

福田委員提出資料
(意見についての補足資料)

情報リソースの変化

多メディア化により、可処分時間のある人が情報持ち

1960

2000

父親

街頭TV

OL

大学生

高校生

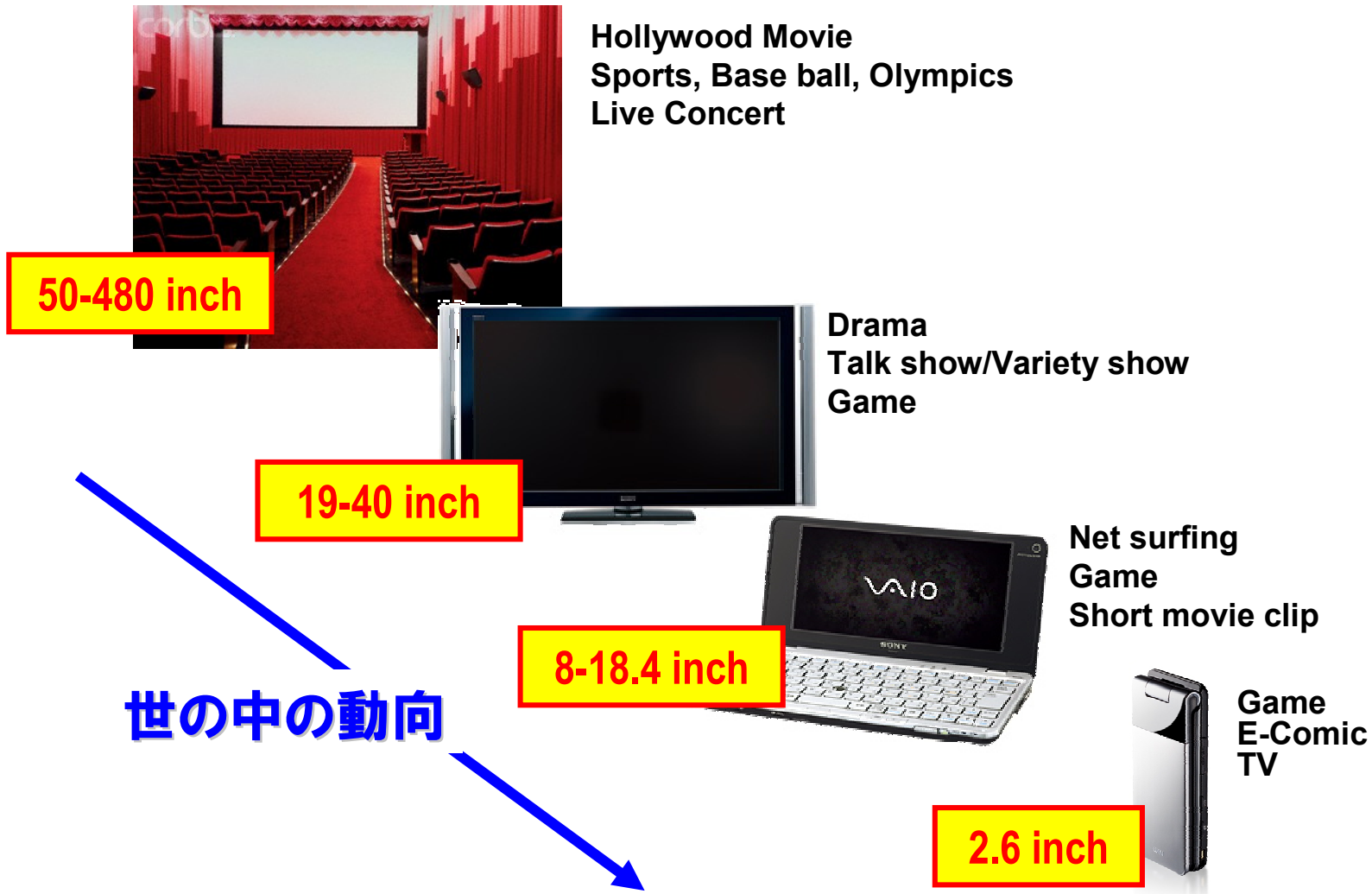
ティーン



@
新橋

マインドの変化

パブリックからパーソナルへ



新しさに気づくのは若者

リビングからアウトサイドへ



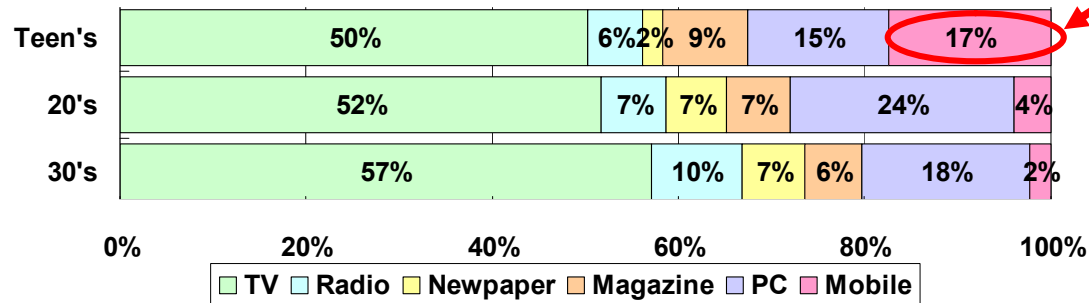
40~60代
一家団欒でTVを観る



10~20代
友達とコンビニで
ケータイチェック

MEDIA CONTACT

Media Contact by minits: Teen's to 30's Female (Tokyo)



Mobile Phone

メディア接触 所感

簡単、手軽、無料！ 若者が主役

- コスメ : 口コミを一番に信じる、手ごろだから100円均コスメも使う
- フリーペーパー : 新しい情報は“R25”などのフリペで十分
- 雑誌購読 : 情報はWebからで間に合っちゃうから雑誌は買わなくても・・・
- 小説 : “BOOK OFF”や図書館、ケータイ小説で無料で済ましちゃう
- TV番組 : コミック、ケータイ小説原作のTVドラマは大好き！ジャニーズも好き！
- コンピューター : 最新機種のケータイがあればPCは要らない
- ケータイ : 絶対ボディパーツ！24時間肌身離さず
- 電子書籍 : マンガは単行本じゃなくってケータイでチェック
- ミュージック : 音楽はケータイかi-podで聴くのが当たり前（ダウンロードはネットで）
- キャラクター : キャラクター大好き！ケータイストラップ(現代の根付)やTシャツは集めている
- 映画館 : 高いし、行かない
- 新聞 : 読まない、ニュースはネット(主にケータイ)で十分



ケータイカルチャーとは？

ティーン・大学生・20代女性を中心とした層

1999年の高校3年生(17歳)が、2009年に27才になっている。

■ 性格

- 簡単・便利
 - 消費スピードが速い
- CD購入より、着うた購入
 - 買うまでのマーケティングから買った後のマーケティング (ブログの功罪)

■ 背景

- サービスの24時間化
 - コンビニ大好き！
 - ケータイ不況
- スグ欲しいスグ飽きる
 - 玩菓(1千億円市場)ブーム
 - 若年テレビ離れ加速
携帯ネット接続のみ(1千万人)



ケータイ世代とは・・・

“Generation X” loves cell phone, 24 Hours part of body

■ 携帯電話の1日の平均使用時間:2時間半

- メール :111分
- サイトサーフィン : 40分
- 電話通話回数 : 5件

■ 携帯電話の1日の平均メール回数:80回

- 朝7時の起床時にまずチェック
- 校則で携帯禁止、メールは寝る前に集中
- 保存している写真数 :78枚
- 保護しているメール数 :39件

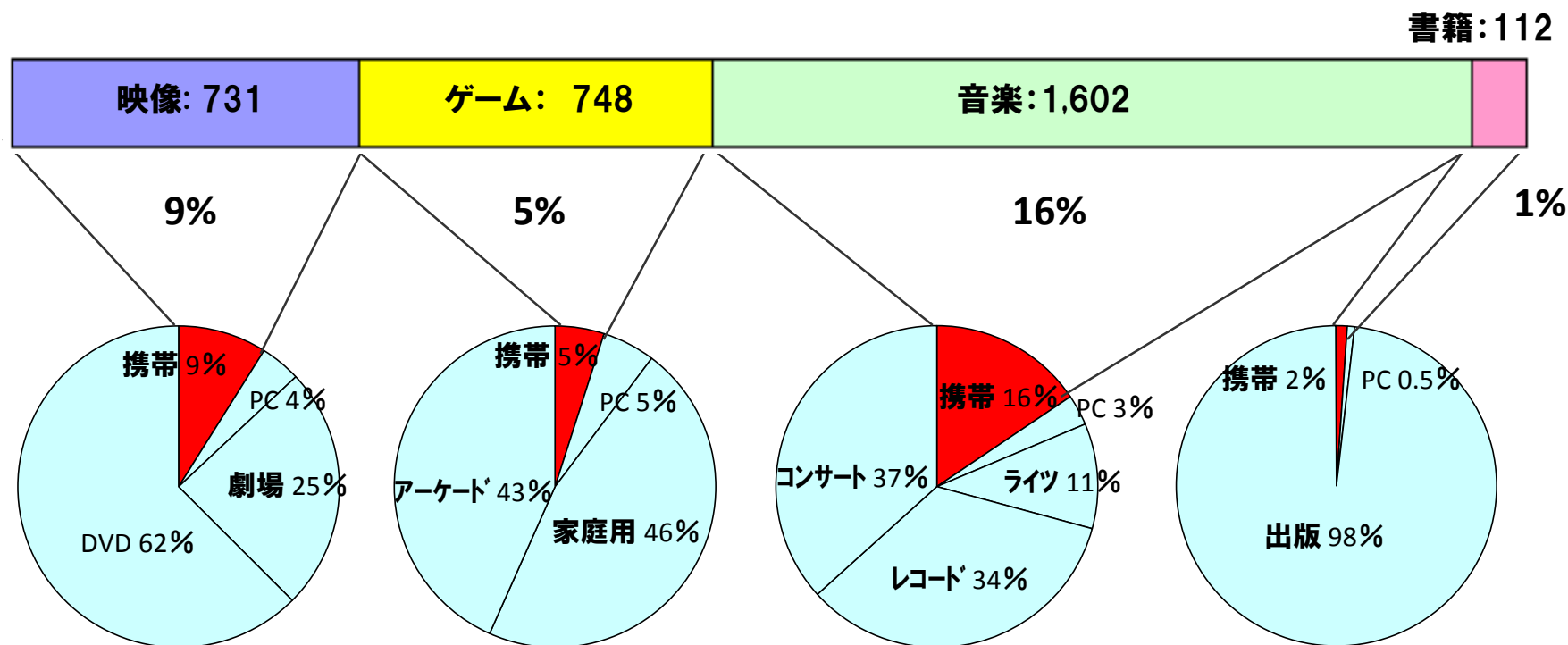


雑誌「花中」による全国女子中学生3000人アンケート調査より

エンタテインメントの中のケータイ

エンタテインメントのケータイ使用度

モバイルコンテンツ市場（2006年） 3,193億円



総務省 モバイルコンテンツ産業構造実態に関する調査結果
情報メディア白書

モバイルコンテンツ市場は4,233億円 2007年、電子書籍市場が急速に拡大

2007年 モバイルコンテンツ市場の売上高

■ 着信メロディ系	559億円	前年比 34%減 (−284億円)
■ 着うた系	1,074億円	前年比 42%増 (+315億円)
■ モバイルゲーム	848億円	前年比 13%増 (+100億円)
■ 電子書籍	221億円	前年比 220%増 (+152億円)
■ 待ち受け系	227億円	前年比 8%減 (−21億円)
■ 占い	182億円	前年比 15%増 (+24億円)
■ その他	1,122億円	前年比 34%増 (+286億円)