

「情緒価値（感情的価値）から生み出された市場」

趙 万利

大連では最近、「情緒価値（感情的価値）」が話題になっており、若者の間で流行しています。「感情的価値」は、もともとマーケティング学の概念で、消費者の感情に働きかける価値を意味し、つまり商品やサービスへの憧れといった感情を引き起こすことをいいます。

かつて消費の主な目的は、物質的な商品を手に入れることで日々の欲求を満たすことでしたが、人々の生活水準が全般的に向上するにつれ、多様化した消費者ニーズをただ商品を共有するだけで満たすことが難しくなり、購買につながるには「好き、欲しい、必要」という感情が決定的な要因となっています。

こうした要因により生み出された市場が、「ストレス解消経済」です。

＜ストレス解消経済＞

最近、「悩みを忘れることができる」を売り文句とした「ストレス解消グッズ」が人気を集めています。例えば、ハンドスピナーが数ヶ月連続で、各大手ECプラットフォームの人気ランキングのトップになっているほか、フルーツを見事にカットしたり、汚れた絨毯がきれいに洗われるショート動画の再生回数が1億回を超えるなど、おもちゃからショート動画に至るまで、ストレス解消につながるものがトレンドとなり、都市の若者の間で流行しています。



【ストレス解消玩具①（ハンドスピナー）】

ストレス解消グッズの魅力は、若者が追い求めるリラックス体験にあります。現代は生活のリズムが速く、競争のプレッシャーも大きく、なかなか気持ちが休まらないため、頭の中を空っぽにして、気持ちを落ち着かせることを目的としています。ストレス解消グッズを使うと、リラックスして心地よくなり、ストレス解消やイライラ解消の効果がとても高いと言われています。



【ストレス解消玩具②（もちもち触感グッズ）】

これらの効果を求める巨大な市場需要が「ストレス解消経済」を生み出しました。天眼查（会社情報調査アプリ）のデータによると、過去5年間、「ストレス解消」関連企業の年間の商品登録数は急速に増加しています。電子商取引プラットフォームでは、「ストレス解消玩具」、「ストレス解消グッズ」などのキーワードで検索すると、関連商品が2万点以上あります。

＜若者の心理的欲求に潜む商機＞

今の若者は、自分の心理的欲求を満たしてくれる商品なら、進んで財布のひもを緩めます。

近年、盲盒（ブラインドボックス）という日本の「ガチャガチャ」の箱入り版が大人気となりました。中に希少なキャラクターが入っており、それを入手するためにお金をつぎ込み買い続ける人もいます。また、新たなトレーディングカードが続々と現れ、「ウルトラマンカード」や「ポケモンカード」などといった日本発の中国トレーディングカード市場の活気が伝えられました。これらのような期待や満足感、幸福感といったポジティブな感情を与えてくれる商品は付加価値が高まり、1千億元（1元は約20.6円／約2兆600億円）規模の市場すら数多く誕生しています。

このように若者の心理的欲求には、巨大な商機が潜んでおり、工夫を凝らして新しいアイデアに勇気をもってチャレンジすることができれば、その商機をつかむことができるに違いありません。

参考リンク：

- ① [玩具からショート動画まで、「ストレス解消グッズ」がなぜ都市部の若者に人気なのか](#)
- ② [情緒価値で顧客の「心」を勝ち取る](#)