

『日経トレンディ』 ヒット商品の条件 ～2023年ヒット商品&2024年ヒット予測～

日経トレンディ編集部 編集長
澤原 昇



目次

| | |
|------------------------------|----|
| 概要 | 1 |
| はじめに | 1 |
| 1. 今までの振り返り | 2 |
| (1) コロナ禍の3年 | 2 |
| (2) 長期的視点でのランク入り商品数の動向 | 2 |
| (3) 消費のビッグトレンド | 3 |
| (4) 2022年ヒット商品 | 3 |
| 2. 2023年ヒット商品ベスト30 | 4 |
| (1) 選考基準 | 4 |
| (2) 概況 | 4 |
| (3) 2023年ヒットのキーワード | 5 |
| (4) 地方発ヒット大賞2023 | 9 |
| 3. 2024年ヒット予測ベスト30 | 10 |
| おわりに | 12 |

概要

2023 年は新型コロナウイルス感染症が 5 類に移行したことでさまざまな制限が事実上なくなってきた。一方で、インフレによる商品価格の高騰や記録的な猛暑による外出控えなど、消費の行く先は板挟みの状況だった。その中でどのような商品が売れヒット商品の座に就いたか。どのような消費形態が浮かび上がってくるのか。本講演では日経トレンドィ編集部 編集長 澤原昇氏を招き 2023 年のヒット商品から見えたヒット商品の条件をまとめる。また、2024 年何が流行するのかについても大胆に予想する。

■ポイント

- ・外出解禁によるトレンドの変化
- ・対インフレ消費
- ・ヒットのキーワード
- ・2023 年ヒット商品ベスト 30
- ・2024 年ヒット予測ベスト 30

はじめに

まず自己紹介をする。モノ雑誌の編集者、書籍編集者を経て、2017 年より『日経トレンドィ』編集部にて記者として在籍、ランキングを作る側でいた。2022 年 1 月より第 11 代編集長。

『日経トレンドィ』は 1987 年創刊、2023 年 36 周年となる。毎年 11 月 3 日にヒット商品／ヒット予測ベスト 30 を発表、トレンドの発信地となっており 50 を超えるメディアで紹介されている。ヒット商品目線で世の中のモノやサービスを見ている稀有な立ち位置の雑誌である。ヒット商品／来年の予測がつかみにくい昨今、出版不況にもかかわらず年々注目度は上昇、トレンドの発信地となりさらに拡散、社会現象の一助になっている。

予測ランキングは一例を挙げるとオリンピック開催時の五輪関連など、実際に流行するモノはある程度除外している側面があり、新規性／影響力を重視し、消費者の生活が次の段階に入ったり、新しい体験ができるサービスを選択している。例えば、2019 年のワークマン社／2022 年の Miles（一瞬で 100 万ダウンロードを突破した、移動によってインセンティブが得られるアプリ）／2023 年のコンビニジムなどである。

以下に、本講演の講義内容をまとめる。

1. 今までの振り返り

(1) コロナ禍の3年

表1：2020年～2022年トップ3（サービスには網かけ）

| | 2020 | 2021 | 2022 |
|----|-------------|----------------|--------------|
| 1位 | 鬼滅の刃 | Tik Tok 売れ | Yakult1000 |
| 2位 | マスク消費 | ウマ娘 プリティーダービー | ちいかわ |
| 3位 | あつまれ どうぶつの森 | シン・エヴァンゲリオン劇場版 | PCM 冷却ネックリング |

©株式会社日経BP

2023年はコロナが5類に移行、契機的な年となったが、それ以前のコロナ禍ではエンターテインメント系（以下 エンタメ系）が躍進した。3位までのランキングをサービス／商品に分類すると2021年にサービス系が突出、サービスによる経済効果が読み取れる。2022年以降の特徴を以下に挙げる。エンタメ系の全盛はやや脱却してきている。

①商品の数が増加

30位中に占める商品の数の推移は17（2020年）→17（2021年）→21（2022年）。消費がモノに戻りつつある傾向ではないだろうか。

エンタメ／推し活文脈で売れるモノが増加、外出にかかわるモノも増加（3位 PCM 冷却ネックリング／6位 炭酸飲料対応ボトルなど）、脱コロナの流れとなる。

②食、家電、日用品、雑貨が増加

③ランクインの施設は引き続き少ない

(2) 長期的視点でのランク入り商品数の動向

表2：2011年～2019年ヒットランキング30位中の商品の割合

| 年 | 商品数 | ランキングトップ3 |
|------|-----|--|
| 2011 | 23 | スマートフォン／フェイスブック／“節電”扇風機 |
| 2012 | 24 | 東京スカイツリー／LINE／国内線LCC |
| 2013 | 21 | コンビニコーヒー／パズル&ドラゴンズ／アベノミクス消費 |
| 2014 | 21 | アナと雪の女王／妖怪ウォッチ／ウザ・デイング・ワールド・オブ・ハリホッター |
| 2015 | 24 | 北陸新幹線／火花／インバウンド消費 |
| 2016 | 19 | ポケモンGO／君の名は。／IQOS（アイコス） |
| 2017 | 19 | Nintendo Switch／明治ザ・チョコレート／クラウドファンディング |
| 2018 | 19 | 安室奈美恵／ドライブレコーダー／ペットボトルコーヒー |
| 2019 | 18 | ワークマン／タピオカ／PayPay |

©株式会社日経BP