

コンテンツサプライヤーの動向

コンテンツが形成するライフスタイル

■ コンテンツサプライヤーの動向 <任天堂>

- 任天堂の思想 「飽きる」との戦い
- ゲームばなれ 開発者たちは「義務」をデザインしていた
- 「遊び」に関する古典的研究
 - ✦ フロー(flow)状態、覚醒水準の最適化
- コンテンツ産業の現状
 - ✦ ハードだけが売れる
 - ✦ ソフトウェアのサービス化と携帯ゲーム機の活気
 - ✦ 主婦がつくっているゲーム
- 異業種と付加価値を広げる任天堂
 - ✦ マクドナルド、TX(走る放送局)、富士フィルム

■コンテンツサプライヤーの動向 <任天堂>

- 生活をエンターテインメント化
 - 生活の必需品ニーズと同じところに任天堂
 - 楽しくてしょうがない生活(散歩、洗濯、掃除、料理、節電)
- アップルと任天堂
 - ハードとデザインは手放さない、手を抜かない
- eスポーツ
 - 日本では未知の分野
 - eスポーツのグローバル化と日本の対応
 - アジアオリンピック競技会で、正式認定競技に
 - スポーツマンではなく、ゲーマーを育てる学校