

**7月の季語 マンゴー**

**マンゴ売の声に異国の朝迎ふ 西本中江**

マンゴー売りの声がするのは、インド、ジャワあたりのことでしょうか？  
 アジアを旅すると、物売りの呼び声を耳にすることがよくあります。それが、古い記憶のなかの日本の物売りの声と、同じ調子ようで、どんな品物を売っているのかはわからなくても、物売る呼び声だと確実にわかるから、不思議。  
 いつか行ったミャンマーの駅で売られていたのは、“顔を洗う水”だったり、竹筒でお米を炊いた“弁当”など...いまも耳に残る声が、旅情をそそります。

さて、マンゴー。  
 インド産「アルフォンソ」マンゴーや、宮崎県産アーウィン種の「太陽のタマゴ」等、1個7~8000円ほどする高級品種が大人気となっている。  
 宮崎県産の太陽のタマゴは、<樹上で熟し自然に落果したものをだけをネットでキャッチして収穫する>という糖度15度以上の濃厚な甘みのマンゴーで、東国原知事とともに宮崎県の顔になっている。

マンゴーはヒマラヤ山麓が原産地といわれるが、現在の収穫地は世界中に広がっていて、畑だけでなく庭にマンゴーの大木がある家を見かけます。ハワイでは「大きなマンゴーがあると、家の価値が上がる」とのこと。ただし、マンゴーはウルシ科で、人によってはかぶれることがあるから、要注意でもあります。



**マーメイドのイヤリング**

グリーンのアヴェンチュリンとピンクのコーラルを組み合わせた Donatella pellini (ドナテラ ペリーニ) のイヤリングは、海ですね、夏ですね、というデザインが、購買欲をそそります。確かに、そそられて購入しました。



**シニアのインターネット利用、高まる。**

総務省が発表した「平成18年通信利用動向調査」のインターネットの世代別利用率(世帯構成員)を見ると、高齢層の利用率の伸びがめざましい。

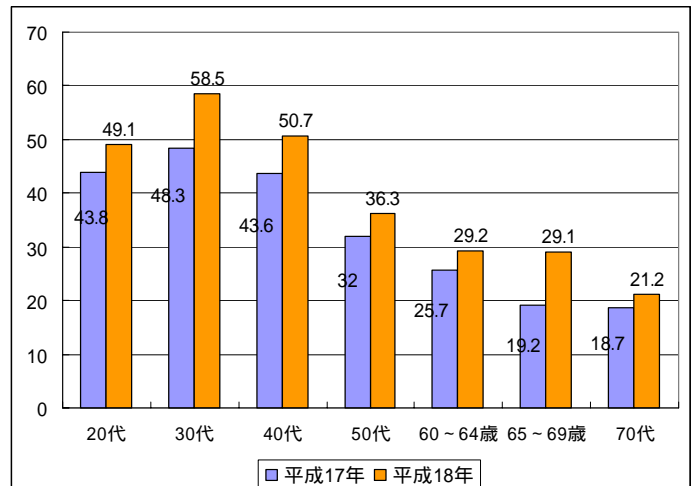
13歳から49歳までは、平成17年の利用率が90%以上あり、1年間で大きな変化はないが、60代では約5%の伸び、70代では13%も伸びて3割以上が利用している。

	H17年	H18年
60~64歳で	55.2	59.7%
65~69歳で	42.0	48.0%
70~79歳で	19.3	32.3%

**インターネットによる商品・サービスの購入状況**

インターネット利用者のうち、インターネットで商品等を購入したことのある人(世帯構成員)は、30~40代を中心にとの年代も伸びているが、ここでも60代の伸びは顕著。

単位%



また、インターネット利用を男女年代別に見ると、全体として男性利用者が女性より高いが、特に60代では、男性の利用が女性を大きく上回っている。

	男性	女性
60~64歳で	70.7	49.3%
65~69歳で	61.9	35.4%

60代男性は、現役で働いている人を含め、職場でインターネットを利用した経験者が多いことが、女性より利用が多い理由と思える。

さて、インターネットで商品を購入する理由の上位には、店舗の営業時間を気にせず買い物できる、一般商店ではあまり扱われない商品でも購入できる、店舗までの移動時間・交通費がかからない、様々な商品を比較しやすい、価格を比較できる、等があり、<好きなときに、誰にも煩わされず、自由に比較して、納得のいく商品を購入したい>との意向を持つシニア像が浮かんでくる。