

博報堂生活総合研究所 生活者が選ぶ“2024年 ヒット予想” & “2023年 ヒット実感” ランキングを発表

“2024年 ヒット予想”

生活者が選んだのは、コロナ禍を経て進化したリアル体験を提供してくれるモノ・コト

キーワードは **【新・手ざわり感】**

1位「QRコード決済」 2位「国内旅行」 3位「日傘」「夏祭り/盆踊り/花火大会」「ChatGPT(生成系AI)」

博報堂生活総合研究所は、このたび、生活者が選ぶ“2024年 ヒット予想”をまとめました。

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、「2024年以降、ヒットしそう/話題になりそう」と思うかを調査。本レポートは、「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まとめたものです。(調査詳細は4ページを参照)

“2024年 ヒット予想”のキーワードは**【新・手ざわり感】**です。

新型コロナウイルス感染症が23年5月に5類に移行したのち、国内旅行をはじめ、夏祭りや花火大会など人が集まる活動が盛んに行なわれています。物価高騰という生活課題を引きずりながらも、調査結果からは、生活者がこの先も積極的に行動や生活を広げていく意欲や期待がみとれます。

ヒット予想の上位をみると、社会インフラ的な技術/仕組み/制度や、創意に富んだ価値を提供する商品・サービスに目を向けているようです。コロナ禍前の生活の単なる復活ではなく、コロナ禍を経て進化したリアル体験を提供してくれるモノ・コトを求めている様子がうかがえます。本リリースでは、その**【新・手ざわり感】**を5つの視点からご紹介します。

なお、“2023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)。

1位は「QRコード決済」、2位は「ChatGPT(生成系AI)」、3位は「国内旅行」、4位は「ちいかわ」などとなっています。

社会インフラ的なサービスの普及、コロナ禍明けの生活行動、映画、アニメのヒットコンテンツもランクインしています。

“2024年 ヒット予想” ランキング(全体)

(1,008人)

1	QRコード決済	57.5点
2	国内旅行	56.0点
3	日傘	54.0点
3	夏祭り/盆踊り/花火大会	54.0点
3	ChatGPT(生成系AI)	54.0点
6	パリ五輪・パラリンピック	53.0点
7	海外旅行	52.0点
8	省エネ家電	51.5点
8	コンビニやスーパーの無人レジ	51.5点
10	メンズ美容	48.5点
11	インバウンド需要の復活	47.5点
11	新しいNISA(少額投資非課税制度)	47.5点
13	ハンディファン	47.0点
14	睡眠の質を高める商品	46.5点
15	オンライン診療	46.0点
16	ひとり〇〇/ソロ〇〇	45.5点
17	空調服	45.0点
18	東京ディズニーシー・ファンタジースプリングス	43.5点
19	EV	43.0点
20	コンビニジム	42.5点
21	TVer	42.0点
22	eスポーツ	41.5点
22	ほったらかし家電	41.5点
22	リモート副業	41.5点
25	耳をふさがないイヤホン	40.5点
26	紙ストロー、木製スプーン	40.0点
26	大阪・関西万博	40.0点
28	バラエティ自販機/無人販売店	39.5点
29	代替食品の広がり	39.0点
29	電動キックボード	39.0点
29	タイパ消費	39.0点

ランキング分析による**【新・手ざわり感】**の5つの視点

■「快適なインターフェース」がつくる、新・手ざわり感

「QRコード決済」が1位。身近な決済が「ピツ」と小気味よく進む快適さが行政サービスや地方などにさらに広がっていくだろうとの予想です。「ChatGPT(生成系AI)」が3位。あっという間に文章が生成されていく様は新鮮です。「コンビニやスーパーの無人レジ」(8位)、「オンライン診療」(15位)、「電動キックボード」(29位)もランクインしています。

■「新鮮な光景」を体感する、新・手ざわり感

「国内旅行」(2位)、「夏祭り/盆踊り/花火大会」(3位)、「海外旅行」(7位)。「東京ディズニーシー・ファンタジースプリングス」(18位)もランクイン。「インバウンド需要の復活」(11位)など海外からの観光客も混じりあう新しい様相も含め、旅行や人の集まるイベント、新しく開業する施設などを通じて新鮮な光景の体感が心を動かすと予想しています。

■「酷暑を乗り切る快適性」をもたらす、新・手ざわり感

常態化する夏の酷暑への対処として、「日傘」が3位、「ハンディファン」が13位。日傘は、「使ってみたら快適」との実感で男性にも広がりを見せています。「空調服」(17位)も、一風変わった見た目ながら、快適実感で市民権を獲得。芸能人がデザインを手掛けるものも出てきました。

■「進化した自分に出会う」、新・手ざわり感

「メンズ美容」(10位)、「ひとり〇〇/ソロ〇〇」(16位)、「リモート副業」(22位)。自分と向き合い、自分の新たな可能性を広げる商品や行為です。「睡眠の質を高める商品」(14位)もそのひとつとして捉えられます。

■「時間の質を変える」、新・手ざわり感

「コンビニジム」(20位)は空き時間の活用、「TVer」(21位)は時間のシフト、「ほったらかし家電」(22位)や「耳をふさがないイヤホン」(25位)は時間の並行利用。「タイパ消費」も29位に入っていますが、時間の質を変えるさまざまなアプローチが注目を集めています。

付帯資料① “2024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】

上位10項目のうち男女共通は9項目に。男性は技術・社会テーマ視点、女性は生活まわりの視点

男女共通の項目は9項目に上りました。ただ順位はやや異なっています。男性では「ChatGPT」「QRコード決済」「パリ五輪・パラリンピック」「国内旅行」「無人レジ」という順で、技術や社会的イベントへの視点がうかがえます。男性のみランクインしている項目は「新しいNISA」。女性では1位から「日傘」「QRコード決済」「国内旅行」「夏祭り/盆踊り/花火大会」「海外旅行」……と続き、生活実感まわりの拡大を予想するランキングになっています。女性にしか入っていない項目は「メンズ美容」となっています。

男性 (504人)			女性 (504人)		
1	ChatGPT (生成系AI)	54.5点	1	日傘	62.0点
2	QRコード決済	53.0点	1	QRコード決済	62.0点
3	パリ五輪・パラリンピック	51.5点	3	国内旅行	61.5点
4	国内旅行	51.0点	4	夏祭り/盆踊り/花火大会	60.0点
5	コンビニやスーパーの無人レジ	49.0点	5	海外旅行	58.0点
5	新しいNISA (少額投資非課税制度)	49.0点	6	メンズ美容	56.5点
7	夏祭り/盆踊り/花火大会	48.0点	6	省エネ家電	56.5点
8	日傘	46.5点	8	パリ五輪・パラリンピック	54.5点
8	省エネ家電	46.5点	9	コンビニやスーパーの無人レジ	54.0点
10	海外旅行	46.0点	10	ChatGPT (生成系AI)	53.0点

(性年代別)

【男性年代別の特徴】

男性の全年代でベスト10入りした項目は、「ChatGPT(生成系AI)」「QRコード決済」「夏祭り/盆踊り/花火大会」の3項目。また「パリ五輪・パラリンピック」は20代以外、「国内旅行」は10代以外、「コンビニやスーパーの無人レジ」も40代以外でベスト10入りしています。年代別ベスト10のなかで、全体平均より5点以上高い項目で特徴的なものをあげると、10代では「eスポーツ」(4位)、「紙ストロー、木製スプーン」(6位)、「ひとり〇〇/ソロ〇〇」(6位)、「電動キックボード」(10位)。20代では「新しいNISA」(3位)、「大阪・関西万博」(10位)。30代では「新しいNISA」(3位)。40～60代では平均より突出して高い項目はないものの、「省エネ家電」(40代・50代・60代で各々2位、9位、10位)、60代で「日傘」(5位)、「EV」(7位)がランクインしています。

【女性年代別の特徴】

女性の全年代でベスト10入りした項目は、「QRコード決済」「夏祭り/盆踊り/花火大会」「国内旅行」「海外旅行」の4項目。それ以外にも、「日傘」は20代以外、「パリ五輪・パラリンピック」は10代以外でベスト10入りしています。10代では10項目すべてで全体の平均より9点以上高く、20点以上高い項目も多数あります。年代別でベスト10入りし、全体平均より5点以上高い項目で特徴的なものをあげると、10代では「概念推し活/概念グッズ」(8位)、「パーソナル診断サービス」(9位)など。20代では「メンズ美容」(4位)、30代では「メンズ美容」(3位)と「東京ディズニーシー・ファンタジースプリングス」(7位)、40代では「日傘」(1位)、50代と60代では「日傘」(各々1位、2位)と「省エネ家電」(各々3位、1位)への反応が全体平均より高くなっています。

男性 15～19歳 (84人)			女性 15～19歳 (84人)		
1	ChatGPT (生成系AI)	62.0点	1	QRコード決済	78.0点
2	コンビニやスーパーの無人レジ	59.0点	2	夏祭り/盆踊り/花火大会	74.5点
3	夏祭り/盆踊り/花火大会	58.5点	3	メンズ美容	72.0点
4	eスポーツ	57.0点	4	日傘	71.5点
5	パリ五輪・パラリンピック	56.5点	5	ハンディファン	69.0点
6	紙ストロー、木製スプーン	55.5点	6	国内旅行	68.0点
6	海外旅行	55.5点	7	海外旅行	66.0点
6	QRコード決済	55.5点	8	概念推し活/概念グッズ	64.5点
6	ひとり〇〇/ソロ〇〇	55.5点	9	パーソナル診断サービス	63.5点
10	電動キックボード	55.0点	9	ChatGPT (生成系AI)	63.5点

男性 20～29歳 (84人)			女性 20～29歳 (84人)		
1	QRコード決済	59.5点	1	国内旅行	59.0点
2	ChatGPT (生成系AI)	59.0点	2	夏祭り/盆踊り/花火大会	57.0点
3	新しいNISA (少額投資非課税制度)	57.5点	3	海外旅行	56.0点
4	メンズ美容	54.0点	4	メンズ美容	55.0点
4	夏祭り/盆踊り/花火大会	54.0点	4	QRコード決済	55.0点
4	国内旅行	54.0点	6	睡眠の質を高める商品	53.0点
7	コンビニやスーパーの無人レジ	53.5点	7	コンビニやスーパーの無人レジ	52.5点
8	ハンディファン	52.0点	7	ChatGPT (生成系AI)	52.5点
8	日傘	52.0点	9	パリ五輪・パラリンピック	52.0点
10	大阪・関西万博	51.0点	10	オンライン診療	51.0点

(性年代別 - 続き -)

男性 30~39歳

(84人)

1	QRコード決済	57.0点
2	ChatGPT (生成系AI)	56.5点
3	新しいNISA (少額投資非課税制度)	52.5点
4	国内旅行	50.0点
5	パリ五輪・パラリンピック	49.0点
6	コンビニやスーパーの無人レジ	47.5点
7	オンライン診療	45.0点
8	海外旅行	43.5点
9	夏祭り／盆踊り／花火大会	42.5点
9	インバウンド需要の復活	42.5点
9	耳をふさがないイヤホン	42.5点

女性 30~39歳

(84人)

1	国内旅行	65.0点
2	QRコード決済	63.5点
3	メンズ美容	60.0点
4	海外旅行	59.5点
5	日傘	59.0点
6	夏祭り／盆踊り／花火大会	57.0点
7	パリ五輪・パラリンピック	56.5点
7	東京ディズニーシー・ファンタジースプリングス	56.5点
7	省エネ家電	56.5点
10	新しいNISA (少額投資非課税制度)	52.5点

男性 40~49歳

(84人)

1	パリ五輪・パラリンピック	50.5点
2	国内旅行	45.0点
2	省エネ家電	45.0点
4	QRコード決済	44.5点
4	ChatGPT (生成系AI)	44.5点
6	新しいNISA (少額投資非課税制度)	43.5点
7	空調服	43.0点
8	夏祭り／盆踊り／花火大会	41.5点
9	インバウンド需要の復活	41.0点
9	海外旅行	41.0点

女性 40~49歳

(84人)

1	日傘	62.0点
2	夏祭り／盆踊り／花火大会	57.0点
3	国内旅行	55.5点
4	パリ五輪・パラリンピック	53.5点
5	省エネ家電	53.0点
6	海外旅行	51.0点
6	QRコード決済	51.0点
8	ChatGPT (生成系AI)	50.5点
9	インバウンド需要の復活	49.5点
10	コンビニやスーパーの無人レジ	49.0点

男性 50~59歳

(84人)

1	パリ五輪・パラリンピック	57.0点
2	ChatGPT (生成系AI)	56.0点
3	国内旅行	51.0点
4	コンビニやスーパーの無人レジ	50.5点
5	インバウンド需要の復活	50.0点
6	QRコード決済	49.5点
6	新しいNISA (少額投資非課税制度)	49.5点
8	海外旅行	48.0点
9	夏祭り／盆踊り／花火大会	47.5点
9	省エネ家電	47.5点

女性 50~59歳

(84人)

1	日傘	65.5点
1	国内旅行	65.5点
3	省エネ家電	62.5点
4	QRコード決済	62.0点
5	海外旅行	60.5点
6	パリ五輪・パラリンピック	58.5点
7	睡眠の質を高める商品	56.0点
7	夏祭り／盆踊り／花火大会	56.0点
9	コンビニやスーパーの無人レジ	55.5点
10	インバウンド需要の復活	53.5点

男性 60~69歳

(84人)

1	QRコード決済	52.0点
2	国内旅行	51.0点
3	ChatGPT (生成系AI)	49.5点
4	パリ五輪・パラリンピック	47.5点
5	日傘	47.0点
5	空調服	47.0点
7	夏祭り／盆踊り／花火大会	45.0点
7	EV	45.0点
9	インバウンド需要の復活	44.5点
10	省エネ家電	44.0点
10	コンビニやスーパーの無人レジ	44.0点

女性 60~69歳

(84人)

1	省エネ家電	65.5点
2	日傘	65.0点
3	QRコード決済	62.5点
4	夏祭り／盆踊り／花火大会	57.0点
4	国内旅行	57.0点
6	海外旅行	54.0点
7	インバウンド需要の復活	52.5点
7	コンビニやスーパーの無人レジ	52.5点
9	パリ五輪・パラリンピック	52.0点
9	EV	52.0点
9	ChatGPT (生成系AI)	52.0点

付帯資料② “2023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“2023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: “2023年 ヒット実感” ランキング(全体)

(1,008人)

1	QRコード決済	60.5点
2	ChatGPT (生成系AI)	58.5点
3	国内旅行	56.0点
4	ちいかわ	55.5点
5	夏祭り/盆踊り/花火大会	55.0点
6	日傘	54.5点
7	映画「THE FIRST SLAM DUNK」	54.0点
8	ハンディファン	53.5点
9	バスケット男子日本代表	52.0点
10	ひとり○○/ソロ○○	49.5点
11	コンビニやスーパーの無人レジ	49.0点
12	省エネ家電	48.5点
13	コンビニジム	48.0点
14	紙ストロー、木製スプーン	47.5点
14	睡眠の質を高める商品	47.5点
16	電動キックボード	47.0点
17	空調服	45.5点
17	メンズ美容	45.5点
17	インバウンド需要の復活	45.5点
20	オンライン診療	45.0点
20	映画「ザ・スーパーマリオブラザーズ・ムービー」	45.0点
20	海外旅行	45.0点
23	TVer	44.0点
24	タイパ消費	42.0点
25	自転車用ヘルメット着用義務	41.5点
26	映画「君たちはどう生きるか」	41.0点
27	eスポーツ	40.5点
27	バラエティ自販機/無人販売店	40.5点
29	リモート副業	40.0点
30	ワーナー ブラザーズ スタジオツアー-東京-メイキングオブハリウッド・ポッター	39.5点
30	新しいNISA (少額投資非課税制度)	39.5点

ランキング分析による“2023年 ヒット実感”

■社会インフラ的な仕組みや技術の普及・期待の高まり

1位は「QRコード決済」。2位は「ChatGPT(生成系AI)」。「コンビニやスーパーの無人レジ」が11位。キャッシュレス決済や無人レジなどは使用場面が拡大。ChatGPTについては、多く報道され、仕事や生活で活用することへの期待も含めてのランクインです。

■コロナ禍後の行動復活。まずは国内旅行やお祭りで実感

「国内旅行」が3位にランクイン。「海外旅行」はまだ20位です。まずは国内旅行から、という行動が顕著でした。また「夏祭り/盆踊り/花火大会」が5位。これまで抑制していた、人が集う場やイベントの復活を印象づけます。一方、「インバウンド需要の復活」も17位に入っています。

■酷暑への対策商品の存在感が高まる

「日傘」が6位に入りました。「ハンディファン」は8位、「空調服」も17位にランクイン。記録的な猛暑に対し、男性にも新たな需要が広がった日傘や、ハンディファン、空調服など創意を凝らした商品が街中でも目に見えるかたちで広がり、存在感を高めました。

■引き続きコンテンツに向き合っている生活者

「ちいかわ」が4位にランクイン。映画では「THE FIRST SLAM DUNK」(7位)、「ザ・スーパーマリオブラザーズ・ムービー」(20位)、「君たちはどう生きるか」(26位)などが上位に。老若男女に支持されるコンテンツが多くランクインしています。コロナ禍生活を経て、今年も生活者はコンテンツにどん欲に接触していた様子がうかがえます。

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 2023年9月19日(火)～25日(月)

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(2023年)、ヒットした/話題になった」と思いますか。

【B】「来年(2024年)以降、ヒットしそう/話題になりそう」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)
株式会社博報堂 広報室(玉・山田)

TEL.03-6447-2992
TEL.03-6441-6161