ライフスタイル

新サービス 記者がチェック

CCC、初のトレカ専門店

開けた作り、初心者入りやすく

カルチュア・コンビニエンス・クラブ（CCC）が、同社初のトレーディングカード専門店を開業した。人気ゲーム「ポケットモンスター」や人気漫画「遊戯王」のカードを販売するほか、毎月50回以上大会やイベントを開く。記者（28）が新店舗でトレカ対戦に初挑戦した。

店の４割を対戦スペースが占める

訪れたのは1日に開業した「TSUTAYAトレーディングカード錦糸町」（東京・墨田）。新品・中古あわせて約8万5000枚のカードがあり、ケースに並べられたり、引き出しに収納されていたりする。4カ所ある検索機で、欲しい商品を探して購入できる。

延べ床面積は約135平方㍍で、このうち4割が54席ある対戦スペース。大会への参加は原則無料で、店舗側だけでなく、客が主催することも可能だ。来店客は他の客や店員といつでも自由に対戦できる。

記者はポケモンカードを購入して持参。まずは店の担当者から一通りルールを説明してもらい、男性客との初の対戦に挑んだ。カードには能力や効果などが書かれている。プレーヤーはカードを組み合わせた「デッキ」を作り、カードを出し合って勝負を決める。

想像以上にルールが複雑で、次に何のカードを出すべきか、何の技を使うべきか難しい。結果はぼろ負け。基本的な対戦時間は1試合25分とされるが、わずか15分程度で終了した。相手はトレカ歴3年といい、「数をこなせばすぐ慣れますよ」と励ましてもらった。

トレカ専門店というと、コアなファンが多く初心者は足を踏み入れにくいイメージがあるが、同店舗は開けた空間にあり、店外から中を見渡せる。一般的なトレカ専門店で多い若い男性客だけではなく、商業施設内という立地もあって、幅広い世代が集う。初心者の記者も入店しやすく、買い物ついでに立ち寄れそうだと感じた。

特に最近は親子での来店が増えているという。トレカ文化が日本で生まれたのは1990～2000年代。当時子どもだった世代が大人になり、我が子と大会に参加する人も多い。

ここがポイント

本来の楽しみ方で普及に力

CCCはTSUTAYAの店舗で、トレカの取り扱いや対戦スペースの設置を増やしている。対戦スペースのある店舗は11月時点で165店で、2026年3月期に300店に増やす計画だ。専門店を設けることで「TSUTAYAのトレカ」という認知拡大につなげる狙いだ。今後も「積極的に専門店の出店を進めたい」（同社）という。

TSUTAYAはDVDなどのレンタル事業が主力だったが、市場縮小に伴い、店舗を体験の提供の場などにシフト。その1つがトレカの対戦だ。トレカは自宅でコレクションを楽しむ人が増え、投資商品としての需要が高まった。ただ、それでは一時のブームになりやすい。CCCは対戦スペースの拡大などでゲームとしての本来の楽しみ方を広め、トレカ人口を増やしたい考えだ。（張谷京子）

レジャー熱再び 東京に新名所

ヒット商品番付

ライフスタイル編

	商品名と寸評
横綱	5類移行レジャー 新型コロナの分類が「５類」になりレジャー需要が回復。東京ディズニーリゾートは４～９月の入園者数が前年同期比40%増で、訪日客の割合は13%に
大関	猛暑関連消費 猛暑日が続き、快適に過ごせるグッズの需要が高まった。ケーズデンキでは７～９月のエアコン販売が14%増
関脇	都心の大型再開発 「東京ミッドタウン八重洲」や「東急歌舞伎町タワー」など都心の大型施設が相次ぎ開業。高級ホテルの入居も話題に
小結	睡眠芳香剤 エステーや小林製薬が睡眠時に利用する芳香剤を発売。小林製薬では発売２カ月で販売目標の８割達成
前頭	PRODUCE 101 JAPAN THE GIRLS サバイバルオーディション番組の第３弾。12月にデビューメンバーが決定し総投票数は約9000万票に
同	「ワーナー　ブラザース　スタジオツアー東京―メイキング・オブ・ハリー・ポッター」 映画「ハリー・ポッター」の世界観を再現した施設が６月に開業。完全予約制で週末は予約が取りづらくなるほど
同	興収100億円超えアニメ映画 「ザ・スーパーマリオブラザーズ・ムービー」など国内興行収入100億円を超えるアニメ映画のヒット作が登場
同	ＡＩイヤーブック 米国のレトロな卒業写真のように写真を加工できるアプリの機能。国内外の著名人が実践しＳＮＳで話題に

訪日客好調／猛暑でヒットも

回顧 2023

担当記者座談会

外国人客らでにぎわう東京・浅草寺の雷門前（８月）

新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類に移行した2023年。これまで控えていた旅行やレジャーを久しぶりに楽しむ人の姿が目立った。夏は厳しい暑さが続き、猛暑を快適に過ごすアイテムがヒットした。外出に伴う消費が活発だった今年、ライフスタイルの変化について担当記者が振り返った。

デスク コロナの5類移行により、これまで我慢していた観光やレジャーが盛り上がった。

A 日本政府観光局（JNTO）によると、11月の訪日客数は19年同月と同水準だった。サンリオ傘下が運営する「サンリオピューロランド」（東京都多摩市）は4～9月の入園者のうち訪日客が12～13%と近年の2倍近い水準だ。

デスク レジャー施設は国内外からの観光客でにぎわっていた。

A 東京ディズニーリゾート（千葉県浦安市）は4月に開業40周年を迎え、イベントやグッズ購買を中心に盛り上がっている。4～9月の入園者数は前年同期比40%増の1250万人となり、訪日客の割合は13%と過去最高だった20年3月期通期を上回った。

B 外出機会が増えたことから、家電量販店ではカメラの販売が大きく伸びた。ビックカメラの23年8月期のカメラの売上高は前の期比12%増だった。なかでもユーチューブなどで日常の様子を公開する動画ブログ「VLOG（ブイログ）」向けの商品が人気。ヤマダデンキでも4～9月のデジタルカメラの売上高が前年同期に比べて約33%増えた。

デスク 今年の夏は最高気温35度以上の猛暑日が続いた。携帯型の扇風機などで暑さをしのぐ人も多く見かけた。

C ユノス（大阪市）では首に巻いて冷やすネッククーラーの販売数量が前年の2倍の23万個超になった。小林製薬の「熱さまシート」も1～11月で前年比15%増の売れ行きとなり、猛暑対策グッズがよく売れた。

B 家電量販店はエアコンの売れ行きが好調だった。ケーズデンキでは7～9月のエアコンの売上高が前年同期から約14%増えた。ヤマダデンキでは企画・開発を手掛けるSPA（製造小売り）型エアコンの8月の販売が、台数ベースで前年同月の5倍となった。

A 猛暑はレジャー業界には痛手となった面もある。東京ディズニーランドでは今夏、暑さの影響でパレードが中止になった日があった。今後は猛暑対策がより必要になってきそうだ。

D 今年は都心で大型の再開発が相次いだ。三井不動産は3月に「東京ミッドタウン八重洲」（東京・中央）をグランドオープンした。40～45階に入居する高級ホテル「ブルガリホテル東京」は最も高額な客室が1泊400万円からと話題を呼んだ。

4月に開業した東急歌舞伎町タワー（東京都新宿区）

デスク 高級ホテルは今後もインバウンド（訪日外国人）を中心に需要が高まりそう。

D 4月には東急が複合ビル「東急歌舞伎町タワー」（東京・新宿）を開業した。性別を問わず使える「ジェンダーレストイレ」の設置でも話題となったが、一部の利用者から「使いにくい」という声が上がり、8月に廃止を発表した。11月には森ビルが「麻布台ヒルズ」（東京・港）をオープンした。

A 東京の新名所として注目されているのが、映画「ハリー・ポッター」の世界観を再現した施設「ワーナー　ブラザース　スタジオツアー東京―メイキング・オブ・ハリー・ポッター」（東京・練馬）だ。としまえん跡地に23年6月に開業し、映画製作の舞台裏を楽しめる。完全予約制で週末などは予約が取りづらくなるほどの人気だった。

デスク 物価高で消費者の節約志向が強まっているが、価格の安さだけでなく機能性の高い商品やサービスに一段と注目が高まっている。

C 日用品業界では機能性を高めた上で価格を引き上げる動きが広がった。その中でも話題を集めたのが睡眠時に利用する芳香剤。エステーが9月に発売した「消臭力Premium Aroma For Sleep」シリーズはラベンダーなど心地よく眠れる香りが特徴で、計画比1・4倍の売れ行きだ。

デスク 映画やテレビ番組はどんなものがヒットしたのかな。

E サバイバルオーディション番組の「PRODUCE 101 JAPAN THE GIRLS」が話題を呼んだ。アイドルグループ「JO1」などを誕生させた番組の第3弾。12月の最終回では11人のデビューメンバーが決定し、グループ名は「ME:I（ミーアイ）」に決定した。放送開始からの総投票数は約9000万票と盛り上がりをみせた。

北川舞、坂本佳乃子、出口広元、逸見純也、石坪真衣、桜井貴文が担当しました。

新製品

手首のバンドで心拍数など計測

エニーシステム（埼玉県川口市）のバンド型リモート見守り支援システム「パルスハートバンド」

介護施設や在宅高齢者向け。バンドを手首につけ、心拍数・体温・歩数・酸素飽和度などを計測してサーバーに保存。スマートフォンやパソコンを使い、24時間リアルタイムで一括管理できる。《定額課金プラン（サブスクリプション）で月額 550円から》

注目の一品

ZENB JAPANの「ZENB BREAD」

黄エンドウ豆の粉使ったパン

栄養豊富なスーパーフードとして知られる「黄エンドウ豆」の粉で作ったパン「ZENB BREAD（ゼンブ　ブレッド）」。野菜や穀類を使用した食のブランド「ZENB」から。従来品に「ヌードル」「カレー」などがある。

黄エンドウ豆は北欧などでスープやサラダとして食べられてきた伝統的な食材。食物繊維が豊富で、鉄、亜鉛、カリウムなどのミネラルも多く含む。最近は日本でもスーパーフードとして注目を集めている。この黄エンドウ豆を粉末にし、小麦や米粉、卵、乳製品、白砂糖も使わずパンに仕上げたのが、今回の新商品。

味は３種類。香ばしくて甘酸っぱい「くるみ&レーズン」、カカオパウダーの香りをきかせた「カカオ」、プチプチとした食感の３つの雑穀を配合した「３種の雑穀」がある。いずれも白砂糖の代わりにてんさい糖を使うことで素材の持ち味を引き立てるやさしい甘みを楽しめるという。賞味期限は３カ月。個包装で各 274円。６食セット（３種類×２個、1644円）も用意した。

「通常は廃棄されることが多い薄皮まで使うことで豆の栄養を余すことなく生かした」と語る広報担当の林亮人さん。開発当初はパサパサとした食感や豆特有の臭みが課題で、満足のいく製品に仕上がるまで約４年を要したという。今後、味の種類を増やす計画だ。

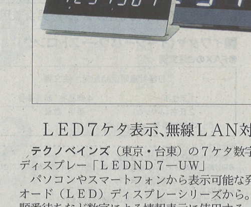
発売元はＺＥＮＢ　ＪＡＰＡＮ（愛知県半田市）。

業務用

鏡にディスプレー機能、髪形など提案

タカラベルモント（大阪市）の理美容室向け人工知能（ＡＩ）搭載スマートデバイスミラー「エシラ」

鏡にディスプレー機能を持たせた。手元で操作できるタッチパネルやカメラを使い、髪形やカラーなどを表示・提案できる。ミラー本体は横幅 690㍉×高さ1015㍉×奥行き 135㍉。《月額リースは３万7800円から（販売中だが一部地域は2024年４月発売）》



ＬＥＤ７ケタ表示、無線ＬＡＮ対応

テクノベインズ（東京・台東）の７ケタ数字表示のディスプレー「ＬＥＤＮＤ７―ＵＷ」

パソコンやスマートフォンから表示可能な発光ダイオード（ＬＥＤ）ディスプレーシリーズから。金額や順番待ちなど数字による情報表示に使用する。視認性がよく、無線ＬＡＮ（構内情報通信網）操作にも対応。《２万1780円。４ケタ表示タイプも用意》

ベトナム産「紅あずま」のペースト

井上天極堂（奈良県御所市）のサツマイモのペースト「スイートエンジェル　紅あずま蒸芋ペースト」

「冷凍野菜ペースト」シリーズから。濃厚な甘みを持つベトナム産の「紅あずま」を使用し、国内産に近い甘みを実現した。手間のかかる皮むきや裏ごしが不要になり、解凍するだけで料理や和洋菓子の材料に使える。《１㌔㌘入り、1361円》

トイレ洗剤、汚れも臭いも１本で

無臭元工業（東京・足立）の洗浄性能と防汚性能を備えたトイレ清掃薬剤「無臭元トイレフレッシュ」

丸住製紙（愛媛県四国中央市）が開発した新素材を使用し共同開発。洗浄、防汚、消臭、防臭、除菌、尿石防止成分を配合した。薬剤を使い分けることなく、１剤でトイレ全体を清掃でき、清潔なトイレ環境を維持できる。１㍑ポリ容器入り。《3278円》

掲載希望の場合は、商品概要資料やカラー画像などのデータを添付しｍｊ－ｐｒ@ｎｅｘ.ｎｉｋｋｅｉ.ｃｏ.ｊｐまで電子メールをお送りください。検討のうえ紙面で紹介します。