

易観国際 中国 IT マンスリーニュース

2014年8月



目次

第2四半期の携帯電話販売数 小米が2位に上昇	2
第2四半期ネットバンキング 取引高 382.7 兆元	3
B2C 書籍売上 前年比 5%増にとどまる.....	4
第2四半期 B2C ベビー用品 前年比 161%増.....	4
第2四半期の B2B 市場規模 45.3 億元 前年比 57%増.....	5
レンタカーのネット予約 モバイルへの移行急務.....	6
ネットで宝くじ購入 モバイルからが 179%増.....	7
ネット求人市場規模 8.2 億元.....	8

易観国際 中国 IT マンスリーニュースは易観国際のアナリストによる中国の IT 業界に関するレポートを日本語化して配信しています。易観国際は中国における IT 業界の最大規模の専門家チームとして、多くの中国企業・外資企業のコンサルティングや調査プロジェクトに携わっており、中国の IT 動向について幅広く研究・分析を続けています。クララオンラインは日本における易観国際の独占的なパートナーとして、日本語での最新の中国の情報をご提供し、皆様の中国における活動をサポートします。

- 本レポートは、易観国際及び易観国際グループ各社(以下「易観国際」といいます)発行のニュースを、易観国際からの許諾に基づき、易観国際の日本における独占的な総代理店である株式会社クララオンライン(以下「クララオンライン」といいます)が日本語に翻訳したものです。本レポートに掲載された内容は発行時における易観国際の見解や予測を紹介するもので、予告なしに変更することがあります。易観国際及びクララオンラインはここに記載された情報が十分信頼に足るものと考えていますが、その正確性・完全性を保証するものではありません。
- 日本語版の本レポートのいかなる部分について、クララオンラインの書面による事前の了解なく複製、再生、再発行、販売、配布、送信、回付、修正、表示したり、またいかなる目的でも使用したりすることはできません。これには二次的著作物を作成する際に本レポートを利用する場合も含まれますが、これに限定されるものではありません。クララオンラインの許可を事前に申請する際には <https://www.eguan.jp/contact> からご連絡ください。
- 本レポートでは中国とは中華人民共和国を指しており、台湾、香港特別行政区、マカオ特別行政区は含んでいません。
- 本レポートに含まれる情報は一般的なご案内であり、包括的な内容であることを目的としておりません。また法律・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

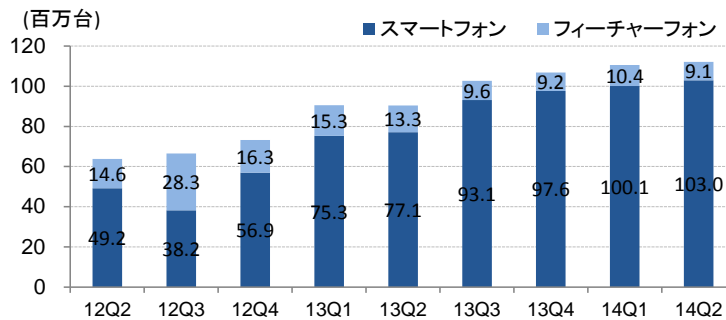
本レポートはクララオンラインコンサルティングサービスチームにより翻訳されたものです。クララオンラインの中国インターネットコンサルティングサービスに関するお問い合わせは以下の連絡先までお気軽にご連絡ください。

asia@clara.ad.jp または +81(3)6704-0776

第 2 四半期の携帯電話販売数 小米が 2 位に上昇

易観智库がこのほど発表した「2014 年第 2 四半期（4-6 月）中国モバイル端末市場監測報告」によれば、同期間中の密輸入品や模倣品を除く携帯電話端末の販売台数は 1 億 1212 万台で、前期に比べ 1.46%、前年同期に比べ 24.4%それぞれ増加した。このうちスマートフォンは 1 億 298 万台で、全体の 91.9%を占めた。

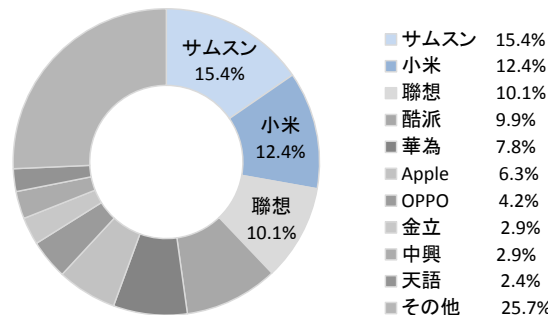
14Q1 携帯電話端末販売台数



Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

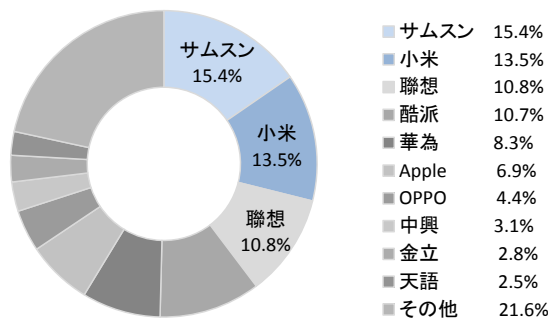
また同期間中の販売シェアトップは引き続きサムスンで 15.4%だった。2 位は小米で 13.5%、3 位は联想(レノボ)で 10.8%だった。特に 4G 対応スマートフォンの販売が急増しており、メーカー別では小米が前期の第 5 位から 2 位へと上昇した。

14Q2 モバイル端末販売台数 市場シェア



Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

14Q2 スマートフォン販売台数 市場シェア



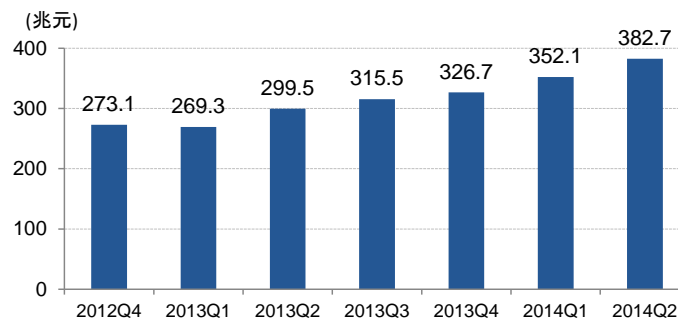
Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

小米は「紅米 Note」が話題になり予約販売が好調だった。しかし小米はハイエンド端末を扱っておらず、ハイエンド市場での競争に参加できないという大きなマイナスがある。一方今期も1位だったサムスは前期よりシェアを落とした。国内メーカーは続々と新製品を投入したが、サムスは依然として「GalaxyS5」の売上に頼ったためと思われる。

第2四半期ネットバンキング 取引高 382.7 兆元

易観智库がこのほど発表した「2014年第2四半期(4-6月)中国インターネットバンキング市場季度観測報告」によると、同期間中のインターネットバンキングの取引高は382.7兆円で、前期に比べ8.7%、前年同期に比べ27.8%それぞれ増加した。

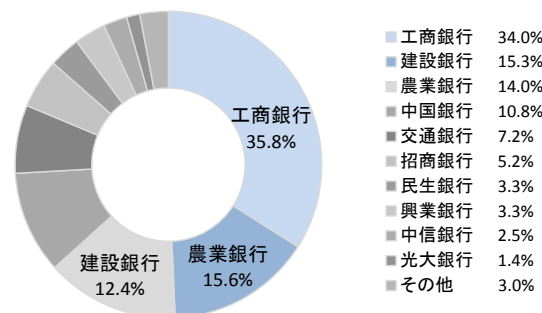
12Q4-14Q2 中国インターネットバンキング取引高



Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

新規利用者数は2013年から増加スピードが落ち着いてきたため、商業銀行の多くは新規顧客の獲得から既存顧客のアクティブ率を高めることへと戦略を転換している。各種手数料の優遇はもちろん、店頭キャンペーンでネット財テク商品を紹介したこともユーザーのリピート利用につながったようだ。

14Q2 中国インターネットバンキング市場シェア(取引高ベース)



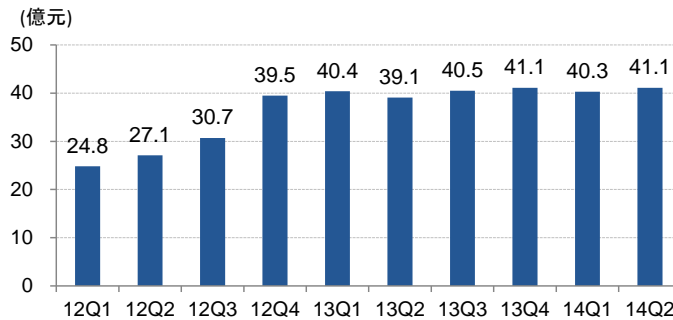
Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

また金融機関別の取引高から見た市場シェアは、工商银行が34.0%で依然としてトップだった。2位は建設銀行で15.3%、3位は農業銀行で14.0%と続き、上位3行で市場の半数以上を占めた。易観智库の分析によれば、商業銀行は今後も引き続きインターネットバンキングサービスを重視することが予測されるが、IT業をはじめとする他業種からの参入が大きな脅威になるものと思われる。

B2C 書籍売上 前年比 5%増にとどまる

易観智库がこのほど発表した「2014年第2四半期(4-6月)中国 B2C 市場季度監測」によると、同期間中の B2C 市場の書籍売上額は 41.1 億元で、前年同期に比べ 5%増加した。

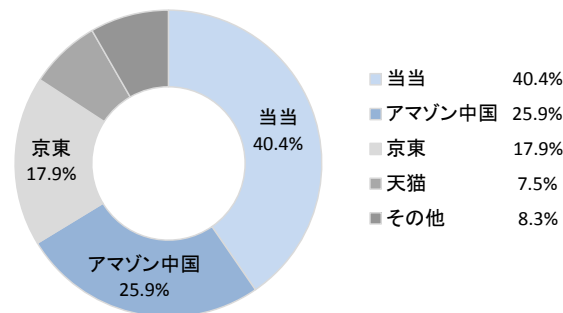
12Q1-14Q2 B2C書籍売上



Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

易観智库の分析によれば、タブレットやスマートフォンで読む電子書籍が広まるにつれて消費者の読書習慣は徐々に変化しており、書籍の電子化が紙の出版物の売上に直接的な影響を与えている。インターネットでの書籍の販売は、これから伸び幅がどんどん小さくなるのが予想される。

14Q2 B2C市場書籍販売シェア



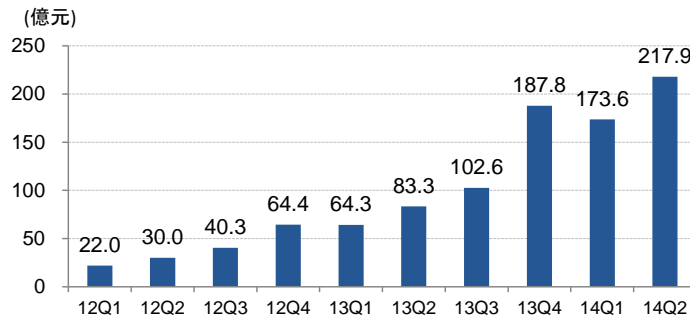
Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

店舗別では書籍販売の歴史が長い当当網とアマゾンが大きなシェアを占めており、京東は3位にとどまった。当当網は「618 セール」や「ワールドカップセール」を開催。さらに天津に建設中だった倉庫が完成したことで、当日配達サービスも全国 400 都市を対象に始まった。アマゾンは電子書籍端末キンドルの助けもあり、電子書籍の販売が好調だ。京東はユーザー数の多さと高品質な自社サービスを武器に書籍販売市場に挑んでいる。しかしインターネット上の書籍市場は安定した状況が続いており、短期間のうちに大きな変化が訪れることはなさそうだ。

第 2 四半期 B2C ベビー用品 前年比 161%増

易観智库がこのほど発表した「2014年第2四半期(4-6月)中国 B2C 市場季度監測」によると、同期間中の B2C 市場におけるベビー用品の売上は 217.9 億元で、前年同期に比べ 161.7%それぞれ増加した。

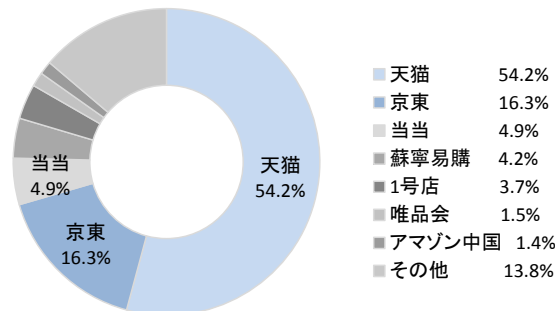
12Q1-14Q2 B2C市場ベビー用品売上



Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

易観智库の分析では、B2C 市場におけるベビー用品市場は順調な成長を続けている。消費者の収入水準が上がり、消費意欲も高まっている上、第二子を認める政策が始まったことも長期的な市場の発展に寄与しそうだ。

14Q2 B2C市場ベビー用品販売シェア



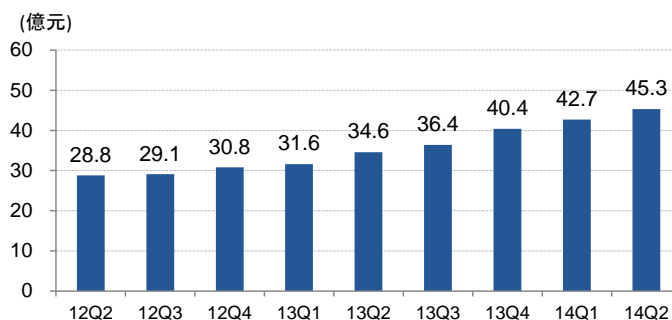
Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

また売上からみた市場シェア 1 位は天猫で 54.2%と過半数を占め、京東が 16.3%、当当が 4.9%とトップ 3 の顔ぶれに変化はなかった。ベビー用品市場全体は高成長が続く見通しだが、新たなビジネスモデルを次々と生み出さなければ生き残りは厳しそうだ。

第 2 四半期の B2B 市場規模 45.3 億元 前年比 57%増

易観智库がこのほど発表した「2014 年第 2 四半期（4-6 月）B2B 市場季度監測報告」によれば、同期間中の B2B 市場規模は 45.3 億元で、前期に比べ 6.1%、前年同期に比べ 57.29%それぞれ増加した。

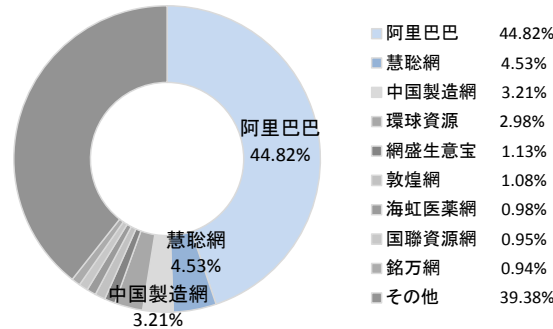
12Q2-14Q2 中国B2B市場規模



Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

易観智库の分析によれば、今期の市場の成長要因としてマクロ経済環境の影響が挙げられる。今期の国民生産総値は第1四半期から小幅ながらも成長し、貿易額もプラスに転じた。市場環境はおおむね良好で B2B 市場の取引状況も小幅の成長となった。

14Q2 中国B2B市場シェア（売上ベース）



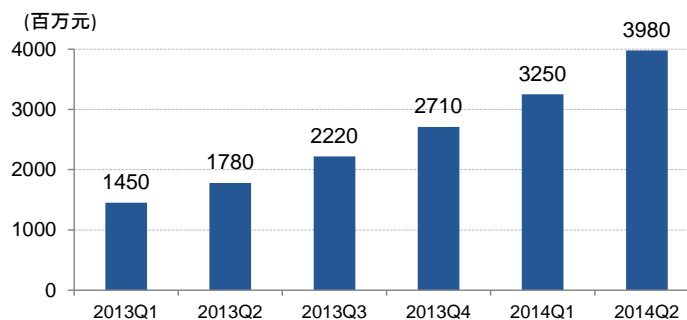
Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

さらに企業の EC に対する信用・信頼が向上し、インターネットを通じて調達を行う企業が増えてきたことも追い風となった。ビッグデータを元にした付加価値サービスの登場、B2B 企業のブランド強化、決済の安全性確保といった点も、引き続き B2B 市場の発展に貢献している。特定の分野に特化した B2B サイトも好調で、調達、生産、販売、物流、アフターサービスをワンストップで行うなど利便性も向上している。世界経済の回復に加え、中国政府の輸出入政策の後押しもあり、中国の海外向け B2B 市場は世界から注目を集めている。

レンタカーのネット予約 モバイルへの移行急務

易観智库がこのほど発表した「2014 年第 2 四半期(4-6 月)中国レンタカーネット予約市場 季度監測」によれば、同期間中のインターネットを通じたレンタカー予約の市場規模は 39.8 億元で、前期に比べ 22.5%増加した。

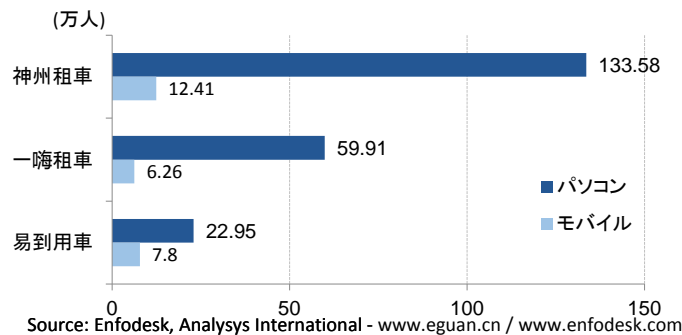
13Q1-14Q2 中国レンタカーネット予約市場規模



Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

易観智库の分析によれば、中国におけるレンタカーのネット予約市場はまだ発展の初期段階で、先進国に比べれば浸透率もまだ十分でない。神州租車や易到租車を代表とするネット予約をメインに扱うレンタカー会社は、ミドルクラスからハイクラスに位置する消費者層を手厚いサービスで満足させることに加え、広くレンタカーの認知度を高める努力が必要だ。またタクシー配車アプリがビジネス向けレンタカー市場にも参入している。まだビジネスモデルが明確でないため大きな利益にはつながっていないが、将来はレンタカー市場に大きな打撃を与える可能性もあると懸念される。

14Q2 レンタカーネット予約月平均利用者数

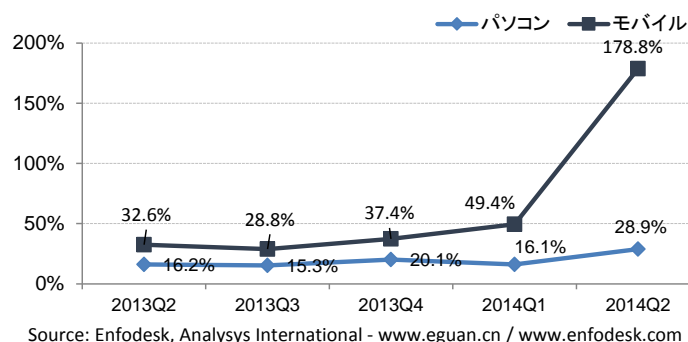


現在のレンタカーのネット予約は主にパソコンを通じて行われている。神州租車のPCサイトの月平均利用者数は133.58万人で最も多く、続いて一嗨租車が59.91万人だった。一方でモバイル端末からの予約はかなり少なく、神州租車は12.41万人だった。タクシー配車アプリの参入で、レンタカー市場も早急にモバイルへの移行を迫られている状況だ。

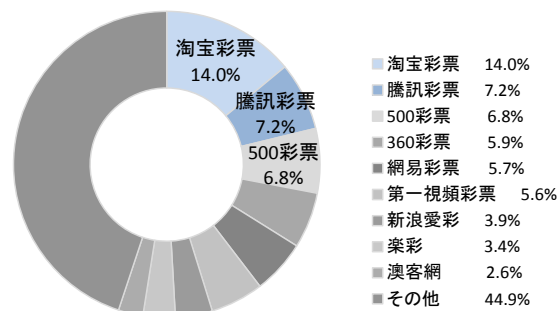
ネットで宝くじ購入 モバイルからが179%増

易観智库がこのほど発表した「2014年第2四半期(4-6月)中国インターネット宝くじ市場監測」によれば、同期間中のインターネットを通じた宝くじの売上は212億元で、前期に比べ44.9%増加した。なかでもモバイル端末を通じた売上は前期に比べ178.8%の大幅な伸びとなっている。

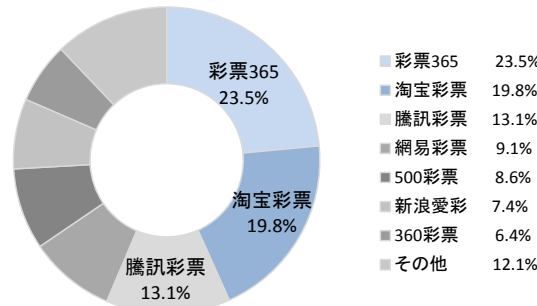
13Q2-14Q2 中国インターネット宝くじ販売 端末別伸び率



14Q2 インターネット宝くじ販売 サイト別シェア(パソコン)



14Q2 インターネット宝くじ販売 サイト別シェア(モバイル)



Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

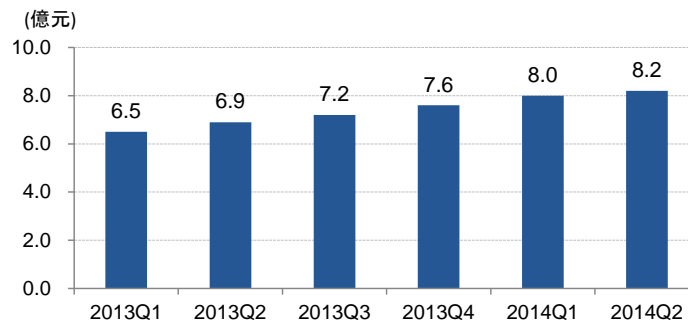
宝くじの販売サイト別では、パソコンを通じた販売では淘宝彩票のシェアが全体の 14.0% でトップとなっており、騰訊彩票がグループの莫大な会員数を武器に 2 位に付けた。一方、モバイルを通じた販売では、彩票 365 がシェア 23.5% でトップだった。彩票 365 は全国の大都市で紙面広告や屋外メディア広告を展開したり、スマートフォンメーカーや動画サイトなどと提携して様々な宣伝活動を行ったことで知名度が飛躍的に上がった。

易観智库の分析によれば、2014 年第 2 四半期はサッカーワールドカップの開催などで売上が過去最高に達した。また 4 月に財政部が電話による宝くじの販売に関する管理暫定弁法を修正したことを受け、宝くじの販売方法が多様化したこともプラスに働いたようだ。しかしワールドカップの終了後には消費者の宝くじを買いたいという意欲も落ち着いてしまい、新規獲得ユーザーの流出率が高くなっている。

ネット求人市場規模 8.2 億元

易観智库がこのほど発表した「2014 年第 2 四半期(4-6 月)中国インターネット求人市場監視」によれば、同期間中の市場規模は 8.2 億元で、前期に比べ 3.5% 増加した。

13Q1-14Q2 中国インターネット求人市場規模



Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

易観智库の分析によれば、古くからある求人サイトは知名度が高いものの情報が雑多で、求職者が欲しい情報と企業側の出す情報がうまくかみ合っていないため求人効率が悪かった。最近はハイクラス人材専門の求人サイトやある分野に特化した求人サイトが登場しており、これら新興求人サイトの多くは求職者と企業の双方の満足度が高く、効率も良いと評価されている。