

～コロナ禍の 2021 年の暮らしをプレイバック～ 「心に響いた、買ってよかったこのアイテム」を オレンジページが発表

株式会社オレンジページ(東京都港区)は、月 2 回発行する生活情報誌『オレンジページ』12 月 17 日(金)発売の最新号にて、「心に響いた、買ってよかったこのアイテム」を発表しました。コロナ禍が続く中、快適で楽しい暮らしにすべく、いろいろなアイテムが注目された 2021 年。多くの人の心に響いた商品を、オレンジページメンバーズ(※)へのアンケートをもとに、マーケティングアナリスト・原田曜平さんとラジオ DJ・秀島史香さんの解説つきで紹介しています。



「心に響いた、買ってよかったこのアイテム」



『オレンジページ 2022 年 1 月 2 日号』

心身の健康に気をくばりながら、暮らしを楽しもうとした一年

コロナ禍も 2 年目に突入し、家の中で過ごす時間がさらに続いた 2021 年。「ステイホームの生活に慣れてきて、楽しもうという気持ちが増しました」と秀島さんは話します。また、Z 世代を中心にマーケティング分析を手掛ける原田さんは、「人とのつながりを確認したい、メンタルを整えたいという傾向が強まった」と解説。不安を抱えながら過ごす中で、多くの人が日々の暮らしに取り入れたアイテムの数々を、キーワードでまとめた本企画。いくつかピックアップしてお届けします。

『オレンジページ 2022 年 1 月 2 日号』 2021 年 12 月 17 日(金)発売 530 円(税込)

<https://www.orangepage.net/books/1537>

特集:「すご〜い!」と言われる年末年始のめでたいごちそう

キーワード 1「外食できないから」

お店の味や海外の味を家庭で。おいしさにこだわる本格志向の空気も



会食の自粛や飲食店の時短営業が長く続き、家で食事をする時間が昨年以上に重要視された一年。「SNS では、華やかな宅飲みをしたり、人気店の盛りつけをまねしたりする投稿が目立ちました」と原田さん。自宅で外飲み気分&カフェ気分を楽しんだり、国際色豊かな料理や本格的なメニューにチャレンジする傾向も見られました。

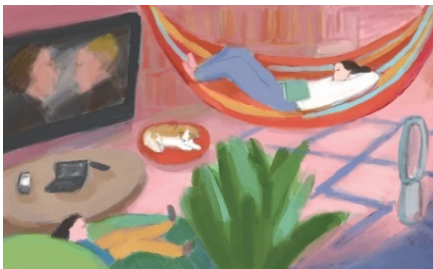
【紹介商品の一例】「麒麟 ホームタップ」(麒麟ビール)

工場で作られた生ビールのおいしさが自宅で楽しめる会員制生ビールサービス。月2回届けられ、専用ビールサーバーで濃密な泡を堪能できます。より本格的な味わいを求めるビール通に好評でした。
月額 8250 円～(4Lコース・税込)



キーワード 2「おうち時間を充実させたいから」

家の中を快適にする「家充」が浸透。心身のセルフケアを大切にする傾向も



「家具を見直したり、テレワーク環境を整えたりと、家の中を快適にしたいという思いがより強まりました」と語る秀島さんのように、「家充」のニーズが昨年よりもさらに高まりました。それにより家族でいっしょに楽しめるアイテムや、家事の負担を減らす家電なども人気。環境の変化でストレスを感じる人が多く心のケアが課題に。また、おうち美容ケア商品も話題でした。

【紹介商品の一例】「ハンモック」(DAISO)

耐久性のある支柱に結びつけて使うコンパクトなハンモック。550 円(税込)というリーズナブルな価格も◎。「子ども部屋に設置しました。疲れたときにごろんと横になったり、そこで漫画を読んだり……。子どもも大人もくつろげるスペースになっています」(秀島さん)



ほかにも本企画では、「外食できないから」(9 商品)、「おうち時間を充実させたいから」(9 商品)のほかに、「コロナに負けたくないから」(5 商品)、「運動不足をなんとかしたいから」(5 商品)の全 28 商品を、アンケートに寄せられたオレンジページメンバーズの声とともに掲載しています。

※「オレンジページくらし予報」が組織する読者モニター。さまざまなくらし情報・くらし体験によってはぐくまれた“くらしの目利き”たちが数多く所属。在籍メンバー数は 73,000 名(2021 年 12 月現在)。

<このリリースに関するお問い合わせ先>

〒105-0004 東京都港区新橋 4-11-1 株式会社オレンジページ 広報・遠藤 press@orangepage.co.jp 【2/2】