



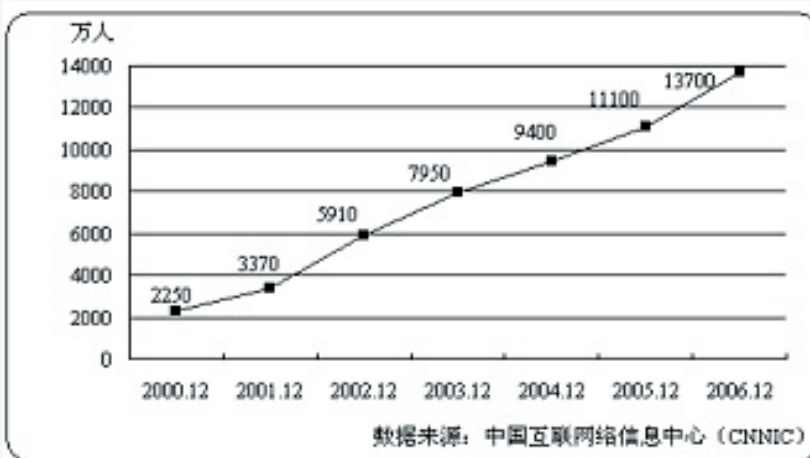
(19)「ネット発展状況統計報告書」の解説1

野村総研(上海)咨询有限公司

中国インターネット情報センター(CNNIC=China Internet Network Information Center)は1月23日、「第19回インターネット発展状況統計報告書」を公開した。今回と次回で、その主なポイントを紹介したい。CNNICは1997年10月から、約半年ごとに1回、中国インターネットの普及状況を調査・報告してきており、今回で19回目の報告となる。

◇ユーザー10年間で20倍

2006年末現在、中国インターネットのユーザー数は1億3700万となり、総人口の1割まで普及してきている。ユーザーの属性から見れば、35歳以下の若年層が82.5%を占め、ユーザーの主力群は依然として、若くて収入が2000元/月以下の層である。また、都市部と農村部の隔たりはますます



拡大している傾向であり、普及率は6.5倍の差がある。都市別では北京市の普及率が最も高く、30%を超えている。

企業対消費者(BtoC)の商取引では、06年のクリスマスと正月シーズンでは、携帯電話、デジタルカメラなどのIT(情報技術)製品はネット取引額が1億元を超えた。また、都市部に住む若いユーザーが主流であることには変わらない。

◇TVゴールデンタイムにネット

インターネットの利用時間帯に対する調査では、19時~22時までがピーク帯であることが分かる。特に、20~21時に集中している。中国のTV観賞のゴールデンタイムである19~23時に、多くの若い人はインターネットを楽しんでいると思われる。その背景としては、国家広電総局がTVドラマの題材規制の厳正化によって、人気ドラマがなかなかでないことで、若者のTV離れが進んでいることも原因の一つと言える。



インターネット利用時間帯

CNNICは今回初めて、メディア広告に対する信頼性についても調査を実施した。意外なことに、インターネット広告を信用しているユーザーの割合は7.94%で、TVコマーシャルの7.92%を上回っている。若いユーザーをターゲットにしている企業においては、TV広告に高額のコストを投入する以外に、効果的にインターネット広告を利用する必要があると考えられる。(野村総研(上海)咨询有限公司 主任コンサルタント 唐栄 / 総経理 中島久雄)

出所:「第19回インターネット発展状況統計報告書」2007/01/23