

---

---

# コンテクトエンジニアリング宣言

～企業と顧客をつなぎなおすコンテンツビジネスとは？～

2005年02月04日

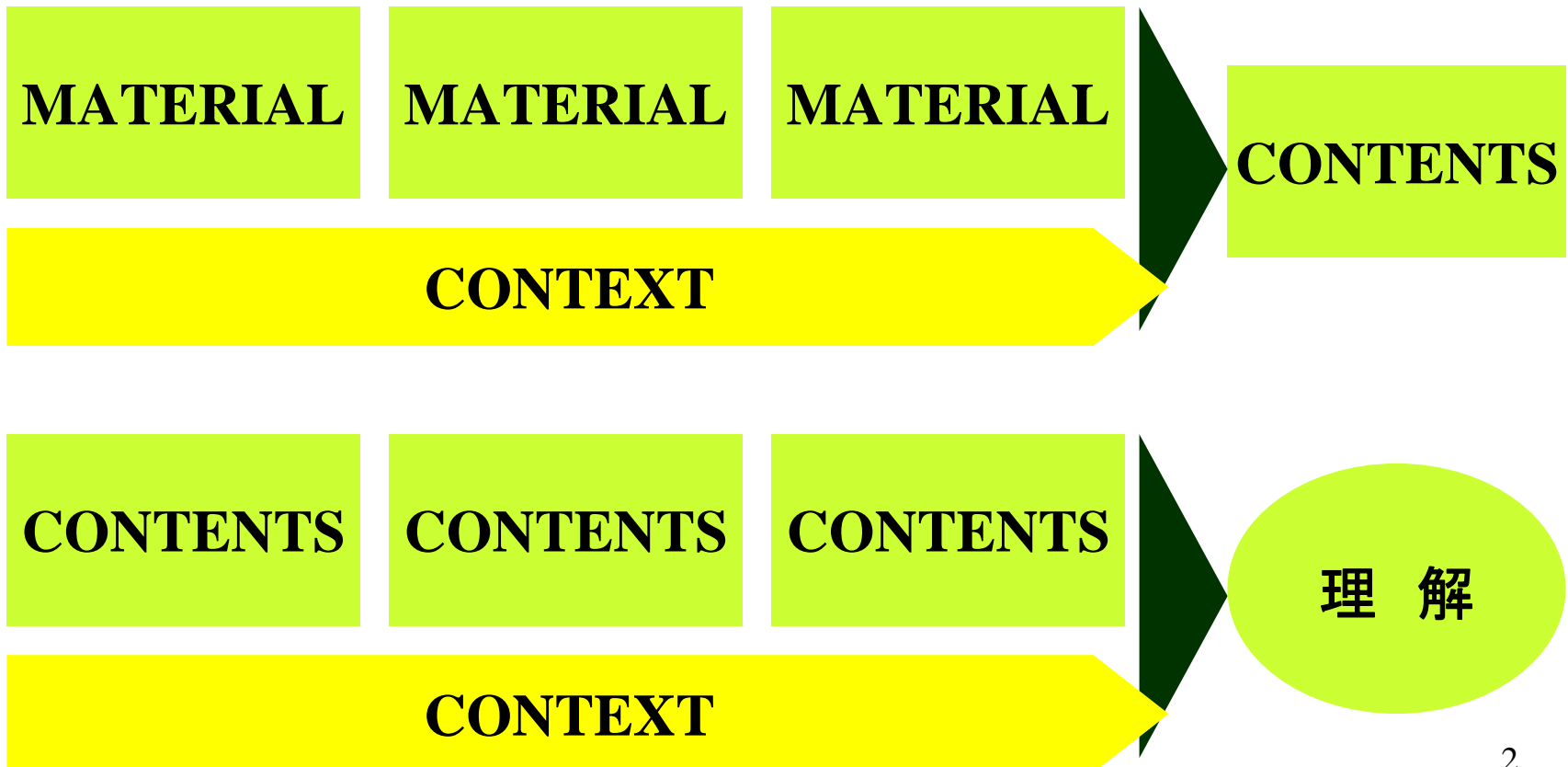
株式会社ケイズワーク 菊地史彦

K's work  
consulting & communication

# コンテキストとは何か？

---

- ・コンテキストはマテリアルをコンテンツに統合する文脈である
- ・コンテキストはコンテンツをユーザーに理解させる文脈である

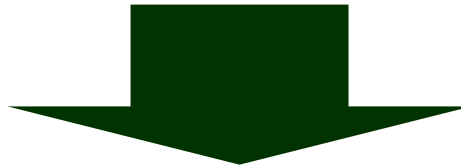


## なぜコンテキストが重要になったのか？

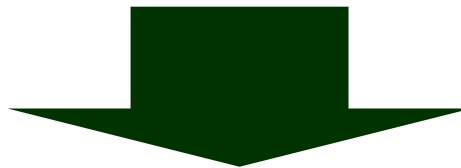
---

---

- ・情報流通の規模拡大とスピードアップが情報を断片化した
- ・自在なリンクは恣意的なリンクにアーカイブはゴミ箱に転化
- ・Googleは検索の革新とともにコンテキストの解体をもたらした



多くのメリットと引き換えにユーザーはコンテキストを喪失した

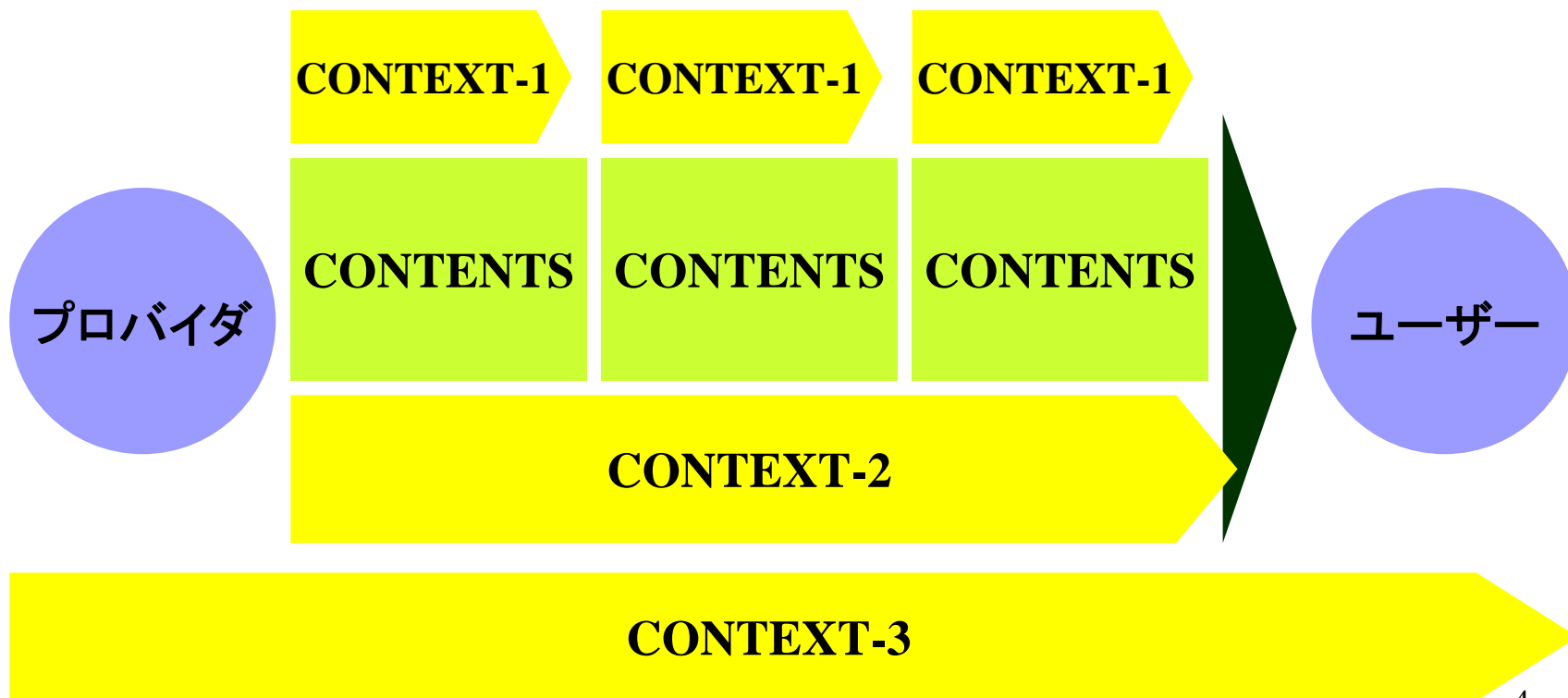


コンテンツを最適化するためにはコンテキストこそ重要

# コンテンツビジネスにおけるコンテキストとは何か？

コンテンツとコンテンツの関係は三重の構造を持っている

- ・コンテキスト1 マテリアルを統合するコンテキスト
- ・コンテキスト2 コンテンツを統合するコンテキスト
- ・コンテキスト3 プロバイダとユーザーをつなぐコンテキスト



# コンテンツビジネスのふたつの領域

---

エンタテインメント  
コンテンツ

制作者はコンテンツ自体を  
商品として販売する企業

完結したコンテクスト

エンタプライズ  
コンテンツ

一般企業とはコンテンツを  
開発・運用する組織体

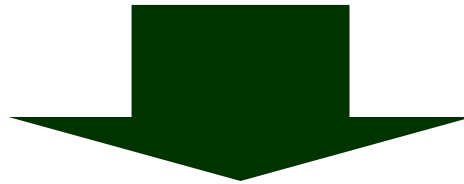
終わらないコンテクスト

# コンテンツビジネスにおけるコンテクストとは何か？

---

コンテンツビジネスでは——

- ・コンテクストはユーザーとプロバイダをつなぐ合意である
- ・ハードウェアのような需要・供給の関係で語り尽くせない
- ・ユーザーとプロバイダが共に合意を創り出す過程が重要



コンテンツビジネスでは——

- ・コンテンツを調達・制作・流通する技術に加えて、
- ・最適なコンテクストを開発・適用する技術が重要
- ・すなわちコンテクストエンジニアリングが求められている

# コンテキストモデルの構想

---

コンテキストは無限に存在するのではなく、基本的な「型」がある

**目的達成型** : ゴールにむかう到達プロセスを最短化するシナリオ

**自己理解型** : 自己の存在根拠探索プロセスを長期化するシナリオ

**関係共創型** : 他者との関係(再)構築プロセスを劇化するシナリオ

**代替発見型** : 課題解決を具体的なモノやコトで代替するシナリオ

例えば、CRMでは二通りのコンテキストを埋め込むことが可能

**関係共創型CRM : Customer Relationship Management**



**代替発見型CRM : Customer Relationship Marketing**