

2010年11月25日

電通総研 『話題注目商品 2010』 レポート

「消費者が選ぶ2010年の話題注目商品ランキング」ベスト3は
 スマートフォン・Twitter・食べるラー油
 2011年への消費キーワードは、“利己的スマート”と命名

毎年、電通総研ではその年の話題注目商品を通じて、足元の消費動向を分析しております。この度、「2010年・消費者が選ぶ話題注目商品ランキング」や「(来年以降の)ブレイク予想ランキング」、それらから見えてくる「消費キーワード」をご紹介します。

■2010年・消費者が選ぶ話題注目商品ランキング

このランキングは、約130の候補商品・サービスに関してアンケート調査から求めた「認知度」・「関心度」・「話題度」に、ブログ実態調査から求めた「くちコミ活性度」を合計したものです。今年の特徴としては、昨年末調査もしくは下位の商品が順位を上げたことで、ランキングの様相が大きく変化したことに加えて、デジタル・IT系が上位を独占したことも指摘できそうです。

—2010年・消費者が選ぶ話題注目商品ベスト30—

1位 スマートフォン (34位)	6位 羽田空港国際化 (-)
2位 Twitter (104位)	7位 東京スカイツリー (-)
3位 食べるラー油 (-)	8位 エコポイント・エコ減税関連商品 (5位)
4位 地デジ対応大画面薄型テレビ (7位)	9位 ワールドカップ南アフリカ大会 (-)
5位 坂本龍馬 (101位)	10位 LED電球 (15位)

11位 ご当地B級グルメ (-)	16位 ハイブリッドカー (1位)
12位 池上彰 (-)	17位 海外ファストファッション (64位)
13位 国内ファストファッション (3位)	18位 AKB48 (-)
14位 『ゲゲゲの女房』 (-)	19位 タブレット型情報端末 (-)
15位 3D映画・テレビ・カメラなど (60位)	20位 渡部陽一(戦場カメラマン) (-)

21位 ノンアルコールビールテイスト飲料 (17位)	26位 ハイボール (45位)
22位 高速道路ETC割引・一部無料化関連消費 (6位)	27位 格安航空チケット (-)
23位 携帯音楽プレイヤー (-)	28位 コンビニロールケーキ (-)
24位 円高還元 (-)	29位 アウトレットモール (25位)
25位 マイケル・ジャクソン (20位)	30位 電気自動車 (8位)

※ () 内は昨年順位。(-)は未調査。

■消費者が選ぶ 近未来ブレイク予想ランキング

約 130 の候補商品・サービスについて、「今年（2010 年）よりも、来年以降（2011 年以降）の方が人気が出ると思う」の上位 20 までランキング形式で以下に示します。

第一位は 12 年春に開業が予定されている「東京スカイツリー」ですが、おりしもその夜間照明には第二位の「LED 電球」が使用される計画です。東京スカイツリーのライトアップ風景は、東京の新名物になること間違いなし、と言えましょう。

また、第三位には「電気自動車」が入りました。第七位の「ハイブリッドカー」と併せて、電気とクルマの関係はますます深まっていくと考えられます。

ー消費者が選ぶ 近未来ブレイク予想ランキングー

1 位	東京スカイツリー	6 位	3D 映画・テレビ・カメラなど
2 位	LED 電球	7 位	ハイブリッドカー
3 位	電気自動車	7 位	電子書籍端末
4 位	羽田空港国際化	9 位	格安航空チケット
5 位	スマートフォン	10 位	タブレット型情報端末

11 位	家庭用太陽光発電システム	16 位	米粉パン・スイーツなど
12 位	地デジ対応大画面薄型テレビ	17 位	羽のない扇風機
13 位	小型データ通信端末	18 位	クラウドコンピューティング（関連書籍含む）
14 位	家庭用燃料電池システム	18 位	ご当地 B 級グルメ
15 位	共同購入型クーポン	20 位	ノンアルコールビールテイスト飲料

■2011 年への消費潮流キーワードは“利己的スマート”

概ね 2010 年はリーマンショックの影響も薄れ、消費意欲の復調傾向が見られましたが、秋以降の円高進行が株安を誘発するなど、先行きの不透明感を払拭しきれないまま年末となりました。そのような世相のなか、生活者の節約意識は依然として強く支出総額を抑制しながらも、自分にとって重要なものとそうでないものとの間でメリハリを明白に付ける創意工夫で、世間の常識や過去の踏襲にとらわれない、自分自身の気持ちを優先した「自分にとっての質」の高い消費スタイルを実践しようとするアクティブな態度が一層強まってきたように思われます。

そのような消費傾向を踏まえて、電通総研では 2011 年への消費キーワードを「利己的スマート」としたうえで、以下に「利己的スマート」な消費者にアプローチするマーケティング的道筋を示したいと思います。

【“利己的スマート” 消費者への 5 つのアプローチ】

1. チョイス&カスタマイズ

～商品を構成する多種多様な要素から好きなものをチョイスして、自分なりの楽しみ方をカスタマイズできる創発性～

- スマートフォン
- Twitter
- AKB48
- タブレット型情報端末
- ファストファッション

2. 安っぽくない節約

～価格は安い、「安かろう悪かろう」的イメージに堕ちない、クオリティとコストパフォーマンスのバランス性～

- ファストファッション
- 円高還元
- ハイボール
- 格安航空チケット
- 高速道路 ETC 割引・一部無料化関連消費
- コンビニロールケーキ

3. エコロジー&エコノミー

～環境負荷を低く抑え、地球にやさしい。それでいてお財布にもやさしい。大義名分と実益の両立性～

- エコポイント・エコ減税関連商品（自動車・家電・住宅）
- LED 電球
- ハイブリッドカー

4. 悩み不要の本命感

～他の選択肢が霞むほど圧倒的なわかりやすさや競争優位性を有し、「今買うならコレしかない」と直感的に納得させる単純明快性～

- 地デジ対応大画面薄型テレビ
- 羽田空港国際化
- 池上彰
- ハイブリッドカー
- 3D映画・テレビ・カメラなど

5. 意外性を楽しむ組合せの妙

～たとえば「水と油」のように、既存の常識を覆して「そうきたか！」と驚かせる組合せが生み出す意外性～

- 食べるラー油
- 坂本龍馬
- 東京スカイツリー
- ご当地B級グルメ
- 『ゲゲゲの女房』
- 渡部陽一（戦場カメラマン）

【調査の概要】

(1) インターネットパネル調査

- ・調査対象：全国、20～69歳男女個人（学生除く）、1000名
- ・調査時期：平成22年11月3日（水）～11月4日（木）
- ・調査手法：電通リサーチ登録パネル（回答者）を用いたインターネット調査
- ・調査内容：約130の商品・サービスについて、「知っている」（→認知度）、「今興味がある、今年興味を持った」（→関心度）、「今話題になっている、今年話題になった」（→話題度）、「今年（2010年）よりも来年以降（2011年以降）の方が人気が出ると思う」を質問した。

(2) ブログくちコミ調査

インターネット上のくちコミ調査・分析システム「電通バズリサーチ」を利用して、性・年齢別に、約130の商品・サービスについて言及しているブロガー100人あたりのブログ記事数を偏差値化して「くちコミ活性度」を求めた。

<このリリースに関するお問い合わせ>

(株) 電通 電通総研 インサイト・センター ヒューマン・インサイト部
四元、東田、大貫 Tel：03-6216-8458

【詳細資料】

a) 性・年代別トップ10

男性		n=500
順位	アイテム	
1	スマートフォン	
2	Twitter (ツイッター)	
3	地デジ対応大画面薄型テレビ	
4	ワールドカップ南アフリカ大会	
5	坂本龍馬	
6	食べるラー油	
7	羽田空港国際化	
8	エコポイント・エコ減税関連商品 (自動車・家電・住宅)	
9	タブレット型情報端末	
10	東京スカイツリー	

女性		n=500
順位	アイテム	
1	スマートフォン	
2	Twitter (ツイッター)	
3	食べるラー油	
4	坂本龍馬	
5	東京スカイツリー	
6	羽田空港国際化	
7	海外ファストファッション	
8	『ゲゲゲの女房』	
9	エコポイント・エコ減税関連商品 (自動車・家電・住宅)	
10	国内ファストファッション	

男性20代		n=100
順位	アイテム	
1	スマートフォン	
2	Twitter (ツイッター)	
3	ワールドカップ南アフリカ大会	
4	AKB48	
5	『ONE PIECE』	
6	タブレット型情報端末	
7	携帯音楽プレーヤー	
8	食べるラー油	
9	3D映画・テレビ・カメラなど	
10	エコポイント・エコ減税関連商品 (自動車・家電・住宅)	

女性20代		n=100
順位	アイテム	
1	スマートフォン	
2	Twitter (ツイッター)	
3	食べるラー油	
4	海外ファストファッション	
5	国内ファストファッション	
6	東京スカイツリー	
7	AKB48	
8	『ONE PIECE』	
9	渡部陽一 (戦場カメラマン)	
10	豪華付録付き雑誌	

男性30代		n=100
順位	アイテム	
1	スマートフォン	
2	Twitter (ツイッター)	
3	ワールドカップ南アフリカ大会	
4	食べるラー油	
5	タブレット型情報端末	
6	地デジ対応大画面薄型テレビ	
7	携帯音楽プレーヤー	
8	ご当地B級グルメ	
9	AKB48	
10	坂本龍馬	

女性30代		n=100
順位	アイテム	
1	スマートフォン	
2	食べるラー油	
3	Twitter (ツイッター)	
4	渡部陽一 (戦場カメラマン)	
5	国内ファストファッション	
6	コンビニロールケーキ	
7	ご当地B級グルメ	
8	海外ファストファッション	
9	坂本龍馬	
10	東京スカイツリー	

男性40代		n=100
順位	アイテム	
1	スマートフォン	
2	Twitter (ツイッター)	
3	食べるラー油	
4	地デジ対応大画面薄型テレビ	
5	坂本龍馬	
6	タブレット型情報端末	
7	ワールドカップ南アフリカ大会	
8	AKB48	
9	LED電球	
10	エコポイント・エコ減税関連商品 (自動車・家電・住宅)	

女性40代		n=100
順位	アイテム	
1	Twitter (ツイッター)	
2	スマートフォン	
3	食べるラー油	
4	坂本龍馬	
5	『ゲゲゲの女房』	
6	エコポイント・エコ減税関連商品 (自動車・家電・住宅)	
7	洗濯用高濃度コンパクト液体洗剤	
8	渡部陽一 (戦場カメラマン)	
9	池上彰 (いけがみ・あきら)	
10	米粉パン・スイーツなど	

男性50代		n=100
順位	アイテム	
1	地デジ対応大画面薄型テレビ	
2	スマートフォン	
3	Twitter (ツイッター)	
4	ハイブリッドカー	
5	坂本龍馬	
6	東京スカイツリー	
7	エコポイント・エコ減税関連商品 (自動車・家電・住宅)	
8	羽田空港国際化	
9	LED電球	
10	電気自動車	

女性50代		n=100
順位	アイテム	
1	海外ファストファッション	
2	Twitter (ツイッター)	
3	羽田空港国際化	
4	坂本龍馬	
5	LED電球	
6	食べるラー油	
7	地デジ対応大画面薄型テレビ	
8	東京スカイツリー	
9	エコポイント・エコ減税関連商品 (自動車・家電・住宅)	
10	スマートフォン	

男性60代		n=100
順位	アイテム	
1	Twitter (ツイッター)	
2	坂本龍馬	
3	スマートフォン	
4	羽田空港国際化	
5	東京スカイツリー	
6	LED電球	
7	地デジ対応大画面薄型テレビ	
8	エコポイント・エコ減税関連商品 (自動車・家電・住宅)	
9	食べるラー油	
10	ハイブリッドカー	

女性60代		n=100
順位	アイテム	
1	羽田空港国際化	
2	坂本龍馬	
3	東京スカイツリー	
4	『ゲゲゲの女房』	
5	エコポイント・エコ減税関連商品 (自動車・家電・住宅)	
6	LED電球	
7	食べるラー油	
8	池上彰 (いけがみ・あきら)	
9	スマートフォン	
10	地デジ対応大画面薄型テレビ	

b) 項目別トップ10

認知度（「知っている」の回答割合） n=1000

順位	アイテム
1	マイケル・ジャクソン
2	坂本龍馬
3	エコポイント・エコ減税関連商品（自動車・家電・住宅）
4	上海万博
5	ノンアルコールビールテイスト飲料
6	地デジ対応大画面薄型テレビ
7	高速道路ETC割引・一部無料化関連消費
8	AKB48
9	アウトレットモール
10	ハイブリッドカー

興味度（「今興味がある・今年興味を持った」の回答割合） n=1000

順位	アイテム
1	LED電球
2	羽田空港国際化
3	地デジ対応大画面薄型テレビ
4	スマートフォン
4	食べるラー油
6	ご当地B級グルメ
7	池上彰（いけがみ・あきら）
8	エコポイント・エコ減税関連商品（自動車・家電・住宅）
9	東京スカイツリー
10	渡部陽一（戦場カメラマン）

話題（「今話題になっている、今年話題になった」の回答割合） n=1000

順位	アイテム
1	食べるラー油
2	羽田空港国際化
3	坂本龍馬
4	『ゲゲゲの女房』
5	東京スカイツリー
6	渡部陽一（戦場カメラマン）
7	スマートフォン
8	Twitter（ツイッター）
8	池上彰（いけがみ・あきら）
10	エコポイント・エコ減税関連商品（自動車・家電・住宅）

ロコミ活性度（1000人あたりの言及ブログ記事数を正規化）

順位	アイテム
1	スマートフォン
2	Twitter（ツイッター）
3	海外ファストファッション
4	国内ファストファッション
5	地デジ対応大画面薄型テレビ
6	ワールドカップ南アフリカ大会
7	坂本龍馬
8	携帯音楽プレーヤー
9	つけ麺
10	トマト料理（トマト鍋など）