

## 中国の若者の間で「夏健康経済」が話題に

胡 曉雯

中国では、7～8月の1年で最も気温や湿度が高く、蒸し暑い時期のことを「三伏天（サンフーティエン）」と呼びます。初伏、中伏、末伏の3段階に分かれており、今年は7月11日～8月19日の40日間です。中医学では背中には陽の経路が通っていて、太陽光を当てると体を温め、鬱々とした気分を緩和し健康にも良いとされています。そうした背景から、中国の若者の間では、日光浴のための「背中の日焼け」が人気で、「夏健康経済」といわれて消費に力強い伸びが見られます。



イメージ図（写真出所：視覚中国）

最新データによると、7月に入ってから、背中が開いたスポーツ着やヨガマット、日焼け防止用帽子といった「背中の日焼け」の関連商品の売上高が伸びており、前年同期比150%増となっています。そのほか、中国式ヘルスケア消費も7月の「三伏天」に入ってから好調で、カップリングカップ（背中に大量のシリコンカップをつけて空気を抜く）やお灸アイテムといった中医学系のヘルスケア消費が前年同期比120%増となっています。

### <健康食品のブーム>

若者が新しいヘルスケア方法を模索するにつれ、健康食品の消費もブームになっています。ECサイト「唯品会（ゆいひんかい）」の最新データによると、7月以降、魚油DHAとミルクシスル（マリアアザミ。ハーブティーなど、肝臓に効果がある）の売上は前年同月比で倍増し、栄養補助食品の売上は前年同月比で57%増加、ビタミンとプロバイオティクスの売上は全て前年同月比で20%以上増加しています。各eコマースプラットフォームも積極的に販促活動を展開しています。7月中旬以降、京東ヘルスは蓮の芯（蓮

の実を使用した蓮芯茶は自立神経を整える効果がある）11品目、生姜粉9品目の新商品を売り出し、唯品会は8月4日に「夏健康生活祭り」というイベントを開催しました。唯品会の関係者によると、若者の夏のヘルスケア消費は主に、ヘアケア、美白・痩身、スポーツ栄養補助などが注目されています。

さらに、アフターコロナということで人々の健康意識が向上し、ヘルスケア消費の規模が急速に拡大していることが読み取れます。中国中央テレビ(CCTV)、国家统计局、中国邮政が共同で主催する「中国の素晴らしい生活大調査」の統計によると、2023年、18歳から35歳の若者の消費リストのトップ3は、旅行(32.77%)、パソコンやスマホなどのデジタル製品(31.67%)、ヘルスケア(31.04%)となっています。国家统计局が発表した「2023年上半期の住民の所得と消費支出状況」によると、上半期に、全国住民の一人当たりヘルスケア消費は1,219元(約24,500円)で、前年同期比17.1%増加し、一人当たり消費支出の9.6%の割合を占めました。

### <若者に人気の健康関連商品>

一方、健康食品のほか、快適な睡眠環境を整えるため、湿度の調整など、睡眠を改善する方法にも関心を寄せています。若者の夏の家庭ヘルスケア商品の売上高は、今年の「三伏天」に入ってから以降、お灸器具は前年比120%以上増加し、電気刮痧(かっさ)プレートは前年比ほぼ100%増加、カップリングは前年比70%増加しました。

人々の健康への関心が高まるにつれて、健康・美容関連商品などは定番化していき、定期的な消費支出が期待できそうです。今後の市場の拡大に注目していきたいと思います。

参照：(以下中国語記事)

[①若者の新たなヘルスケア：背中を焼く、お灸、健康食品が人気に](#)

[②夏の健康経済が注目に、唯品会のヘルスケア製品の売上高は劇的に増加](#)