

コンテンツユーザー調査

コンテンツが形成するライフスタイル

■コンテンツユーザー調査

- コンテンツへの期待大
 - 単なるゲームから生活領域へのシフトの予感
 - コミュニケーション効果に期待
- デメリットの克服
 - 「悪」としてのゲーム、マンガ、アニメ
 - 期待のわりには先入観が壁
- 高い評価のWii
 - 楽しさや可能性に対して高い評価
 - 医療や介護でも期待
 - 好感度イメージが強い

■コンテンツユーザー調査

- コミュニケーションの新しいインターフェース
 - 敷居の低さ、わかりやすさ、本質をやわらかく伝える
 - 外国人とのコミュニケーション
 - 内容、デザイン、市場開拓に優秀な若い力の強化が課題
- コンテンツの新たな利用形態
 - 「家族」「社会」「常識」「やわらかい」「親しみ」「繋がる」
 - 人間くさい部分をコンテンツの力で維持したいという意志
 - 「人」を軸とした共感、信頼感、安心感がキー