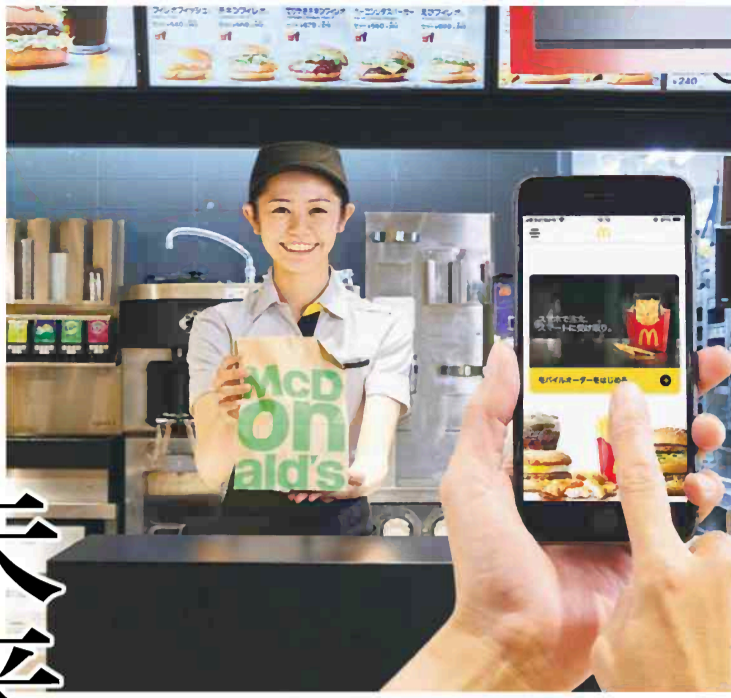


50年前の創刊時から掲載してきたヒット商品番付。2021年上期は、未来では当たり前となる消費スタイルを感じさせる顔ぶれとなった。環境や社会のサステナビリティ(持続可能性)を重視する商品や、テクノロジーで便利に買い物できる店舗が支持を集める。社会が転換期にある中、時代を先取りしたマーケティングが求められる。(関連記事3、14面に)



【対称】日本マクドナルドはほぼ全店でモバイルオーダーに対応  
【対称】甲オンワードHDが立ち上げたジェンダーレスのブランド「イーコール」  
【対称】百貨店の生ビールのような味わいの「スーパードライ生ジョッキ缶」

# 未来の当たり前が始まった

# 2021年上期ヒット商品番付

東		西	
	商品名と寸評		商品名と寸評
横網	サステナブル商品 コカ・コーラのラベルレス容器やユニクロの再生素材を使った衣料など、サステナビリティを意識した商品が相次ぐ。消費者の支持も広がる	横網	買い物テック コロナ下の非接触ニーズにデジタル対応する店舗が人気。日本マクドナルドはモバイルオーダーを約2800店に導入。ファミマは無人決済店を開業した
大関	携帯新料金プラン 大手キャリアで2000円台のプランが相次ぐ。ドコモの新プラン契約数は100万件を超えた。楽天も割安プランを導入	大関	ノンアルコール飲料 お酒の提供を控える飲食店で、ノンアルコール飲料を楽しむ人が増えた。メーカー各社が増産。ワインなど種類も豊富に
関脇	郊外生活 在宅勤務が浸透し、郊外で職住一体の生活を重視する動きが広がる。大きめの家で園芸やDIYを楽しむ家族も	関脇	シン・エヴァンゲリオン劇場版 1995年に始まったアニメ作品のシリーズ完結作。観客動員数は586万人、興行収入は90億円を超えた
小結	アサヒビール「スーパードライ 生ジョッキ缶」 飲食店で出される生ビールのような泡立ちや味わいを自宅で楽しめる。4月の発売直後に98万ヶが完売した	小結	帝国ホテル東京「サービスアパートメント」 客室の清掃などが付いたアパートメントサービス。30泊で36万円。2月に募集したところ、99室が即日完売した
前頭	ジェンダーレスファッション 性差を問わずにアパレルやメイクを楽しむ。オンワードHDは衣料品の新ブランドを4月に立ち上げた	前頭	テレワークスーツ 着心地と見た目の良さを両立した紳士服。在宅勤務に合うとして、AOKIの「パジャマスーツ」は2万着を販売した
同	有機ELテレビ 高画質の薄型テレビ。巣ごもり生活できれいな映像を楽しむニーズ高まり、4月の販売台数は前年比8割増えた	同	パナソニック高級トースター「ビストロ」NT-D700 冷凍食パンもおいしく焼き上がると話題に。実勢2万7500円と高価ながら、発売直後の売れ行きは前モデルを上回る
同	冷凍食品 外食を控える世帯が増え、家庭の食卓で楽しめる本格的な味わいの商品が人気。家庭用商品の販売は増加傾向に	同	呪術廻戦 「週刊少年ジャンプ」の人気漫画。アニメ放映で人気も広がる。コミックスの発行部数は累計5000万部を突破
同	アップル「マックブックエア」 アップル独自のCPUが搭載されたノートパソコン。1～5月の販売台数のシリーズ別シェアは首位に	同	タイガー魔法瓶「土鍋ご泡火炊き」JPL-A 土鍋で炊き上げる炊飯器で、ご飯の香りを保つ保温機能も人気。1～5月の売り上げは前モデルと比べ約4割増
同	トヨタ自動車「ヤリス クロス」 国内で20年8月発売の小型SUV。軽自動車並みの価格で安全性能も高めた。販売台数でヤリスシリーズが首位	同	スバル「レヴォーグ」 20年秋にモデルチェンジしたステーションワゴン。衝突回避を支援する機能が高評価。計画の2倍の台数が売れた
同	花王「ビオレ 手指の消毒液」 コロナ下で手指の消毒が生活習慣として定着。使い勝手の良さが受け、1～5月の販売金額シェアは約30%に拡大	同	ライオン「チャーミーマジカ速乾プラス カラッと除菌」 水切れがよく食器が乾きやすい台所用洗剤。食器洗いの負担を軽減。ライオンの台所用洗剤の売上高は前年比1割増
同	GU「トリプルガードショーツ」 女性の悩み解決を目指すシリーズのひとつとして、3月発売の高い吸水機能を備えた生理用下着。一部商品は品薄	同	松山英樹 4月に開かれたゴルフの米マスターズ・トーナメントで日本人初の優勝。着用したデサントのウェアは一時完売
同	PUI PUI モルカー モルモットが車になったモルカーが活躍するパペットアニメ。玩具や衣料品など関連商品も増え、大人にも人気	同	ヤマハ「デジタルサックス YDS-150」 ヘッドホンを付けば音が漏れず、自宅で気兼ねなく演奏を楽しめる。計画の3倍売れ、入手まで6～8カ月待ち
同	うっせえわ 18歳の女性歌手「Ado」の楽曲。現代社会を批判する歌詞が話題に。ミュージックビデオの再生回数は1億5000万	同	花束みたいな恋をした 菅田将暉と有村架純が主演の恋愛映画。1月の公開後、観客動員数は6週連続で1位に。興行収入は約38億円に
同	ディズニープラス 米ディズニーの動画配信サービスで、世界の会員数は1億人を突破。日本でもオリジナルの連続ドラマが話題に	同	サイゲームス「ウマ娘 プリティーダービー」 実在の競走馬を元にした育成ゲーム。競馬初心者も含め幅広い層の支持を得てアプリのダウンロードは800万突破
同	推し、燃ゆ アイドルを推す女性を主人公にした現役女子大生が執筆した小説。芥川賞を受賞し、発行部数は累計50万部を突破	同	焼肉店 ワタミなどが居酒屋を焼肉店に相次ぎ業態転換する。1人で焼き肉が楽しめる「焼肉ライク」も店舗数を増やした
同	マリトッツォ パン生地に生クリームを挟んだ伊ローマ発のスイーツ。「カルディコーヒーファーム」では約80万個を売り上げた	同	カレーパン 大きな具材が入って食べ応えのある商品が人気。ステーキや野菜を使うなど中身の種類も豊富になっている

## 蒙御免

【敢闘賞】 遊覧飛行  
【技能賞】 糖質ゼロビール  
【話題賞】 クラブハウス

日経MJが消費動向や世相を踏まえ、売れ行き、開発の着眼点、産業構造や生活者心理に与えた影響などを総合的に判断して作成した。「東・西」は大相撲の番付表にならない東方が西方より格上であることを示す。

## 行司日経MJ

# サステナブルは絶対条件

その時々の消費者の願いと時代の流れが映し出されていく。消費者のライフスタイルが見直される中、ヒットのあり方も岐路に立っている。

脱プラスチックや人工知能(AI)活用などの店舗、商品となった。ジェンダーレス……。未来では当たり前となるであろう消費の風景が、2021年上期に数多く見られた。米バイデン政権の誕生を機に、世界で脱炭素を目指す動きが広がっている。今が社会の転換期であることを反映し、東の横網は環境など

「無印良品」を展開する良品計画は4月に飲料容器をペットボトルからアルミ缶に切り替えた。ペットボトルと比べて再利用しやすく、賞味期限も長くなることで廃棄ロスの削減にもつながる。日本製紙はトイレットペーパーを長尺ロールに切り替えた。1パックあたりの個数が少なくなるため、包装や芯などのゴミを減らした。

AIを駆使した店舗などは「買い物テック」が西の横網となった。日本マクドナルドは、スマートフォンで注文から支払いまで済ませられるモバイルオーダーを広く展開した。2月の募集開始後、用意した99室が即日完売となった。飲食店の生ビールのような泡を楽しむアサヒビールの「スーパードライ生ジョッキ缶」も人気を集める。飲食店ではノンアルコール飲料を業しむ人が増え、酒類各社が増産に動いた。ヒット商品番付には、その時々の消費者の願いと時代の流れが映し出されていく。消費者のライフスタイルが見直される中、ヒットのあり方も岐路に立っている。

「無印良品」を展開する良品計画は4月に飲料容器をペットボトルからアルミ缶に切り替えた。ペットボトルと比べて再利用しやすく、賞味期限も長くなることで廃棄ロスの削減にもつながる。日本製紙はトイレットペーパーを長尺ロールに切り替えた。1パックあたりの個数が少なくなるため、包装や芯などのゴミを減らした。

AIを駆使した店舗などは「買い物テック」が西の横網となった。日本マクドナルドは、スマートフォンで注文から支払いまで済ませられるモバイルオーダーを広く展開した。2月の募集開始後、用意した99室が即日完売となった。飲食店の生ビールのような泡を楽しむアサヒビールの「スーパードライ生ジョッキ缶」も人気を集める。飲食店ではノンアルコール飲料を業しむ人が増え、酒類各社が増産に動いた。ヒット商品番付には、その時々の消費者の願いと時代の流れが映し出されていく。消費者のライフスタイルが見直される中、ヒットのあり方も岐路に立っている。