

## 第 35 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 2014 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 3.8 万人、合計 7.6 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。

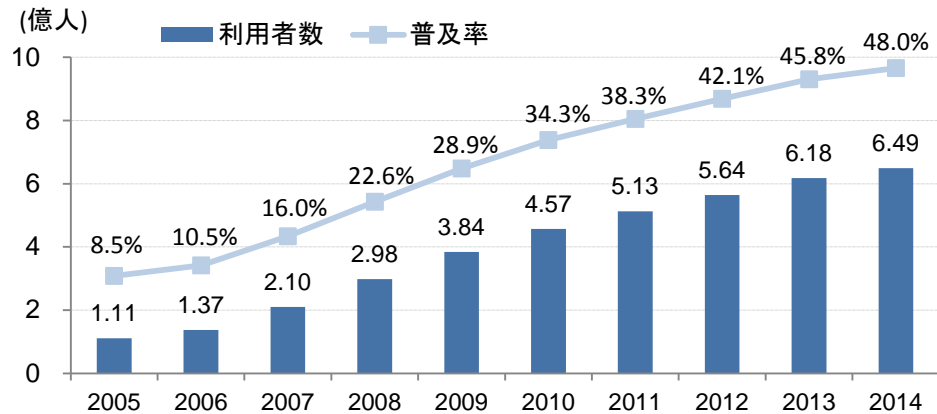
また調査レポートでは、インターネット利用者について「過去半年以内にインターネットを利用した 6 歳以上の中国住民」と定義しており、モバイルインターネット利用者については「過去半年以内に携帯電話などで接続してインターネットを利用したユーザーで、携帯電話のみでの利用に限らない」、パソコンインターネット利用者については「過去半年以内にパソコンなどで接続してインターネットを利用したユーザーで、パソコンのみでの利用に限らない」と定めている。

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

2014 年 12 月末時点の中国のインターネット利用者数は 6.49 億人で、この 1 年間に 3117 万人増加した。インターネットの普及率は 47.9%で、2013 年末に比べて 2.1 ポイント上昇した。普及率の増加幅は前年に引き続き縮小する傾向にある。

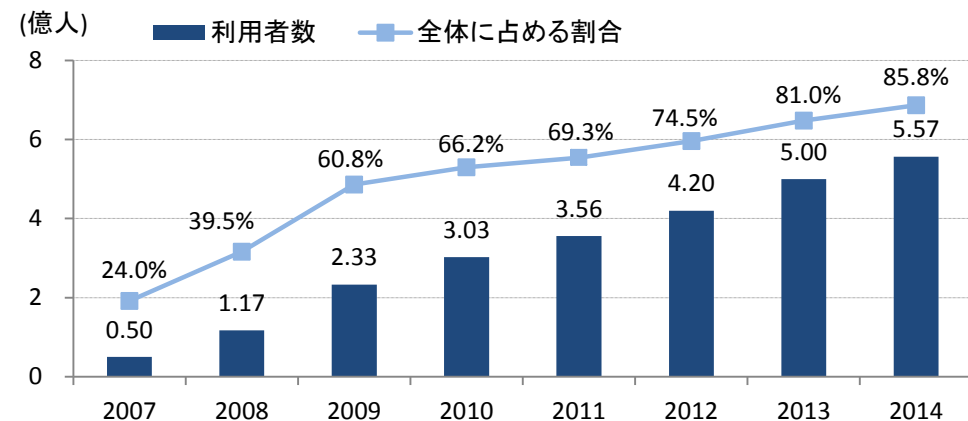
## 中国のインターネット利用者数とインターネット普及率



Source: CNNIC 2014.12

また2014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5.57億人で、2013年末から5672万人増加した。インターネット利用者全体に占める割合は、2013年末の81.0%から85.8%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

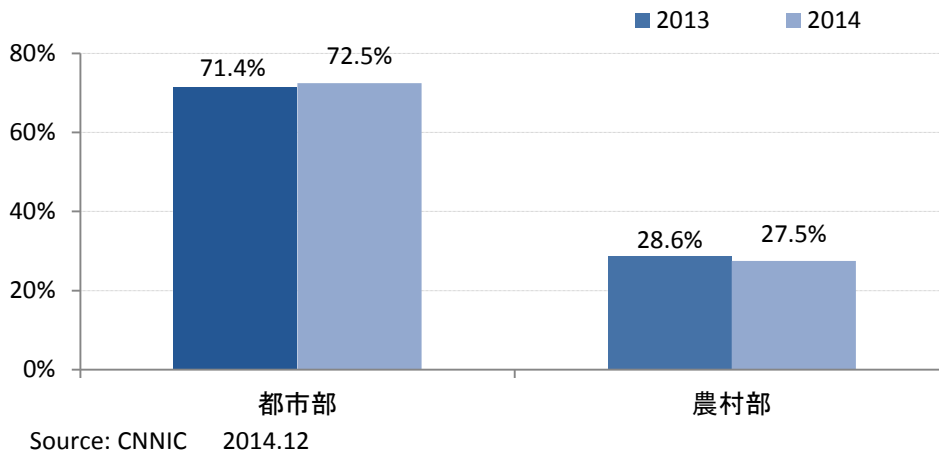


Source: CNNIC 2014.12

モバイルインターネットの利用者はゆるやかな増加が続いている。これは携帯電話の普及率が94.5%に達し、すでに飽和状態になっていることが大きいだろう。また通信キャリアが納付する営業税が2014年6月1日から付加価値税に変わったことで、今までのようにスマートフォンの本体無料キャンペーンで契約を集められなくなったことも影響しているようだ。

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27.5%で、1.78億人となった。2013年末に比べて188万人増加した。一方の都市部住民は2013年末より2929万人も増加している。

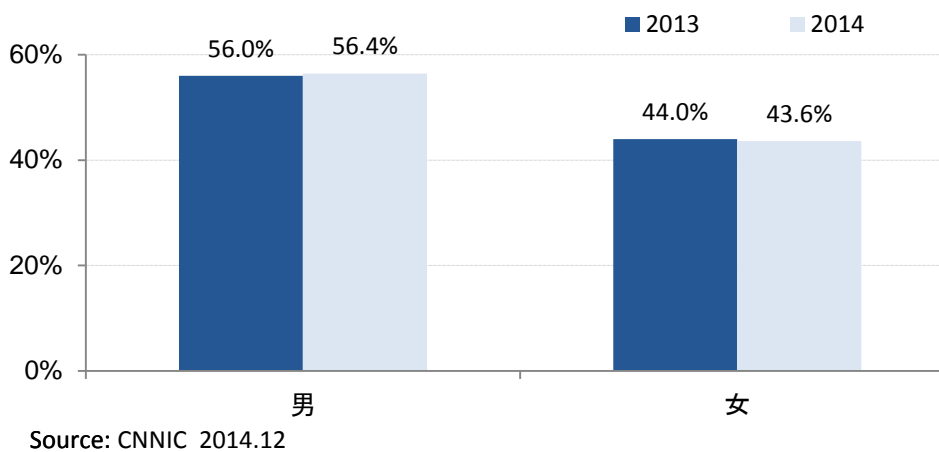
### インターネット利用者の居住地



## 2. インターネット利用者の特徴

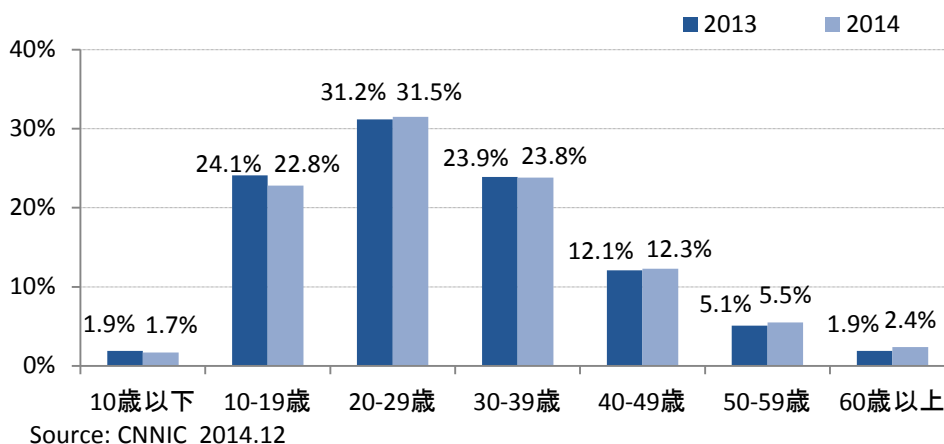
2014年12月末時点のインターネット利用者の男女比率は56.4：43.6で、わずかながら男性の利用が増えた。

### インターネット利用者の性別構成



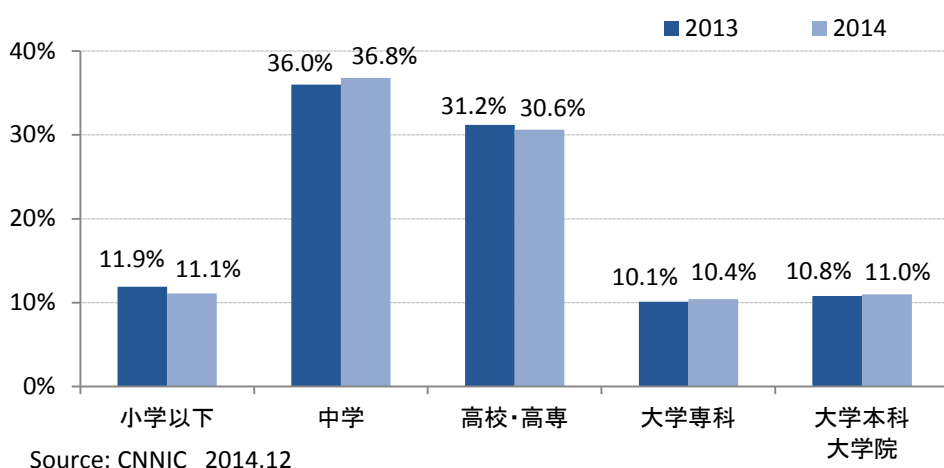
インターネット利用者の年齢構成を見ると、10-39歳が全体の78.1%を占めており、このうち20-29歳は31.5%に達した。また40歳以上がわずかに増加しており、19歳以下の青少年や児童が減少していることがわかった。

### インターネット利用者の年齢構成



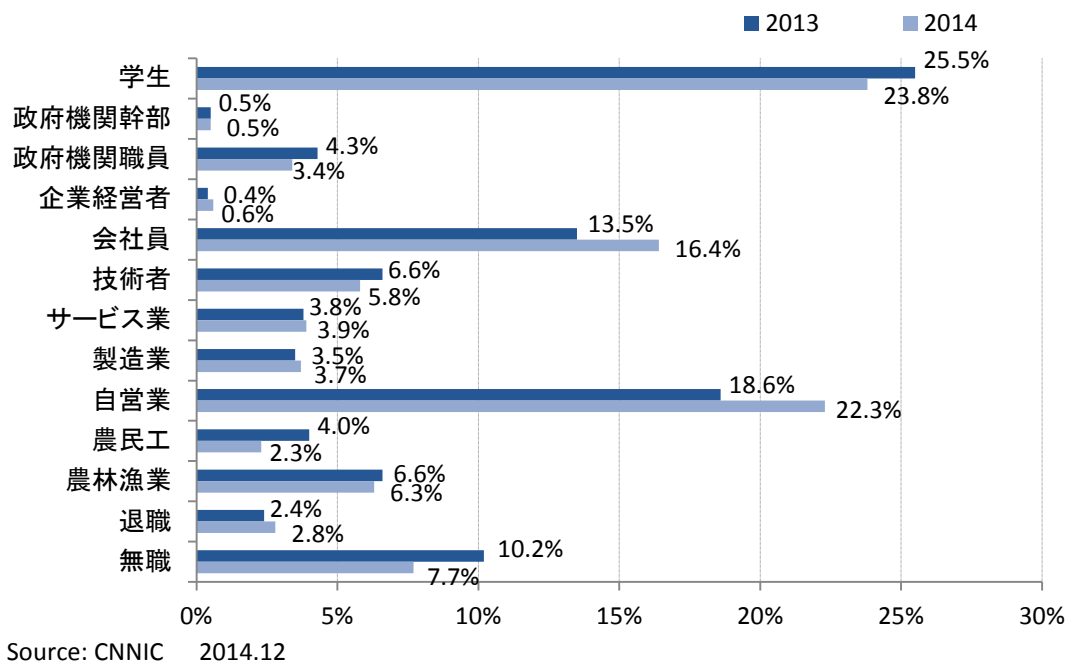
学歴別では、中学や高校・高専の利用者が最も多く、それぞれ36.8%と30.6%に達した。全体的な傾向は2013年末時点と変わっていない。

### インターネット利用者の学歴構成



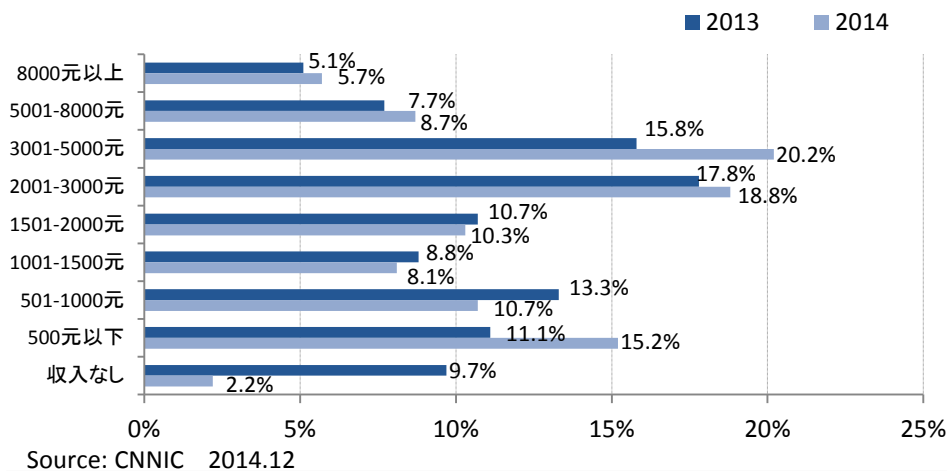
職業別では、学生のインターネット利用者が1.7ポイント減って23.8%となり、続いて自営業の人が3.7ポイント増えて22.3%となった。

## 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18.8%と20.2%を占めている。2013年末と比べて全体的な収入水準が上昇していることが伺える。

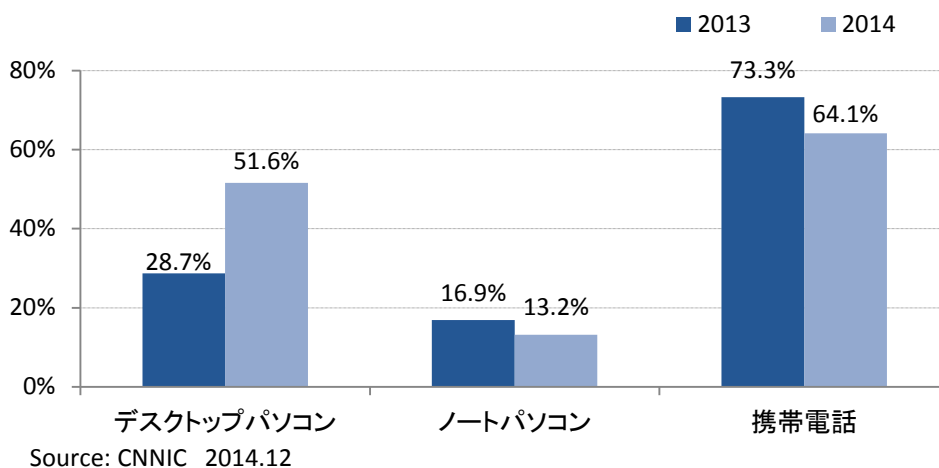
## インターネット利用者の月収別比率



### 3. インターネット接続方法

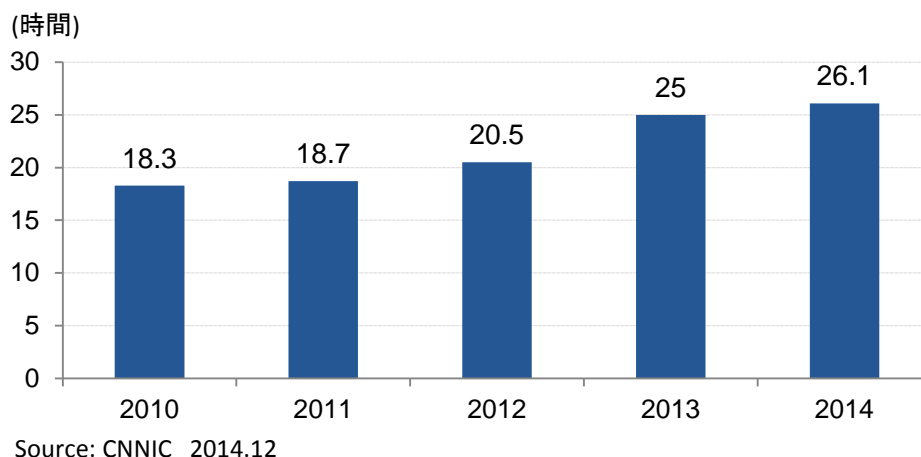
携帯電話からインターネットをする人が 64.1%に減少した一方、デスクトップパソコンからの利用者が 51.6%に急増した。これは 2014 年に新たに増加したインターネットユーザーの 38.8%が学生で、学生の多くは学校や家庭でインターネットをしているためだと思われる。

#### 利用するインターネット接続機器(複数回答)



また利用者 1 人当たりの 1 週間の平均利用時間は 26.1 時間で、2013 年末に比べて 1.1 時間増加した。各種アプリの利用が浸透し、1 日に操作する頻度も増加したため、インターネットの利用時間は引き続き増加する傾向にある。

#### 週平均インターネット利用時間



#### 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の利用率が90.6%に達し、引き続き好調に伸びていることが分かった。ネットショッピングや旅行予約、それに伴い必要となる決済サービスやネットバンキングの利用が二桁の伸びとなった一方で、Eメールや微博(Weibo)は通信手段としての利用率が下がっている。

インターネットサービス	2014年		2013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	58,776	90.6%	53,215	86.2%	10.4%
検索エンジン	52,223	80.5%	48,966	79.3%	6.7%
ニュース	51,894	80.0%	49,132	79.6%	5.6%
音楽	47,807	73.7%	45,312	73.4%	5.5%
動画	43,298	66.7%	42,820	69.3%	1.1%
ゲーム	36,585	56.4%	33,803	54.7%	8.2%
ショッピング	36,142	55.7%	30,189	48.9%	19.7%
決済	30,431	46.9%	26,020	42.1%	17.0%
文学	29,385	45.3%	27,441	44.4%	7.1%
ネットバンキング	28,214	43.5%	25,006	40.5%	12.8%
Eメール	25,178	38.8%	25,921	42.0%	-2.9%
微博	24,884	38.4%	28,078	45.5%	-11.4%
旅行予約	22,173	34.2%	18,077	29.3%	22.7%
共同購入	17,267	26.6%	14,067	22.8%	22.7%
BBS	12,908	19.9%	12,046	19.5%	7.2%
ブログ	10,896	16.8%	8,770	14.2%	24.2%

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91.2%に達しており、17.8%と大幅な伸びをみせた。ショッピングはモバイルでも63.5%増と好調で、決済サービスとネットバンキングもそれぞれ73.2%と69.2%の大幅な増加となった。

特に旅行予約は国民にレジャーを楽しむ文化が形成されつつあることから、一気に194.6%増加した。2014年中にネット上で列車切符、航空券、ホテル、ツアーを予約し

た人は 2.22 億人に達し、特に列車切符の予約はインターネットユーザーの 26.6%が利用している。

モバイル向け インターネットサービス	2014年		2013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	50,762	91.2%	43,079	86.1%	17.8%
検索エンジン	42,914	77.1%	36,503	73.0%	17.6%
ニュース	41,539	74.6%	36,651	73.3%	13.3%
音楽	36,642	65.8%	29,104	58.2%	25.9%
動画	31,280	56.2%	24,669	49.3%	26.8%
ゲーム	24,823	44.6%	21,535	43.1%	15.3%
ショッピング	23,609	42.4%	14,440	28.9%	63.5%
文学	22,626	40.6%	20,228	40.5%	11.9%
決済	21,739	39.0%	12,548	25.1%	73.2%
ネットバンキング	19,813	35.6%	11,713	23.4%	69.2%
微博	17,083	30.7%	19,645	39.3%	-13.0%
Eメール	14,040	25.2%	12,714	25.4%	10.4%
旅行予約	13,422	24.1%	4,557	9.1%	194.6%
共同購入	11,872	21.3%	8,146	16.3%	45.7%
BBS	7,571	13.6%	5,535	11.1%	36.8%

「第 35 次中国互聯網絡発展状況統計報告」(中国語、全文)

<http://cnnic.com.cn/hlwfzyj/hlwzbg/hlwtjbg/201502/P020150203548852631921.pdf>

- 本レポートに含まれる情報は、中国互聯網絡信息中心発行の「第 35 次中国互聯網絡発展状況統計報告」(2015 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。詳細は必ず原文でご確認ください。中国互聯網絡信息中心 <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 4 月 22 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