
日経トレンドイ特別協力7誌連動企画

日経トレンドイ
TRENDY

日経おとなの
OFF

日経エンタテインメント!
ENTERTAINMENT

日経**WOMAN**

日経ヘルス
Health

NIKKEI
TRENDY NET
日経トレンドイネット

NIKKEI
WOMAN Online

2013年ヒット商品

「ヒットの秘訣」

2014年ヒット予測

「ヒットへの挑戦」

2013.11.2

株式会社日経BP生活情報グループ

日経トレンディ12月号

「2013年ヒット商品ランキング」

「2014年ヒット予測ランキング」

ランクイン商品・サービスを対象にしたタイアップ企画。

日経BP社ライフスタイル雑誌 & Webサイト **7媒体連合企画**です。



2013年ヒット商品ランキング30対象商品

「ヒットの秘訣」

ヒット商品に込められた、製品開発のこだわりや想いをインタビューで紹介します。単なる機能紹介でなく作り手の“想い“を共有しエンゲージメントを築きます。



2014年ヒット予測ランキング対象商品

「ヒットへの挑戦」

今年ブレイクが期待される分野において、貴社商品の機能を解説し、この商品を使うことでどのように生活が変わるのかを判り易く紹介します。

(日経トレンドの誌面サンプル)



※両企画とも誌面上で上記ロゴを使用することも可能です。

企画対象号 & 費用

◆実施号(下段:申込締切日)

日経トレンドィ	2月号(1月4日発売) 11/25(月)	3月号(2月4日発売) 12/20(金)	4月号(3月4日発売) 1/27(月)
日経WOMAN	2月号(1月6日発売) 11/26(火)	3月号(2月6日発売) 12/27(金)	4月号(3月6日発売) 1/31(金)
日経エンタテインメント	2月号(1月4日発売) 11/26(火)	3月号(2月4日発売) 12/24(火)	4月号(3月4日発売) 1/28(火)
日経おとなのOFF	2月号(1月6日発売) 11/26(火)	3月号(2月6日発売) 12/25(水)	4月号(3月6日発売) 1/29(水)
日経ヘルス	2月号(12月27日発売) 11/22(金)	3月号(2月1日発売) 12/20(金)	4月号(3月1日発売) 1/27(月)

※各誌ごとに企画統一フォーマットとなります。

※遠隔地への取材、特殊な撮影などは別途費用がかかります。

◆タイアップ広告メニュー(制作費込、税別)

	4C2P	4C1P
日経トレンドィ	300万円	200万円
日経WOMAN	250万円	150万円
日経エンタテインメント!	200万円	120万円
日経おとなのOFF	250万円	150万円
日経ヘルス	200万円	120万円
日経トレンドィネット	150万円	雑誌からの流用の場合、雑誌費用+80万円(本企画特別料金)
日経WOMAN Online	150万円	雑誌からの流用の場合、雑誌費用+80万円(本企画特別料金)

出稿特典

店頭販促POPやカタログなどに日経トレンドィランキングを使用いただけます!

ヒット商品ランキング&ヒット予測ランキング

2013年ヒット商品ランキング30

2014年ヒット予測ランキング20

順位	商品名	ヒットの概要
1	コンビニコーヒー	セブン-イレブンが14カ月で飲料を売場1「コンビニ」に押し出した。小売王座の一歩が業界に強烈な影響をもたらす
2	パズル&ドラゴンズ	無料プレイに誰もが熱狂し、新人記録の2000万ダウンロードを達成。市場を再燃し、スマホゲームの爆発的急成長をもたらす
3	アベノミクス消費	「富強計画」として上期に輸入車、高級時計の売れ行きが激進。住宅は種類多岐にわたり、前半比2割の月も、スウの好況に追い
4	半沢直樹	映画視聴率は42.2%で今世紀最高の記録。【やられたらやり直す】で、視聴者を打撃する斬新な新選組映画。日本中が熱狂した
5	伊勢・出雲	伊勢は1300万人。出雲には昨年4月の観光客が殺到し、最大の波及効果を経営エリアに輸出。20~30代女性を中心に引き寄せた
6	Nexus 7 & iPad mini	発売と同時にシェアトップ。市場競争の激化に耐え300万台を突破し、タブレットの主流に10倍から7倍大きくシェア
7	あまちゃん	放送開始や直撃が次々1位になり、観光客も爆発。このヒットは放送「アマノサカ」の成功のシンボル
8	レイコップ	海外展開を急し、前年より大きく伸びた。製品が受け、40万台以上を販売。顧客満足度の高さを武器にシェアを拡大
9	ノンフライヤー	「油」への懸念が海外でも、今年も話題になった健康家電。節約・健康に訴え、販売数は前年比20%増
10	グランフロント大阪	5カ月に2700万人を集め、スカイツリーと並び、テナント売上は前年比40%増を達成。施設エリアの人の流れを変化
11	セブンゴールド 金の食パン	高級食パンが4カ月に1500万個を突破。PBの定番を突破し、売場が広がる。【高級パン】という都市型の新ジャンル
12	ルック おふろの防カビくん煙剤	「臭い」という悩みにあわせて、お風呂の防カビ剤。売場は11カ月に伸びた。カビを予防する「防カビくん煙剤」を投入
13	アイカツ!	カードは5000万枚出荷。総額キープが7年連続の最高売上。売上高よりアワードとファンが女子小学生の乙女心をくみだ
14	ヨナナスメーカー	スーパーの集約で売場を拡大した健康家電。前年比6カ月に増え、年間売上は28億円。648円という安さも功を奏した
15	絹キューブ	従来の絹スリーブの欠点を洗い出し、【絹4+絹4】の新たな絹球を提案。前年比20%増を達成し、業界の標準を押し上げた
16	ベジップス	コンビニと郊外の店舗を併用して販売した中央産物「ベジップス」【ベジップス】を育てた7年連続の成功。年々急成長を達成
17	アレグラFX	競争相手にくまなく競逐に乗り出した。シェア1位を獲得した抗アレルギー薬の主力。【医薬品】が主眼のヒット
18	くつろぎ時間のSLIMWALK 足指セラピー	足にまつわる女性の悩みを解決。【健康+美容】の新たなジャンルを提案。前年比20%増を達成し、業界の標準を押し上げた
19	ブルートゥースピーカー	スマホの音楽を再生できる。【音楽+オーディオ】の新たなジャンルを提案。前年比20%増を達成し、業界の標準を押し上げた
20	ヘルシアコーヒー	約年々400万本を売り上げ、13年のトクナコーヒーに、女性ユーザー比率が高くなった。【ヘルシア】は別の飲み場という過渡期を乗り切
21	風立ちぬ	3年ぶりの1000部突破。大規模に動く、ジブリ関連のファンタジーをテーマにした実在人物を描く。中国市場を新たな市場
22	フルメーク ウォッシュアップ ベース	髪はメイクを落とす必要がなくなる。【美容+ヘアケア】の新たなジャンルを提案。前年比20%増を達成し、業界の標準を押し上げた
23	目もとエステ	【目もとエステ】を競争相手にくまなく競逐に乗り出した。シェア1位を獲得した。抗アレルギー薬の主力。【医薬品】が主眼のヒット
24	グルメリポーター	水戸黄門のキャラクター。【グルメ+観光】の新たなジャンルを提案。前年比20%増を達成し、業界の標準を押し上げた
25	ネイルシール	簡単、手軽、カワイイに女性が魅了。ネイルは「塗る」から「貼る」になった。人気のネイルシールが話題
26	アンチストレス	【ストレス対策】の新たなジャンル。並みのみで女性ユーザーに訴えた。テレビCMでも売れ、14カ月のヒットを達成
27	アプレンディスティック ティーハート	強い味と高品質の20~40代女性に訴えた。インスタントのフレーバーティー市場は47倍に拡大。1500~2000円の高級品を突破
28	ASOKO&フライング タイガー コペンハーゲン	大規模の大行進が実現。ASOKOの強さは2000万75000人が参加。大規模なイベント開催で「ASOKO」の魅力を伝える
29	林修	「ついで」にした「今でよし」。子供が親の強さが支持された。読者は累計10万部を突破。テレビで話題になった
30	富士山	世界遺産登録に日本中の熱狂。登山者は前年比で増加したが3年の記録的な急増は2月、3月、4月、5月の4ヶ月連続

順位	商品名	予測
1	毎日自作サブリスミュージー	新技術の録音システムにより、個性性を持った録音システムが「国民的定番」に。1日1杯の自作サブリスミュージーがトレンドになる
2	ハリー・ポッターとOSAKAの“城”	ハリー・ポッター、ナルカス、大規模。最新の集客力を持つ大規模の3つの施設が相乗効果で人気を呼ぶ。東京中華の日本観光の勢力圏を拡大させる
3	グランピング・ゴルフ	おしゃれに体験し自然を楽しむ。欧米流の豪華キャンプとゴルフ場が初めて融合。企画を改善する上質なアウトドア施設が、「1日の主役」に
4	お値打ち4Kテレビ	好景な動きを見せる4Kテレビの勢いが加速。高品質映像の伸び込み需要を期待して家電店が積極的展開に。価格下落が普及を後押しする
5	Lサイズスマホ	「スマホ以上」タブレット未満の画面が特徴。高品質コンテンツの視聴や簡単な文字入力操作で、若者からシニアまで幅広い層に人気
6	ライフスタイルモール	テナントの3分の1以上が体験型。ネット時代に、リアルな体験の場として需要を喚ぶ。次世代の商業施設の姿を示す巨大モールが誕生
7	ネット巨大フリマ	出店料・手数料の無料化でショッピングサイトに集まる商品の激増。ネット上での一瞬一瞬のお宝探しを楽しみ、はまるユーザーが増える
8	外資系“お・も・て・な・し”ホテル	客室を絞った高級ホテルの需要が顕著。手厚い接客が求められる「おもてなし」のニーズが、新しいビジネスパーソンに受け入れられる
9	エクストリームけん玉	スタジアムに生まれ変わった「KENDAMA」が海外から注目を集め、フリップアクションがブレイク。大衆化がもたらす成長を期待
10	携帯ハイレゾプレーヤー	CDの倍以上の解像度を持ち、より音質に高いハイレゾオーディオ。ソニーが差別化プレーヤーを発売し、マニアから一般層まで広く普及
11	小容量トクホパン	コンビニ店での「高級パン」があらたに話題。健康志向の若い世代が「トクホ」時代に合わせた「小容量」の需要をけん引する
12	親・子・孫3世代リゾート軽井沢	アウトレットモールが牽引し、高級ホテルのリゾートを呼びかける個別性が特徴。シニア層が、子供を連れて滞在するリゾートの先駆けになる
13	スイーツ系ウイスキー&ウオツカ	パチンコ機の海外ウイスキーの需要が急増。ウオツカもユニークな風味と多様な。20~30代の女性層が「ウオツカ」に注目を集める
14	トップガン女子	「MA-1」「ハーネス」「迷彩服」。米空軍空軍のアイテムが女性が人気。ファッション界で、かわいい系ファッションが話題になる
15	沈黙フェス	ワイヤレスヘッドセットを装着して話す「静かな音楽イベント」が登場。テーマパークや映画館、海外の新サービスとして一躍人気になる
16	東北カリスマ演出トレイン	著名なプロデューサーやデザイナーなど、各界のヒットメーカーが関わった大規模な観光列車。女性層が注目を集める
17	コペン&ビート	前年比2カ月のオープンが狙われていた。競争相手にくまなく競逐に乗り出した。シェア1位を獲得した。抗アレルギー薬の主力。【医薬品】が主眼のヒット
18	フリスク ショウ いろえんぴつ	人気の消せるボールペンの技術を使った「消せる色鉛筆」。子供が主眼ターゲットだが、海外でも注目を集める。大人向けも伸びる
19	アレルカット水クリーナー	掃除が楽な「アレルカット」が注目を集める。掃除機や掃除機が不要になる。アレルカットに注目を集める。掃除機や掃除機が不要になる
20	プレステ4	発売は1カ月前に先ながら、予約段階で売切られる。ショウアップの勢い。ゲームの楽しさを伝える。新技術の録音システムが「国民的定番」に

●「2014年ヒット予測ランキング」の選考基準●

13年10月から14年にかけて登場する製品。持っている②その商品の売上げ、販売量やサービス、施設についての情報を収集し、その結果からベスト20を選んだ。

③その商品やサービスの売上げが伸び、消費者のライフスタイルが大きく変わる可能性がある商品

④消費者のライフスタイルを変えるきっかけとなる可能性がある商品

⑤消費者のライフスタイルを変えるきっかけとなる可能性がある商品

⑥消費者のライフスタイルを変えるきっかけとなる可能性がある商品

⑦消費者のライフスタイルを変えるきっかけとなる可能性がある商品

⑧消費者のライフスタイルを変えるきっかけとなる可能性がある商品

⑨消費者のライフスタイルを変えるきっかけとなる可能性がある商品

⑩消費者のライフスタイルを変えるきっかけとなる可能性がある商品

⑪消費者のライフスタイルを変えるきっかけとなる可能性がある商品

⑫消費者のライフスタイルを変えるきっかけとなる可能性がある商品

⑬消費者のライフスタイルを変えるきっかけとなる可能性がある商品

⑭消費者のライフスタイルを変えるきっかけとなる可能性がある商品

⑮消費者のライフスタイルを変えるきっかけとなる可能性がある商品

⑯消費者のライフスタイルを変えるきっかけとなる可能性がある商品

⑰消費者のライフスタイルを変えるきっかけとなる可能性がある商品

⑱消費者のライフスタイルを変えるきっかけとなる可能性がある商品

⑲消費者のライフスタイルを変えるきっかけとなる可能性がある商品

⑳消費者のライフスタイルを変えるきっかけとなる可能性がある商品