

2.1.1 スпамメール、スパムトラックバック

2.1.2 検索エンジンを使っても大変だ

2.1.3 Googleでさえ半年から1年へ

2.1 ある程度限度にきているので  
次の事を考えなければいけない状況です

「誰でも知っている」

2.2.1.1 が必要か

2.2.1 みじかな映像が必要？

2.2.2 コンシューマーが判断するしかない  
ウソを信じるしかない

2.2.3 評論家や店員より  
詳しい知人

2.2 ブロードバンドからの脱却

2 神田さん

2.3.1.1 それ以外はブログで山分け

2.3.1 大手のマスは10%

2.3 Long Tail Media

2.4.1 個人個人のコミュが増幅

2.4.2 ネットワークで動き始めてます

2.4.3 視聴率出はなく、購買率が重要

2.4 デジタルコンテンツ2.0

橋本さん田口さん神田さん  
ネットメディアを考える

2.5.1 リーチとトラストが  
変わってくる

2.5 ネットの距離感が変わってくる

1 田口さん

1.1 ※別紙参照

2.6.1 7つの違いを

2.6.2 「この情報が欲しい」と  
パブリッシュしたほうが入ってくる

2.6.3 商品生産者になっていく

2.6 CGM（消費者発信型）のメディア