

報道関係者各位

ウォルト・ディズニー・ジャパン株式会社

## Disney mobile

### 新機種『DM002SH』を6月7日(土)発売開始

～シンデレラをモチーフにしたフェミニンでエレガントなジュエリー携帯～

ウォルト・ディズニー・ジャパン株式会社(本社:東京都目黒区、代表取締役社長:ポール・キャンドランド、以下、ディズニー)は、ディズニーが始めた新しい携帯電話サービス「ディズニー・モバイル」の新機種『DM002SH』を6月7日(土)から発売いたします。今回の新機種は、ディズニーの不朽の名作「シンデレラ」をモチーフにした、ジュエリーのような外観が特徴的なエレガントな携帯電話機です。端末デザインから魅力あふれるコンテンツまで、ディズニー・モバイルならではの洗練された女性らしさや楽しさを提供します。

また、1機種目『DM001SH』の販売好調を受け、ディズニーは6月7日(土)より流通網を約33%拡大して約4,000店舗にします。さらに、Disney Webの強化による新規コンテンツの提供や、ディズニー・モバイルの世界を体験できるタッチ&トライイベントなども積極的に展開する予定です。なお、ご好評を頂いておりますDM001SHは今後も販売を継続します。



新機種「DM002SH」

©Disney

## DM002SH について

### 製品コンセプト

#### 20～30 代の女性のキラキラしたライフスタイルをサポート

今回発売する DM002SH は、20～30 代の女性の方が毎日楽しく過ごしていただけるよう、ディズニーの不朽の名作「シンデレラ」をモチーフにシャープ株式会社とともに開発しました。エレガントで洗練されたジュエリーのようなデザインの端末と充実のコンテンツは、大人の女性に毎日のライフスタイルをキラキラと演出する魔法の輝きをお届けします。

### DM002SH の特長

#### 洗練された外観デザインに女性らしさと高機能を搭載

DM002SH の最大の特長はその外観デザインです。ラグジュアリーなブリリアントカットを施したジュエリーのようなデザインは、持つ人のファッションセンスをさりげなく主張します。電源を入れると映し出されるシンデレラの映像や、チャーム・デザインの操作画面など、フェミニンなイメージで統一しています。また、今回の端末の世界観を伝えるオリジナルムービー“Charming Dream”や、シンデレラをテーマにした様々なコンテンツを多数内蔵しているほか、発売開始の6月7日(土)からは、期間限定のシンデレラのスペシャルサイトを Disney Web 上に開設し、操作画面に出てくる 12 のチャームを集めて舞踏会に参加するスペシャルイベントなどを行います。

また、DM002SH はデザインだけでなく利便性にもこだわり、洗練されたスリムなフォルムでありながら携帯電話機としての機能も充実しています。2.6 インチワイド QVGA の液晶でクリアな画面を楽しめるワンセグを搭載するほか、快適な Web ブラウジングやコンテンツダウンロードを楽しめる「3G ハイスピード」に対応しています(詳細は別紙 1 をご覧ください)。

#### ●魔法の輝きを生む高級感のあるデザイン

DM002SH の外観の特長はラグジュアリーなデザインです。ガラスの靴のように透明感あふれる外観は、ジュエリーのような高級な質感を演出し、コンテンポラリーなライフスタイルにマッチします。カラーバリエーションは Clear Crystal、Brown Topaz、Pink Diamond の 3 色。また、外側にはミッキーシルエットのワンポイントをあしらひ、端末操作部のセンターキーにもミッキーのシルエットをデザインするなど、ディズニーならではの遊び心も生かされています。



©Disney

### ●女性の心をくすぐるチャーム・デザインの操作画面“Charms”

操作画面の“Charms”は、女性のファッションアイテムとして人気のチャーム付きブレスレットをテーマにデザインしています。ガラスの靴やかぼちゃの馬車など、シンデレラのストーリーに関連するそれぞれのアイコンからは、メールやカメラなどの機能を起動することができます。また、操作画面には4種類の「きせかえアレンジ(カスタムスクリーン)」が用意され、ユーザーの好みのデザインにカスタマイズできます。きせかえアレンジのコンテンツは Disney Web で随時アップデートされます。



操作画面 “Charms”

©Disney

### ●シンデレラの世界観を満喫できる、オリジナルコンテンツも充実

ディズニー・モバイルでは、日常で使う便利なオリジナルコンテンツを豊富に取り揃え提供しています。DM002SHには、オリジナルムービー“Charming Dream”に加え、シンデレラをテーマにしたものを中心に新デザインの壁紙(7種類)、デコレメールのテンプレート(5種類)やマイ絵文字(10種類)、新TV-CMでヒラリー・ダフが歌うシンデレラの名曲「夢はひそかに」のスペシャル・バージョンなどの着うた®や着信メロディが内蔵されています。また、Disney Web では、新作のデコレメールのテンプレートや素材、フォトフレーム、音楽やTV-CMの着ムービーなどがダウンロードできます。

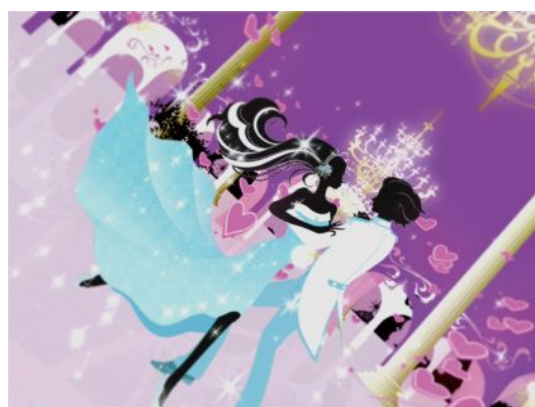
DM002SHの発売日の6月7日(土)からは、シンデレラの物語とリンクしたスペシャルイベント「チャームを集めてシンデレラに魔法をかけて」をDisney Web上で開催します。サイト上で12のチャームを集めると舞踏会への招待状が届き、指定された時刻にDisney Webにアクセス。舞踏会に参加された方には、シンデレラの物語が詰まった特別なFlash®待ち受けをプレゼントします(開催期間:6月7日(土)~7月6日(日))。また期間中は、様々なシンデレラのコンテンツにつながるスペシャルサイトも開設しています。



デコレメール テンプレート



壁紙



内蔵オリジナルムービー “Charming Dream”

©Disney

## 今後の展開について

### 新 TV-CM「シンデレラ」篇、6月7日（土）から全国で放映開始

ディズニーの映像や音楽と、ワールドクラスのアーティストとのコラボレーションをコンセプトに、全米をはじめ世界で多くの女性から支持を集めるヒラリー・ダフを起用したディズニー・モバイルの TV-CM シリーズ。第1弾の「ミッキー」篇では、ヒラリーが「ミッキーマウス・マーチ」スペシャル・バージョンをカバーし、大変話題になりました。



©Disney

DM002SH の新 TV-CM「シンデレラ」篇では、「シンデレラ」の名曲「夢はひそかに(A Dream Is A Wish Your Heart Makes)」を、大人っぽく、現代風にアレンジしたスペシャル・バージョンをヒラリーがカバーします。「シンデレラ」の数々の名シーン映像をバックにヒラリーが登場し、アニメーションの映像に合わせるように、「夢はひそかに」をロマンチックに歌い上げています（詳細は別紙2をご覧ください）。

### Disney Web ポータルサイトの強化

6月1日（日）から、ディズニー・モバイルでは、Disney Web のポータルサイト上のコンテンツをパワーアップします。「ピックアップ」コーナーでは、特に大人の女性の関心が高いショッピングやグルメ、ファッションなどのジャンルを拡充し、これまでの「girlswalker.com」や「じゃらん」、「Tsutaya Online」、「HotPepper」に加え、「楽天市場」や「VIVI」、「Peach John」、「SuperBody」などのコラボレーションサイトを展開しています。また、ディズニー・モバイル独自の視点で旬の話題を提供する「トレンドマガジン」は「ホット★クリップ」としてリニューアルし、さらに充実のコンテンツをお届けします。毎月テーマを設定し、ライターや著名人による特集記事や、グルメ、ファッション、ビューティーなどのカテゴリに合わせた連載企画をお届けします（詳細は別紙3をご覧ください）。

## ディズニー・モバイルの現状について

### 好調な販売実績

ディズニー・モバイルの製品やサービスがお客様から非常に高く評価され、売り上げも好調であることを踏まえ、ディズニーは流通網を現在より約33%拡大します。

ディズニー・モバイルは、既存の携帯電話事業とは異なり、「遊び心のある」、「女性向け」、「今までにない」、「おしゃれなデザイン」などの点が評価され、ターゲットとする大人の女性の方々に「自分のためのケータイサービス」として受け入れられています。

洗練された端末デザイン、「@disney.ne.jp」という独自のドメインやメールを楽しくするオリジナル絵文字、女性向けコンテンツの充実した「Disney Web」など、ディズニー独自の差別化ポイントが、ソフトバンクモバイル株式会社との協業により提供可能となる充実した携帯電話サービスや競争力の高い価格体系に付加されたビジネスコンセプトが、大人の女性に支持されていると考えられます。

事実、当社が実施した購入者アンケート調査の結果では、購入者の約 80%が女性で、その中心はターゲットとする 20～30 代の女性で占められています。具体的な購入理由としては、「@disney のメールアドレスが使える」、「ディズニーの絵文字」「月額情報料なしでディズニー公式サイトを利用できる」「デザインがよい」など、ディズニー・モバイルの提供するユニークで高品質なサービスが上位に並んでいます。

※本書に記載されている会社名および商品・サービス名は、各社の商標または登録商標です。

※Disney Web や Disney Web 上のコンテンツのご利用には別途通信料がかかります。

#### ◆ウォルト・ディズニー・ジャパン株式会社について

ザ・ウォルト・ディズニー・カンパニーは、1959年に現地法人の設立により日本市場に本格参入しました。2000年4月には国内の関連会社を地域本社として統合、2002年8月にウォルト・ディズニー・ジャパン株式会社に社名変更し、東京ディズニーリゾート以外のディズニービジネスを日本で管轄しています。

映画、テレビ、DVD/ブルーレイディスク、音楽、パーク&リゾート、商品、出版、ゲーム、インターネットなど多岐に渡る分野において各事業間の“シナジー”(相乗効果)を強化しながら多角的な事業を展開しています。映画配給部門において2006年度に歴代過去最高の興行収入、255億円の新記録を樹立いたしました。DVD/ブルーレイディスク部門では、2004年より4年連続でメーカーセールス首位を維持しています。また、商品、出版部門では、約500社のライセンスング・パートナーとともに魅力的なディズニー・ライセンス商品を提供し続けています。インターネット事業部門による公式携帯サイト「Disney.jp」は約350万の登録数を誇り、日本最大級の公式携帯サービスの地位を確立しています。テレビ部門では、2003年に「ディズニー・チャンネル」を開局、2005年には2番目のディズニー専門チャンネル「トゥーン・ディズニー」も開局しました。ディズニー・チャンネルは、日本国内で400万世帯のご家庭でお楽しみいただいています。

私どもは、日本の市場と消費者を見据えたマーケティング活動を行い、高品質なエンターテインメントおよび商品の開発とご提供を目指しています。

※ クレジット表記のお願い: 画像をご掲載の際は、©Disney をご記載下さいますようお願いいたします。

※ 別添資料について: 本資料に加え、別添資料を 3 点ご用意いたしておりますので併せてご確認下さい。