

目指せ! ネットエスパー

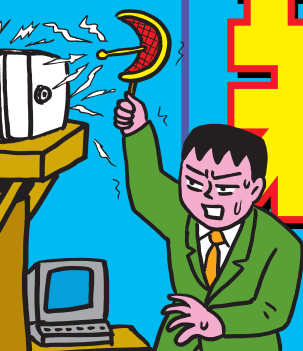


インターネット 新検索術

インターネットの中に
潜む膨大な情報
たち。そこから欲しい
ものを見つけ出し
て活用するには、

もはや1検索サイトだけでは役に立たない。ネットの海を自在に泳ぎ、必要な情報をすぐ取り出し活用する、そんな「ネットエスパー」に変身すればインターネットの利用価値は無限大になる。この連載で「ネットエスパー」に変身するスタートを切ろう!

二木麻里(ARIADNE運営) ariadne.ne.jp
Illust: Ebisu Yoshikazu



第8回 ネットに関する調査資料を探そう

現在、全世界でどのくらいの人がインターネットを活用しているのだろう? 国別のネット人口や日本国内のデータなど、インターネットに関する統計的な資料を

ぐに参照したいと思うことは多いものだ。今回はこうした「インターネットでインターネットを調べる」やさしい方法はないかを考えてみよう。また、すぐ使える資料に

加え、各種の関連データやリソースをとりそろえて自分の参照用リストを簡単にまとめておけば、同じ分野での探し物はぐっと楽になる。



1 一般的なテーマを検索する原則は?

新人研修を終えて調査部門に配属されたムニちゃん。「インターネットに関する調査の資料っていつもうまく探さなくて困るんだよね。たとえばインターネット人口の統計とか、アクセス数ランキングとか、部署の誰でもすぐ使えるようにそういう資料をまとめたページを作ってくれないかな」とさっそく上司から初仕事を頼まれた。

インターネットの調査……。なんだか範囲が広そうだ。「インターネットについての調査」といっても、どこから調べたらいいのだろう。WWW全体の数値も必要だろうし、もちろん日本国内の統計もいる。でも、検索サイトで「インターネット」などと引こうものなら無数のヒットがくるだろうし、うーん。

ムニの悩みはごもっとも。これほど一般的なテーマを検索する場合、初心者にと

つての原則は2つある。とりあえずはディレクトリー型の検索サイトを選び、あらかじめカテゴリ別でリソースが分類されていないかを考える。次に実際に検索を行う際は他のキーワードと組み合わせさせて絞ってみよう。

何度かこの連載でも触れてきたが、おさらいをするとディレクトリー型の検索を主な機能にしているサイトにはYahoo! [Jump01](#) やLycos [Jump02](#) がある。またロボット型の全ページ検索を主体に機能を組み合わせているところも多い。これはgoo [Jump03](#) やinfoseek [Jump04](#) なのだ。固有名詞など、特殊性の高いキーワードでいきなり引くならロボット型は便利だ。というわけで、範囲の広い普通名詞などの場合はまずディレクトリー型。専門用語など特殊なキーワードの場合はロボット

型など特殊なキーワードの場合はロボット



FrameSearch.net
[Jump03 framesearch.net](http://framesearch.net)

Yahoo! JAPAN
[Jump01](#) www.yahoo.co.jp
LYCOS Japan
[Jump02](#) www.lycos.co.jp
goo
[Jump03](#) www.goo.ne.jp
infoseek
[Jump04](#) japan.infoseek.com

型と、シンプルに頭の隅に置いておこう。
 なお、こうした検索サイトごとのヒット
 結果の違いを比較するには、いわゆるメタ

サーチなどで複数の検索サイトを一気に探
 ず機能を使ってみるのもよい。参考までに
 Framesearch.net  を挙げておこ


う。主要な検索サイトの中から自分で構
 成を指定して検索を行える。

2 米国Yahoo!からネット調査に出発

まずは米国Yahoo!を試してみよう。デ
 イレクトリー型の代表的な検索サイトであ
 り、またインターネットのグローバルな統
 計調査はやはり英語圏のほうが進んでい
 るからだ。試しにただinternetと入力し
 てみると、ヒットはカテゴリ数5153、
 サイト数28401件と出た。やはり多い。
 だがこのくらいの数なら十分希望がある。
 くじげずページを下にスクロールしてnext
 searchの場所でキーワードを追加してみ
 よう。たとえばsurveyを補ってinternet
 surveyとしてリターンを押す。Yahoo!
 Category Matches(1 - 3 of 3) と出てき
 た。カテゴリ数は3、サイト数は一気に
 174件まで落ちる。このあたりがディレク

トリー型らしいヒット推移である。
 ざっとヒット内容の冒頭を見てみると、
 ウェブ全体の数値やユーザー統計が入っ
 ているが、英国など特定の国の資料も目
 につく。このとき、あきらかに不要なも
 のは落としておくことができる。advanced
 searchのオプションではプール演算など
 が使えるので、たとえばUKなどと指定し
 て外せばよい。Yahoo!の場合 internet
 survey -UK とする。これで「インターネ
 ット調査の資料、ただし英国はのぞく」
 という指定になる。試してみるとこの指定
 で20件減る。

また、ここでカテゴリ分類自体を読ん
 でみる。現在ネット上に資料が多いもの、

そして社会的な潮流として区分されてい
 るものにどんなテーマがあるかを垣間見ら
 れる。これは今回のようなジェネラルな調
 べものには特に役立つ。単なる統計など
 の基礎資料だけでなく、関連の項目を合
 わせた「問題系」として把握できるため
 だ。いまinternet surveyを引いて出てき
 たStatistics and Demographicsのカテ
 ゴリー分類を見ると下のようになっている
。見出しの後ろに@マークがあ
 るのは、その下にさらに小分類が連なっ
 ていることを示す。

- Digital Divide@
デジタルデバイド：新メディアを使える
かどうかというリテラシーや経済力など
によって生じる差異をとらえる概念
- Host Names (1)
著名なホスト名など
- Maps@
ネット利用者数やプロバイダーネットワ
ークなどを視覚化したもの
- Network Topology@
ユーザー分布図、分析図など



- Surveys (23)
文字通り「ネット調査」
- Top Level Internet Domains@
著名ドメイン
- Traffic (8)
ネットワークトラフィック
- World Wide Web@
ウェブにまつわる調査



Yahoo! internet survey Statistics and Demographics
 dir.yahoo.com/Computers_and_Internet/Internet/Statistics_and_Demographics/

デジタルデバイドなど最近の用語がすでに項目化されてい
 ることがわかる。なるほど、こういうカテゴリ別の資料も
 リストに盛り込めば便利じゃないかな……。ムニちゃん
 はうなずいた。そのとおり、多角的に取り合わせれば、初心
 者が作った資料集でも総合的な機動力が出てくる。また現
 時点ですべてネット上にあまり存在しない資料を自力で一点ずつ
 探しまわってへとへとに疲れる状態も避けやすい。

3

リソースを組み合わせせて機動力を確保

前ページのYahoo! カテゴリーから実際にいくつか取り合わせてみよう。ネットサーベイの統計の数値は有料サイトでないと入手できないと思われがちだが、誰でもアクセスできる資料も多数ある。政府発信、企業発信、学術発信、そしてニュース類。自分の選択眼にあまり自信がないときは、たとえばこんな風にソースの背景を多様にするのを心がけるとよい。ジョージア工科大学(GVU) [Jump01](#) のウェブは総合的でOther Sources [Jump02](#) のページにはIconocastなどを含む良いリンクがある。また、有名な調査企業NUA [Jump03](#) には統計資料のほかネット動向を伝える週刊ニュースやメールニュースがあり、世界各地のネット動向を追うのに役立つ。サイトを訪れると中央に記

事があり、左コラムに項目別の案内がある。ページの下部にあるHow many online?をクリックすると各国のユーザー統計表につながる。これによると全世界のインターネットユーザーの総計は3億436万人だそうだ。

また、IBMには最新の分析報告が掲載されている [Jump04](#)。全世界のウェブ構造を分析する「蝶ネクタイ理論」として日本でも話題になった記事だが、こうした統計関連の分析も押さえておきたいものの1つ。このサイトにはネチャーやCNETの関連記事もリンクされている。統計といえば静的なデータを想像しがちだが、オンラインリソースはじつにアクティブであり、それをカバーできるこうした情報源が併せて必要であるとわかる。



IBM Almaden News
[Jump04](#) www.almaden.ibm.com/almaden/webmap_press.html

- GVU's WWW User Surveys
[Jump01](#) www.cc.gatech.edu/gvu/user_surveys/
- GVU's WWW User Survey: Other Sources
[Jump02](#) www.gvu.gatech.edu/user_surveys/others/
- Nua Internet Surveys
[Jump03](#) www.nua.net/surveys/

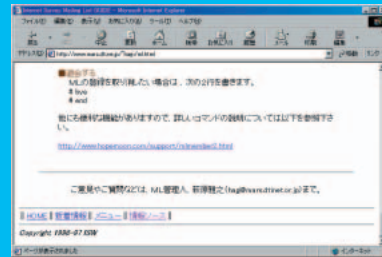
4

国内のネット調査資料を探せ

インターネット全体のグローバルな資料をざっと押さえておいて、日本国内に目を向けてみよう。政府関連の資料としては、総務庁統計局統計センター [Jump01](#) や郵政省 [Jump02](#) などが思い付くが、難しいのは個人のページをどう探すかだろう。なお、米国版でおぼえたカテゴリー分類の検索は日本版にほとんどそのまま応用できる。Yahoo! Japanでいうなら「コンピュータとインターネット」で検索をかけた後、「インターネット統計」でキーワードサーチをかけて絞り込む。そうするとカテゴリー合致件数2件、サイト件数15件まで落とせる。日経BPのインターネット視聴率センターなど [Jump03](#)、企業発信の資料として代表的なものがすぐに出てきて楽だ。あるいはinfoseekなどのロボット型でも「インターネットサーベイ」で検索を行うとヒットは126件と意外にコンパクトで、Internet Survey Watching [Jump04](#) など著名な個人ページが冒頭にヒットしてくる。ここのメーリングリストはインターネット調査の情報交換の場と

してよく知られているが、こうした専門家のウェブでは必ずリンクページも参照することをおすすめしたいし、ここでもメーリングリストを解説したページの下部に「情報ソース」という入り口がある。クリックすると《一次データソース》《調査・研究レポート》《アンケート結果・ランキングの公開》《社会学・統計学・マーケティング》《国内調査・研究機関ホームページ》《海外調査・研究機関ホームページ》と性質ごとに分けて列挙されたリンク集がある。100を越すリソースにはそれぞれ丁寧なコメントが添えられており、慣れていなくても概要を把握できてたいへん役立つ情報だ。

サイト更新の日付は新しくないが、リストをクリックしていくと驚くほどつながる。このリンク集は息の長い基幹リソースを蓄積していることがわかる。これほど動きの激しい分野で、確実なリソースを見分ける力を持った制作者によるものなのだろう。こうした優良サイトを見分けることも「ネットに慣れる」大切な勉強になる。



Internet Survey Watching
[Jump04](#) www.mars.dti.ne.jp/~hagi/
ML紹介のページの下部にある「情報ソース」を



100件近いインターネット調査に関するリンク集にたどり着ける。

- 総務庁統計局統計センター
[Jump01](#) www.start.go.jp/
- 郵政省
[Jump02](#) www.mpt.go.jp
- 日経BP インターネット視聴率センター
[Jump03](#) audit.nikkeibp.co.jp/audit/

インターネットの動向を占う検索サイト群

インターネットの動向を占うポイントはいくつもあるが、今回は「検索サイト」いわゆるサーチエンジンの統計資料を挙げている興味深いリソースをご紹介します。

このSearch Engine Watchには、主要な検索サイト同士を比較したさまざまなデータが掲載されている(Jump01)。各種の検索サイトが解説付きで紹介されているのはもちろんだが、「The Search Engine Report Newsletter」では検索サイトの

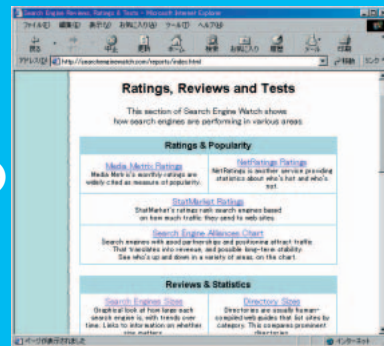
動向を伝える月刊ニュースを配信している。購読を申し込むと無料で送られてくるので、おすすめしたい。

「Ratings, Reviews and Tests」のページには各種の調査がまとめられている(Jump02)。たとえばここには「Search Engine Sizes」という項目がある。年度別の推移が折れ線グラフなどで表示され、分析が添えられている(Jump03)。「史上最大」をうたったFAST Searchの登場と前

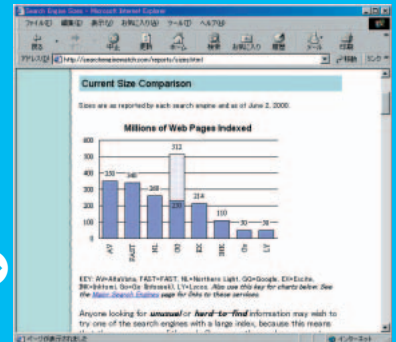
後して、代表的な検索サイトのサイズが急速に増大していくことなどがわかり、じつに興味深い。あらためて、検索サイトはネットの象徴の1つだと感じさせられるリソースである。



Search Engine Watch
Jump01 searchenginewatch.com



Ratings, Reviews and Tests
Jump02 searchenginewatch.com/reports/



Search Engine Sizes
Jump03 searchenginewatch.com/reports/sizes.html



5 今月のポータルキット

リソースの種類やページの発信元を見分けて、異なる機能を持つ資料を組み合わせることで機動力を確保できることに気付いておきたい。資料全体に幅が出るし、内容が相補的になるので比較的誰にでも役立つ。慣れない分野で調べものをするに「これでいいかしら」と不安になるがすでに分類された項目を活用してその中から取り合わせることは、自分で作る資料集の方向を大きく踏み外さずに進むコツの1つといえそうだ。それに出発点で分類をきちんとしておくと、あとあと資料を追加しても構成が崩れにくい。

なお、ある分野に限定された個人ペー

ジのリンク集などを探すやりかたの1つとして、たとえばロボット型の検索サイトを選び、それまでに入手した代表的なリソースをすべて検索条件に列挙し、「全部を含む」設定でページを探す手段もある。たとえばinfoseekでマニアック検索(Jump)を指定し、「総務庁」と「郵政省通信白書」と「日経BPインターネット視聴率センター」のいずれも「必ず含む」オプションにして検索するような方法である。ご参考までに。

infoseek マニアック検索
Jump japan.infoseek.com/
Guide?pg=gid_jpn.html

1	導入	特徴に応じて検索サイトを使い分ける
2	調査	検索サイトのディレクトリー分類を活用
3	複合	企業発信、学術発信、ニュースなど、異なる種類のリソースを取り合わせて機動力を確保
4	応用	国内検索サイトに海外サイトの手法を応用

二木麻里(ふたき まり)
上智大学外国語学部卒。翻訳家。社会・人文科学系の国内外資料を案内した総合サイトARIADNEを運営。著書に「思考のためのインターネット」(筑摩書房ちくま新書)など。



[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の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