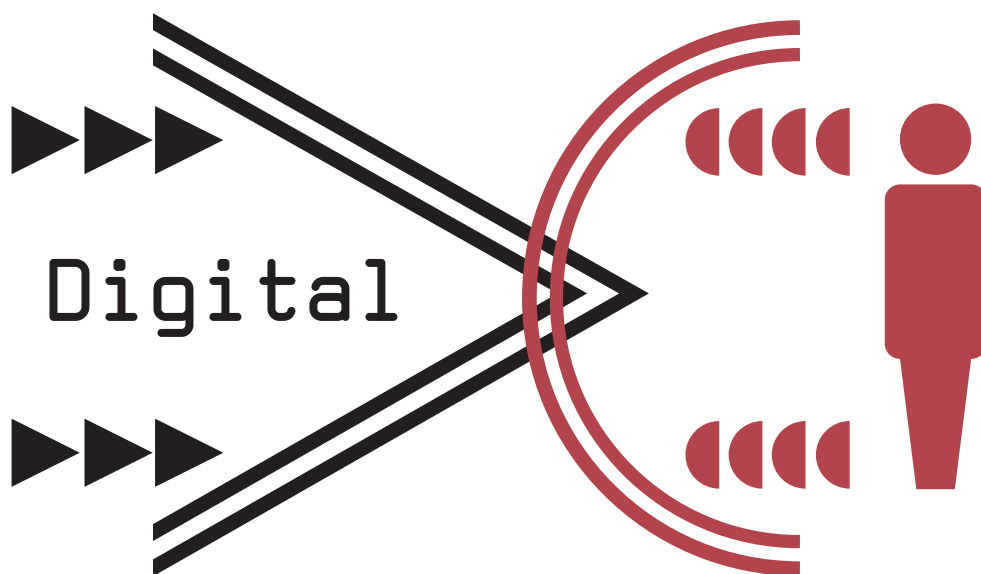


2000年の話題商品・ヒット商品

寄せるデジタル、 返すは人の底力。



20世紀最後の年、消費者の景気への不安感は着実に減少し、少しずつ「生活を楽しむ消費」が回復してきた。そんな中、インターネット利用率は36.2%に達し、日常生活のデジタル化が急速に進み、デジタル・ライフがもたらす恩恵を存分に享受する消費者が増えたのも2000年ならではの特徴である。

ところが、人という生き物は、世の中が変わったからといって、それに合わせて突然変身できるものではない。無理をしてでも変化についてゆこうとした心や体は、疲れて悲鳴をあげた。デジタル・ライフが進展する裏で、ひと昔前ののんびりとした日本が急速に消滅しつつあるのを目の当たりにして、慌てたのだ。

自分という人間の中身までデジタルに占領されてしまいそうで、怖い。そんな焦りを感じた人々に、ひと昔前の素朴さ、人間らしい生々しさを取り戻したいという欲求も芽生えた。この回帰欲求が要因となって、たくさんのヒット商品が登場し、生身の人間が持つ馬力や底力もクローズアップされた。ただ、回帰欲求といっても、完全に昔に戻れるわけではない。あくまでも「昔っばい」どまりなのだ。したがって、一見昔のようでも、よく見ると随所にデジタル新時代的な要素が混ざっている。

「デジタルの力」と「人間の力」、新しい力と旧来の力が、同じ土俵の上に共存している。これが、2000年の話題商品・ヒット商品の全容である。

電通デジタルライフ全国調査、2000年8月実施、n=1400

全国の15～69歳までの男女個人で週1回以上、自宅・職場・学校・携帯電話のいずれかでインターネットを利用している人の割合



株式会社 電通



寄せるデジタル

デジタル 複合連鎖

インターネットのさらなる普及という追い風に乗って、今年も多くのデジタル機器が話題となった。昨年までは単体でのヒットが目立ったが、今年は携帯電話、デジカメ、携帯音楽プレーヤー、腕時計などネット接続プラットフォームを目指した複合機能モバイル機器が相次いで登場した。また、家庭でもパソコン以外のネット接続機器が登場し、インターネットへのハードルが低くなった。今後、どれがインターネットへのポータル機器として主導権を握るのか。次世代スタンダードのポジション争いがスタートした。

PDA市場が拡大

ビジネスユースの印象が強かった携帯情報端末(PDA)市場に、新OSを搭載したPDAや、ファッション性の高い製品も相次いで登場して、人気の裾野が拡大した。また、PHS内蔵のノートパソコンも登場し、PDAや携帯電話とのポジション争いを予感させた。

機能複合モバイルが続々登場

デジカメ+ネット接続、PHS+デジカメ、デジカメ+音楽プレーヤー、腕時計+デジカメ+音楽プレーヤー+GPSなど、複数の機能を備えたモバイル機器が相次いで登場し、注目を集めた。

位置情報サービス

利用者の居場所に応じた各種情報を提供する「位置情報サービス」がモバイル機器の新たな可能性として注目を集めた。

携帯電話用コンテンツサービス

有料サイトでは、着メロダウンロードサイトの人気が発火。ゲーム配信では、ゲームメーカー各社から、人気ソフトのサイトが続々と立ち上がった。今後はJAVA対応機種が順次発売を開始することから、パソコンと同レベルの表現力に近づく携帯電話のコンテンツ競争は過熱化していく。

BSデジタル放送元年

2000年12月1日、BSデジタル本放送が開始された。9月の試験放送開始に合わせて発売を始めた専用チューナーやチューナー内蔵テレビは、高額商品ながら販売は好調という。パソコンや携帯電話などは若者が先導して広がったのに対し、BSデジタル放送は、中高年にも容易な双方向コミュニケーションのプラットフォームとして位置付けられそうだ。

固定電話機からネット接続

モバイル端末からのネット接続が急増する中、固定電話機からパソコン等を使わなくても直接ネット接続できるサービスが2001年春から始まる。メール機能もあり、他のネット接続端末との競争が激しくなりそうだ。

テレビからインターネット接続

家庭のテレビからインターネットに接続する機器が販売され、中高年層に売れている。専用リモコンでホームページのアドレスを入力してページ閲覧などができる。パソコンが不要なため、インターネットをやってみてみたいが情報機器に弱い人々の心をつかんだ。

テレビ番組を録画できるハードディスク

ハードディスクを記録媒体として内蔵し、30時間録画できるビデオレコーダーが登場して、注目を集めた。録画中でも再生が可能で、キーワードを設定すると、そのキーワードに関する番組をすべて自動的に録画できる機能がある。デジタル放送など多チャンネル化が進む中、ビデオデッキの機能競争に新局面を与えた。

「プレイステ2」人気、DVD普及にも貢献

「プレイステーション2(PS2)」は発売から約5ヵ月で300万台を突破。DVDプレーヤー機能を搭載するなど、ゲーム機以外の魅力の訴求に成功し、ゲームファン以外の関心も集めた。次なる課題のネット対応は、パソコン、テレビなど従来のカテゴリーの壁を超えた戦いが注目される。また、「PS2」人気が後押しされ、DVDが一気に普及した。相次いで投入されたDVDソフトは、数量ベース(単月)でカセットビデオを上回った。

「ドラゴンクエスト&エデンの戦士たち」/ 「ファイナルファンタジー」

発売されるたびに社会的な話題を提供してきたゲームソフト「ドラゴンクエスト(エニックス)」と「ファイナルファンタジー(スクウェア)」の最新作が発売され、その底力を発揮した。中でも前作から4年半ぶりの発売となった「ドラゴンクエスト エデンの戦士たち」は380万本を突破し、シリーズ史上最高を記録した。

統計逆転

新しく登場したデジタル機器やサービスが、従来の主流機器・サービスを出荷金額や出荷台数で追い越すという現象が起きたのも今年の特徴だ。また通信業界でも、各種サービスを統合する新しい事業者が登場した。

携帯電話が固定電話を抜く

携帯電話の加入者数が、固定電話の加入者数を抜いた。急増した背景には、携帯電話からインターネットに接続するサービスが増えて、電子メールや銀行振込など通話以外のサービスが広がったことがある。

デジカメが出荷金額でフィルムカメラを抜く

2000年上半期のデジタルカメラ総出荷金額が、半期ベースで初めてフィルムカメラを抜いた。画素数争いは一段落し、デザイン性や価格、ネット接続や音楽再生など、付加価値競争へと進展した。

パソコン出荷台数がテレビを抜く

パソコンがカラーテレビの国内出荷台数を初めて抜いた。インターネットの普及や10万円を切る低価格化が需要の拡大に拍車をかけた。また、種類別ではノート型パソコンが初めてデスクトップ型を上回り、家庭での利用が急拡大した。

通信のシームレスサービス

通信業界には、市外電話、国際電話、携帯電話、インターネットサービスを総合的に提供する事業者が登場し、再編の動きがさらに進んだ。

動かなくても物が買える

インターネットは、これまでと同じことをあっという間に実現してくれる。待たずに24時間いつでもアクセスできる。その結果、驚異的な時間節約が可能になる。この醍醐味を体得して、日常生活でフル活用する消費者が激増した。彼らにとって、あちこち動き回らなくても「居ながらにして全部済む」ことは、もはや夢ではなくなった。

ネットスーパー / ネットコンビニ

生鮮食料品や日用品などのネット販売が好調。宅配料がかかるので割高になる場合もあるが、利便性から高齢者や働く女性を中心に、時間を節約したい主婦にまで需要が広がっている。

宅配

高齢者や職業を持つ主婦・OLを中心に宅配への人気が増大した。コンビニ、百貨店、ファミリーレストランに加え、店舗を持たずインターネットだけで販売する宅配業も登場し、品揃えも豊富になっている。

通販

通信販売の売上高が83年度の調査開始以来、過去最高を記録した。食品や化粧品などを専門的に扱う会社が伸びているのが特徴。また、インターネット通販の売上は前年度比の2倍を記録した。

テレビショッピング

テレビショッピングが人気上昇している。番組形式の増加や放送時間の拡大などにより商品をじっくりと紹介できて、消費者との接触時間が増加していることが要因。デジタル放送開始に伴い、双方向機能が発揮できる番組としても注目される。

メーカーのネット直販

家電や文具、化粧品などメーカー各社が相次いでインターネット直販に乗り出した。直販ならではの低価格販売や、既存の流通網では販売しにくい消費者個々の意見を反映させたカスタマイズ型商品で差別化を図る。

オンライン書店

欲しい書籍をネット上で注文できるオンライン書店が相次いで登場した。オリジナル書評の掲載や即日配送などサービスも充実していて、家やオフィスに居ながらにしていつでも購入できる利便性が好評だ。

ネット銀行 / ネット証券

ネット証券の相次ぐ開業によりサラリーマンや女性などの個人投資家が増加、ネット証券口座数が急増した。また、ネット接続携帯端末の普及で、モバイルバンキングの利用も増加した。

寄せるデジタル、



返すは人の底力。

2

返すは人の底力。

主役は人間

急速なデジタル化の反動で、生身の人間から湧き出るパワーに人気が集まった。

五感で体感

人の馬力に感動・感心するだけでなく、自分の体を使うことも注目された。踊る、乗り物を操作する、食べる、着る、集う、旅をする、買い物をする...「バーチャルでは手に入らない」「五感に関わること」が再評価された。

パラパラダンス

ダンスや音楽のシミュレーションゲームの人气が続いている。中でも日本独特の「パラパラ」という踊りがブームに。体を動かす爽快感と、同じ振付を皆で一緒に踊る一体感が、若者を中心に人気を集めた。関連ビデオやCDが好調な売れ行きを記録、イベントにも多数の集客があった。

キックボード

キックボードとよばれる、車輪付きのボードにハンドルが付いた乗り物が若者を中心にヒットした。折りたたみ自転車や車輪付きスニーカーなども、街の新しい移動手段として注目を集めた。持ち運び可能でおしゃれ感があり、環境にも優しく、自然を感じながら移動できる点が人気の要因。

ゴスペル / ボイストレーニング

カルチャーセンターなどでゴスペル講座やボイストレーニング講座が、キャンセル待ちの出る盛況ぶりだ。声を出すことで、心にたまっていた感情を解放できるのが魅力という。また、約20年ニューヨークで音楽活動を行い、ゴスペル歌手として認められた大阪出身の女性ジャズボーカリスト綾戸智絵が帰国し、テレビで取り上げられるなど注目を集めた。

新食感菓子

高橋尚子 / 田村亮子 / シドニーオリンピック

20世紀最後のオリンピックでは、日本から多くの旅行者がシドニーを訪れ、人気競技のテレビ中継は軒並み高視聴率を記録した。中でも日本陸上界史上初の金メダルを獲得した女子マラソンの高橋尚子と、念願の金メダルを手にした女子柔道の田村亮子は一躍時の人に。高橋の「楽しい142キロでした」と、田村の「初恋の人にめぐりあえた」という喜びのコメントも話題になった。テレビ中継のある日は食事の宅配サービスが売上を伸ばすなど、様々な分野に波及効果を及ぼした。

長嶋VS王 / 日本シリーズ

日本シリーズは、長嶋茂雄、王貞治両監督の「ON対決」が、往年の野球ファンの心を魅了し、盛り上がり一役買った。三越とマイカルが行った巨人優勝記念セールも盛況だった。

大魔人・佐々木 / イチロー

米メジャーリーグのシアトル・マリナーズに移籍した佐々木主浩 かずひろ 投手が、今期の新人王に輝いた。また、野手として初の日本人大リーグとなったオリックスブルーウェーブのイチローは、同球団と3年契約、推定年俸総額18億5千万円で契約した。

サッカー

サッカー日本代表は、アジアカップで優勝、シドニーオリンピックではベスト8と国際大会で着実に結果を残した。活躍の目立った選手は海外移籍の可能性が報道されるなど実力が世界水準へ近づきつつあることを証明した。Jリーグはサポーターの支援の厚かったコンサドーレ札幌と浦和レッズが昇格を決め、地元を活気づけた。

ムース状のホイップチョコ付きスティック菓子や、パウダー状の小さな氷の粒が入った新食感のアイスクリーム、独特の甘い香りがするシナモンロールなど、新しい食感、新しい香りの菓子が人気を集めた。

バシュミナストール

高山に生息するヤギの毛を使った大判のストールで、コートいらずの暖かさが得られることで人気となった。相場は3万円前後と高価だが、軽くてやわらかい感触+見た目の美しさが、若い女性の心をつかんだ。

アウトレット

「御殿場プレミアム・アウトレット」、町田の「グランベリーモール」、大阪の「りんくうプレミアム・アウトレット」、「マリニピア神戸ポルトパザール」など、大型アウトレットモールが相次いでオープンした。価格はもとより規模やテーマ性のある施設づくり、人気ブランドの出店が話題となり、予定を上回る来客数を記録するモールが相次いだ。

「渋谷マークシティ」

JR渋谷駅前に複合型大型商業施設「渋谷マークシティ」がオープンした。ショッピングモールは20代から30代の女性を主なターゲットに想定、10代を対象としたショップが軒を連ねる渋谷に新しい局面を生んだ。

「クロスゲート」

横浜のみなとみらい121地区に、複合商業施設「クロスゲート」がオープンした。桜木町駅から徒歩1分という好立地に加え、玩具専門の博物館「横浜キャラクターミュージアム」を擁するなど、商業施設が続々と登場する同地区に話題を添えた。

「Hoop」

経験価値

顧客が求めているのは感動的な「経験」を与えてくれる商品やサービスである、という考えに立って、顧客にとって価値のある「気分」を提供し、共有することを重視する「経験」ビジネスが台頭してきた。単なる商品やサービスの提供ではなく、「経験」という価値の創出を目標とし、顧客の理性のみならず、感覚をトータルに捉えることを目指す新しい概念だ。

エスプレッソ系コーヒーチェーン

ちょっと贅沢なひとときを演出してくれるコーヒーチェーンが、人気を集めている。品質の良さや、ファッション性の高い店内インテリアや落ち着いた感などが、絶え間ない集客の要因。

ホームシアター

DVD人気やデジタル放送開始を追い風に、映画館なみの臨場感が味わえるホームシアターの需要が急拡大。AVアンプやサウンドスピーカーなど周辺機器の販売が好調。好きなときに好きな映画を自分のためだけに上映できる贅沢感が、熟年層を中心に受けている。

「東大門市場」

韓国・ソウルの代表的なショッピング地区、東大門市場に出店する店を集めた大型売り場「東大門市場」が東京・渋谷に登場。低価格のトレンド商品を1週間サイクルで入れ替え、気軽に値段交渉できるのが特徴。「何を買うか」よりも、本場ソウルさながらの雰囲気の中で買い物し、店員との駆け引きという行為自体を楽しむ人が多い。

「ユニバーサル・スタジオ・ジャパン」/ 「東京ディズニーシー」開業準備

人気映画の世界を疑似体験できるアメリカの人気スポットで、2001年春、大阪市に開業予定。同年秋にオープンする「東京ディズニーシー」(東京ディズニーランドに隣接)と並び、開業前から注目度の高いテーマパークだ。

中国茶を淹れる

香りがよく、癒し効果の高い中国茶が若い女性を中心に人気だ。手頃な値段の中国茶器は小ぶりで愛らしくインテリア性もある。作法が厳格でなく、気軽に楽しめるのも人気の秘密。

ミレニアム結婚・出産

2000年1月に入籍したカップルは、例年の1.5倍の6万8,774組と「ミレニアム結婚」ブームを裏付けた。特に1月1日に入籍したカップルは東京23区で約3,000組に上った。減少傾向だった出生数も前年同月比1%とわずかながら3年ぶりに増加した。

無党派県知事の勝利

無党派層の拡大が進んでいる。地方行政では、既存の行政へ疑問を投げかけた無党派県知事候補がネットのパワーもあって勝利を治めた。

沖縄サミット

IT革命や南北朝鮮問題、感染症などが主な議題となった。首里城の図柄を印刷した2,000円札の発行や、沖縄料理、沖縄出身の歌手・安室奈美恵によるテーマソングなどが話題に上った。

映画「ホワイトアウト」

真保裕一の同名小説を今最も観客を呼べる役者、織田裕二、松嶋菜々子主演で映画化、250万人以上を動員するヒット作品となった。

映画「ブエナ・ビスタ・ソシアル・クラブ」/ ラテンブーム / サルサ

キューバ音楽の老演奏家たちを追ったドキュメンタリー映画が幅広い層で人気を呼び、単館系映画ながら異例のヒットを記録。老演奏家のみせる哀愁やリアルな喜びが、観る者を惹きつけた。関連CDは大ヒットし、映画に登場したキューバ産ラムは前年比4割増の売上となった。その後、ラテンブームに火がつき、若い女性を中心にサルサ教室に通う人が急増した。サルサは体を触れ合って踊るのが特徴で、バーチャルでは体験できないコミュニケーション手段が人気の背景にある。

ドラマ「ビューティフルライフ」

人気美容師と車椅子の女性の純愛ドラマ「ビューティフルライフ」(TBS系)が、最終回の視聴率41.3%(関東地区)を記録。主人公が乗っていた車やバイクなどの関連商品もヒットした。

大阪、あべのには複合商業施設「Hoop(フープ)」がオープン。キタやミナミ、なんばに続くショッピングスポットが誕生した。ターゲットを20~30代に絞ったテナント構成や、ガラス張りの建物に円盤型の屋根というユニークな外観が話題になった。

ハッピーマンデー

改正祝日法の施行により、祝日が土曜日と重なった場合は、月曜日が振替休日となった。3連休により旅行需要が拡大、北海道などへの国内旅行や、長めの海外旅行を楽しむ人が増えた。

韓国エンターテインメント

韓国が、旅行先としてだけでなく映画や音楽など文化の面でもブームになった。韓国の大ヒット映画「シュリ」は、日本でも反響を呼び、興行収入18億円を記録。日本人と韓国人の混合ユニットのロックバンド「Y2K」は、日本と韓国での活躍が認められ、2002年ワールドカップ広報大使にノミネートされた。

世紀越え限定商品

11月から12月にかけて、ビールやカップラーメン、スナック菓子などの21世紀記念商品が次々と発売され、世紀越えムードを盛り上げている。

寄せるデジタル、



返すは人の底力。

3

新世紀型 消費スタイル



Digital

プチ回顧

生活がデジタルづくしになってくると、その急激な変化についていけない心と体は拒否反応を示す。情報化生活の反動で、のんびりとした「古き良き日本」をなつかしみ、人工的に作り込まないもの、素朴なものを取り戻したいという思いが強くなる。とはいえ、所詮完全に昔に戻ることはできないわけで、子供時代の夏休みをゲームソフトで楽しむ、テレビ番組でノンフィクションの純愛に浸る、古代米をコンビニおにぎりで味わう、というように「ちょっとした回顧気分」なのだ。

「ぼくのなつやすみ」

1975年、小学生の主人公が、郷愁をそそる風景や自然の残る田舎で夏休みを過ごすというゲームソフト「ぼくのなつやすみ」(ソニー・コンピュータエンタテインメント)が都市部を中心に人気を集めた。今では体験できない「昔の夏休み」や、ルールに縛られず自由に楽しむゲームスタイルが、1970年代に子ども時代を過ごした大人にヒットした。

「ハリー・ポッター」

魔法使いの少年の成長を描いた小説「ハリー・ポッター」(静山社)が、子どもだけでなく大人も魅了し、世界中で人気を集めた。日本でもシリーズ第1巻(翻訳版)が100万部を超えるベストセラーに。

「バガボンド」

吉川英治の小説「宮本武蔵」を原作に、「スラム・ダンク」の著者井上雄彦氏がマンガ化した「バガボンド」が、講談社のコミックでは最短で800万部に達した。

仮実融合

一見バーチャルのように、実はリアルな人と人のつながりが展開されている「Webエクスペリエンス」。あるいは、駅のように昔からある設備が新しく変身を遂げた。デジタルからは比較的遠い存在だった子供や障害者にも新しい経験が楽しめるようになった。虚構の世界と実生活が同じ土俵の上で融合している。これこそが、新世紀の消費スタイルなのだ。

ネットオークションで競り落とす / 逆オークション

ネット上で商品を競り落とすネットオークションが消費者に人気だ。売り手は不用品を捨てずに処分でき、買い手は欲しい商品を納得のいく値段で入手できる。手に入れるまでの駆け引きをゲーム感覚で楽しめるのも人気の理由だ。また、買い手が希望する購入価格をネットで告知し、条件に合う売り手が対応する逆オークションも注目を集めた。

出会い系サイト

ネット上で気の合う相手を探し出す出会い系サイトにアクセスが急増している。人気の要因は「交際範囲を超えたいろいろなタイプの人と出会える」「ピッタリの人を探せる」など、インターネットならではの醍醐味を味わえること。「出会い系サイト」を見たいのでパソコンを買うなど、インターネット初心者層を取り込むことにも寄与した。

子育てサイト他コミュニティサイト

育児サイトが活発な動きを見せている。先輩ママのアドバイスで安心感が得られたり、口コミ情報で商品を事前に比較検討できることなども人気の理由で、主婦のネット利用を大きく後押ししている。また、自分の体験談を伝えることで人の役に立てる喜びが味わえるのも利用増加の要因。その他趣味や意見交換のためのコミュニティサイトがネット内に爆発的に増加した。

Know Who (人間検索エンジン) サイト

アジアリゾート

アジア旅行やアジア雑貨・料理が人気だ。ホテルやレストラン、テーマパークなどアジアをテーマにした施設も次々にオープンした。都会では味わうことができない懐かしい日本の風景を彷彿とさせるアジアに身体が癒されるという人も少なくないようだ。

ファーマーズマーケット (地域直売所)

全国1万5,000か所ほど存在するという農家による野菜や果物の直売所が拡大している。「生産現場」が見える安心感が、安全志向・自然志向の消費者に人気。

「粗食」人気

「粗食」や伝統食品(ごま、酢、梅)を見直す動きが広がっている。自然食を教える料理教室やホテルのメニューが人気を集め、関連書籍の売上も好評だ。人気の背景には、遺伝子組み換え食品など食品の安全性を疑問視する情報が増えていることがある。また、若者には「粗食=貧しい食事」といった固定観念がないことから、逆に質素な料理を「素材を生かした豊かな食事」ととらえ、人気を集めた。

「あいのり」・「未来日記」

素人参加型の恋愛バラエティーが高視聴率を記録。参加者の見せるリアルな表情や、予測できない展開になるおもしろさが、視聴者の共感を呼んだ。意中の相手に想いが通じたら番組を去る、シナリオ通りに行動するなど番組側の用意したルールでドラマのような恋ができる、という手軽さも人気の要因。

ナチュラル浄化

単に清潔にしたいというだけでなく、体や環境に良くない物質を完全に除去したいという欲望が出てきた。最先端技術の力を借りながらも、自然の摂理に逆らわず、ナチュラルに浄化するのが特徴だ。

排気の出ない掃除機

排気を放出しない掃除機の売れ行きが好調だ。排気に含まれるチリが室内に舞い上がらず、特有のにおいも減る点などが評価された。これからの掃除機は「無排気」が選ぶ目安になりそうだ。

除湿機

マンションなど高気密の住宅の増加を背景に、除湿機の利用が増えている。エアコンの除湿機能とは違って、持ち運びで色々な部屋で使える点が支持されている。2000年は100万台の万台に乗ることが確実視されている。

空気清浄機

花粉症などアレルギー性疾患の増加を背景に、空気清浄機の売れ行きが好調。2000年度は約100万台の出荷が見込まれている。空気をきれいにするだけでなく、ペット臭などの脱臭機能やマイナスイオン発生など高付加価値商品も登場し、快適志向の生活者から注目を集めている。

食器洗い乾燥機

過去に0-157対策として需要が伸びた食器洗い乾燥機が、2000年に入って小型化・低価格化・高性能化により本格的に普及し始めた。2000年の予想出荷台数は約50万台で、2001年度末には普及率10%に達する見通し。

「ピロリ菌」抑制乳酸菌入りヨーグルト

胃潰瘍や十二指腸潰瘍などの原因とされる「ピロリ菌」の抑制作用のある乳酸菌を含んだヨーグルトが、中高年層を中心に好評。また、ピロリ菌への関心の高まりで、ピロリ菌検査キットにも注目が集まった。

生ゴミ処理機がマンション標準装備へ

環境問題への関心の高まりや、肥料として再利用できることなどを背景に、生ゴミ処理機の普及が加速。新築マンションでは標準装備となっている物件も増えている。価格低下に加え、自治体の補助金制度も普及を後押ししている。

特定テーマに詳しい人の情報や、訪れたレストランや専門店の内容評価など、人間が持っている知識や情報を検索閲覧するサイトが注目されている。ネットの普及による情報氾濫で、膨大な情報を的確に評価してくれる人の眼力にニーズが集まった。

子供向けパソコン教室、起業家塾

子供向けパソコン教室が新しい習い事として人気を集めた。パソコンのスキルだけでなく、ネット交流、プレゼンテーション能力などを身に付けることができる大人顔負けの起業家養成塾も登場した。ドリンク剤市場でも、集中力を高める生薬を配合したジュニア用ドリンク剤が人気を集めるなど、大人化する子供市場は今年も活発化した。

障害者向けデジタル製品

インターネットのホームページを読み上げるソフトや盲ろう者が点字入力できるマルチ情報機器などが続々開発されている。障害者のコミュニケーション欲求に応える手段としてインターネットが大きな力を発揮しそうだ。

駅が生活ポータルサイトとして再評価

人気カジュアルファッション専門店や日用雑貨店、総菜店などが、新宿などのターミナル駅を中心に駅構内に出店した。都市銀行による総合サービス型ATMや、駅のロッカーを月極で個人に貸すサービスも登場。通勤・通学の合間に気軽に利用できる好立地が消費者や出店企業に人気だ。

半セルフ美容院 / セルフエステ

カットは美容師に任せ、仕上げのブローやセットは客が自分でする美容院が行列をつくっている。通常よりも安い料金で自然な髪型に仕上がる点が若い女性を中心に人気だ。エステティックサロンでは、エステシャンにやり方を教わって用意された化粧品や器具を使い、自分でエステを楽しむセルフエステが、気軽にエステを楽しみたい初心者の心をつかんだ。

カスタムベース車

価格を抑え、購入者の好みでオプション用品をカスタマイズできる小型ワゴン車が、自分仕様を好む層に受けて好調な売れ行き。

ロングセラー復活セダン

毎年ベストセラーを達成している人気セダンをフルモデルチェンジし、記録的なヒットに。

むき甘栗菓子

殻をむいて少量ずつパックした甘栗が、駅の売店やコンビニで発売されヒット商品となった。昔懐かしい甘栗を、手を汚さず簡単に食べられる利便性が若い女性にも受け入れられた。

メロンパン / カレーパン

菓子パンの定番、メロンパンとカレーパンが再びブームに。本格的な製法が定評のパン屋では長蛇の列ができるほどの人気を博した。

寄せるデジタル、



返すは人の底力。

寄せるデジタル、
返すは人の底力。

バーチャル デジタル



デジタル複合連鎖・統計逆転

- ・PDA
- ・機能複合モバイル
- Bデジタル放送
- DVD
- ・テレビや電話からネット接続
- Pステ2
- ・ドラクエ&
- ・FF(
- ・携帯電話が固定電話を抜く
- ・デジカメがフィルムカメラを抜く
- パソコンがテレビを抜く
- ▲ネットスーパー ネットコンビニ
- ・宅配
- ・通販
- ・テレビショッピング
- ・オンライン書店
- ・ネット銀行/ネット証券

動けなくても
物が買える

・古代米コンビニおにぎり
●ほくのなつやすみ

仮実融合

- ネットオークション
- 逆オークション
- 出会い系サイト
- 子育てサイト、コミュニティサイト
- Kwow Wサイト
- 子供向けパソコン教室
- 起業家塾
- ・駅

ナチュラル浄化

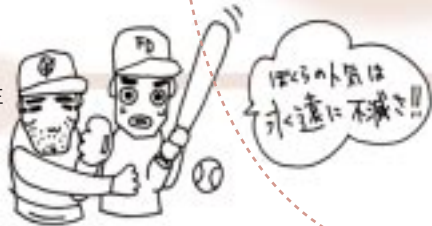
- ・排気の出ない掃除機
- ・除湿機 空気清浄機
- ・食器洗い乾燥機
- ・「ピロリ菌」抑制乳酸菌入りヨーグルト
- 生ゴミ処理機がマンション標準装備へ

今日本

ひと昔前の日本

●あいのり、「未来日記」
●むぎ甘栗菓子

長嶋VS王



五感で体感

- ・バラバラダンス
- ・映画「ブエナ・ビスタ・シリアル・クラブ」/ サルサ
- ・キックボード
- ロスベルボイストレーニング
- ・中国茶を淹れる
- ・新食感菓子
- ・バシュミナストール
- ・「バガボンド」
- ・アジアリゾート
- ファーマーズマーケット
- 粗食
- メロノンカレーパン

704回顧

経験価値

- ホームシアター
- ・エスプレッソ系
- ・コーヒーチェーン
- ・カスタムベース車



- ・高橋尚子/田村亮子
- ・大魔神佐々木イチロー
- ・サッカー
- ・ミネアム結婚/出産
- 無党派知事
- ・映画「ホワイトアウト」
- ・ドラマ「ビューティフルライフ」
- 綾戸智絵

主役は人間

リアル 素材

2000年の話題商品・ヒット商品

2000.12

株式会社 電通

P&D局 デジタル・ライフスタイル研究部

