

07年ヒット予測&06年ベスト30 ケータイ完全テスト

個人生活を刺激する流行情報誌

日経トレンドイ

# TRENDY

DECEMBER 2006

12

毎月1回1日発行  
通巻261号 2006年12月1日発行  
1988年2月26日第三種郵便物認定

## 2007 ヒット予測ランキング

## 2006 ヒット商品ベスト30

乗り換えるべきか、今のままか

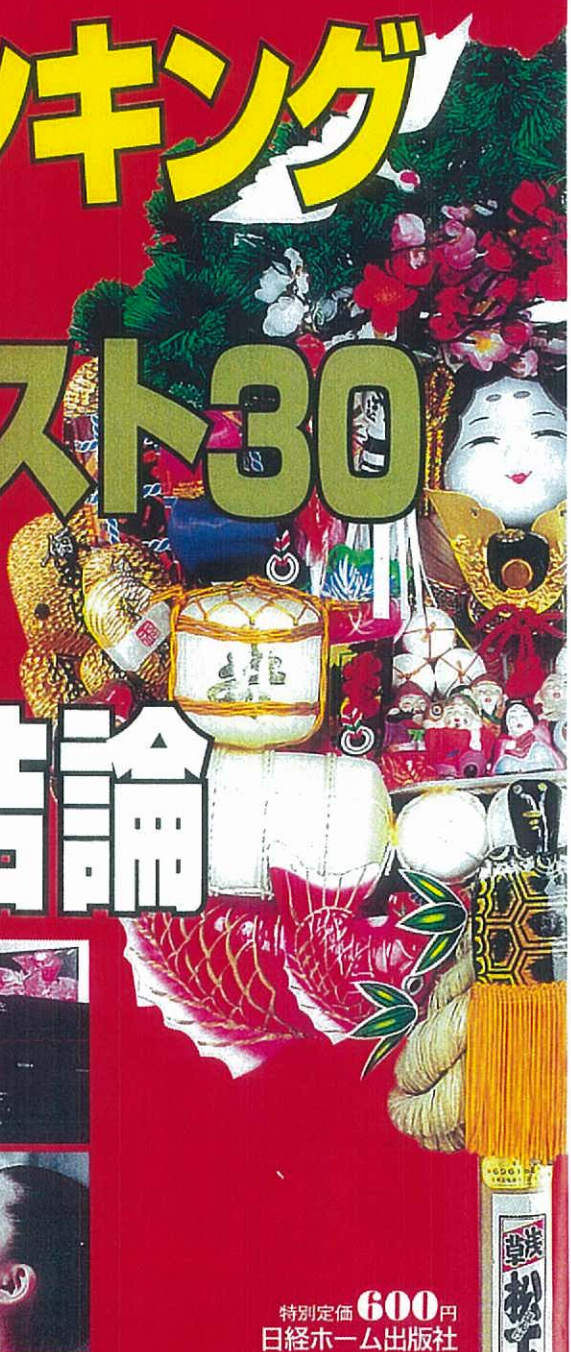
# ケータイ、大結論

別冊付録  
104ページ!  
ブームの発火点

TRENDY  
For Business



特別定価 600円  
日経ホーム出版社



# HOT CHART 2007

順位	商品名	予 測
1	抗疲労トクホ	07年中には疲労回復をうたう特定保健用食品が登場し、ドリンク剤や飲料の市場を席巻。ほかのあらゆる製品・サービスも模倣のある抗疲労に向かう
2	ケータイ勝手SNS	ケータイ検索の導入で、勝手サイトへユーザーが流入。なかでもSNSなどのコミュニティサイトが盛り上がり「ポストミクシィ」へと進化する
3	Wii	ニンテンドーDSの流れを受け継ぐ任天堂の新ゲーム機。「脳を鍛える」ならぬ「体を鍛える」ゲームが登場する予定。新型オンラインゲームにも注目
4	マネジメントウォーター	ミネラルウォーターが「朝すっきり」「リラックス」「栄養補給」などとシーン別や目的別に。ファッションアイテム化の流れも取り入れてブレイクする
5	どこでもデジタルテレビ	06年に登場も大ブレイクまでには至らなかったワンセグなど、モバイル環境で楽しむテレビが、環境の整備、デバイスの改良などから使いやすいサービスに
6	ダイナミックパッケージ	楽天トラベル・ANA連合が、宿泊・航空券の一括ネット予約サービスを開始。パッケージ価格で国内自由旅行をする人が増える。旅行各社の追従も必至
7	血液型別ヨーグルト	腸にとどまりやすい“血液型別乳酸菌”を活用したヨーグルトが市場に投入されそう。ほかにも睡眠の質の改善が期待できる商品も検討されている
8	超高速センサーデジカメ	高速連写、超スローモーション動画など新しい楽しみ方ができる高機能センサーをソニーが開発。動画、静止画に強い新型デジカメが誕生する
9	第3のジャガイモ菓子	北海道で人気のカルビーの「じゃがポックル」が「ジャガビー」として全国デビュー。ヘルシー、新食感の“食品風”スナック菓子が新市場を創る
10	東京ミッドタウン	07年春、旧防衛庁跡地にオープン。高級ホテルや個性的な店舗、美術館などを備え、年間2500万人の集客を見込む。「大人が集う街」として定着する
11	ドクターズレストラン	医学的根拠を基に医師や病院が考えたメニューを提供する究極の「健康レストラン」。居酒屋やファミリーレストランのメニュー作りなどへの影響度も大
12	クロスセクシュアル男性服	女性服を買う男性が増えたのを契機に、レディースのトレンドを素早く取り入れたメンズブランドが台頭。若者だけでなく40~50代にも受け入れられる
13	マロニエ通り	銀座2丁目周辺が再開発ラッシュ。ブルガリタワーなどの大型ビルが相次ぎ開業。高級感を求める消費者を吸引。スーパーブランド街銀座の新たな核に
14	ピンポイント郷土居酒屋	知名度は低いが魅力的な、市町村単位の郷土料理を出す店が首都圏に増加。目新しい地方料理を、手ごろな価格で楽しみたいという消費者のニーズと合致
15	パパ育児グッズ	フェラリーのチャイルドシートに頭が良くなる靴。父親の好きなブランドやデザイン、うんちくを語れるものから育児用品のヒットが生まれる
16	モバイルエンタメヘルス	iPod nanoとナイキの連係に触発され、エンタメとヘルスの融合が加速。ヘルスケータイも登場しそう。「楽しみながら健康」というスタイルが定着する
17	AC-11	「DNAリペア（修復）」をうたう“究極”のアンチエイジング素材が、07年後半に化粧品でブレイク。その後、飲料やシャンプーなどの日用品にも広がる
18	リッツ、ペニンシュラ	高級外資系ホテルの超大物が相次いで東京に開業。もともと高い日本での知名度を武器に前評判も高い。東京のホテル勢力図が一変する可能性がある
19	番犬掃除機	高機能・高価格の潮流に、自走機能などのロボット技術が融合してここまで進化。出先からケータイで操り、内蔵カメラで室内を見張れる機種が出現
20	温泉津温泉	温泉津と書いて「ゆのつ」と読む、山陰のひなびた小さな温泉地。07年7月に世界遺産登録予定の石見銀山との相乗効果で、注目度が高まる

## 予測ランキング選考基準

06年10月から07年にかけて登場する製品やサービス、施設についての情報を収集、その結果からベスト20を選んだ。

売り上げが伸びるものだけでなく、業界への影響度、消費者へのインパクトも考慮して、総合的に評価した。

選考の基準は①その商品の登場が、これまでにない新しい市場を創造する可能性を持つ

ている②その商品の売り上げ、販売量が伸びることが予想される③その商品が登場することで、消費者のライフスタイルが大きく変わる可能性がある④追従する商品やサービスが出るなど業界に大きな影響を及ぼす可能性がある、の4つ。

これらを基準にして、日経トレンド編集部がベスト20を決めた。

- 評価マーク
- 新しい市場を創造する可能性がある
  - その商品の売上高が伸びる可能性がある
  - 消費者のライフスタイルを変える可能性がある
  - 追従商品が出るなどその業界へ影響を及ぼす

# 17位

## 「DNAリペア」はアンチエイジングの究極か？ 定番の抗酸化素材と差別化できるのも強み

売れる 定番商品

### サプリメント

#### 06年から採用が進む

AC-11は海外でも数年前から出てきた新素材。国内でも商品が発売され始めており、07年にかけて商品数が増えそう。

### 化粧品

#### 国内大手メーカーの採用は07年秋から？

海外の大手ブランド、エスティローダーが目玉機能として「DNAリペア」をうたっていることから、国内の大手化粧品メーカーも採用に前向きな様子。07年春ごろからAC-11を前面に出した化粧品が登場し始めるが、国内大手ブランドの商品化は秋以降になる見込み。

若DNAの修復を促すという酵素を配合したエスティローダーの美容液(海外ではAC-11の口コ入り化粧品が発売中)



### 飲料

化粧品がブレイクすれば、市場が伸びている小容量の美容ドリンクのキラ素材として配合される可能性が大きい。

### シャンプー

海外ではすでに商品化されており、ダメージケア発想から「DNAリペア」機能が伝わりやすいジャンル。



### KEY WORD 07年機能性素材のキーワード

#### ■フーディア

食欲抑制効果があると、徐々に注目されているのが「フーディア」だ。米国ではこれを含むキャンデー「パワーポップ」が大ヒット。日本でもフーディアを使った菓子などが増える見込みだ。

フーディアが配合されたゲームも登場。女子高生に人気がある。



「パワーポップ」は国内でもネット通販で購入可能

コエンザイムQ10の大ヒット以降アンチエイジング(抗加齢)ブームに乗って、機能性素材をリードし続けてきた「抗酸化」機能。最近だと、大手メーカーが配合化粧品を相次いで発売している白金(プラチナ)素材がある。サプリメントや飲料、スチーム美顔器やヨーグルトにまで採用されるなど、大きな広がりを見せている。ただし、抗酸化だけでヒットさせるのはもう限界。という業界関係者の声も目立つ。ならば、次にヒットが予測できる素材は何か。その可能性が高いのが、アンチエイジング素材「AC-11(エイシイレブロン)」だ。これは南米原産のハーブの一種、キャッツクロウの熱水抽出物で、キャッツクロウはインカ

帝国時代からお茶などとして飲まれていたという。アンチエイジング素材のなかでもAC-11が有望なのは、「DNAリペア」という新しい機能。年齢とともにDNAの修復能力が衰え、損傷が進むのが老化の原因の一つとされる。AC-11のDNAの修復を助ける機能は、FDA(米国食品医薬品局)の表示許可を得ているという。キャッツクロウ自体は国内でもサプリメントなどにすでに採用されているが、「AC-11はDNAの修復に有効なCAE(カルボキシアルキルエステル)を一定割合で含むように開発されたもの」(AC-11の日本での販売権を持つ伊藤忠商事・先端技術戦略室)。

AC-11が最もブレイクしそうなのが、化粧品ジャンルだ。海外の大手ブランド、エスティローダーがDNAリペアをうたう商品をすでに発売していることが、その理由として大きい。「海外の大手ブランドが前面に出している機能ということで化粧品メーカーの反応も上々」(AC-11を国内向けに販売するニュートリション・アクト)という。機能が異なる抗酸化素材と一緒に配合される可能性もあり、コエンザイムQ10や白金チノコロイドを配合した化粧品のユーザーにもアピールできる。

国内大手化粧品メーカーの商品は、07年秋以降になりそう。原料が比較的高いので、高級ラインからの採用になるだろう。そこでブレイクすれば、飲料やシャンプーといった、より日常的な商品に広がっていくと予想される。