

ほしい情報への近道

WWW 検索サービスを使いこなそう!

解説・石川和也

事例・須山健児

天文学的に増え続けるWWWサイトのなかから、自分が今ほしい情報を探すには、Yahoo!やAltaVistaといったWWW検索サービスを使ってみるのが早い! なんて記事はこれまでもたくさんあった。しかし、実際に検索してみると、1万件表示されてうろたえたり、逆に1件もなかったり、途方にくれた人も多いのではないだろうか。

そんな人のために、国内・海外合わせて29本のWWW検索サービスについて、それぞれの特徴を比較し、効率よく目的の情報にたどりつくコツを探った。



検索サービスのしくみと機能

石川和也

POINT 1 サイト情報の 収集方法

新しい情報を見つけるには自動収集型と手動登録型はどっちがいいか？

サーチエンジンやディレクトリーサービスといわれているWWW検索サービスは、インターネット上のさまざまな情報を、入力されたキーワードから探し出してくれるサービスである。キーワードが入力された時点でリアルタイムにインターネット上を探し回るのであれば、常に最新情報を手に入れることができるが、インターネットには1,000万台以上のコンピュータが接続されているので、それらをリアルタイムに検索することは困難だ。そのため、各サービスでは検索用のデータベースを構築し、このデータベースから探して結果を表示している。このデータベースにどのような形でどれくらい情報を格納するかがそれぞれのサービスの特徴となっている。

データベースへのデータ登録の方法には大きく分けて次の2種類がある。

自動収集

「Robot (ロボット)」や「Spyder (スパイダー)」と呼ばれるフリーソフトウェアを利用して、定期的にインターネットから自動的に情報を集める。これらのソフトウェアはちょうどユーザーがブラウザを利用してネットサーフィンをするように、ハイパーリンクされたドキュメントをたどって情報を収集する。あるHTMLファイルが指定されると、まず、その文書に含まれているキーワードなどの情報を収集する。続いてさらにその文書に含まれているすべてのハイパーリンクを利用して別の文書呼び出す。この文書に対してまた情報収集を行い、さらにリンクをたどるという作業を繰り返す。このように文書同士がハイパーリンクしているというWWWの特性を利用して自動的に情報を集めている。

手動登録

検索サービスにはキーワードによる検索のほか、あらかじめ分類されて整理されたデータベースのなかから情報を探す「ディレクトリーサービス」と呼ばれるものもある。電話番号案内を例にとると、「104」は相手の住所や名前前で調べてくれるキーワード検索サービスで、業種や職種であらかじめ分類されているなかから自分で探し出す「タウンページ」はディレクトリーサービスである。情報

の内容によってどのようなデータベースに登録するか判断する必要がある場合には「Robot」のような自動収集だけでは困難で、ある程度人間が手作業で内容を更新していく必要がある。また、最新情報は情報提供者自身の手で登録できる場合もある。

自動収集では、人間が行うよりも確実に速く情報を収集することができる。しかし、ときには重要でない情報まで集めてしまい、がらくただけのデータベースになってしまう恐れもある。これに対して手動登録では、情報量では自動収集に劣ることもあるが、情報判断を人間が行うことにより情報の質を向上させることができる。ただし、判断基準によっては質が低下する恐れもあり、サービスの善し悪しが出やすいといえる。

いずれの方法においても、どれくらいの頻度で情報の更新が行われるかがポイントとなる。常に情報が更新されているインターネットだから、新しい情報を得るためにはRobotの動作間隔やいつ情報を登録するかといった更新頻度が重要になる。ただし、あまり間隔が短いとインターネット全体に無用な負荷をかけていることになるが…。

情報量と更新頻度で勝る自動収集と質の手動登録のどちらが優れているかを決めることは困難だ。すばやく最新情報を入手する場合には自動収集でデータ量の多いサービスを使用し、さらに深く調べたり関連情報を入力する場合は手動登録のディレクトリーサービスを利用するといいたいだろう。

●国内

※表はアンケート取材の回答をもとに作成しました。

	自動収集	手作業	登録	更新	情報更新タイミング	収集サイトの制限	現在の登録サイト数
InfoNavigator	●	×	●	●	毎日	特になし	約10,000件 (ロボット収集分除く)
Wave Search	●	×	×	×	毎日	NTTの到着情報に登録されているページのみ	NTTの到着情報の登録件数と同じ
WebdeW	●	●	●	●	週1回	jp中心、一部comもあり	6,000サイト
NTT DIRECTORY	●	●	●	●	毎日	特になし	30,000サイト
ODIN	●	×	×	×	2,3か月に一度データを破棄して、徐々に増やしていく	jpのみ	145,365ページ、ロボットが訪問したサーバは約9,000
OpenText Index 日本語版	●	×	×	×	毎日	特になし	調査中
けんさく君	×	●	×	×	随時、ユーザーの依頼があった時	特になし	5,000サイト
検索次郎	×	×	●	●	登録時更新	特になし	1,213サイト
CSJインデックス	×	×	●	●	毎日	特になし	約16,500サイト
千里眼	●	×	×	×	月1回	jpドメイン、およびjp上のページからリンクされているURL	5,280サーバ、次に更新するときは約8,000サーバ
TITAN	●	×	●	●	適宜	特になし	350,000ページ
WWW ナビゲーター	×	●	●	●	週1回	特になし	約15,000サイト
Nippon Search Engine	●	●	●	●	月1回全文のデータベース更新、週1回スタッフがサイトの登録	日本語で書かれているページ、日本に関するページ	670,000サイト
日本ネット	×	●	●	●	週1回	特になし	6,000サイト
NETPLAZA	●	●	●	●	毎日	基本的にはjp中心	9,300サイト、ページ情報は約400,000ページ
Hole-in-one	●	●	●	●	週3回	日本語で書かれているページ、日本に関するページ	約12,500サイト
RCAAU -mondou-	●	×	●	●	毎日	jpドメイン、およびjp上のページからリンクされているURL	277,981ページ、808,672URL
やつぽ〜 (Yahoo)	×	●	●	●	随時登録	特になし	14,085ページ (6/21)
Yahoo! Japan	×	●	●	●	毎日	特になし	非公開
URL Directory	×	●	●	●	週1回	特になし	4,000サイト
URL広場 (Orions)	×	●	●	●	毎日	特になし	約3,600ページ

※1 登録申請は可能 ※2 以来のあったURLに対してロボットが巡回

●海外

	自動収集	手作業	登録	更新	情報更新タイミング	収集サイトの制限	現在の登録サイト数
Alta Vista	●	×	●	●	毎日	特になし	3000万ページ、22万5千サーバ
Excite	●	×	●	●	週1回のベースで登録サイトをチェック	内容のあるページのみ、ディレクトリーインデックス等は収集されない	100万 + 2週間のネットニュース
HotBot	●	×	●	●	6月現在試験中だが、7月中にはWebを週1回のペースで巡回	特になし	3600万ページ (6月24日) 目標5000万
Infoseek	●	●	●	●	不明	特になし	正確な数は不明 (調査中)
Lycos	●	●	●	●	1か月周期で全ページを再チェック	URLに=、\$、?があるとエンジンの制約上収集されない	不明
MAGELLAN	●	●	●	●	不明	特になし	不明
The Open Text Index	●	×	×	×	毎日	特になし	調査中
Yahoo!	●	●	●	●	毎日	特になし	非公開

※ ユーザーがURLを提供し、ロボットが内容入手

POINT 2 検索対象

ヒット数が多い全文検索型。検索項目の絞り込みも有効

どの検索サービスが何を検索対象としているかを知っておくことは、検索時間を短縮し、効果的な検索を行うために重要である。検索する目的によって検索したい対象を変えることもできる。検索対象は以下のものが一般的である。

全文

文書に含まれている内容すべてが対象になる。たとえそれが源氏物語であったとしても、物語の全文を検索対象にすることができる。当然、データ量が膨大になるため、検索スピードが遅くなる場合がある。

全文といっても、本当に全文の一語一句までも検索対象としているサービスもあるが、これだと頻繁に使われるキーワード（たとえば「Internet」）で検索すると無数の検索結果が表示されてしまうことになるので、多くの検索サービスではあらかじめ決められた語句をデータベースに登録していることが多い

ようだ。全文を検索対象としているサービスを利用する場合には、複数のキーワードを組み合わせるなどして検索結果を絞り込んでいったほうがいい。

タイトル

HTML文書では<TITLE>タグで指定された文字列がブラウザのタイトルバー上に表示される。この検索対象がとくに有効な情報は、学術情報やビジネス情報などの「固い」情報で、これらは内容を的確に示すようなタイトルが付けられているので、全文から検索しなくてもタイトルだけで十分な場合が多い。しかし、個人情報などは意味不明のタイトルも多く、タイトルだけでは見つけにくいだろう。

URL

URLを検索対象とすると、あるドメインをもつ会社（たとえばimpress.co.jp）のホ

ームページを探すことができる。

アンカー

HTML文書中で他の文書へハイパーリンクしている部分（下線が引かれ色が変わっている部分）を対象として検索する。

要約文

全文では検索量が多くなってしまい、タイトルだけでは少なすぎるが、内容の要約であれば適切である。ただ、要約は人間が付けることが多いので、内容にばらつきがあることがある。自動収集でもその文書の最初の数行を自動的に要約文としていることがあるが、論文のように最初に要約が書かれている文書以外は、効果はあまり期待できない。

以上のほか、自分のサイトのURLを指定すると自分のサイトがどこからリンクされているか逆探知してくれるサービスもある。

●国内

	検索対象項目								検索対象サイトしほり込み			
	URL	引きの金ペタ	ホームページ	全文内のキーワードから	ホームページのタイトル	アンカー	要約文	その他	国名	ドメイン	カテゴリー分類	その他
InfoNavigator	●	●	×	×	●	×	●		×	×	●	業種
Wave Search	※	×	×	×	※	×	※	※NTTの最新情報の登録内容に登録されたURL、ページタイトル、要約文	×	×	×	
WebdeW	×	×	●	●	×	●			×	×	●	18歳未満に問題があると判断したサイトの非表示
NTT DIRECTORY	●	×	×	×	●	×	●		×	×	●	
ODIN	×	×	※	×	●	×	×	※ページ中で重要と思われる部分から検索	×	×	×	
OpenText Index 日本語版	●	●	×	×	●	×	●		●	●	×	
けんさく君	●	×	●	●	×	×	×		×	×	×	
検索次郎	×	×	×	×	×	×	※	※ユーザーが登録した要約文が検索対象	×	×	●	
CSJインデックス	×	×	×	×	×	×	×	ユーザーが登録したキーワード	×	×	×	
千里眼	×	×	×	×	●	●	×		×	×	×	
TITAN	×	×	●	●	●	×	×		●	×	×	言語(日本語、英語、中国語など9か国語)
WWW ナビゲーター	●	×	×	※	×	●	●	※情報登録者がつけたタイトル	×	×	×	
Nippon Search Engine	×	●	●	●	●	●	●		×	×	●	
日本ネット	●	×	×	×	●	×	●		×	×	●	
NETPLAZA	●	×	×	×	●	×	●		×	×	●	
Hole-in-one	●	×	×	×	●	×	×	キーワード、ページの使用言語(予定)	×	×	●	
RCAAU ~mondou~	●	×	※	●	●	●	×	※ページ中で重要と思われる部分から検索	×	×	×	
やっほー(Yahoo)	●	×	×	×	●	×	×		×	×	●	
Yahoo! Japan	●	×	×	×	●	×	●	メールアドレス	×	×	●	
URL Directory	●	未確認	未確認	●	×	●	●		×	×	●	
URL広場(Orions)	●	×	×	×	×	×	×		×	×	×	都道府県名

●海外

検索対象項目	検索対象項目								検索対象サイトしほり込み			
	URL	引きの金ペタ	ホームページ	全文内のキーワードから	ホームページのタイトル	アンカー	要約文	その他	国名	ドメイン	分類カテゴリー	その他
Alta Vista	●	●	×	●	●	×	ネットニュース	×	×	×	登録日	
Excite	×	×	●	●	×	●	類似サイト	×	×	×		
HotBot	●	●	×	●	●	×	日付、メディアタイプ（オーディオ、Java、ショックウェーブ、VRML等）	●	●	×	ユーザーごとの検索方式の設定が保存可能	
infoseek	×	●	×	●	●	●	ネットニュース、企業ディレクトリ、メールアドレス、質問形式で検索	×	×	●		
Lycos	●	×	●	●	×	●	人名（USのみ）	×	×	●		
MAGELLAN	●	×	●	●	×	●	FTP、Gopher、ネットニュース、Telnet	×	×	×		
The Open Text Index	●	●	×	●	×			●	●	×		
Yahoo!	×	×	×	●	×	●		×	×	×	登録期間は年単位	

POINT3 キーワード検索 の機能

複数キーワードの書式設定で検索結果がだいぶ違う。

検索のためのキーワードの指定にもいくつかの方法がある。キーワードを複数組み合わせる方法や、キーワードを語句と一致させる方法に違いがある。

キーワードの組み合わせ

組み合わせのための特別な記号を各キーワードの間に入れる場合や、入力フォームのメニューから条件を選択する場合がある。

一般的によく使う組み合わせにはAND (&) とOR (|) がある。

AND

例) Internet AND Intranet
InternetとIntranetの両方を含むもの
「〜かつ〜」の組み合わせを指定する場合に使われる。検索項目をしぼり込みたい場合によく利用される。

OR

例) Internet OR Intranet
InternetとIntranetのどちらかを含むもの
「〜または〜」の組み合わせを指定する。複数の項目について同時に検索したい場合や、どちらのキーワードが利用されているかあやふやな場合などに有効である。

検索サービスによっては、スペースでキーワードをつないだ場合に、ANDになるのか

ORになるのか異なっている場合がある。ANDが一般的であるが、注意が必要だ(図参照)。このほかにNot(このキーワードを含まない)や、Near(両キーワードが近くにある)、Followed(〜の下に〜が続く)といった組み合わせをさらに細かく指定できるサービスもあるが、これらは冷静に組み合わせ効果を考えなければならないので、どうしてもというときにしか使われない。

キーワード一致方法

入力されたキーワードをどのようにデータベースの内容と一致させるかを指定できる場合がある。この方法は完全一致と部分一致がある。

完全一致

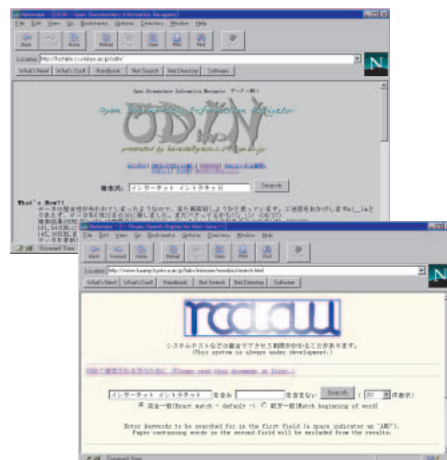
文字どおり指定されたキーワードと完全に一致する情報のみを検索する。厳密に情報が検索されるので、適切なキーワードを指定していれば的確な情報が検索できるが、スペルミスをしてしまうと役に立たない結果しか表示されない。

部分一致

キーワードの一部分が一致した情報も検索する。キーワードのスペル(とくに英単語)に不安がある場合に有効だ。とくに指定しなくてもキーワードを入れただけで一部分が

●ANDとOR

rcaau-Mo-n-do-uはAND検索が基本パターン、ODINはOR検索を採用している。ODINはAND検索にも対応するサービスを近日公開予定。



致した情報も表示してくれる場合もあるが、「real*」のように「*」という記号をつけることで、部分一致を指示する場合がある。この辺りの細い書式は説明をよく読んだほうがいい。

検索方法の指定はAltaVistaのような全文検索ができて膨大な検索結果が出力されるサービスなどではとくに有効だ。ただし、このような複数キーワードの組み合わせを指定する方法やその際の効果は複雑な面もあるので、使いこなすためにはなれが必要だろう。

●国内

	キーワードの対応言語					単一キーワード検索機能		複数キーワード検索機能									
	日本語	英語	和英語訳	キーワードの同義語	半角/全角文字	完全一致	部分一致	同義語関連語	「〜かつ〜」	「〜または〜」	「〜以外」	近接語	real*	followed by	その他の	その他	
InfoNavigator	●	●	×	●		●	●	×	●	●	×	×	●			その他キーワード検索について	
Wave Search	●	●	×	×		●	●	×	●	●	×	×	×				
WebdeW	●	●	×	×		●	●	×	●	●	×	×	×			カタカナ、ひらがななどの表記のゆれを吸収	
NTT DIRECTORY	●	●	×	×		●	×	×	●	●	×	×	×			全文検索システムなので、対象データ中の任意の文字列の検索が可能	
ODIN	●	●	×	●		●	●	×	×	●	×	×	×			日本語形態素解析分析	
OpenText Index 日本語版	●	●	×	●		●	●	×	●	●	●	●	●			全文検索システムなので、対象データ中の任意の文字列の検索が可能	
けんさく君	●	●	×	×		●	●	×	×	×	×	×	×			単一キーワードでの検索のみ	
検索次郎	●	●	×	×		●	×	×	×	×	×	×	×			サイトの管理者が申告したキーワードを検索	
CSJインデックス	●	●	×	×		●	×	×	×	×	×	×	×			長い文章が入力できる	
千里眼	●	●	×	●		●	×	×	●	×	×	×	×			正規表現に対応	
TITAN	●	●	×	×		●	×	×	●	×	×	×	×			ユーザーによる漢字登録システム(予定)	
WWW ナビゲーター	●	●	×	×		●	●	×	×	×	×	×	×			全文検索システムなので、対象データ中の任意の文字列の検索が可能	
Nippon Search Engine	●	●	×	×		●	●	×	●	●	×	×	×			データ編集時に、スタッフが気付いた限りで関連語を入れている	
日本ネット	●	●	×	×		●	×	×	●	●	×	×	×			キーワードと関連の高い別のキーワードをで表示する	
NETPLAZA	●	●	×	●		●	×	×	●	●	×	×	×			関連するカテゴリのリンクを表示するので、それに近いものを見つけやすい	
Hole-in-one	●	●	×	●		●	×	×	●	●	×	×	×			※同義語検索は静的ページのみ	
RCAAU --mondou--	●	●	×	×		●	●	×	●	●	×	×	×				
やっほ〜(Yahoo)	●	●	×	×		●	×	×	×	×	×	×	×				
Yahoo! Japan	●	●	×	×		●	×	×	●	●	×	×	×				
URL Directory	●	●	×	×		●	●	×	●	●	×	×	×				
URL広場 (Orions)	●	●	×	●		●	●	×	●	●	×	×	×				

●海外

	キーワードの対応言語					単一キーワード検索機能		指数キーワード検索機能						
	日本語	英語	和英翻訳	和英翻訳 の同義語	半角/全角文字	完全一致	部分一致	同義語 (関連語)	and/かつ	or/または	not/以外	near/近接	followed by/～	その他
Alta Vista	●1	●	×	×	×	●	×	×	●	●2	×	×	×	●
Excite	×	●	×	×	×	●	×	●	●2	×	×	×	×	×
HotBot	●3	●	×	×	×	●	×	×	●	×	×	×	×	×
Infoseek	●4	●	×	×	×	●	×	×	●	×	×	×	×	×
Lycos	×	●	×	×	×	●	×	×	●	×	×	×	×	×
MAGELLAN	×	●	×	×	×	●	×	×	●	×	×	×	×	×
The Open Text Index	×	●	×	×	×	●	×	×	●	×	×	×	×	×
Yahoo!	×	●	×	×	×	●	×	×	●	×	×	×	×	×

1: 入力したコードのみ 2: ファジーANDと称してミックス 3: ソフトのバグで現在中止中、近日再開予定 4: 検索できるが、結果は文字化け

その他キーワード検索について 指定単語順に結果表示順が変えられる
文単位で検索可
複数単語中最低x個含む
文単位で検索可
プラス(+)の記号は検索不可(例: C++)

同義語・類義語

キーワード検索では、単に綴りを一致させるだけでなく、同義語・類義語を含めて検索してくれるサービスがある。たとえば「Microsoft」で「Windows95」も探してくれる機能と考えればわかりやすいだろう。何を同義語・類義語とするかはサービスによってまちまちであるが、特定のジャンルのサイトを広く集めたいときには役に立つ機能だろう。

日本語と英語の違い

最近では、日本語での検索サービスも多くなった。これにより、海外のサイトだけでなく国内のサイトについても検索しやすくなっている。日本語で国内のサイトについて検索できるのはもちろん、TITANのように、日本語から英語へ、もしくは英語から日本語への自動翻訳を行い、海外の情報を日本語で検索できるサービスもある(もっとも、検索結果の内容まで和訳するものはない)。

果の内容まで和訳するものはない)。

日本語で検索する場合の注意点がいくつかある。日本語は英語などと違い、単語ごとにスペースで区切らない。そのため、どこまでが1つの単語なのか見分けることが難しい。つまり、「はし(橋)」で検索すると、「はし(走る)」までヒットしてしまう仕様のものが日本語検索エンジンにはある。この場合は、長いフレーズを入れてもピッタリと合えばヒットするというメリットがあるが、短い単語1つで検索すると余計なもので表示されてしまうことがある。OPEN Text Index 日本語版やNETPLAZA、Wave Searchなどがこれに当たる。

英単語をカタカナ表記する場合には文書ごとの違いがある。たとえば「Server」を「サーバー」と表記しているか「サーバ」と表記しているかでキーワードの一致方法によっては別々の語句として扱われる。

また、半角(1バイトコード)と全角(2バイトコード)の問題もある。文書中に英単



●フレーズの検索と翻訳

TITANは「野菜の料理」と入力すると「野菜」と「料理」のand検索に変換してくれる。また、入力キーワードを英訳して検索する機能もある。

語が含まれている場合に、どちらをどのようにに検索するかも問題となる。

これらの問題は検索サービス提供者の努力により徐々に解決されていくだろう。

大学生が運営する日本のサーチエンジン御三家

千里眼／ODIN／Rcaau-Mo-n-do-u

大学の研究室や院生、学部生によって運営されている検索サービスは、それぞれにユニークだ。もちろん商業的なものではないので、その位置付けを理解して利用する必要がある。

千里眼(早稲田大学、田村健人さん)は日本語の検索エンジンの老舗である。リンクさせている文字(アンカー)を検索したり、特定のURLについてどこでリンクされているかをたどったりすることができる。リンク逆探知ができるということが知れ渡ったときは、かなり話題を集めた。

ODIN(東大、原田昌紀さん)は文書全文を検索するタイプ。語の出現頻度などによってスコアリングを施し、上位のものから表示される。

Rcaau-Mo-n-do-u(京大情報通信講座)は、チームを組んでやっているだけあって凝っ



▲千里眼はWWWを使った日本語の検索サーバーとしては日本で初めてのものの。名称はユーザーから募集して決めた。

ている。関連性の高いキーワードが表示されるほか、そのページ自体へリンクさせているページに飛ぶこともできる。

海外のYahoo!も、もともと大学の研究室で学生が運営していたものが発展してコマーシャルベースに移行していった。日本とアメリカでは環境が違うけれど、日本の大学の優れた検索エンジンの今後がどうなるかは目を離せない。

なお、ロボットで集めるタイプの検索エンジンではないが、大学生が運営する情報検索サービスでは豊橋科学技術大学の近多康宏さんが運営するYahoo!(やっほ〜)も人気がある。こちらはカテゴリ別に分類したインデックスの充実した力を入れた検索サービスで、検索機能自体はシンプルだが使い手がある。

(須山健児)

「サイト探し」の次にくる本当の情報検索サービスとは？

インターネット上で提供されている情報を、効果的かつ有効に探し出すことを検索サービスの目的とするのであれば、キーワードによる検索だけではなく、さまざまな検索手段が考えられる。検索サービスはデータ量とその検索スピードを競っていた段階から、次の段階へと変わりつつあるように思える。ここでは、これらの検索手段を含め、究極の検索サービスの姿を探ってみよう。

▶ マルチメディア検索

現在の検索サービスは、キーワードによる検索がほとんどである。そのため、論文などの検索には有効に働くが、一方で文字以外の情報、たとえばイメージや音声の内容を検索することは非常に困難となっている。たとえばモナリザの絵を探し出したいと思っても、そのイメージファイルへ「モナリザ」という文字でリンクが張られていなければ探し出すことができないのである。

音声（音楽）についても同様である。探したい曲のイントロがわかっていても題名や歌手といった文字で表現できる情報がわからなければ検索できないのでは、インターネットでカラオケサービスを提供するときに使いやすい検索が提供できないだろう。

WWWがテキスト主体からグラフィックや音声などの非テキスト情報主体へと変わっているなかで、キーワード以外での検索指定が求められる。

▶ 細分化（専門化）

Yahoo!やInfoseekに代表される検索サービスでは、政治や経済、趣味といったさまざまな分野について、キーワードだけで検索することができる。そのために、これらのサービスでは膨大な量のデータベースを構築し、メンテナンスをしている。また利用者のアクセスが集中するために、T3（45Mbps）回線を複数利用するなど、設備投資も必要となっている。このような広範な分野をサポートするサービスのほかに、専門分野を決めて、その分野についてはありとあらゆる情報を収集し、整理して提供している検索サービスもある。特に手動登録を行っているサービ

スでは、収集できる情報の絶対量に限りがあるために、質を保つためにも分野を限定して情報を収集している。

これらの検索サービスでは目的がはっきりしている事柄、たとえばあるソフトウェアについて知りたいといったことや、趣味の分野では絶大な効果がある。

たとえばwww.shareware.comではさまざまなシェアウェアについての情報を提供しており、必要であればこのサイトからそのソフトをダウンロードすることができる。また、単にFTPアーカイブを提供するだけでなく、そのソフトウェアについてのインストール方法や使い方、FAQ、バグ情報などを検索することがで

ているデータベース上のデータを検索しているために、正確な「今」の情報を検索していることにはならない。これは検索時間を短縮させたり、ネットワークに不要な負荷をかけないように配慮した結果だ。

「Robot」などの自動収集方式を最適化した検索能力を向上させたりすることで、限りなく「今」に近づけることが可能となる。しかし、「未来」の事柄を検索することはできない。

すなわち、検索したすぐ後に発表された新製品情報については検索できないのである。

このような未来を検索するためには、キーワードをリアルタイムにデータベースと合致させて結果を表示させるのではなく、キーワードを

検索サービスに登録しておいて、そのキーワードにあった情報がデータベースに登録されたときにユーザーにメールなどで知らせる方法がある。

このサービスはいくつかの検索サービスで始まっているが、一般化してはいない。

▶ パーソナル化

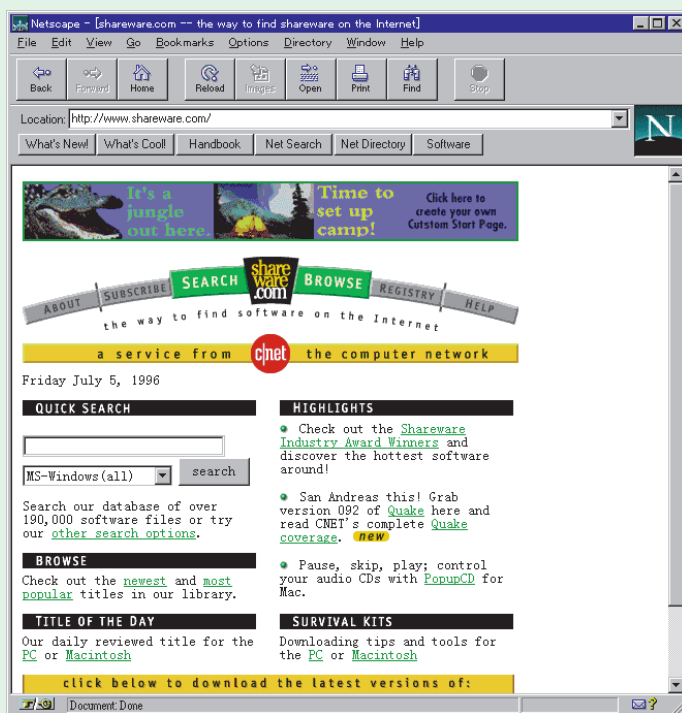
検索を行うさいの個人個人の癖や、使用するキーワードの種類、さらに検索結果から参照する分野というのは異なるものである。たとえば、私の場合には100件の検索結果が出力されても、そのなかのコンピュータ関連の情報にしか興味がないので、いくら特売の情報があっても必要ない。検索する場合に、常にコンピュータ関連を選択するのは面倒なので、私が検索する場合には、コンピュータ関連のみを結果として表示してほしいと思うのである。

また、検索サービスごとに得意、不得意、そして私との相性があるので、通常は

Excite、コンピュータ関連でもソフトウェアについてはYahoo!、そのほか一般的な事柄もしくは新しく参照するキーワードについてはAltaVistaというように使い分けたい。

このように、個人個人によって異なる興味分野や使用するデータベースや辞書を検索エンジン（もしくはそのフロントエンド）側で提供することが求められる。

（石川和也）



shareware.com
URL <http://www.shareware.com/>

きる。ユーザー独自でソフトを使用した結果の評価レポートも提供されているので、ソフトを選択するうえでの指針まで示されている。このような情報の「横のつながり」はキーワードによる検索だけでは得にくい、利用上で重要な情報の検索手段を提供している。

▶ 登録検索

現在のキーワード検索はあらかじめ用意され

POINT4 検索結果の 表示形式

表示内容の意味を知れば、ヒット数が多すぎても安心

検索結果を表示する画面は、どの検索サービスでも似ている。まず、Yahoo! Japanの検索結果を例にとって見てみよう(図)。

Yahoo! Japanでは、カテゴリー別のディレクトリーサービスも提供しているので、検索結果にもどのカテゴリーに分類されているかが表示される。さらに、その情報を呼び出すためのリンクもある。このリンクに表示されている部分は情報のタイトルだ。そして内容の要約が表示されている。複数の検索結果が表示された場合には、まずこの要約に目を通して自分の希望する内容かどうかを判断することができる。

Yahoo!ではカテゴリー情報へのリンクも提供しており、関連する情報もすばやく参照することができる。キーワードでの検索結果が満足のいかない場合でも、ここでこちらのカテゴリーを選べば探し出すことができる。たいいてい検索では1画面に収まりきらない結果が表示されるので、通常は20程度の結

果だけが画面に表示されている。そして、続きの結果へのリンクも用意されている。

さらに、いくつかの検索サービスでは検索結果がどれほど有効か、いろいろな重み付け情報(的確度)が提供されている。たとえば、Excite!では、タイトルの横に重要度を示すアイコンと、情報の的確度を示す「%」が表示されている(図)。他の検索サービスでは、出力結果がアルファベット順や登録された順番に表示されることが多い。しかし、多数の検索結果が出力された場合に、重要度もしくは的確さで並べられていることは非常にありがたい。

的確度の割り出し方にはいくつかの方法があり、全文における「そのキーワードの出現回数」を利用している場合が多い。また、類義語や関連用語の頻度を利用している場合もある。キーワードごとの関連語の情報をもとに的確度を算することで、情報を多角的に分析でき、検索結果の質を向上させられる。

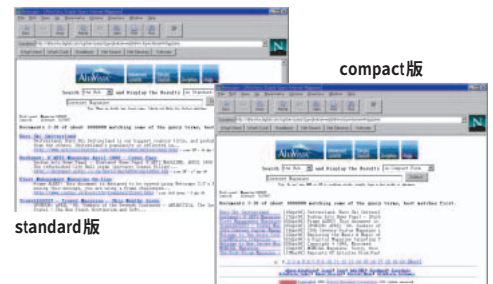
●Yahoo! Japanの検索結果
カテゴリー名とそのリンク、タイトル
とそのページへのリンク、要約文。



●Excite!の検索結果
キーワードと類義語から割り出した重要度、タイトルとリンク、要約文。



●AltaVistaの検索結果。
いくつかのパターンを選べる。



●国内

	検索結果の表示内容							表示の優先順位
	URL	タイトル	要約文 ユーザーが登録	要約文 スタッフが作成	要約文 自動的に文頭から抽出	国	更新日付	
InfoNavigator	×	●	×	×	●	×	×	表示の優先順位
Wave Search	×	※	※	※	×	×	×	キーワードの出現回数
WebdeW	●	●	×	●	×	×	×	新しい情報から表示
NTT DIRECTORY	●	●	●	×	×	×	●	キーワードとの関連度を数値化
ODIN	●	●	×	×	※	×	●	キーワードの出現頻度
OpenText Index 日本語版	●	●	×	×	●	×	●	キーワードとの関連度を数値化
けんさく君	×	●	×	×	×	×	×	キーワードの出現頻度
検索次郎	●	●	●	×	×	×	×	なし
CSJインデックス	●	●	●	×	×	×	×	なし
千里眼	×	●	×	×	×	×	×	アンカー・更新日付が出ることもある
TITAN	×	●	×	×	×	●	×	日英翻訳されたタイトル、スコア、メディアタイプ、ページタイプの分類、記述言語
WWW ナビゲーター	●	●	●	×	×	×	×	所在地
Nippon Search Engine	●	●	●	●	●	●	●	全文検索をかけたものには、ホームページの重さ表示機能
日本ネット	●	●	×	●	×	×	×	検索後のアクセス数が多いサイトを認識
NETPLAZA	×	●	●	×	×	×	×	なし
Hole-in-one	●	●	×	●	×	×	×	新しい情報から表示
RCAAU ~mondou~	●	●	×	×	×	×	●	カテゴリー
やつほ~(Yahoo)	●	●	●	未確認	未確認	×	×	文章のサイズ、関連のあるURL
Yahoo! Japan	×	●	×	●	×	×	×	カテゴリー
URL Directory	●	●	×	●	×	×	×	なし
URL広場 (Orions)	●	●	●	×	×	×	●	新しい情報から表示
								なし

●海外

	検索結果の表示内容							表示の優先順位
	URL	タイトル	要約文 ユーザーが登録	要約文 スタッフが作成	要約文 自動的に文頭から抽出	国	更新日付	
Alta Vista	●	●	×	×	●	×	●	指定単語順
Excite	×	●	×	×	●	×	●	目的のドキュメントである可能性順
HotBot	●	●	×	×	●	×	●	キーワードの出現頻度
Infoseek	●	●	×	×	●	×	●	キーワードの出現頻度
Lycos	●	●	×	×	●	×	●	不明
MAGELLAN	●	●	×	●	●	×	×	スタッフレビュー有優先、URL内に単語優先
The Open Text Index	●	●	×	×	●	×	●	検索単語ヒット数、Yahoo内の文書優先
Yahoo!	×	●	●	●	×	×	×	なし

まとめて検索を行い、ヒットした先が一目でわかる検索結果

複数の検索エンジンを一度に使えるサービスもある。

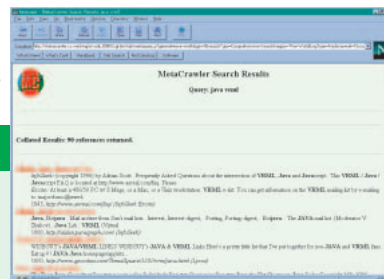
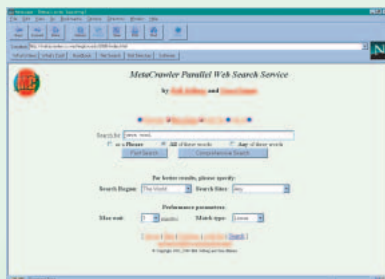
「たくさん検索サービスがあって、どれを使っているかわからない」という人や、逆に「たくさんの検索サービスを使いたい」という人にピッタリなのが、1つのキーワード入力で複数の検索サービスをまとめて使えるサービスだ。

このサービスを使うと、いろいろな検索サービスの性格がわかって面白い。

たとえば「MetaCrawler」を使って検索してみよう。結果が表示される前のほんの数秒間、それぞれの検索サービスのヒット数が成績表のように表示される。「今回はAltaVistaの勝ち」などと1人で遊べるかも(?) かもしれない。

このサービスを使っているうちに、いつか自分の目的や用途にあった検索サービスが見つかるだろう。

ドラゴンサーチエンジン
http://www1.nisq.net/~jsengine/dragon/
10万語の辞書で翻訳



MetaCrawler
http://metacrawler.cs.washington.edu:8080/index.html
キーワードを入力して検索をスタート!

EasySEARCH
日本語キーワードで海外の検索サービスを利用。検索結果は翻訳されない
http://www.aist.go.jp/NIBH/honda/search.html



●国内

		担当者からのセールスポイントを一言!	その他付加サービス	運営組織名
InfoNavigator	http://infonavi.infoweb.or.jp/		ビッグアップサービス、スポットライト、インターネット便利帳	富士通
Wave Search	http://www1.sony.co.jp/InfoPlaza/WAVESearch/	ソニー開発のMediaFinder for WWWを利用した検索システム		ソニー ITカンパニー
WebdeW	http://webdeW.rnet.or.jp/	会員(無料)向けの特別サービスを用意	会員(無料)向けに検索結果の配信などの特別サービスを提供	リクルート
NTT DIRECTORY	http://navi.sl.cae.ntt.jp/	6月22日よりミラーサーバーを開設	フリーダイヤル電話帳など	NTT マルチメディアサービス部
ODIN	http://kichihiro.c.u-tokyo.ac.jp/odin/	素人が一人でやっているページにはなかなかでしょう(苦笑)		東京大学総合文化研究科の原田昌紀さん
OpenText Index 日本語版	http://www.jp.opentext.com/	完全フリーキーワードによる単語、文字、文章による全文検索		日商岩井
けんさく君	http://www.infosite.co.jp/search/index.html	もっともシンプルな検索で、操作も簡単。特にアダルト情報が豊富		日本インフォサイト
検索次郎	http://www.stellar.co.jp/Jiro/index-j.html	検索対象はユーザーが入力した文章で、登録した文章はいつでも更新が可能		ステラクラフト
CSJインデックス	http://www.iijnet.or.jp/csj/	現在スピードを上げるよう準備中		サイバースペース・ジャパン
千里眼	http://www.info.waseda.ac.jp/search.html	この記事が出る頃にはリニューアルしています	リンクの逆引き機能を提供	早稲田大学の田村健人さん
TITAN	http://isserv.tas.ntt.jp/chisho/titan.html	日本語をベースとした多言語情報検索機能	Java言語による直接操作GUIインターフェース	NTT 情報通信研究所
WWW ナビゲーター	http://home.impress.co.jp/magazine/inetmag/wwwnavi/index.htm	単純である		インプレス
Nippon Search Engine	http://swan.dtinet.or.jp/	サーチエンジンのOEMサービスを提供(SEGA、DTI)	リンクの逆引き機能を提供、キーワードを入力しておくメールで配信する	マジックマウス
日本ネット	http://www.nihon-net.com/	ビジネスや生活の場面で利用を想定したユーザーの立場になった、使いやすいインデックスページを構築		日本ネット研究会
NETPLAZA	http://www00.meshnet.or.jp/NETPLAZA/index.html	MYPLAZAには無料特別サービスを用意	パーソナライズドWebページ(MY PLAZA)によるWeb新着情報のクリッピングサービス	NEC
Hole-in-one	http://hole-in-one.com/	スタッフが責任をもって編集、重複データ、誇大広告がない	見つからなかったページをe-mailで配信する	日立国際ビジネス
RCAAU -mondou-	http://www.kuamp.kyoto-u.ac.jp/labs/infocom/mondou/	なるべく負荷が低く、検索待ち時間を少なくすることを優先して結果を提示している	検索されたURLに対して、リンク逆引き機能を提供する	京都大学大学院工学研究科 応用システム科学専攻 情報通信講座
やつぽ〜(Yahoo)	http://yahoo.ita.tutkie.tut.ac.jp/yahoo/	ユーザーとともに作り上げていくシステムであること		豊橋技術科学大学 知能情報工学専攻の近多泰宏さん
Yahoo! Japan	http://www.yahoo.co.jp/search.html		ヘッドラインニュースを提供	ヤフー
URL Directory	http://www.nttpub.co.jp/INETDUSER/URL.html			NTT出版
URL広場 (Orions)	http://www.orions.ad.jp/urls/browse/index-jp.html	動的検索ではなく静的ページの作成に重点をおいているので容易にミラーが可能		大阪地域大学間ネットワーク

●海外

		担当者からのセールスポイントを一言!	その他付加サービス	運営組織名
Alta Vista	http://altavista.digital.com/	膨大なデータ蓄積量を誇る。日本語でも検索可能		DEC
Excite	http://www.excite.com/	類似テーマのサイト紹介や親切な検索結果		Excite
HotBot	http://www.hotbot.com/	細かい検索項目でヒット数も抜群。今後が楽しみ		INCTOMIとHotWired
infoseek	http://guide.infoseek.com/	パーソナライズなど注目の新機能が続々	自分用検索ページの作成	Infoseek
Lycos	http://www.lycos.com/	検索エンジンの老練。インデックスも充実	検索項目のカスタマイズ	Lycos
MAGELLAN	http://www.mckinley.com/	検索機能以外のニュースメニューもある	FAXやメールアドレスなどの検索サービス	McKinley
The Open Text Index	http://www.opentext.com/	長い文章で素早く検索できる全文検索型		Open Text
Yahoo!	http://www.yahoo.com/	初心者でも簡単に使えるわかりやすさ		Yahoo

さまざまな検索の実例

須山健児

NTT DIRECTORY

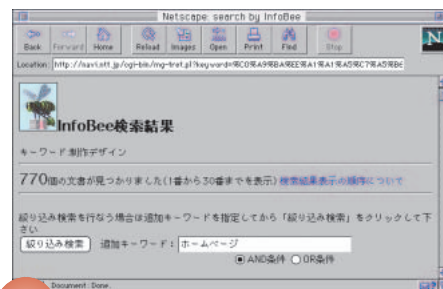
URL <http://navi.sl.cae.ntt.jp/>

ほしい情報 ▶ ホームページの制作をやっているところ

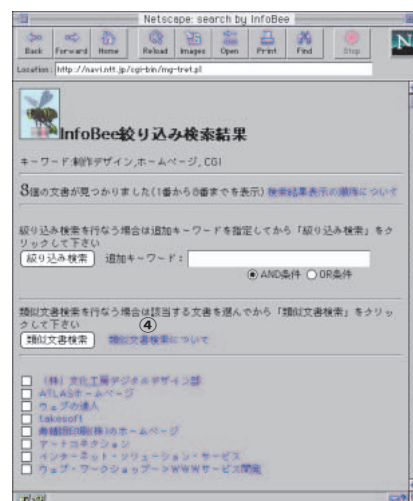
方法 ▶ とりあえず一度検索してみる。必要ならそこへ絞り込みを掛ける。

ホームページの制作会社、あるいはフリーでホームページ制作を引き受けている人を探したい。こんなときの情報探しにピッタリのサイトが、NTT DIRECTORYだ。日本では最も早い時期に立ち上がったNTTのサイトには「新着情報」のページがあり、新しいサイトを立ち上げたり、ホームページを改編したという情報を誰からでも受け付けている。ここには93年12月からのデータが集まっており、何かあったらとにかく「新着情報」

でアナウンスするのが定着している。企業系ページと個人系ページのいずれの情報も多いので、仕事の依頼先を探すのには便利だろう。現在、「新着情報」のデータが検索できるのは、NTT DIRECTORYのほか、ソニーのWave SearchとインプレスのWWWナビゲーターがあるが、NTT DIRECTORYではInfobeeというインテリジェントな検索システムを使って絞り込みもできる。



3 「制作 OR デザイン」の検索結果に「ホームページ」でAND検索をかける。「AND条件」のボタンが押されていることに注意。追加キーワードに「ホームページ」を入れてAND検索を掛けると419件に減った。すべてが該当するサイトだ。これを1つ1つチェックしていくのは大変なので、さらに絞り込みを掛けてみる。



4 ホームページでは何らかの形でCGIも使うだろう。顧客とのやりとりに応じて、反応を返してやるような場合である。そこで「CGI」を加えて検索してみたら、8件になった。あとは各々のウェブを実際に見て、デザインがしっかりしているか、必要な情報がきっちり発信されているかなどを確認すればよい。



1 キーワードとしては「ホームページ」について「制作」あるいは「デザイン」をやっているところ、となる。ここでは「制作」と「デザイン」でOR検索を掛け、それを「ホームページ」で絞り込んでみることにした。NTT DIRECTORYの場合、AND検索でもOR検索でも、複数のキーワードをとにかくスペースを入れて入力し（半角全角は問わない）、検索語入力ウィンドウの下にあるラジオボタンでAND検索かOR検索かを指定するようになっている。OR検索を示す「OR条件」のラジオボタンをクリックしておかないと、デフォルトのAND検索になってしまうので注意。

2 「制作 OR デザイン」で検索した結果770件がヒットした。そこにはもちろん、ホームページに関係ない制作やデザインの関連会社、フリーの事務所なども含まれている。ここからさらに絞り込みを掛けることができる。また、表示されている各サイトの左にあるチェックボックスをチェックしておく、そのページと類似した内容の文書を検索することができる。

教訓

率直な印象では、絞り込みを掛けすぎると、ほんとうに優れたデザインの力がある制作会社がかばれ落ちてしまうようである。

さらに

NTT DIRECTORYでは通常の検索のほか、類似文書検索というしくみもある。これは「内容的に類似している可能性が高い」ということを、文書内の共通の単語の含有度から推測するもので、かなり高度な文書処理技術だ。必要に応じて使ってみるといいだろう。

WebdeW

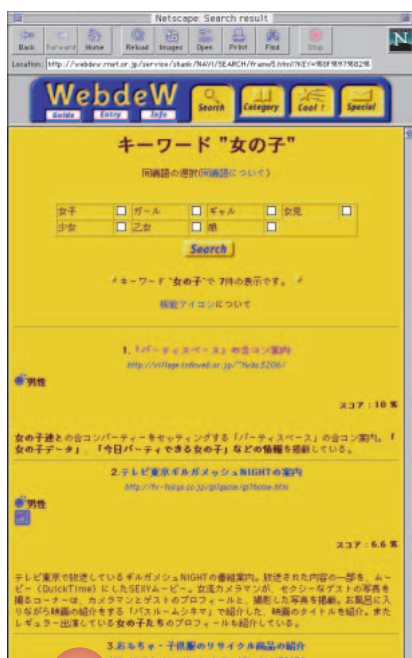
URL <http://webdew.rnet.or.jp/>

ほしい情報 ▶ 「女の子」が作ったホームページ
方法 ▶ 話題の同義語検索で広く浅く情報を集める

サーチエンジンは、付加価値で競う時代に入っている。アメリカのInfoseekでは自分専用のページが持てるようになっているが、これはユーザーを会員化してInfoseekにつなぎとめるためである。リクルートが6月中旬に始めたこのWebdeW（ウェブデュ）でも、同様の意図で会員サービスをメニューに加えている。また、WebdeWでは、一度行った検索について、さらにその範囲を広げる

ような同義語検索をメニュー画面でできるようにしている。日本では珍しい付加価値を意識したサーチエンジンの登場と言えるだろう。

では、さっそくその珍しい同義語検索機能を使って「女の子」が作ったホームページを集めてみることにする。新しいサーチエンジンを試すにはちょっとキーワードが安直だと言われそうだが。

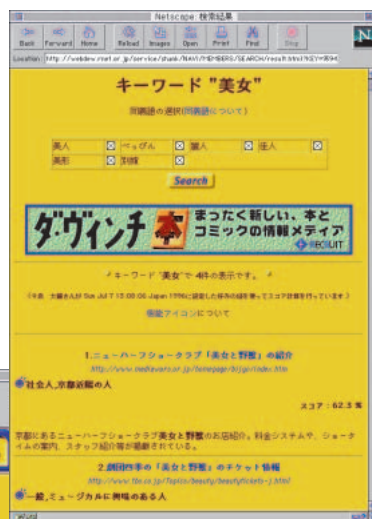


1 キーワードに「女の子」を入れて検索してみると、このような結果が出る。現在はまだ収録データが少ないうえ、「女の子」でヒットしたのはわずかに7件。「ガールズメッシュNIGHT」、「日焼けガールズ」、「合コンしませんか」といったタイトルを見るとやはり感慨深いものがあるが、中身はきっちりのページばかりだ。



3 ヒット件数は6倍以上の44件に増えた。WebdeWでは何も指定しなければ、ヒットしたもののうち最初の20件だけが表示される。サイトには必ず「スコア」が%になって表示される。WebdeWに登録されているデータのうち、タイトル、キーワード、要約の3要素について、検索された語が含まれているかどうかを5段階で計測し、独自のアルゴリズムで指数化したもので、そのスコアが高いものから表示されるようになっている。

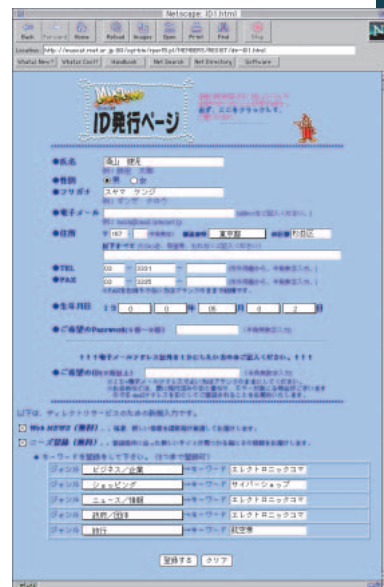
2 WebdeWでは何かのキーワードで検索すると、結果のページにその検索語の同義語が表示され、それらをORで含めた検索が指定できる。適当な語のラジオボタンをチェックして試してみよう。



5 WebdeWでは会員専用のサービスがいくつかあり、あるジャンルの特定のキーワードに引かかるサイトが新規に登録されるとメールで知らせてくれたり、上述のスコアの算出方法をコントロールしたりできる。

教訓

同義語検索はないより便利。ただし、もっとたくさんの情報がほしい。サーチエンジンの新サービスとしては意欲的だが、定常的に使うには、情報の蓄積待ちといったところか。



Yahoo!

URL <http://www.yahoo.com/>

ほしい情報 ▶ 「合法的なドラッグ」を売っている店
方法 ▶ カテゴリーで絞り込んでから特定のキーワードで検索

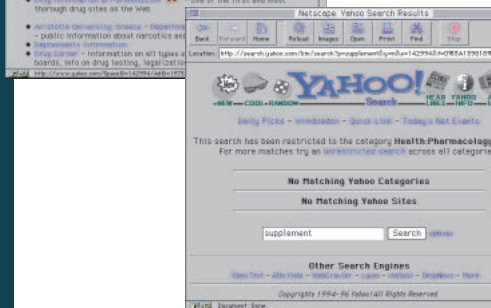
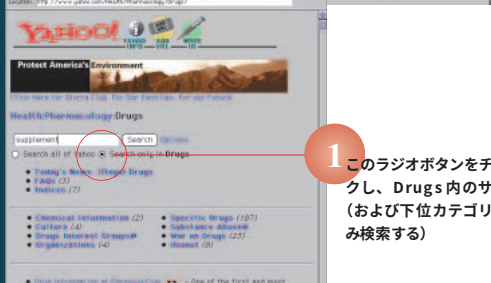
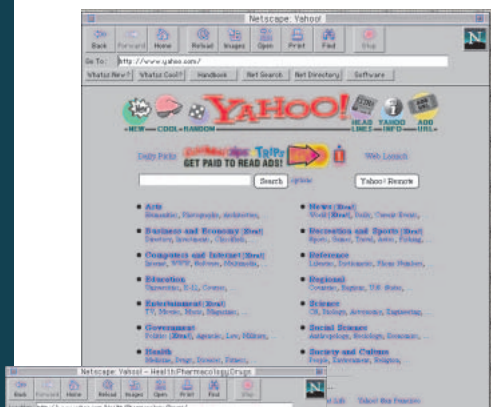
日本で「合法的ドラッグ」と称されて最近騒がれているものは、実はsupplements。日本語を当てはめれば栄養補助食品といったニュアンスだ。アメリカではビタミン剤などと同列に扱われており、両方を一緒に売っ

ている店が珍しくない。

ビタミン剤は比較的簡単に個人輸入ができてしまうので、supplementsも同様だろう。情報に尾ひれが付いて、ヘタに高い値段で売られている日本で買うよりは、適当なイ

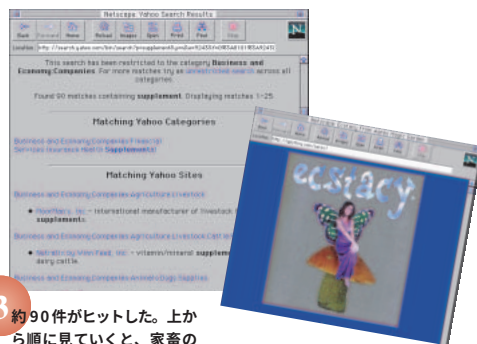
ンターネットのショップを見つけて買うほうが賢いとも言える（購入できるのは個人利用2か月分が目安）。これを売っているお店をYahoo!で探してみた。

Yahoo!は、カテゴリー別のアプローチができる。連想を働かせてどんどん下位のカテゴリーへと入っていく、適当なところでキーワード検索を併用することができる。また、Yahoo!はWWW内のページを網羅的に拾っているのではなく、特定テーマを扱うサイトを1つの単位としている。無駄なページをチェックする苦労はかなり軽くなる。

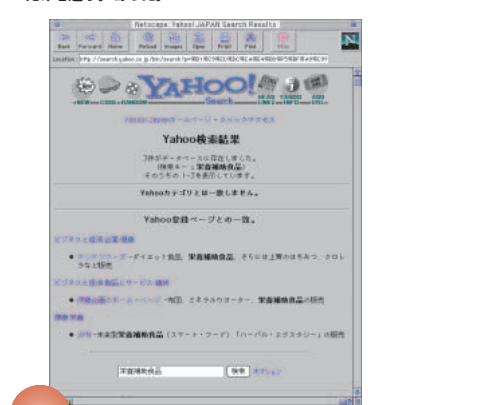


フロントページ（上の図）にある主要14カテゴリーにはHealthがあり、そこにはDrugsという文字も見える。普通のセンスではこのDrugsに入って、そこから奥のカテゴリーへ行けば見つかるだろうと考えるのだから、supplementsはDrugではない。確認のためDrugのページで“supplement”を入れてサーチを掛けてみた。やはり該当するカテゴリーもサイトもなかった。

2 supplementsを扱っている店だが、Yahoo!全体を検索すると、cyber shopというカテゴリーはない。フロントページからBusiness and Economyに入り、Shopping Center、Electronic Commerceなどを当たってみたが、該当するものはないのでCompaniesを試してみる。このページに入ると実に多くの分類がある。手っとり早く、このCompanies下にあるサイトすべてに“supplement”で検索をかける。単数形を入力するのは複数形でヒットしない場合を考慮しているからだ。



3 約90件がヒットした。上から順に見ていくと、家畜の給餌に補助的に使うsupplements関連会社などが出ているが、ほとんど無視。Yahoo!の場合、検索結果は常にそれが属しているカテゴリーと一緒に表示される。個別のサイトの説明などは見ずに、カテゴリーだけを追う。あった。



4 なお、Yahoo! Japanで「栄養補助食品」で検索してみたら1件、まさにそれというサイトがすぐに見つかった。一番下の「未来型栄養補助食品」とあるのがそれだ。買うのもこちらが早そうだ。

教訓

Yahoo!の場合、適当なカテゴリーを表す言葉を知っているかどうかが鍵になる。知らないとしても、該当しそうなカテゴリーへと下りていき、そこでキーワード検索をかけることこのサイトのヒットする。そのサイトが属するカテゴリーは必ず表示されるので、またカテゴリーを逆によって同系のサイトを見ていけばよい。

AltaVista

URL <http://altavista.digital.com/>

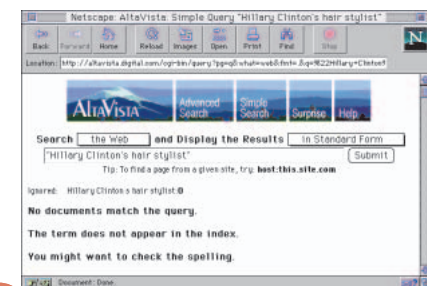
ほしい情報 ▶ ヒラリー夫人が使っているヘアサロンの名前
方法 ▶ 複数キーワードを組み合わせて高度な検索をする



▲ Hillary's Hair
<http://hillaryshair.com/index.shtml>



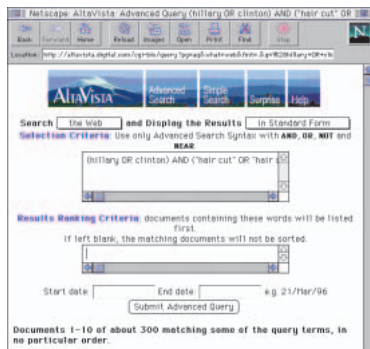
1 Simple Searchでも「+」を使えば特定の語を掛け合わせるAND検索ができるし、「-」を使えばその語を含むページを除外するNOT検索ができる。たとえば「+Hillary +hair -Bill」と入れてやると、Hillaryとhairを含んでいるがBillを含まないページが600件出てくる。ただ、ヒラリー夫人の髪型の話題とはいえ、そのページにBill Clintonが登場している可能性はあるわけで、これはダメな検索例。



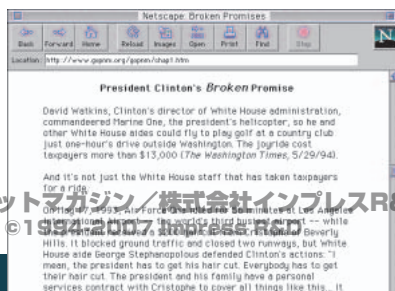
2 ダブルコーテーションで括った言葉を入れると、正確にそのフレーズを含んだ（完全一致した）ページが検索できる。そこで、彼女のヘアの面倒を見ている人ということで、安直に「Hillary Clinton's hair stylist」と「Hillary Clinton's hair dresser」を試してみたが、これでは出てこない。要するにキーワードの設定が問題だ。

旦那が大統領になって以来、ヒラリー夫人は320回もヘアスタイルを変えているという。ジョーク系サイトではかなり有名になったHillary's Hairにそのことが書いてある。試しに「Hillary」と「hair」でAND検索をやってみると、彼女のヘアスタイルに関するジョークがかなりあることがわかった。それだけ頻繁にヘアスタイルを変えているなら、彼女が使っている美容室かヘアスタイリストの情報もどこかにあるだろう。なさそうでありそうな情報。そういうのが、検索サービ

3 キーワードとしては「hair style」「hair cut」「hair salon」「beauty salon」などが考えられる。それらのいちいちと「Hillary」「Clinton」を掛け合わせてみるのが正攻法だ。そこで複合的な検索式が使えるAdvanced Searchを使う。ここでは「(Hillary OR Clinton) AND ("hair cut" OR "hair salon" OR "beauty salon" OR "hair style")」で試してみた。「HillaryあるいはClintonを含むページ」と「hair cutあるいはhair salonあるいはbeauty salonあるいはhair styleを含むページ」ということである。



5 該当するページを開き、NetscapeのFindを使って「hair」を追っていくと、クリントンがヘアカットのためだけに専用機をロサンゼルス空港に止めさせ、それがけしからんと問題になったときの記事の抜粋がある。そこに大統領一家はCristopheというヘアサロンと専属契約を結んでいると記されている。念のため「Cristophe」と「Hillary」で検索してみると、ヒラリー夫人のヘアを担当していたのはSalon Cristophe（ロスにもワシントンにもあるらしい）のNada Davisであるということもわかった。



スの威力を確認するにはうってつけである。

検索するならまずAltaVistaという人は少なくないはずだ。カバーしているページが3000万というのは、やはり多い。最近、Infoseekの検索スピードが上がったので最速とは言えなくなったが、使ってみるとその差はほとんど気にならない。また、リンクを逆にたどることもできるURL検索のパフォーマンスではAltaVistaにかなうところはない。ここではSimple SearchとAdvanced Searchという2つの検索モードを使ってみよう。



4 結局あれこれ試してみたが、Simple Searchで「+Hillary +hair cut!」をやて上から6つ目に出てきた「Broken Promises」に目指す情報はあった。共和党のニューメキシコ支部のホームページで、クリントンの公約違反がこれだけであると述べたページだ。

教訓

あまりこった検索は目的の情報にたどり着かないことが多い。比較的単純なキーワードを2つ掛け合わせ、そこで表示されたものをチェックし、さらにキーワードを追加して絞り込んでいったほうがいい。



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレス R&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

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、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)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、写真の撮影者、イラストの作成者、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収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用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する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時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が、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的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。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社**インプレスR&D**

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp