

QPR™ヒット商品大賞 2009

やさしさ品質

生活防衛が進む中で「環境にやさしい」「カラダにやさしい」「キモチにやさしい」の商品がヒット

株式会社東急エージェンシー（本社：東京都港区、社長：五十嵐正）は、商品購買データQPR™からヒット商品・売れ筋商品を抽出し、消費者の暮らし方やニーズを浮彫りにする【QPR™ヒット商品大賞 2009】をまとめましたので、別紙のとおりお知らせいたします。

この件に関するお問い合わせ先

株式会社東急エージェンシー

コーポレート本部広報担当 高橋、西脇

TEL 03-3475-9382

URL www.tokyu-agc.co.jp

やさしさ品質

生活防衛が進む中で「環境にやさしい」「カラダにやさしい」「キモチにやさしい」商品がヒット

2009年は、新型インフルエンザが流行し、経済環境においても景気の低迷が深刻化するなど、生活環境に不安を感じるニュースが多い反面、日米ともに政権が交代し、新しい時代への期待感が高まった年でもあったといえるでしょう。

このような環境の中で、食品、飲料、日用雑貨のヒット商品・注目商品を首都圏・近畿圏の個人6,000人対象の携帯型バーコード・スキャナーを用いた商品購買調査であるQPR™のデータから明らかにし、2009年の消費傾向を浮き彫りにしました。

キーワードは「やさしさ品質」

2009年の食品・飲料・日用雑貨のヒット商品・注目商品から見えてくるのは、生活防衛の中で進む「やさしさ品質」の追求である。ヒット商品は、「環境にやさしい」「カラダにやさしい」「キモチにやさしい」商品。購入が増加している商品は、「健康防衛」「食の防衛」「対人防衛」など、「生活防衛型」商品が多い。生活を防衛しながら、「やさしさ品質」を追求している消費者の姿が浮き彫りになった。

2009年のヒット新商品に3つの傾向

2009年の新商品のなかでトライアルとリピートの高いヒット商品は、環境、カラダ、キモチにやさしい商品である。

【2009年ヒット新商品のトライアル&リピート】

単位：%

	ブランド	メーカー	トライアル		リピート率	
			13週	26週	13週	26週
環境にやさしい	い・ろ・は・す	日本コカ・コーラ	7.48	13.00	40.15	44.91
	アタックNeo	花王	5.33	-	35.24	-
カラダにやさしい	三ツ矢サイダーオールゼロ	アサヒ飲料	10.72	16.58	37.74	44.21
	ヘルシアスパークリング	花王	6.23	7.61	35.63	40.20
	アサヒオフ	アサヒビール	7.22	9.38	43.30	45.72
	カップヌードルライト	日清食品	4.39	6.25	22.78	30.67
	まきばの空	森永乳業	13.53	19.37	29.84	45.19
	Fit's	ロッテ	5.15	7.08	24.19	28.91
	かるじゃが	江崎グリコ	5.22	7.21	24.72	30.49
	ふんわり食パン	山崎製パン	2.02	8.26	12.68	38.28
	めざめるカラダ 朝カレー	ハウス食品	1.94	2.94	18.57	21.70
キモチにやさしい	ドロリッチベリーミックス	グリコ乳業	4.68	-	21.79	-
	TEAS' TEA	伊藤園	6.78	-	30.13	-
	キリンフリー	キリンビール	4.70	7.72	30.00	33.69
	ザ・ストレート	サントリー酒類	6.69	8.49	37.15	42.29
	チップチョップ	明治製菓	4.89	-	18.95	-
	トップクリアリキッド	ライオン	2.83	4.96	27.45	39.66

データ期間：2008年12月～2009年11月
 対象商品：発売後13週以上経過した新商品（ドロリッチベリーミックスは11週まで）
 トライアル：当該商品を1回以上購入した人の比率
 リピート：トライアルした人のうち2回以上購入した人の比率

「環境にやさしい」

エコロジーへの意識が高まる中で、飲料や日用雑貨においても環境にやさしいヒット商品が人気を集めている。「い・ろ・は・す」は、樹脂の使用量が少ないペットボトルのミネラルウォーターで、消費者のエコ意識を掴んだ。「アタック Neo」は、洗濯のすすぎが1回で済むエコ洗剤として急速に浸透した。いずれも環境性能を商品として具現化し、訴求したことがヒットにつながった。

「カラダにやさしい」

メタボ意識の浸透で、「三ツ矢サイダーオールゼロ」「アサヒオフ」「カップヌードルライト」のようにカロリーを抑えた飲料や食品が好調である。また、「ヘルシアスパークリング」のように積極的にメタボ対策が出来る飲料も幅広く受け入れられている。これまで親しんできた炭酸飲料やビール系飲料、即席麺というなかで、カロリーというバリアを取り除き、カラダに配慮した商品である。「まきばの空」はすっきりとした味わいのお腹にやさしい乳飲料、「Fit's (フィッツ)」はやわらかい噛みごこちのチューインガム、「ふんわり食パン」はその名のとおりふんわりとした食感が新しい食パン、「めざめるカラダ 朝カレー」は朝食できちんと栄養を摂取でき、元気な一日が過ごせるカレー商品で、これらに共通するのは“カラダにやさしい”ということである。

「キモチにやさしい」

「ドロリッチベリーミックス」「TEAS' TEA」はほっとできる、「キリンフリー」は車を運転するときでも安心してビール(風味飲料)を楽しめる、「チップチョップ」は新しい食感と塩と甘みの新しい味の楽しさで心が弾むというように、飲んだとき食べた時の心理的な価値を重視した商品といえるだろう。「トップクリアリキッド」は目に見えない汚れまで落とすという心理的な安心感をもたらす商品である。ほっとできる、安心できるという消費者のキモチにやさしい商品といえることができる。

消費者が買いやすさの中で一定以上の品質を求めていることはPBの台頭でも明白で、環境、カラダ、キモチに対する「やさしさ品質」を追求しているといえよう。

注目商品群は、3つの傾向

既存商品で購入が増加している商品群は、健康、食、対人に関して防衛する商品で、「生活防衛」の傾向が強まっている。

【注目商品群】

傾向	商品群	
健康防衛	新型インフルエンザ対策	マスク、ウエットティッシュ、うがい薬、体温計、ハンドソープ
食の防衛	手作り	デザート素、蜂蜜
	家庭内イタリアン	オリーブ油、マカロニ
	一人で簡単に食事	調理パン、カップ麺
	炭酸飲料	炭酸フレーバー、炭酸水
	家庭用経済酒	焼酎(甲類)、スピリッツ、リキュール類
対人防衛	エチケット	洗口液、口中清涼剤、デンタル用品、制汗防臭剤、香水
	美容(男性)	男性用洗顔料・パック、男性用スキンローション、男性用ヘアトニック、男性用ヘアスプレー・ヘアグロス、男性白髪用カラーリング剤

傾向1：健康防衛

「マスク」が品切れになるなど、新型インフルエンザ対策の商品が話題になった。「マスク」以外にも「ウエットティッシュ」や「うがい薬」「体温計」「ハンドソープ」の購入が増加している。消費者の衛生・除菌行動のための商品の購入が増加し、「健康のための防衛」が進んだ。

傾向2：食の防衛

家庭内での食事の定着に伴い、節約志向も手伝って「デザート素」「蜂蜜」などの手作り用商品の購入が増加。家庭内でのイタリアンの定着に伴う「オリーブ油」「マカロニ」は大きな伸びを示している。また、「調理パン」や「カップ麺」の増加は、朝食や昼食を一人で簡単に(短時間で)済ませるこ

とが増えていることを物語っている。清涼飲料では、炭酸飲料がカロリーを抑えたり、糖質をゼロにした商品の増加により、好調な売れ行きを見せている。アルコール飲料は、「焼酎（甲類）」や「スピリッツ」、ビール系新ジャンルが含まれる「リキュール類」などの家庭用経済酒が大きく伸びており、経済性の追求が顕著である。様々な局面において「食の防衛」を行いながら生活している姿を垣間見ることができる。

傾向3：対人防衛

「洗口液」「口中清涼剤」「制汗防臭剤」「香水」といった口臭・体臭エチケット関連商品が好調である。また、男性の美容意識の向上から男性用スキンケア、ヘアケア商品が好調である。いずれも“対人”を意識した商品で、「対人防衛」が消費傾向の一つになっている。

以上

詳細は、東急エージェンシーQPRのホームページ(<http://www.tokyu-agc.co.jp/qpr/>)で、ご覧いただけます。

尚、昨年まで設けていた「環境部門」は、今回は一般のヒット新商品と同様に取り上げさせていただきました。

【QPR™の概要】

首都圏・近畿圏の16歳～69歳の男女個人6,000人を対象に、携帯型バーコード・スキャナーを用いて消費者の商品購買状況を収集する商品購買調査システムです。消費者起点で情報を収集しているため、新商品のトライアルやリピートを追跡することができるだけでなく、商品購入者の顧客像や購入先を明らかにすることができます。

QPR™は、東急エージェンシーが1987年から行っているバーコード・リーダーによる商品購買調査で、2007年12月から個人を対象にしたシステムにバージョンアップしました。

【1】 バーコードの読み取り



購入した商品についているバーコードを順次読み取ります。

読み取りは、電源を入れた専用の端末(スキャナ)のボタンを押すだけの簡単な操作です。1日、3～5分程度の短時間で済みます。

【2】 データの送信



読み取ったバーコードデータを、インターネットを使って弊社へ送信します。

パソコンと端末(スキャナ)をUSBケーブルでつなぎ、あなたのMyページにアクセスします。端末(スキャナ)の送信操作をすると、弊社へデータを送信することができます。