

I-1
2007年
ネットユーザーの生活実態

I-2
ネットユーザーの拡大

I-3
Web2.0
ネットユーザーから見た

I-4
ネットユーザーが求める

I-5
ネットでの購買行動と

I-6
世代別攻略のヒント

II-1
メディア別世代別
集計結果

II-2
年代別集計結果

6-1 電腦生活世代



1985年～1991年生まれ
2007年現在15歳～22歳

義務教育の段階からPCが整備されており、高校生までにはブロードバンド環境を得た世代。ワンランク上の生活への志向が強く、新しいものをどんどん取り入れて、変化のある生活を目指す。

ネットも趣味の1つとして遊び倒す。ブログなどの情報発信ツールの積極活用や、ブロードバンドのメリット活かした、動画・音楽コンテンツ、オンラインゲームの利用も特徴的。モバイルの活用も、最も進んでいる世代。購買力の低さもあり、ネットショッピング利用率は低い、ネットクチコミを参考にしたレアもの探しツールとして活用。

▶ 基本プロフィール

ネットユーザー全体に占める割合	12.5%
男女構成比	男性：女性= 50.0%：50.0%
平均年齢	18.6歳
ライフステージ・職業	・専門学校・短大・大学・大学院・予備校などの学生、浪人生…45.2% ・高校生…37.8%
自由裁量金額	・5,000円未満…25.5% (12.7%) ・5,000円～1万円未満…20.2% (12.7%)

▶ メディアとの接触状況

PC	高校生までに接触…88.3%
インターネット	高校生までに接触…86.7%
ブロードバンド	高校生までに接触…62.2%
携帯電話	高校生までに接触…36.2% (カメラ付携帯電話利用経験：80.9%)
ワープロ	高校生までに接触…35.1% (接触なし：64.4%)
その他の特徴	家庭用ゲーム機…78.7% (63.4%) 携帯用ゲーム機…77.1% (54.5%) 携帯音楽プレーヤー…61.7% (49.5%) デジタルミュージックプレーヤー…47.9% (32.3%)

電腦生活世代 N = 188 () 内はネットユーザー全体 N = 1,500

6-1-1 ▶ ライフスタイル①

無理せず要領よく、楽しく変化のある生活を志向。

電腦生活世代の生活意識の特徴をみると、高校生～大学生という、自我を確立して成長する年代であることもあり、ランクアップ(上昇)志向が強い。新しいものや考え方をどんどん取り入れて、変化のある生活をめざしたいという意識が高い。一方で省エネ志向も強いのが特徴的で、「時間や手間がかかることをできるだけ避けたい」というように、無理をせずに要領よく楽しく生活したいという意識がうかがえる。

また、つながり志向も強い。趣味嗜好や価値観に共感できる人が友達であり、同質のものだけでネットワークをつくる傾向がある。

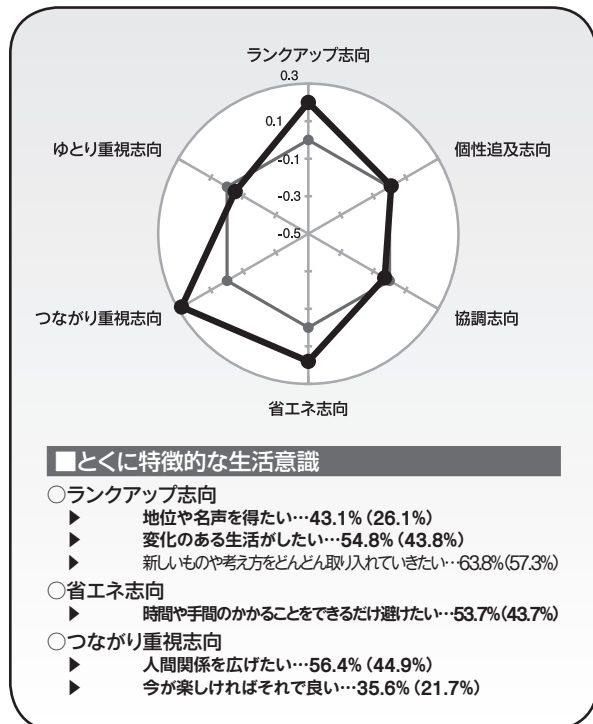
ショッピングが大好き、レアもの探しも趣味の1つ。

自由裁量金額が少ないながらも、「欲しいものがたくさんある」、「ショッピングが好きだ」など消費意欲は旺盛。また

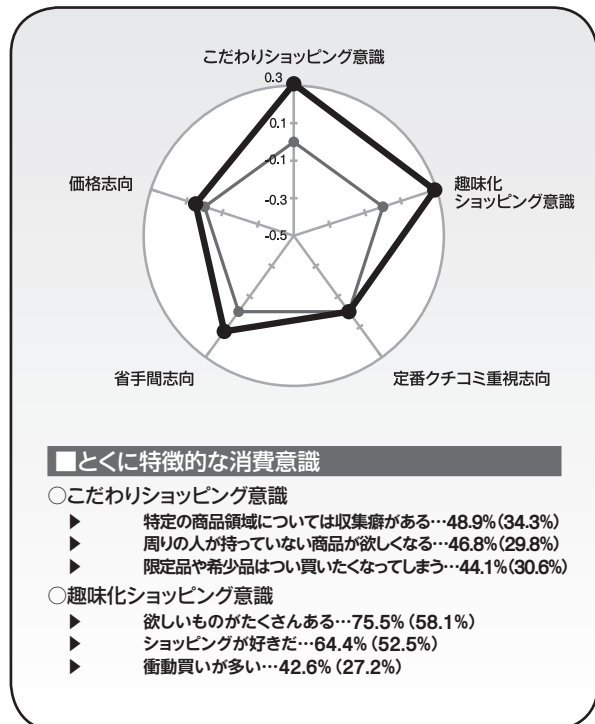
- 特定の領域については収集癖がある
- 周りの人が持っていない商品が欲しくなる
- 限定品や希少品はつい買いたくなってしまう

など、人とは違うものやレアもの探しには目がない。

■生活意識



■消費意識



電腦生活世代 N = 188 ()内はネットユーザー全体 N = 1,500 太字は+ 10pt 以上

I-1 2007年
ネットユーザーの生活意識

I-2 ネットユーザーの生活意識

I-3 ネットユーザーから見た

I-4 ネットユーザーが求める

I-5 ネットでの購買行動と

I-6 世代別攻略のヒント

II-1 メディア世代別
集計結果

II-2 年代別集計結果

6-1 電腦生活世代

6-1-1 ▶ ライフスタイル②

ファッションや CD などのコンテンツにお金をつぎこむ。

電腦生活世代がお金をかけている領域は、書籍、DVD、音楽 CD などコンテンツ系とファッション・衣料、化粧品、時計やアクセサリーなどファッション系が中心。交通費も重くのしかかっている。

関心領域から見ても、音楽、テレビ、ラジオ、映画、ゲームなど、エンタメコンテンツ系が中心となっている。

■ お金をかけている領域ランキング (提示 24 項目中 TOP10)

電腦生活世代全体		
項目	スコア	
1	食事・食費	56.4
2	書籍、DVD、音楽 CD など	39.4
3	ファッション・衣料	35.1
4	通信 (インターネット回線費や電話料金)	26.1
5	化粧品	23.9
6	交通 (電車、バス、自動車維持費など)	23.9
7	パソコンや情報通信機器	20.7
8	教育	18.1
9	AV・家電製品	16.5
10	貯蓄	15.4

男性		
項目	スコア	
1	食事・食費	47.9
2	書籍、DVD、音楽 CD など	35.1
3	ファッション・衣料	26.6
4	パソコンや情報通信機器	25.5
5	通信 (インターネット回線費や電話料金)	23.4
6	AV・家電製品	21.3
7	交通 (電車、バス、自動車維持費など)	16.0
8	貯蓄	14.9
9	教育	13.8
10	映画やスポーツ観戦などの旅行以外のレジャー	11.7

女性		
項目	スコア	
1	食事・食費	64.9
2	ファッション・衣料	43.6
3	書籍、DVD、音楽 CD など	43.6
4	化粧品	41.5
5	交通 (電車、バス、自動車維持費など)	31.9
6	通信 (インターネット回線費や電話料金)	28.7
7	教育	22.3
8	時計やアクセサリー	21.3
9	映画やスポーツ観戦などの旅行以外のレジャー	17.0
10	貯蓄	16.0

■ 関心領域ランキング (提示 38 項目中 TOP10)

電腦生活世代全体		
項目	スコア	
1	音楽	67.0
2	テレビ・ラジオ	62.2
3	アニメ・コミック	60.6
4	ゲーム	60.1
5	映画	58.0
6	ファッション	52.1
7	コンピュータ	42.6
8	資格取得	36.7
9	お笑い	35.6
10	芸能人・タレント	34.6

男性		
項目	スコア	
1	ゲーム	67.0
2	テレビ・ラジオ	57.4
3	アニメ・コミック	57.4
4	コンピュータ	55.3
5	音楽	52.1
6	映画	47.9
7	AV 機器	41.5
8	スポーツ	41.5
9	ファッション	37.2
10	資格取得	34.0

女性		
項目	スコア	
1	音楽	81.9
2	映画	68.1
3	テレビ・ラジオ	67.0
4	ファッション	67.0
5	アニメ・コミック	63.8
6	ゲーム	53.2
7	旅行	45.7
8	ダイエット	44.7
9	芸能人・タレント	42.6
10	お笑い	40.4

電腦生活世代全体 N = 188 男性 : N = 94 女性 : N = 94 全体+5pt以上

I-1 2007年 ネットユーザーの生活実態

I-2 ネットユーザーを高める センサー・アプリケーション

I-3 ネットユーザーから見た Web 2.0

I-4 ネットユーザーが求める Web サイト

I-5 ネットでの購買行動と ネット広告

I-6 世代別攻略のヒント

II-1 メディア世代別 集計結果

II-2 年代別集計結果

6-1-2 ▶ ネットの捉え方

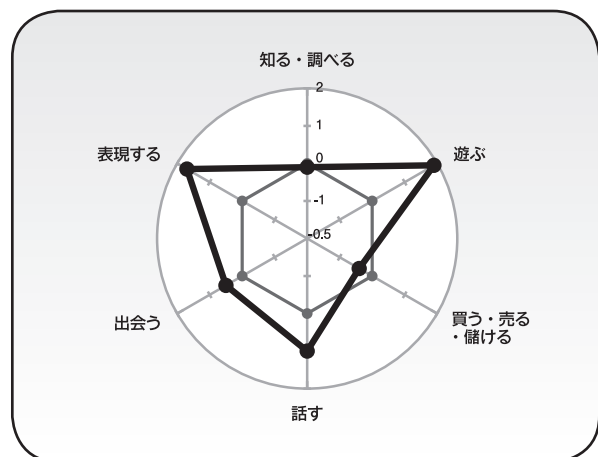
ネットはとことん遊び倒す。モバイルもアクティブ利用。

電腦生活世代のインターネットの魅力ポイントを見ると、「遊ぶ」「話す」「表現する」が他の世代と比較して非常に高くなっている。インターネットは、「特技や趣味の1つ」として捉えている。ネットを利用したコミュニケーションやネットを使った自己表現は、遊びの対象であるとともに、それはもう「ないと生活できない」ものとして生活の中で重要なポジションを占めている。

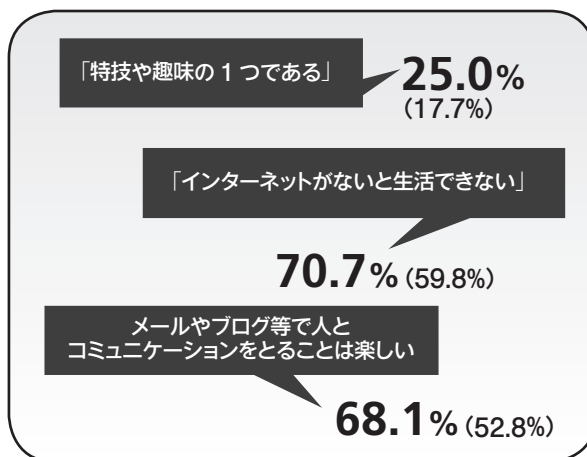
ネットの利用実態をみても、1日の利用時間が3～6時間というヘビーユーザーが3割弱存在し、生活の一部となっていることがわかる。

メールの送信数を見ると、PCよりもケータイのほうがメイン。友人、恋人、家族、ネットで知り合った人とのコミュニケーションのツールとして利用している。この世代の送受信するメールは、写真メールや絵文字は当たり前で、メロディメールなど、さまざまな遊びの要素を入れ込んだものが多い。携帯サイト日常利用率は4割弱と非常に高くなっている。

■インターネットの魅力



■インターネットの捉え方



基本行動			
1日のネット利用時間	メール利用状況		携帯サイト日常利用率
1時間～3時間未満 46.8% (50.5%)	■PCメール PC送信…4.3通/日 PC受信…27.0通/日	■携帯メール 携帯送信…15.1通/日 携帯受信…19.9通/日	◎ 38.9% (24.0%)
3時間～6時間未満 ○ 27.1% (21.1%)	■メール送受信相手 TOP3 ①友人…59.9% (63.0%) ②ネット上で知り合った人…24.7% (20.6%) ③恋人…9.3% (6.6%)	■メール送受信相手 TOP3 ①友人…◎ 81.1% (64.3%) ②恋人…○ 22.2% (12.5%) ③同居家族…20.5% (18.2%)	
ネットクチコミ			
参考度	発信力		
○ 76.1% (67.1%)	18.1% (21.9%)		

()内はネットユーザー全体のスコア ◎:全体+10pt以上 ○:全体+5pt以上 インターネットの魅力リーダーチャートについてはp122を参照。

I-1 2007年
ネットユーザーの生活様式

I-2 ネットユーザーの捉え方

I-3 ネットユーザーから見たWeb2.0

I-4 ネットユーザーが求めるWebサイト

I-5 ネットでの購買行動とネット広告

I-6 世代別攻略のヒント

II-1 メディア世代別集計結果

II-2 年代別集計結果