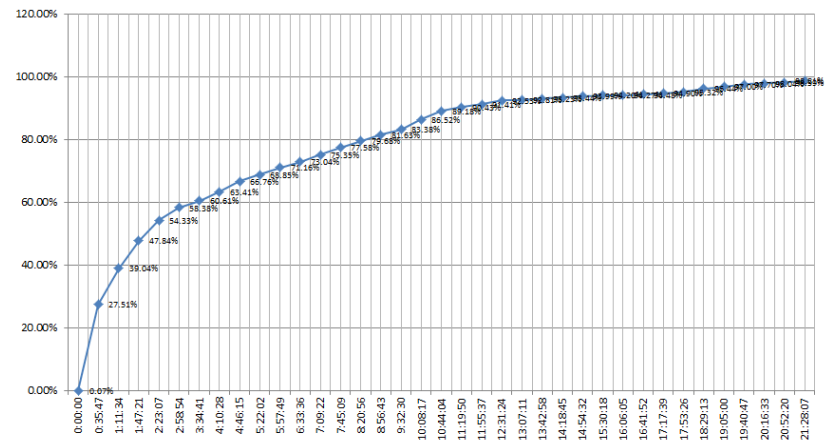




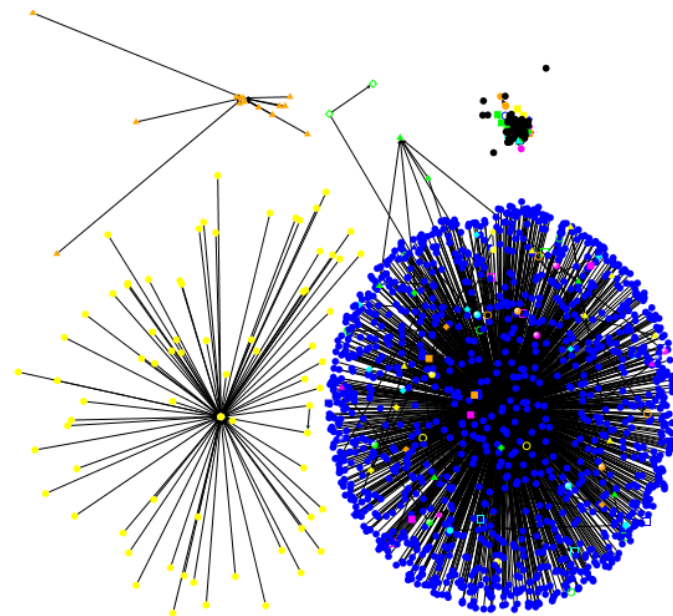
Beyonds Social Layer ～ ソーシャル時代の先を見据えて ～

at 2nd. general meeting of AITC

2011/10/21

System Architect
Kohei Kumzawa

Research Group
Social ICT Business Unit
CAC Corporation



tweetの伝播の様子

本日の講演のテーマ

2015年くらいのネットを使ったサービスの状況について考察してみたいと思います。

1. ソーシャルメディアの普及
2. ソーシャルメディアの効果
3. 出現しはじめているネット上の次の世代のサービス
4. デバイスの進化
5. まとめ

My Profile

職種: ITアーキテクト

名前: 熊澤公平

1987年 東北大学工学研究科博士前期課程修了
同年 株式会社リクルートに入社

- 科学システム事業部に所属
- メディアデザインセンターに異動
- 同社WEBサイトのアーキテクチャ設計

2003年 株式会社シーエーシーに転職

- メディア業界におけるビジネスおよびシステムコンサル

2003年 東京大学工学部システム創成学科 非常勤講師
～2009年 (Javaプログラミング基礎演習)

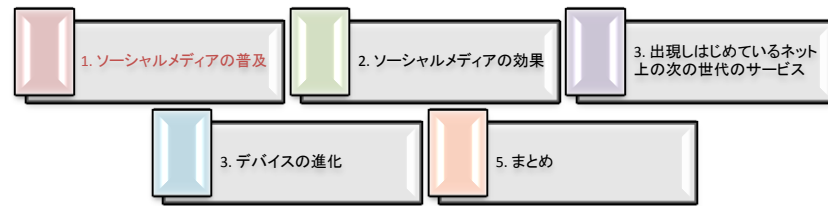
2008年 横浜国立大学工学部 非常勤講師
～2010年 (システムマネジメント)

スパコンの
アーキテクチャ

WEBインフラの
アーキテクチャ

ビジネスとシステムの
アーキテクチャ

<http://www.facebook.com/kohei.kumazawa> AITCで一言いただければ

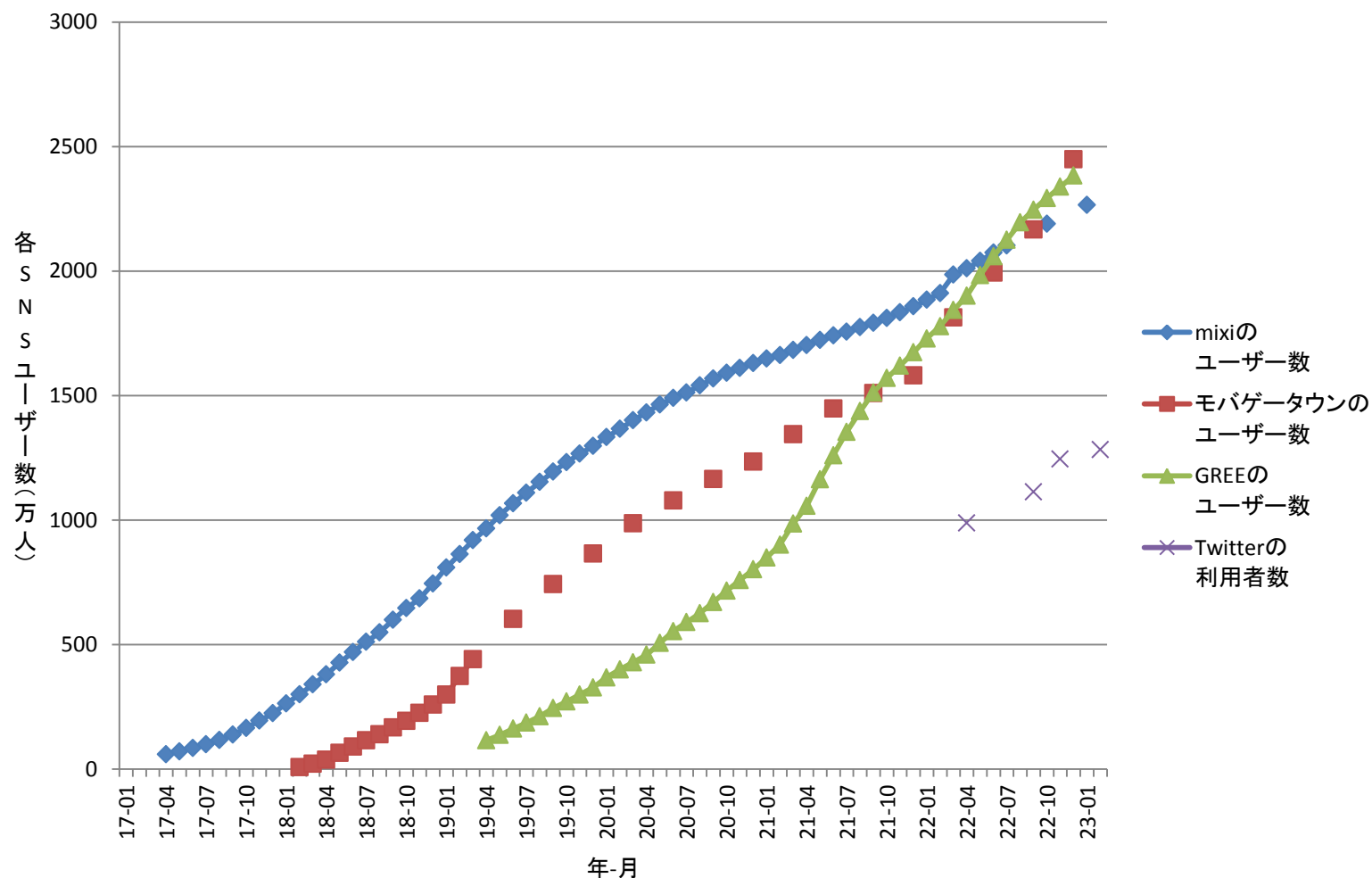


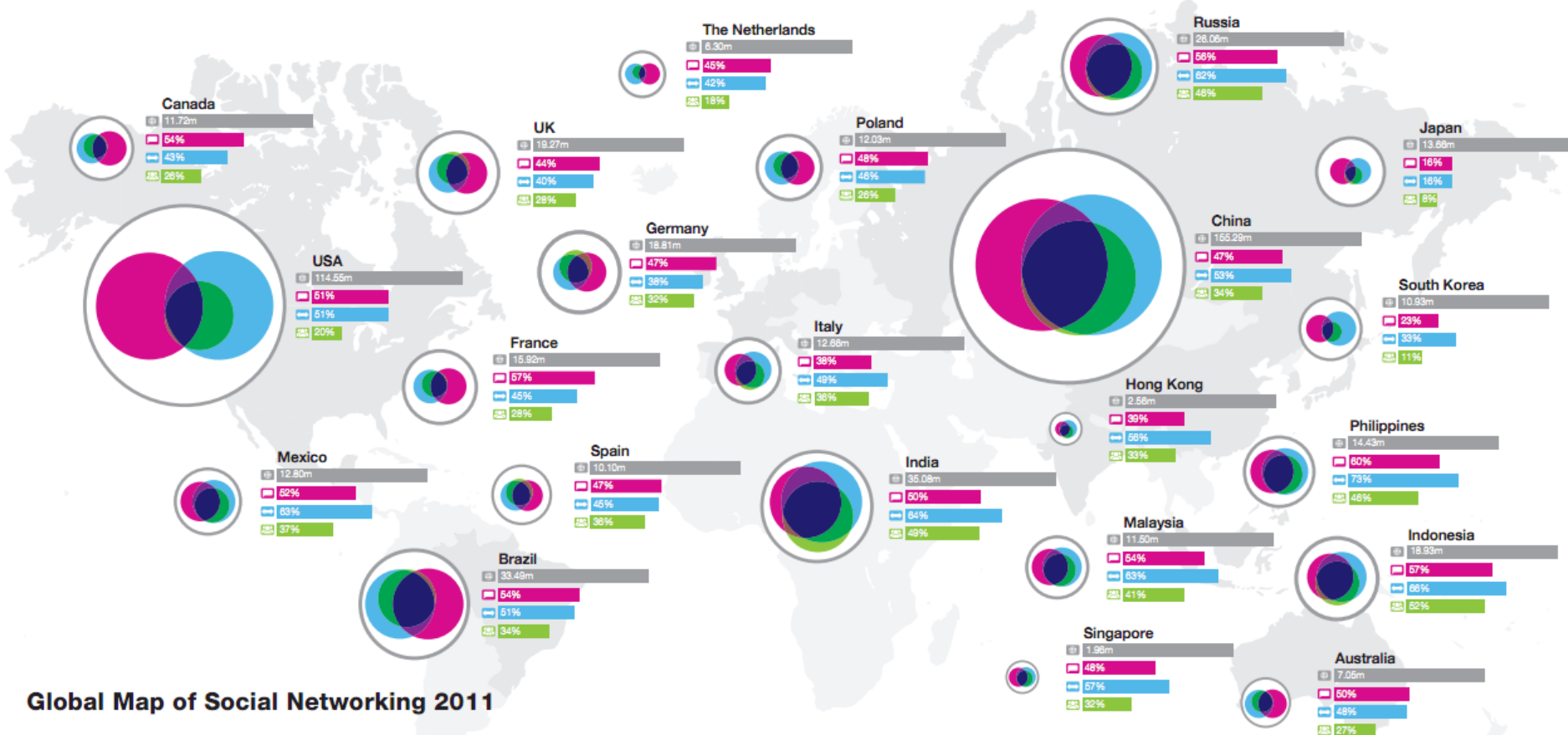
1. ソーシャルメディアの普及

国内ソーシャルメディアのユーザー数推移

平成23年版 情報通信白書

- 総務省 情報通信白書によれば、国内ソーシャルメディアのユーザーは、2011年初頭でそれぞれ2500万人近くに上り、ここ2～3年で急激に増加してきている。



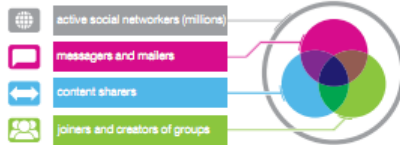


Global Map of Social Networking 2011

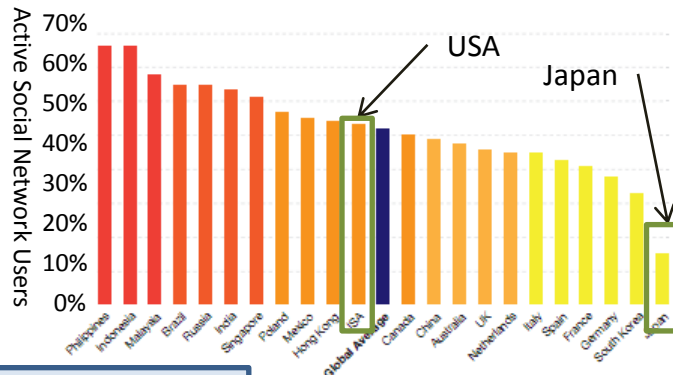
About the Map

This shows the universe size of active social networkers for each market and then segments users into three behaviour types: Messagers, Groupers and Content Sharers. This behavioural data is based on a number of detailed questions we conduct into the way that consumers use social networks. Because social networking is now so big and touches every aspect of our internet experience, this detail is essential for the effective planning and implementation of marketing activity across social networks. This data reveals that users across the world are very different in how they utilise their network, with more focus on messaging and less on content sharing in established markets like the US and UK but more focus on content and groups in fast growing markets like Indonesia and China.

Behaviour Types:



Global Social Network Penetration

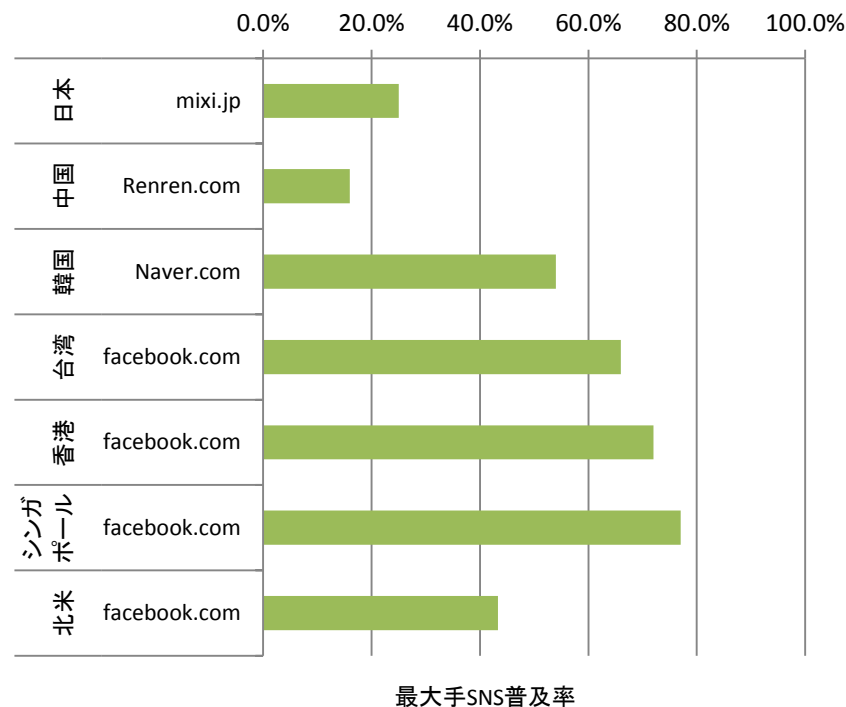
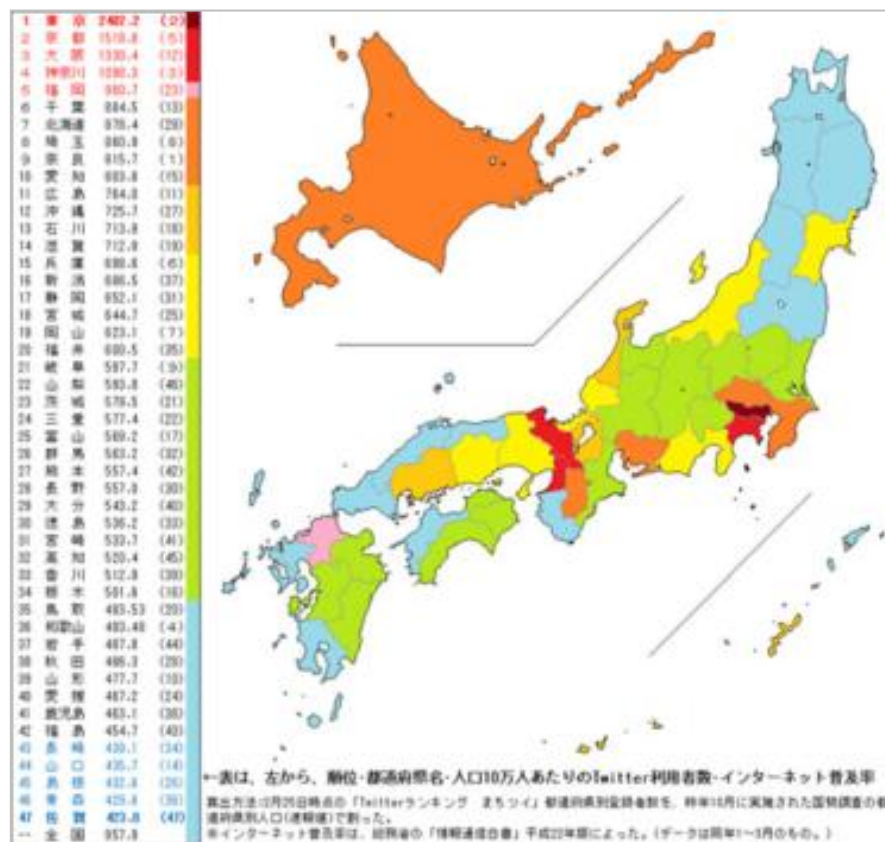


The most detailed study on the consumer adoption of the internet ever compiled:
 PC /// Mobile /// Tablets /// TV sets /// Gaming
 100K+ surveys a year /// 3 waves a year /// 36 markets
 Find out more /// www.globalwebindex.net/
 mail /// globalwebindex@trendstream.net

USでは、常にSNSを利用している人は、人口の半数を超えている。
 日本では、まだ1割強だが、普及は時間の問題

国内での成長余地

- Twitter.jpなどSNSの利用者は首都圏や大阪、名古屋など大都市近郊が現時点では多く、他はまだ普及率が低い。地方におけるSNSの普及の余地は多いといえよう。
- また、ネットレーティングスによれば、facebookが1000万人を超え成長をしつつある。アジア他国ではfacebookが5割を超えているところも多い。



「まちツイ」というサイトをベースにした、都道府県別ツイッター(Twitter)普及率



などと言うのは、耳にタコができるほどに
聞かされていますよね。

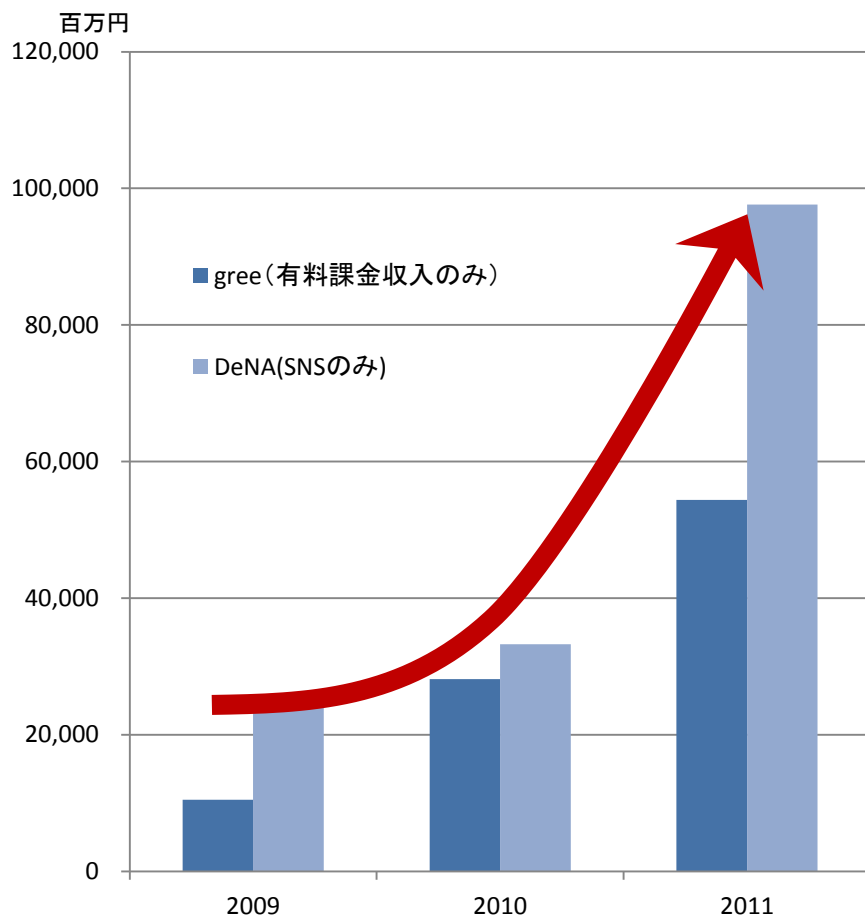
本日は、ソーシャルメディアが当たり前になった時のことを考えてみたいと思います。



2. つながっていると

競争

- なぜ、目標を作ると競いたくなくなってしまうのでしょうか？



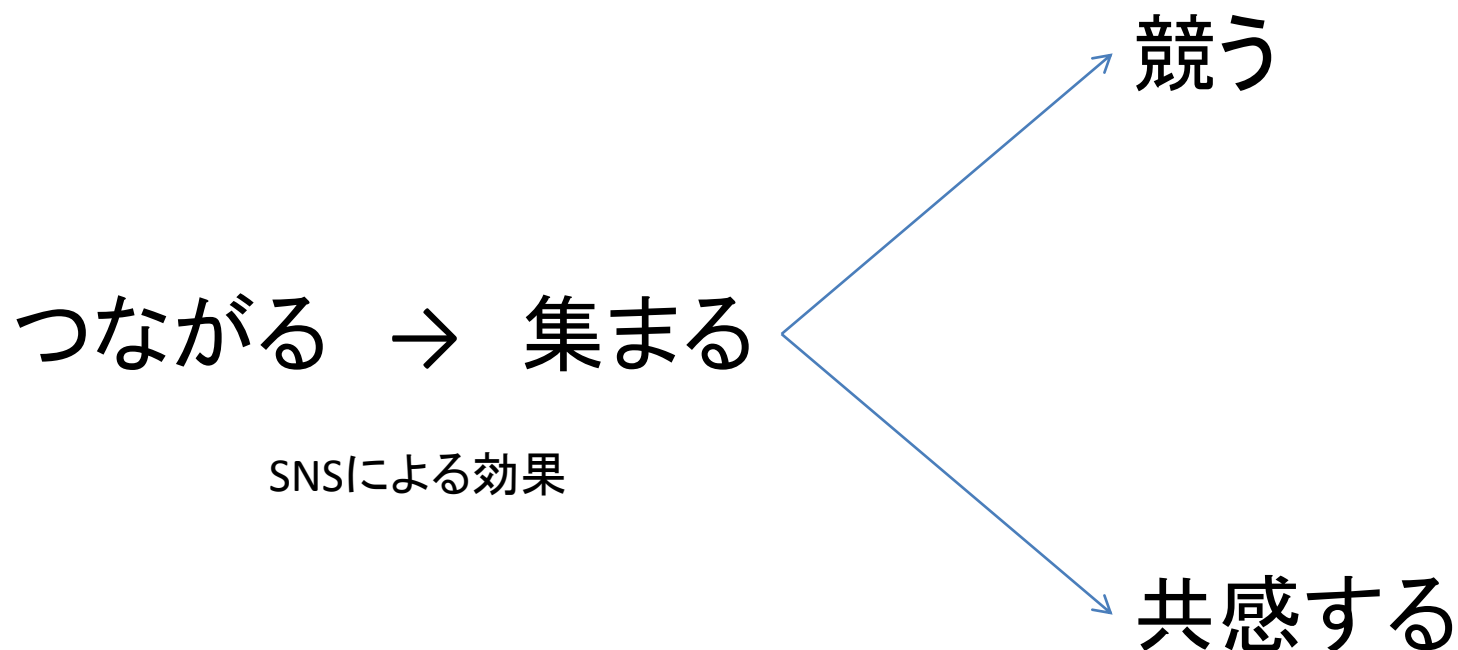
Gree/DeNAソーシャルゲーム売上推移



共感

- 家に帰ったら絶対しないと思うのですが、なぜ、ディズニーランドに行くとミッキーマウスの耳をついつい買っちゃうんだらう？



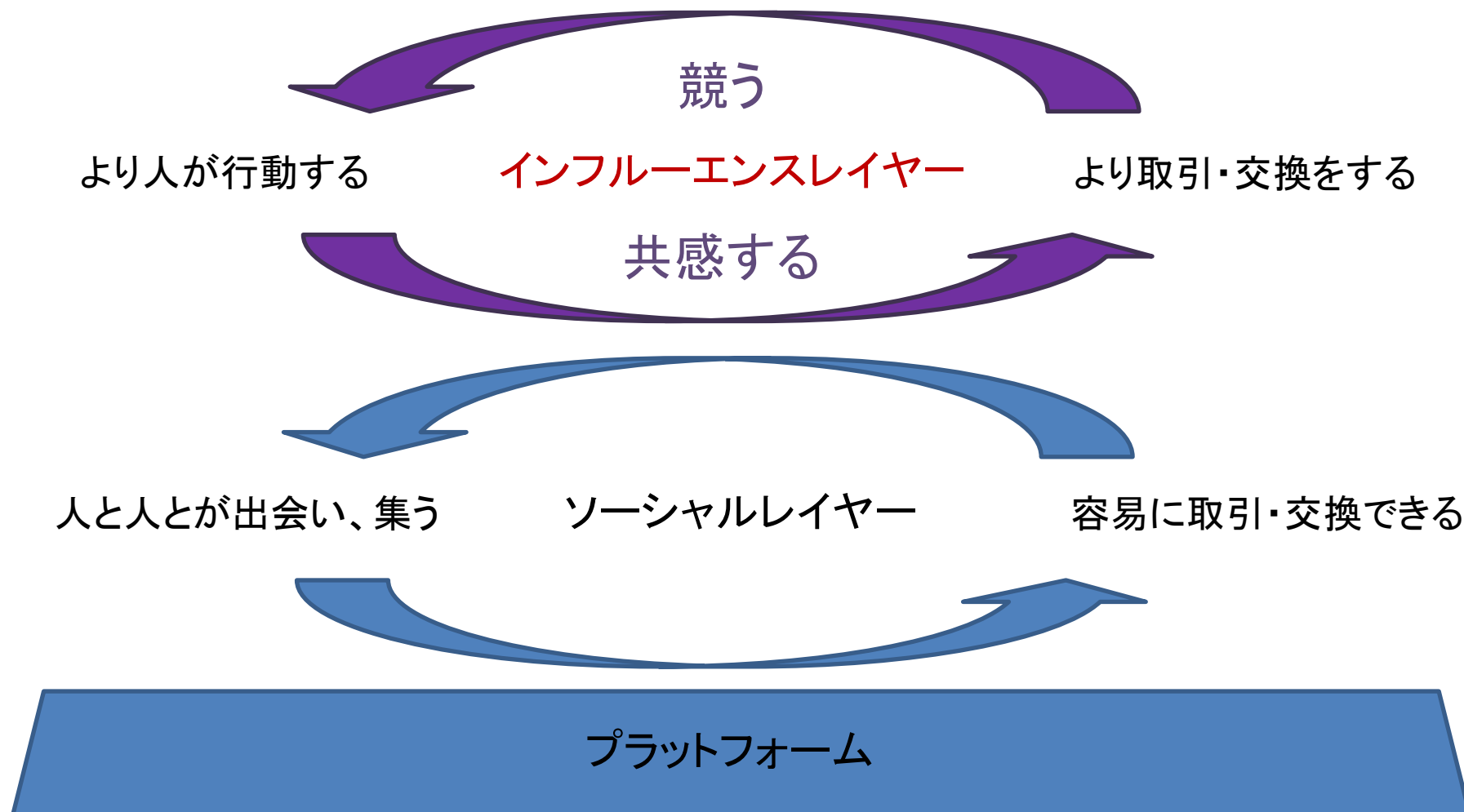


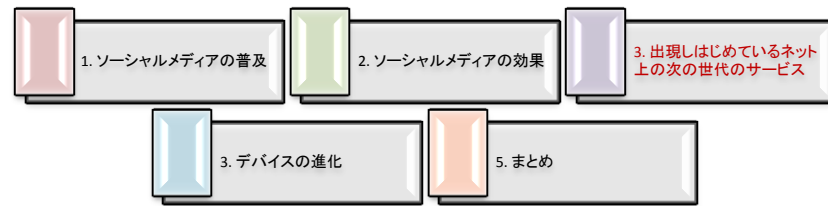
コンテンツの力だけではなく、別の力が働く、その結果

より人が行動する

行動の進化： インフルエンسレイヤーが出現する

- 今後は、ソーシャルプラットフォームの普及により、コミュニティを前提としたサービスが多くなる。特にグループにおける行動心理学を応用したレイヤーが出現する





3. “集う” 考察

人の性格分類： MBTI型 (Myers-Briggs Type Indicator)

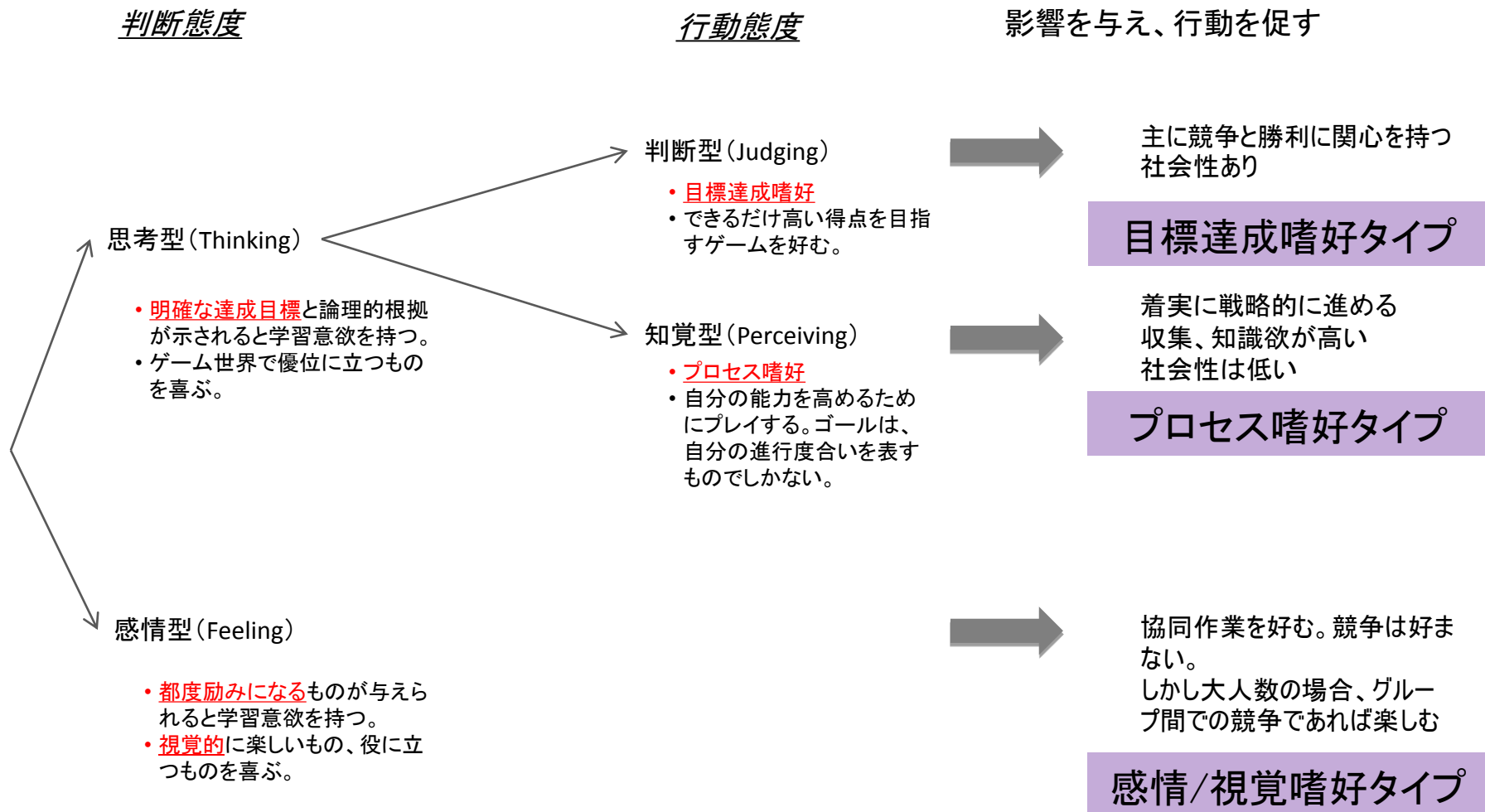
- ユングの心理学的類型論 (Psychological Types)をもとに、1962年に米国のブリックス (Briggs,K)とマイヤーズ (Myers,I)によって研究開発された類型論に基づいた、パーソナリティ検査(性格検査)

外交的 (E)	自分の周囲で起きていることに注意を払う	内向的 (I)	自分の内面に起きていることに注意を払う
感覚的 (S)	実際に起きていることに着目する。感覚器官からの観察を重視。	直観的 (N)	イメージや洞察に価値を置く。
思考的 (T)	論理的、分析的観点を重視する。	感情的 (F)	相手や自分の大切にしていることを重視する。
判断的 (J)	規律正しい。整理された状況を好む。	知覚的 (P)	制約に捕らわれない。状況に応じて行動する。

インフルエンサーにおける3つのモジュール

- 性格の違いによる人の行動類型を考えると、3つくらいに分類できそう。

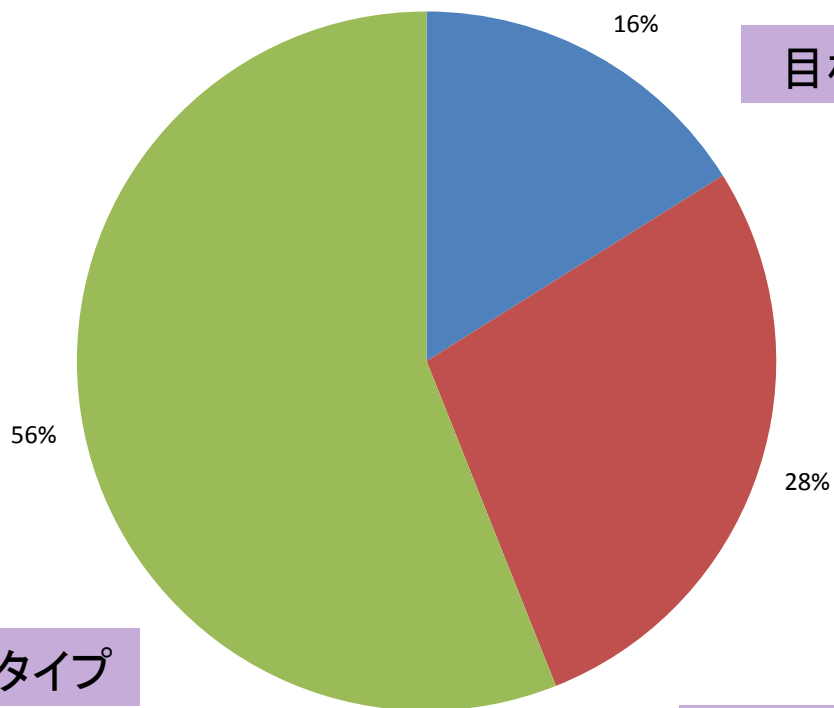
人の行動様式(MBTI類型)



競争が好きな人、共感が好きな人



タイプ別人口分布



目標達成嗜好タイプ



プロセス嗜好タイプ

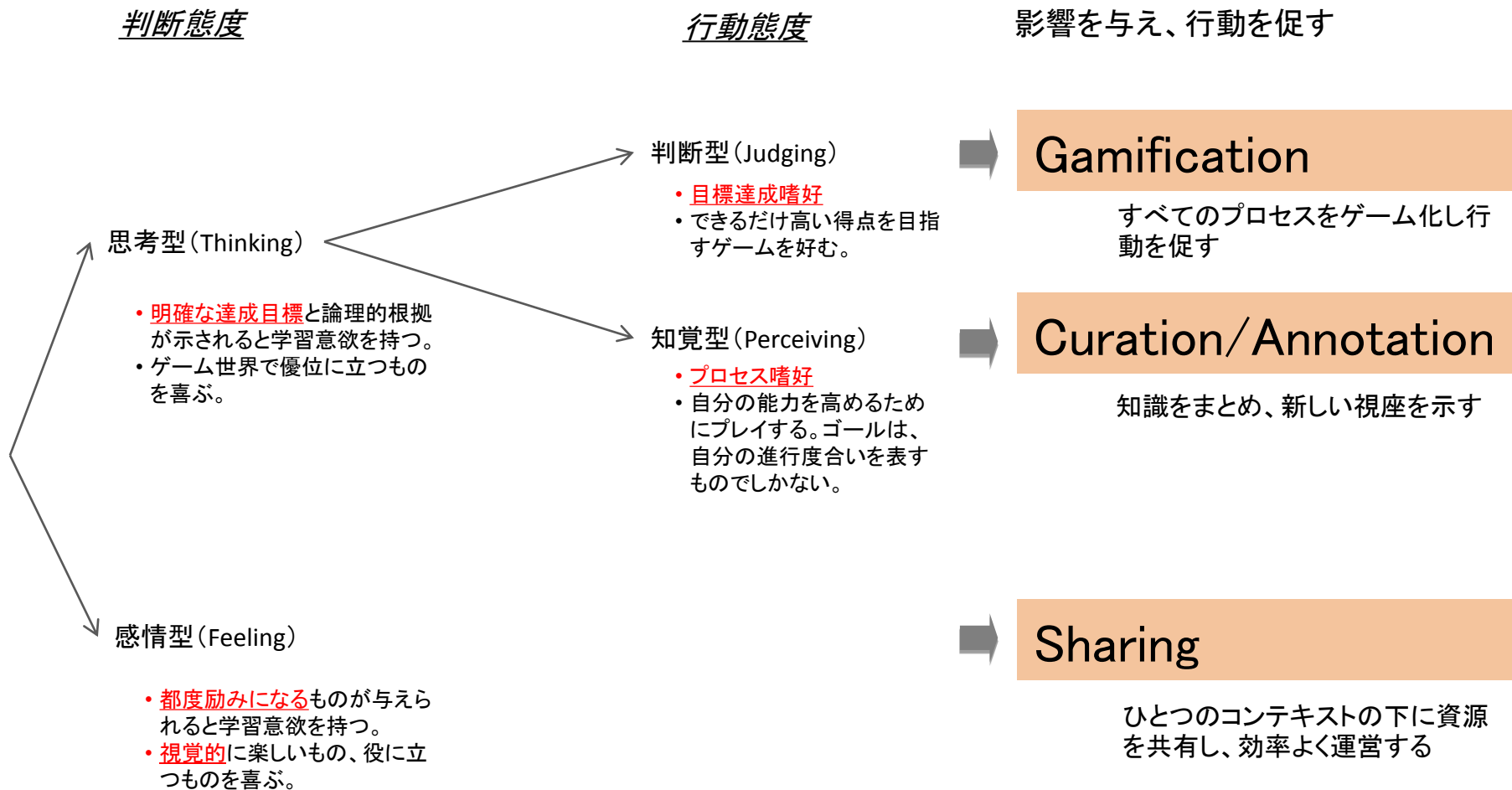


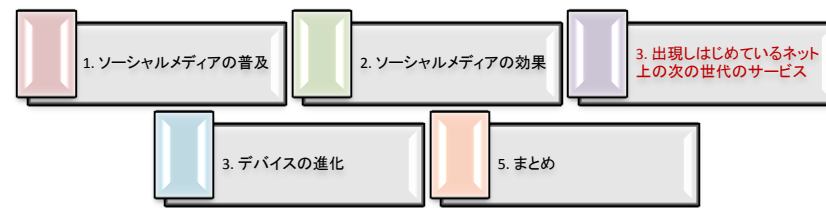
感情/視覚嗜好タイプ

インフルエンサーにおける3つのモジュール

- それぞれ、Gamification、Curation、Sharingに対応

人の行動様式(MBTI類型)

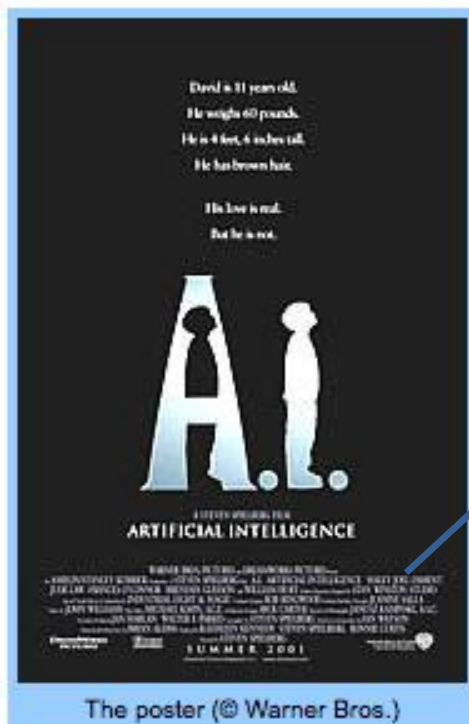




3.1 Gamification

Gamification: ゲーミフィケーションとは

- Gamificationとは、“REALITY IS BROKEN(2010)”という書籍の著者 Jane McGonigal氏が提唱した概念。仮想的なゲームを活用することにより、現実社会においてプロセスをポジティブに回転させる手法を指す。
- もともととは、代替現実ゲーム(ARG)と言われる分野。ARGは、2001年ころからはじまったゲームで、現実社会の中で仮想的なストーリー上のゲームを行う。現在、有償のサービスとして提供されていたり、プロモーションに利用されたりしている。



ポスターや映画のクレジットに
Jeaninne Sallaという名前が記載



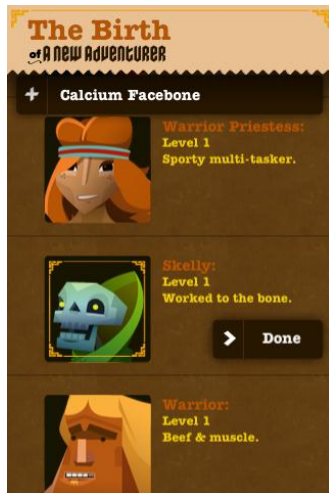
検索するとJeaninne Salla自身のHPが
あり、謎の殺人事件への手がかりが
ある。

ゲームは4か月間にわたり行われ、プ
レイヤー数は300万人を超えた。

最初の代替現実ゲーム “The Beast”

Gamification: タスクのゲーム化 EpicWin

EPICWINは、目標管理をRPGライクで管理できるiPhoneアプリ



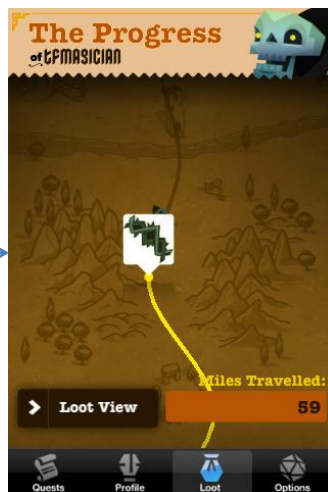
アバターを登録



自分の目標をクエストとして登録



達成(自分で登録)するとアイテムがもらえる

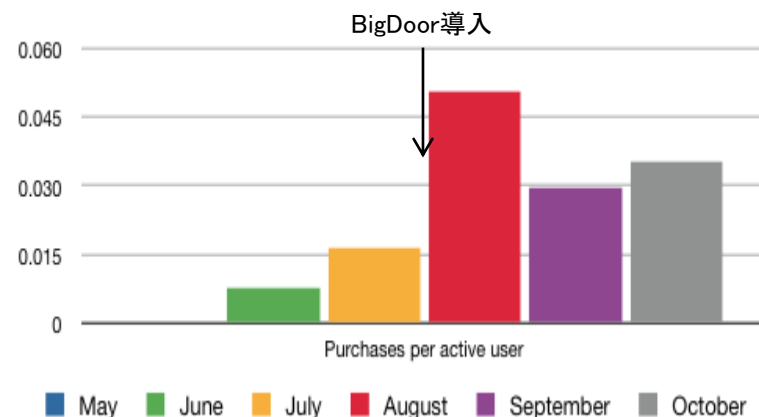


ポイントやアイテムに従い、どこまでレベルが達成したかが表示される



自分のステータス

- SME向けにドラッグアンドドロップで簡単にHPを制作することができるSaaSを提供しているdevhubは、BigDoor社が提供するゲーミフィケーションサービスを活用することによって、リピート率を増加させ、売り上げを増加させた。



たまったポイントで、アフィリエイトネットワークに広告をだせたり、他の便利な機能と交換をすることができる、これらは別途お金を払って利用することもできる。



ゲーミフィケーションサービス企業： SCVNGR

- 米国のベンチャー企業SCVNGRが行っているチェックインサービスは、ゲーム的な要素を形式知化し取り入れることにより、ユーザーに行動を促す機能を提供している。
- SCVNGRを利用する企業は、チェックイン時にチャレンジと呼んでいるミニゲームを設定することができる。

SCVNGRが提供するゲーム要素の例

Appointment dynamic

特定な時間に特定の場所に行く → Happy hour、FarmVilleの野菜の刈取り

Influence and status

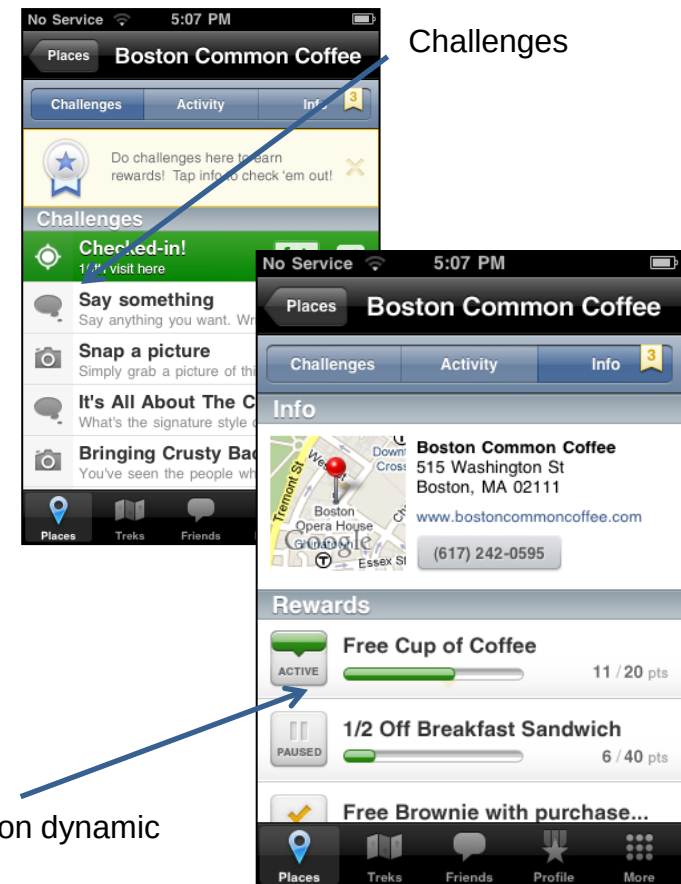
影響力、名誉のあるステータス → AMEX BlackCard、勲章、卒業生総代

Progression dynamic

ゴールまでの進捗ステップの明示化 → レベルアップ、登録充填率

Communal discovery

共同発見 → マクドナルド モノポリーキャンペーン
パターン化し、プラットフォームとして提供



Progression dynamic

ゲームメカニクスが働きかけるユーザの感性や感情(1/2)

嬉しさの種類	具体例		
Pattern Recognition パターン発見の嬉しさ	何回か見てパターン・解法が分かる	隠されたパターン・解法を見破れる	
Collecting 集める嬉しさ	バッジが手に入る	レア・限定のバッジが手に入る	交換しながらバッジを収集できる
Surprise and Unexpected Delight サプライズされる嬉しさ	スロットなどで、たまたまラッキーがある	探していて良いモノが見つかる(Easter Egg、Geo Cashing)	日常の中で、突然ラッキーがある
Organizing and Creating Order 整理整頓する嬉しさ	時間チャレンジでアイテムをきれいに並べられる	自分のアイテムを整理整頓できる	メンバー・知人・友人を対象に分類、チーム編成できる
Gifting 贈り・贈られる嬉しさ	バーチャルギフトを気軽に贈れる・贈られる	ギフトタイミングを思い出す、何を送るかアイデアが浮かぶ	ギフトを送れる権利を贈る・贈られる
Flirtation and Romance じゃれあう嬉しさ	あいさつ代わりにPoke、Smile、Winkする・される	Hot or Notを通じて相手の関心が分かる	

ゲームメカニクスが働きかけるユーザの感性や感情(2/2)

嬉しさの種類	具体例		
Recognition for Achievement 目標達成の嬉しさ	達成の証にバッジをもらえる	コンテストで入賞する	殿堂入り、スポンサーシップされる
Leading Others リーダーシップをとる嬉しさ	チームで、たまたまりー ダーになる	組織化されたチームで、 ルールに則ってリー ダーになる	長期の競争でリーダー を務める
Fame, Getting Attention 褒められる嬉しさ	リーダーボードに掲載 される	コンテストでみんなの前 で表彰される	Flickrのトップ写真掲載 のような特別待遇を受 ける
Being the Hero 人を助ける嬉しさ	ゲームでバーチャルに 人を助ける	Q&Aなどで実際に人を 助ける	会話を通じて友人を助 ける
Gaining Status 誇示する嬉しさ	スコアやレベルをプロ フィールとして表示でき る	アバターの外見などが 特別装備になる	
Nurturing, Growing 育成・指導する嬉しさ	かまってあげると成長 する(たまごっち)	一定期間で、あるレベ ルまで成長させられる	育てることでリターンが ある(MLM)

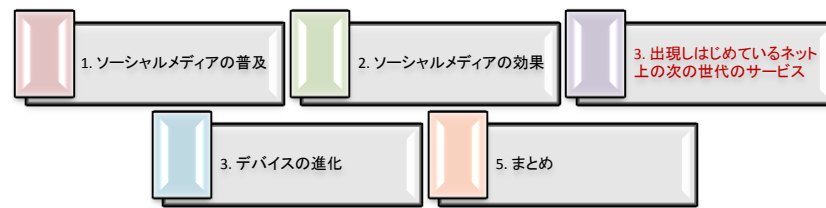
ゲーミフィケーションSaaS: BunchBall

- BunchBallは、自サイトをゲーム化(ゲーミフィケーション)することができるAPIを提供しているSaaS

登録しているミニゲーム

パラメータ変更

ユーザー行動管理画面



3.2 Sharing

Sharingの事例： 編み物大好きおばあちゃんのシェア granniesinc



GRANNY MARGARET

Margaret is in her late 80s and has eight grandchildren! She says if you can't say something nice to someone, then don't say anything at all (although we reckon she's got something nice to say!)

Margaret started knitting during the Second World War and to fame is knitting for G (ahhhh, what a sweetie she still enjoys skiing at the age of 80 and is achieving things!



GRANNY JOSIE

Josephine is in her sixties and her husband in Stoke-on-Trent is a proud granny to one grandchild.

With over fifty years experience in knitwear she is quite the expert including cross-stitch, sewing and making.

Josephine's biggest claim to fame is she's chatted to ex-England footballer Andrew Flintoff in a local radio interview!



GRANNY HOLLY

Holly lives in the Oxfordshire and has four children and three grandchildren. She started knitting as a child and has been knitting since the Second World War when she made blankets for the war effort and unravelled old jumpers.

An active granny, Holly is mainly around the local garden. We expect she'll keep up with the family!



GRANNY EILEEN

Eileen lives up in Cheshire and has a grown up son and three grandchildren as yet.

Eileen is proud to have none other than the grand back in his Swap Shop enjoys sewing and embroidery each of her creations is a masterpiece!

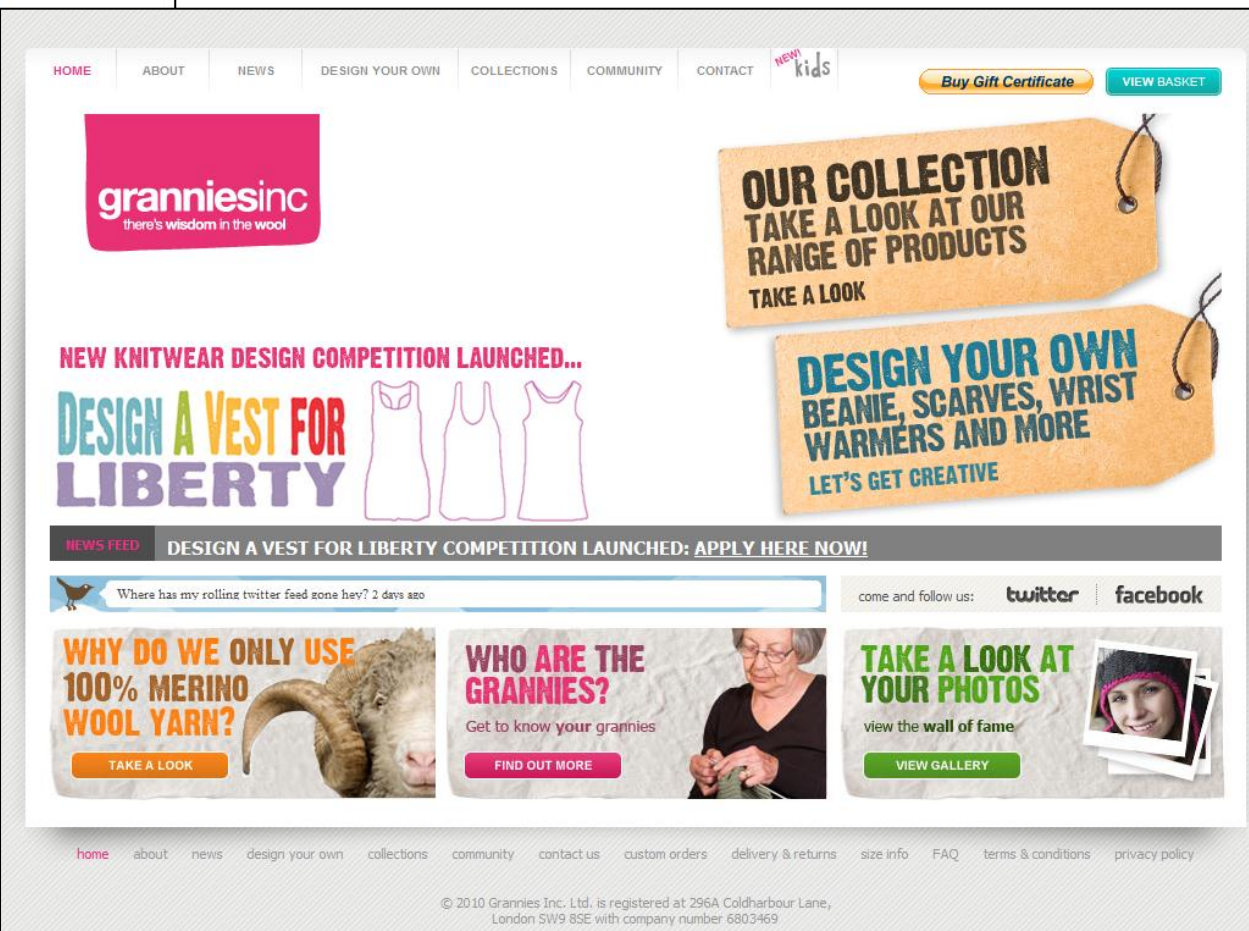
Eileen absolutely hates the texture, smell, the whole macarons well away from her!



GRANNY PATSY

Patsy lives in Basingstoke and is 44 years old. She loves to knit scarves and baby clothes which is handy as she has four grandchildren to keep warm!

She is proud to be a hip and young-at-heart granny and believes you should live every day to the full as you never know what might be happen. Good advice, except for fortune tellers perhaps?



The screenshot shows the homepage of granniesinc. The header includes navigation links: HOME, ABOUT, NEWS, DESIGN YOUR OWN, COLLECTIONS, COMMUNITY, CONTACT, and a 'new kids' link. There are buttons for 'Buy Gift Certificate' and 'VIEW BASKET'. The main content area features a large orange tag with the text 'OUR COLLECTION TAKE A LOOK AT OUR RANGE OF PRODUCTS TAKE A LOOK'. Below this is a section for a 'NEW KNITWEAR DESIGN COMPETITION LAUNCHED...' titled 'DESIGN A VEST FOR LIBERTY' with three vest templates. A 'NEWS FEED' section highlights the competition launch with a link to 'DESIGN A VEST FOR LIBERTY COMPETITION LAUNCHED: APPLY HERE NOW!'. There is a Twitter feed placeholder. The footer includes a 'come and follow us' section with links to 'twitter' and 'facebook', and a 'TAKE A LOOK AT YOUR PHOTOS' section with a 'view the wall of fame' link and a 'VIEW GALLERY' button. The bottom of the page has a detailed footer with navigation links, a copyright notice for 2010 Grannies Inc. Ltd., and contact information.

<http://www.granniesinc.co.uk/>

類似サービス

<http://www.netgranny.ch/>

<http://www.goldenhook.fr/>

サイト上のツールで編み物(マフラー、セーターなど)をデザイン
自分でデザインした編み物を依頼できる

Sharingの事例： 編み物大好きおばあちゃんのシェア granniesinc

DESIGN YOUR OWN

1. CHOOSE A PRODUCT 2. YOUR DESIGN 3. OVERVIEW OF DESIGN 4. YOUR BASKET 5. CHECKOUT



Please enter the name of the recipient (FIRST NAME ONLY)

GO BACK

GO TO NEXT STEP

YOU SELECTED : **Lavender**

RESET DESIGN

CHOOSE AN ITEM FROM OUR COLLECTION

Click on the illustration in the centre to colour your design.



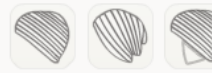
total
£29

WEB上でデザインをして発注

come and follow us: [twitter](#) [facebook](#)

CHOOSE A STYLE

Select a style for your product. Fitted, Baggy or Earflapper.



YOU SELECTED : **BAGGY**

CHOOSE A SIZE

Select a size for your product, please check measurements before making a choice.

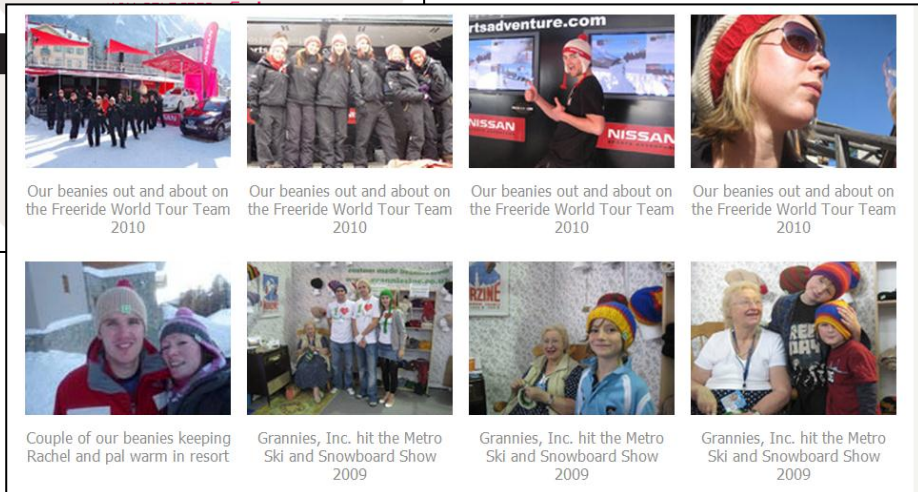
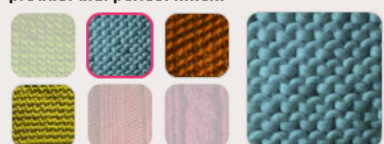
S M L XL ?

<55 cm 55-57 cm 58-60 cm >60 cm

YOU SELECTED : **small**

CHOOSE A STYLE OF STITCH

Select one of the stitch options, to give your product that perfect finish.



利用している様子をシェアする

Sharingの事例: 自分仕様のワイン CRUSHPAD



品種や場所を選ぶ



農家と契約をする
1,150,000円～(300本前後)



指定したブドウで造られたワインが
瓶詰されて送られてくる

Sharingの事例: 自分仕様のワイン CRUSHPAD



Michael Brill



ブドウを育てるのは大変



手伝ってくれる

Sharing

CRUSHPAD™

独自のワインを出したいレストラン

ワインに情熱を持っている一般の人

育てる過程を楽しむ

Sharingの事例: 自分仕様のワイン CRUSHPAD 育てる過程を共有



Crash Camp

1) 品種・ヴィンヤードを選ぶ。

資料を基に、品種別、ヴィンヤード別の説明に目を通し、その中から自分の希望を選択。

2) クラッシュパッドと契約

自分が造りたい物が決まったら「クラッシュパッド」と契約。
購入は、ひと樽がミニマム・ライン。ひと樽で、およそ23~25ケースできあがる。(1ケース12本)

3) ワインメーカーとプランニング

契約が結ばれると、ワインを造りに伴う項目をワインメーカーに指示できるリストが送られる。以降このリストの指示に沿ってワインが造られる。

4) 収穫

9月~10月の時期になると、指示に沿った形でそれぞれのブドウの収穫が始まります。契約者は収穫してきたブドウの選果やワイン製造施設を見学することが可能です。

5) 二次発酵

指示に沿った形で、樽などを用意。発酵から熟成を行ないます。

6) ラベル・デザイン

クラッシュパッドで用意した幾つかの雛形を元にラベルを作成する事もできますし、まったく白紙の状態からオリジナルラベルの作成も可能。

7) ボトリング

瓶詰後、郵送。

数々出現するシェアサービス(1/2)

1. レンタルサービス

Zipcar
Goget
Bcycle
Smartbike
BIXI
Netflix
BAG BORROW AND STEAL
BabyPlays
Rent-A-Toy
Citizen Space
TechShop

2. P-to-Pレンタルのマッチングサービス

Relay Rides
Zimride
Rideshare.co.uk
Getaround
Whipcar
のってこ！
CaFoRe
CouchSurfing
AirBnb
Roomorama
Hospitality Club
Global Freeloader
Place2stay
Swap Style
4次元クローゼット
Dig”N”Swap
superfluid
School of Everything
TimeBanks
BarterCard
Barterbrokers
TradeBank
OurGoods

SkillShare
Lyttelton TimeBank
Landshare
SHARE0
MaGaRi
軒先.com
Urban Garden Share
Sharedearth
Parkat Myhouse
Zopa
Prosper
LendingClub
AQUSH
Rentoid
NeighborGoods
Zilock
Erento
ShareSomeSuger

数々出現するシェアサービス(2/2)

3. P-to-P交換のマッチングサービス

Swap.com
SwapSimple
SwapADVD
MakeUpAlley
thredUP
Neighborhood Fruit
UsedCarboardBoxes.com
FreeCarboardboxes.com
giftee
Freecycle
Uiswap
Livlis

4. Peerのリソースや意思を集約する

Nuride
Meetup
BrightNeighbor
rBlock
GoGoVerde
READYFOR?
CAMPFIRE
Grow!
poptent
Wooshii

5. その他参考サービス

BrainWash
DenimTherapy
Blockboard
bukupe
Yipit
iLetyou
Nubarter
eBay
Craigslist

物・コンテンツの所有

ソーシャルレイヤー



コンテキストの共有

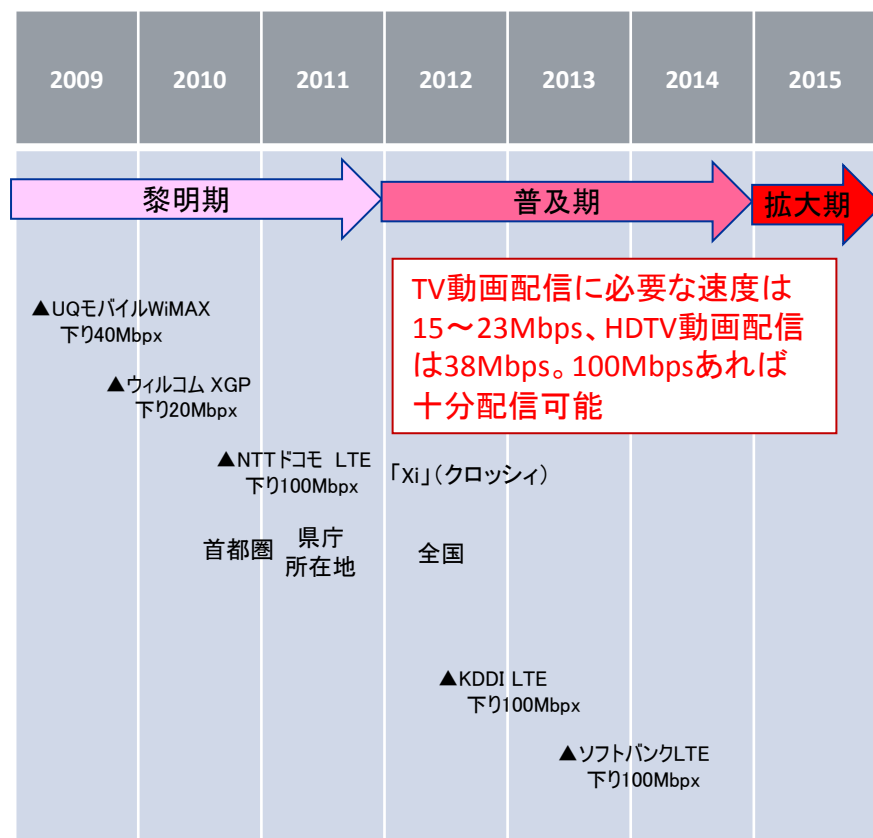
インフルエンサーレイヤー



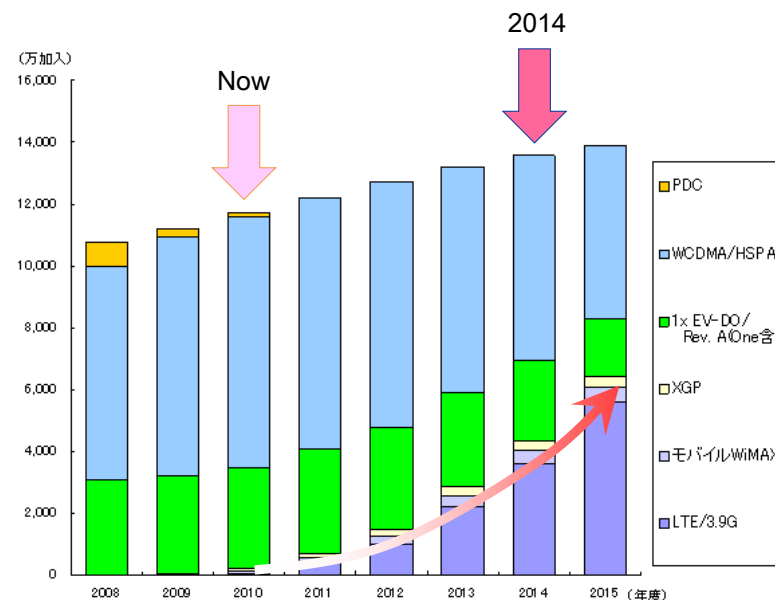
4. 急速に進化する個人向けデバイス

2015年 モバイルインターネットは100Mbps → リッチコンテンツ化

- LTEユーザーは、2012年ころから徐々に伸び、2014年には、全国民の3割が利用することが予測されている。2014年からは、既存の3Gからのリプレースが進み、ユーザーは急激に増加していくことが予想されている。



国内LTE/3.9G等のサービス開始時期



国内LTE/3.9Gの普及予測 (シードプランニング)

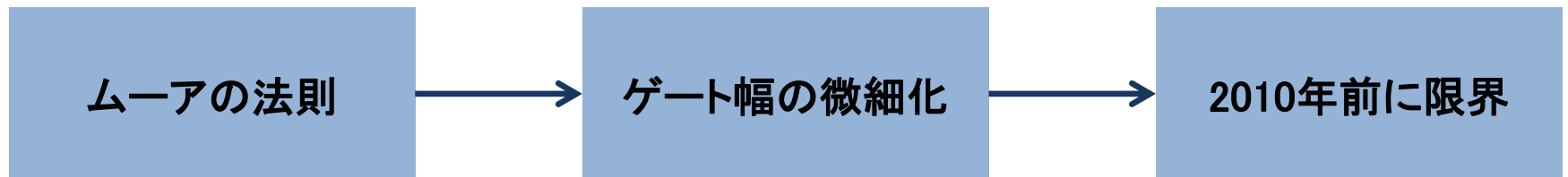
- LTEは2010年度NTTドコモから開始され、2012年度には全キャリアが揃い、2015年度には5,600万加入 (2014年度は3,600万加入) となる。
- LTE端末は、2015年度で、端末ハンドセットが2,200万台、データ通信カード／モジュール内蔵端末500万台の単年度販売ベースになる。
- LTEの世界市場は、2015年末で2億2,500万加入、単年の端末販売台数が1億台となる。

Amazon Kindle Fire

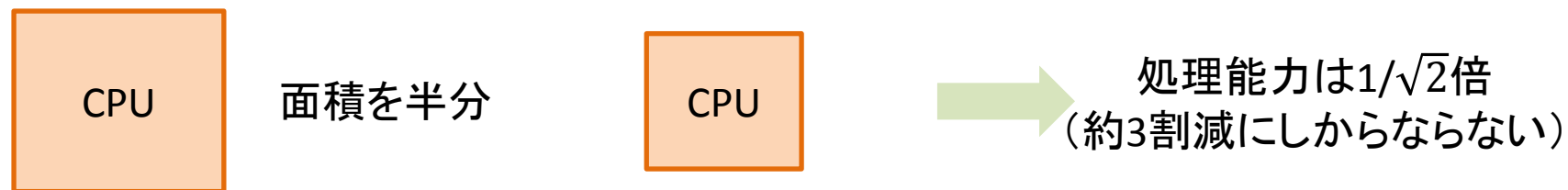
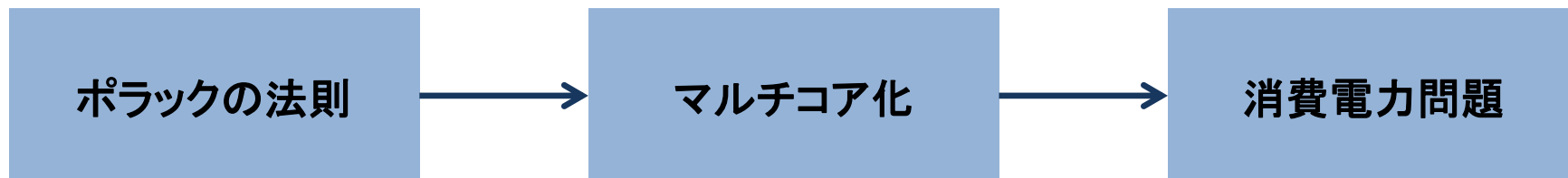
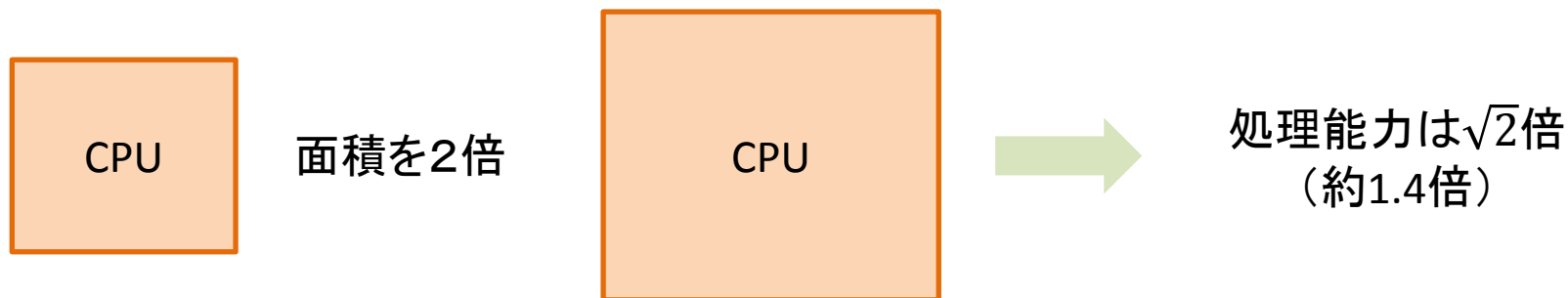
- Kindle Fireは7インチ(1024×600ドット)のタブレットで重さは413グラム。
- Kindle FireではOSであるAndroidにAmazon自身がチューニングを加えた。
- 「Amazon Silk」と呼ばれるWebブラウザも、Amazon EC2を使った高速化が図られている。
- バッテリーの駆動時間は読書時で8時間。
- 価格は\$199、2011/11/15より発売



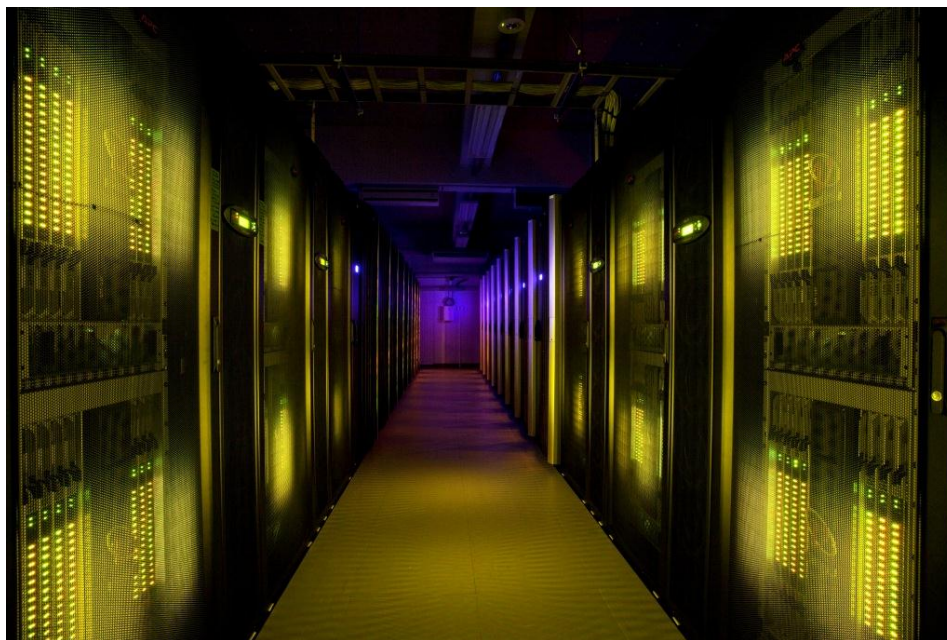
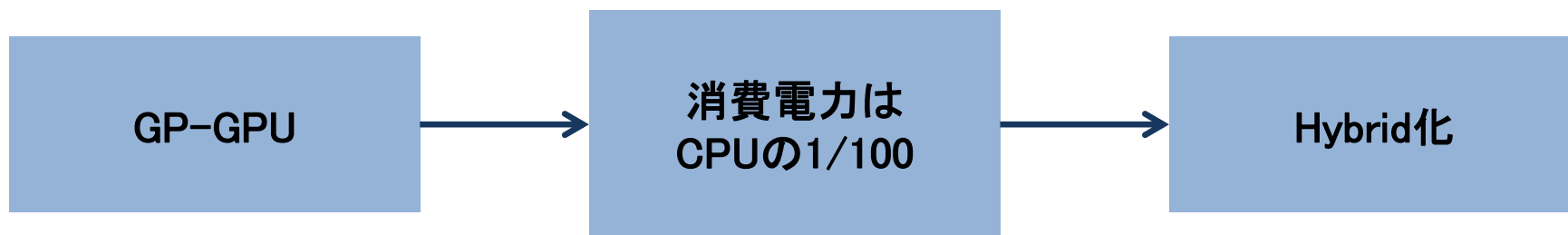
急速に進化するモバイルCPU



急速に進化するモバイルCPU



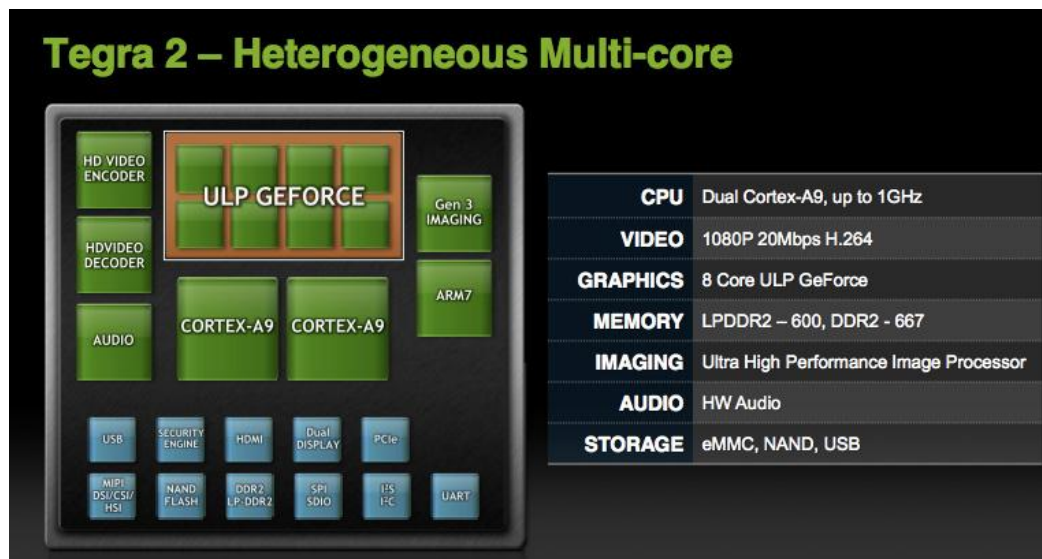
急速に進化するモバイルCPU



東工大 TUBAME

急速に進化するモバイルCPU

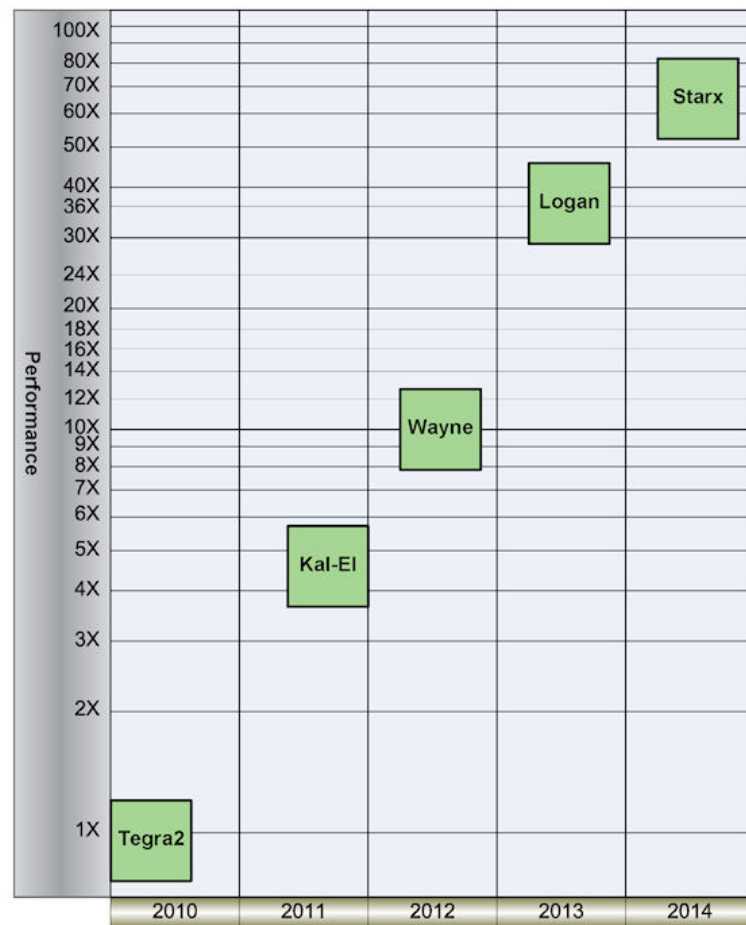
1つのダイの上でのHybrid化は、消費電力にゆとりのない携帯デバイスのCPUから始まる。



50GFlops/watts
in 2018

数個のCPU
数千個のGPUが
1つのダイに

NVIDIA Mobile SoC Performance roadmap



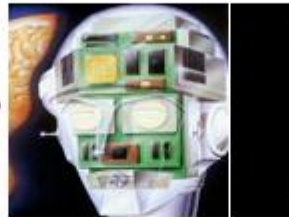
PROGRAM VISION



Military Applications

Task 1

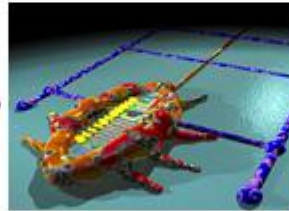
Parallel Computing
Swarm Computing
Quantum Computing



Warrior Robots
Materiel That Thinks

Task 2

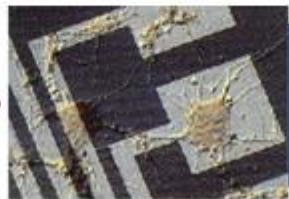
DNA Computing
Cellular Engineering
Living Neuronal Nets



Disposable
SuperComputers

Task 3

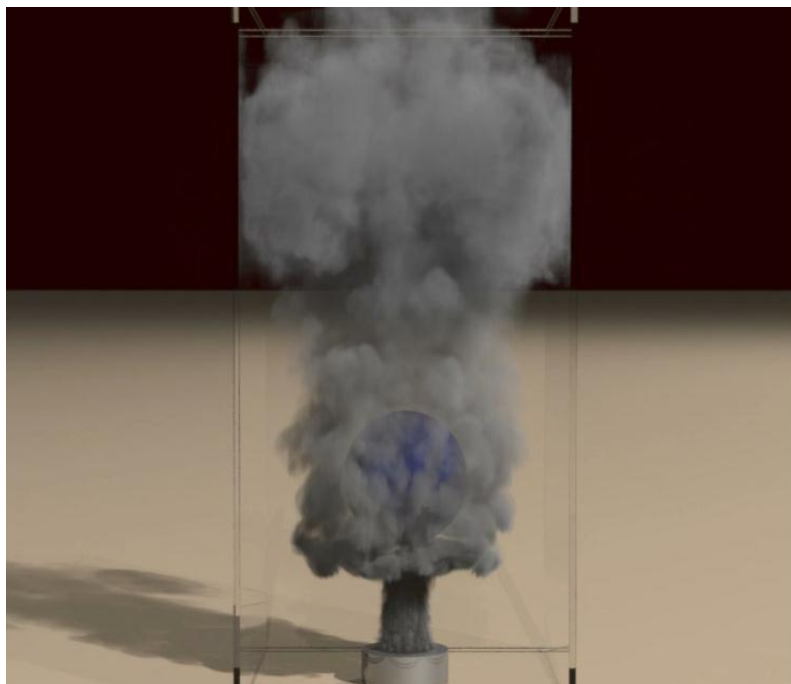
Hybrid Interfaces
Channels & Sensors
Orchestrated Organisms



Sensor Arrays
& Sensors That Think

物理法則ベースシミュレーション

- 木から木の葉が多数落ちる様子や炎、雲、人間の肌や髪などは、なかなかモデル化をすることが難しい。そこで、いくつかの物理法則から逆に計算して描画する物理法則ベースシミュレーションが用いられる。
- スタンフォード大学が中心となり開発をしているPhysBAMでは、煙、水、布、レイトレーシング、粒子などの描画ができる。



Smoke

http://physbam.stanford.edu/movies/motion_smoke.avi



Liquid simulation

<http://physbam.stanford.edu/movies/glass00.avi>



薄い布のうごき

<http://physbam.stanford.edu/movies/cloth-curtain-ball-side.avi>

自動モデリング：都市生成(CityEngine, Introversion, Blender CityGenerator)



CityEngine Features

CityEngine® is a standalone software that provides professional users in entertainment, architecture, urban planning, GIS and general 3D content production with a unique conceptual design and modeling solution for the efficient creation of 3D cities and buildings. The key highlights of CityEngine include:

GIS/CAD Data Support

CityEngine supports industry-standard formats such as ESRI® Shapefile or DXF which allow to import/export any geo-spatial/vector data such as parcels, building footprints with arbitrary attributes, or line data to create street networks. See e.g. the [Rotterdam showcase](#) for an example.

CE 2011 Preview
See upcoming CityEngine ▶

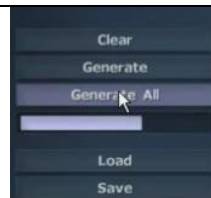
FREE Trial
The CityEngine for 30 days! ▶

- スイス・チューリッヒ工科大学のYoav I H Parish氏とPascal Muller氏が研究し、開発した都市自動生成ソフトCityEngineは、パラメータを変更することにより、古代から近代の様々な都市景観を自動生成することができる。CityEngineは\$495で販売されている。



CityEngine 都市作成ソフト

<http://www.procedural.com/cityengine/features/2010.html>
<http://www.youtube.com/watch?v=IXVIuoPIMpY>



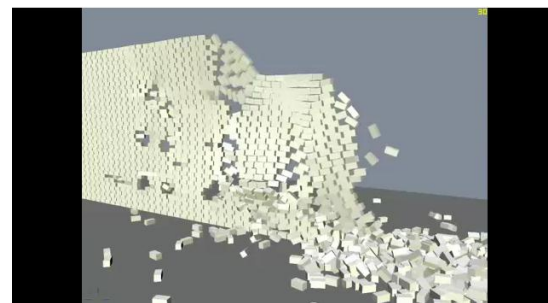
Introversion Procedural City Generatorによる都市自動生成のデモ
<http://www.youtube.com/watch?v=yI5YOFR1Wus>

自動モデリング：破壊シミュレーション(Havok Distruction)

- 従来、破壊や変形表現はアーティストが破壊前のオブジェクトと破壊後のオブジェクトを個別に作成し、これらをゲーム中に入れ替えることによって対応してきた。Havok Destructionはこれに対して、どのような破壊がおきるか(材質によっても異なる)をオブジェクトごとに設定することで動的に変形、破壊を表現することができる。
- このような手法は破壊結果が予測できなかり、動的にメモリを利用するために製品出荷時に動作が保証することが多少難しくなるという負の面もあるが、よりリアルな破壊表現の実現や、増加するリソースへの対応ができるなど正の面もあり、注目をあびつつある。



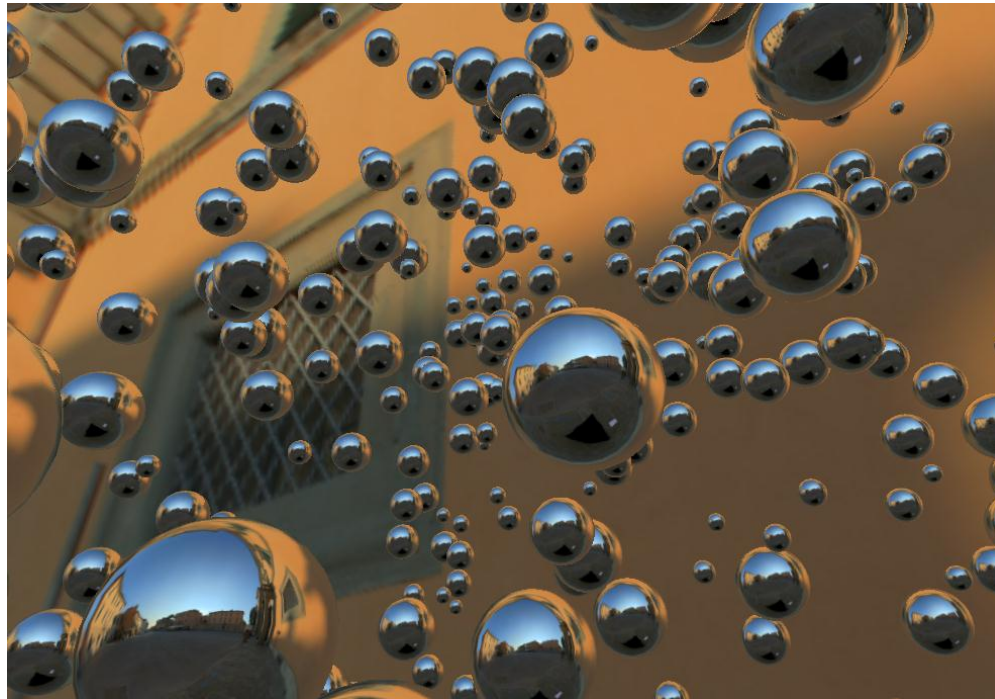
橋がくずれていくシーンのデモ動画
<http://www.youtube.com/watch?v=K2iPiK9jovo>



Havok Pysicsのデモ動画
<http://www.youtube.com/watch?v=n1g3g2jDT5c>

WebGL

- WebGLなどの出現により、ウェブブラウザでも高精細なCGを表現することができるようになりつつある。
- WebGLはウェブブラウザで3次元CGを表示させるための標準仕様。OpenGL2.0もしくはOpenGL ES 2.0をサポートするプラットフォームであれば特別なプラグインを必要とせずハードウェアでアクセラレータされた3次元CGを表現することができる。



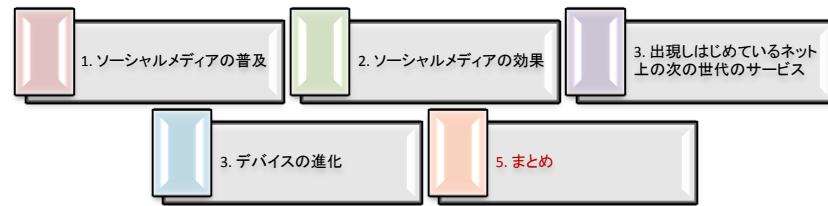
Google Chromeの高速な描画エンジンを使ったデモ集
JavaScript 3DライブラリThree.jsの開発者
three.jsのデモ
three.jsのデモ

<http://www.chromeexperiments.com/>
<http://ict.debevec.org/~debevec/>
http://mrdoob.github.com/three.js/examples/webgl_materials_cubemap_balls_reflection.html
http://mrdoob.github.com/three.js/examples/webgl_materials_shaders_fresnel.html

リアリティはもはや当たり前、心を動かしてなんぼの世界へ



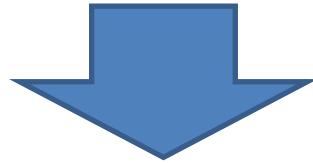
映画Transformer3より



5. まとめ

まとめ

- 今後、ソーシャルメディアは普及するであろう(メールと同じくらいに普通に)。
- ソーシャルメディア上で人は集う。そのため、集うことを利用した、行動心理を応用した機能が、ソーシャルレイヤーの上に形成され、インフルエンسレイヤーとして発展していくことであろう。
- インフルエンスレイヤーでは、コンテンツではなく、コンテンツを消費する際のコンテキストが重要になる。
- 現時点では形式化できていないコンテキストも、今後の研究開発により、部分的に形式化され、インフルエンスレイヤーの機能モジュールとして取り込まれていくであろう。



Context is the future of content king.

Future works

- Reality Is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World, Jane McGonigal (著) , Penguin Press HC, The (2011/1/20)
- Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps, Gabe Zichermann (著), Christopher Cunningham (著) , Oreilly & Associates Inc (2011/8/19)
- メッシュすべてのビジネスは〈シェア〉になる, リサ・ガンスキー (著), 実川 元子 (翻訳) ,徳間書店 (2011/2/17)
- Spend Shift: How the Post-Crisis Values Revolution Is Changing the Way We Buy, Sell, and Live, John Gerzema (Author), Michael D?Antonio (Author), Philip Kotler (Foreword), Jossey-Bass; 1 edition (September 2, 2010)
- ヒットするゲームデザイン ユーザーモデルによるマーケット主導型デザイン, Chris Bateman (著), Richard Boon (著), 松原 健二 (監訳) (監修), 岡 真由美 (翻訳), オライリージャパン (2009/9/7)
- デジタルゲームの教科書 知っておくべきゲーム業界最新トレンド,デジタルゲームの教科書制作委員会 (著) ,ソフトバンククリエイティブ (2010/5/15)