

【追加情報】

商品コード：120-1659
 図解ビジネス実務事典 ネット広告

◎本書 p192 に下記のとおり追加情報が入ります。

【2006年8月1日現在】

「Web 2.0」とは、最近のインターネットサービスやビジネスの変化について、米国のティム・オライリー氏が概念化し命名したものである。第2世代のWebサービス」との意味が込められている。Web 2.0の代表的な要素としては、ブログ、RSS等が挙げられ、代表的な企業としては、ブログが挙げられている。また、「集合知を利用する」「単一デバイスの枠を超えたソフトウェアを提供する」など7つの原則を挙げ、これらの原則に当てはまるものが多いほど、Web 2.0企業と呼ぶにふさわしいと指摘している。

このように様々なサービスやビジネスを例にWeb 2.0は説明されているものの、まだまだWeb 2.0の定義は曖昧で、明確にされていないのが現状である。ただ、インターネット広告の場合では、企業主体のポータルに加え、CGM（126頁）などのユーザー主体のメディアが広告メディアとして価値が出てきたこと、性年齢・地域などの情報を元にしたターゲティング手法だけでなく、より動的な興味関心を元にしたターゲティング手法（行動ターゲティング、コンテンツターゲティング）が注目を浴びてきている点などがあるだろう。

Web 2.0

インターネットビジネスを革新する

Web 2.0とは、最近のインターネットサービスやビジネスの変化について、米国のティム・オライリー氏が概念化し命名したものである。

<Web2.0のイメージ>

Web 1.0	Web 2.0
DoubleClick	Google AdSense
Ofoto	Flickr
Akamai	BitTorrent
mp3.com	Napster
Britannica Online	Wikipedia
個人サイト	ブログ
evite	upcoming.org and EVDB
domain name speculation	SEO (検索エンジン最適化)
page views	GPC
screen scraping	ウェブサービス
publishing	participation
content management systems	wikis
directories (taxonomy)	tagging ("folksonomy")
stickiness	syndication

出典：「What Is Web 2.0」 ティム・オライリー (O'Reilly Media Inc. CEO) 著
<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>