

中国インフルエンサーマーケティングの取引構造

— 3階層のインフルエンサーとステークホルダーの関係性をめぐって —

KDDI総合研究所 アナリスト

劉 亜菲

要約

本研究は中国インフルエンサーマーケティングの取引構造—インフルエンサーとMCN (Multi-channel Networks, インフルエンサーをタレントマネジメントする組織)、コンテンツ配信プラットフォーム、クライアント、フォロワーの各ステークホルダーとの関係性を解明することを目的とする。3階層のインフルエンサー (トップ, ミドル, ボトム) に対するインタビュー調査を行い、次の知見を得た。①3階層のインフルエンサーはフォロワー数、マネタイズ能力、専門化レベルの違いにより、MCN、プラットフォーム、クライアント、フォロワーと異なる関係性を持つ。②インフルエンサーのプロモーション効果に影響する外的要因として、各ステークホルダーがインフルエンサーに及ぼす影響力は階層ごとに濃淡がある。従って、有効なプロモーションの実現には、インフルエンサーの選定や起用ルート、プランニング・商品発売におけるインフルエンサーの関与などを階層別に検討する必要がある。

キーワード

ソーシャルメディア、インフルエンサーの階層化、有効なインフルエンサーマーケティング手法

I. 研究方法

本研究は2019年5月13日から14日にかけて上海市で、4名のインフルエンサー (Key Opinion Leader 略語 KOL) を対象に、それぞれ90分の1対1デプスインタビュー調査を行った。

II. 調査結果

異なる階層のインフルエンサーは所属MCN、プラットフォーム、クライアント、フォロワーとは多様な関係性を持つことがインタビュー調査を通じて明らかになった。その概況を表2に示している。

III. 考察

プラットフォームは①ストリーム誘導、②ホットピックアップ参加権限、③広告配信権限を通じて、インフルエンサーのプロモーション活動を支援・制約している。MCNはプラット

フォームと提携し、上記3つの権限を仲介することで、インフルエンサーへのコントロールを強めている。そのため、独自のクライアントと大きなファン基盤を持つトップインフルエンサーであっても、MCNに所属せざるを得ない局面に陥る。これは中国インフルエンサーマーケティングの産業化が進む一因である。一方、トップインフルエンサーはMCNとの交渉力が強い。フォロワーの増加や自身の権利保護を組織に頼るミドル・ボトムインフルエンサーはMCNに受ける管理と制限が大きい。インフルエンサーとクライアントとの間は双方向の選択関係であり、有名ブランドによるオファーはミドル・ボトムインフルエンサーの知名度向上に寄与する。プラットフォームのストリーム誘導に対して、ユーザーがコンテンツを取捨選択する能動性も無視できない。提言として、トップインフルエンサーのコンテンツは広範に受容・支持される可能性が大きい。ミドル・ボトムインフルエンサー同士の緊密な連携により、ジャンル・ファン層を跨ぐ拡散効果が期待できる。クライアントはトップインフルエンサー本人に直接オファーする場合は委託内容を協議しやすく、MCN

経路の場合はインフルエンサー本人との接触が制限されがちである。トップ・ミドルインフルエンサーはフォロワーの習慣嗜好に詳しいことから、プランニングや商品の発売において彼らのアドバイスを受け入れることが重要である。

主要引用文献

劉亜菲 (2019). 「中国人の対日消費におけるインフルエンサーマーケティングの実態—広告代理店インタビューを中心に」 KDDI 総合研究所公式ホームページ 2019年7月31日掲載

表-1 調査概要と対象者状況

対象者	A	B	C	D
年齢 / 性別	28 / 女性	25 / 女性	31 / 女性	34 / 女性
フォロワー数 (万) Weibo/Tiktok/Wechat /Red	105/1.3/37/1.1	30/ - / - /0.6	27/ - / - /0.4	173/19/5/11
出身地 / 学歴	上海 / 大学	上海 / 大学	江西省 / 大学	上海 / 大学
職業	KOLがメイン	企画	KOLがメイン	美術教師
活動年数 / 主要ジャンル	7年 / 旅行	1年 / 美食	7年 / 美容	6年 / ファッション

表-2 階層別から見るインフルエンサーと各ステークホルダーとの関係性

項目	共通点	トップ	ミドル	ボトム
MCN	サービス・管理を受ける	平等関係	従属関係	依存関係
PF	レコメンド・ホットトピックス参加権限, 広告配信権限に依存	共生関係	共生関係	依存関係
クライアント	相互選択, ウィンウィン関係	受託 / 提携関係	受託関係	受託関係
フォロワー	フォロワーとのインタラクションを実施	ファン基盤が厚く, ファンとの絆が強い	ファン流動性が高く, ジャンル・ファン層を跨ぐ KOL間の連携が緊密	ファン基盤が小さく, KOL間の連携が緊密