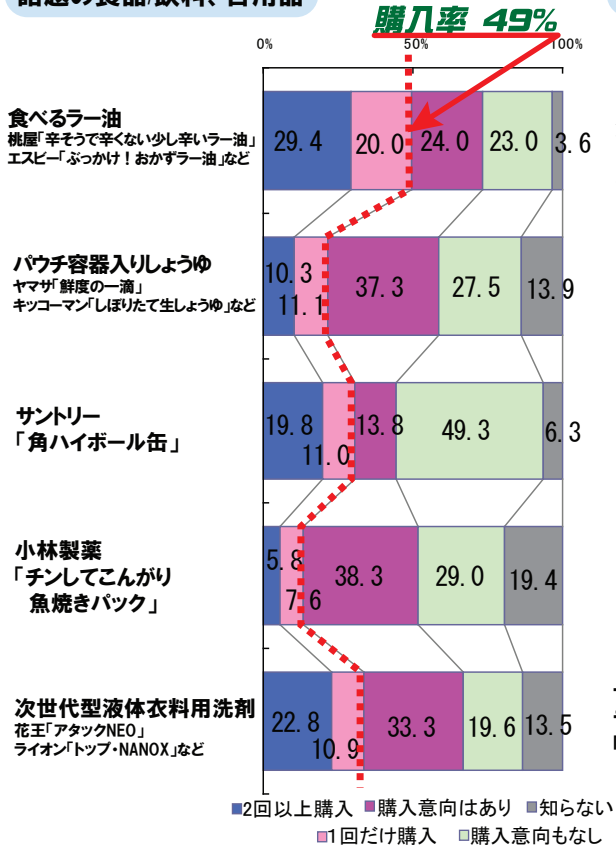


2010年も残りあとわずか。今年も、話題となった商品・サービス・商業施設の実際の経験率と意向を聞いてみました。  
 今年のヒットのキーワードは「**チョイ高**」「**プチ贅沢**」。景気の回復傾向の見えない中、節約疲れから、ちょっとした贅沢をしたくなっている気持ちの表れなんだとか。さてさて、そのホントのところは？

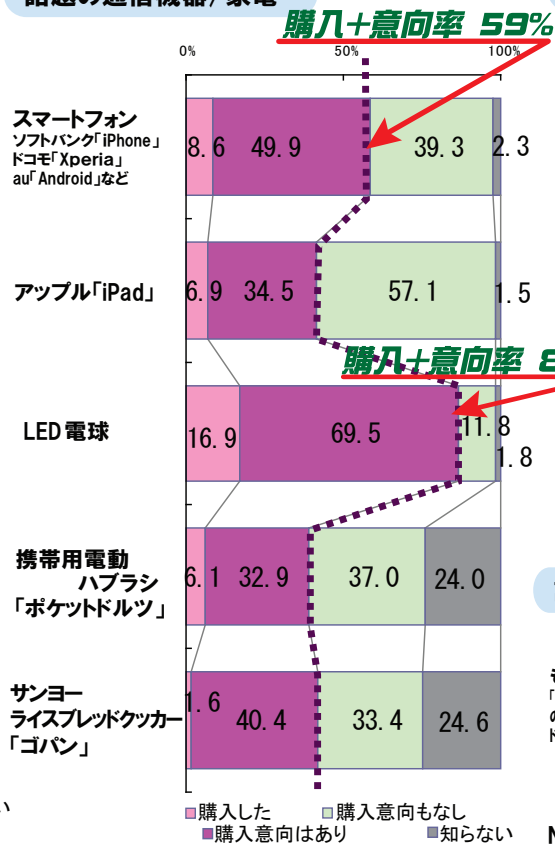
## 食品で今年最大のヒットと言われる「食べるラー油」は2人に1人が購入。リピート率も高く今後定番化？

- ◆**食品・日用品**の分野では「食べるラー油」の購入経験者が約半数に上っており、その内の約6割(全体の約3割)がリピート。従来のラー油よりまさに「**チョイ高**」の商品であり、「今年の顔」的存在となっている。
- ◆**通信機器/家電**の分野では、購入経験者と今後の購入意向を合わせると「LED電球」が9割近く、「スマートフォン」が6割近くに上っており、「白熱電球」「ガラケー\*」に代わり、今後主流になっていく(?)ことを予感させる結果となっている。 \*ガラケー:「ガラバゴス・ケータイ」を略した表現で、日本独自の進化を遂げた独特の携帯電話(つまり、一般によく使用されている携帯3社の通常の携帯電話)を指す。
- ◆**ネット・モバイルサービス**では「ツイッター」の利用経験が約3割に上っているが、一方で「利用したいとは思わない」という人も半数を占める。「モバゲー」も同様傾向で、どちらも一部の層での浸透に留まりそう。
- ◆**商業施設**では、利用経験では「LAB1 池袋総本店」(約3人に1人が利用)、今後の利用意向では「羽田空港国際線ターミナル」(7割強が意向あり)が目立っている。空港を観光目的で訪れるという意味では「**プチ贅沢**」の側面もあり、今年のヒットの傾向に合致しているともいえそう。

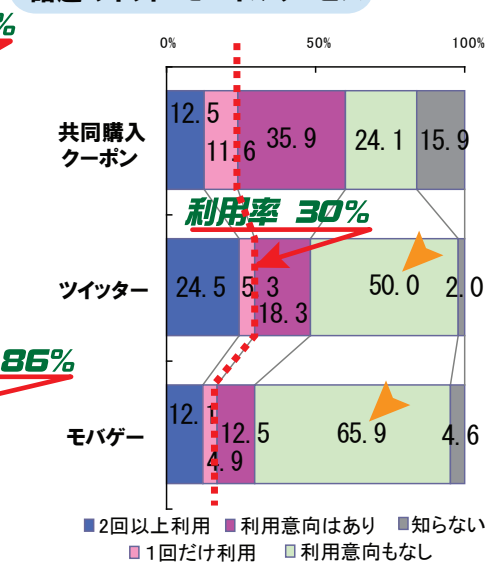
### 話題の食品/飲料、日用品



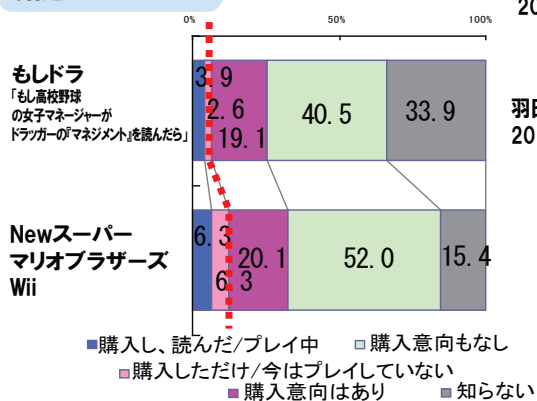
### 話題の通信機器/家電



### 話題のネット・モバイルサービス



### 話題のカルチャー



### 話題の商業施設

