

**東急電鉄の流行発信ショップ「ranKing ranQueen(ランキンランキン)」が  
2007年上半期ヒット商品ランキングを発表！  
～「プロ仕様」「プロおすすめ」などの商品が上位に。本物志向が強まる。～**

東京急行電鉄株式会社

東京急行電鉄(本社:東京都渋谷区、社長:越村敏昭)が全国に11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)」では、このたび、2007年上半期に同店が取り扱った全商品(約3,000種類)を対象に、2007年上半期ヒット商品ランキングをまとめました。

商品カテゴリーごとの売れ筋上位商品のみを販売する同店のランキングは、いわばヒット商品中のヒット商品を示すものです。なお、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もとにランキンランキンが独自に行いました。(ランキンランキンの店舗概要については別紙をご参照ください)

なお、ランキンランキン各店舗では、2007年8月11日から31日まで、『上半期ヒット商品ランキング』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)。

「ranKing ranQueen(ランキンランキン)」2007年上半期ヒット商品の概要とランキングは以下の通りです。

**総合ランキング(全商品)**



1位「ミミダス」      2位「コートロールバーチョコ トリュフ」      3位「デジャヴュ ファイバーウィッグ」

順位	商品名	メーカー	価格	商品内容
1位	ミミダス	アクアクロス	¥1,344	耳かき
	外耳道にぴったり沿って、らせん状に巻いた一本のステンレスワイヤーが細部までスッカリかきとる「21世紀の耳かき」。根強い人気で、1位に返り咲いたロングセラー商品です。			
2位	コートロールバーチョコ トリュフ	明治製菓	¥126	チョコレート
	本場ベルギーチョコの味が手軽に味わえるチョコバー。高級チョコにも負けない本格的な美味しさにハマる人が続出しました。			
3位	デジャヴュ ファイバーウィッグ	イミュ	¥1,575	マスカラ
	フィルムのように固まって、ダマ・パンダ目にならないマスカラ。従来のマスカラの2倍の繊維配合量を「塗るつけまつげ」というコンセプトで訴え、すっかり定番商品となりました。			
4位	スクラッチ	素数	¥2,940	角質取り
New	棒の先で軽くこするだけで角質が取れる、新しい形の角質取り。ドクター発のプロ仕様に高い関心が集まりました。			
5位	おっきくなあれ。	ブルーコイン	¥230	ゼリー飲料
New	くず粉の入った気軽に飲めるゼリー飲料。女の子の願いを叶えてくれるかも！？と、ブログなどで話題に。			
6位	美肌一族 シートマスク 美肌紗羅	ラブラボ	¥450	シートパック
New	少女漫画テイストのパッケージがインパクト大。クレオパトラが愛用したパール成分で、輝くお肌へと導くマスク。			
7位	天使の美肌水(しっとり)	大明化学工業	¥714	化粧水
	潤い成分の尿素、保湿成分のグリセリン、そして精製水だけで作られた化粧水。肌への刺激が少なく、これでなければダメというリピーターも。			

8位	三皇 樹液不思議シート1回分	花工房三皇	¥241	足裏シート
New	足の裏に貼って寝るとサラサラのシートがベタベタに。疲れが取れた、という実感を得られるフットケアシート。			
9位	ナスパッドドライフルーツマンゴー	ウイングエース	¥315	ドライフルーツ
	ヘルシー志向のおやつとして、女性を中心に人気定着。			
10位	クリスタルガイザー	大塚ペパレジ	¥110	ミネラルウォーター
	水をたくさん飲むことがキレイの秘訣...すっかり習慣として定着しました。			

価格は、いずれもランキンランキンでの販売価格（税込み）です。

**注目！初めてベストテンにランクインした商品はこれだ！**



**4位「スクラッチ」**  
「角質がポロポロと取れる」  
「使いやすい」と大評判。  
男女問わず、幅広い年齢層  
に人気。



**5位「おっきくなあれ。」**  
効果への期待だけでなく、  
「リンゴ味が美味しくて飲み  
やすい」と10～20代女性  
の間で話題に。



**6位「美肌一族シートマスク 美肌紗羅」**  
滴るほどの美容液が含まれているので、  
「顔パックの後、体全体にもたっぷり  
使える」という声も。

「プロ仕様」「プロがオススメ」など、美容や身だしなみ商品で本格志向をうたう商品がランクイン！

総合ランキング4位の足の角質取り「スクラッチ」や11位にランクインのリップグロス「美禪トリートメントリップグロッキー」は、美容のプロであるメイクアップアーティストや人気雑誌の読者モデルが愛用していると紹介され、人気急上昇。商品力の高さに注目が集まっています。

個人のブログや有名人によるメディアでの紹介などをきっかけにクチコミで人気に火がついた商品が続出！

2006年後半よりケータイ小説からクチコミで評判が広がり売れ始めた6位の「美肌一族 シートマスク 美肌紗羅」をはじめ、個人のブログや有名人による紹介をきっかけに、お客さまが実際にその商品を使用されてリピーターとなり、さらにクチコミにより人気広がった商品が誕生しています。5位の「おっきくなあれ。」もブログなどで話題になり、注目が集まりました。なお、元祖クチコミ人気商品、1位の「ミミダス」もロングセラー商品として安定した人気商品となっています。

ランキンランキンが予想する今後の傾向は？

「プロ仕様」「本物志向」をうたう商品の人気さらに強まっていくことが予想されるほか、2007年初めごろから「姫」や「令嬢」をキャッチコピーに使う商品や雑誌が増えていることから、下半期はさらに「上品さ」や「高級さ」をうたう商品に注目が集まりそうです。

以上

(参考)

## 主な商品カテゴリー別ランキング

### 1. 「耳ケア」グッズランキング

順位	商品名	メーカー	価格	商品内容
1位	ミミダス	アクアクロス	¥1,344	耳かき
2位	匠の技 煤竹耳かき	グリーンベル	¥525	耳かき
3位	ののじ爽快ソフト耳かき	レーベン販売	¥2,100	耳かき
4位	ブラック綿棒	平和メディック	¥294	綿棒
5位	通の耳かき	中嶋産業	¥472	耳かき

総合1位に輝いた「ミミダス」はランキンランキンのロングセラーヒット商品ですが、「耳ケアもの」は新旧さまざまな商品が凌ぎを削っています。耳かきでは、高級竹を使用した2位の「匠の技 煤竹耳かき」や理髪師が実際に使っているとして人気の「ののじ爽快 ソフト耳かき」(3位)など、本格志向の商品のランクインが目立ちました。また、入浴時の耳用洗浄スポンジ「イヤール・ビューティ・ウォッシュ」(「耳ケア」グッズランキング6位)のような新しい発想の耳ケア用品も人気となっています。最近では巷で耳ケア・耳エステを行うお店が増えており、「耳ケアもの」は今後も注目です。

### 2. ダイエット

順位	商品名	メーカー	価格	商品内容
1位	脂肪分解酵素配合入浴	石澤研究所	¥210	入浴剤
2位	DHCダイエットパワー	DHC	¥1,800	サプリメント
3位	寝ながら美脚スパッツ	ニーズ	¥1,980	スパッツ
4位	プロ仕様ゲルマエステ	ほんやら堂	¥262	入浴剤
5位	ゲルマバス	石澤研究所	¥273	入浴剤

2006年総合ランキング1位の「ゲルマバス」に代わり、汚れを溶かす酵素入りの入浴剤「脂肪分解酵素配合入浴」が1位に。ダイエット効果はもちろん、体内に蓄積した汚れを溶かして出すという効能が30代の女性を中心に人気となりました。また、10代・20代には2位の「DHC ダイエットパワー」や3位「寝ながら美脚スパッツ」など、楽にできて速効性のあるものが人気でした。

### 3. スキンケア系コスメ

順位	商品名	メーカー	価格	商品内容
1位	美肌一族 シートマスク 美肌紗羅	ラブラボ	¥450	シートパック
2位	天使の美肌水(しっとり)	大明化学工業	¥714	化粧水
3位	海斗 洗顔前の毛穴つまり落とし	明色化粧品	¥997	クレンジング
4位	ジビイ ソフトピーリングジェリー	東京サービス	¥1,575	ピーリング
5位	肌をうるおす保湿クレンジング	松山油脂	¥1,260	クレンジング

2007年前半の傾向は「肌にやさしい」。2位の「天使の美肌水(しっとり)」や4位の「ジビイ ソフトピーリングジェリー」など、各ジャンルで肌本来の美しさや基礎力を取り戻す商品がランクインしました。

2006年後半からヒットし始めた「美肌一族 シートマスク 美肌紗羅」は、「ケータイ小説から生まれた商品」として注目を集めたクチコミヒット商品の代表格。テレビや雑誌、ブログなどでの紹介がさらにクチコミを呼び、堂々の1位となりました。

#### 4. メイク系コスメ

順位	商品名	メーカー	価格	商品内容
1位	デジャヴュ ファイバーウィッグ	イミュ	¥1,575	マスカラ
2位	美禪トリートメントリップグロッシー	セイヴィア	¥1,260	リップグロス
3位	オペラ マイラッシュ 漆黒	イミュ	¥1,260	マスカラ
4位	毛穴パテ職人	常盤薬品工業	¥1,050	ベース
5位	ヒロインメイク リキッドアイライナー	伊勢半	¥1,029	アイライナー

アイメイク用品が上位を独占した2006年に比べ、リップグロスやベースメイクの健闘が目立ちます。2位「美禪トリートメントリップグロッシー」はトリートメント効果のあるグロスで、メイクアップアーティストやモデルのオススメ商品として紹介されヒットしています。また、アイメイクではマスカラ一辺倒だった2006年に対し、アイライナーの人気が高まってきました。アイラインを描くのは苦手...と敬遠していた人でも使いやすい種類が増えてきたことも理由の一つ。スキンケア系コスメ同様、ナチュラルさを重視する傾向が今後も強まりそうです。

#### 5. お菓子

順位	商品名	メーカー	価格	商品内容
1位	コートドールバーチョコ トリュフ	明治製菓	¥126	チョコレート
2位	ナスパックドライフルーツ マンゴー	ウイングエース	¥315	ドライフルーツ
3位	チョコウンマツ	アジル	¥198	とうがらしスナック
4位	ACUO グリーンミント	ロツテ	¥120	ガム
5位	ブルボン プチきなこ	ブルボン	¥84	ウエハース

本格志向の「コートドールバーチョコ トリュフ」は根強い人気で2007年上半期も堂々の1位。そのほかでは、2位の「ナスパックドライフルーツマンゴー」はマンゴー人気によるもの。マンゴー人気はさら広がり、グミやキャンディ、ジュースなどさまざまなジャンルでランキングに登場してきています。また、5位の「ブルボン プチきなこ」などの和風フレーバーの商品が2007年上半期に新たにランクイン。下半期にもメーカー各社からさまざまなバリエーションが発売される予定です。また、フリーズドライ技術の進化にとともに、新しい食感のグミやフルーツチョコが続々と登場。2007年後半には人気に火がつきそうです。

男性客購入商品ランキング（男性のお客さまが購入された全カテゴリー商品を集計しました）

順位	商品名	メーカー	価格	商品内容
1位	ミミダス	アクアクロス	¥1,344	耳かき
2位	HOME	Mr.Children	¥3,059	音楽CD
3位	コートドール バートリュフ	明治製菓	¥126	チョコレート
4位	クリスタルガイザー 500mlPET	大塚ベバレジ	¥110	ミネラルウォーター
5位	三皇 樹液不思議シート1回分	花工房三皇	¥241	足裏シート

2位の「HOME」以外は、総合ランキングにランクインした商品が並びました。6位以下にも入浴剤やお菓子など、女性にも人気の高い商品が続々とランクイン。“女性は流行りモノが好き”などと言われますが、実は男性もこっそりチェックしているようです。ダイエットや身だしなみ系の商品にも関心が高く、微妙な男ゴコロがうかがえます。

飲料カテゴリーランキング（商品単位ではなく、飲料カテゴリーでランキングを作成しました）

順位	商品名
1位	ミネラルウォーター
2位	スパークリングウォーター
3位	お茶
4位	紅茶
5位	果汁入りジュース

2006年上半期は、スパークリングウォーターの大躍進が目立ちました。お茶を抜いて、ミネラルウォーターに迫る勢いです。中でも2006年後半から徐々に順位を上げていたスパークリングウォーターのフルーツフレーバーが人気沸騰。フレーバーのバリエーションも増え、今後も目が離せません。また、最近ではノンカロリードリンクがランキング入りをしてきており、2007年後半の人気を予感させます。

新商品ランキング（ランキンランキン各店舗の「プロモーションコーナー」で販売した新商品（ヒット商品ではなく注目商品として販売）におけるランキングです）

1位	DHC ダイエットパワー	株式会社DHC	¥1,800	ダイエットサプリメント
2位	リュイ <バニラエスプレッソ>	森永製菓株式会社	¥105	チョコレート
3位	バヤリース濃熟マンゴー100 125ml	アサヒ飲料	¥116	果汁100%ジュース
4位	ハウス うるおい美率	ハウス食品	¥229	美容ドリンク
5位	てくてくエンジェル ホワイト&プレシャスピンク	ハドソン	¥3,129	キャラクター育成散歩計
6位	満腹30倍ダイエットサプリキャンディ 焼いも味	スタジオグラフィコ	¥480	ダイエット補助キャンディ
7位	ジップロックミッキーマウスS 2個入り	AsahiKASEI	¥420	保存用容器
8位	バヤリース濃熟白桃100 125ml	アサヒ飲料	¥116	果汁100%ジュース
9位	天空烏龍茶500mlPET	大塚ババレジ	¥147	ウーロン茶
10位	キシリッシュ プラチナミント	明治製菓	¥120	ガム

ベスト10入りした商品のうち8商品が食品や飲料。お手軽に新しい味を試すお客さまが多いようです。また、1位の「DHCダイエットパワー」をはじめ、5位の「てくてくエンジェル ホワイト&プレシャスピンク」、6位の「満腹30倍ダイエットサプリキャンディ 焼いも味」など、「ダイエット・健康」関連商品へのお客さまの意識の高さがうかがえます。

## 別紙

### (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、情報受発信拠点として膨大な量の情報の中から取捨選択した「話題」の提供と商品販売を結びつけることで、「リアル」と「バーチャル」を融合させた新概念のショップです。2001年7月に1号店となる渋谷店を開業し、現在は全国に11店舗を展開しています。



渋谷店

新宿店

あざみ野店

- |                     |                                 |
|---------------------|---------------------------------|
| ・渋谷店(東京都)           | 東急百貨店東横店 西館2階コンコース              |
| ・新宿店(東京都)           | 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(東京都)         | 東急東横線・大井町線 自由が丘駅構内              |
| ・東急田園都市線あざみ野店(神奈川県) | 東急田園都市線あざみ野駅 改札前                |
| ・大手町店(東京都)          | 東京メトロ丸の内線大手町駅直結 大手町ビル地下2階       |
| ・上大岡店(神奈川県)         | 京急線 上大岡駅直結 京急百貨店1階 生活雑貨館        |
| ・福岡天神店(福岡県)         | 天神地下街 東2番街                      |
| ・北千住店(東京都)          | 東武伊勢崎線 北千住駅構内2階コンコース            |
| ・新宿ミロードモザイク通り店(東京都) | 小田急新宿ミロード モザイク通り                |
| ・自由が丘南口店(東京都)       | 東急東横線・大井町線 自由が丘駅南口構内            |
| ・浜松アップ・オン店(静岡県)     | JR浜松駅 遠州鉄道 新浜松駅前 アップ・オン内        |

具体的には、以下の2つのコンセプトを持った新しいタイプの業態です。

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> <p>各種売れ筋上位商品のみをランキング順に陳列・販売。</p> <p>ランキングは、東急ハンズ・東急ストア・東日本キヨスク・オリコン他、流通・調査会社各社の情報をもとに集計。</p> <p>食品・飲料・雑貨・CD・書籍など、各ジャンルごとに「これがヒットしている」という、商品の今が発見できます。</p>	<p>注目商品を発信する。</p> <p>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。</p> <p>明日のヒット商品が、ここから生まれます。</p>

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(ランクイーン) = 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。

以上