

報道関係各位

インフォブリッジ、中国「メディア接触に関する調査」の結果を発表

～平日接触するメディア、「ネット(パソコン利用)」が76.4%～

中国・インドを中心としたアジアでマーケティングリサーチおよびコンサルティング事業を行う INFOBRIDGE HOLDINGS GROUP LTD.(会社所在地:中国香港 Managing Director 繁田奈歩 以下:インフォブリッジ)は、2010年2月2日、中国における「メディア接触に関する調査」の調査結果を発表しました。

本調査は、中国三大都市在住の20代～40代男女におけるメディア接触・インターネット使用に対する意識の把握を目的としています。

【調査結果 TOPICS】

- 平日接触するメディア、「ネット(パソコン利用)」が76.4%
- テレビ、有料新聞では「政治関連の情報」入手が最も高い
- 「携帯電話・デジタルカメラなどのデジタル製品」の情報入手は、「ネット」
- 去年に比べ利用時間が長くなったメディアは「ネット」
- オンラインショッピングの利用頻度、「2-3週間に1回位」が30.0%

【調査概要】

調査タイトル	メディア接触に関する調査
調査目的	中国三大都市に住む20～49歳のメディア接触・インターネット使用に対する意識の把握
調査方法	インターネットリサーチ
調査対象	北京、上海、広州在住の20代～40代男女
調査国	中国
調査エリア	北京、上海、広州
調査会社	Embrain IB CHINA Co., Ltd.(インフォブリッジホールディングスの子会社)
調査期間	2010年01月05日～2010年01月11日
サンプル数	360サンプル
調査項目	<ul style="list-style-type: none"> ・平日、休日の接触メディア/時間帯比較 ・平日、休日最も接触しているメディア ・各メディアでの入手情報、商品によるメディア接触情報 ・利用時間変化 ・メディアイメージ ・インターネット使用量 ・よく利用するサイトジャンル ・使用ウェブブラウザのトップページ ・SNSサイトの利用頻度、利用理由 ・使用インスタントメッセージ、使用頻度 など全50項目

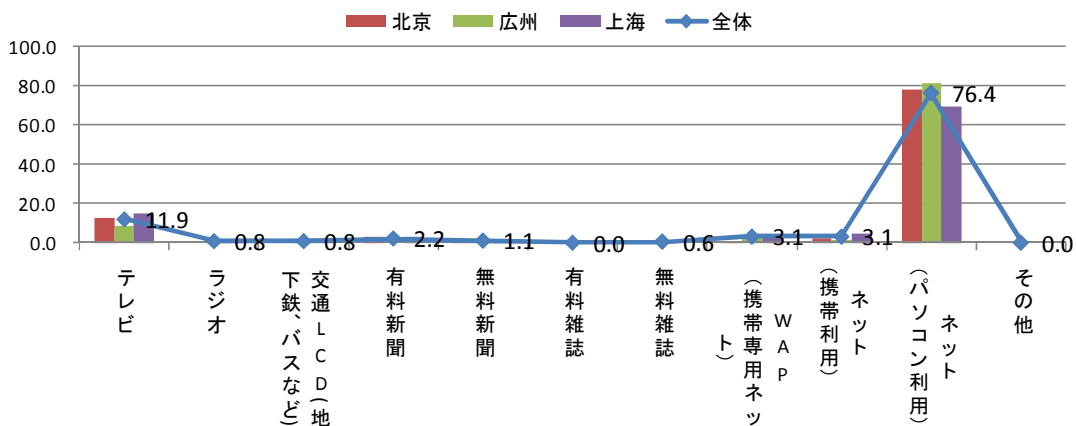
【調査結果概要】

● **平日接触するメディア、「ネット(パソコン利用)」が76.4%**

全体では、「ネット(パソコン利用)」が76.4%で最も高く、次いで「テレビ」が11.9%、「ネット(携帯利用)」、「WAP(携帯専用ネット)」が3.1%である。

地域別では、広州の「ネット(パソコン利用)」が81.7%と全体と比較して高く、上海は「ネット(パソコン利用)」が69.2%と低い。

Q:あなたが平日一番長い時間接触しているメディアをお選びください。

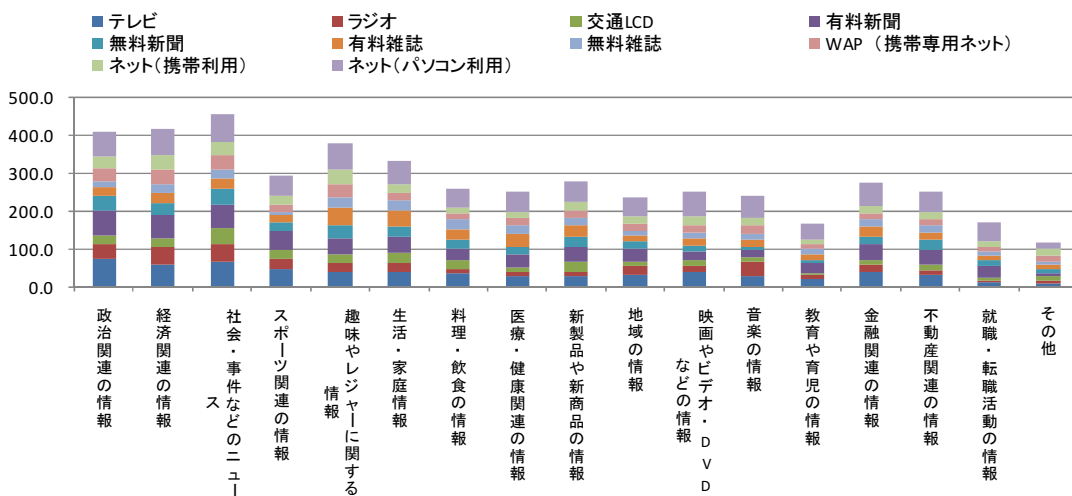


● **テレビ、有料新聞では「政治関連の情報」入手が最も高い**

テレビ、有料新聞では「政治関連の情報」が最も高く、ラジオ、WAP(携帯専用ネット)、ネット(携帯利用)、ネット(パソコン利用)では、「経済関連の情報」が最も高い。

また、交通LCD、無料新聞では、「社会・事件などのニュース」が最も高く、有料雑誌、無料雑誌では、「趣味やレジャーに関する情報」が最も高い。

Q:各メディアの中でよく入手する情報は何ですか？

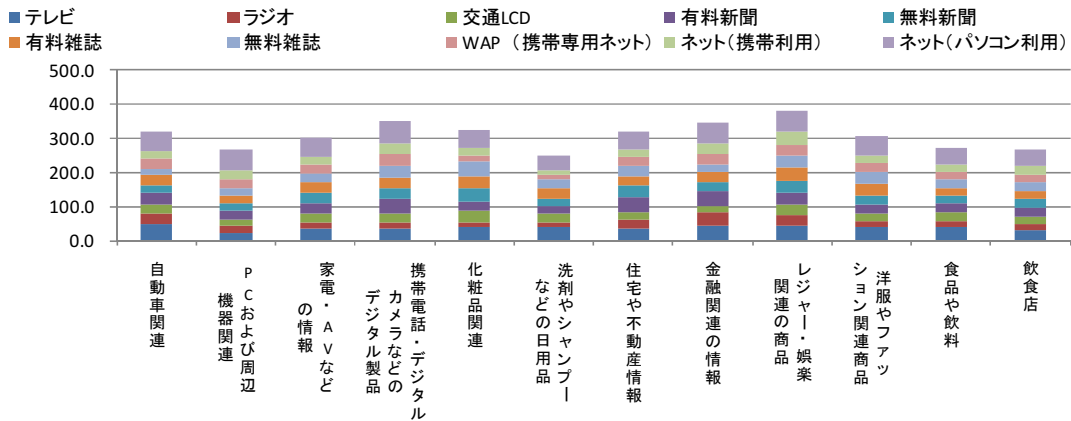


● 「携帯電話・デジタルカメラなどのデジタル製品」の情報入手は、「ネット」

テレビでは、「自動車関連」が最も高く、WAP(携帯専用ネット)、ネット(パソコン利用)では、「携帯電話・デジタルカメラなどのデジタル製品」が最も高い。

また、無料新聞、無料雑誌では、「化粧品関連」、有料新聞では、「住宅や不動産情報」、ラジオでは、「金融関連の情報」、交通 LCD、有料雑誌、ネット(携帯利用)では、「レジャー・娯楽関連の商品」が最も高くなっており、商品やサービスによって情報入手手段を使いわけていることが分かる。

Q: 各メディアでよく入手する「商品」の情報は何か？

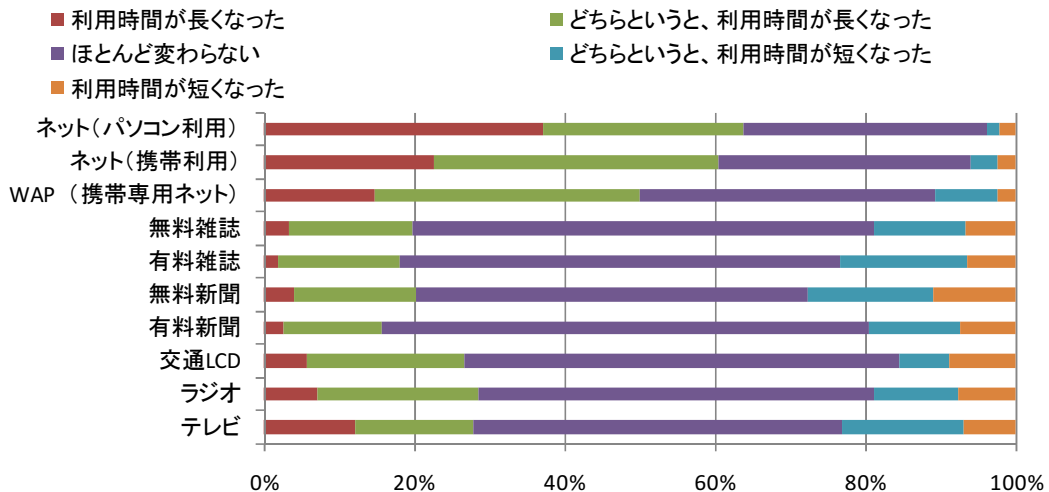


● 去年に比べ利用時間が長くなったメディアは「ネット」

ネットは、全体的に利用時間が長くなっており、「長くなった/どちらか」として利用時間が長くなった」を合わせると6割を超える。

また、新聞、雑誌、交通 LCD については「ほとんど変わらない」は約6割となっている。

Q: 去年と比べ、各メディアを利用する時間のどう変化しましたか？

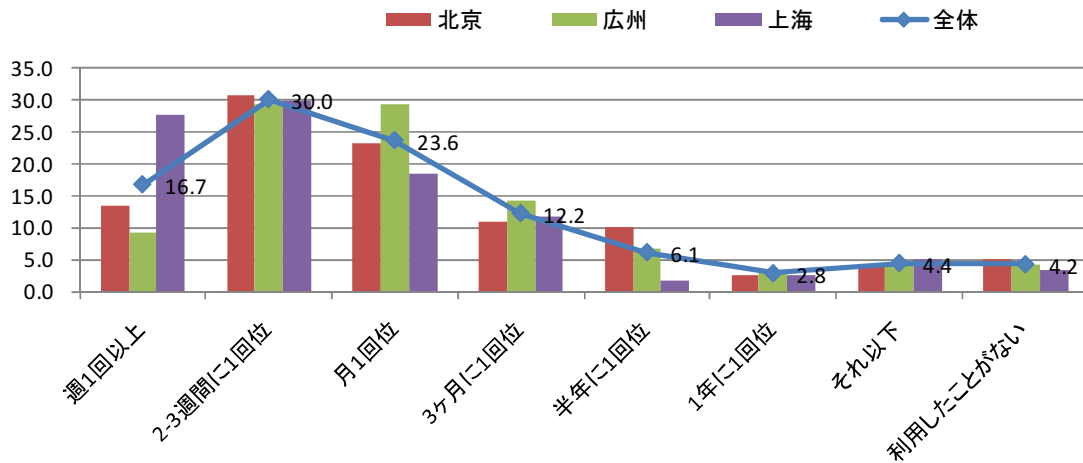


● **オンラインショッピングの利用頻度、「2-3週間に1回位」が30.0%**

全体では、「2-3週間に1回位」が30.0%で最も高く、次いで「月1回位」が23.6%、「週1回以上」が16.7%となっており、全体の年平均利用回数は18.5回である。

地域別で見ると上海は、年平均利用回数が23.3回と他地域と比較して最も多い。

Q: あなたは、どのくらいの頻度でオンラインショッピングを利用していますか？



以上

インフォブリッジ社とは

インフォブリッジ社は中国とインドを中心にマーケティングサービスを提供する企業です。アジア進出企業皆様の知恵袋として中国、インド他アジアのさまざまな情報を提供し、クライアントの企業価値向上を目指します。

社名: INFOBRIDGE HOLDINGS GROUP LTD.

設立日: 2006年

代表者: 繁田 奈歩

事業内容: マーケティングリサーチ事業、マーケティングコンサルティング事業、情報発信事業、その他事業(ビジネスサポート)

● **報道関係・各種メディアおよびレポート購入に関するお問い合わせ**

INFOBRIDGE HOLDINGS GROUP LTD. (www.infobridgeasia.com/)

◆ **東京オフィス (担当: 小野健太郎)**

住所: 東京都港区六本木 7-3-13 トラストィ 5階
TEL: 03-5770-3134 FAX: 03-5770-3164

◆ **上海オフィス (広報担当: 深水エリナ)**

住所: 9F C-D, Haiyi Building, No.310, TianShan Rd, Shanghai
TEL: +86-21-3353-8666 FAX: +86-21-3353-8781

◆ **東京オフィス・上海オフィス・デリーオフィス共通お問い合わせ**

MAIL: info@infobridgeasia.com