

第3章 コンテンツ販売

商用データベース

有料データベース売上高は一時的に減少 サービス向上、新ユーザー獲得で利用の拡大なるか

はじめに

インターネット上では、さまざまな検索サイトや商用データベースが提供されている。

ここでは、ヤフーなどのポータルサイトやGoogleなどのサーチエンジン以外の、特定情報を対象に検索機能を提供しているウェブサイトを検索サイトと称することとする。また、有料で提供される商用データベースはデータベースと称し、オンラインで提供されているサービスを前提として解説する。

データベースサービス業の売上減速

経済産業省「特定サービス産業実態調査」(特サビ)によると、データベースサービス業の売上高は、1996年に増加に転じて以来、順調に伸びてきたが、99年は前年比7.8%減となった(資料2-3-1)。

一方、財団法人データベース振興センターが2000年10月に行った「データベー

スサービス実態調査」によると、回答83社におけるデータベース売上高の対前年比伸び率の平均は8.3%の増加となっている。特サビの結果と逆の傾向が出ているが、伸び率は前回調査の12.2%より減少しており、ここでも売上が減速しつつあることがうかがえる(数値はいずれもデータベース振興センター「データベース白書2001」による)。その理由として、次のような要因が考えられる。

1 全体的な利用減少

景気低迷や業務縮小などに伴い、データベースサービスの契約を整理したり、利用そのものが減少したりしている。

2 検索形態の変化

データベースディストリビュータ(提供会社)は、従来のTTY(パソコン通信)方式による利用形態に加え、インターネット(ウェブ)での利用促進を展開している。ウェブでのデータベースの特徴の1つとして、最初にタイトルなど情報の一

部を限定した件数だけ表示させ、その中から必要なものだけを選択して詳細情報を表示させる方式がある。つまり絞り込んだ上でのアウトプットが可能になるため、不要な情報表示を防ぐことができる。

3 課金方法の変更

パソコン通信方式の課金方法は、「1分当たり〇〇円」という時間従量制が中心だった。これに対し、ウェブでは「1件当たり△△円」という件数課金制が多く、しかもタイトル出力など一部は無料または低料金に設定しているケースも少なくない。結果的に1セッション当たりの利用料金に歯止めが効きやすいため、

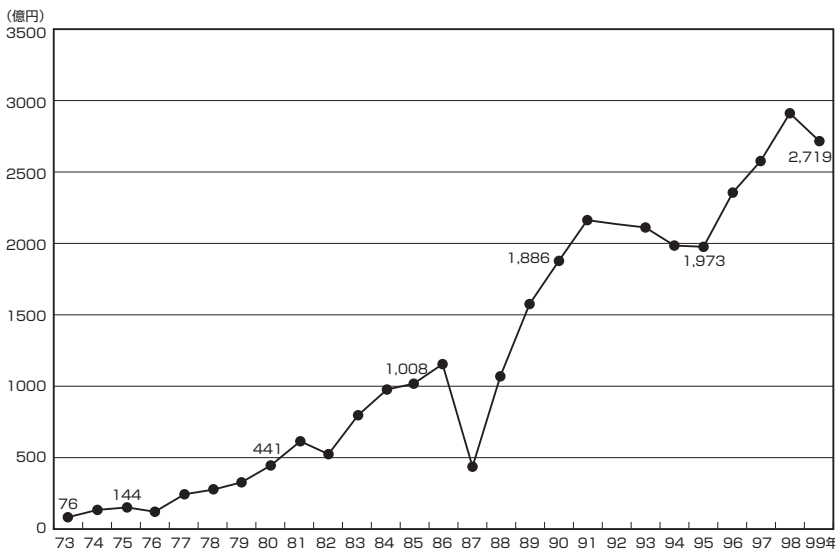
4 利用者の移行

企業内での利用は、従来サーチャーと呼ばれる検索エキスパートによる、いわゆるヘビーユースが中心だった。近年はイントラネットでのデータベース利用環境が整っていることもあり、研究者など情報を直接必要としているエンドユーザーの利用が増加している。

5 無料の検索サイトの増加

これまで有料のデータベースで入手していた情報を、次項で説明するような無料コンテンツで間に合わせるケースが増えていることが考えられる。

資料2-3-1 データベースサービス産業の売上高推移



出所 財団法人データベース振興センター「データベース白書2001」を元に作成

Jump www.dpc.or.jp

有料と無料のコンテンツの違い

現在、ポータルサイトやさまざまな検索サイトの利用は基本的に無料となっている。たとえば次のようなサイトがある。

NIKKEI NET

日本経済新聞社のサイトで、ニュースや経済情報が充実している。さらに、同サイトに掲載された過去3か月分の記事や直近2週間の人事異動情報を検索でき

る。これまで有料だった日経情報が無料で検索できることは注目される。

国立国会図書館

同館の紹介や利用案内に加え、昭和23年以降受け入れの国内図書と昭和61年以降受け入れの洋図書の書誌情報を検索できる。これも以前は有料で提供されていた情報だ。さらに1947年5月以降の会議録情報も検索できるようになった。

しかし単にコンテンツの内容や、有料か無料かの違いだけで使い分ける判断を下すことは早計である。有料データベースには、以下のように無料のサイトにはないメリットが多いからである。

●収録期間が長い

無料の記事検索は収録期間が数週間～2、3年程度である。地方紙のサイトでは週及期間が長いところもあるが、検索対象はローカルな内容が多い。有料の新聞・雑誌記事データベースには過去10～20年にわたる長期間の記事を収録しているものもある。

●収録件数が多い

例として、無料の企業検索は上場・店頭公開企業のみが多いが、有料の企業データベースは上場、非上場含めて網羅的に収録している。

●きめ細かい検索が可能

無料コンテンツは、簡単なキーワード入力や条件設定が多いが、有料のデータベースでは複雑な検索式や条件を設定できる。これにより検索洩れや不要な情報を減らすことが可能になる。

●情報収集の利便性が高い

有料のデータベースサービスには、その場で新聞雑誌の記事全文をPDFファイルで表示できるものや、文献の複写注文ができるものがある。前者には日経テレコン21、後者にはEnjoyJOISやNACSIS-IRなどがある。

今後の中長期的な成長に期待

現時点では、データベース利用の伸びは鈍っているが、前述の「データベース・サービス実態調査」によると、事業者は今後5年間のデータベース売上高の伸び率を13.4%と見ている。企業ユーザーも、利用減少より、利用増加を見込んでいる割合が高い。根拠として、次に挙げるような動向から、利用環境の充実とユーザー拡大が予想される。

●検索環境の改善

ウェブ上の検索インターフェースは、初心者向けの仕様拡充に力が入られている。最近はこのに加えて、TTY方式の時代から利用しているサーチャーが、従来どおりのコマンドを使った検索をWWWで実現できるサービスが増えている。ジー・サーチが提供する国内データベースサービス「G-SearchClassic」

および海外データベース・サービス「DialogClassic」がこれに該当する。

●大手プロバイダーが利用窓口に

@niftyやBIGLOBEなど大手プロバイダーでも、G-Searchや日経テレコン21、EnjoyJOISなどのデータベース・サービスが利用できる。これらはNIFTY-SERVEやPC-VANなど、パソコン通信の時代からゲートウェイ接続により行われていたものである。現在プロバイダーで提供しているウェブでの検索は、料金体系も含めて初心者利用しやすい環境なので、従来にも増してエンドユーザーの利

用促進が期待できる。

●サービスの質の向上

財団法人日本特許情報機構(JAPIO)による特許情報検索サービスPATOLISが、2001年4月1日より株式会社パトリリスに営業譲渡された。これは特許情報に関するコスト競争が激しくなってきたことが背景となっている。時を同じくして、国内外の特許公報全文表示をウェブで行うことがアナウンスされている。ユーザーサービスの向上はますます進むものと思われる。

一方、ポータルサイトなどでも有料コンテンツを志向する動きがあるようだ。さらに、携帯電話・PHSによる情報サービスには新しいユーザー層の獲得が期待できる。そんな中、改めてデータベースサービスのメリットが注目され、幅広いユーザー層の支持を集めていくことだろう。

(鈴木尚志 有限会社ウイング・ヘッド代表取締役
目白大学非常勤講師)

Jump 01 www.nikkei.co.jp
www.ndl.go.jp
telecom21.nikkeidb.or.jp
pr.jst.go.jp/db/db.html
www.nacsis.ac.jp/ir/
www.g-search.or.jp
www.dialogclassic.com
www.patolis.co.jp

資料2-3-2 国内主要検索システム一覧

検索システム名	ディストリビュータ	分類・特徴
JOIS	科学技術振興事業団 (JST)	国内外科学技術
PATOLIS	パトリリス	国内外工業所有権情報 (特許)
日経テレコン21	日本経済新聞社	記事、企業、人物、経済統計
G-SEARCH	ジー・サーチ	記事、企業、人物、マーケット、法律
NICHIGAI ASSIST	日外アソシエーツ	図書、人物、雑誌記事
NACSIS-IR	国立情報学研究所	研究論文、研究者、図書雑誌目録
ELNET	エレクトロニック・ライブラリー	新聞・雑誌記事原文

出所 鈴木尚志氏による資料を元に作成



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp