

SKYARC Night Seminar

ブログのこれから

2007.6.22

ひらた だいじ



Daiji Hirata, <http://www.daijihirata.com/>

ブログに注目した理由 (2002)

- CMS への、潜在的でかつ強いニーズ
- ネット検索サービスの変化
 - ディレクトリ型からテキスト検索
 - カバレッジの急速な拡大
- 長期的なテクノロジートレンドとの一致
 - 個人による情報発信
 - 情報流通コストの大幅な低下 (ブロードバンド化)



どうしてブログは受け入れられたのか

- CMS への潜在的ニーズの顕在化
- 個人を対象としたコンテキストマッチ広告、アフィリエイト広告の登場
- 高い情報リテラシーを持つユーザー層にアピール



ブログが起こした社会的な変化

- 新しいメディアの出現
- オープン・コミュニケーション



新しいメディアの出現

- インターネットが広告メディアとして認知された時期
 - テレビ、新聞、雑誌、ラジオ、ネット
- 新しい広告手法
 - バナー、検索キーワード、コンテキストマッチ
- ユーザーがみずから作りあげたメディア
 - User Generated Contents, Consumer Generated Media



オープン・コミュニケーション

- 誰でも参加できるコミュニケーションスペース
- レピュテーションの蓄積が可能なブログとの親和性
- オープンなコミュニケーションはネットワークを拡大する



いまブロゴスフィアで起きていること

- ブログのビジネスフィールドへの浸透
- 有カブロガーの出現
 - アルファードブロガーの影響力が増大
- ミニブログに流行の兆し
 - 例えば twitter, tumblr
- クローズド・コミュニケーションへの退避
 - まちがった安全志向になっていないか?



これからやるべきこと

- オープン・コミュニケーションの実践
- ブロードバンドを活かしたサービスへの取り組み
 - 日本は世界で一番進んだブロードバンド環境
- 携帯デバイスとの融合
 - Anywhere, Anytime, Always Connected



ご静聴ありがとうございました

email: dh@uva.jp

web: <http://daijhirata.com/>



Daiji Hirata, <http://www.daijhirata.com/>