

### <余暇の過ごし方>

ある投資会社が 20~30 代の若い世代 2,000 人程度を対象に、毎年、ヒアリング調査を実施しており、これからの消費傾向を探っています。最近の調査では、帰宅後何をするかという質問に対し、90%の男性が携帯ゲーム、90%の子どもいない女性はネットでドラマを見るとの回答が集まりました。ついでに言えば携帯アプリで外食を注文し、自炊をすることも殆どないようです。子ども連れなら、週末にショッピングモールにあるスケート場やら児童遊園地に預け、余暇を過ごす人も多くあります。インターネットでの買い物が増える中、ショッピングモールもその中のレストランも子どもの遊園地で集客を図っています。この場合、モール内での食事になりますが、20 も 30 もある選択肢のうち、どれを選ぶかという、目の前にあるレストランを自分の目で確認するのではなく、アプリでまず評価とメニューを見てから選びます。自分の判断よりアプリの信頼度が高いように見え、おかしくもありますが、現実の姿です。

### <アプリの活用>

現在、大部分の中国ユーザーが毎日平均 3.5 時間も携帯などを通じてインターネットと繋がっており、すべての判断、決定はアプリの情報に依存しているといっても過言ではありません。情報についても、以前はキーワードを検索して情報を探していましたが、今はアプリが AI 技術を利用して過去の購買・消費習慣を分析してお勧め商品等を次から次に送ってくるので、別に検索しなくても、与えられた情報からお勧めから選ぶことが普通となっています。

よって、利用者の多いアプリがビジネス上ますます重要になります。前にも紹介した外食配達アプリの「美团」が 2013 年 11 月に設立してから、わずか 4 年間で、一日あたりの平均注文数が最初 2014 年の 140 万食から 2015 年末の 300 万食、2017 年末の 1,800 万食を達成し、今年年末には 2,500 万食を目標にするまでになっています。アプリで扱うサ

ービスを外食配達の注文のみならず、衣料や家電、生鮮食品の販売などにも拡大しており、今後もこれらの充実を図る計画であることから、まだまだ増えていくように予測されています。個人、一人一人では頻繁に使うアプリは最高 20 個で、通常は 12 個との調査結果もあり、それ以上新たなアプリをダウンロードすることは少ないようですので、他に先んじて展開することが、ユーザーを集める上では特に重要になっています。

また、アプリのヘビーユーザーである若い世代はますます短気で、例えば、長いドラマよりは短い数分間の動画を好み、動画を自由に載せられ自由に見られるアプリが急速に成長しています。

やはり各世代によって考え、やインターネットとのかかわり方がずいぶん違い、商習慣もそれに合わせてこれから変わっていくとも予測されます。