

ENGAWA

Building Shared Perspectives

中華圏（中国・香港・台湾）向け インフルエンサープロモーション企画のご案内

ENGAWA株式会社
〒160-0022 東京都新宿区新宿1-12-12 オスカカテリーナ2F

phone: 03-6432-9948
fax: 03-6438-9426

Web: <https://engawa.global>
<http://www.tokyoweekender.com/>



社名： ENGAWA株式会社
 設立日： 2015年12月1日
 資本金： 1億円
 代表取締役社長： 牛山隆信
 従業員数： 40名
 所在地： 東京都新宿区新宿1-12-12
 オスカカテリーナ2F
 E-mail： info@engawa.global
 Tel： 03-6432-9948

10カ国を超える多国籍のプロフェッショナル人材



Global Communication.

外国語メディア・広告事業

① 外国語メディアの運営

自社の外国語メディアの運用を通じた、消費者への情報提供。企業・自治体の情報発信支援

② 外国人インフルエンサー/KOL

外国語日本在住外国人インフルエンサーを核とした情報発信・マーケティング支援

③ 海外・インバウンド向けプロモーション・制作

国内外の外国人、訪日旅行者に向けたマーケティングコミュニケーション、WEB/動画/印刷物等の制作支援

Japan Brand Produce.

商品プロデュース・物販事業

④ 優れた日本商品・サービス向けアワード事業

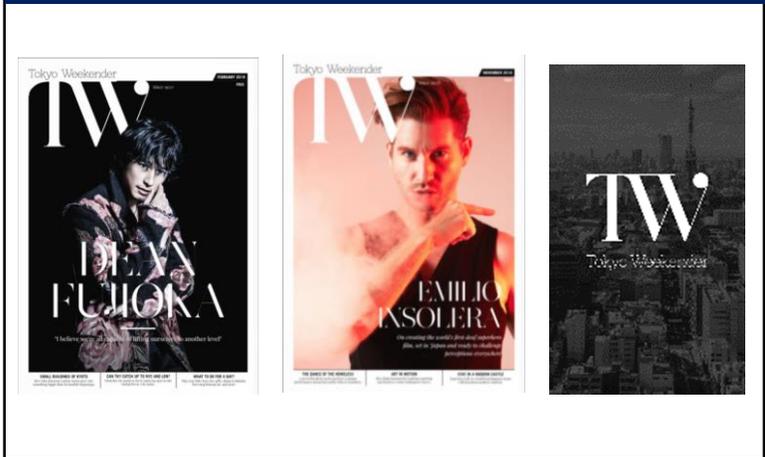
日本ならではの商品・サービスの募集・受賞認定を行う独自のアワード「OMOTENASHI Selection」の運営

⑤ 物販事業

日本らしい魅力ある商品の販売、卸、商品開発事業を展開

ENGAWA社は 日本の優れた商品・サービス・文化を発掘・プロデュースし、 海外および外国人に向けたマーケティング支援を行う専門会社です。

外国語メディア発行、広告・クリエイティブ制作事業



日本で1970年創刊以来、48年目を迎える日本で一番歴史のある外国人向け英字マガジン「Tokyo Weekender」を発行し、WEB、SNS等のメディアも通じた情報発信を行っています。日本在住の外国人富裕層やインバウンド旅行者に向けたプロモーションに有効なメディアとなっています。また、日本文化を理解した編集チームが外国人の視点で、各種クリエイティブツール・プロモーション施策を制作することも出来ます。

グローバルインフルエンサープロモーション事業



各種SNSや動画配信メディア等に多くのフォロワーを持つ国内外の外国人インフルエンサーの影響を活用し、お客様の商品・サービスをより効果的に訴求します。中国、台湾、東南アジアから欧米まで、お客様のニーズに合ったインフルエンサーのキャスティングが可能。また、「英語や中国語でSNSを始めたい」「海外のメディアへPRをかけたい」など、企業様のグローバルコミュニケーション戦略に対するソリューションを行っています。

AWARD・物販事業



日本在住の外国人を審査員として、“おもてなし”心あふれる商品・サービスを募集・発掘し、国内外にその魅力を発信するAWARD事業を行っています。見事「OMOTENASHI SELECTION」に認定された商品は、国内外のオンライン、オフラインでの売り場にて販路拡大のための支援を行っております。

**ENGAWA社では、10カ国以上の外国人従業員を抱え、全世界を網羅する
マスメディア・SNS・リアルイベント等各種プロモーションサービスをご提供しております**

英語圏
(欧米豪)

中華圏
(中国／香港／台湾)

その他海外
(韓国、東南アジア等)

マスメディア
プロモーション



約50年の歴史を持つ在日英字メディア

各現地メディアとの連携による
サービスのご提供

インフルエンサー
プロモーション



在住外国人会員組織



各国インフルエンサー



在住外国人インフルエンサー

ディレクション



弊社の最大の強みは、
インフルエンサーを単純に手配をするのではなく、**企業様の課題に合わせた最適な解決手法をご提案させていただくこと**です。

日本人スタッフが貴社の課題をお聞きし、現地出身ディレクターとインフルエンサーが連携をし、企画・ディレクションを行います。



【良くお聞きする日本企業側の課題】

- ・中国人や台湾人に対してのプロモーション手法がよくわからない。
- ・一度KOLプロモーションを実施したが、効果がよくわからなかった…
- ・越境ECに興味があるが、取り組み方がよくわからない…



日本人スタッフが貴社の課題設定をさせて頂き、
現地出身の弊社メンバーが現地人の目線で
課題解決の企画を立案いたします！

中国向けプロモーション

中国人訪日観光客へのアプローチは、旅マエでいかに情報を届け、旅ナカで目的外消費をしてもらうかがカギです。





WEIBO

中華人民共和国・新浪公司の運営するミニブログサイトである。TwitterとFacebookの要素を併せ持ち、中国全体のミニブログユーザーのうちの57%、投稿数にして87%を占めます。現在、中国で最も人気のあるウェブサイトの一つです。SINA Corporationは2009年8月に発足し、2016年9月時点で全世界6億人以上ユーザーを抱える中華圏最大のソーシャル・メディアであります。



一直播

微博と連動し、微博でライブ配信を実施する際に、実のプラットフォームとなります。



We Chat (微信)

WeChat (微信：読み方weixin、ウィーチャット) は、Tencent (騰訊) が2011年にリリースした、文字や音声、写真や動画、グループチャットなどでコミュニケーション通知が出来る無料メッセージアプリ。ユーザー数は中国国内約7億、世界で12億以上、月間アクティブユーザーは8.89億以上。中国人は携帯のボイスメッセージ機能 (音声メッセージ) を良く使う。名刺交換と一緒にWeChat IDを交換するなど、ビジネスの場面でも良く使用される。個人WeChatのQRコードを名刺に乗せている方も多く、また、決済機能サービスが進んでいる事から、コンビニ、タクシー、公共料金、映画チケットなど様々な場面での使い方がされており、LINEより生活インフラとして進んでいる。



REDBOOK

中国のモバイル特化型越境ECアプリ「小紅書 (RED)」はEC事業を開始して半年で売り上げが約133億円に拡大している。可処分所得が高く、国際感覚を持った高感度な中国女性ユーザーに支持されているという。コミュニティーユーザー数は1500万人。「@コスメ」を運営するアイスタイルやパナソニックとも戦略的提携を行っている。

- ・毎日3万件以上の商品レビューが投稿されるプラットフォーム
- ・安心感の高さでコンバージョンレートは9%に

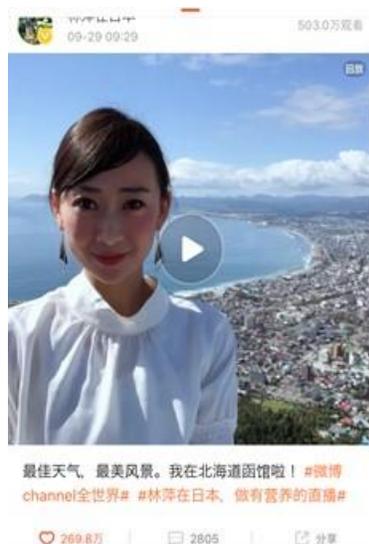


BILIBILI

bilibili (ビリビリ、中国語：哔哩哔哩) は、中華人民共和国の動画共有サイトである。B站や下記の特徴からビリビリ動画と呼ばれる。

ニコニコ動画が開発した弹幕と呼ばれる画面上にコメントを表示する機能を持つことが特徴であり、「bilibili弹幕網 (bilibili弹幕网)」と称される。

日本の番組と提携して正式コンテンツとして配信することがある。また、日本のアニメ系イベントに出展することもある。また、bilibiliに連携して遊べるゲームアプリも併設されている。中国国内の大手配信サイトとしてこれらや、他国のサブカルに関して生放送でイベントを行うこともある。



事例① 石川県金沢市 北陸名品紹介

ライブ配信（北陸名品PR）

配信時間：2018年12月10日

配信内容：北陸名品を宣伝するために、金沢の観光名所兼六園でライブ配信をスタートしました。金沢の「金箔文化」を紹介しながら、北陸の名品を視聴者に紹介しました。

再生閲覧：**259.6万回**

コメント：**1,947回以上**

いいね：**179万回**



※視聴QRコード

事例② 函館市 震災後初ライブ配信

ライブ配信（函館観光PR）

配信時間：2018年9月29日

配信内容：北海道震災後、初のライブ配信となりました。震災後の様子、函館市市民の熱意を視聴者に伝えました。「函館は大丈夫だ」というメッセージが伝わりました。

再生閲覧：**503万回**

コメント：**2805回以上**

いいね：**269.8万回**



※視聴QRコード

事例③ 六本木 CRAFT SAKE WEEK

ライブ配信（CRAFT SAKE WEEK）

配信時間：2018年4月27日

配信内容：日本酒の協議会である、『CRAFT SAKE WEEK』イベントに参加する様子をライブ配信で放送、日本酒の魅力を伝えながら、視聴者からの細かな質問も解答する内容で視聴数を増やしました。

再生閲覧：**253.7万回**

コメント：**1,980回以上**

いいね：**155.3万回**



※視聴QRコード



事例④ 阪急百貨店

ライブ配信（阪急百貨店）

配信時間：2018年06月16日
 配信内容：心齋橋をスタートし、大阪駅までを観光しながら百貨店に辿り着き、百貨店内にて販売している水着や夏向けのアイテム、レストランで販売している夏期限定のメニューを紹介致しました。
 地震後の大阪の安全性を伝える目的も兼ねており、視聴者からの質問も殺到致しました。

再生閲覧：**361.4万回**
 コメント：1,915回
 いいね：360.1万回



※視聴QRコード

事例⑤ キットカット

ライブ配信（キットカット）

配信時間：2018年9月13日
 配信内容：キットカットとカクテルのペアリングを体験できるインバウンド向け日本酒バーで商品を試食し、紹介致しました。限定バーをプロデュースした中田英寿さんを招いて、コラボレーション配信を致しました。

再生閲覧：**303.4万回**
 コメント：1,426回
 いいね：236.8万以上



※視聴QRコード

事例⑥ ROYCE

ライブ配信（ROYCEチョコレート）

配信時間：2018年6月22日
 配信内容：ROYCEの工場を見学し、新千歳空港ターミナルビルにある同ショップに行き、商品を紹介しました。
 中国で著名な俳優とのコラボレーションによる配信で、視聴者から大変好評を博しました。

再生閲覧：**353.9万回**
 コメント：1,994回以上
 いいね：299.2万回



※視聴QRコード



事例⑦ 再春館製薬

ライブ配信（再春館製薬）

配信時間：2017年7月29日

配信内容：再春館製薬のスキンケア商品の良さ、使い方を紹介しながら、視聴者の質問に解答致しました。

再生閲覧：91万回

コメント：337回以上

いいね：75.9万回



※視聴QRコード

事例⑧ 雪肌粹

ライブ配信（雪肌粹）

配信時間：2018年3月19日

配信内容：「突然、宿泊に来る友人」をテーマにして、モデルを務めている友人が使っている雪肌粹を紹介しました。

再生閲覧：211.6万回

コメント：1,375回

いいね：4.7万回以上



※視聴QRコード

事例⑨ KOSE

ライブ配信（KOSE）

配信時間：2018年3月22日

配信内容：薬局に行き、販売しているKOSEのスキンケア商品、メイクアップ商品、使い方を紹介しながら、視聴者の質問に解答致しました。

再生閲覧：196.7万回

コメント：1,142回以上

いいね：115万回



※視聴QRコード

クライアント：三菱地所アクアシティお台場
 アクアシティお台場誘致のPV動画製作、SNSで拡散
 実施内容：動画シナリオ、ロケ、編集、投稿。

林萍在日本
 1月28日 13:55 来自 微博 weibo.com
 @竹羊羊S 羊老师终于出片了！妹纸在大冬天穿了春装拍了在台场玩耍的视频，特别在大年初一送给大家啦！强烈推荐来东京的朋友去台场体验现代化的日本，座百合海路号可以拍到最美的彩虹大桥，还有摩天轮，自由女神像。这次逛的是台场的 AQUA CITY ODAIBA 周围，非常适合闺蜜和亲子半日游哦。林萍在日本的秒拍视频 @ 东京台场 #东京旅行# 收起全文 ^

7万次播放 | 1:59 / 4:07

阅读 21.8万 推广 | 169 | 48 | 79

SNS 投稿について

シェア : 169回
 コメント : 48回
 いいね : 79回
 閲覧数 : 28万回

Weibo系
 動画サイトMiaopaiで
 90万回 以上再生

• 配信URL:
<https://www.weibo.com/1593933550/EsUckvb4R?>



【参考】過去事例のご紹介 - メーカー

SNS口コミ投稿 (記事 & 動画)

クライアント: モンデリーズ
 ガム美容講座、新商品発売の検証動画製作、
 SNSで拡散
 実施内容: 動画シナリオ、ロケ、編集、投稿。

林萍在日本
 1-29 来自路人叔叔的iPhone 7 Plus 已编辑

前阵子见了一个日本的牙科卫生专家。她居然告诉我嚼口香糖并不会让咬肌变大，惊呆了好么！自此解锁了口香糖的正确打开方式。吼吼~快来get正确嚼法！感谢一直关注我的小伙伴，春节期间回馈大家，转发本条微博抽一个小伙伴送电动牙刷！具体奖品戳评论！#口香糖#林萍在日本的秒拍视频

嚼口香糖会让脸变大吗，正确的嚼口香糖的方式是怎样

脸会变大 这样就不好看了

开奖前 微博抽奖公示 查看结果
 微博抽奖平台全程监督

57.6万次观看

👍 546 💬 433 🏆 482

SNS 投稿について

シェア : 546回
 コメント : 433回
 いいね : 482回

Weibo系
 動画サイトMiaopaiで
<http://n.miaopai.com/media/tC4VtSjWa7Yq7liCs45atoY17Uh8Rnbx.htm>
 310万回 以上再生

- 配信URL:
<https://www.weibo.com/1593933550/Hebjbnyrk?>



中国在住KOLにより動画拡散

プロフィール資料	
アカウント名	小野妹子学吐槽
フォロワー数	17412114
紹介	日本情報について発信する有力ブロッガー
平均imp数	2500000
認証タイプ	有名人認証
配信形式	テキスト+動画
地域	中国大陸

小野妹子学吐槽
 1-30 来自微博 weibo.com

听说吃口香糖并不会让咬肌变大??! 所以这些年错过了那么多口香糖就我一个人么? 问一下大家, 都在啥时候特别想嚼口香糖呀? 春节出行去日本, 倒是可以寻找日本新发售的口香糖解馋。片尾recaldent今年的店内标志特别有中国年味。
 林萍在日本的秒拍视频

嚼口香糖会让脸变大吗，正确的嚼口香糖的方式是怎样

究竟口香糖会不会让咬肌变大 让脸变大

57.6万次观看

👍 342 💬 253 🏆 382

クライアント：通販コスメメーカー

例：商品のモニター体験

サンプル商品を実際試用して、商品の特徴を実際の感想にファンに伝え、試用している顔写真も披露。商品特性など、自身の目線で伝えつつ、販売リンクを口コミ投稿に入れて、購買促進活動を展開。

【効果】

- 閲覧数：27.6万人
- シェア：197回
- コメント：94回
- いいね：182回

中国人にとって、なじみの薄いブランドでしたが、認知度、イメージアップに寄与。
 発信直後、4万円相当の商品、24セット分の注文を中国ECサイト経由で獲得。

林萍在日本 1月31日 14:39 来自 360安全浏览器
 这次给大家介绍一个来自熊本解故乡，日本老字号抗老护肤品牌再春馆的Domohorn Wrinkle。
 他家主打抗皱去斑，推荐30岁开始使用。
 很多日本人推荐他家的产品，这次入了一套准备好好保养一下。我收到的是7款产品分。分别是「准备2点套组」卸妆凝露、洁颜霜 → 「基本4点套组」保湿液、美活肌精华、乳霜20、保护乳液—防晒（光对策美肌修护霜）。
 1号卸妆凝露：推荐先卸妆油太腻又嫌卸妆乳卸的不够干净的同学。洗完之后不干不油，还相当滋润，超级强大，可以说印象深刻。
 2号洁颜霜：泡沫非常丰富绵柔，洗完后水水的，有透明感。
 6号乳霜20：乳霜20是这个牌子最经典的明星商品，里面含有胶原蛋白成分，可以给肌肤光泽感和弹力。
 8号光对策美肌修护霜：自带高防晒，可有效阻挡来自紫外线的伤害。有一定的修饰肤色的效果，上完修护霜，整个脸部都在发光！
 现在订购这个套组不仅有超多小样赠送，还能get限定的Kumamon杯！
 详情请戳 [网页链接](#) 收起全文

阅读 27.5万 推广 | 197 94 162

・ライブ配信中にREDBOOKの購入画面をユーザーに提示し、購入可能なリンクをリアルタイムでコメントし、購入ルート全般を告知することでユーザーの購買意欲を掻き立て、効率良くコンバージョンすることが可能。

・REDBOOKの誘導ルートパネルを露出し、コンバージョン率を上げる。

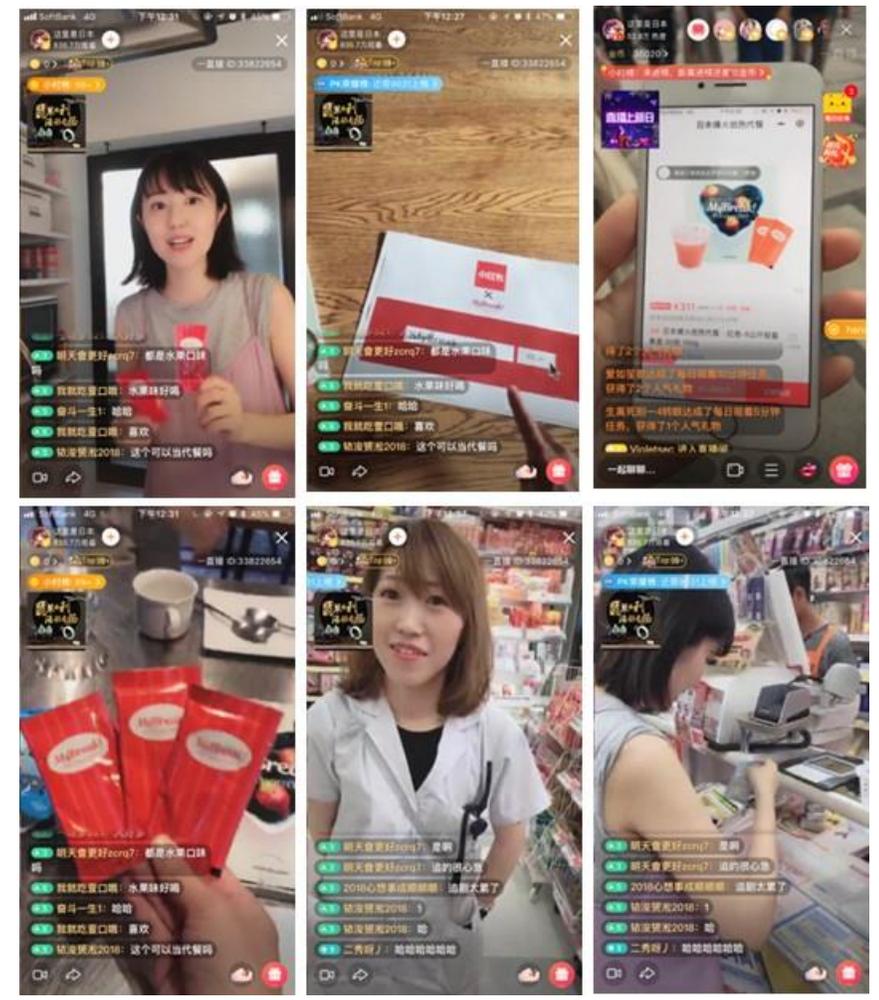
・微博のコメント欄でREDBOOKのリンクを最前列に置き、微博コメントを見るユーザーがREDBOOKの公式店舗に直接送客することもできる。



越境ECサイトリンク埋め込み

ライブ配信 (Mybreak)
 配信時間: 2018年08月28日
 配信内容: 薬局で「ダイエット商品を探しに行く」というテーマで、Mybreakの前商品を紹介し、日本国内購入店舗への誘導を実施と海外で購入できるECサイトを紹介しました。

再生閲覧: **835.6万回**
 コメント: **2158回**
 いいね: **526.8万回以上**



様々な案件のご対応をして参りました、経験豊富な弊社連携の現地出身のKOLが、お客さまの課題を解決するためのコンサルティングサービスをご提供させていただきます。

中華圏に向けたプロモーションに関するお悩みや、課題の解決に向け、貴社課題の解決方法を弊社より ご提示させて頂き、より一層の事業発展に向けてサポートさせて頂くサービスです。

【サービス概要】

- ・名称：コンサルティングサービス
- ・内容
 - 弊社在籍の経験豊富な中華圏KOLによるコンサルティングサービス。
 - 1回2時間程度のコンサルティングを行わせて頂くメニューです。
(実施する内容は、各社様のご状況に合わせて事前にご相談させていただきます。)
- ・費用：1回 20万円（税抜）



中国向け主要越境EC3サイトに商品単位で出品するサービスをスタート



圧倒的な知名度の阿里巴巴が運営する 品揃えNo.1のECモール

売上高中国No.1小売業

口コミ+EC機能で、20~30代の女性に圧倒的な支持

2018年越境ECモール市場シェア	24.0%
アクティブユーザー数	6.9億人

2018年越境ECモール市場シェア	13.2%
アクティブユーザー数	3.5億人

2018年越境ECモール市場シェア	7.3%
アクティブユーザー数	3500万人

出展：iimedia Research

台湾・香港向けプロモーション

最大
100万人
にリーチ可能

圧倒的な拡散力



台湾・香港人はSNS（特にFacebook、Instagram）の使用率が極めて高いため、PRする際、SNSは施策の重点になる。KOLのファン数によって、1度の発信で**～100万人にリーチ**することができ、内容によっては**数百回シェア**されることもあります。主に日本について発信をしているKOLを選べば、日本に興味のある人々に絞ってリーチすることができます。



高い信頼度

いいね数の多いKOLとはいえ、普通の一般人なので、芸能人などよりも**身近な存在**です。彼らの発信する情報は信頼度が高く、ファンに安心感を与えます。よって、より直接的な購買につながりやすくなっています。

テレビ

Japan Walker

発行部数：月10万部

台湾角川が発行する台湾で最も知名度の高い、かつ信頼性の高い日本旅行専門誌。初めて日本に行く人からFIT層向けの裏スポット情報まで、グルメ、ショッピング情報など最新の日本情報を掲載。

TO'GO

発行部数：月6.5万部

旅行が好き、新しい事にチャレンジしたい人、また海外個人旅行が好きな人に対し発行する旅行情報誌。



新聞

JUKSY 街星

FBフォロワー数：149万人

台湾で最も人気のある総合Webメディア、10代～30代の台湾人若者に影響力が高い。台湾をはじめ、世界で流行している物や情報を掲載。



niousnews 妞新聞

FBフォロワー数：110万人

女性のまだ知らない最新や面白い情報を中心とした、台湾最大級WEBガールズメディア。自社モデルがいるため、女性が好きなインスタ映えスポットを紹介し、人気を得ている。



雑誌

WEB媒体

台湾のメディア200媒体以上に直接配信！

台湾プレスリリース配信サービス



最も親日な国と言われる台湾。国民全体的に日本への関心が高く、台湾で売っていない日本製品でも旅行の際に購入できるように、メディアで積極的に情報収集が行われます。よって台湾に特化したアプローチは売上アップにも効果的です。

ENGAWAでは、台湾向けのプロモーションを数多くいただいております。ご要望に応じて台湾向けのプレスリリース配信パッケージをご提供しております。

また、台湾メディアのキャラバンや日本へのプレスツアー招致などの企画も手掛けておりますので、ご要望に併せてご提案させていただきます。

**その他多数のメディアと提携しております。
お客様のご希望に合う現地メディアをご紹介します。**

※フォロワー数は2018年8月現在

観光・文化系

化粧品・ドラッグ

電気製品

生活用品・お菓子

上田太太 上甜生活

FBフォロワー数：20万6千人

日本人と結婚した台湾女性で、手作りキャラ弁や夫婦の日常生活、日本の文化や観光について発信し、人気を得ている。



漢娜在翻譯

FBフォロワー数：30万5千人

日本語・中国語の翻訳家。普段は翻訳の仕事をしなが、日本の各地へ旅行し、その旅の情報と翻訳の豆知識を合わせてファンに紹介。



日本。私旅行

FBフォロワー数：11万8千人

日本各地の観光情報を紹介する台湾人KOLである。個人旅行者がよく利用する交通手段の紹介や、ホテル、民泊の情報など裏スポットを投稿し、人気が高い。



大方瘋普雷~Crazy Play~

FBフォロワー数：19万8千人

グルメが大好きブロガー。台湾の旅行情報を始め、世界の観光スポットを多く紹介し、その中特に日本の記事が最も多くて、読者から人気を得ている。



Banbi 美食旅遊

FBフォロワー数：4万人

撮影しながら、自分の生活を記録してるグルメインスタグラマー。写真がきれいなため、インスタ映えやレストラン探しの参考としてInstagramでは非常に人気がある。



三小a的隨手拍寫

FBフォロワー数：4万人

日本の面白いものや各地の観光情報を自分のカメラで記録・紹介し、また自分で撮った写真及び旅行記事を出版し、作家としても活躍してる。



その他多数のKOLと提携しております。
お客様のご希望に合うKOLをご紹介します。

※フォロワー数は2018年8月現在

コンテンツ拡散



商品サンプリングや新サービス、ニュース、キャンペーン、観光スポットなどの写真や動画を拡散してもらいます。
そのまま観光地・店舗への誘導、また商品販売ページへのリンクもでき、実売につながることも可能です。

動画作成、ライブ配信



新商品をレビューする様子を生中継することで、**リアルタイムにフォロワーに情報を届けることができます。**
 イベントの様子を生中継してもらえば、**イベントへの動員にもつながります。**

※ライブ配信ではゲーム、アパレル、料理類が人気。

日本取材・イベント体験配信



KOLが実際に観光地やイベント会場に訪れ、商品を目で見て触ってからSNSで拡散してもらいます。
 ファンがKOLの正直な意見を聞いてから購買を決めることができる上、**台湾人消費者からのフィードバックを得ることができます。**

台湾・香港現地イベント



台湾・香港現地で開催するイベントにKOLを招請することで、**イベントの告知やイベントへの集客**ができます。結果、実売につながることを期待できます。

KOLによる**現地セミナー**の開催も可能。

【参考】過去事例のご紹介 – 台湾向け、中国語繁体字SNSの運用代行

弊社台湾人スタッフにより、経験豊富なSNSアカウント運営者の知恵で、ネイティブな目線でSNSの運用代行いたします。

＜実績一例＞



千葉県、岩手県の県公式観光情報を中国語繁体字Facebookページで紹介。短期間にフォロワー数上昇。

期間：3か月～長期

対応プラットフォーム：Facebook、Instagram

内容：SNSアカウントの立ち上げ、企画、運用、コンサルティング業務

予算：1アカウント30万円～/月、月間4回投稿

※写真素材、日本語テキストをご用意いただく場合の金額設定です。※内容によってご提案します。

香港・台湾の影響力のあるインフルエンサーやプレス関係者等を招へいし、福島県の安全・安心の取組や県産農林水産物の魅力などを発信する。ショートムービー撮影および拡散業務を実施。

■ 福島県の香港・台湾向け福島県風評払拭案件を受託
 ※平成29年度、平成30年度、2年連続受託



福島県での視察



動画作成・拡散



相較於輿論，專業媒體報導，是更多人擔心的風評安撫橋樑。如上述，這群專業媒體，雖然只是一個單點的旅行攝影計畫，第一次將福島產出福島縣產食品安全的確鑿，這不僅是於新聞報導，也之外，專業一途對於客群，一而之外，再從媒體這層面向下的傳播層面，即也佔全球總產量80-90%的國家也都不容忽視，二所以能自己以此種媒體報導地區，會使媒體了解一節，分第一節是已知的資訊。

也因此，這篇文章將和這份單點旅行行程結合，藉助專業，不僅是個人對專業媒體，實心必多，也實對世界各國，親自到訪者中已閱讀過多，先將部分篇幅，與不會再繼續更新，與大家會吧。

現今的輿論，專業媒體仍佔日本第一，其中又以相州、千葉（東北和權及權地），更佔佔高產出額，佔了約80%；另外千葉也常佔日本的13%，其中以千葉、千葉縣及千葉縣產出。



雜誌・WEBに掲載

