

1. 何を研究するの？

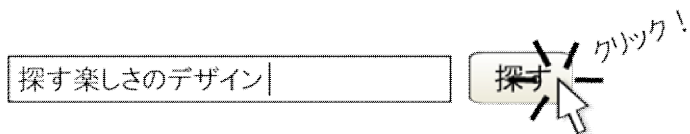
私は、紙の辞書や事典がとても好きです。それは、英単語の綴りや言葉の意味を効率よく調べられるからではありません。それは、辞書をひきながらページを捲っていくと、調べようとしていた言葉に辿り着くまでに、思い掛けなく他の様々な言葉に出会うことが出来るからです。(私の場合、何かを調べるわけでもなく、気付くとぱらぱらと百科事典ページを捲っていることもあります。)もちろん、辞書は本来、前者の使い方を想定してつくられたものですし、電子辞書が大きく普及している今日では、前者の使い方をしている方が大半でしょう。しかし、後者の使い方を好むのは私だけではないはずです。

買い物に出掛けると、買うと決めていたもの意外にも色々と買ってしまうという方は、かなりの確立で後者の辞書の使い方がお好きなのは、目的の商品を探しているうちに、つつい他の商品にも目移りしてしまったり、目的のお店以外のお店にも寄り道してしまったり、予算に限りがある場合には悩める場所ですが、色々寄り道をしながらコレと思えるものを掘り当てて行くことこそが、ショッピングの醍醐味であるといっても良いと思います。多くの百貨店や、書店、CDショップなどでは、この醍醐味を感じてもらえるように(客にたくさん買い物をしてもらえるように、そして醍醐味を味わいたい客がピーター化するように)店や商品の配置などが行われていると思います。

さて、後者の辞書の使い方と、寄り道をしながらのショッピングに共通することは何でしょうか？それは、「決められた目的に辿り着く」ことではなく、「探す過程」に楽しさや喜びを感じたり、発見があったりする、ということです。

では、私達が日ごろから頻繁に、調べもののツール、ショッピングをする場所、そしてその他いろいろな場面で何かを探す場所としても活用しているウェブの世界では、「探す過程」に楽しさや喜びや発見はあるのでしょうか？

ウェブで何かを探す時に、皆さんはどのようにして探しているのでしょうか。多くの方は、Yahoo! [〈注1〉](#) やGoogle [〈注2〉](#) などのポータルサイト [〈注3〉](#) を出発点として、様々なサイトを訪れているのではないのでしょうか。Googleの登場以降現在まで、これらのポータルサイトで最も



2006.06.21
MORIMURA KAWAMURA SEMINAR
KOBAYASHI Yoshihiro

〈注1〉 Yahoo!

1994年にWebのディレクトリ(目次)サービスとして誕生。ポータルサイトの先駆け。世界最大のポータルサイト。
<http://www.yahoo.co.jp>

〈注2〉 Google

1998年に誕生。「人気があり優れたサイトからリンクされていること」を重要視するアルゴリズム「ページランク」を開発し、ロボット型検索の精度を劇的に向上させた。
<http://www.google.co.jp>

〈注3〉 ポータルサイト

Webを利用するための入り口(ポータル)となるサイト。

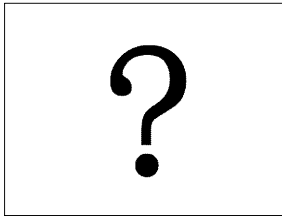
利用されている機能は、検索機能つまり「ページを探す」機能です。多くのポータルサイトはこれまで激しい競争を繰り広げながら、この検索の精度を上げ、ユーザーの入力する検索キーワードに、最も適ったサイトを探し出すこと、つまり「ユーザーの決めた条件に合う目的(サイト)までの最短ルートを案内する」ことの出来る検索システムの開発に専念してきました。また、ユーザー側も余計なものを入らない「最短ルートを正確に示してくれるポータルサイト」を評価し、受け入れました。トップページに多くの独自コンテンツを持つYahoo!に代わって、トップページは極めてシンプルで、検索の精度では他の追随を許さないGoogleが多くのユーザーに受け入れられるようになったことは、これをはっきりと示しています。そしてこれによってポータルサイトにおける「探す過程」にある楽しさや喜びや発見は、あまり着目されることなく、見過ごされてきました。

では、ショッピングサイトではどうでしょうか？書籍のネット販売大手のAmazon 〈注4〉を見てみると、同じ本を買った人が他にどんな本を買っているのが表示したり、また、選択された本に対応したおすすめの本を表示したりと、ある程度の探す楽しさを誘発するような要素はサイトの所々にありますが、検索機能自体は、やはり「探している本、探しているキーワードを持っている本への最短ルートを案内する」ことに主眼がおかれています。

しかし、このような「必要な情報に辿り着くための最短ルート」として利用される、現在の検索機能を持つウェブサイトの状況は、ウェブを「必要なときに知りたい情報を効率よく取り出す」ためのデータベース 〈注5〉として考えているユーザーに支えられているといえます。

では、ウェブが私達の生活に今より更に入り込んでこうとしている未来には、「情報を効率よく取り出す」という使い方のユーザー以外に、どのようなユーザーが出てくると考えられるでしょうか？私は、最初に挙げた私の辞書の使い方の例の様に、「目的に辿り着く」ことだけではなく、「探す過程」に楽しさや喜びや発見を求めるユーザーが多く出てくるのではないかと考えました。そして、そんなユーザーの数が増えた時に、「情報を効率よく取り出す」という使われ方以外に考えられるのは、「探す過程を楽しむ」という使われ方ではないでしょうか。

私は、この「探す過程の楽しさ」に着目し、それを引き出すことの出来る検索のかたちをデザインしたいと考えています。



〈注4〉 Amazon

1995年にネット書店として誕生。2000年には日本での営業も開始。現在は、CD、DVD、家電、その他家電用品なども取り扱う世界最大のオンラインストアに成長。

<http://www.amazon.co.jp>

〈注5〉 データベース

各種データを体系的にかつ重複の無い状態で記憶させ、必要なときに知りたい情報を取り出せるようにしたもの。(カタカナ語辞典)

2. 作品制作について

◆What?(課題 …何をどの程度)

探すことの楽しさや発見に主眼を置いた、ウェブの検索のかたちのデザイン。

ゼミの皆さん以外の方にも公開し、最終的には、デモ版的なものではなく多くの人に実際に使ってもらえるものを目指す。

◆Why?(目的・ねらい …何のために)

ウェブで何かを探す(検索)過程をただ「必要な情報に辿り着くための最短ルート」としてではなく、探すこと自体を楽しみとして捉えられるデザインを実現する事で、これまでのウェブの使い方に新たな楽しみ方を発見すること。

◆When?(実現時期・実現までのフロー …いつまでに)

1. ウェブにおける「情報を探すためのシステムとその背景」の現状の把握
2. 「探す」ことの研究
 - ・人が何かを探すときのアルゴリズムの研究
 - ・探すときにいつ楽しいと感じるかの研究
3. 1・2を踏まえてウェブ上では今まで無かった、探す楽しさの感じられる検索の方法を考える
 - ・「探す楽しさ」の感じられる新しい検索方法の例
 - ・Amaztype(<http://amaztype.tha.jp/>)
 - ・BOOKLOG(<http://booklog.jp/>)
4. プロトタイプを制作し、フィードバックを受け取る
5. 1～4を繰り返し行う
6. 最終的には、実際の使用に堪えるものとして、卒業までに完成させる

◆Where?(対象範囲 …どこを対象に)

「探す」ことの研究範囲は、ウェブ上に限らず、人が実際に探す動作を行う範囲全般にわたり研究する。実際に制作する際は、それをウェブ上に還元する。

◆Who?(実現体制 …誰が)

研究は基本的には自分で行うが、作品の評価・フィードバックをもらうために、ゼミの皆さんにもご協力をお願いします。

◆How?(実現手段 …どのようにして)

作品のプロトタイプは、常にオンライン上で観覧できる状態にし、フィードバックを受けて改良が済み次第、随時アップロード [〈注6〉](#) し、改良を続ける。



〈注6〉 アップロード
サーバーにプログラムやデー
タを転送すること。

参考文献

小川浩・後藤康成 『Web2.0 BOOK』 インプレスジャパン 2006年3月

宮宇地一彦 『デザイン脳を開く 建築の発想法』 彰国社 2004年4月

暮沢剛巳 『現代美術を知る クリティカル・ワーズ』 フィルムアート社 2002年8月