

中国の消費パワー

吉川 孝子

<11月11日の喧騒>

11月11日「独身の日」の国民消費パワーによって、メディアで報道されているようにアリババグループのセールでは過去最速の約3分でセールの売上額100億元を超えたとの事。

毎年、「独身の日11・11」が商戦日として定着してEC業界の書き入れ時となって来ている事は感じておりましたがEC業界の消費に関してのみと思い、呑気に11日（土）午後スーパーにいつもの感覚で食材を購入に行き、食材選びに30分、カートに入れレジに向かった所、どこがどのレジの最後尾が判らない程の行列。ここ数年は、この日のEC商戦の盛り上がりを受け、実店舗でもセール行うところが増えているようです。

行列に並んでいるのは夫か子供で、主婦は各コーナーを廻って次々と追加の日用品をカートに運んで来ます。どうやら一家総勢でカート2~3台分の日用品（洗剤・油・お酒・シャンプー・リンスetc）を購入する模様です。列は進まず、苛立つ人が続出で、夫婦喧嘩や、並んでいる人を無視して割り込んで来る人達の喧嘩で騒然とする中、「暴動」の二文字が頭の中を過ぎりました。

こちら一週間分の食材、ちなみに野菜や果物・肉類等の食品類は別段通常価格と変わらないか少々お安い程度でしたが、購入のため列に並んだものの、放棄して帰る訳にも行かず結局140元程の購入の為に1時間半カートにもたれて並んでおりました。

<中高年手切族>

ネット通販にはまっている人を「手切族」と呼びますが、これは「買い物をやめるには、スマホなどを操作する手を切り落とすしかない」と自嘲する言葉」で流行語にもなっています。

最近の庶民の消費意欲はスマホなどで、ECを操作できる若者に集中していると思っておりましたが、旅行会社などが共同で調査を行い、この度発表された「手切族」データによると、この「手切族」中高年にも大きく広がっているようです。過去9ヶ月間の50歳以上のネット通販での平均消費額は一人あたり5千円に上っており、世代では50~60歳の退職を控えた年代がこの「中高年手切族」の75%と大半を占めているとの事。

高齢者は若者のライフスタイルを理解せず、受け入れもしない、スマホも使いこなせず、インターネットは若者の特典で有るだろうと予想してただけに予想に反する結果に驚いておりましたが、本年9月に広島県もブース出展をした成都での「輸入博覧会」会場に来場した旺盛な高齢者を思い出し、現地の中高年消費意欲の状況や、それを支える

資金の出どころをリサーチしたくなるのは私のみならず日本企業の方々も同様ではないかと。

<中高年の消費市場>

スマホやネット通販は勿論のこと、若者、子供対象だけではなく「中高年者のより良い生活に対するますます高まる需要」を満たすための需要をリサーチして見ることが不可欠なようです。

重慶市の中心地のホテルに住んでいますが、周辺の五つ星ホテルを含め解放碑（中心地）の全ホテルは連日高齢者のツアー客で満室となっています。こう言った高齢者のツアーは「渡り鳥旅行」と称されていますが、子世代が親の為に「老人ツアー」を厳選し温暖な地を巡るパックツアーやクルーズ旅行が大盛況となっています。

刻々と変化する中国の消費生活から目が離せません。