

2010年上期と商品交付

東

| 商品名 | 寸評                                                  |
|-----|-----------------------------------------------------|
| 横綱  | ――                                                  |
| 大関  | 米アツブリ「iPhone」の独壇場に参入したNTTドコモも回け「エクスベリク」が好調。普及に弾みつつく |
| 関脇  | グツチパネル式多機能端末。5月下旬の発売開始後から品薄に。電子書籍普及に響く影響があるか        |
| 小结  | 東京。墨田の自立式電波塔。完成すれば634mで世界一。建設費見込たさに顧客殺到             |
| 前頭  | 携帯電話の全地球測位システム。利用者は116万人を越え。観光にも奇与                  |
| 同   | 春節で訪日した中国人観光客が電圧220Vの日本メーカ一製家電に移動。電大手量販もコーナー設置      |
| 同   | デパートとユニクロ。食め低価格衣料品店が百貨店に相次ぎ進出し顧客                    |
| 同   | 200万部以上売れた村上春樹さんのベストセラーの続編。発売から12日です100万部を突破        |
| 同   | 登山者「すき家」と松屋フーズが導入した牛丼の最安値。月間客数が前年比1割以上伸びた           |
| 同   | ヒールパンプ「また君に恋してる」を酒類CMでカバールシゲルCD32万枚。音楽配信150万件       |
| 同   | 家電工コボイノット制度の対象機種見直しで待機発生。3月の販売台数は前年同月比2.5倍の伸び       |
| 同   | 手肌の荒れにくさと洗浄力の両立をうたう台所用洗剤。花王やパナソニックが投入               |
| 同   | 登山を楽しむ20〜30代の「山（やま）カール」御用選。おしなれなサブボードで男女性の増殖を象徴     |
| 同   | 天候不順で野菜が高騰した4月に人気上昇。冷夏野菜や野菜ジュースにも特需が及んだ             |
| 同   | 機かしの玩具が復活。国内累計500万個の販売目標が達成可能なベース                   |
| 同   | 5145円の均一価格のまま品質を高め、3カ月の平均売上高は前年比50%増                |
| 同   | ドリンクや料理を300円弱の均一価格で提供する居酒屋酒場。「安くてうまい」で人気広がりが参入相次ぐ   |
| 同   | 飲食店のメニューを食べる客の「おこる」が人気。集客にも貢献し、増れて「コールドン」帯に         |

豪御免

殊勲賞 せんとくん 高齢者向け住宅  
技能賞 グダ漏れ中継 加齢臭抑制下着「MAXP」  
話題賞 岡本真夜 残念賞 バンクーバー五輪



| 商品名                  | 寸評                                                              |
|----------------------|-----------------------------------------------------------------|
| 横綱 3 D               | 国内で984万人を動員した「アバター」など映画がヒット。対応テレビが続々登場し、3D放送・配信元年の予感。           |
| 大関 竜馬                | 大河ドラマそのヒットで高知県の経済効果は400億円超との試算。酒類や玩具にあとやかり商品が繰り出し、底価格化も進み家庭に浸透。 |
| 関脇 LED電球             | 電球全体の販売額に占める割合が4月、初めて過半に。低価格化も進み家庭に浸透。                          |
| 小総 ラー油               | 桃屋「辛そうで辛くない、少し辛いラー油」の人氣を奪えず競合商品も。「食べるラー油」が定番。                   |
| 前頭 もじドラモンスター(ダイナム本社) | 女子高生と大物学者といった取り合の差がうけた青春小説の連戦。昨年未発売で51万部突破。                     |
| 同 ヒップアタック(日本エナジー)    | ボリウム2.5倍の「ハンズバリー」4種。第1弾の「チキチキ」は発売4日間で手割の2.2倍を売る。                |
| 同 オルニチン              | 肝臓機能を高めるとされる「オルニチン」が人気。味に添加した商品が人気。                             |
| 同 ストライド(キヤバレー・ジャパン)  | 味が長持ちするカム。もう2つ折りのパックで登場。計画の2倍超のペース。                             |
| 同 150円ロールケーキ         | コンビニ各社が相次ぎ発売。味の種類も増え、1人が買った計算に。                                 |
| 同 ミルミル(ヤクルト本社)       | 5年ぶり発売の乳酸菌入りヨーグルト飲料。当初目標の2倍の売れ行き。復刻商品の代売格。                      |
| 同 エコ内窓               | 政府の住宅版エコポイント制度の代表的な対象品。前年比で4倍売れた。                               |
| 同 ポケットドル(パナソニック)     | 女性が携帯しやすいように小型化した電動歯ブラシ。3～5月で年間計画の30万台を突破。                      |
| 同 クラフト               | 毛糸などでズクセサリやスエードを作る手芸が人気。お金がかからない趣味は不況にも強い。                      |
| 同 AKB48              | 秋葉原の専用劇場へ、「会いに行けるアイドル」がヒット連続。最新作も出荷。ヒートアップで65万枚と好調。             |
| 同 CR-Z(ホンダ)          | スポーツカーのハイブリッド車。2月発売が14万4千円で年間販売目標の1.3倍の1万6000台を注。               |
| 同 カラーゴルフ             | 昨年夏にプロゴルフツアーが使い始め需要拡大。市場全体に占める割合は28%とほぼ倍増。                      |
| 同 10分ファット            | 10分単位で利用可能なファットネスクラブ。無駄を嫌う人向けの「時間シエラ」。                          |
| 同 トイレの神様(植村花菜)       | 収録アルバムが発売から3カ月間で10万枚を出荷。約10分間の演奏時間と並ぶ詩が話題に。                     |