

ブーム分析による
子ども／ティーンズのニーズ抽出

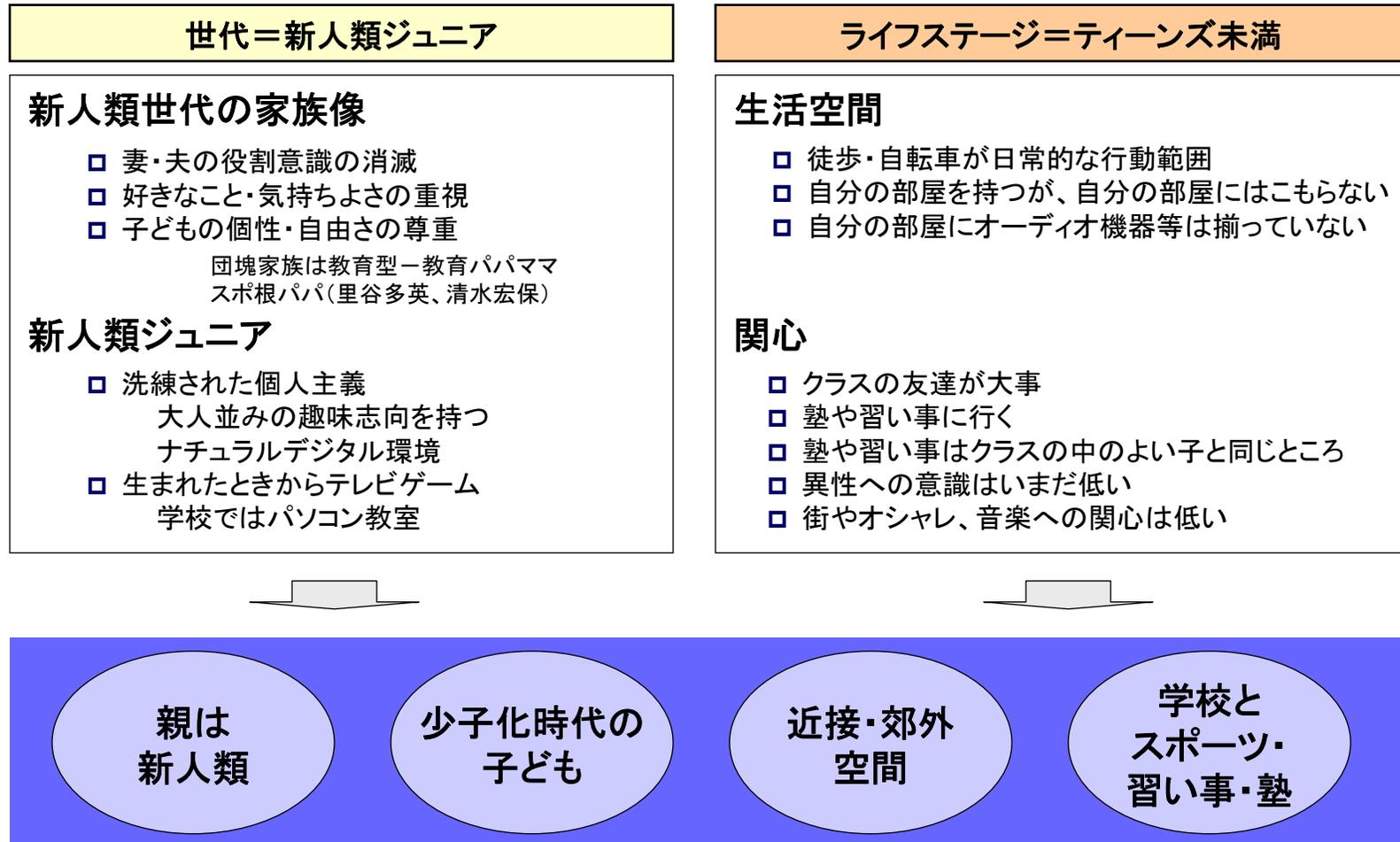
ターゲット

ー 小学4-6年生男子 ー

1. ライフスタイル・価値意識からみた欲求

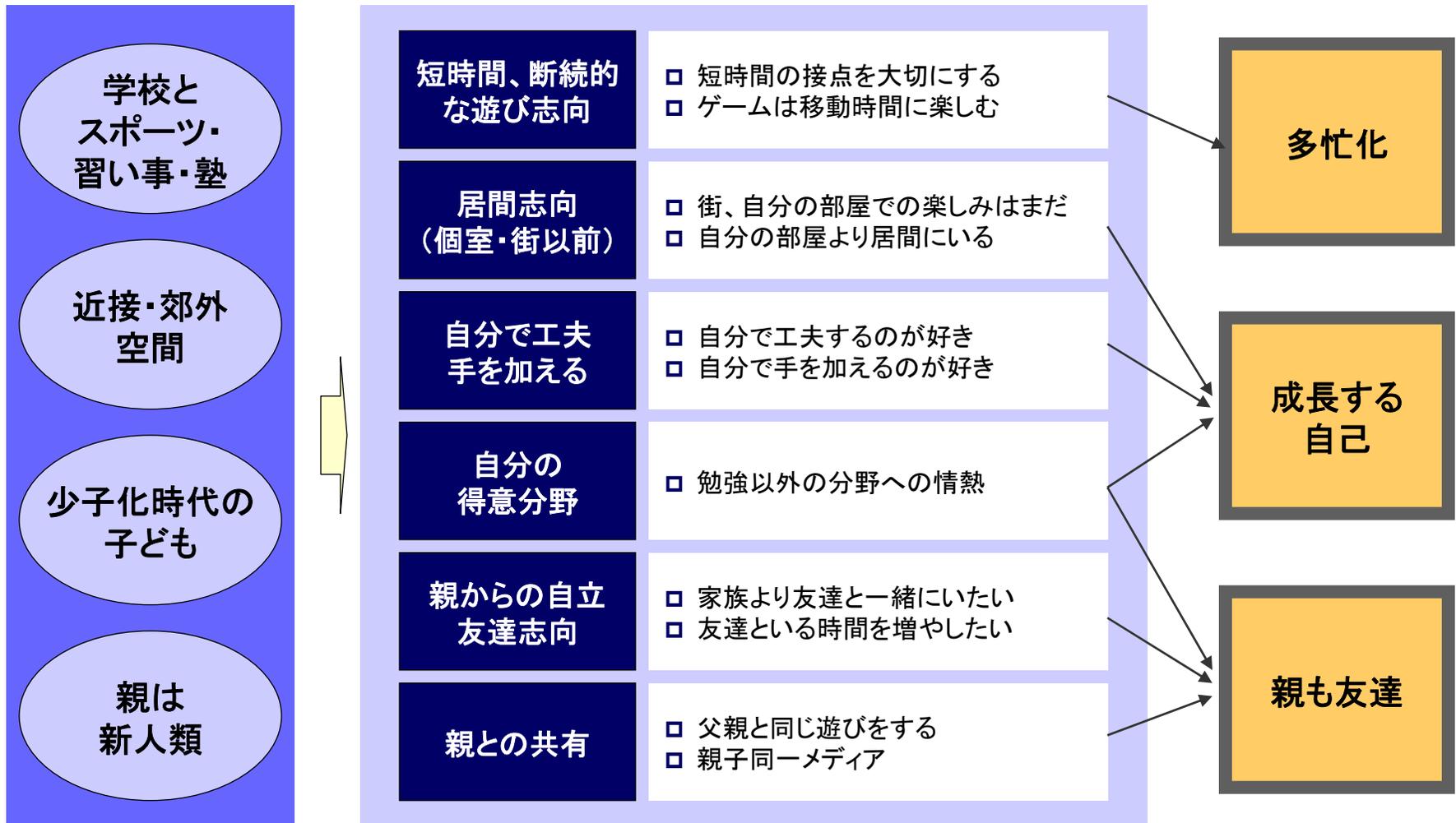
1-1. ライフスタイル・価値意識を規定する要因

小学校4-6年生のライフスタイルや価値意識を規定している基本的な要因を捉えると、世代の特性としての「新人類ジュニア」、ライフステージ特性としての「ティーンズ未満」の2つの要因に絞り込むことができる。



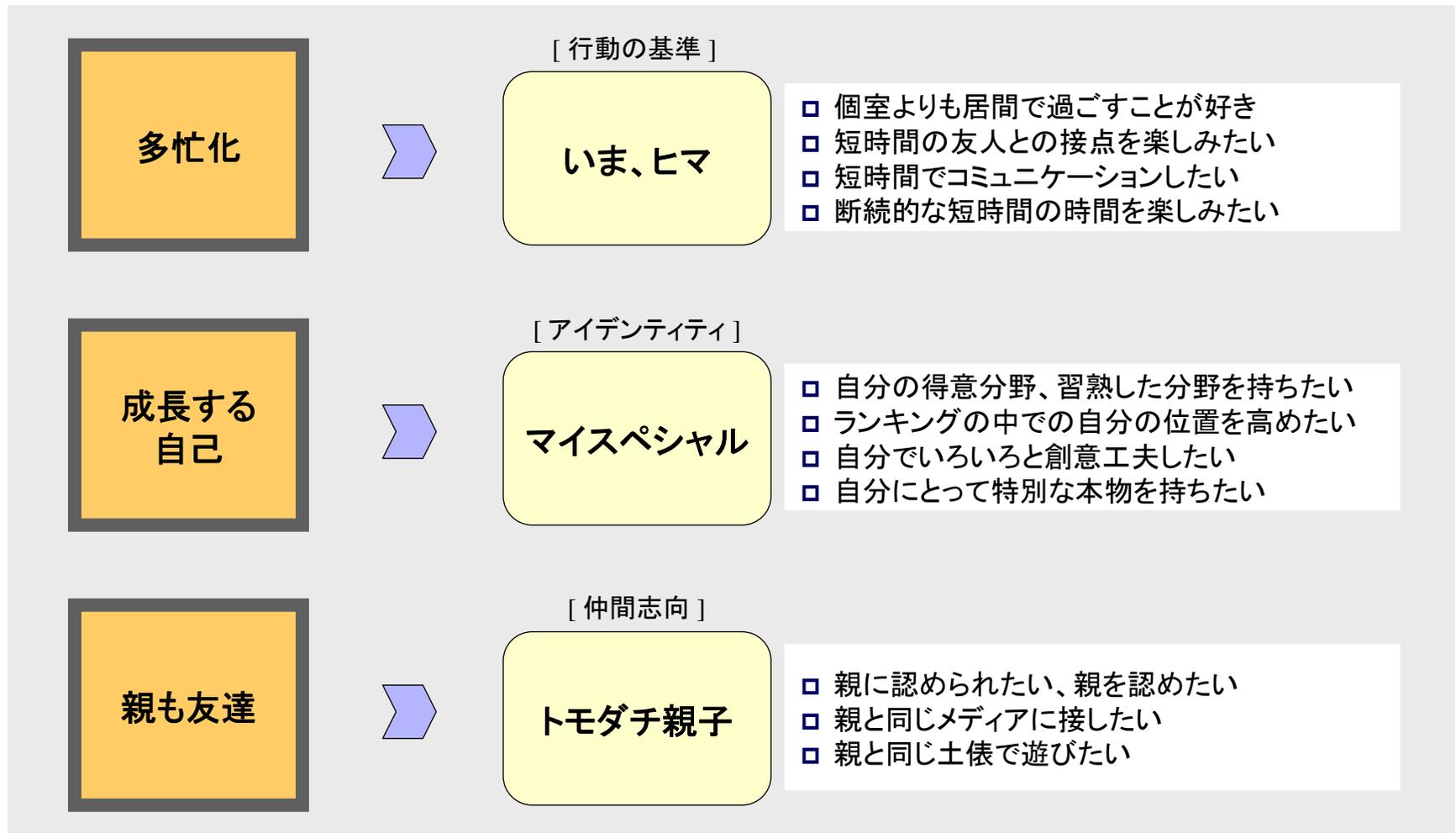
1-2. ライフスタイル・価値意識の特徴

ターゲットのライフスタイルや価値意識の動向から、ターゲットを特徴づけるライフスタイルや価値意識のポイントをまとめると次のようになる。



1-3. ライフスタイル・価値意識から導かれる欲求

ライフスタイルや価値意識の根底にある欲求を、生活時間や遊び行動での「行動基準」、心と精神の拠り所となる「アイデンティティ」、遊びで準拠する手段としての「仲間志向」という3つの視点からキーワードにまとめると次のようになる。



2. モノの特性と遊びの楽しみ

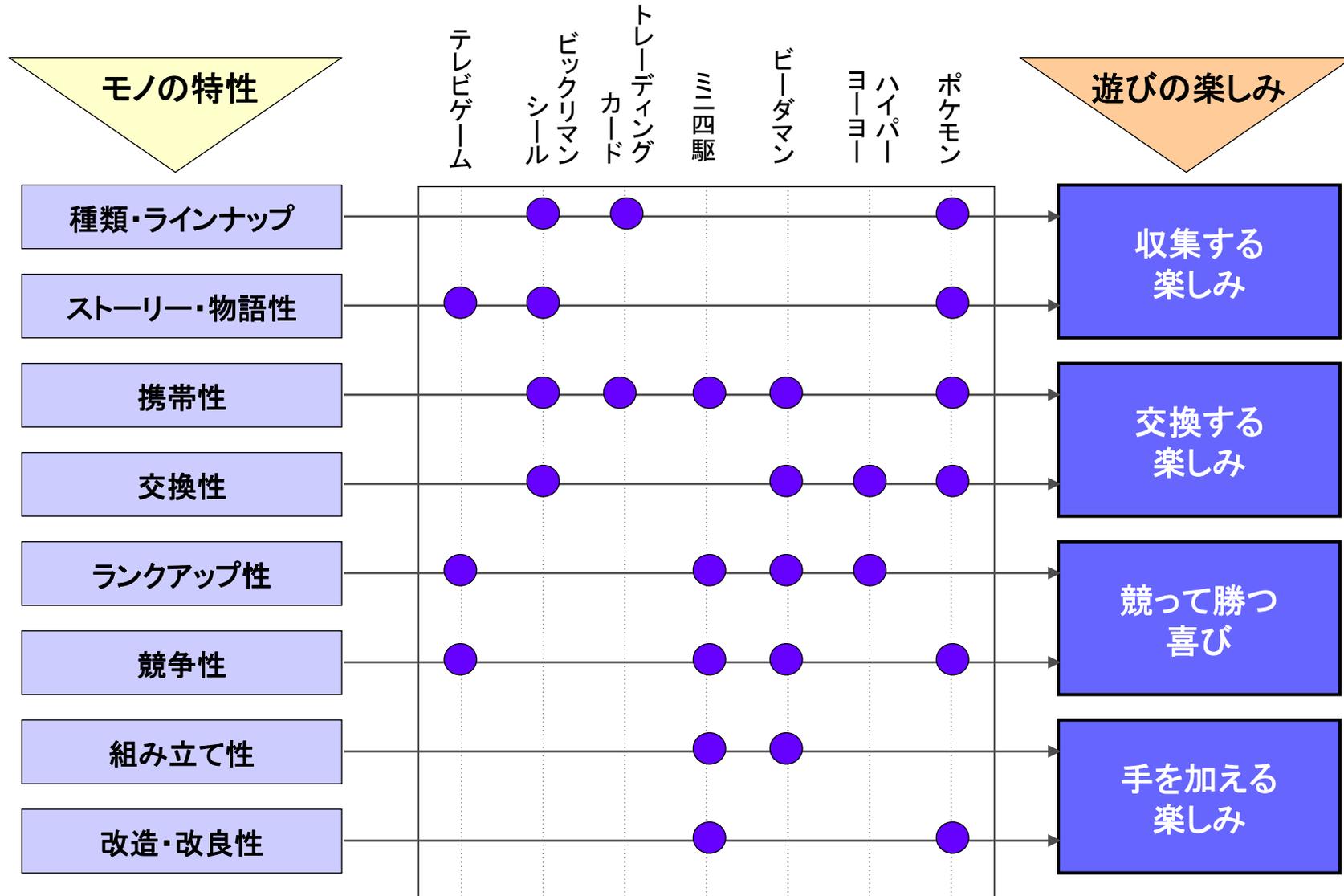
2-1. 現象・ブームとなったモノの特性 ～モノの特性の概要～

現象・ブームとなった商品が備えているモノの特性の概要は、次のようになる。

モノの特性	ターゲットにとっての意味
種類・ラインナップ	対象、キャラクターが多くあり、そのラインナップに対する知識や、収集を楽しむ。
ストーリー・物語性	遊びの物語の場が設定されていて、ストーリーや世界の発見や構成を楽しむ。
携帯性	簡単に持ち運びができ、場所を選ばずにどこでもできる。友達に見せることもできる。
交換性	友達と交換できる。稀少なものと稀少でないものがあり、交換のレートが生まれ、欲しいものが手に入る。
ランクアップ性	テクニックを覚え、上達できる。上達のランクが明確にされていると、目標設定ができ、友達の中での自分を位置づけやすい。
競争性	対戦し、戦うことができる。スーパーカー消しゴムをボールペンで飛ばして競争したように、競って遊べる。
組み立て性	自分の手で組み立てる、あるいは分解することを楽しむ。ビーダマンは組み立て型にすることによって、ブームに火がつく。
改造・改良性	与えられたモノに手を加えて改造する。手をかけて育てる。自分でカスタマイズし、愛着ある自分のモノにする。

2-2. 主な現象・ブームからみた遊びの楽しみ

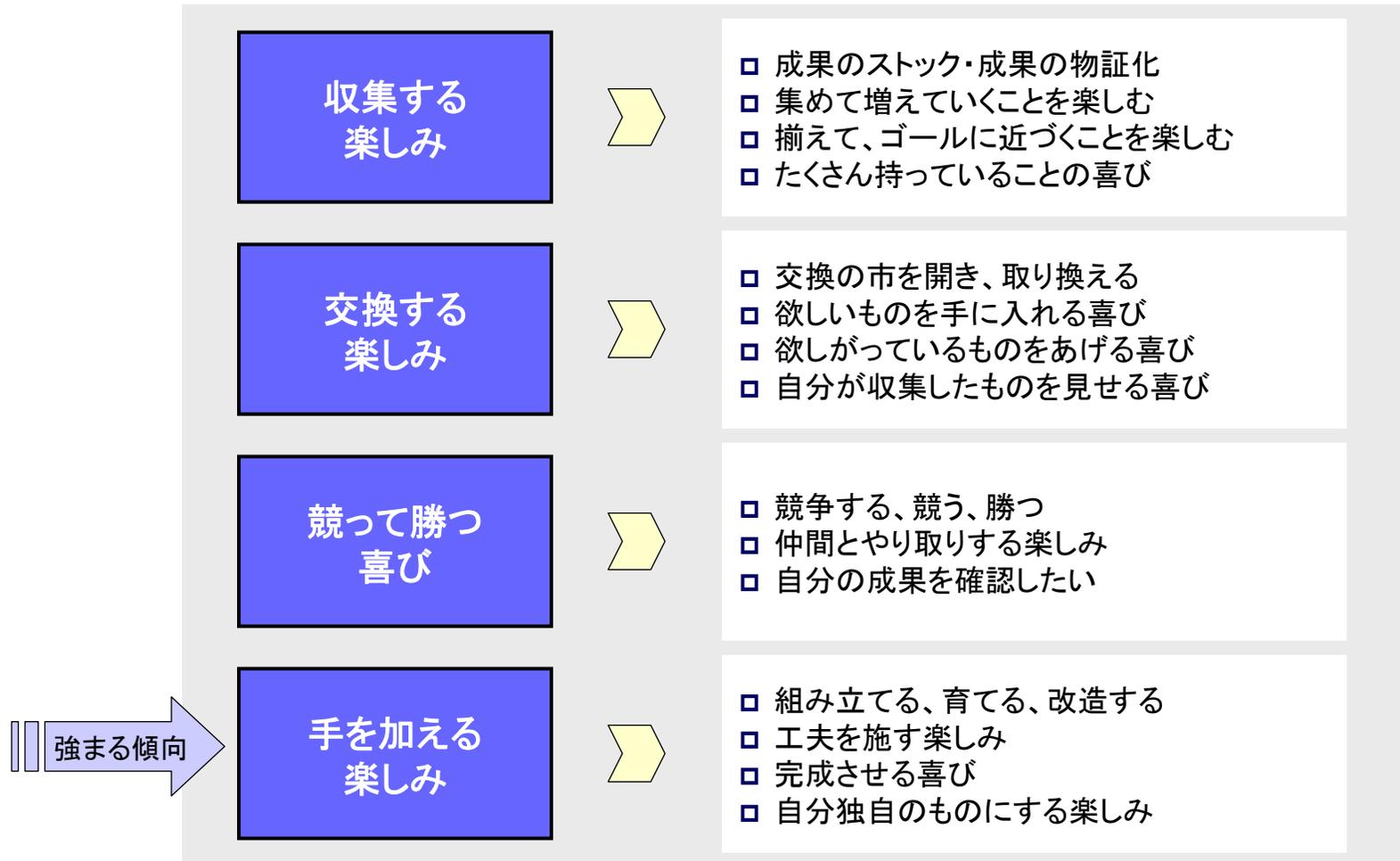
主な現象・ブームは、それぞれ次のようなモノの特性をもっている。そして、こうしたモノの特性は、4つの「遊びの楽しみ」としてまとめることができる。



2-3. 遊びの楽しみの要因 ～ 4つの要因 ～

現象・ブームなどを生み出したモノは、それを使用するターゲットにさまざまな満足を与えているが、そうした遊びの楽しみは大きく次の4つにまとめられる。

このうち、ここ数年で強まった傾向として、「手を加える楽しみ」をあげることができる。

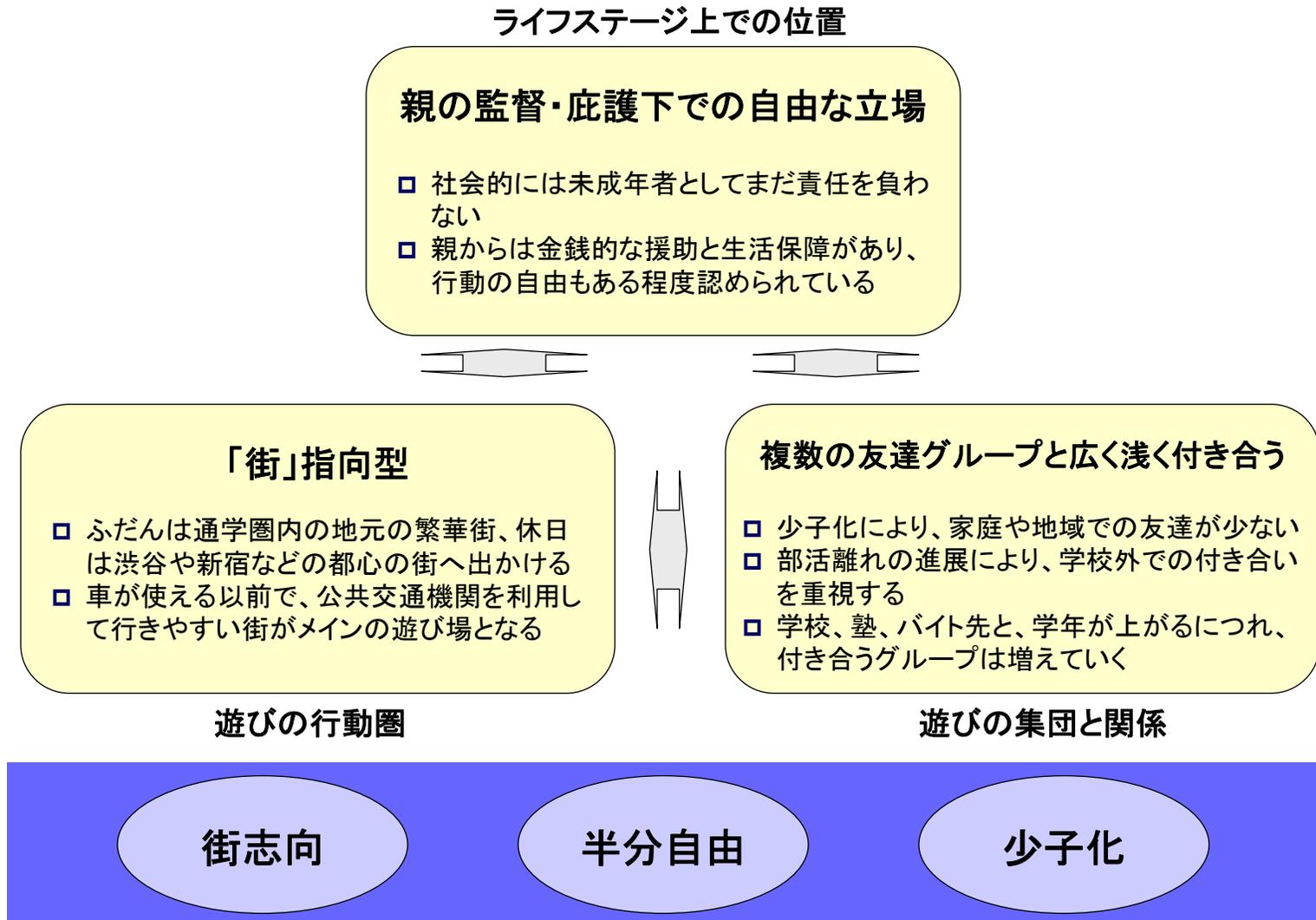


ターゲット
— 女子中高生 —

1. ライフスタイル・価値意識からみた欲求

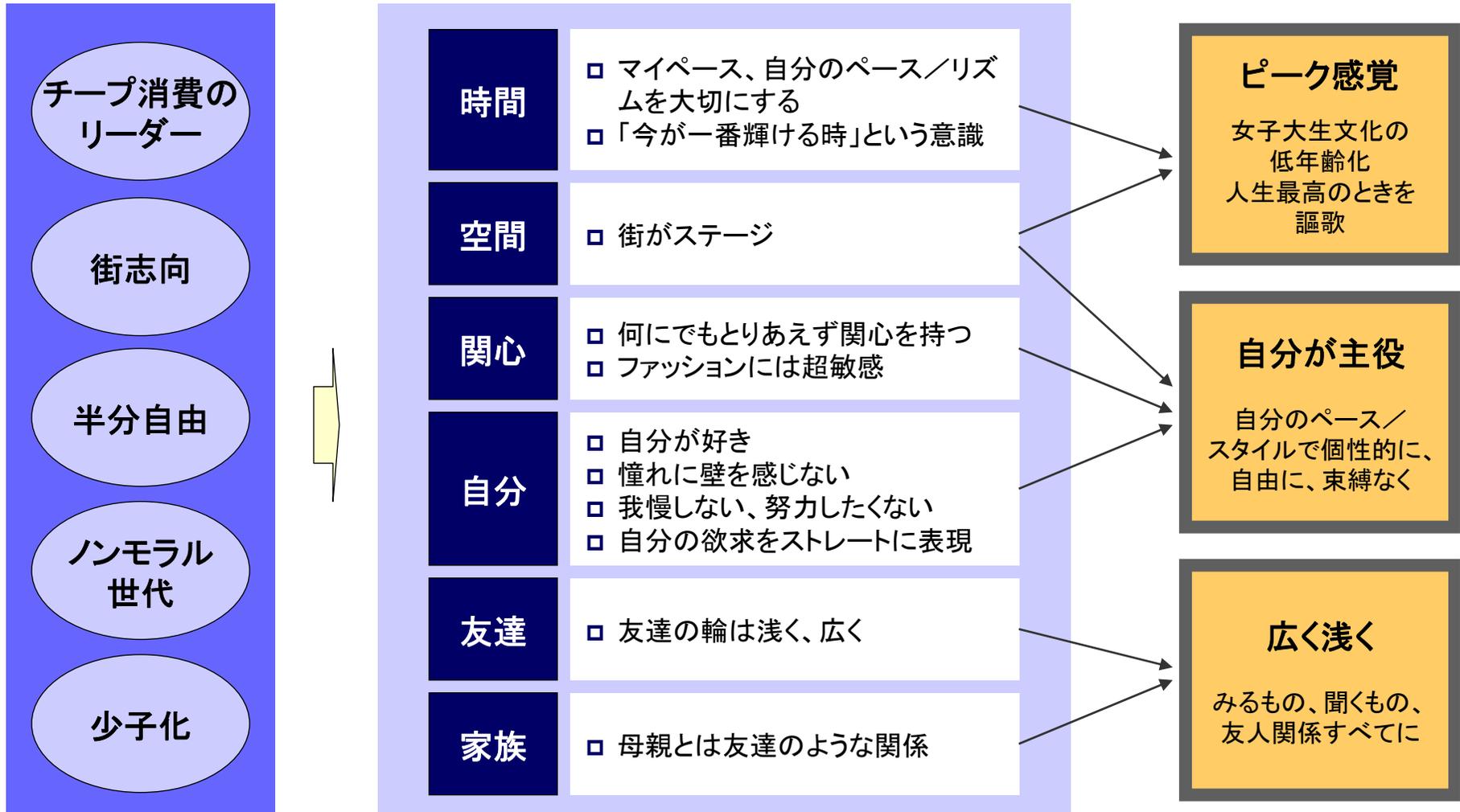
1-1. ライフスタイル・価値意識を規定する要因

女子中高生のライフスタイルや価値意識を規定している基本的な環境要因を「ライフステージ」「遊びの行動圏」「遊びの集団」の3つの領域で捉えると、次のようになる。



1-2. ライフスタイル・価値意識の特徴

ターゲットのライフスタイルや価値意識の動向から、ターゲットを特徴づけるライフスタイルや価値意識のポイントをまとめると次のようになる。



1-3. ライフスタイル・価値意識から導かれる欲求

ライフスタイルや価値意識の根底にある欲求を、生活時間や遊び行動での「行動基準」、心と精神の拠り所となる「アイデンティティ」、遊びで準拠する手段としての「仲間志向」という3つの視点からキーワードにまとめると次のようになる。

ピーク感覚



[行動の基準]

いまが旬

- 今が一番自由で楽
- 世間に注目されてちやほやされるのは今だけ
- 女子高生 = 特権

自分が主役



[アイデンティティ]

セルフ・ラブ

- 今を楽しんでいる自分が好き
- 街というステージでイケてる仲間という自分が好き
- 個性的な自分が好き

広く浅く



[仲間志向]

オープン
ネットワーク

- 広範な交友関係
- 仲間はずれにされたくないから、グループにとけこむ
- 同じグループの中でちょっとした個性演出

2. モノの特性と遊びの楽しみ

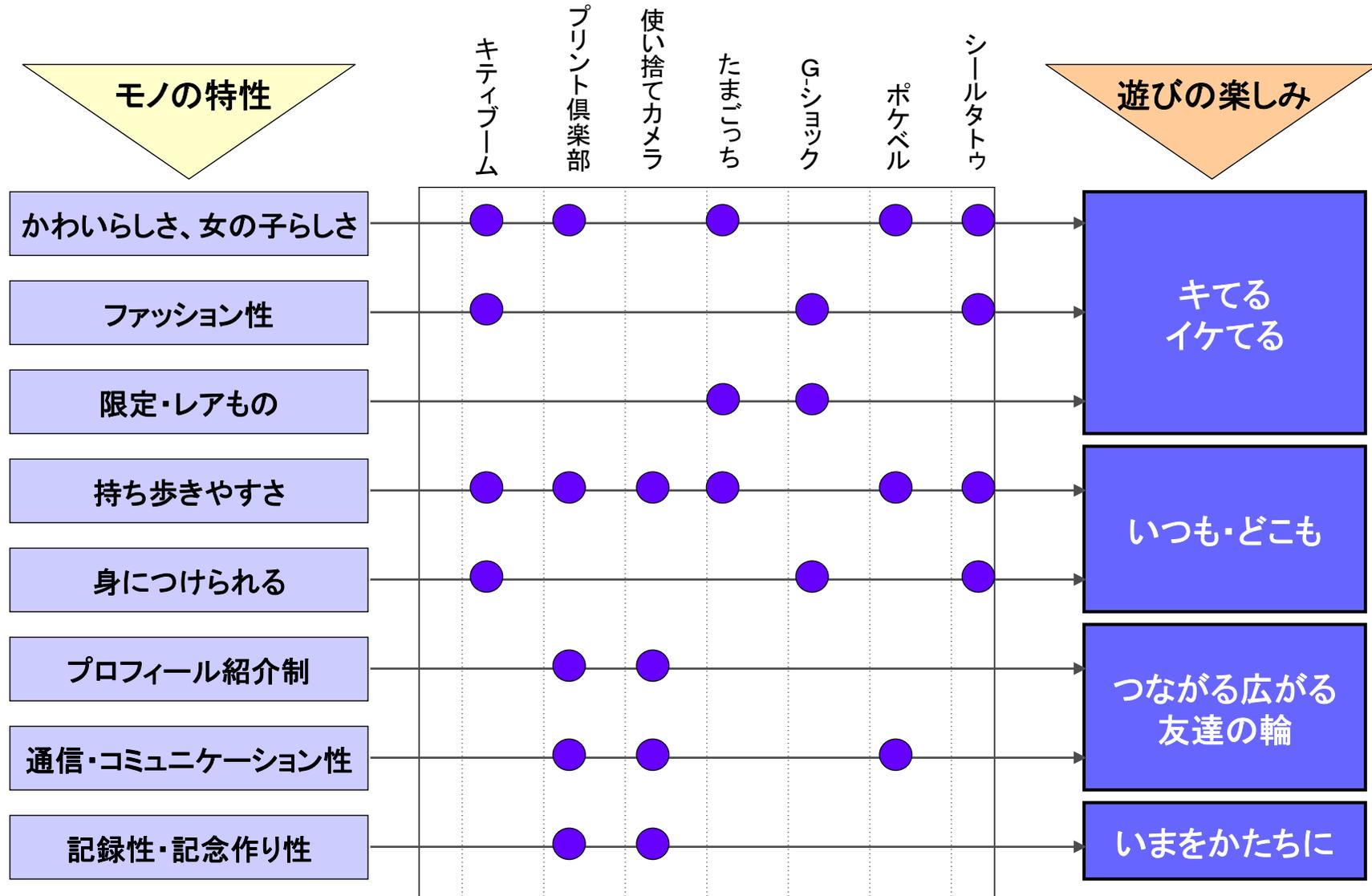
2-1. 現象・ブームとなったモノの特性 ～モノの特性の概要～

現象・ブームとなった商品が備えているモノの特性の概要は、次のようになる。

モノの特性	ターゲットにとっての意味
かわいらしさ、女の子らしさ	キャラクターものやデザイン、色、柄など、かわいらしいもの、女の子らしいものが好まれる。所有することでその世界を楽しむ。
ファッション性	おしゃれなイメージのもの、自分を飾る、キレイにみせるためのもの。それによって時代の先端にいるという気分を楽しむ。
限定・レアもの	簡単に手に入らないもの、レアものに価値を見出す。それを所有することが周囲との差別化につながる。
持ち歩きやすさ	どこでも持ち運べることによって、いつでも好きなときに使うことができる。
身につけられる	いつも身につけているという安心感、親近感がある。同時に、周囲の目を引くことができ、自分の存在をアピールできる。
プロフィール紹介制	名刺代わり、プロフィール代わりに使えて、自分を知ってもらえる。友達作りに役立つ。
通信・コミュニケーション性	仲間との連絡やコミュニケーションを円滑にする。時間や場所を選ばずに使うことができる。
記録性・記念作り性	楽しい時間、仲間との思い出を記録し、記念に残すことができる。記憶ではなく、形(モノ)として残すことができる。

2-2. 主な現象・ブームからみた遊びの楽しみ

主な現象・ブームは、それぞれ次のようなモノの特性をもっている。そして、こうしたモノの特性は、4つの「遊びの楽しみ」としてまとめることができる。



2-3. 遊びの楽しみの要因 ～ 4つの要因 ～

現象・ブームなどを生み出したモノは、それを使用するターゲットにさまざまな満足を与えているが、そうした遊びの楽しみは大きく次の4つにまとめられる。

