しいことが挙げられます。また、KOL 及び KOC の信頼性を維持するためには、彼らとの持続的な関係構築が必要であり多大な労力と時間を要します。

このような課題に対し、当社では KOL 及び KOC マーケティングを成功させるうえで以下の強みを持っております。

1. 独自のネットワーク

当社は主要な SNS プラットフォームやコミュニティと強固なネットワークを築いており、候補者を迅速かつ効率的に発掘することが可能な体制を構築しております。

2. 専門的な育成プログラム

当社は候補者を育成するための専門的なプログラムを提供しており、彼らの影響力を最大限に引き出すサポートを行っています。

3. 持続的な関係構築

当社は KOL 及び KOC との持続的な関係を築くためのシステムを導入しており、長期的な協力関係を維持することができます。

4. データドリブンなアプローチ

当社はデータ解析に基づいたマーケティング戦略を駆使し、KOL 及び KOC の効果を最大化するための施策を提供しております。

中国のデジタルマーケティング市場において KOL 及び KOC マーケティングの重要性は今後も増していくと予想されております。当社としましては幅広いクライアントの商品を中国において販売するために、KOL 及び KOC との連携を強化し、よりパーソナライズされたマーケティング戦略を展開することで、競争優位性を確立する必要があると考えております。

今後も当社はこの分野での強みを生かし、KOL 及び KOC を組織化し効果的に活用する体制を強化することでサービス品質の向上を目指してまいります。

以 上