

**流行発信ショップ「ranKing ranQueen(ランキンランキン)」が  
2013年“コレクル”ランキングを発表！  
～今のヒット商品の傾向分析から、今後の傾向を大胆予測！！～**

株式会社東急レクリエーション

東急レクリエーション（本社：東京都渋谷区、社長：佐藤仁）が首都圏に4店舗を展開する、流行発信ショップ「ranKing ranQueen（ランキンランキン）」は、このたび、2012年下半年期に同店が取り扱った全商品（約3,000種類）の売上データをもとに独自の「2012年下半年期ヒット商品ランキング」をまとめるとともに、「2013年“コレクル”ランキング」を決定しました。

※ “コレクル” ランキングとは…

年間何万点にも及ぶ商品をチェックしているランキンランキンのマーチャンダイザーたちが、最新の売れ行き動向と多方面から収集した情報をもとに2013年のヒット商品を大胆予測します！！

**<ランキンランキンが選ぶ！>  
2013年“コレクル”ランキングはこちら！！  
キーワードは「お手軽」・「自然派」・「コミュニケーション」**

| 順位  | 商品名          | キーワード     |
|-----|--------------|-----------|
| 1位  | アイケア商品       | お手軽       |
| 2位  | 炭酸コスメ        | お手軽       |
| 3位  | 大容量・個包装パック菓子 | コミュニケーション |
| 4位  | お手軽ストレッチグッズ  | お手軽       |
| 5位  | SNSキャラクターグッズ | コミュニケーション |
| 6位  | おつまみお菓子      | コミュニケーション |
| 7位  | お手軽ヘアアレンジグッズ | お手軽       |
| 8位  | 輸入健康ドリンク     | 自然派       |
| 9位  | インスタント生麺     | お手軽       |
| 10位 | 脱・石油系ソープ     | 自然派       |

2013年“コレクル”商品キーワード解説および2012年下半年期ヒット商品ランキングは、別紙の通りです。

なお、ランキンランキン各店舗では、2012年12月26日から2013年1月16日まで、「2012年下半年期ヒット商品ランキング」および「2013年“コレクル”ランキング」のコーナーを設け、総合ランキング上位商品の展示販売を予定しています（一部商品を除く）。

お問い合わせ先

株式会社東急レクリエーション    ランキン事業プロジェクト  
 担当：阿部    電話：03-3462-8850  
 メールアドレス：h\_abe@tokyu-rec. co. jp

## [ 別紙1：2013年“コレクル”商品キーワード解説 ]

### キーワード① お手軽

自宅で簡単にトライできる「お手軽」雑貨が多数ランクイン。なかでも特徴的な美容コスメをご紹介します。

「2013年“コレクル”ランキング」1位に輝いたアイケア商品の代表は、2012年下半年に注目度が急上昇した「涙袋美容液」。朝晩のスキンケア後に塗るだけで、ぷっくりとした涙袋の形成を目指すという商品です。涙袋は「美人の象徴」とも言われ、これに憧れる女性も少なくありません。涙袋ケアだけでなく、美容液成分が配合されているマスカラなども増えており、2013年には目元のアンチエイジングやアイメイクのアレンジの幅が広がりそうです。



「アイメイジング コスメライン 涙袋美容液」

血行促進・デトックスなどに効果があり、美肌・健康・ダイエットの味方として話題になった「炭酸」。口からだけでなく肌からも吸収できるため、飲料はもちろん、スキンケア、頭皮ケア、入浴剤など炭酸関連商品は種類の幅も広がっており、自宅でエステ効果が楽しめると人気を呼んでいます。

簡単ストレッチグッズやヘアアレンジのアイテムもさらに人気となるでしょう。「ボディストレッチ のび〜る」はそのわかりやすさと手軽さで売上数を伸ばしています。家に置いてもインテリアの邪魔にならないので手に取る機会も多く、すぐに気分転換ができます。継続して使用すればインナーマッスル強化に効果があります。



「ハダノミー炭酸洗顔フォーム」



「ボディストレッチ のび〜る」(ソフト)

## キーワード② 自然派

ランキンランキンが2012年上半期ヒット商品ランキングで予測したとおり、今期は「体質改善」や「インナービューティー」を目指す方が増えています。そこで注目されているのが「自然派」のコスメや食品。

コスメでもナチュラル成分が注目されており、ハチミツを使ったシリーズが人気急上昇中です。今後もこうしたナチュラル志向が高まり、すっかり定着したノンシリコンシャンプーの次は、脱・石油系の固形せっけんやボディソープにも注目が集まりそうです。

2012年下半期ヒット商品ランキング（※別紙2）に初ランクインした「オーガニック チョコレート豆乳」は濃厚な味わいなのにならだに嬉しいオーガニック豆乳飲料。この流れを受けて、ランキンランキンが次に注目するのは「ココナッツウォーター」。海外セレブが愛飲していることで知られており、2013年には日本でもブームになるでしょう。栄養価が高く、脂肪燃焼効果があると言われています。



「ココナッツウォーター」

## キーワード③ コミュニケーション

facebookやLINEのユーザーが爆発的に増えた2012年。SNSやアプリ発のキャラクター商品も人気となり、今後も過熱していきそうです。

一方で、社内レクリエーションの充実などオフラインでのコミュニケーションを見直す企業も増えています。ランキンランキンでは小さいメッセージカードや付箋が人気で、さりげなく気配りをあらわせるものとして、コミュニケーション促進に一役買っているようです。また、以前は、ハンドバッグに入るサイズの小さく持ち歩けるお菓子が人気でしたが、2012年下半期には友達や同僚に配って楽しめる大容量・個包装パックのお菓子＝“お配りお菓子”の人气が上昇しました。その種類も、甘いものからおつまみ系まで様々です。

このように文房具やお菓子を使い、さりげない気配りでコミュニケーションを促進しようとする傾向が見られます。2013年もますますその傾向が強まっていくでしょう。



「ミロ ミニ ミディアムパック」、「コラーゲン10000グミ」、「チロルチョコバラエティパック」（左から時計回り）

[ 別紙2：2012年下半期ヒット商品ランキング（全商品） ]

ランキンランキンで取り扱った全商品（約3,000種類）を対象とした2012年下半期（6月～11月）ヒット商品ランキング。

※ ランキングの算出は、ランキンランキン各店舗の売上データを元にランキンランキンが独自にポイント制で実施しました。

| 順位              | 商品名                                 | メーカー            | 価格      | 商品内容      |
|-----------------|-------------------------------------|-----------------|---------|-----------|
| 1位              | 肌をうるおす 保湿クレンジング                     | 松山油脂            | 1,260 円 | クレンジング    |
| 2位              | LULULUN フェイスマスク                     | ティーグラウンド        | 1,575 円 | フェイスマスク   |
| 3位              | ふわりんかソフトキャンディ<br>フルーティローズ味          | クラシエフーズ         | 113 円   | ソフトキャンディ  |
| 4位              | 塩トマト                                | アイファクトリー        | 218 円   | ドライトマト    |
| 5位              | クリスタルガイザー500PET                     | 大塚ビバレジ          | 100 円   | ミネラルウォーター |
| 6位 <b>New!</b>  | F I J I フィジーウォーター<br>330ml          | インターパイロン        | 115 円   | ミネラルウォーター |
| 7位              | むちむちなこ                              | 海邦商事            | 126 円   | 黒糖菓子      |
| 8位              | マーケットオー<br>リアルブラウニービッグ 1P           | オリオン            | 126 円   | チョコレート菓子  |
| 9位              | デジャヴュ ファイバーウィッグ<br>エクストラロング ピュアブラック | イミュ             | 1,575 円 | マスカラ      |
| 10位             | リアルラスティングアイライナー<br>24h WP SB01      | クオレ             | 1,260 円 | アイライナー    |
| 11位             | メープルシロップくるみ                         | 福楽得             | 198 円   | くるみ菓子     |
| 12位             | 旨みシゲキックス 忍者めし<br>梅かつお味/マッチョグレープ味    | 味覚糖             | 105 円   | グミ        |
| 13位             | ピュア5エッセンスマスク<br>プラセンタ 30枚入          | ジャパングヤルズ        | 1,050 円 | フェイスマスク   |
| 14位 <b>New!</b> | オーガニック チョコレート豆乳<br>250ml            | プロヴァメル          | 235 円   | 豆乳ドリンク    |
| 15位             | 焼きドーナツミルク味                          | 平和堂             | 105 円   | ドーナツ菓子    |
| 16位 <b>New!</b> | むちむちパイン                             | 海邦商事            | 126 円   | 黒糖菓子      |
| 17位             | D. U. P アイラッシュフィクサー<br>EX552 透明タイプ  | ディーアップ          | 945 円   | つけまつげ用接着剤 |
| 18位             | トマト                                 | 共立食品            | 158 円   | ドライトマト    |
| 19位 <b>New!</b> | もてますカラ モイスチャー L o                   | フローシ            | 1,890 円 | マスカラ      |
| 20位 <b>New!</b> | O x y (オキシー)                        | SKインターナシ<br>ヨナル | 198 円   | ミネラルウォーター |

※ 「New!」はランキングトップ20初ランクインの商品です。

※ 価格はランキンランキン販売価格（税込み）です。

(参考) 「ranKing ranQueen (ランキンランキン)」の概要

- 「ranKing ranQueen (ランキンランキン)」は、「流行リモノのテーマパーク」を目指し、話題の商品の情報提供と商品販売を融合させた「流行発信ショップ」です。2001年7月に1号店となる渋谷を開業し、現在は首都圏に4店舗を展開しているほか、コラボレーションショップを展開しています。



渋谷店

新宿店

あざみ野店

- ・渋谷店 東急百貨店東横店 西館2階コンコース
- ・新宿店 JR新宿駅東口改札前 (JR 東日本グループとの業務提携にて運営)
- ・自由が丘店 東急東横線・大井町線 自由が丘駅構内
- ・あざみ野店 (神奈川県) 東急田園都市線あざみ野駅 改札前
- ※コラボレーションショップ (運営: 東武商事株式会社)
- 「One Two Tree! with ranKing ranQueen」東京スカイツリータウン・ソラマチ1階

- 具体的には、以下の2つのコンセプトを持った業態です。

| ランキングコーナー   | プロモーションコーナー  |
|---|--|
| <p>ヒット商品を発信する</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 各種売れ筋上位商品のみをランキング順に陳列・販売。</li> <li>● ランキングは、東急ハンズ・JR 東日本リテールネット他、流通・調査会社各社の情報をもとに集計。</li> <li>● 食品・飲料・雑貨・書籍など、ジャンルごとに「これがヒットしている」という、商品の今が発見できます。</li> </ul> | <p>注目商品を発信する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ランキンランキンの店舗ネットワークを活用して、話題の注目商品をプロモーションします。</li> <li>● 明日のヒット商品が、ここから生まれます。</li> </ul> |

- 店舗名称の「ranKing ranQueen (ランキンランキン)」とは。

「順位、序列」を意味する英語「ranking」の文字が「ran」と「king」に分割できることから、「king」の対義語である「queen」を「ran」と組み合わせた言葉を並べたものです。「ranKing」には「ランクの王様=売れ筋上位商品」という意味を、「ranQueen」には「ランクィーン (ランクイン) =今後ランクアップを狙う商品」という意味を持たせ、店舗コンセプトを象徴させています。

- WEBサイト <http://www.ranking-ranqueen.net/>
- 公式ブログ <http://ameblo.jp/rankingranqueen/>
- モバイルサイト <http://tokyu.jp/rk-rq/>
- Twitter
 

|                       |                          |
|-----------------------|--------------------------|
| 渋谷店 (@rkrq_shibuya)   | 自由が丘店 (@rkrq_jiyuugaoka) |
| あざみ野店 (@rkrq_azamino) | 広報 (@rkrq_press)         |