

グーグル技術担当副社長

ウェイン・ロージング

◎ インタビュー

「東京研究開発センター」は
日本語検索の精度向上とモバイル技術開発の中心に



text: 長野弘子
Photo: Watari Tokuhiro

グーグルは4月20日、東京・渋谷に研究開発センターを設立すると発表した。新宿で開催された検索業界向け会議「Search Engine Strategies 2004」の基調講演で、米グーグル技術担当副社長ウェイン・ロージング氏が明らかにしたものだ。同氏は講演のなかで、日本の研究開発センターの最大の目的は「日本語による検索精度の向上」であると語ったが、詳細の多くは明らかにされなかった。現在、日本のユーザーの7割が一般検索でグーグルを利用しているという調査結果が出ており、精度の高い検索技術の開発がヤフーやMSNをはじめとする大手ポータルサイトの最重要課題になりつつある。こうした状況のなか、日本の研究開発センターでグーグルは具体的に何をやりたいのか、またSEOをめぐる動向、さらに話題を呼んでいる「Gmail」など新サービスを含めた戦略の詳細を、ロージング氏と、一緒に来日した米グーグル日本人エンジニア第一号のマグラス・みづ紀氏に尋ねてみた。

Wayne Rosing Interview

編集部：東京研究開発センターでは、プロダクトの日本語化ではなく、検索技術を高める研究に注力するというお話ですね。

ウェイン・ロージング氏(以下、ロージング)：はい。プロダクトの日本語化作業も一部ありますが、最大の目的は日本語による検索技術の向上です。また、新たなアイデアや機能が日本から登場し、世界中で利用されることにも期待しています。

編集部：検索技術は、すでに十分な質の高さを実現しているのでは？

ロージング：私たちは、決して検索技術の質に満足することはありません。解決すべき課題はまだ多数あります。たとえば、日本語の分節化に関しては、大きな改善の余地があります。また、検索技術のトレンドはキーワード検索から、ユーザーの意味を理解する「セマンティック検索」に移行しつつあります。これらの要素を組み合わせ、より正確な検索結果を提供することが求められています。

マグラス・みづ紀氏(以下、マグラス)：とくに日本語では「あいまい検索」の問題が大きいですね。「表記揺れ」といって、送り仮名やカタカナとひらがなの違いなどで検索結果が違ってくるのです。また、新しい言葉が急速に増え、カタカナを多用したIT用語は、辞書に載っていません。そ

こで、新語を見つけてインデックス化する技術を開発しています。

編集部：セマンティック解析はすでに米国で始まっていると聞いていますが、具体的にどのようなものなのでしょうか？

ロージング：まだ非常に限られていますが、同義語を同じものとして理解する技術が使われています。ほかにも、1つの言葉で異なる意味を持つ場合、どちらの意味として理解するかという技術を開発中です。たとえば、「coach」という言葉が野球のコーチなのか、女性のバッグなのかを前後の言葉で判断するという技術です。言葉は非常にあいまいなものです。セマンティック検索により、検索結果の精度を大幅に高めることができます。

編集部：グーグルは、2003年10月に、NTTレゾナントのポータルサイト「goo」と戦略的提携に合意し、新たな検索サービスの共同研究を行っていますが、東京研究開発センターとの違いは何でしょうか？

ロージング：共同開発というよりも、グーグルの技術に独自技術を追加した検索エンジンをNTTが使っていると言ったほうが正しいでしょう。グーグルが彼らの技術を使っているわけではないのです。一方、東京研究開発センターで開発する日本語の検索技術は、グーグルの検索技術に組み

込まれ、提携パートナーすべてに提供されるものになります。

編集部：最初の発表だと、NTTが開発した技術をグーグルも採用するという話では？

ロージング：グーグルがパートナー企業から技術提供を受けることはごく稀にありますが、日本のパートナーから技術移管を受けたことはありません。もちろん申し出があれば喜んで検討しますが、ほとんどの企業は独自開発した技術は自社で所有したいと考えています。

ハッカー募集中 だが、条件のハードルは高い

編集部：なるほど。ところで、グーグルで働きたいと思っている技術者は大勢いると思いますが、東京研究開発センターで求める人材像を教えてください。

ロージング：自律的かつクリエイティブな考えを持つエンジニアです。グーグルの仕事は、上司の指示を待つようなエンジニアには務まりません。言語体系やウェブ構造に関する新たな技術が次から次へと必要になるのですから。従来の開発スタイルでは、プロジェクトを終わらせるために、妥協をしても必要な人数を確保していました。しかし、グーグルでは、こうした数

値的な目標は設定していません。基準を満たさない人には来てもらっても仕事がないからです。逆に、基準を満たせば何人でも採用します。博士号や修士号取得者、優れたコードを書くことのできるハッカーなど、最高のエンジニアを探す予定です。

編集部：ハッカー募集ですか？

ロージング：はい(笑)。東京研究開発センターでは日本語の検索技術のほか、ほかのアジア言語への応用、さらにはグーグルの基幹システムの改善にも注力するので、大規模な分散システムを構築した経験のあるエンジニアを求めています。複数のIDCに置かれた数万のサーバーという大規模ネットワークを管理するソフトの開発

にも従事する予定です。あと重要な点は、コミュニケーション能力ですね。東京でも、マウンテンビューの本社と同じような雰囲気を持ち込みたいと思っています。日本のエンジニアの皆さんにとっても、刺激的な場所になると思います。

編集部：研究開発センターの正式な開設はいつですか？

ロージング：日本のエンジニア第1号が、研究開発センターに足を踏み入れた時からです(笑)。すでに2月後半から面接を始めており、応募も届いています。採用が内定したエンジニアは、数か月間グーグル本社で働きながら、エンジニアリングのスタイルを学びます。大学院生のインターシップも募集しているので、彼らも8月頃に本社に来るでしょう。9月には、本社エンジニアの4人とともに日本のエンジニアが帰国して、研究開発センターで働き始める予定です。

編集部：研究開発センターは、バンガロールとチューリッヒにもありますが、米国のみでの開発には限界があるのでしょうか？

ロージング：限界があるというより、各地で研究したほうが合理的だからです。バンガロールのエンジニアは、インドに特化した検索技術やアプリケーションの開発を進めています。同じことが東京研究開発センターにも言えます。さらに東京では、3Gなど最新の携帯技術に関する開発を行うなど、ほかの市場でも活用できる技術開発を行うことを想定しています。ちなみに、グーグル本社以

外の研究開発センターとして最初のものは、タイムズスクエアにあるニューヨークの研究開発センターです。グーグルニューヨークとグーグル東京は姉妹都市のような感覚ですね。各国のエンジニアは、グーグルの一部として共に技術を開発していくこととなります。

悪いSEOはアルゴリズムで修正 いいSEOはグーグルも歓迎

編集部：ところで、SEOに興味を持つ人々が増えています。グーグルではSEOをどう考えているのでしょうか？

ロージング：グーグルはあくまでウェブ上のリンク構造を分析することで検索結果を導き出しているため、こうした構造を悪用して上位に来る傾向を発見した場合は、アルゴリズムに修正を加えるようにしています。これにより、不正に操作したサイトが上位に掲載されないようにするのです。しかし、現在新たな形態のSEOが生まれています。それは、優れたサイト作りをするという手法です。こうした動きは、ユーザーにとっても有益なものですから、グーグルでも歓迎しています。個人的には、高額なお金をかけて継続性のないSEOに注力するよりは、アドワーズに広告を出したほうが低コストで効果的だと思います。

編集部：とは言っても、SEOとSEMのどちらも考えるべきだと思いますが。

ロージング：では、SEOで成功する、とっておきのコツを教えましょう。時間と資金をかけて優れた事業や商品を開発し、優れたサイトを構築することです。

編集部：同感です。ところで、日本のユーザーの7割が一般検索でグーグルを使っているという調査結果が出ています。グーグルが社会に与える影響力が強まりつつ



あることに関して、どうお考えですか？

ロージング: グーグルでは、影響力に伴う社会的責任を強く意識しています。ですから、人間の手を介さないアルゴリズムを使い、中立性を保つようにしています。

マグラス: アルゴリズムを考えるのも人間だという意見があります。だからこそ、ユーザーにとって公平な仕組みを真剣に考えながら技術開発を行っています。

編集部: たとえば、言葉を選ぶときに複数の表現が考えられる場合、グーグルの検索結果の数が多い言葉を使うことがあります。これも、グーグルが人々の考えに影響を与えている一例なのでは？

マグラス: グーグルの検索結果は、ウェブサイトの、つまり人々の考えの反映に過ぎません。つまり、検索結果が多いということは、グーグルではなくて人々がそう考えているということです。

ヤフーは脅威ではない 最終的な決定権はユーザーにある

編集部: 現在、米国ではヤフーが独自の検索技術を導入し、精度もかなり高くなっています。脅威に感じていますか？

ロージング: どの業界も競争によって発展を遂げるので、脅威には感じていません。ヤフーの動きを歓迎しますし、私たちはグーグルの検索技術が最高水準を保つように一層努力を続けます。最終的に決定するのはユーザーです。

編集部: AOLがマルチメディア検索会社のシンギングフィッシュを買収しましたが、グーグルもこの分野の開発を行っていますか？

ロージング: 開発中の技術に関してはコメントできませんが、マルチメディア検索は著作権の問題とも絡んでくるので、微妙なところですね。検索技術以外にも、DRM技術が必要になりますし、现阶段でユーザーに利益になるかは不明です。

編集部: 話題のGmailに関してですが、プライバシー問題が取り沙汰されています。

ロージング: グーグルは最高度のプライバシー基準を設けており、広告主には個人を特定できる情報を一切提供していません。送信メール、受信メールのヘッダや署名部分には広告を配信しませんし、広告主がユーザーのことを「知る」のは、広告をクリックしてサイトを訪問したときだけです。アドワーズと同じ仕組みで、広告主はクリック数で料金を支払うのですが、広告が掲載されたページの詳細やクリックしたユーザーの情報は提供されません。

編集部: 反対運動に押されて、サーゲイ・プリン氏がGmailのストレージの削減を考慮しているという記事もありました。



ロージング: いくつか間違った報道記事が出ていましたが、そんなことはありません。また、メールを一生削除できないなどということもありません。メールやアカウントを完全に削除することは、もちろんできますので安心してください。

編集部: ありがとうございました。



ウェイン・ロージング(Wayne Rosing)

グーグル技術担当副社長。サン・マイクロシステムズの重役やサン・マイクロシステムズ100%出資のFirstPersonの社長を務め、Caereを経てGoogleに参加。かつては、アップルコンピュータでLisaやAppleのエンジニアリング部門のディレクターを務めた経験もある。写真左は一緒に来日したエンジニアのアンドリュウ・チャザム氏とマグラス・みづ紀氏(同中)。



[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