

【レポート】人気インフルエンサーが教える 2020 年版「インフルエンサー・ホイホイ」9 選を発表！“おうち時間”の影響が色濃い今年のトレンドとは？

～ ひと手間加えて魅せるクリエイティブ、うるおいのある生活シーンを求めるトレンドが特徴 ～

マーケティング事業を展開する LIDDELL 株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役：福田 晃一、以下リデル）が 2017 年より実施しているトレンド調査「インフルエンサー・ホイホイ」は、インフルエンサーが好むクリエイティブ、アイテムやシーンをランキング形式でご紹介する人気レポートです。今年も“#STAYHOME”や“#おうち時間”というハッシュタグに代表されるように、自宅で過ごす時間が増加したことから、選抜されたアイテムもそれらを反映して生活を豊かに彩る工夫を加えたものが多数ランクインしました。



2020年のトレンドアイテム勢揃い！
インフルエンサーが教える人気9選とは・・・？



「外出できない」をポジティブに変換、過ごし方提案を兼ね備えた“ひと手間クリエイティブ”がフォトジェニックに

生活者（フォロワー）へ高い影響力を持つインフルエンサーの視点を、企業コミュニケーションに活用しようとする試みはマーケティング活動においてもはや一般的になってきました。日々膨大な量のコミュニケーションが執り行われる SNS では、共感を呼ぶ投稿スタイルや今の気分を表現する写真の傾向も、日々少しずつ変化を続けています。そこで、人気インフルエンサーたちのトレンドを知ることで「今、何が共感を集めているのか」を素早く理解することが可能です。リデルではこの点に着目した独自レポート、インフルエンサーを呼び集めることができる「インフルエンサー・ホイホイ」2020 年版を発表致します。

「インフルエンサー・ホイホイ」9 選に見る、2020 年上半期をプレイバック

1. ダルゴナコーヒー

韓国から人気に火がついたコーヒーアレンジで、ミルクの上に泡立ててホイップ状にしたコーヒーを乗せる二層の見た目が「映える！」と話題に。ステイホーム期間中、お菓子作り熱が活発になると同時に電動ミキサーが大活躍し、意外に簡単なレシピも手伝いトライしてみる人が増加しました。

2. キューブキャンドル

自宅で過ごす時間が圧倒的に増えた 2020 年は、これまで以上にインテリアや身の回り品に目を向ける人が増えました。キューブキャンドルも韓国発の人気アイテムとしてインスタグラムでも投稿件数がどんどん増えました。一般的なキャンドルと比べて視覚的な楽しさがあり、インテリアに新鮮味をもたらします。

3. ハートミラー

ハートモチーフの鏡は単純なインテリアとしての役割だけでなく、映り込み次第で独自性のある写真を撮るための演出的小道具の使い道が一石二鳥。壁にかけて人物を映り込ませたり、トレイのように用いて上に物を乗せるなど、フォルムの愛らしさを前面に打ち出して愛用する人が多数。



4. 手作りマスク

これこそ 2020 年らしいアイテム。レース調や柄物のマスクを手作りする投稿が急増、“#手作りマスク”のハッシュタグは 50 万件を越すまでに。また、自作品だけでなく市販のマスクにもストーンやレース、ビーズなどでデコレーションをするのも中高生を中心に流行する現象が起きています。

5. アレンジトースト

トーストといえばもっとも手間要らずな朝食の定番が、2020 年は自粛中の“おうちカフェ”の流れで百花繚乱に。お食事パンではなくあくまでスイーツ感覚で、フルーツをふんだんに使いとにかくかわいく仕上げるのがコツ。ストロベリートースト、レモントーストなど手軽なお菓子作りの延長で人気。

6. フラワーサンド

2016 年からじわじわと投稿件数を伸ばす“萌え断”は、サンドウィッチの美しい断面を愛でるトレンド。さらに今年はよりキュートさにこだわって、断面が花に見えるよう工夫が施されたフルーツサンドが話題になりました。フルーツの配置とパンの切り方をマスターすれば、進化系の萌え断に。



7. アイスキューブ

こちらも“おうちカフェ”の流れを汲んで、ひと手間加えることでいつものティータイムを格上げするアイテム。一般的なアイスキューブトレイにハーブや食用花を入れて色とりどりの華やかな氷を作ったり、コーヒーやジュースなど色味のある飲み物をキャラクターやモチーフ型のトレイで凍らせるなどさまざま。

8. ウォールデコ

毎年何かしら「壁」関連がトレンド入りするほど撮影時の背景として欠かせない設定ですが、今年は自宅インテリアのひとつとして、壁を思い思いにデコレーションする傾向が目立ちました。お気に入りの写真やポストカード、ドライフラワーなどを使い、サイズ・カラー・配置のバランス決めがキモとなります。

9. ウェーブミラー

「変形ミラー/ニュアンスミラー/ウェーブミラー/ビーンズミラー」と、呼び方はさまざまながら曲線型の鏡が人気に。これまで鏡のトレンドは、全身を映しこむアイテムとしてニーズがありましたが、ウェーブミラーは鏡自体の機能だけでなく、置くだけでインテリアのスパイスになることで話題を呼んでいます。



2020 年は外出自粛期間があったことから、トレンド入りしたアイテムはすべてインドアが前提となるものばかりであり、インフルエンサーは率先して“おうち時間”の過ごし方をフォロワーに向けて提案する傾向が見られました。今回の結果からも、単純に在宅インドアでのフォトジェニックなアイテムではなく、ひと手間加えることで過ごし方提案を兼ねる内容であることがわかりました。SNS を介して、こうしたアイテムを自ら作ってみるというある種の連帯感が生まれていた印象です。

私たちは今後も、マーケティングコミュニケーションに役立つインフルエンサー視点の旬な情報をお届けしてまいります。

《過去のレポート一覧》

2017 年版 <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000054.000011944.html>

2018 年版 <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000138.000011944.html>

2019 年版 <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000199.000011944.html>

[EMERALD POST (エメラルドポスト)： SNS に向けた C to C プレスリリース配信サービス]

URL：<https://emerald-post.com/>

[SPIRIT(スピリット)：アサインメントプラットフォーム]

URL : <https://spirit-japan.com/>

[PRST(プロスト) : SNS クリエイターによる制作・運用・分析管理サービス]

URL : <https://prst-sns.com/>

[FOR SURE(フォーシュア) : コミュニケーション E コマース]

URL : <https://about.forsure.jp/>

[JANE JOHN (ジェーンジョン) : インタビュー“インスタグラム”メディア]

Instagram : https://www.instagram.com/janejohn_jp/

[[VINYL MUSEUM (ビニールミュージアム) : 共感型フォトジェニック・アート展]]

URL : <http://vinyl-museum.com/>

Instagram : https://www.instagram.com/vinyl_museum/

[福田 晃一代表取締役 CEO 書籍]

「影響力を数値化 ヒットを生み出す“共感マーケティング”のすすめ」

著者名 : 福田 晃一 発行 : 日経 BP 社/発売 : 日経 BP マーケティング

定価 : 本体 1,500 円 + 税

ISBN : 9784296101313

< Amazon 購入ページ >

<https://www.amazon.co.jp/dp/4296101315/>

[インフルエンサーアワードジャパン : インフルエンサーの感性や才能を応援し、その影響を称える。]

第 4 回 IAJ 特設サイト : <https://www.spirit-japan.com/influencer2019/>

[企業情報]

会社名 : リデル株式会社/LIDDELL Inc.

代表者 : 代表取締役 CEO 福田 晃一

本社 : 東京都渋谷区神宮前 3-35-8 ハニービル青山 3F/4F(受付)

事業内容 : (1) マーケティング支援

(2) マーケティングツールの提供

(3) マーケティングプラットフォームの運営

コーポレート URL : <https://liddell.tokyo/>

採用に関して : <https://www.wantedly.com/companies/liddell/>

【お問合せ】

リデル株式会社 担当 : 箱石

メール : info@liddell.tokyo

電話 : 03-6432-9806