

## 第 37 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（中国互聯網絡発展状況統計報告）は、中国政府が管轄する中国互聯網絡信息中心（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 12 月 31 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 3 万人、合計 6 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。

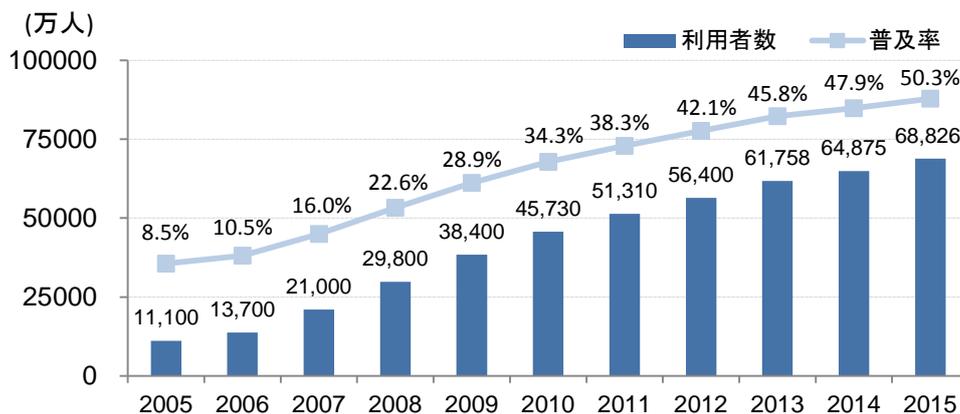
また調査レポートでは、インターネット利用者について「過去半年以内にインターネットを利用した 6 歳以上の中国住民」と定義しており、モバイルインターネット利用者については「過去半年以内に携帯電話などからインターネットを利用したユーザーで、携帯電話のみの利用に限らない」、パソコンインターネット利用者については「過去半年以内にパソコンなどからインターネットを利用したユーザーで、パソコンのみの利用に限らない」と定めている。

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 12 月末時点の中国のインターネット利用者数は 6.88 億人で、この 1 年間に 3951 万人増加した。インターネットの普及率は 50.3%で、2014 年末に比べて 2.4 ポイント上昇している。普及率は初めて 50%を超えた。

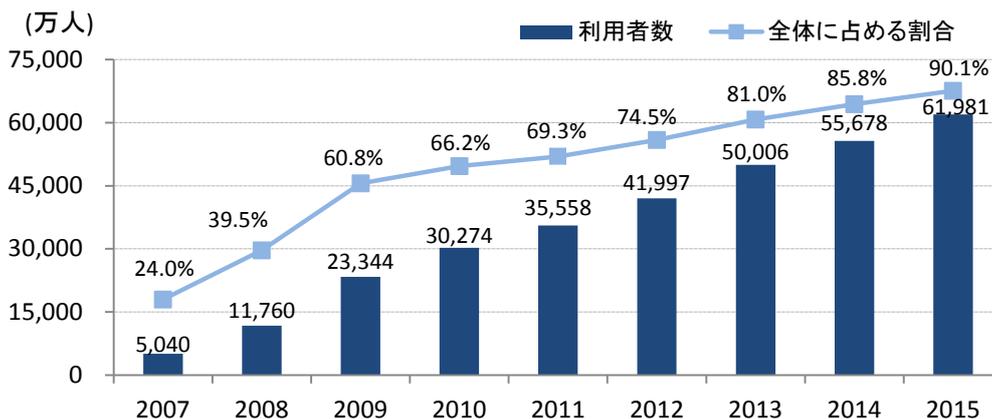
## 中国のインターネット利用者数とインターネット普及率



Source: CNNIC 2015.12

また 2015 年 12 月末時点の中国のモバイルインターネット利用者数は 6.20 億人で、2014 年末から 6303 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 90.1% 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

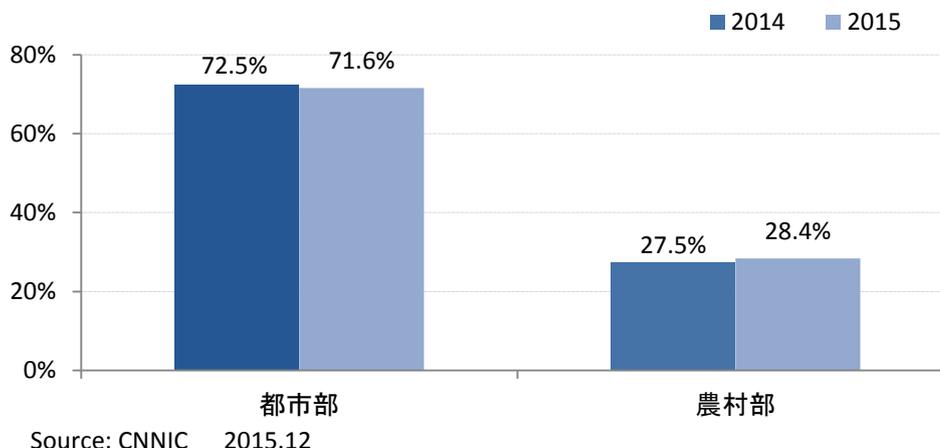


Source: CNNIC 2015.12

新規インターネット利用者の増加をけん引するのは引き続きスマートフォンを中心としたモバイル端末だ。スマートフォンのみでインターネットを利用している人は 1.27 億人で、インターネット利用者全体の 18.5% を占めている。様々な新サービスの登場でモバイルインターネットが全く新しい社会生活のスタイルを生み出し、利用者の日常生活を変化させている。今後はより身近で生活に密着したサービスが誕生し、3-4 級都市や農村地域の住民の間でも利用が増えていくことが予想される。

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 28.4%で、2014 年末に比べて 1694 万人増加し 1.95 億人となった。一方の都市部住民の割合は 72.5%で、2014 年末より 2257 万人増加し 4.93 億人となっている。

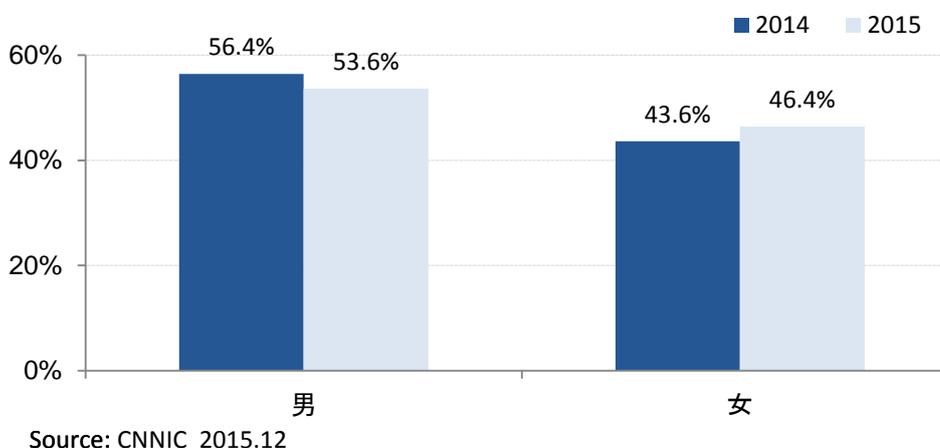
### インターネット利用者の居住地



## 2. インターネット利用者の特徴

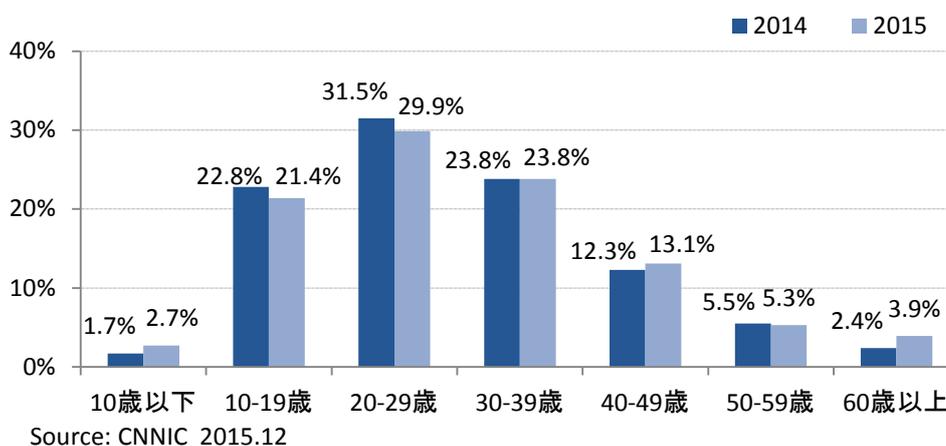
2015 年 12 月末時点のインターネット利用者の男女比率は 53.6 : 46.4 で、女性の利用がわずかに増えバランスが改善した。

### インターネット利用者の性別構成



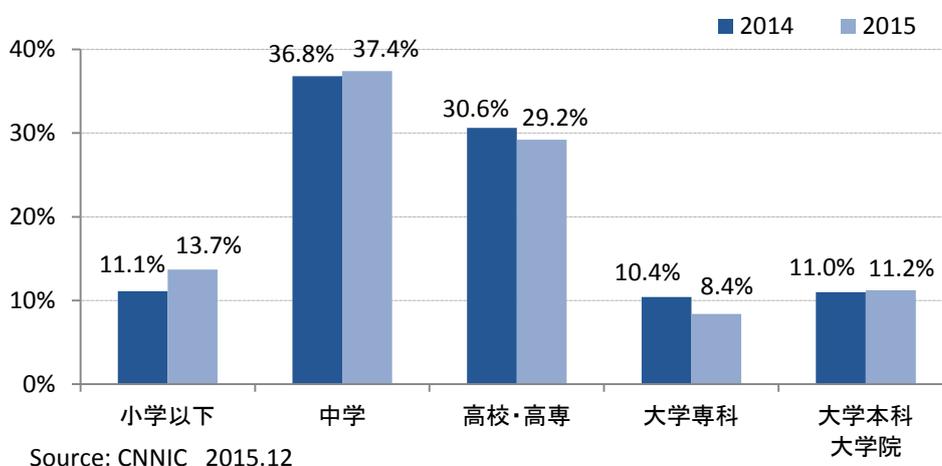
インターネット利用者の年齢構成を見ると、10-39歳が全体の75.1%を占め、このうち20-29歳が最も多い29.9%となっている。10-19歳、30-39歳の割合はそれぞれ21.4%と23.8%となった。2014年末と比べて、10歳以下の低年齢層と40歳以下の中高年層で利用者が増加している。

### インターネット利用者の年齢構成



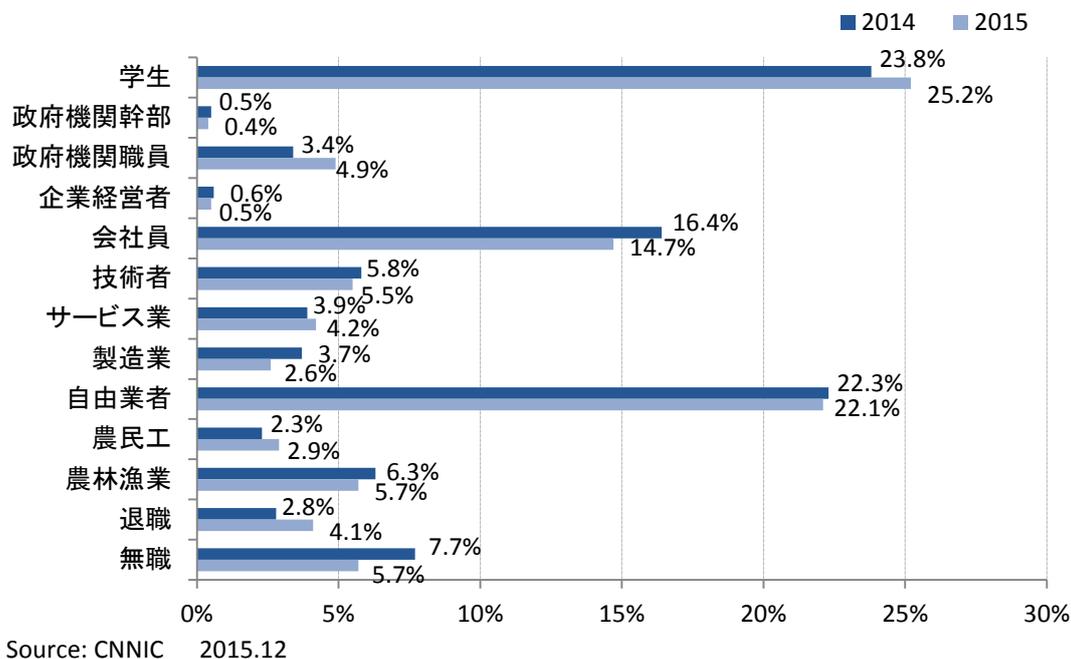
学歴別では、中学程度の利用者が最も多く、中学と高校・高専の割合はそれぞれ37.4%と29.2%だった。2014年末と比べて小学以下の割合が2.6ポイントも上昇しており、低学歴の層にまでインターネットが浸透しつつあることが分かる。

### インターネット利用者の学歴構成



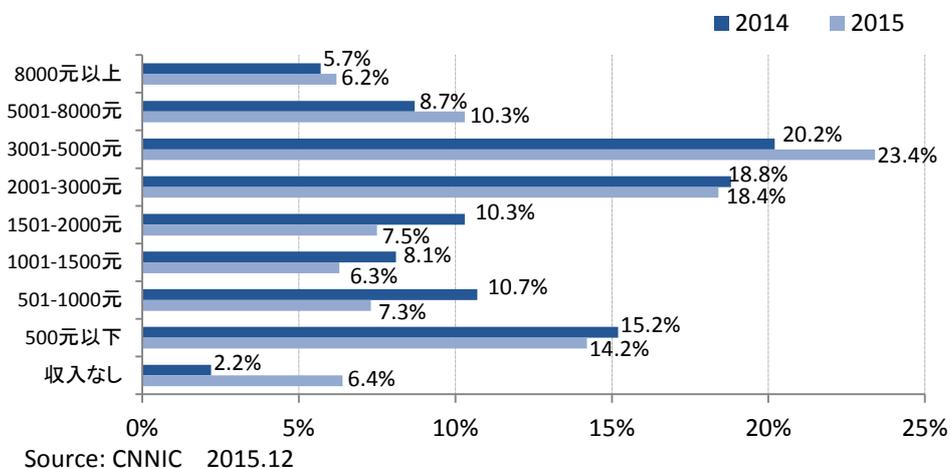
職業別では、学生が最も多い25.2%を占め、自由業者の22.1%が続いた。

## 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18.4%と23.4%を占めている。社会経済の発展によってインターネット利用者の収入水準も徐々に上がっており、2014年末と比べて3000元以上の層が5.4ポイントも増えている。

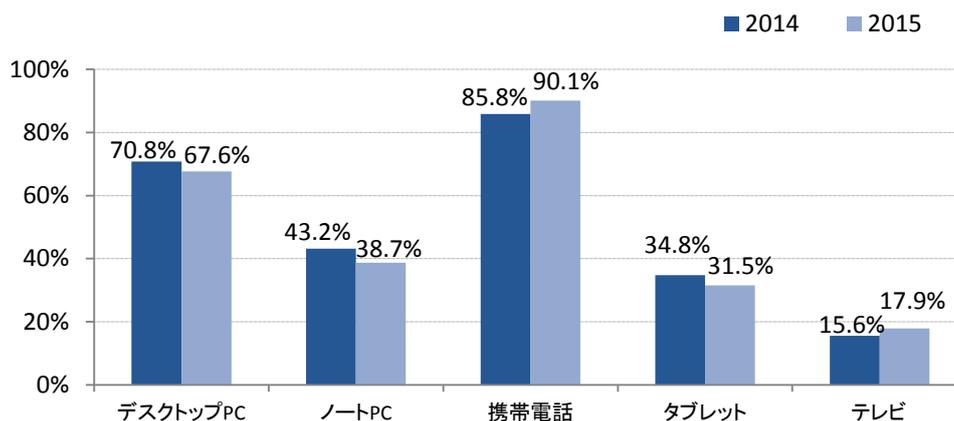
## インターネット利用者の月収別比率



### 3. インターネット接続方法

2015 年はスマートフォンなどの携帯電話からインターネットを利用する人がさらに増え、デスクトップパソコンやノートパソコン、タブレットからの利用が軒並み減少した。また家庭用ゲーム機の普及で、テレビからのインターネット利用が 2014 年末に比べて 2.3 ポイント増加している。

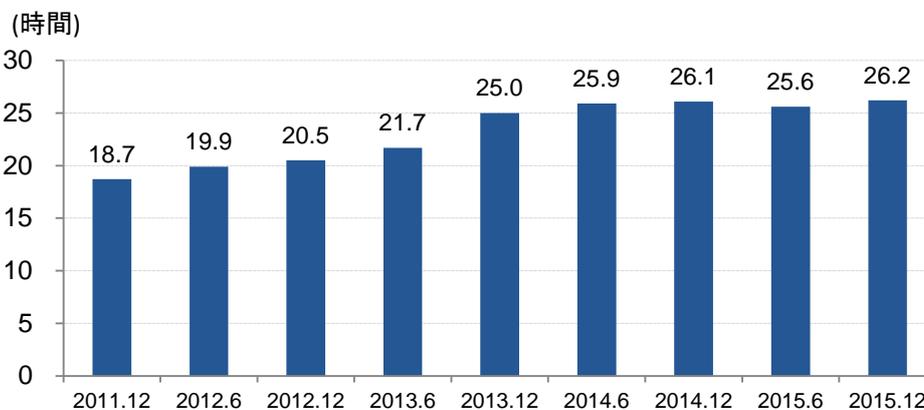
#### 利用するインターネット接続機器(複数回答)



Source: CNNIC 2015.12

また利用者 1 人当たりの 1 週間の平均利用時間は 26.2 時間で、2014 年末から横ばいとなっている。なお Wi-Fi 接続の利用比率は 2014 年末の 83.2% から 2015 年末は 91.8% に上昇している。

#### 週平均インターネット利用時間



Source: CNNIC 2015.12

#### 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、BBS を除いていずれも利用者が増加し続けていることがわかった。特にインターネットを使った株取引やファンドの利用は 54.3%も増加しており、オンラインでの決済も 36.8%増と好調だ。インスタントメッセージや検索エンジン、ニュースといったサービスは、成長の限界に達しつつあるが、ユーザー体験の改善で利用者数を維持している。一方のショッピングや共同購入といった消費類サービスは、運営側の積極的な市場開拓によってさらなる成長が期待される。

インターネットサービス	2015年		2014年		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	62,408	90.7%	58,776	90.6%	6.2%
検索エンジン	56,623	82.3%	52,223	80.5%	8.4%
ニュース	56,440	82.0%	51,894	80.0%	8.8%
動画	50,391	73.2%	43,298	66.7%	16.4%
音楽	50,137	72.8%	47,807	73.7%	4.9%
決済	41,618	60.5%	30,431	46.9%	36.8%
ショッピング	41,325	60.0%	36,142	55.7%	14.3%
ゲーム	39,148	56.9%	36,585	56.4%	7.0%
ネットバンキング	33,639	48.9%	28,214	43.5%	19.2%
文学	29,674	43.1%	29,385	45.3%	1.0%
旅行予約	25,955	37.7%	22,173	34.2%	17.1%
Eメール	25,847	37.6%	25,178	38.8%	2.7%
共同購入	18,022	26.2%	17,267	26.6%	4.4%
BBS	11,901	17.3%	12,908	19.9%	-7.8%
理財	9,026	13.1%	7,849	12.1%	15.0%
株取引・ファンド	5,892	8.6%	3,819	5.9%	54.3%
SNS	53,001	77.0%	—	—	—
教育	11,014	16.0%	—	—	—
医療	15,211	22.1%	—	—	—

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、決済や株取引・ファンドの利用者が大幅に増加し、それぞれ 64.5%増の 3.57 億人と 120.5%増の 4293 万人になったほか、ショッピングや旅行予約も好調に推移した。

モバイル向け インターネットサービス	2015年		2014年		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	55,719	89.9%	50,762	91.2%	9.8%
ニュース	48,165	77.7%	41,539	74.6%	16.0%
検索エンジン	47,784	77.1%	42,914	77.1%	11.3%
音楽	41,640	67.2%	36,642	65.8%	13.6%
動画	40,508	65.4%	31,280	56.2%	29.5%
決済	35,771	57.7%	21,739	39.0%	64.5%
ショッピング	33,967	54.8%	23,609	42.4%	43.9%
ゲーム	27,928	45.1%	24,823	44.6%	12.5%
ネットバンキング	27,675	44.6%	19,813	35.6%	39.7%
文学	25,908	41.8%	22,626	40.6%	14.5%
旅行予約	20,990	33.9%	13,422	24.1%	56.4%
Eメール	16,671	26.9%	14,040	25.2%	18.7%
共同購入	15,802	25.5%	11,872	21.3%	33.1%
BBS	8,604	13.9%	7,571	13.6%	13.7%
株取引・ファンド	4,293	6.9%	1,947	3.5%	120.5%
教育	5,303	8.6%	—	—	—

「第 37 次中国互インターネット発展状況統計報告」(中国語、全文)  
<http://cnnic.com.cn/hlwfzjy/hlwzxbg/hlwtjbg/201601/P020160122444930951954.pdf>

- 本レポートに含まれる情報は、中国互インターネット信息中心発行の「第 37 次中国互インターネット発展状況統計報告」(2016 年 1 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。中国互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 2016 年 1 月 29 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