

## ソーシャルメディアを使う人の約 77%は その影響を好ましいと感じている(中国)

～現実のプレッシャーから解放してくれるのがソーシャルメディア。  
中国人のソーシャルメディアへの向き合い方～

市場調査会社の株式会社カンター・ジャパン(本社:東京都渋谷区、取締役社長:大竹秀彦)は、ソーシャルメディアでのつぶやき・投稿の収集・分析やソーシャルメディアを使う人の動向調査などを行っています。

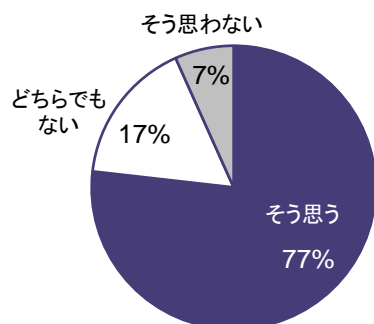
昨年末から今年初めにかけて、グループ会社のシーティアル社(CTR)が中国のソーシャルメディア利用者 12,221 人\*を対象にその使い方について調査を行いました。その中で、約 77%の人がソーシャルメディアの影響を好意的に捉えていることがわかりました。

\*ソーシャルメディア利用者の属性は、若い世代に偏る傾向があります。この調査の対象者の場合も、約 7割が 30歳以下、残りの約 3割が 30歳超です。

### ■ ソーシャルメディアの影響は好ましい

まず、ソーシャルメディアを使う人がその影響をどのように捉えているかについて聞きました。すると、好ましいと思う人が全体の約 77%で、好ましいとは思わない人の 7%を圧倒的に上回りました。

ソーシャルメディアの影響を好ましいと思うか？

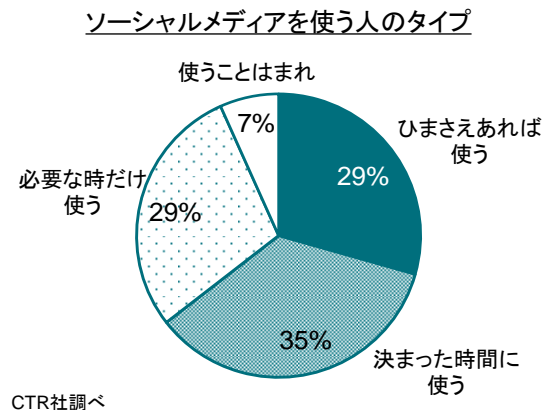


CTR社調べ  
中国のソーシャルメディア利用者 n=12,221

また、ソーシャルメディアの影響を好ましいと回答した人に、どのような点が好ましいのかを複数回答可で聞くと、「気分を変えてくれる、現実のプレッシャーから解放してくれる」(67%)、「生活が効率よくなる、便利になる」(48%)という回答が多く見られました。

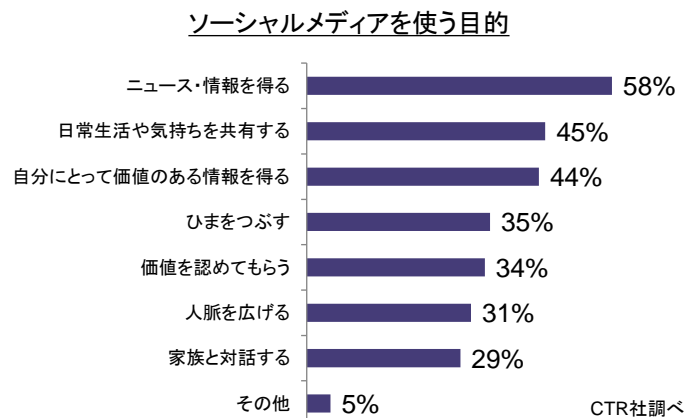
## ■ ひまさえあればソーシャルメディアを使う人が約 3 割

次に、ソーシャルメディアを使う人がどの程度ソーシャルメディアに向き合っているのかについて調べました。すると、「ひまさえあれば使う」人が 29%、「決まった時間（例えば通勤時、昼休み、夕方など）に使う」人が 35%、「必要な時だけ使う」人が 29%、「使うことはまれ」人が 7%という結果になりました。



## ■ 使う目的で多いのはニュース・情報を得ること

最後に、ソーシャルメディアを使う人がそれをどのような目的で使っているか（複数回答可）について調べました。すると、「ニュース・情報を得る」(58%)、「日常生活や気持ちを共有する」(45%)、「自分にとって価値のある情報を得る」(44%)などの回答が多数を占めました。



## ■ まとめ

この調査結果を見ると、中国のソーシャルメディア使用者には、それを使うことにより気分転換ができたり、現実のプレッシャーから解放されたりする点を評価している人が多いようです。一方、使う目的では、ニュース・情報を得るが一番多い回答になっており、彼らの実用的な面を垣間見ることができます。

## ■ 調査概要

- 調査時期:2013年12月20日から2014年1月1日
- 調査対象:中国のソーシャルメディア使用者 12,221人
- 調査方法:インターネット調査
- 調査実施会社:シーティアール社(CTR)

本文を引用される場合は、出典が「カンター・ジャパン」であることを明記してください。

## ■ カンター・ジャパン会社概要

カンター・ジャパンは、前身企業から数えると日本で50年超の歴史を持つ市場調査会社です。13の企業(グループ)で構成されるカンター・グループに属し、日本だけでなく海外の消費者調査まで幅広く手掛けています。親会社は、世界有数の広告会社であるイギリスのWPP(ダブリュー・ピー)です。

- 社名:株式会社カンター・ジャパン
- 本社:東京都渋谷区代々木 2-1-1 新宿マインズタワー6F、7F
- 取締役社長:大竹秀彦
- 事業内容:市場調査、およびそれに付随するアドバイザリー業務
- ウェブサイト:<http://www.kantar.jp>

### 本件に関するお問い合わせ先

株式会社カンター・ジャパン 広報 東園 E-mail: [Marketing@kantar.co.jp](mailto:Marketing@kantar.co.jp) Tel: 03-6859-3229