

日本における ケータイと若い女性

台湾 交流協会にて
2006年11月18日
日本大学 根本忠明



自己紹介

- 根本忠明(Nemoto Tadaaki)
1945年生まれ (「団塊の世代」の少し前の世代)
Dankai No Sedai (1947 ~ 1949)
- 学 歴
 - ・慶応義塾大学 工学部 **応用化学科**卒業
 - ・慶応義塾大学大学院 工学部 **管理工学**専攻博士課程
- 職 歴
 - ・青山学院 **理工学部** 経営工学科 15年間勤務
 - ・和光大学 **経済学部** 経営学科 10年間勤務
 - ・日本大学 **商学部** 経営学科 10年間勤務

私の研究テーマ

日本企業における IT の活用

- ・日本の大銀行におけるATM活用
- ・日本企業のITの戦略的活用(SIS)

社会・企業における IT の利用と影響

- ・電子ペット「たまごっち」の普及過程
 - ・ソニーの携帯音楽プレーヤーでの戦略的敗北
 - ・eビジネスにおける先発優位と後発優位
- [アジアにおける ITの利用と普及\(今後のテーマ\)](#)

本日の講演テーマ

女性が、日本の消費文化を支え、創造している

10代(ギャル)から60代(還暦ギャル)まで
世界で一番、「消費生活を楽しむ」にお金を使う女性

若者が、世界最先端の携帯電話を駆使

第三世代携帯が、世界一の普及率
(携帯電話全体に占める比率90%)

メール、カメラ、音楽、TV、インターネット、電子マネー-他

若い女性が、新しい文化・消費生活を創造

新しい旅の創造 日本再発見、街づくり

新しいコミュニケーション 女性文字の創造

新しいファッションの開拓 普段着のブランド

世界が「現代の日本社会」に関心
- 台湾での日本ブーム -

• 日本でも注目、哈日族 (ハーリーズ)

日本大好きな若者。

台北の西門町が情報発信源。

日本製のPHS普及に貢献 ?

日本の最新事情は、ネットで入手。

• 日本の韓流ブームに、韓国が関心

日本市場、日本人観光客に注目

世界が「現代の日本社会」に関心
フランスで、日本が大ブレイク

• 2006年JAPAN EXPO (第7回)、

空前の盛り上がり、6万5千人が入場。

• フランスの若者に

・漫画、ファッション、寿司、囲碁他が人気。

・若い女性のファッションに、関心。

・現地人向けの寿司店が、数百件。

(背景に、「フランス人の食生活」の変化)

世界が「日本の現代社会」に注目
—米の女の子が日本アニメに関心—

- 2002年11月、米で「**少年ジャンプ**」発売。
アメリカで漫画ブームに火をつける。
- **女の子の読者**が増えている。
ソフトなタッチのまるっこい、
かわいいキャラクターが人気
女性作家による青春漫画が、*Cool*
(**素敵、かっこいい、かわいい**)

「疎外されてきた日本女性が元気」
- 日本の消費社会を理解するキーワード -

女性がレジャー・健康・衣食・文化に影響

芸術・観光・大学・ブランド品・健康・美容、他
グルメ(和食回帰)、温泉(露天風呂)、旅行(国内・海外)
高額白物家電(大型薄型TV、食器洗浄機、HI器)

女性による既存の社会規範の無視

熟年離婚、晩婚化、服装(ミニスカート)、煙草、...

人口減少化が女性優遇化へ拍車

「女性優遇」が国家至上命題、法律改正
子育ての優遇措置、職場待遇(管理職)の改革、
保育園・幼稚園の改革

「日本人の旅」を変えた女性

－アンノン族と還暦アンノン世代－

- アンノン族(1970年代～1980年代始め)
若い女性が、旅行情報誌を片手に個人旅行
「忘れられていた日本」の再発見、
小京都、郷土の名物、温泉他
女性に魅力ある街・地域起こし(馬籠・黒川温泉)へ
- 還暦アンノン世代(還暦ギャル)
元祖アンノン族が、日本の消費社会を変える。
可処分所得と自由時間の多い世代
お金を使いたいトップは 国内旅行 と海外旅行
還暦ギャルが、ブーム創造(冬ソナ、マツケンサンバ)

若い女性が日本のファッションを変える

－東京ガールズ・コレクション－

- NHKスペシャル(2006年9月24日放送)、
「東京カワイイ ウォーズ」が、「東京ガールズ・コレクション」を取り上げ、話題に。
- 渋谷系ストリート・ファッション、渋谷109
リアル・クローズ(Real Clothes)がテーマ
- 若い女性の瞬間消費行動スタイルが、
ファッションの世界を変える

社会 - Society -

2006年9月24日(日)午後6時~6時49分
総合テレビ

「東京カワイイ★ウォーズ」

社会部

番組予告動画を見る

■ 大人気のガリスマモデル「エビちゃん」。販売絶対調のファッションビル「渋谷109」。2万人近い女の子が熱狂するファッションショー「東京ガールズコレクション」…。いまファッション界で人気を集めるものに共通するのは女の子たちの「かわいさ」という声だ。

製品の品質やブランドのネーム(リニュー)、「かわいさ」と感じたものをその場で消費するようになった女の子たち。そんな女の子たちが消費者代表となったファッション業界では、いま、長年の作り方や売り方を根本から問い直すような実証が始まっている。アパレルのブコを排除して企画されるデザイン。年々短くなる流行サイクルに対応するための速いスピード生産。実際の店舗を持たず、24時間女の子の消費をキャッチするネット販売の出現…。こうした動きに対応できなかったら、たとえ老舗といえども生き残りは困難。数々のアパレルの名家が、いま女の子たちの「かわいさ」といって評価を求め始めた。

番組では、急成長する携帯アパレル販売、人気のエビちゃんに再生を託す老舗、絶対調の渋谷109の裏側など、消費者と向きあふと日々結集するさまざまなファッションの現場を取材。さらに副都心界が一丸となって行うジャンルファッションウィークの動きなどを紹介する。

keyword 番組キーワードピックアップ

・エビちゃん ・モデル ・渋谷109 ・ファッション






蛸原友里 - えびちゃん
一等身大の超人気モデル



「新しい若い女性ファッション」 の流行を支えているもの

- **今を生きるリッチな若い女性**
今を生きる、リッチな感性(かわいい)、
欲しいものはスグ手に入れる、そのために働く、
世界一(?)、欲しい物(食事、衣料、旅行)にお金を使う女性
生活に必要な経費(食費、住居費、交通費等)は、親持ち。
- **等身大のリッチさへ(「背伸びしたリッチさ」からの脱却)**
「高価な欧州ブランド」から、「手頃な価格の普段着のブランド」へ
等身大の人気女性モデル
蛸原友里、押切もえ、山田優
- **ケータイの駆使**
新しいコミュニケーション・ツール(音声、メール、画像、動画)
新しい友人関係の創造、
口コミで、流行を創造

日本の携帯電話とネット・ビジネス ーモバイル・ビジネスー

- **日米のネット・ビジネス(電子商取引)の相違**
 - ・ 90年代のアメリカは、パソコン中心
 - ・ 21世紀の日本は、ケータイ中心
- **モバイル・ビジネスの成功例**
 - ・ 着メロ 1998年に、大ヒットする。
 - ・ 音楽配信 2004年11月、着うたフル発売。
 - ・ 電子マネー 2006年1月、モバイルsuica

女性向け携帯ビジネス

—ゼイヴェルの「girlswalker.com」—

- ゼイヴェル社の「girlswalker.com」。
1日平均5000万ページビュー、
メルマガ登録数900万人以上(2005年2月)
- 2000年6月、girlswalker.comを開始。
- 2002年10月より、携帯通販を開始。
- 2005年8月より、ファッション・ショー
「東京ガールズ・コレクション」を開始。

日本の携帯電話普及の主役は

—若い女性が世界最先端の機器活用を支える—

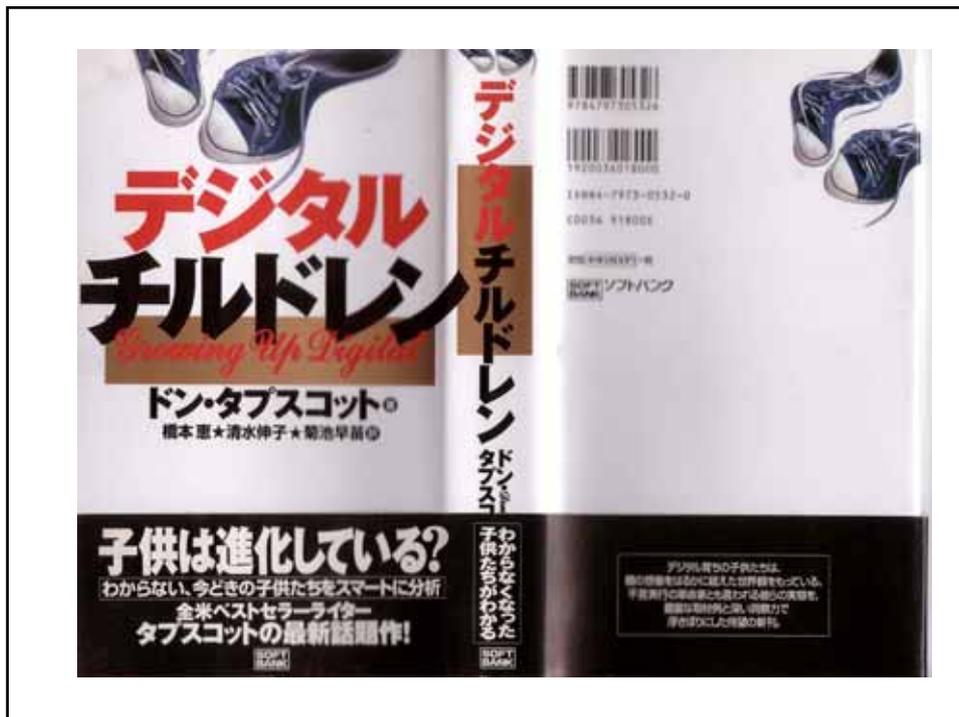
- 1990年代はじめまで、
日本の**アナログ携帯電話(第一世代)**では、世界の後進国。
ビジネス向け、普及が遅れた。**独自規格と規制緩和の遅れ**。
- 1990年代半ば以降
PHSと**携帯電話(第二世代)**が普及、
女子高校生が普及の牽引役、若い世代から普及。
- 2000年代以降(「携帯電話」時代から「ケータイ」時代へ)
iモード(第三世代)の爆発的普及、女性に受けた。
マルチ機能のケータイで、世界最先端の利用形態を誇る。

携帯電話と若い女性との係わり

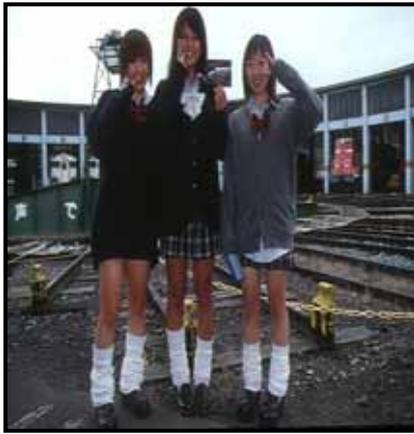
- **日本の若者(女子学生)が元気。**
ギャル、コギャル、子ギャルの登場(1990年代半ば)
既存社会から逸脱、しかし、経済的にリッチ
新鮮な感覚で、時代を先導、行き過ぎも
既存社会から「はみ出した者」が、目立つ存在に。
- **新「文字文化」(女性文化)を生み出す主役**
「携帯電話」(将来、死語へ) から 「ケータイ」へ
Telephone Mobile
「ケータイ」は、最先端 IT 技術の塊。
最先端商品が、消耗品として扱われる
メールの顔文字ギャル文字火星文で、
仲間とのコミュニケーション

「パソコン」から「デジタル・メディア」の時代へ

- パソコン時代(1980年代)の主役は、
 - 職場のエンドユーザー(パソコンで仕事する人)
 - 計算のため、仕事のために利用する人
- デジタルメディア時代の(2000年代)主役は、
 - 職場以外での、若者、子供、女性等
 - メディア(プレーヤ、カメラ他)として楽しむ若者
 - パソコンは、デジタルAVプレーヤーへ変身
- デジタル・チルドレンの登場、
 - マテリアル・チャイルド、ポケベラー他



ギャルの写真



ギャルの発見

一九八〇年代半ば以降の日本、特に東京を代表とする大都市では、かつてみられなかった若い世代による新しい現象、行動や価値基準が目立つようになってきた。それをおおさげばに分類してみると、次のようになる。

【贅沢志向】

財テクや高級ドイツ製自動車などに代表される贅沢さ、拝金思想とも言っべきお金第一主義が蔓延している。

【見栄の価値】

高価なブランド商品やリゾート生活を息榮に支配された社交力を得ている。恋愛の場の演出も、金をかけねばならない時代である。

【夜間生活の拡大】

深夜まで続く繁華街の賑いととも、コンビニエンス・ストアの伝染病のような爆発的な拡大など、夜間ビジネス、夜間生活が拡大している。

【かわいい仕上げ】

ちびまる子ちゃんやクレーンやトマト銀行などのように、商品や企業が新しいデザインとでもいうべき「かわいい仕上げ」によって力を得ている。

【おしゃれという生き方】

新しい服ばかりでなく、新しい生き方を「おしゃれ」としてはやす傾向がある。フリーアルバイターなどの新しい労働までもが「おしゃれ」と、されている。

【物語という付加価値】

若い世代のみならず旧世代までも巻き込んで、パレンクインデーやクリスマスライブ、誕生日などを新しい意味を持ち始め、そこにまた、新しいビジネスが生まれている。



ヤマンバ・マンバ

- ギャルの特殊発展例 -

- **ヤマンバ**

語源は山姥(やまんば)。
ガングロの化粧に加えて髪の毛を脱色、または部分的な着色・脱色をしたメッシュを施し、乱れたように形作った髪形である。

- **マンバ**

2003年から現在まで継続しているギャルファッション。
ヤマンバが進化したもの。顔の色は更に黒く、目元及び口元を主に白系のファンデーションで化粧している。



若者(女学生)のメディアへの感性の変化

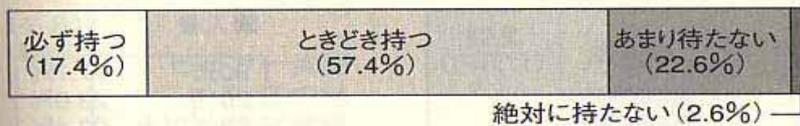
- **若者(女学生)のメディア感性の変化が、**
デジタル・メディアのあり方に影響する。
(日本の場合、若者の変化が先行した)
- **1980年代以降、**
若者(女学生)のメディア感性が大きく変化。
 - 文字の書き方(表現法)の変化、
 - 音楽の楽しみ方の変化、
 - 写真の楽しみ方の変化、
 - 仲間とのコミュニケーションの変化

若者(女学生)、どこでも写真

写真を交換、コミュニケーション手段

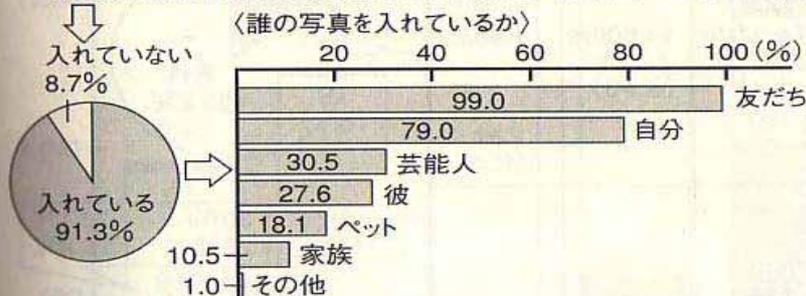
- **レンズ付きフィルム(使い捨てカメラ)**
 - 1986年7月発売、若者に大ヒット。
- **プリント倶楽部**
 - 1995年7月登場、「プリクラ・ブーム」。
 - 女子学生から普及。「シールの交換」へ
- **デジタルカメラ・カメラ付携帯**
 - デジカメの写真を見て、友達と楽しむ。
 - 低価格デジタルカメラ、市場2割を占有。

■ 図表I-24-17 女子高生とカメラ携帯



■ 図表I-24-18 女子高生と写真携帯

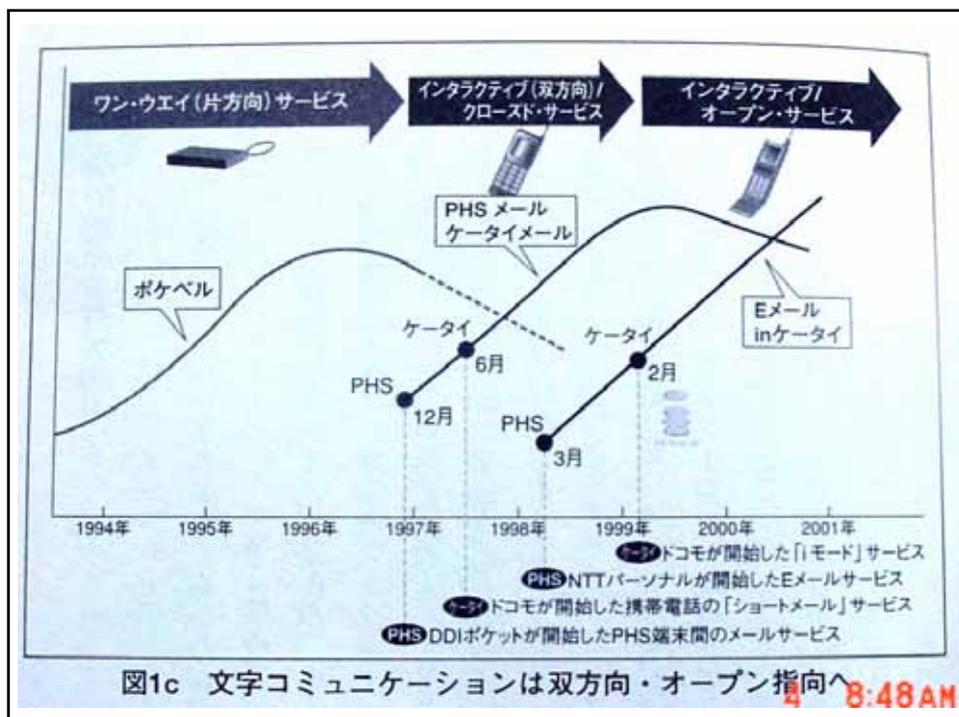
(「手帖・定期入れ・財布に写真を入れていますか」/プリクラシール・プロマイド含む)



〔図表I-24-17~18 コニカ(株)97年7月「当世写真事情/女子高生と写真」を元に作成〕

日本の女学生と電話の略史

- **コードレス電話の革命**
 - 1980年登場、自分の部屋(子供)で電話。
- **ポケベル(传呼机)革命**
 - 1993年頃から、第一次ブーム。
 - 1995年頃から、第二次ブーム。
- **PHS・携帯電話ブーム**
 - 1995年頃から、ポケベルから移る。
- **ケータイ・ブーム (親指族)**
 - 2000年頃から、携帯電話からケータイへ
 - 音声会話から、文字会話(メール、ギャル文字)へ



ポケベル(ハンディ・传呼机)革命

• 第一次ブーム

– 1993年、大ブームとなる。

– **ビジネスマン**用途から**女子高校生**用途へ
– **ベル暗号の創造**、普及。

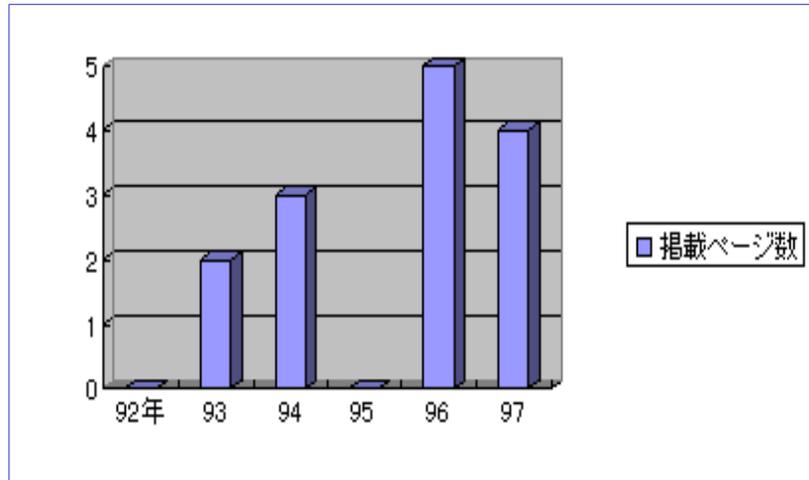
• 第二次ブーム

– 1995年、大ブームとなる。

– **フリーワード**等の活用、**片手親指入力**。
(後の「**親指族**」と呼ばれる前身)



ポケベル関連記事掲載量(プチセブン、97年5月まで)



ポケベルの主役が10代へ

- ダイヤルをすると「話し中」信号が聞こえ、呼び出せないケースが目立ち始めたのは1995年に入ってから。トラブルの時間帯はNTTが9～10時、TTM(東京テレメッセージ)が10～12時が多い。「フリーワード」入力が1994年末から1995年始めに相次いで発売された。各社ともこの一年の新規加入者は10代～20代の若者になった。東京テレメッセージでもこの半年間の新規客の8、9割が10代だった。
(朝日新聞 1995.7.14朝刊 1面)

ベル暗号の登場

(数字が暗号文)

暗号のサンプル

- 原文 = オハヨウ 暗号文 = 0840
- 原文 = サミシイヨ 暗号文 = 33414
- 原文 = アイシテル 暗号文 = 114106
- 原文 = シブヤ(渋谷) 暗号文 = 428
- 原文 = マルイ 暗号文 = 0101
(丸井のマーク)

「ベル友」の登場

• ベル友とは

「顔も声も知らず、性別・年齢を問わない、

ポケベルだけでつながる交友関係」

• 「ベル友」の作り方

・個人情報誌で「ベル友」を募集(ポケベル番号を掲載)。

・公衆電話から勝手な「ポケベル番号」を入力。

見ず知らずの相手から、連絡がある。

相手と気が合えば、「ベル友」となる。

「ベル友」から「援助交際」も

- 援助交際とは

日本の若い女の子が行う、自発的な売春行為。

当初は、性行為は伴わない金銭目的の交際。

1996年の「流行語大賞」に選ばれる。

- 援助交際の方法は

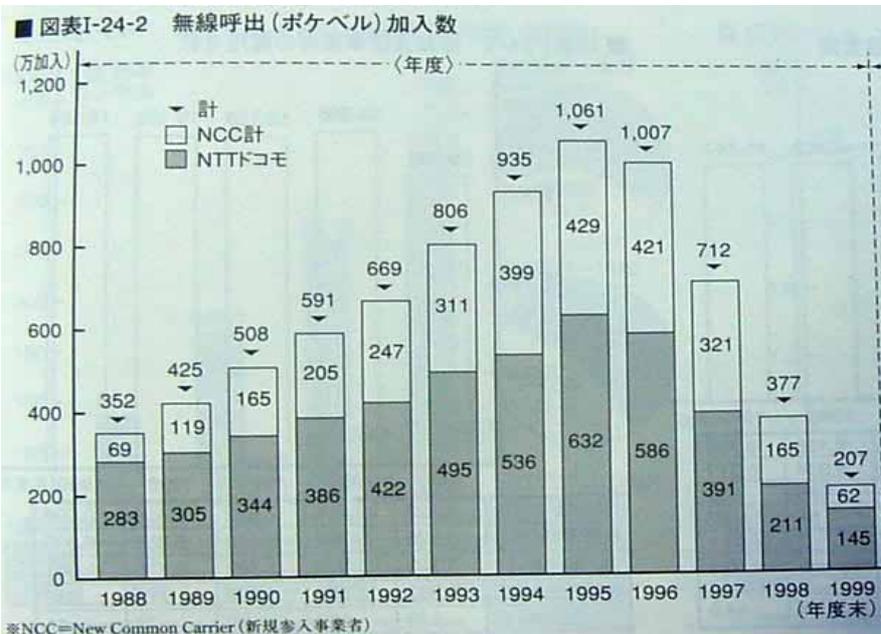
・ 個人情報誌、ダイヤルQ2、出会い系サイト他で、
相手を探す。

・ ポケベル、携帯電話で、相手と接触。

・ 「カラオケや食事を一緒に」という約束で、始まる。

女子高校生に見放され、 ポケベル会社の倒産

- 1993年頃、ポケベルの第一次ブーム
- 1995年頃、ポケベル大ブームとなる
女子高校生の需要に供給が追いつけず。
急遽、設備投資を急ぎ、開始。
- 1995年頃、PHS、携帯電話が関心集める
女子高校生の、ポケベル離れが急増。
- 1999年、ポケベル会社が相次ぎ倒産。
(通信会社の倒産は、前代未聞の出来事)



PHS (ピーエイチエス) Personal Handy-phone System

- 1995年、日本でサービス開始。
1990年代後半、アジア地区に普及。
世界で2005年6月約7980万台(中国7000万台)普及。
- 日本での呼び方 「**ピッチ**」
ビジネス関係者の「フォス」は、普及せず。
若者間での「**ピッチ**」が、一般化。
- 中国での呼び方 「小靈通」(XIAOLINGTONG)

PHSの歴史

- 1995年 PHSサービス開始
- 1996年 PHSのメールサービス開始
- 1997年 PHSの売り上げ最高に
若者の間でメールがブームに
- 1998年 業者間のメールのメッセージ
交換開始
(携帯会社間での通話可能)

親指族の急増

ケータイで、どこでもメール

- 「**親指族**」とは、
親指で携帯のメールを素早く入力する
若者をいう。
- 1999年、iモード(第三世代携帯)のサービス開始。
「**ケータイでメール**」をキャッチフレーズ。
女子学生のメール利用が急増。
- 2000年夏、「**親指族**」という言葉が、流行。
歩行中、電車内、待合せ場所でメールをする。

メールと「顔文字」(各国の)

- 日本 顔文字、ギャル文字、ヘタウマ文字
Japanese Smile
 - 美国(アメリカ) Smily, Ecomotion
 - 韓国 イモティコン、外界語
 - 台湾 火星文
-
- 技術 絵文字、ASCII Art、アスキーアート

顔文字とは(日本)

読み	顔文字	読み	顔文字
あ	(・_・ゞ-☆	ぐす	(/_;)
あいた	(>_<)	げ	(*_*)
いか	<:ロミ	さかな	<+)><<
いやいや	(;_;) (;_;)ヤンヤン	さむい	{{ (>_<) }}
え	(?_?)	さよなら	(^_^)/^^
えへん	(^-^)	しくしく	(; ;)
おーい	(^o^)/	すみません	<(_ _)>
おねがい	<m(_ _)>	たばこ	(-.-)y-^^^
がんば	p(^)q	ちゅ(* ^)(*^-^*)ゞテへへ	
かんばい	(^_^)/□☆□\(^_^)	なく	(T.T)
ぎく	(-.-;)	にこ	(^^)
きよる	(((..) (..)))	ねてる	(-_-)zzz
ぐー	グー(^-^)ε"	ばいばい	(;_;)/^^^

評判の悪い顔文字

- 美国 米Vault.com調査、2000/7/4
ビジネスマンに不評
- 韓国 朝鮮日報の記事、2005/01/10
「ネットの言語破壊が深刻」
「おF_しち 口っ双ヴ ...」
- 台湾 『中国時報2006.01.24』
「火星文命題不公 家長喊送分」



ギャル文字とは

- **ギャル文字**(ギャルもじ) 携帯電話のメールなどで文字を分解して表現した文字。
「へた文字」とも呼ばれる。
- 主に使われるのは**ひらがな**や**カタカナ**。
一部の漢字もある 偏と旁を分解して表記したり、アルファベットも変換するなど、その表現は多岐に渡る。
- 手書き文字にも角ばった独特の筆跡で書くことが流行っているが、このような字をギャル文字という場合もある。

ギャル文字の例

- **かな文字** おはよう: オ(よ_0う)
- **あ**: あ・ア・了
- **い**: い・イ・レヽ・レ)・レ・Lヽ・Lヽ・vヽ
- **う**: う・ウ・ウ・ヴ
- **え**: え・エ・之・工・丄
- **お**: お・オ・オ・汚

メールとギャル文字

- 社会でのギャル文字の認知 2002年頃から。
ギャルを中心とする女子中高生の間の携帯
電話メールのやりとりで、使われ始めた。
- 「会話が親や他人に読めない、ばれない」
「仲間内だけのコミュニケーションができる」
など、思春期の心理と合致した。
- 視覚的な面白さを感じさせるなどして、
瞬く間に広がった。

顔文字・ギャル文字 の作成・変換サービス

- ワープロ・ケータイの機能
顔文字変換機能付のワープロ・ケータイ
ギャル文字への変換付辞書
- ネット上の支援サイト
「顔文字の紹介・作成」サービス、
「ギャル文字に変換」サービス

マンガ文字、丸文字の登場 平安朝以後、初めて少女が新文字を創造

- 研究: 山根一真著、
「**変体少女文字の研究**」、1986年
- 平仮名: 平安時代に女性が創り出した日本文字。
 - ひらがなは、平安時代の変体少女文字であった。
- 教祖?: 水森亜土(1939年生まれ)、イラストレーター
 - 「亜土言葉、亜土文字、亜土イラスト」(1965年頃?)登場、
 - 少女達の支持を受ける。
- 普及の歴史:
 - 昭和47年(1972年)頃に、萌芽しはじめた。
 - **昭和49年(1974年)には、全国的に誕生していた。**
 - 昭和53年(1978年)頃から、猛烈に普及し始める。

変体少女文字の研究・紹介



口コミの影響力

- TV時代からネット時代へ
 - ・ 商品・流行の売れ筋の変化
 - ・ 国境を越えたブームを生起
- TV広告等マスコミの影響力の低下
メール仲間による
「口コミ」の影響力拡大
- 「口コミ」と「ケータイ」と「インターネット」
ケータイとネットが「口コミ」の影響力拡大