

「経営発達支援計画」に基づく「業種ごとの需要動向調査  
【ヒット商品から学ぶ】

日経MJ 2019年度上期ヒット商品番付

日経MJ(日経流通新聞)では半年ごとに「ヒット商品番付」を発表しています。

「消費動向や世相を踏まえ、売れ行き、開発の着眼点、産業構造や生活者心理に与えた影響などを総合的に判断して作成した」とのことで、日経流通新聞が創刊された1971年から発表されている人気の企画です。

先週発表された2019年上期のヒット商品番付は次のとおりでした(上位のみ)。

	西		東
任天堂「あつまれどうぶつの森」	横綱		オンライン生活ツール
おうちごはん	大関		応援消費
テークアウト	関脇		無観客ライブ
湖池屋「プライドポテト」	小結		手渡しなし宅配
生鮮ネットスーパー	前頭		「檸檬堂」
ケンタッキー「500円ランチ」	同		シュクメルリ
パナソニック ホームベーカリー	同		「キュキュット あとラクミスト」
カミュ「ペスト」	同		「パラサイト 半地下の家族」
手作りマスク	同		「ファイナルファンタジーVIIリメイク」
ネックゲーター	同		ナイキ 厚底ランニングシューズ
バリカン&ひげトリマー	同		「ルージュ・エルメス」
「愛の不時着」	同		「恋はつづくよどこまでも」
「バーミュキュラ フライパン」	同		マクドナルド「ごはんバーガー」
トランポリン遊具	同		令和版 ビリーズブートキャンプ
ダルゴナコーヒー	同		麒麟ビバレッジ「iMUSE水」
アマビエ	同		ボードゲーム