

# グローバルマーケティングコラム

## 中国のリビングルーム経済 JD.com レポート

### 中国消費者の現在 Stay Home のリビングルーム事情

中国のeコマースプラットフォーム第2位、テンセント系のJD.comが8月31日に「2021年リビングルーム消費動向レポート」を発表しました。中国の消費者はペルソナ別にリビングを新しい空間にカスタマイズしているようです。

若いZ世代(1996年以降生まれ)の男性はリビングルームをくつろぎの空間、ホームシアターでエンタメ空間にすることを好みます。ビーズクッションの売上は前年対比202%増と驚異の伸びをみせました。少し上の年代の1975年以降生まれの男性は、ホームシアターづくりが流行っていて、ホームシアターソファは154%、ホームシアター自体も43%増加しています。1985年以降生まれの母親たちは、子供が楽しめる空間にすることに熱心です。室内用の滑り台は前年比173%売上増し、その他子供向けグッズも120%増えています。子供のいない層はペットへの支出が増えていて、ペット向けのリビングルーム小物の売上は86%増えています。

リビングルームの家具については、多くの消費者が収納力と機能性に注目しています。機能性ソファや椅子の売上は約40%増加し、収納ボックスは249%も売上が上昇しました。また、若者～中年まで会社員などホワイトカラー労働者の男性は、リビングルームで運動をして過ごすようになり、コードレス縄跳びの売上は1045%も急上昇し、サイズを調整できるスマートフラフープも822%売上を増やしました。JDの消費産業開発研究所代表は、今後は快適さや便利さだけではなく持続可能な開発への道を提供する製品がでてくるだろうとコメントしています。(参照※1)中国ではやっているもの、知らないものが多くありました。



イラスト全て 出典: JD Corporate Blog

### 【出典元】

※1 JD Report Reveals the Rising of “Living Room Economy” - JD Corporate Blog

<https://jdcorporateblog.com/jd-report-reveals-the-rising-of-living-room-economy/>