

博報堂生活総合研究所 生活者が選ぶ“2022年 ヒット予想” & “2021年 ヒット実感” ランキングを発表

“2022年 ヒット予想”

生活者が選んだのは、小さな動きで大きな喜びを得る商品・サービス

キーワードは【動かず、動かす】

1位「フードデリバリーサービス」 2位「無人・非接触サービス」 3位「オンライン授業／学習」

博報堂生活総合研究所は、このたび、生活者が選ぶ“2022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、「2022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。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)

“2022年 ヒット予想”のキーワードは【動かず、動かす】です。

2020年に始まった新型コロナウイルス感染拡大は2021年も継続し、現在第5波まで流行と沈静が繰り返され、自粛や制約を伴う生活が続いています。生活者は、来年以降もコロナ禍の影響が続くのではと警戒を解いていないようです。そのなかで商品やサービスについては、自身の体験とそれらの進化もふまえて見極め、単なる自粛生活向けという観点ではなく、生活を充実させる観点から、来年以降も積極的に活用されていくだろう、と捉えているようです。

ヒット予想の上位をみると、【動かず(=小さな動き、効率的な働きかけで)】、【動かす(=大きな充実や喜びを引き出す)】商品やサービスに生活者は注目しています。

本リリースでは、これまでに得られたコロナ禍の生活体験を踏まえ、小さな動きで大きな喜びが得られるように活動する4つの【動かず、動かす】をご紹介します。

なお、“2021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「フードデリバリーサービス」、2位は「東京2020オリンピック・パラリンピック」、3位は「オンライン授業／学習」、4位は「家飲み」などとなっています。コロナ禍の生活をサポートするサービスや活動以外にも、ヒットした楽曲、オンライン動画サービス、ゲーム、マンガなどのコンテンツもランクインしています。

“2022年 ヒット予想” ランキング(全体)(1,008人)

1	フードデリバリーサービス	61.5点
2	無人・非接触サービス	61.0点
3	オンライン授業／学習	59.0点
4	携帯電話新料金プラン	58.5点
5	オンライン診療	55.5点
6	副業	54.5点
7	オンラインイベント	52.5点
7	電気自動車(EV)	52.5点
7	オフィス変革	52.5点
10	SDGs(エス・ディー・ジーズ)	52.0点
11	国内旅行	51.5点
12	冷凍食品・レトルト食品	50.5点
13	家飲み	50.0点
13	日本人トップアスリート	50.0点
13	LGBTQ	50.0点
16	防災グッズ	49.0点
17	ソロ活	48.0点
18	スマートウォッチ	47.5点
19	マスクのファッションアイテム化	47.0点
19	宅トレ	47.0点
19	eスポーツ	47.0点
22	電子印鑑の導入	46.5点
23	資産形成・資産運用	46.0点
24	換気機能付きエアコン	45.5点
25	ハンディタイプの扇風機	45.0点
26	お手軽キャンプ	44.5点
27	ジェンダーレス・ファッション	44.0点
27	自動運転レベル3	44.0点
27	USJ「スーパー・ニンテンドー・ワールド」	44.0点
30	ポータブル電源	43.5点

ランキング分析による4つの【動かず、動かす】

場所を動かず、満足を得る

1位は「フードデリバリーサービス」。また「オンライン授業／学習」(3位)、「オンライン診療」(5位)、「オンラインイベント」(7位)などのオンラインサービス関連、「家飲み」(13位)、「eスポーツ」(19位)などもランクイン。家ナカの機能を充実させつつ、居ながらにして満足を引き出すことが注目されています。

人や組織に合わせず、活動を広げる

「無人・非接触サービス」(セルフレジや無人店舗、ロボット給仕など)が2位。わずらわしさがなく効率的と評価されています。「副業」(6位)や「ソロ活」(17位)、「資産形成・資産運用」(23位)もランクイン。これらは、人や組織に合わせて動くのではなく、身軽に個人の力を発揮していこうとするものです。自分の都合や時間を大切にしながら行動していく生活者の姿がうかがえます。

手間をかけず、楽しみを味わう

「冷凍食品・レトルト食品」が12位。利便性だけでなく、美味しさやバラエティ拡大など昨今の進化も評価され、期待が示されています。「自動運転レベル3」(27位)もランクイン。こちらも技術進화가加速しており普及が予想されています。また、「国内旅行」が11位に入ったことについては、コロナ禍が仮に鎮静化しても、海外よりまずは手軽でリスクも低い国内からということでしょう。

構えず、社会に関わる

「電気自動車(EV)」が7位、また「SDGs」(10位)、「LGBTQ」(13位)など社会的なテーマもランクイン。商品選択で普及を後押しする、情報発信で賛意を示す、できるところは協力するなど、ひとりひとりは身近な関わり方ながら、社会全体の改善への動きは注目されると生活者は捉えています。「ジェンダーレスファッション」(27位)など、まさに身近な変化にも表れてくると予想しています。

付帯資料① “2022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】

男女共通の項目は6項目。そのほか上位には、男性は社会・技術・仕事まわり、女性は生活まわりの項目

男女共通の項目は、「無人・非接触サービス」「携帯電話新料金プラン」「フードデリバリーサービス」「オンライン授業／学習」「副業」「オンライン診療」となっています。その他項目では、男性で「電気自動車(EV)」(4位)、「SDGs」(7位)、「自動運転レベル3」(10位)、「オフィス変革」(10位)など広く社会・技術・仕事まわりに関連する項目、女性では「オンラインイベント」(6位)、「冷凍食品・レトルト食品」(7位)、「家飲み」(8位)など、家庭での生活行動の項目が上位に。「LGBTQ」(9位)もベスト10に入りました。

男性 (504人)		女性 (504人)	
1	無人・非接触サービス	1	フードデリバリーサービス
1	携帯電話新料金プラン	2	無人・非接触サービス
3	フードデリバリーサービス	3	オンライン授業／学習
4	電気自動車(EV)	4	携帯電話新料金プラン
4	オンライン授業／学習	5	オンライン診療
6	副業	6	オンラインイベント
7	SDGs(エス・ディー・ジーズ)	7	冷凍食品・レトルト食品
8	オンライン診療	8	家飲み
8	国内旅行	9	LGBTQ
10	自動運転レベル3	10	副業
10	オフィス変革		

(性年代別)

【男性年代別の特徴】

「フードデリバリーサービス」「無人・非接触サービス」「電気自動車(EV)」「オンライン授業／学習」の4項目が全年代でベスト10入り。それ以外に年代別でベスト10入りしている特徴的な項目を挙げていくと、10代は「eスポーツ」(1位)、「VTuber」「ゲーミングPC」(共に7位)。20代では「携帯電話新料金プラン」「副業」(共に1位)、「資産形成・資産運用」(7位)のほか、「国内旅行」も5位に。30代は「携帯電話新料金プラン」(2位)、「オフィス変革」(8位)。40代で「家飲み」(3位)、50代で「オンライン診療」(3位)、「SDGs」(4位)、60代で「SDGs」(2位)、「国内旅行」(5位)などです。

【女性年代別の特徴】

女性の全年代でのベスト10入りは「オンライン授業／学習」「フードデリバリーサービス」「無人・非接触サービス」の3項目。それ以外に年代別でランクインした特徴的な項目は、10代は「マスクのファッションアイテム化」(3位)、「ソロ活」(6位)、「SDGs」(7位)、「TikTok」(8位)。20代では「宅トレ」(3位)、「LGBTQ」(5位)、30代では「マスクのファッションアイテム化」(7位)、「LGBTQ」(7位)、「防災グッズ」(9位)。40代では「冷凍食品・レトルト食品」(4位)、「オフィス変革」(8位)。50代では「換気機能付きエアコン」(3位)、「冷凍食品・レトルト食品」(4位)、「ジェンダーレス・ファッション」(8位)、60代は「日本人トップアスリート」(6位)、「換気機能付きエアコン」(7位)、「冷凍食品・レトルト食品」(8位)、「電気自動車(EV)」(9位)、「国内旅行」(10位)などです。

男性 15～19歳 (84人)		女性 15～19歳 (84人)	
1	eスポーツ	1	オンライン授業／学習
1	フードデリバリーサービス	2	フードデリバリーサービス
3	無人・非接触サービス	3	マスクのファッションアイテム化
4	オンライン授業／学習	4	推し活
4	副業	5	無人・非接触サービス
6	オンラインイベント	6	ソロ活
7	VTuber	7	SDGs(エス・ディー・ジーズ)
7	ゲーミングPC	8	TikTok
9	電気自動車(EV)	9	オンラインイベント
10	携帯電話新料金プラン	10	家飲み
10	LGBTQ		

男性 20～29歳 (84人)		女性 20～29歳 (84人)	
1	携帯電話新料金プラン	1	フードデリバリーサービス
1	副業	2	無人・非接触サービス
3	オンライン授業／学習	3	宅トレ
4	無人・非接触サービス	4	オンライン授業／学習
5	国内旅行	5	オンラインイベント
6	フードデリバリーサービス	5	副業
7	資産形成・資産運用	5	LGBTQ
8	電気自動車(EV)	8	携帯電話新料金プラン
9	オンラインイベント	9	家飲み
10	オンライン診療	10	ハンディタイプの扇風機
10	SDGs(エス・ディー・ジーズ)		

(性年代別 - 続き -)

男性 30~39歳

(84人)

1	無人・非接触サービス	56.5点
2	携帯電話新料金プラン	53.0点
3	副業	52.5点
4	オンライン診療	50.5点
4	フードデリバリーサービス	50.5点
6	電気自動車(eV)	49.5点
7	オンライン授業/学習	48.0点
8	オフィス変革	47.5点
9	自動運転レベル3	47.0点
9	SDGs(エス・ディー・ジーズ)	47.0点

女性 30~39歳

(84人)

1	フードデリバリーサービス	76.0点
2	オンライン診療	71.0点
3	無人・非接触サービス	70.0点
4	携帯電話新料金プラン	68.0点
5	オンラインイベント	66.0点
6	オンライン授業/学習	65.0点
7	マスクのファッションアイテム化	63.0点
7	LGBTQ	63.0点
9	防災グッズ	62.0点
10	家飲み	61.5点
10	冷凍食品・レトルト食品	61.5点

男性 40~49歳

(84人)

1	フードデリバリーサービス	48.0点
2	無人・非接触サービス	47.5点
3	家飲み	44.0点
3	電気自動車(eV)	44.0点
3	副業	44.0点
6	オンライン診療	43.5点
6	オンライン授業/学習	43.5点
8	オンラインイベント	42.5点
8	自動運転レベル3	42.5点
8	資産形成・資産運用	42.5点

女性 40~49歳

(84人)

1	オンライン授業/学習	69.0点
2	携帯電話新料金プラン	68.0点
3	無人・非接触サービス	65.5点
4	冷凍食品・レトルト食品	63.0点
5	フードデリバリーサービス	62.5点
6	オンライン診療	61.5点
7	副業	60.5点
8	オフィス変革	59.5点
9	家飲み	57.0点
10	オンラインイベント	56.5点

男性 50~59歳

(84人)

1	電気自動車(EV)	52.0点
2	フードデリバリーサービス	51.0点
3	オンライン診療	50.0点
4	オンライン授業/学習	49.0点
4	SDGs(エス・ディー・ジーズ)	49.0点
6	携帯電話新料金プラン	48.0点
7	自動運転レベル3	46.5点
8	オフィス変革	46.0点
9	無人・非接触サービス	45.0点
10	eスポーツ	43.0点

女性 50~59歳

(84人)

1	無人・非接触サービス	67.5点
2	フードデリバリーサービス	65.0点
3	換気機能付きエアコン	59.5点
4	冷凍食品・レトルト食品	58.5点
4	オンライン診療	58.5点
6	オンライン授業/学習	57.0点
6	携帯電話新料金プラン	57.0点
8	ジェンダーレス・ファッション	54.0点
9	家飲み	53.5点
9	オフィス変革	53.5点
9	LGBTQ	53.5点

男性 60~69歳

(84人)

1	携帯電話新料金プラン	58.5点
2	SDGs(エス・ディー・ジーズ)	56.5点
3	電気自動車(EV)	55.0点
4	無人・非接触サービス	54.0点
5	国内旅行	52.5点
6	フードデリバリーサービス	51.0点
6	日本人トップアスリート	51.0点
8	自動運転レベル3	49.5点
9	オンライン授業/学習	49.0点
9	オフィス変革	49.0点

女性 60~69歳

(84人)

1	フードデリバリーサービス	66.5点
2	オンライン診療	63.0点
2	無人・非接触サービス	63.0点
4	携帯電話新料金プラン	62.5点
5	オンライン授業/学習	62.0点
6	日本人トップアスリート	59.5点
7	換気機能付きエアコン	59.0点
8	冷凍食品・レトルト食品	58.5点
9	電気自動車(EV)	57.5点
10	国内旅行	55.5点

付帯資料② “2021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“2021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: “2021年 ヒット実感” ランキング(全体)

(1,008人)

1	フードデリバリーサービス	71.5点
2	東京2020オリンピック・パラリンピック	68.0点
3	オンライン授業/学習	67.5点
4	家飲み	65.5点
5	携帯電話新料金プラン	63.0点
6	オンラインイベント	62.0点
7	Ado「うっせえわ」	61.5点
8	日本人トップアスリート	59.5点
9	無人・非接触サービス	58.5点
10	マスクのファッションアイテム化	58.0点
11	オフィス変革	57.0点
12	SDGs(エス・ディー・ジーズ)	56.0点
13	オンライン診療	53.5点
14	TikTok	53.0点
15	副業	52.0点
16	お手軽キャンプ	51.5点
17	スケートボード	51.0点
18	宅トレ	50.5点
18	ソロ活	50.5点
20	GoToキャンペーン	50.0点
21	LGBTQ	49.5点
22	ハンディタイプの扇風機	49.0点
22	から揚げ専門店	49.0点
24	冷凍食品・レトルト食品	48.0点
25	eスポーツ	47.0点
26	スイーツパン	46.0点
26	スマートウォッチ	46.0点
28	防災グッズ	45.5点
29	USJ「スーパー・ニンテンドー・ワールド」	44.5点
30	マンガ「東京卍リベンジャーズ」	44.0点
30	電気自動車(EV)	44.0点

ランキング分析による“2021年 ヒット実感”

■コロナ禍で普及が進んだサービスや生活の工夫が上位

1位は「フードデリバリーサービス」。配達員を街中でよく見かけることも含めて注目を集めたようです。他には「オンライン授業/学習」(3位)、「オンラインイベント」(6位)、「無人・非接触サービス」(9位)、「オフィス変革」(11位)など、コロナ禍の生活をサポートするサービスが上位に入っています。

また「家飲み」(4位)、「マスクのファッションアイテム化」(10位)、「お手軽キャンプ」(16位)、「宅トレ」(18位)など、コロナ禍の自粛型生活のなかでも、楽しく過ごす工夫に関する項目も上位に入りました。

■社会的なイベントやテーマへの注目が高まる

コロナ禍での開催となった「東京2020オリンピック・パラリンピック」(2位)は、開催の是非、安全対策、選手の活躍など幅広い点で注目されました。「日本人トップアスリート」(8位)、「スケートボード」(17位)なども関連してランクインしています。

「SDGs」(12位)、「電気自動車(EV)」(30位)や、オリンピックやパラリンピックでも話題になった「LGBTQ」(21位)など、社会課題にまつわる項目もランクインしています。

■様々なコンテンツに向き合う機会の増加

コロナ禍を含め鬱屈した気分を払拭するかのようなインパクトのあるAdo「うっせえわ」(7位)のヒットをはじめ、「TikTok」(14位)、「eスポーツ」(25位)、「マンガ「東京卍リベンジャーズ」」(30位)など、コロナ禍生活が、生活者にとっては多様なコンテンツに接触し、注目する機会になったようです。

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 2021年9月22日(水)～27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(2021年)、ヒットした/話題になった」と思いますか。

【B】「来年(2022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。

【本件に関するお問い合わせ】 株式会社博報堂 広報室 玉・大野 koho.mail@hakuodo.co.jp 03-6441-6161