

おかげさまで三周年とほぼ4ヶ月 ^^

拝啓。

台風一過、晴れ上がる空を期待していたら、なんと雨。考えて見ればまだ梅雨明けはしていないのだから当然と言えば当然ですが。それだけ今回の台風が季節はずれだったということですね。昨日の地震もそうですが、自然の力と言うのは恐ろしい。関東圏に住んでいる身にとってはとても人事とは思えません。地震と言うのは本当に怖い。昔も今もチャート第一位（本当に怖いものランキング）※こんな調査は実際には実在しないと思います ^^ ;。

と言うことでランキングネタです。昨日、営業の帰りに本屋によると、日経トレンドィで「07年上半期ヒット商品ランキング」が特集されていました。まずは10位までをご覧ください

順位(日経トレンドィ2007年8月号より)

1	Wii & Wiiスポーツ	6	Pasmo / nanaco / Suica(?)
2	クロックス	7	人生銀行
3	ビリーズ・ブートキャンプ	8	フリクションボール
4	東国原知事	9	東京ミッドタウン
5	クリスピー・クリーム・ドーナッツ	10	AXE

お恥ずかしいことに上位10個のうち3個は知りませんでした(勉強不足)(T_T)。(黄色く塗りつぶしたと



ころです)。クロックス、御存知でした? こんな格好のサンダル風の靴です。何でこんなものが第二位なの? 私の回りでこいつをはいている奴いないよ? つき合っている仲間が悪いって。そうかもしれません。



「人生銀行」

こんなちやちな貯金箱ですよ。しかも5000円もする。その5000円を持ってなんかほかのことに使えよ! と、言いたくなりますが、知らなかった。だんだん世間からずれてきているのかなあ(T_T)。フリクションボールも初耳。ただ消しゴムで消せるボールペンがでていたことは知っていました(言い訳をするなって)(><)。クリスピー・クリームドーナッツも食べたことないし(甘いもの苦手なもので、東京ミッドタウンも面倒くさくて行っていません。多分ヒルズや新丸の内と大差ないと



考えているからです。大体AXEなんていうフレグランスだけで**女にもてる**、なんてことが **あるわけ**ないでしょうが(笑)男性週刊誌の巻末広告じゃあるまいし→AXE。本当にもてるのならいくらでも出す(笑)。

どうも実感を伴わなくなっているなあ。四回目の干支を迎えた年のせいでしょうか(T_T)。

何とか立ち直って、私なりにベストテンを作ってみました。

順位(アール・リサーチ独断と偏見)

1	Pasmo / nanaco / Suica(?)	6	大画面テレビ
2	東国原知事	7	投資信託
3	ビリーズ・ブートキャンプ	8	英会話
4	TSUBAKI	9	BYOレストラン急増中
5	i-Phone	10	バブルへGO!

なんといっても Pasmo/ **Suica**。久しぶりに衝撃の商品です。私は常磐線の馬橋と言う駅近くに会社を置いています。千代田線直通なので仕事の足としては非常に便利です。大手町まで乗車時間は 30 分ちょっと。ところが西日暮里駅を通過して都内にはいろいろとすると面倒でした。常磐線 (JR) →千代田線 (地下鉄) を乗り換えなしでいけるのはいいのですが、通常の JR の切符では入れず、西日暮里経由の切符を買う必要がありました。ところがもう一つの手としては常磐線で松戸まで出て上野駅と言う手もあります。でも、



乗換えが面倒なのと値段が高くなる場合が多い (全て JR だと)。今までは切符を買うのに少々頭の体操が必要だったわけです。それから開放された、抜群の使いやすさ。おまけにあちこちで支払いに使える。駅構内ではジュースや KIOSK で使えるし。また**人間がおばかになるような商品**です。ひょっとして券売機の業界ではとんでもない逆風でしょうか。

二位は**東国原知事**。良く見ますもん、TV でですが。当選自体が衝撃でしたけれども、そのあとの TV 露出は目茶目茶に高いですよ。でもそのおかげもあって、鳥インフルエンザを乗り超え宮崎をアピール。なんと地鶏の加工品は当選前の 9 倍だとか。でも県知事の役割ってこれだよ、と一人うなずいております。県知事はセールスマンとしての顔をもつことで地元の産業が活気付くと言う画期的な発見をした

しかも東国原という意表をついたネーミング→



わけです。やはり厳しい芸能界を潜り抜けてきた人は違うね。 ←そのまんま日記単行本です。



i-Phone 目茶目茶欲しいです。 まだ触ったことはありませんが、あのアップルが作ったものだから。これって凄いブランド資産ですよ。最近、本当に欲しいと思うものが少なくなっていく中で、希有な存在だと思います。銀座のショップも格好いいですよ。 「i」と言う一文字を付け加えるだけで、なんとなくわくわくしてしまう、こんなブランドでありたいものです。

第10位に「バブルへGO!タイムマシンはドラム式」と言う映画をいれました。もうそろそろレンタルビデオが始まるころかな。広末涼子が演じる主人公が、洗濯機にしか見えないタイムマシンで、バブル期の日

本に戻り、バブルを崩壊させないように活躍する、と言うおバカな映画です。映画館は爆笑の渦だったのですが、なんと行ってもおかしいのは当時のギャル（死語？）のメイク（眉毛が太い）、服装と巨大



シヨルダ-ホン (1985年)



けいたい電話 (1987年)。

な携帯電話 (笑)。 <http://www.go-bubble.com/index.html>

わずか15年でこんなにも変わってしまうものなんですね。映画でこの大きな携帯電話がでてくるだけで笑ってしまいます。洋画ですが「ウォール・ストリート」の中でマイケル・ダグラスがこの右側の電話をもって話すシーンがあるのですが、話とは全く関係なく笑ってしまいます。

「流行とはかくも儂きものなのか」とちょっと寂しい気もします。ところが芸術的商品開発の世界では突然復活するものがあると思っています。ミニスカートが再び流行ったり、ピッタピタのジーンズがリバイバルしたり（あれは相当足が長くないとかえって格好悪いですよ）。私は18歳の時に買った「VAN」のランチコートは今でも大事に着ていますが（30年間！）、あるドラマでキムタクがちょっと着たことでブームになりました。本気でヤフオクで売ろうかと思いましたが、思い出が詰まったコートなので手放せ



←※今でも超現役です。懐かしいですね

ませんでした。

携帯電話のような技術がリバイバルすることはないでしょうが、ファッションやデザインの世界では十分にありうることだと思います。製品自体に差別化がどんどん難しくなっている状況下で大ヒットを生み出すのは、「ネーミング」と「デザイン」の問題が大きいと思っています。「いい物を作れば売れる」のではなくて、「いい物とネーミングとデザイン」が相乗効果を見せるときにヒット商品は生まれるように思い



←※今、一番欲しいi-Pod 80G

ます。製品開発の際にもっとデザインやネーミングにパワーを注ぐべきだと考えています。様々な調査手法を駆使して。「アタック！」なんて抜群ですよ。

※↑、あ、洗剤のアタックです

次回は8月上旬ころの予定です。ではでは～ (^ ^) / ~ ~ ~

株式会社アール・リサーチ 〒271-0051 千葉県松戸市馬橋 1896-1 ヴィレッジ K・I 馬橋 3 F

Tel 047-342-3181 mobile 090-7428-8999 mail : ryubon@kkd.biglobe.ne.jp