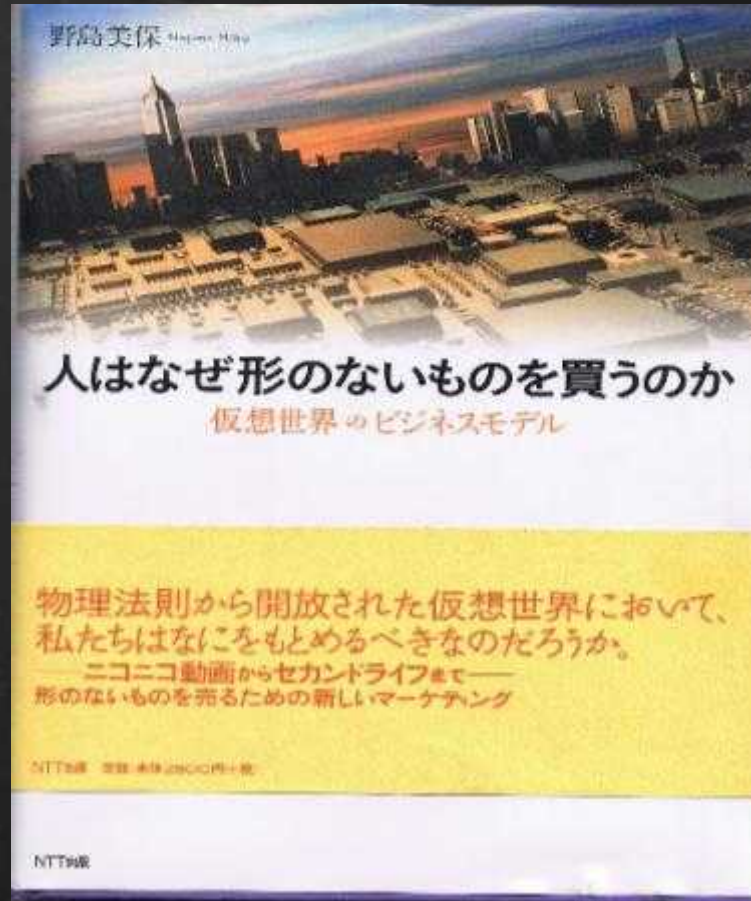


KI RA cafe Japan 読書部

『人はなぜ形のないものを買うのか』

2009/3/3

吉野ヒロ子 / Memo Parnall



# 野島美保 (成蹊大学准教授) 2008年刊

# テーマ

---

ユーザーが楽しむことができ、サービス提供側も適正な利益が得られる「仮想世界」サービスには、なにが 필요한のか

動画サービスやオンラインゲームユーザーへの調査などから、コミュニティのあり方や、ユーザーの価値観を分析。

# 「仮想世界」の特徴

顧客が満足し、使い続けてくれるほど  
収益が上がる「サービスモデル」

顧客がサービスから受け取っている  
「価値」、なにが「楽しい」と感じている  
かを分析することが重要。

例：新奇性/「居場所」/UCC/娯楽性

## ...いきなり閑話休題...

Second Lifeで「楽しい」と感じる活動は  
なんですか...？

ものづくり / 探検 & 美麗SIM鑑賞 / イ  
ベント参加 / イベント企画 & 運営 / お  
洒落道 / 友達とまったりトーク / ヨクワ  
カラナイ外人さんと謎トーク / お店運営  
/ 金儲け! etc...

# 「仮想世界」のタイプ

サービス型 (MMORPGなど)

- ・運営会社による管理 / 集権型
- ・安全 & 安心 (自由度は低い)
- ・UCCの著作権は素材提供企業

プラットフォーム型 (Second Life)

- ・分散型
- ・多様なユーザー活動を尊重
- ・UCCの著作権はユーザーに

# 「居場所」の価値

時系列による「満足度の変化」調査  
(2005年/オンラインゲーマー対象)

始めてからしばらくすると満足度が下がって行くが(新奇性の低下)、「友達がいるからゲームを続けている」タイプの人には満足度が最低になった時の値が他のタイプの人より高い。

ユーザーコミュニティは、満足度の下落を下支えする？

# 「居場所」とは

帰属感や、仲間がいるという安心感を持つて居る場。

様々な人々と体験を共有することで感じられるようになっていく。

「現実」とは異なる「居場所」を持つことで、癒しとなる可能性

# 「気づき」を得られることもある

# 池上先生の論も参照

# 参加の深さの変化

- 1) コミュニティ参加  
既存ユーザーの様子をうかがう
- 2) アイデンティティ  
友達ができる
- 3) 所属  
ユーザーグループに所属
- 4) 組織化 / 目的意識  
組織的なグループに参加

# 複雑な「居場所」

オンラインゲームでは、複数のタイプの「リーダー」が役割分担している。

- ・コミュニティ内活性化リーダー  
会話 / 指導 / オフ会
- ・ネット世論形成リーダー  
指導 / ゲーム外で情報発信&収集
- ・ゲーム横断的活動派リーダー  
オフ会 / 他ゲーム情報 & 勧誘

# 本日のコレはどうですか？

1) 現在の「Second Life」の日本人ユーザーの状況は、「居場所」を見つけやすいものになっている...かな...？

2) もっと見つけやすく / 作りやすくするためには、なにが必要？