

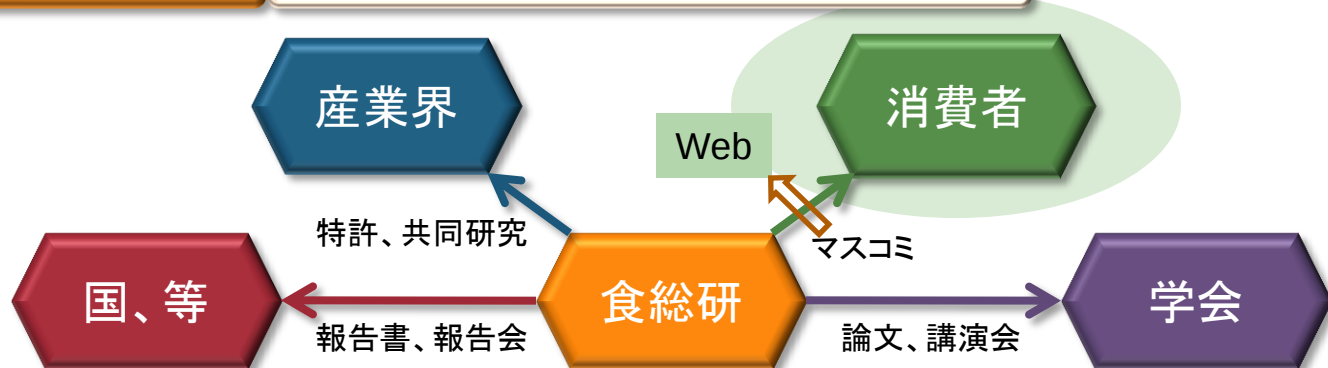
食総研の研究成果をわかりやすく発信する — 専門家でない人にも役に立つ情報発信方法の研究 —

技術の特徴

いつでもどこでも誰でも、臨場感、参加型

研究の背景

消費者へ向けた情報発信の重要性



実施状況

一方的発信⇒臨場感、参加型⇒受信者の理解



今後の展開

サイト訪問者の気持ちの理解

例.
ウェブアンケートによって、訪問者の
目的・要望を把握



【参考文献】

- 曲山幸生、他「食総研における新しい研究成果発信方法の活用—消費者を重視したコミュニケーションを目指して—」、情報管理、Vol.51, pp.116-128, (2008)
- 曲山幸生、他「エゴチャットを活用した食品クイズシステムの開発」、食品総合研究所研究報告、No.73, pp.23-29, (2009)
- 曲山幸生、他「アクセス解析から推定した食品害虫の注目度と浸透度」、農業情報研究、Vol.19, pp.1-9, (2010)