

第 36 回 中国インターネット発展情報統計

(抜粋・参考訳)

株式会社クララオンライン
コンサルティングサービス

<本調査について>

中国インターネット発展情報統計（中国互連ネットワーク発展状況統計報告）は、中国政府が管轄する中国互連ネットワーク信息中心（CNNIC）が発行する調査レポートで、1997 年より毎年 1 月と 7 月の年 2 回発表されている。

今回の調査期間は 2015 年 6 月 30 日までとし、全国 31 の省・自治区・直轄市に定住する 6 歳以上の住民を対象としている。個人ユーザーに関する調査では、固定電話契約者と携帯電話契約者それぞれ 1.5 万人、合計 3 万人を無作為に抽出し、コンピュータを用いた電話調査（CATI）を行っている。

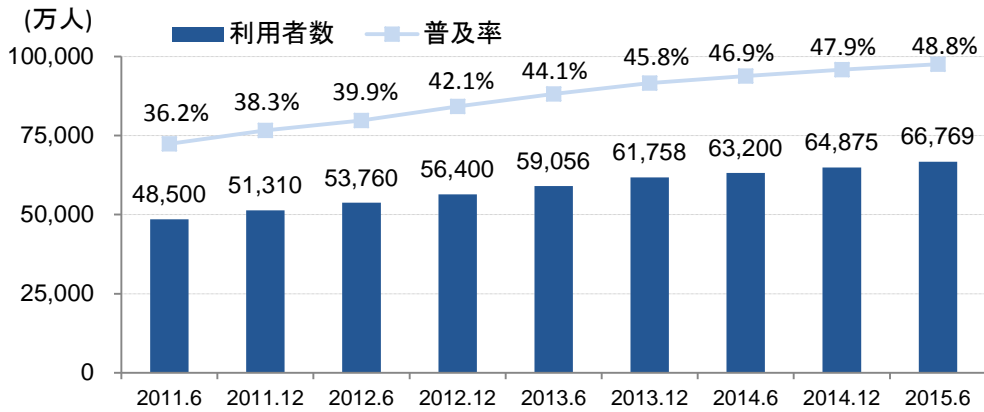
また調査レポートでは、インターネット利用者について「過去半年以内にインターネットを利用した 6 歳以上の中国住民」と定義しており、モバイルインターネット利用者については「過去半年以内に携帯電話などで接続してインターネットを利用したユーザーで、携帯電話のみでの利用に限らない」、パソコンインターネット利用者については「過去半年以内にパソコンなどで接続してインターネットを利用したユーザーで、パソコンのみでの利用に限らない」と定めている。

なおこの調査の対象地域は中国大陸に限られており、香港、マカオ、台湾はデータに含まれていない。

1. インターネット利用者数

2015 年 6 月末時点の中国のインターネット利用者数は 6.68 億人で、1-6 月の半年間に 1894 万人増加した。インターネットの普及率は 48.8%で、2014 年末に比べて 0.9 ポイント上昇した。普及率の増加幅は引き続き縮小している。

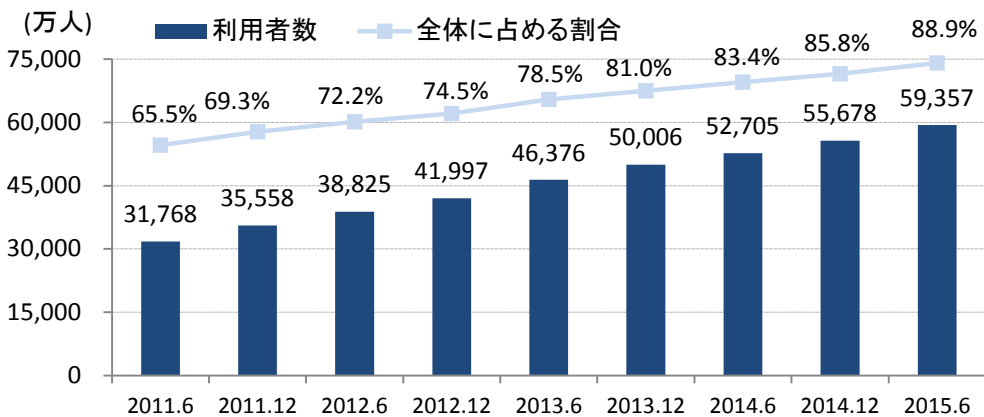
中国のインターネット利用者数とインターネット普及率



Source: CNNIC 2015.6

また2015年6月末時点の中国のモバイルインターネット利用者数は5.94億人で、2014年末から3679万人増加した。インターネット利用者全体に占める割合は、2014年末の85.8%から88.9%に上昇している。

モバイルインターネット利用者数と全体に占める割合

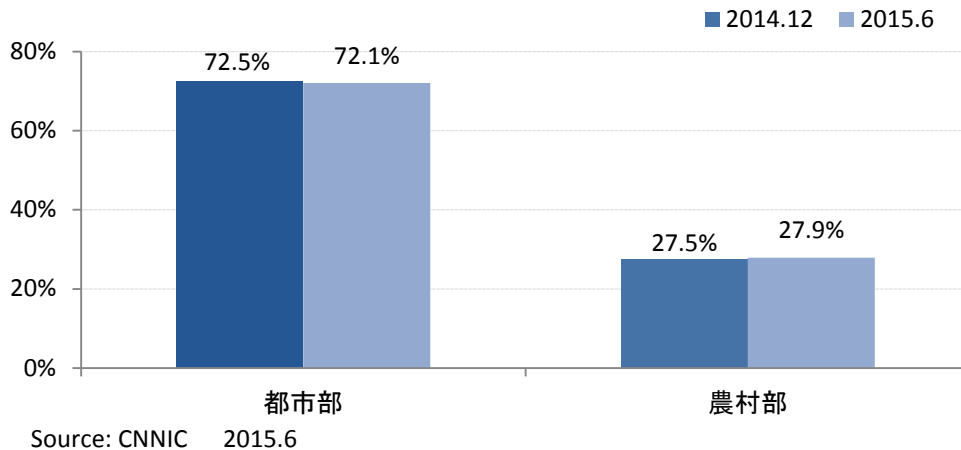


Source: CNNIC 2015.6

スマートフォンやタブレット端末がさらに普及すると同時に、ネットワーク環境の整備が進み、さまざまなアプリが登場していることが相互に作用し、モバイルインターネットの利用者は引き続き増加している。特に2015年上半期は、通信キャリア各社がデータ通信料金の引き下げを発表し、MVNOも解禁されたことから、モバイルインターネットがより手軽に利用できるようになった。

インターネット利用者を居住地別にみると農村住民の割合は27.9%で、1.86億人となり、2014年末に比べて800万人増加した。都市部と農村部のインターネット普及率はそれぞれ64.2%と30.1%となっている。

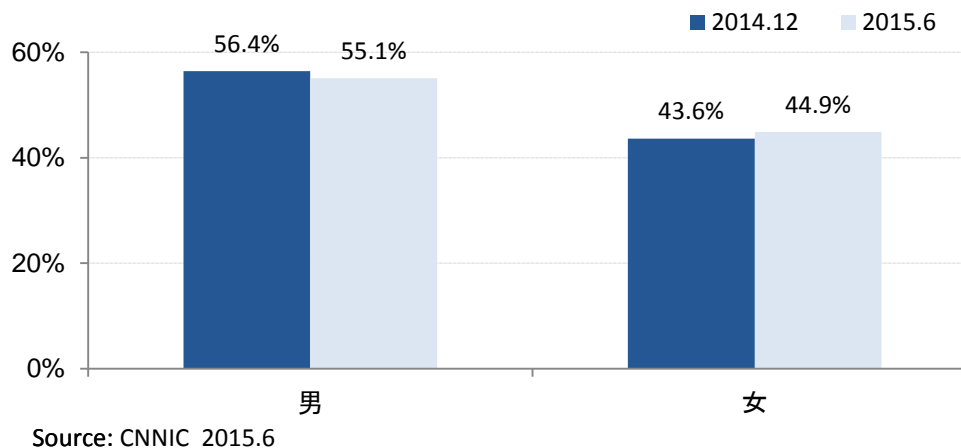
インターネット利用者の居住地



2. インターネット利用者の特徴

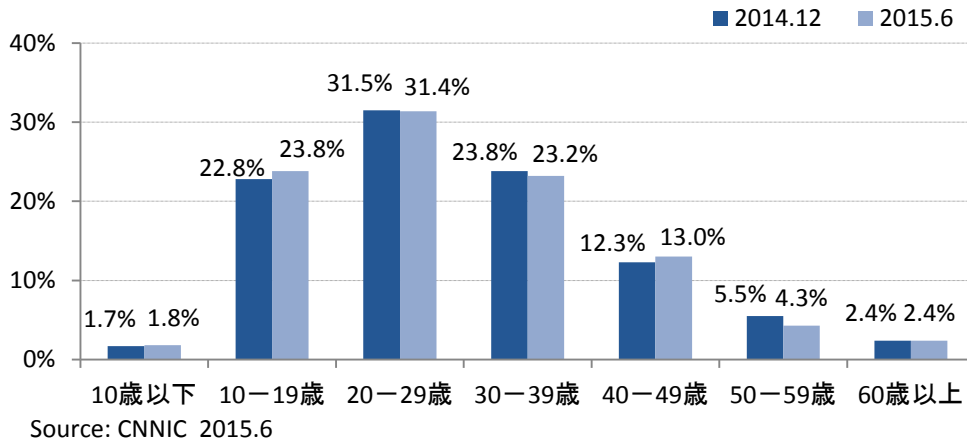
2015年6月末時点のインターネット利用者の男女比率は55.1：44.9で、女性の利用が1.3ポイント伸びていることが分かった。

インターネット利用者の性別構成



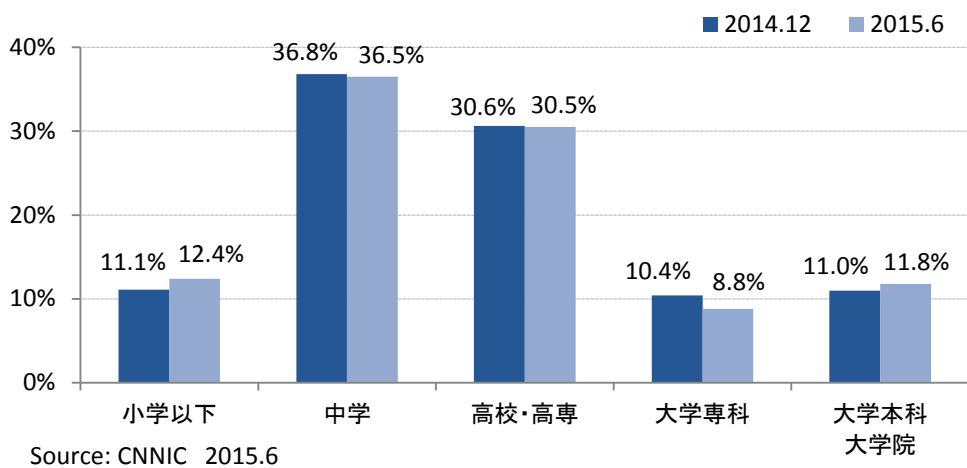
インターネット利用者の年齢構成を見ると、10-39歳が全体の78.4%を占めており、このうち20-29歳は31.4%に達する。2014年末に比べて10-19歳の層が1.0ポイント伸びており、低年齢層の利用者が拡大していることがわかった。

インターネット利用者の年齢構成



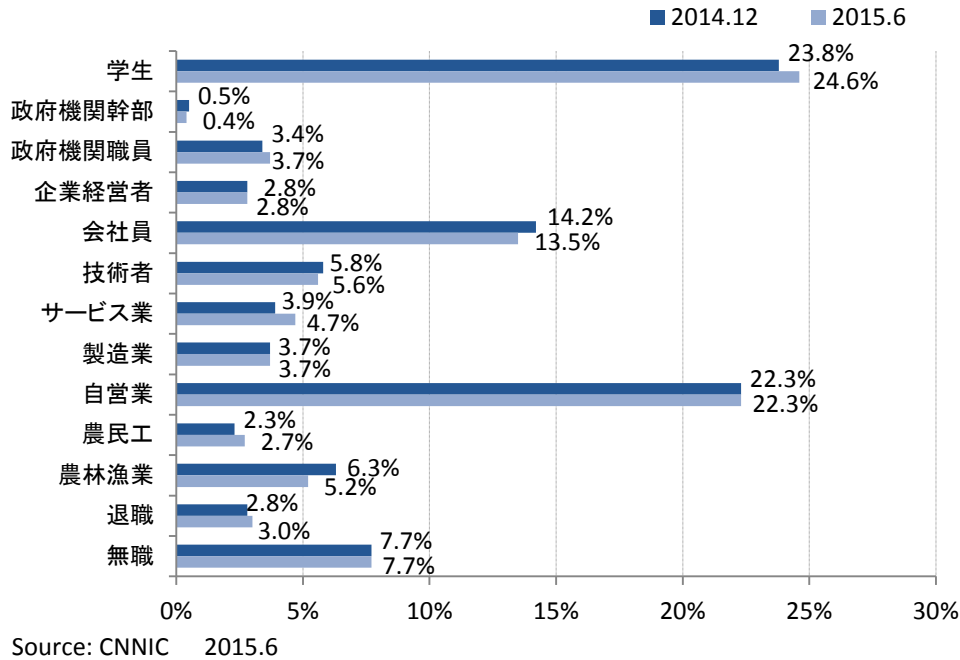
学歴別では、小学以下が12.4%となり2014年末に比べ1.3ポイント増加した。一方で大学専科が1.6ポイントも下げている。

インターネット利用者の学歴構成



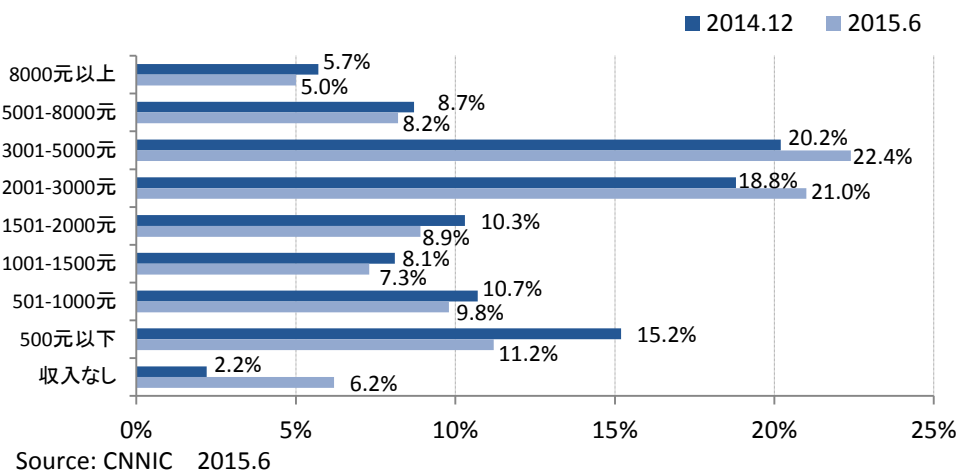
職業別では、学生のインターネット利用者が最も多い24.6%で、続いて自営業の人が22.3%、会社員が13.5%だった。

インターネット利用者の職業構成



月収別では、2001-3000元と3001-5000元の層が最も多く、それぞれ21.0%と22.4%を占めている。500元以下の層が4.0ポイント減少した一方で、収入なしの層が4.0ポイント増加している。

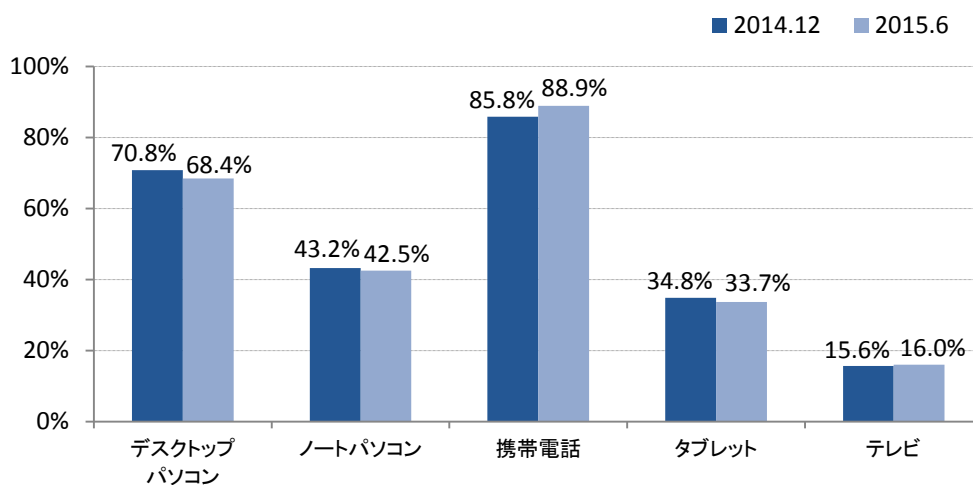
インターネット利用者の月収別比率



3. インターネット接続方法

携帯電話からインターネットをする人は2014年末に比べ3.1ポイント増えて88.9%に達した。一方でデスクトップパソコンとノートパソコンからの利用者はそれぞれ2.4ポイントと0.7ポイント減少しており、携帯電話への移行がみてとれる。またテレビでインターネットを利用する人もわずかに増加しており16.0%になった。

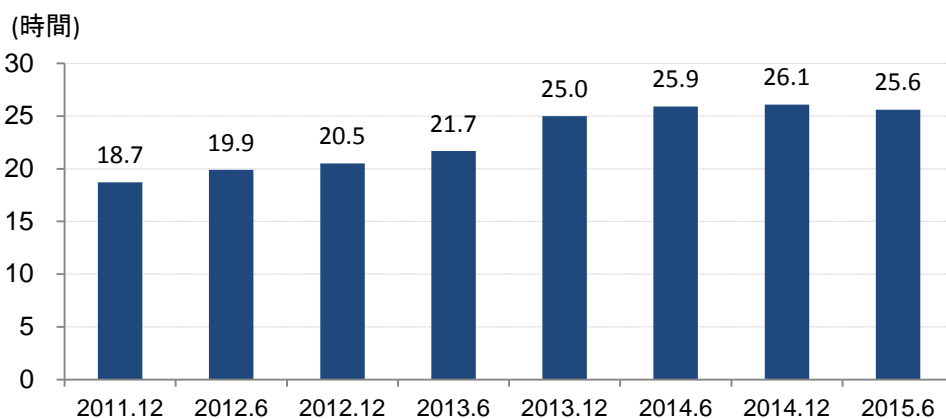
利用するインターネット接続機器(複数回答)



Source: CNNIC 2015.6

また利用者1人当たりの1週間の平均利用時間は25.6時間で、2014年末に比べて0.5時間減少した。

週平均インターネット利用時間



Source: CNNIC 2015.6

4. 各種インターネットサービスの利用状況

各種インターネットサービスの利用状況を見ると、インスタントメッセージや検索の利用率はそろそろ飽和状態となっているが、ショッピングや旅行予約とそれに必要なネットバンキングが新たな成長の柱となっている。娯楽ジャンルのサービスは引き続き安定した成長を続けており、特に動画とゲームが好調に推移している。

インターネットサービス	2015年6月		2014年12月		成長率
	利用者数(万人)	利用率	利用者数(万人)	利用率	
インスタントメッセージ	60,626	90.8%	58,776	90.6%	3.1%
ニュース	55,467	83.1%	51,894	80.0%	6.9%
検索エンジン	53,615	80.3%	52,223	80.5%	2.7%
音楽	48,046	72.0%	47,807	73.7%	0.5%
ブログ	47,457	71.1%	46,679	72.0%	1.7%
動画	46,121	69.1%	43,298	66.7%	6.5%
ゲーム	38,021	56.9%	36,585	56.4%	3.9%
ショッピング	37,391	56.0%	36,142	55.7%	3.5%
SNS	20,432	30.6%	24,884	38.4%	-17.9%
文学	28,467	42.6%	29,385	45.3%	-3.1%
決済	35,886	53.7%	30,431	46.9%	17.9%
Eメール	24,511	36.7%	25,178	38.8%	-2.6%
ネットバンキング	30,696	46.0%	28,214	43.5%	8.8%
旅行予約	22,903	34.3%	22,173	34.2%	3.3%
共同購入	17,639	26.4%	17,267	26.6%	2.2%
BBS	12,007	18.0%	12,908	19.9%	-7.0%
株式投資	5,628	8.4%	3,819	5.9%	47.4%
ネット理財	7,849	11.8%	7,849	12.1%	0.0%

またモバイル機器からのインターネットサービス利用に限ってみると、微信(WeChat)をはじめとするインスタントメッセージの利用率が91.0%に達し、ほぼ飽和状態となっている。またショッピングが14.5%の伸びとなり、併せて決済サービスも26.9%の成長となった。いずれも利用率は半数以下にとどまっており、今後さらなる利用者の増加が見込まれる。特に上半期は金融政策が緩和された影響もあり、モバイルからの株式投資が89.9%の勢いで急成長を遂げている。

モバイル向け インターネットサービス	2015年6月		2014年12月		成長率
	利用者数(万人)	利用率	利用者数(万人)	利用率	
インスタントメッセージ	54,018	91.0%	50,762	91.2%	6.4%
検索エンジン	45,434	76.5%	42,914	77.1%	5.9%
ニュース	45,959	77.4%	41,539	74.6%	10.6%
音楽	38,556	65.0%	36,642	65.8%	5.2%
動画	35,434	59.7%	31,280	56.2%	13.3%
ゲーム	26,699	45.0%	24,823	44.6%	7.6%
ショッピング	27,041	45.6%	23,609	42.4%	14.5%
文学	24,908	42.0%	22,626	40.6%	10.1%
決済	27,579	46.5%	21,739	39.0%	26.9%
ネットバンキング	21,471	36.2%	19,813	35.6%	8.4%
微博	16,227	27.3%	17,083	30.7%	-5.0%
Eメール	14,228	24.0%	14,040	25.2%	1.3%
旅行予約	16,772	28.3%	13,422	24.1%	25.0%
共同購入	12,906	21.7%	11,872	21.3%	8.7%
BBS	7,662	12.9%	7,571	13.6%	1.2%
株式投資	3,695	6.2%	1,947	3.5%	89.8%

「第36次中国インターネット発展状況統計報告」(中国語、全文)

<http://cnnic.com.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201507/P020150723549500667087.pdf>

- 本レポートに含まれる情報は、中国インターネット信息中心発行の「第36次中国インターネット発展状況統計報告」(2015年7月)をクララオンラインが一部抜粋し、理解を助ける参考訳としてご案内するものですので、詳細は必ず原文でご確認ください。中国インターネット信息中心 <http://cnnic.com.cn/>
- また本レポートに含まれる情報は、包括的な内容であることを目的としておりません。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2015年9月1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