博報堂生活総合研究所
https://seikatsusoken.jp/
2020.10.28

博報堂生活総合研究所　生活者が選ぶ“2021年 ヒット予想”&“2020年 ヒット実感”ランキングを発表

“2021年 ヒット予想”
1位「キャッシュレス決済」　2位「ドライブレコーダー」　3位「エコバッグ」　4位「テレワーク」…

生活者が予想する「ニュー・ノーマル」は
【レスして リッチに 】

博報堂生活総合研究所は、このたび、生活者が選ぶ“2021年ヒット予想”をまとめました。
本レポートは、今年、世の中で注目されたと思われる商品やサービス、コンテンツなどを生活者に提示し、「2021年以降、話題になりそう/人々の生活に普及・浸透していそう」と思うかを調査、「そう思う」「ややそう思う」という予想の強弱を反映するよう結果をポイント化したランキングとヒット予想の理由を分析し、“2021年ヒット予想”をまとめたものです。
(調査詳細は4ページを参照)

“2021年 ヒット予想”のキーワードは**【レスして リッチに】**です。
新型コロナウイルス感染拡大で自粛や制約を余儀なくされ、新たな生活体験が生まれた2020年。「今年、実感したヒット」と「来年ヒットすると予想」された上位30項目は重複するものが目立ちました。どうやら生活者は、今年始まった体験が来年も「ニュー・ノーマル」として継続発展していくと捉えているようです。
ヒット予想の上位には、従来の慣習に基づく無駄や無理をレス-少なく-して、生活の質をリッチ-高める-にする。そんな【レスして リッチに】な暮らしを叶える商品やサービスが挙がります。本リリースでは、これまでの常識や思い込み、規制といった「慣習」をレスして、生活の「選択肢」をリッチにするなど、来年のニュー・ノーマルになりうる4つの【レスして リッチに】をご紹介します。

なお、“2020年ヒット実感”(今年ヒットした/話題になったと思うもの)についても調査しています。(4ページ参照)
ランキングでは、「ソーシャルディスタンス」が1位。以下、「テレワーク」(2位)、「オンライン会議」(3位)、「テイクアウト」(8位) など、コロナ禍による新しい風景と体験が上位に挙がりました。コロナ関連以外では「エコバッグ」が4位にランクイン。また、マンガ、テレビ、ゲームなど、様々なコンテンツ関連も上位にランクインしています。

“2021年 ヒット予想”ランキング(全体)（1,008人）

1	キャッシュレス決済	68.0点
2	ドライブレコーダー	64.5点
2	エコバッグ	64.5点
4	テレワーク	64.0点
5	オンライン会議	62.0点
6	QRコード決済	60.5点
7	ソーシャルディスタンス	59.5点
8	東京2020オリンピック・パラリンピック	58.5点
8	5G(ファイブ・ジー)	58.5点
8	AI(人工知能)	58.5点
11	テイクアウト	57.0点
12	感染防止対策用品(マスク以外)	56.0点
12	オンライン授業／学習	56.0点
14	無人化(無人レジ、無人店舗)	55.0点
15	宅配ボックス	54.0点
15	個人が配達するフードデリバリー	54.0点
17	熱中症対策商品	53.0点
18	ライブ配信	52.5点
19	多様化するオフィス空間	51.5点
20	高機能マスク	50.0点
21	自動運転システム搭載車	49.0点
21	防災グッズ	49.0点
21	オンライン診療	49.0点
21	副業	49.0点
25	家の仕事環境の充実	48.5点
25	フリマアプリ	48.5点
25	サブスクリプション	48.5点
28	ファッションマスク	48.0点
29	VR(仮想現実)	47.5点
30	クラウドファンディング	46.5点

ランキング分析による 4つの【レスして リッチに】

「慣習」をレスして、「選択肢」をリッチに
「キャッシュレス決済」(1位)と、関連する「QRコード決済」(6位)が上位。予想の自由回答をみると、利便性に加え感染対策にもなるとの声が目立ちます。「テレワーク」(4位)、「オンライン診療」(21位)、「副業」(21位)など、これまでは慣習に縛られていたものも、規制をレスすれば、生活の選択肢がリッチに増え、より生活を豊かにすることにつなげられます。

「移動」をレスして、「時間」をリッチに
「オンライン会議」(5位)、「オンライン授業/学習」(12位)」、「ライブ配信」(18位)では移動時間をレスして、やりたいことをする自由な時間を生むことができます。「テイクアウト」(11位)、「個人が配達するフードデリバリー」(15位) は、料理を待つ時間やお出かけの支度の時間をレス。外食でしか味わえなかった料理を楽しめ、おうち時間がリッチになります。

「心配」をレスして、「安心」をリッチに
「ドライブレコーダー」(2位)は事故やトラブル、「エコバッグ」(2位)は環境問題やレジ袋の有料化、「熱中症対策商品」(17位)、「防災グッズ」(21位)、「感染防止用対策用品(マスク以外)」(12位)、「高機能マスク」(20位)は様々な災厄、といった社会に広がる心配をレスして、安心をリッチにしてくれます。

「所有」をレスして、「体験」をリッチに
「サブスクリプション」（25位）は、所有せずとも様々な商品やサービスを利用する体験をリッチに楽しめます。「フリマアプリ」(25位)は、不要になった商品の所有をレスすることで、購入者とのやりとりを楽しめる、人の役にも立てるといった体験を豊かでリッチなものにします。

付帯資料① “2021年 ヒット予想” ランキング（性別／性年代別）

（性別）

【男女別の特徴】

男女で共通の項目は8項目。ただし、上位に挙がるのは男性は技術まわり、女性は生活まわりの項目

男女共通の項目は10項目中 8 項目。1位は男女共通で「キャッシュレス決済」。「テレワーク」、「ドライブレコーダー」も 2、3位で共通です。ただし、その他の上位項目をみると、男性では「5G」（4位）、「AI（人工知能）」（7位）、など、技術関連の項目、女性では「エコバッグ」（2位）、「テイクアウト」（8位）、「感染症防止対策商品（マスク以外）」（9位）など、暮らしに身近な項目が上位に入りました。

男性

（504人）

1	キャッシュレス決済	62.0点
2	ドライブレコーダー	60.0点
3	テレワーク	59.0点
4	5G（ファイブ・ジー）	58.5点
5	オンライン会議	58.0点
6	エコバッグ	57.5点
7	AI（人工知能）	57.0点
8	東京2020オリンピック・パラリンピック	55.5点
9	QRコード決済	55.0点
10	ソーシャルディスタンス	54.5点

女性

（504人）

1	キャッシュレス決済	74.0点
2	エコバッグ	71.5点
3	ドライブレコーダー	69.0点
3	テレワーク	69.0点
5	QRコード決済	66.5点
6	オンライン会議	65.5点
7	ソーシャルディスタンス	64.5点
8	テイクアウト	63.0点
9	東京2020オリンピック・パラリンピック	62.0点
9	感染防止対策用品（マスク以外）	62.0点

（性年代別）

【男性年代別の特徴】

多くの年代で共通する項目は多くみられます。全年代でのベスト10入りは「キャッシュレス決済」、「オンライン会議」、「テレワーク」の3つ。年代差がみられたものでは、10代では「東京2020オリンピック・パラリンピック」が1位。「フリマアプリ」、「ライブ配信」も順位が高め。20代では「AI（人工知能）」が1位、「副業」が8位。30代では「エコバッグ」が1位。60代では「自動運転システム搭載車」が4位にランクインしています。

【女性年代別の特徴】

女性は上位10項目中、5項目が全年代で共通（「キャッシュレス決済」、「テレワーク」、「QRコード決済」、「エコバッグ」、「オンライン会議」）。そのほか、10代では「東京2020オリンピック・パラリンピック」、10代、20代で「宅配ボックス」、「個人が配達するフードデリバリー」がトップ10入り。40代以上では「ソーシャルディスタンス」や「感染症防止対策（マスク以外）」が上位に入りました。

男性 15～19歳

（84人）

1	東京2020オリンピック・パラリンピック	65.0点
2	キャッシュレス決済	63.0点
2	5G（ファイブ・ジー）	63.0点
4	AI（人工知能）	62.0点
5	ドライブレコーダー	61.5点
5	エコバッグ	61.5点
7	QRコード決済	60.0点
8	オンライン会議	59.5点
9	フリマアプリ	57.5点
9	ライブ配信	57.5点
9	テレワーク	57.5点

女性 15～19歳

（84人）

1	キャッシュレス決済	76.0点
2	テレワーク	71.5点
3	東京2020オリンピック・パラリンピック	69.0点
4	テイクアウト	68.5点
4	QRコード決済	68.5点
6	エコバッグ	68.0点
7	オンライン会議	67.5点
8	ライブ配信	66.5点
9	宅配ボックス	66.0点
9	個人が配達するフードデリバリー	66.0点

男性 20～29歳

（84人）

1	AI（人工知能）	63.5点
2	キャッシュレス決済	62.5点
2	5G（ファイブ・ジー）	62.5点
4	オンライン会議	61.5点
5	ソーシャルディスタンス	60.5点
6	オンライン授業／学習	59.5点
6	QRコード決済	59.5点
8	テレワーク	59.0点
8	副業	59.0点
10	エコバッグ	58.5点

女性 20～29歳

（84人）

1	キャッシュレス決済	79.0点
2	テレワーク	72.0点
3	エコバッグ	71.5点
4	QRコード決済	70.0点
5	個人が配達するフードデリバリー	69.5点
6	ドライブレコーダー	69.0点
7	オンライン会議	68.0点
8	ソーシャルディスタンス	63.5点
9	テイクアウト	63.0点
9	宅配ボックス	63.0点
9	無人化（無人レジ、無人店舗）	63.0点

（性年代別－続き－）

男性 30～39歳

（84人）

1	エコバッグ	60.0点
2	ドライブレコーダー	59.5点
3	テレワーク	59.0点
4	5G（ファイブ・ジー）	58.5点
5	キャッシュレス決済	57.5点
6	オンライン会議	57.0点
7	QRコード決済	55.5点
8	感染防止対策用品（マスク以外）	54.0点
8	ソーシャルディスタンス	54.0点
10	東京2020オリンピック・パラリンピック	53.0点

女性 30～39歳

（84人）

1	エコバッグ	72.5点
1	キャッシュレス決済	72.5点
3	ドライブレコーダー	71.5点
4	QRコード決済	69.0点
5	テイクアウト	68.5点
6	オンライン会議	68.0点
6	テレワーク	68.0点
8	東京2020オリンピック・パラリンピック	67.5点
9	熱中症対策商品	65.5点
10	ライブ配信	63.5点

男性 40～49歳

（84人）

1	キャッシュレス決済	60.5点
2	テレワーク	59.5点
3	ドライブレコーダー	57.0点
4	エコバッグ	56.5点
4	オンライン会議	56.5点
6	ソーシャルディスタンス	53.5点
7	テイクアウト	52.0点
8	QRコード決済	50.5点
9	東京2020オリンピック・パラリンピック	49.5点
9	無人化（無人レジ、無人店舗）	49.5点
9	AI（人工知能）	49.5点

女性 40～49歳

（84人）

1	キャッシュレス決済	67.5点
1	テレワーク	67.5点
3	エコバッグ	66.5点
4	ドライブレコーダー	63.0点
5	オンライン会議	62.5点
6	オンライン授業／学習	62.0点
7	ソーシャルディスタンス	59.5点
8	感染防止対策用品（マスク以外）	59.0点
9	QRコード決済	58.5点
10	テイクアウト	57.5点
10	熱中症対策商品	57.5点

男性 50～59歳

（84人）

1	キャッシュレス決済	66.0点
2	ドライブレコーダー	64.5点
3	テレワーク	62.0点
4	オンライン会議	61.5点
5	5G（ファイブ・ジー）	59.5点
6	エコバッグ	57.5点
6	AI（人工知能）	57.5点
8	QRコード決済	56.0点
8	ソーシャルディスタンス	56.0点
10	無人化（無人レジ、無人店舗）	54.0点

女性 50～59歳

（84人）

1	キャッシュレス決済	74.5点
2	ドライブレコーダー	73.0点
3	エコバッグ	72.5点
4	テレワーク	67.5点
4	ソーシャルディスタンス	67.5点
6	感染防止対策用品（マスク以外）	65.5点
7	QRコード決済	63.0点
8	東京2020オリンピック・パラリンピック	62.0点
8	オンライン会議	62.0点
10	5G（ファイブ・ジー）	61.5点

男性 60～69歳

（84人）

1	ドライブレコーダー	65.5点
2	5G（ファイブ・ジー）	61.5点
2	AI（人工知能）	61.5点
4	自動運転システム搭載車	60.5点
4	キャッシュレス決済	60.5点
6	ソーシャルディスタンス	56.5点
7	テレワーク	56.0点
8	東京2020オリンピック・パラリンピック	55.5点
9	エコバッグ	52.5点
10	オンライン会議	51.0点

女性 60～69歳

（84人）

1	エコバッグ	78.0点
2	キャッシュレス決済	75.5点
3	ドライブレコーダー	74.0点
4	ソーシャルディスタンス	71.5点
5	QRコード決済	68.5点
5	テレワーク	68.5点
7	オンライン会議	66.5点
8	宅配ボックス	62.5点
9	東京2020オリンピック・パラリンピック	62.0点
9	感染防止対策用品（マスク以外）	62.0点

付帯資料② “2020年 ヒット実感” ランキング(全体)

博報堂生活総合研究所は、生活者が選ぶ“2020年 ヒット実感”についても下記のようにまとめました。

参考: “2020年 ヒット実感” ランキング(全体) (1,008人)

1	ソーシャルディスタンス	★	81.0点
2	テレワーク	★	78.0点
3	オンライン会議	★	74.5点
4	エコバッグ		73.5点
4	個人が配達するフードデリバリー	★	73.5点
6	マンガ『鬼滅の刃』		72.5点
7	キャッシュレス決済	★	71.5点
8	テイクアウト	★	70.5点
9	ゲームソフト『あつまれ　どうぶつの森』	★	70.0点
10	テレビドラマ『半沢直樹』		69.5点
10	感染防止対策用品(マスク以外)	★	69.5点
12	オンライン授業／学習	★	69.0点
13	QRコード決済	★	66.5点
14	オンライン飲み会	★	65.0点
15	GoToキャンペーン(GoTo●●●施策)	★	64.5点
16	ドライブレコーダー		64.0点
17	高機能マスク	★	62.5点
18	ファッションマスク	★	62.0点
19	ライブ配信	★	58.0点
20	宅配ボックス	★	54.5点
20	AI(人工知能)		54.5点
22	家の仕事環境の充実	★	54.0点
22	将棋		54.0点
22	オフピーク通勤、通学	★	54.0点
25	熱中症対策商品		53.0点
25	多様化するオフィス空間	★	53.0点
27	5G(ファイブ・ジー)		52.5点
28	東京2020オリンピック・パラリンピック		52.0点
29	フリマアプリ	★	51.0点
30	サブスクリプション	★	49.5点

ランキング分析による“2020年 ヒット実感”

■コロナ禍がもたらした新しい風景と体験 (左表★印)

第1位は「ソーシャル・ディスタンス」。以下、「テレワーク」(2位)「オンライン会議」(3位)、「個人が配達するフードデリバリー」(4位)、「キャッシュレス決済」(7位)、「感染症防止対策用品(マスク以外)」(10位)、「オンライン授業/学習」(12位)など、コロナ禍による新しい体験に関する項目が上位を占めます。
※上位30項目のうち、コロナ禍と関連深い項目(左表★印)は21項目にも及びます。

■全世代で楽しめるコンテンツが上位

マンガから始まった『鬼滅の刃』(6位)はアニメ、映画へ拡大。斬新な世界観の一方、愛、友情、努力というテーマが全世代の人気を集めました。

「ゲームソフト『あつまれ　どうぶつの森』」(9位)はコロナ禍のなかで人気。「テレビドラマ『半沢直樹』」(10位)は、勧善懲悪の世界観が話題を呼びました。

趣味領域のコンテンツでは「将棋」が22位。AIと対峙できる藤井聡太氏の才能と活躍が注目されました。

コロナ禍でイエナカ時間が増えるなか、様々なコンテンツに向き合う時間や機会が多かったようです。

調査概要

調査概要	新聞・雑誌・Ｗｅｂなどから、今年、生活者が関心を示した、世の中で注目されたと思われる商品やサービス、コンテンツ、出来事などを収集し、うち80項目について調査。
調査地域	首都圏、京阪神圏
調査手法	インターネット調査
調査対象	15～69歳の男女　1,008人(有効回収数)
調査時期	2020年9月25日(金)～29日(火)
企画分析	博報堂生活総合研究所
実査集計	株式会社 H.M.マーケティングリサーチ

質問文

【A】「今年(2020年)、ヒットした/話題になった」と思いますか。
【B】「来年(2021年)以降、話題になりそう/人々の生活に普及・浸透していそう」だと思いますか。
商品やサービスなど調査で提示した80項目それぞれについて、【A】【B】の２つの質問に「そう思う」「ややそう思う」「そう思わない」の3段階で回答してもらった。「そう思う」「ややそう思う」という回答には理由もあわせて聴取した。

[ポイントの算出法]
【A】【B】の２つの質問に対する「そう思う」「ややそう思う」「そう思わない」の回答に、それぞれ100点、50点、０点を割り振って平均得点を算出した。満点は100点。

問い合わせ先:　株式会社博報堂　博報堂生活総合研究所(佐香・近藤)　TEL.03-6441-6450
株式会社博報堂　広報室(大野・玉)　TEL.03-6441-6161

© 2020 Hakuhodo Institute of Life and Living, Hakuhodo Inc. All rights reserved.