

シニア層のユーザーが増えるフリマアプリ

◆スマホ起点での取り引きが拡大するEC市場

2019年5月、経済産業省は18年の「電子商取引に関する市場調査」、いわゆるEC（電子商取引）市場に関する報告書を公表した。消費者向けEC市場の規模は、前年比8.9%増の17兆9,845億円だった。半分以上を占める物販分野の市場規模は9兆2,992億円で、スマートフォン（スマホ）経由での消費が急速に増えている。18年は前年比21.5%増の3兆6,552億円と、全体の約4割を占めている。

また、CtoC（個人間取引）市場では、リユース品などの売買をスマホ経由でおこなうフリマアプリの市場規模が、前年比32.2%増の6,392億円だった。調査を開始した16年の3,052億円からわずか2年で倍増している。

◆シニア層は社会とのつながりを求めてフリマアプリを利用

総務省が5月に発表した18年の「通信利用動向調査」によると、年齢別スマホ保有率は、20～40代が約9割で、50代が79%、60代は56%だった。13年の60代のスマホ保有率は11%であったが、5年間で約5倍になっている。

フリマアプリの最大手のメルカリがユーザー250万人を対象に実施した18年の利用動向調査ではシニア層の存在感が高まっている。1人あたりの平均月間売上額は17,348円だったが、60代以上の男性が31,960円と最も高く、次いで60代以上の女性が29,788円だった。年齢を重ねるにつれ「断捨離」や「終活」ということで自宅に眠る不用品を処分する傾向がみられる。男性は時計やゴルフ用品、女性は着物や食器など比較的高価なものを売却している。また、60代以上は「お金を得るため」という回答が20代の半分である一方、「社会とのつながりを感じる」は3倍になっている。

19年6月にヤフーは、今秋から新たなフリマアプリ「PayPayフリマ」を開始すると発表した。同社はオークションサイト「ヤフオク!」を手掛けているがパソコン経由での利用者が多く、スマホユーザーに的を絞った新たな事業を展開する。

今後、スマホを起点とした事業はさらに重要になるだろう。超高齢社会が進展するなか、シニア層の利活用の動向も注視する必要があるようだ。【新井佳美】