

NEWS RELEASE

平成 19 年 11 月 28 日

電通 『話題・注目商品 2007』

消費者が選んだ 2007 年話題・注目商品 1 位は

「ペンタッチ携帯ゲーム」、次点は「新感覚リモコン TV ゲーム」

～2008 年への消費潮流は 『ネタ共振消費～ネタでつながり、ネタではじける』～

電通消費者研究センターは、毎年恒例の「消費者が選んだ 2007 年話題・注目商品」を発表しました。

－消費者が選んだ 2007 年の話題・注目商品ベスト10－

1 位	ペンタッチ携帯ゲーム(5 位)	6 位	ワンセグ対応端末(10 位)
2 位	新感覚リモコン TV ゲーム(44 位)	7 位	邦画(24 位)
3 位	『ビリーズブートキャンプ』(－)	8 位	カップ入りスープ(－)
4 位	デジタルカメラ(－)	9 位	電子マネー(21 位)
5 位	大画面薄型テレビ(2 位)	10 位	エコグッズ(64 位)

11 位－20 位	11 位	『千の風になって』(－)	16 位	デジタル一眼レフカメラ(－)
	12 位	家族割引サービス(－)	17 位	宮崎県産品(－)
	13 位	動画共有サイト(50 位)	18 位	おでん缶・ラーメン缶(－)
	14 位	SNS(ソーシャル・ネットワークキング・サービス)(17 位)	19 位	メジャーリーグ(－)
	15 位	黒い烏龍茶(－)	20 位	薄型デザイン携帯電話(40 位)

※上記は、約 150 アイテムの話題・注目商品候補を対象としたインターネット調査で、「知っている」、「興味がある・あった」、「流行っている・いた」の 3 項目を合計して、上位となった項目。() 内は昨年順位。

電通「話題・注目商品」調査概要

調査対象者: 全国 15 歳以上男女個人、1000 人(回収数)

調査手法: 登録モニター・ランダムサンプリングによるインターネット調査

調査時期: 2007 年 11 月 2 日(金)～4 日(日)

2008 年への消費キーワード

『ネタ共振消費～ネタでつながり、ネタではじける』

電通消費者研究センターでは、昨年(2006 年)の消費キーワードを『消費 2.0～誰もが参加、誰もが主役。』と命名しました。

消費者が商品を購入するだけでなくプロセスから関わったり、消費者同士で情報を発信・共有して、価値を創造・増幅する「参加型消費」の時代に入ったことに注目したからです。

2007 年の消費者はさらに参加性を高めて、消費者同士の「つながり」が広がり深まる中で、時として「はじける」ような盛り上がりを見せる現象が目につきましたが、その背景には、話の「ネタ」になる商品・サービスに消費者が共振するメカニズムが働いたように思われます。事実、上記ベスト 20 を見ても、ネタとして大いに盛り上がった商品が目立ちます。

そこで、政権交代や年金問題など社会の紆余曲折に直面しつつも、このように「ネタを絆にして、つながり、はじける」ことで消費生活を楽しんできた 2007 年から 2008 年の消費キーワードを、『ネタ共振消費～ネタでつながり、ネタではじける』と命名します。

「ネタ共振消費」と5大誘因

今日の消費者は、SNSをはじめとした複数のコミュニティにおいて他人と「つながる」ことで喜びを感じるケースが増えており、景気回復により自信を取り戻したこともあって、何かキッカケさえあれば、「はじける」ように盛り上がりたい気分を内包していると考えられます。

そこで、多くの消費者がつながり、はじけるには、年齢・職業・収入などの違いを越え、広く認知されていて、多くの人共感できる話の「ネタ」が重宝がられ、決して「KY（空気の読めない奴）」にならないことが求められます。

したがって、そのネタの中でも、「どんだけえ〜」が流行語となったように、インパクトの強い「ネタ」を中心に「共振」が起き、次々とヒットを生み出す様相を呈していると捉えています。

以下は、上記趣旨に鑑み、「ネタ共振消費」を起こし易い5つの誘因ポイントと主な事例です。

①トリッキーファクト

見た目で凄さがわかり、後で手品の種明かしの如く、予想外の事実や仕掛けがわかって納得が深まるもの。
～何か買うなら「気持ちよく騙されたい」という心理

- ペンタッチ携帯ゲーム ●ワンセグ対応端末 ●大画面薄型テレビ ●電子マネー ●黒い烏龍茶
- ゼロカロリーコーラ ●インド式計算法 ●ながら健康器具 ●工程見学付き上質ドーナツ ●泡の洗浄剤
- 男性用ガム、フレグランススプレー ●自動洗浄トイレ ●消えるボールペン ●しみ取り化粧品
- 子供用左右非対称シューズ ●目尻強調化粧品

②ずれカワ

キメすぎず、ツッコミ所の余地を残したり、余剰を楽しむことで、会話が生まれ、盛り上げられるもの。
～微妙にはずしてあるものを「kawaiiと思う」心理

- 『ビリーズブートキャンプ』 ●おでん缶・ラーメン缶 ●自己診断サイト ●ガッツリ系フード ●樹脂製サンダル
- ストレス発散梱包材ゲーム ●塩スイーツ ●『ねこ鍋』 ●キャラクターストーリー貯金箱 ●トマトのお酒
- ユニーク折り紙本 ●バナナケース ●エアギター玩具

③物語転生

かつて爆発的に流行し、誰もが知っていて感動を覚えた内容をベースに、新しさを加えたもの。
～みんなと「わかる、わかるを共有したい」心理

- カップ入りスープ ●復刻版食品 ●プレミアム乳酸菌飲料 ●チルドカップコーヒー
- ガンダム、エヴァンゲリオン、ファイナルファンタジーのスピノフコンテンツ ●『都市伝説』 ●漫画表紙純文学
- カジュアル漢方薬 ●少女漫画キャラ化粧品

④人肌バーチャル

バーチャル世界でも、人体に即していたり、サイトに人が訪れた気配を確認できるなど、人の温もりを感じるもの。
～私は「独りじゃないことを実感したい」心理

- 新感覚リモコンTVゲーム ●デジタルカメラ ●動画共有サイト ●SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)
- 3Diメタバース(三次元仮想空間) ●MMORPG(多人数同時参加型オンラインロールプレイングゲーム)
- ヒトナビサービス ●ミニブログ ●アンドロイド歌唱ソフト

⑤懺悔リスタート

自分と真摯に向き合って気持ちをリセットしたり、反省する人を応援するもの。
～「前向きにやり直したい」「反省する人を応援したい」心理

- エコグッズ ●『千の風になって』 ●宮崎県産品 ●『おしりかじり虫』 ●ケータイ小説 ●『Flavor Of Life』
- 東京マラソン ●『不都合な真実』 ●『女性の品格』 ●『鈍感力』 ●『オタリーマン』 ●スポーティ自転車
- レンタル農地 ●CSR商品 ●『日本人のしきたり』

※なお、「ネタ共振消費」の象徴的存在である『ビリーズブートキャンプ』(3位)のように、大ヒットアイテムは5大誘因を、以下の通り、複数含んでいる場合も多いことを付言しておきます。

①トリッキーファクト：体育会系の厳しさだけでなく、理論的な根拠あり。②ずれカワ：隊長とはいえ人懐っこい。③物語転生：軍隊での特訓プログラムがダイエット法に。④人肌バーチャル：画面の向こう側の仲間と一体に。⑤懺悔リスタート：怠けて太った己を悔い改め、明日への自分磨き。

2008年 大予測 ①

注目！「ネタ共振消費」を牽引する11の消費者像

消費者研究センターでは「トレンドの前兆」を定点観測しデータベース化していますが、その中から、「ネタ共振消費」の牽引役として、2008年に特に注目したい11の新消費者像をご紹介します。

- ①**日“情”生活者**：「カネで買う非日常」ではなく、知恵を絞り、手足を動かして「自分で創る“異”日常」を求める消費者。日常生活の中のささやかな出来事をより情感的に楽しむことにより、豊かな気持ちで暮らしたいと考えている。
 - ・口癖：「日々是好日」
- ②**ベタネタリアン**：ベタなネタで繋がって弾ける消費者。帰属集団での個性や役割を確保するために、誰もが共感できる話のネタを押さえている。
 - ・口癖：「僕、ネタになってるでしょ？」
- ③**バーチャリアリスト**：プロフで自己紹介、ブログで生活実況中継、自分の分身アバターで自己表現する消費者。3次元インターネット仮想社会にも真っ先に参入し、バーチャルとリアルを行き来する生活を始める。
 - ・口癖：「あいつKY」
- ④**エシカル・ラバー**：環境保護や発展途上国のサポートなど「正しい」ことをする消費者。
 - ・口癖：「これって問題あるわよね～」
- ⑤**オタクール**：ダサかつこいいオタク。あえて「はずし」「ずらし」を取り入れる。専門分野に極めて詳しいクールな存在として尊敬される。
 - ・口癖：「僕、アニメとか意外に好きだったりするよ」（…実は大好き）
- ⑥**スピ・クイーン**：思想のあるモノが好きな消費者。健康的で自然な生活を志向する。心・体・スピリチュアル（霊性）の三位一体型マーケティングに関心を持つ。
 - ・口癖：「カタチにならないものにお金をかけるのが粋なのよ」
- ⑦**男前おんな**：“鍛え抜かれた体と精神”を求めるタフな女性。女性ならではのしなやかさと、男前の強さを併せ持ち、恋に仕事に果敢に勝負を挑む。
 - ・口癖：「強くなければ優しくはなれないわ」
- ⑧**遊学者**：「人間の好奇心に限界はない」というスタンスで、楽しみながら本格的に学ぶ消費者。
 - ・口癖：「これで食べていく気はないんですけどね」
- ⑨**ホールナイズド・ピープル**：エコの発想から、商品の「すべて（whole）」を「使いきる」、「土に還す」ことをよしとする消費者。
 - ・口癖：「もったいない」
- ⑩**スパルタ・ペアレンツ**：子供をあえて適度な危険にさらすことで、今の子供に欠けている野性、五感、冒険心といった要素を取り戻し、「生きる力」をつけさせることを重視する親たち。
 - ・口癖：「おもちゃがないほうが、子供はクリエイティブになる」
- ⑪**タテヨコ拡大家族**：3世代仲良しのタテ型でなく、近所の複数の家族が横にゆるく繋がる、開かれた「ヨコ拡大家族」にも注目。
 - ・口癖：「子供はみんな育てよう！」

2008年 大予測 ②
2008年のヒット商品・ブームを読む

■雑誌編集長が選んだ2008年新たに流行しそうなもの

【商品・サービス】

- キッズ、ベビー向けプレミアム商品・サービス ●個人認証電子カードサービス(taspo)
- プライスフリー(無料+αや、使用分に応じたオンデマンド的料金設定サービス)
- 有名ブランドのマッシュアップ商品 ●ニッチエリアグルメ ●B級グルメ ●携帯で見るショートコンテンツ
- IT次世代規格(液晶画面、録画方式、タッチパネル操作、スマートフォン)
- スポーツカー(『マツハ Go Go Go』実写版) ●ドライブ旅行パッケージ(高速道路+宿泊)

【ライフスタイル】

- フェミ凜~外面は女らしく内面は強く~(源氏物語千年紀、『篤姫』・『母べえ』、母の日起源百周年)
- カーボンニュートラル・ムーブメント(COP3 実行年によるエコ意識・施策・商品強化)
- 美容医療

【イベント】

- 北京五輪 ●サードワールド交流(ブラジル日本人移民百周年・交流年、ブルジュドバイ、アフリカ交流年)
- 平成20年目メモリアル(平成の回顧)

※ご協力いただいた雑誌

『R25』『L25』『食楽』『smart』『ソトコト』『宝島』『NIKITA』
『日経エンタテインメント!』『MORE』『LEE』『LEON』他(五十音順)

■消費者が選んだ2008年も流行し続けそうなもの

総じて、デジタル系とエコ系が上位にランクインする中で、「軽自動車」「シニア用・キッズ用携帯電話」「バイオ燃料」が2007年話題・注目商品ランキングよりも高い順位を示している。

来年以降も流行り続ける

n=1000

順位	アイテム	(%)
1	ペンタッチ携帯ゲーム	56.1
2	大画面薄型テレビ	54.2
3	電子マネー	53.6
4	新感覚リモコンTVゲーム	52.5
5	ワンセグ対応端末	51.9
6	エコグッズ	50.4
7	動画共有サイト	48.4
8	デジタルカメラ	47.8
9	カップ入りスープ	43.8
10	SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)	41.5

11	軽自動車	40.9
12	薄型デザイン携帯電話	40.7
13	家族割引サービス	39.1
14	音楽配信サービス	38.1
15	オンラインゲーム	37.9
16	デジタル一眼レフカメラ	37.7
17	メジャーリーグ	35.3
18	シニア用・キッズ用携帯電話	34.7
19	タッチパネル式音楽プレーヤー	32.4
20	バイオ燃料	31.8

※数値は電通「話題・注目商品」調査(前掲)で「来年(以降)も流行り続ける」回答率

【 詳細資料編 】

a) 性・年齢別トップ10

男性 n=500

順位	アイテム
1	ペンタタッチ携帯ゲーム
2	新感覚リモコンTVゲーム
3	大画面薄型テレビ
4	デジタルカメラ
5	ワンセグ対応端末
6	動画共有サイト
7	『ピリーズブートキャンプ』
8	電子マネー
9	メジャーリーグ
10	デジタル一眼レフカメラ

女性 n=500

順位	アイテム
1	ペンタタッチ携帯ゲーム
2	『ピリーズブートキャンプ』
3	新感覚リモコンTVゲーム
4	カップ入りスープ
5	デジタルカメラ
6	エコグッズ
6	邦画
8	大画面薄型テレビ
9	『千の風になって』
10	レギンス

男性10代 n=100

順位	アイテム
1	ペンタタッチ携帯ゲーム
2	動画共有サイト
3	新感覚リモコンTVゲーム
4	ワンセグ対応端末
5	電子マネー
6	『ピリーズブートキャンプ』
7	大画面薄型テレビ
8	デジタルカメラ
9	オンラインゲーム
10	邦画

女性10代 n=100

順位	アイテム
1	ペンタタッチ携帯ゲーム
2	『ピリーズブートキャンプ』
3	動画共有サイト
4	新感覚リモコンTVゲーム
5	レギンス
6	自己診断サイト
7	カップ入りスープ
7	ケータイ小説
9	デジタルカメラ
9	ワンセグ対応端末
9	邦画

男性20代 n=100

順位	アイテム
1	ペンタタッチ携帯ゲーム
2	動画共有サイト
3	新感覚リモコンTVゲーム
4	SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)
5	『ピリーズブートキャンプ』
6	ワンセグ対応端末
7	デジタルカメラ
8	電子マネー
9	大画面薄型テレビ
10	エコグッズ

女性20代 n=100

順位	アイテム
1	ペンタタッチ携帯ゲーム
2	『ピリーズブートキャンプ』
3	新感覚リモコンTVゲーム
4	邦画
5	カップ入りスープ
6	レギンス
6	SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)
8	エコグッズ
9	大画面薄型テレビ
10	デジタルカメラ

男性30代 n=100

順位	アイテム
1	ペンタタッチ携帯ゲーム
2	新感覚リモコンTVゲーム
3	大画面薄型テレビ
4	デジタルカメラ
5	『ピリーズブートキャンプ』
6	動画共有サイト
7	ワンセグ対応端末
8	メジャーリーグ
9	電子マネー
10	家族割引サービス

女性30代 n=100

順位	アイテム
1	ペンタタッチ携帯ゲーム
2	『ピリーズブートキャンプ』
3	新感覚リモコンTVゲーム
4	デジタルカメラ
5	カップ入りスープ
6	大画面薄型テレビ
7	エコグッズ
7	『千の風になって』
9	邦画
10	ワンセグ対応端末

男性40代 n=100

順位	アイテム
1	大画面薄型テレビ
2	『ピリーズブートキャンプ』
3	新感覚リモコンTVゲーム
4	メジャーリーグ
5	ペンタタッチ携帯ゲーム
6	デジタル一眼レフカメラ
6	ワンセグ対応端末
8	デジタルカメラ
9	家族割引サービス
10	電子マネー

女性40代 n=100

順位	アイテム
1	『ピリーズブートキャンプ』
2	ペンタタッチ携帯ゲーム
3	エコグッズ
4	新感覚リモコンTVゲーム
5	カップ入りスープ
6	『千の風になって』
7	邦画
8	大画面薄型テレビ
9	デジタルカメラ
10	家族割引サービス
10	電子マネー

男性50代以上 n=100

順位	アイテム
1	大画面薄型テレビ
2	デジタルカメラ
3	デジタル一眼レフカメラ
4	電子マネー
5	新感覚リモコンTVゲーム
6	ワンセグ対応端末
7	ペンタタッチ携帯ゲーム
7	メジャーリーグ
9	黒い烏龍茶
9	パソコン新型OS

女性50代以上 n=100

順位	アイテム
1	デジタルカメラ
2	エコグッズ
3	大画面薄型テレビ
4	カップ入りスープ
5	家族割引サービス
6	『千の風になって』
7	邦画
8	宮崎県産品
9	『ピリーズブートキャンプ』
10	黒い烏龍茶

b) 質問項目別トップ10

知っている n=1000

順位	アイテム
1	家族割引サービス
2	カップ入リスープ
3	デジタルカメラ
4	大画面薄型テレビ
5	ペンタッチ携帯ゲーム
5	電子マネー
7	ワンセグ対応端末
8	新感覚リモコンTVゲーム
9	『ピリーズフートキャンプ』
10	『千の風になって』

興味がある・あった n=1000

順位	アイテム
1	デジタルカメラ
2	ペンタッチ携帯ゲーム
3	大画面薄型テレビ
4	新感覚リモコンTVゲーム
5	邦画
6	カップ入リスープ
6	動画共有サイト
8	エコグッズ
9	ワンセグ対応端末
10	電子マネー

流行っている・流行っていた n=1000

順位	アイテム
1	『ピリーズフートキャンプ』
2	ペンタッチ携帯ゲーム
3	『千の風になって』
4	新感覚リモコンTVゲーム
5	SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)
6	『おしりかじり虫』
7	動画共有サイト
8	ワンセグ対応端末
9	邦画
10	大画面薄型テレビ

c) 全体 21-50 位

全体 n=1000

順位	アイテム
21	格安携帯料金プラン
22	自己診断サイト
23	パソコン新型OS
24	オンラインゲーム
25	『おしりかじり虫』
26	音楽配信サービス
27	タッチパネル式音楽プレイヤー
28	軽自動車
29	ゼロカロリーコーラ
30	五本指ストッキング・靴下
31	宅配DVD
32	ケータイ小説
33	プレミアムビール
33	バイオ燃料
35	マンゴー味野菜ジュース
36	梅酒
37	ガッツリ系フード
38	サッカーくじ
39	インド式計算法
40	グミキャンデー
41	シニア用・キッズ用携帯電話
42	『Flavor Of Life』
43	樹脂製サンダル
44	復刻版食品
45	『人志松本のすべらない話』
46	本格チョコレート
47	高機能洗濯乾燥機
47	プロ野球クライマックスシリーズ
49	ながら型健康器具
50	工程見学付き上質ドーナツ

<このリリースに関するお問い合わせ>

株式会社 電通 消費者研究センター 消費者研究室 四元、野村(尚)、北風、東田^{よし} Tel: 03-6216-8458