

取得可能な中国SNSデータ

Available Chinese Social Media Data Sources

中国では、日本で普及している検索エンジンやSNSを利用することができます、代わりとなる中国独自のサービスが存在します。中国独自メディアは、中国国内で運営され、中国の規制や文化に合わせて運営されているメディアを指します。

以下にて、弊社が取得対応可能なデータの中国SNS(メディア)に関する媒体情報をご紹介いたします。



Weibo(微博)



中国では、日本で普及している検索エンジンやSNSを利用することができます、代わりとなる中国独自のサービスが存在します。中国独自メディアは、中国国内で運営され、中国の規制や文化に合わせて運営されているメディアを指します。

以下にて、弊社が取得対応可能なデータの中国SNS(メディア)に関する媒体情報をご紹介いたします。



<https://www.weibo.com/>

アカウント数(アプリダウンロード数)	約8億人以上
月間アクティブユーザ数	約6億人以上
中国国外想定ユーザ数	公式発表無(香港、マカオ、台湾、アジア、欧米等多数)
その他事項	メインユーザ層は 23歳～30歳 その次が 18歳～22歳 57%のユーザーが男性 一級都市から四級都市のユーザをまんべんなくカバー



小紅書(RED)



<https://www.xiaohoung.com/>

小紅書(RED)は、全世界で月間アクティブユーザ2億人を突破した中国発のライフスタイル共有アプリ。日本でもよく使われているインスタグラムに似ているアプリと言われています。ユーザのメイン層は20～30代女性、一線・二線都市出身の消費力の高い人々ですが、近年では男性ユーザーの割合も30%に上昇。女性に人気の化粧品やファッショントピック、出産・育児情報の他、旅行、食べ物、日常のライフハックなど、現在ではあらゆる人の関心事を検索・シェアできる場所に発展しています。また、多くの人が商品購入やサービス契約前の参考にするため、他者のレビューや企業の発信を見るなど情報検索サービスとしての役割も強まっています。

アカウント数(アプリダウンロード数)	約3億人以上
月間アクティブユーザ数	約2億人以上
中国国外想定ユーザ数	公式発表無(月間トラフィック:中国本土 88.3%、米国 2.14%、台湾 1.97%、香港 1.77%)
その他事項	REDは中国版インスタグラムと言われる ユーザは大都市に住む・高学歴 /高収入の傾向が高いと言われている

WeChat(微信)



WeChat(ウィーチャット/微信)は中国で最もユーザー数の多いソーシャルメッセージングアプリの1つです。2011年、テンセント社によって開発されたWeChatは、開発当初 WhatsApp や Facebook 、Messenger のようなメッセージングアプリでしたが、現在は支払いや日常生活のあらゆる機能を搭載した、オールインワンプラットフォーム(スーパーAPI)に進化しており、中国で生活するには欠かせないSNSと言っても過言ではありません。



<https://www.wechat.com/>

アカウント数(アプリダウンロード数)	約12億人以上
月間アクティブユーザ数	約11億人以上
中国国外想定ユーザ数	推定1億人以上(モンゴル、香港、シンガポール等多数)
その他事項	利用ユーザの73%は35歳以下の若年層 20以上の言語が利用可能で、200カ国と地域をカバー

抖音(Douyin)



抖音(ドウイン/Douyin)は中国版Tiktokであり、中国本土のアクティブユーザ数およそ8億人以上のショート動画アプリ抖音ユーザーの8割以上が20歳~30歳だと公表されています。

国際版であるTiktokアプリは中国本土のユーザはダウンロードすることができず、Tiktokとはユーザ層は全く違い、中国版にはEC機能やライブコマース機能がある。



<https://www.douyin.com/>

アカウント数(アプリダウンロード数)	約10億人以上
月間アクティブユーザ数	約8億人以上
中国国外想定ユーザ数	Tiktokユーザ数10億5000万人以上(米国、インドネシア、ブラジル、メキシコ、ロシア等多数)
その他事項	抖音は中国版Tiktokであり、国際版とはユーザと機能が別物である 抖音ユーザの 56.3% が男性、43.3% が女性 新一級都市から四級都市のユーザをまんべんなくカバー 一級都市の閲覧は少な目(大都会よりも少し田舎に人気)



大众点評 (Dazong Dianping)



<https://www.dianping.com/>

大众点評は、ユーザーがレストランやホテル、観光地などの様々な場所に関するレビューを投稿し、共有することができるレビューコミュニティプラットフォームです。

この特徴は、YelpやTripAdvisor、食べログなどのレビューサイトに類似しています。

大众点評は、ユーザーに対して特別な割引やクーポンを提供し、割引情報を検索する機能を提供しています。これは、Grouponなどのクーポンサイトに類似しています。

また、ユーザーがレビューにコメントしたり、評価を付けたりすることができるソーシャル機能も備えおり、ユーザー同士がレビューを共有したり、フォローしたりすることもできます。掲載データは中国国内の店舗にとどまらず、世界中のレストランやホテル、観光地など、様々な場所のデータ、レビューが投稿されています。中国人がレストランやホテル、観光地などを探す際には多くの人が見るアプリであることは間違いない

ません。

アカウント数(アプリダウンロード数)	約10億人以上
月間アクティブユーザ数	約8億人以上
中国国外想定ユーザ数	Tiktokユーザ数10億5000万人以上(米国、インドネシア、ブラジル、メキシコ、ロシア等多数)
その他事項	抖音は中国版Tiktokであり、国際版とはユーザと機能が別物である 抖音ユーザの 56.3% が男性、43.3% が女性 新一級都市から四級都市のユーザをまんべんなくカバー 一級都市の閲覧は少な目(大都会よりも少し田舎に人気)



淘宝 (Taobao)



淘宝
<https://www.taobao.com/>



天猫
<https://www.tmall.com/>



天猫国际
<https://www.tmall.hk/>



天猫 (Tmall)

淘宝(Taobao)、天猫(Tmall)、天猫國際(Tmall Global)は、中国のAlibaba Groupが運営するオンラインショッピングプラットフォームです。それぞれ異なるサービスを提供しています。

淘宝(Taobao): 淘宝は、個人や小規模な企業が自分の商品を販売し、購入することができるC2C(顧客対顧客)のオンラインマーケットプレイスです。出品者は自分の店舗を作成し、商品をリストに追加し、販売することができます。一方、購入者は商品を検索して、注文を行うことができます。

天猫(Tmall): 天猫は、主にブランドや大手のメーカーが自社製品を販売するB2C(ビジネス対顧客)のオンラインマーケットプレイスです。出品者は公式ストアを設定し、自社製品を直接販売することができます。天猫は信頼性の高い商品や正規品を提供することを目指しており、中国の消費者にとっては品質が保証されているという信頼感があります。

天猫國際(Tmall Global): 天猫國際は、外国のブランドやメーカーが中国の市場に製品を導入するためのプラットフォームです。中国の消費者に向けて製品を販売することができますが、天猫の規定に従う必要があります。

アカウント数(アプリダウンロード数)	約7億人以上
月間アクティブユーザ数	約4億人以上
中国国外想定ユーザ数	公式発表無
その他事項	メインユーザー層は北京、上海、広州といったいわゆる都市部に居住する高所得層と言われていましたが、近年は三級都市以下のいわゆる田舎地域に住むユーザーの割合が半数以上を占めるようになりました。