

海外事務所だより

北京事務所

利用者5億人突破！ 発展する中国のインターネット市場

(財)自治体国際化協会北京事務所所長補佐 阿部 遼太郎 (東京都文京区派遣)

はじめに

中国互連ネットワーク信息中心(CNNIC)の報告によれば、2012年6月には中国でのインターネット利用者は約5億3,800万人を突破したとされており、中国ネット社会は大きく変化しています。インターネットを通じてニュースを検索したり、各種SNSやゲームを楽しんだり、その利用方法もさまざまです。その巨大なネット市場に世界は注目し、日本の自治体も含め多くの団体・個人がネットを通じて中国に各種プロモーションを仕掛けるなどの情報発信を行っています。また情報発信のみならず情報収集のツールとしても、インターネットはその有用性を発揮しています。今回は、成長を続ける中国のインターネット事情について説明したいと思います。

中国インターネット利用者数・利用率を世界と比較

初めて統計が採取された1998年における中国のインターネット利用者は210万人となっており、毎年加速度的なスピードで利用者数が増大し、その後2011年末には5億1,310万人を数えました(図表1)。2010年の国勢調査において、日本の総人口は約1億2,800人であるため、実に日本の総人口の約4倍の数が中国でインターネットを利用していることになり、その数は世界で第一位を記録しています(図表2)。第二位はインターネット発祥の地であるアメリカであり、その数2億4,520万人となっています。しかし、同国別利用者数順位表をインターネット

(図表1) インターネット利用者と普及率

年	ネット利用者(万人)	ネット普及率(%)	携帯電話ネット利用者(万人)	ウェブサイト数(万)	ブロードバンド接続(万个)
1998	210	0.2			
1999	890	0.7			
2000	2,250	1.8		26.5	
2001	3,370	2.6		27.7	
2002	5,910	4.6		37.2	
2003	7,950	6.2		59.6	1,802.3
2004	9,400	7.3		66.9	3,578.1
2005	11,100	8.5		69.4	4,874.7
2006	13,700	10.5		84.3	6,486.4
2007	21,000	16.0	5,040	150.4	8,539.3
2008	29,800	22.6	11,760	287.8	10,890.4
2009	38,400	28.9	23,344	323.2	13,835.7
2010	45,730	34.3	30,273	190.8	18,759.5
2011	51,310	38.3	35,558	229.6	23,165.5

【書籍】中国情報ハンドブック2012年版を元に作成

(図表2) 2011年インターネット利用者数国別順位及びその利用率

※上位15か国のみ

順位	国名	インターネット利用者(万人)	利用者/総人口(%)
1	中国	51,310	38.4
2	米国	24,520	78.3
3	インド	12,100	10.2
4	日本	10,123	80.0
5	ブラジル	8,180	42.2
6	ドイツ	6,736	82.7
7	ロシア	6,147	44.3
8	インドネシア	5,500	22.4
9	英国	5,273	84.1
10	フランス	2,029	77.2
11	ナイジェリア	4,504	26.5
12	メキシコ	4,200	36.5
13	韓国	4,033	82.7
14	イラン	3,650	46.9
15	トルコ	3,646	46.3

【書籍】中国情報ハンドブック2012年版を元に作成

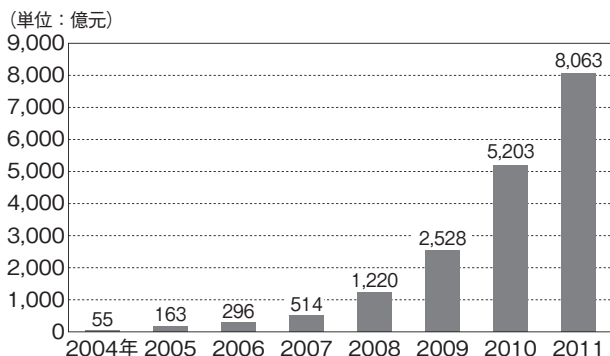
利用率(利用者÷総人口)で見ると、中国はいまだ21位にとどまっており、国際的には発展途上であることがわかります。利用者数としては5億人という圧倒的な数を誇っておりながらも、まだかなり

成長の余地があることとなります。このことから、中国人をターゲットとした国内外の公的機関、民間企業等において、インターネットを用いた情報の発信はまだ大きな発展性があり得ると言えるはずで、既に多くの日本の自治体においても、各発信手法を用いて中国人向けにさまざまな情報を提供しています。特に、中国は日本の自治体事務所が多く存在する国であり、大半の事務所は中国のSNS等を利用し、積極的に中国向けの情報発信を行っています。

拡大を続ける 中国EC(電子商取引)市場

これだけのインターネット利用者数を誇る中国では、ネットを利用した電子商取引(通信販売等のインターネットを介した取引)額も相当なものとなっています。中国の情報産業生産額は、現在では年平均で26.6%増加し、国内総生産GDPにおける比率も1%未満から10%程度にまで増加しました。2008年には中国のインターネット産業規模は6,500億元(約8.1兆円)となっています。インターネットと実体経済は絶えず連結しており、産業デザイン・研究開発の情報化、生産設備のデジタル化、生産プロセスのスマート化、経営管理のネットワーク化などが急速に進みました。これにより民間レベルでもインターネットを利用した市場が急速に拡大することとなり、特に電子商取引においてその傾向は顕著となっています(図表3)。同数値は2004年から2011年にかけて、毎年約2倍前後の伸びを見せており、その市場拡大のスピードがうかがい知れることと思います。2012年末には1兆元を超える見込みであり、2012年中に日本を、また2013年にはアメリカの市場

(図表3) 中国のBtoC/CtoC EC市場規模の推移



【書籍】情報通信データブック2012及び【ウェブサイト】易観智库を参考に作成

規模を追い抜くだろうと予想されています。最近のニュースでは、2020年代に中国はアメリカのGDPを追い抜いて世界第一位の経済大国になるだろうと報じられています。その躍進には、こういったインターネット市場の発展が大きく一役を担っているのではないのでしょうか。

中国で最も多く使用される ネットソフトは「チャット」

日本でも今や当たり前のように使われているブログ、チャット、SNS等のソフト。実は中国でもかなり前からこういったソフトが有効な交流手段として使われていたのです。その中でも、中国では特にチャットがさまざまな場面で利用されています。日本人が家に帰ったらまずテレビの電源を入れることと同じように、中国人は家に帰ればチャットソフトを開く、という話があるほどです。

中国で最も利用されているチャットソフトといえば、騰訊QQ(テンセントQQ)というインスタントメッセンジャーですが、家庭用のみならず、インターネットカフェや、職場、公共施設等で使用されているパソコンにも、必ずといっていいほどインストールされています。2010年には同ソフトのアカウントが約10億あると発表されており、名実ともに中国で最も有名なチャットソフトとなっています。2011年の中国ネットユーザーのネット使用目的を見ても、検索エンジンの利用をおさえて、チャット等インスタントメッセージの利用が最も高い使用率を記録しました(図表4)。

もちろん日本でもこういったチャットソフトは数多く利用されていますが、日本のそれとは、利用方

(図表4) 2011年インターネット使用目的

目的	ユーザー数 (万人)	使用率 (%)	対前年度 増加率 (%)
インスタントメッセージ・チャット	41,510	80.9	17.7
検索エンジン利用	40,740	79.4	8.8
音楽	38,585	75.2	6.5
ニュース	36,687	71.5	3.9
映像・動画	32,531	63.4	14.6
ゲーム	32,428	63.2	6.6
ブログ	31,864	62.1	8.2
微博(ミニブログ)	24,988	48.7	296.0
電子メール	24,577	47.9	-1.6
ソーシャルネットワーキングサービス	24,424	47.6	3.9

【ウェブサイト】CNNIC中国ネットワーク発展状況統計報告より作成

法が異なっています。中国では、チャットソフトをプライベートのみならず、ビジネスの場でも利用しているということです。日本では取引先との商談や連絡、アポイントメントの取り付けの場合、よくメールで行われていますが、中国ではチャットソフトも利用して行われています。

日本の自治体のみならず、民間企業においても、業務にチャットを利用しているところはまだ少ないのではないのでしょうか。実際に利用している中国人に聞いてみると、「リアルタイムでやりとりできる」、「即効性がある」、といった理由で業務のために利用している方が多いようです。この点においては、今後日本でもメールとチャット等を状況に応じて使い分けるなど、ツール利用のセグメント化が進むのではないかと考えます。

中国の自治体でも 多数利用されるSNS「微博」

現在日本では、FacebookやTwitterを公式に開設して、住民向けの情報発信を行う自治体が増えています。特にTwitterは即効性のあるツールとして、利用自治体数は多いものと思われます。その発信内容は、主に当該自治体のイベント情報、観光PR、災害時のお知らせ等多岐にわたっていますが、特にその有用性は2011年の東日本大震災の際、被災地での情報共有等においてあらためて確認されたところかと思えます。

中国ではネット規制により、Facebook、TwitterといったSNSを利用することはできませんが、その一方で中国独自のSNSが多数開発、利用されています。その中で最も勢いがあるものが、中国版Twitterと呼ばれる「微博（ウェイボー）※ミニブログの意」です。中国社会科学院の調査によれば、2012年6月時点で約2億7,400万人がウェイボーを利用しているとされています。主な機能はTwitterと同様で、文章と画像の投稿機能、転送・コメント機能などの他、マーケティングのためのアンケート機能やつぶやき・フォロワー分析機能等があります。

ウェイボーはTwitterと違い運営企業ごとに種類があり、それぞれ機能や強みなどが異なりますが、現在では次の4つの代表的な企業のウェイボーが利用されています。

【ウェイボーを運営する主な4つの企業】

- ・新浪（シンラン） 微博
- ・騰訊（テンセント） QQ微博
- ・搜狐（ソウフー） 微博
- ・網易（ワンイー） 微博

その内現在最も人気のあるものが、新浪微博と呼ばれるものです。このウェイボーを使って、一日1億を超えるつぶやきが行われていると言われています。

ここ数年、中国においてもウェイボーを利用する政府機関が増えてきました。新浪微博の統計によれば、2012年6月までに、政府系のウェイボーは5万件を超えたとのこと。省や市など各レベルの政府はもちろんですが、公安、衛生、防災など機関毎にアカウントを開設していることが一つの特徴です。地方政府の中でも、各部署がそれぞれのアカウントで情報の発信を行っているため、情報の受け取り手である市民にとっては、必要な情報だけを収集しやすいといえます。現在、中国インターネットユーザーの約半数がウェイボーを利用している計算になりますが、2011年は2010年に比べその利用者数が約3倍に増えるなど、他のツールと比べてもその増加率は圧倒的です。この点からも、中国における各クラスの政府が市民に対して、ウェイボーをはじめとしたネットツールを利用し、今後ますます多くの情報発信を行うものと予想されます。

おわりに

日本ではインターネット普及率が97%を超えており、その市場は既に成熟しているといえます。しかし、人口は日本の約10倍、国土は約25倍を誇る中国では、まだまだ市場拡大の余地があるはず。この広い大地の上でどのように人と人、人とモノがつながるか、そこにこそ中国におけるインターネット発展のさらなる真価が問われることになるのではないのでしょうか。今しばらく、その変化の波を見守りたいと思います。

【参考サイト】

- ・中国互連ネットワーク信息中心（CNNIC）：<http://www.cnnic.net.cn/>
- ・易観智库：<http://www.eguan.jp/>

【参考書籍】

- ・株式会社情報通信総合研究所「情報通信アウトック2012 スマート化する社会」
- ・株式会社情報通信総合研究所「情報通信データブック2012」