

各 位

平成 22 年 12 月 28 日  
SBI リサーチ株式会社

**「中国のモバイルショッピングユーザの行動に関する研究報告書①・②」  
の日本語版を発行**

中国国内におけるインターネット調査情報をもとに、日本の事業者に向けた情報・サービスを提供する SBI リサーチ株式会社(東京都港区 代表取締役: 沖田 貴史、以下「SBI リサーチ」)は、「中国のモバイルショッピングユーザの行動に関する研究報告書①・②」の日本語版をこのたび発行いたしました。

◆今回発表した報告書

- ・中国のモバイルショッピングユーザの行動に関する研究報告書①
  - 中国のモバイルショッピングユーザの属性とユーザ行動解析 2009 年～2010 年 -
  
  - ・中国のモバイルショッピングユーザの行動に関する研究報告書②
  - 中国のモバイルショッピングユーザの購買行動と嗜好解析 2009 年～2010 年 -
- 以下、報告書の内容を一部抜粋して、お知らせいたします。

◆主なトピックス

- ①中国のモバイルショッピングユーザの属性  
(男女比・年齢構成・学歴・所得状況・職業分布・所属業界・居住地域など)
- ②中国のモバイルショッピングユーザのモバイルアクセス行動について
- ③中国のモバイルショッピングユーザの購買行動について
- ④中国のモバイルショッピングユーザの購買商品について  
(PC ユーザとの違い、男女別の購買商品の比較など)
- ⑤中国のモバイルショッピングサイトの浸透率
- ⑥中国のモバイルショッピングユーザ間の決済手段
- ⑦中国のモバイルショッピングユーザにおけるサイト選択の決め手

◆ここにフォーカス

※上記のトピックスのうち、インパクトの大きなデータを取り上げ、ご紹介いたします。

中国のモバイルショッピングユーザのモバイルアクセス行動について

- ・ モバイルショッピングユーザの 1 日のモバイルサイトアクセス時間は、「1～2 時間」が最も多く 25.6% を占める。
- ・ モバイルショッピングユーザのモバイルサイトへのアクセス頻度は平均して「1 日に 1 回」が 90.6%と、

極めて高い。

- ・ 頻繁にアクセスするモバイルサイトは、「百度(バイドゥ)」、「騰訊(テンセント)」、「新浪(シナ)」などの検索・ポータル系サイトがトップ 3 を占め、なかでも「百度」と「騰訊」ではそれぞれ79.1%、77.4%におよび、3位以下のサイトに大きく差をつける。

#### 中国のモバイルショッピングユーザの購買行動について

- ・ モバイルショッピングユーザの年間のモバイルショッピング利用経験は、「1～3回」が43.4%、「4～10回」が28.1%、また、「30回以上」というユーザも10.1%ほどいる。
- ・ モバイルショッピングユーザのモバイルショッピング一回当たりの決済金額は、「1,300円(100円)」以下が50.6%を占め、一度に「3,900円(300円)」以上利用するユーザは16.2%にとどまる。

(※)12/28時点の円換算レートにて計算

- ・ モバイルショッピングユーザのうち、56.9%のユーザが「モバイルで商品情報を閲覧しただけで、売り買いはしていない」と回答し、実際に商品を購入したユーザは33.5%にすぎない。

#### 中国モバイルショッピングユーザにおけるサイト選択の決め手

- ・ モバイルショッピングユーザにとって、サイト選択の決め手となる要素は「決済システム」が51.9%で1位である。次いで「商品の価格および品質」が51.2%と、半数を超えた。また、「サイト企業の信頼性」および「アフターサービス、カスタマーサービスのレベル」も、ユーザがサイトを選択する際の重要な要素となっている。

→モバイルショッピングユーザの、モバイルショッピングにおける年間の購入金額総額は、「13,000円(1,000円)」以下が最も多く79.8%、「65,000円(5,000円)」以上は6.5%である。一方、PCショッピングでの年間の購入金額総額は、「13,000円(1,000円)」以下が42.8%、「65,000円(5,000円)」以上が28.9%であることと比較すると、低額であることが分かる。

また、中国のモバイルショッピングユーザによるモバイルサイトへのアクセス行動についての調査結果で、検索・ポータル系のサイトがトップ10の上位に位置していることや、実際にモバイルで商品を購入したユーザが4割に満たないことから、モバイルショッピングを未だ「商品閲覧の手段」として利用しているユーザも多いことが見てとれる。これは、モバイルショッピングがPCショッピングほど普及していないことや、操作上の不便性、サイト企業への信頼性等が影響しているものと考えられ、それらの点をクリアすることが、市場全体における今後の課題と言えよう。

#### ◆研究方法について

本報告書では、主として、モバイルサイト上でのオンラインアンケート調査、業界関係者へのインタビュー、および机上分析によって得られた成果を総合的に分析し、まとめております。

#### アンケート調査:

2010年2月～3月の間、中国モバイルサイト運営企業主要10社のモバイルサイト上に、アンケートに関するバナー広告を設置。そこから得たユーザからの回答を収集。

#### 業界へのインタビュー:

業界のスペシャリスト、各メーカー担当者、エージェンツ等への詳細なインタビューから得た関連業界の主要状況を基に、データを取得。

## 机上分析:

アンケート調査データを元に、一部の公開情報と比較することで、最終的に業界規模のデータを構築。

その他のデータ、グラフ、情報などをご希望の方は、お気軽に以下にお問い合わせください。

[https://www.veritrans.co.jp/contact/sbiresearch\\_form.html](https://www.veritrans.co.jp/contact/sbiresearch_form.html)

なお、次回は「2010 年度第 3 四半期 インターネットエコミーに関する報告書」を発行する予定です。

今後も SBI リサーチは、日本の事業者を対象に、中国での EC 展開において有益な、最新で正確な現地のインターネット事情を取りまとめた報告書を毎月発行してまいります。

## ◆中国インターネット事情に関する報告書について

本報告書は、中国最大手のインターネット調査会社「上海艾瑞市場咨询有限公司」(上海アイリサーチコンサルティング有限公司 中国上海市 代表取締役：楊 偉慶、以下「中国アイリサーチ社」)協力のもと、同社が中国国内で定期的に発表している中国のインターネット事情に関する報告書を日本語に翻訳したものとなります。

中国アイリサーチ社は、中国全域に様々なリサーチ網を有し、最新かつ正確なデータ分析のもと、報告書を作成しております。SBI リサーチが日本語版を発行することにより、日本の事業者は日本で得ることが難しい現地のインターネット事情をいち早く入手することが可能となります。

## 【SBI リサーチ株式会社について】

社名：SBI リサーチ株式会社

設立年月日：平成 21 年 11 月 5 日

資本金：30 百万円

代表者：代表取締役 執行役員 Co-CEO 沖田 貴史

取締役 執行役員 Co-CEO 楊 偉慶

事業内容：

- ・中国アイリサーチ社が中国国内で発表している各種インターネット白書の翻訳販売
- ・各企業向けにカスタマイズした個別調査などの中国市場調査事業

URL: <http://www.sbi-research.jp/>

### 【報告書に関するお問い合わせ】

SBI リサーチ株式会社 担当：顧(こ)

Tel: 03-6229-0859

お問い合わせフォーム: [https://www.veritrans.co.jp/contact/sbiresearch\\_form.html](https://www.veritrans.co.jp/contact/sbiresearch_form.html)

### 【データの掲載・取材に関するお問い合わせ】

SBI ベリトランス株式会社 コーポレートブランディング室 担当：伊藤

Tel: 03-6229-0850(代表) Email: [pr@veritrans.co.jp](mailto:pr@veritrans.co.jp)