

World Wide Webから
World Live Webへ

Technorati CEO

デビッド・L・シフリー

でびっど・L・しふりー

ブログ専用の検索エンジン「Technorati」創設者。2002年に共同創設したSputnikの顧問も務めるなど多忙な毎日を送る。サンフランシスコ在住だが日本での勤務経験もあり、実は日本語がペラペラ。

+

伊藤 穰一

いとう・じょういち

いわずと知れた企業家であり、最近はブログ啓蒙家としても活躍中。Movable Typeを開発したシックスアパートの日本法人の会長でもある。Technoratiでは国際担当とモバイル担当を務める。

ブ ロ グ 進 化 論

構成：長野弘子
photo：Tsushima Takao

米国のブロガーたちの間では知らない人はいないと言われるのが、ブログ検索エンジン大手のTechnoratiだ。自分のブログサイトにリンクしているサイトを検索できるサービスを2002年11月に開始、その後はキーワード検索、ニュース検索などのブログ検索サービスを次々に提供し、現在270万ものブログをウォッチしている。また、RSSリーダーや個人ブログが同社のデータを自由に利用できるようにAPIを公開することで、開発者を含む幅広い層のユーザーを獲得している。

5月27日、来日中の同社のデビッド・L・シフリーCEOが、日本市場への本格参

入を明らかにした。日本ではBlogPeopleや未来検索など類似したサービスがいくつか提供されているが、今回のTechnoratiの発表により、ブログ検索市場の成長が一層加速すると予想される。シフリー氏および同社の国際・モバイル担当を務める伊藤穰一氏に、同社を立ち上げるきっかけ、サービス内容、日本市場でとくに重要となる携帯電話向けの戦略、さらにブログによりウェブがどう変化していくのかについて尋ねてみた。

※編集部注：このインタビューは5月26日に行われました。

編集部：まず、Technoratiを立ち上げたきっかけを教えてください。

デビッド・シフリー氏(以下、シフリー)：以前にも何社か企業を設立したことがありますが、LinuxCareの立ち上げにかかわり、そこでCTOを務めていた時のことです。社内で「CTO Alert」というメーリングリスト(以下ML)でメールを500人に送っていました。しかし、退職をきっかけに、違った形で情報を配信してみたいと思ったのです。たしかにMLは手軽で便利なシステムですが、購読者しかMLを読むことはできません。そこで、MLと同じくらい簡単に情報を更新でき、誰もが読め

「自分のブログを誰が読んでいるか」を把握することで、新しい会話が始まるのではないかと考えました。

るブログに注目したのです。ただ、ブログの場合、コメントやトラックバックを通してしか読者を把握できません。そこで、自分のサイトにリンクを張っている人を見つける仕組みを開発しようと思ったのです。「自分のブログを誰が読んでいるか」を把握することで、新しい会話が始まるのではないかと考えました。そのアイデアをもとにして1週間ほどでシステムを開発し、サービスを立ち上げました。

編集部：現在、どのくらいのブログを検索できるのですか？

シフリー：約240万件(注：インタビュー時点)です。「Weblogs」などのpingサイトからも情報を集めていますが、最近は更新速度が遅いため、Technoratiに直接pingしたほうが、より素早くインデックス化されます。2002年11月のサービス開始以来、検索できるブログは急速に増えており、当時は毎日2000件ずつ増えていたのが、2003年9月には8000件、今年1月には9000件、そして現在は毎日1万2000件ず

つ増えています。ブログの記事数も、今年1月に毎日10万件ずつ増えていたのが、現在では20万件ずつ増加しています。とくに今年に入って物凄い勢いで増えています。

編集部：そんなに増えているとは驚きですね。

シフリー：米国のブログ増加率は落ちてきたのですが、今年は中国語やペルシャ語のブログが急速に増えています。データベースがUTF-8対応なので各言語を表示できますが、とくに、イランで公用語になっているペルシャ語ブログの登録は10万件を超えています。ちなみに、日本語のブログは8万件ほど登録されています。

編集部：自分のブログに誰がリンクしているのかを知ることで、何がわかるのでしょうか？

シフリー：自分について誰がどんなことを話しているのかを知ることで、出会いが生まれ、有益な情報交換をすることができま

す。リンクは社会的なジェスチャーの新たな形態であり、リンクを多数張られているというのはそれだけ影響力を持つということです。ほかにも、ブログの情報を収集することで、既存の検索エンジンとはまったく異なるリアルタイムの検索ができます。Technoratiのキーワード検索では、たとえば「Microsoft」と入力すると、検索結果には同社サイトへのリンクではなく誰かが同社に関して書いた最新のブログ記事が掲載されます。ここで重要なのは、最新情報による検索が可能だという点です。ブログを更新してからTechnoratiにインデックスされて掲載されるまでの中間値は7分間です。ほぼリアルタイムと言っていいでしょう。ですから、私はこれを「World Live Web」と呼んでいます。ブログに限らず、ニュースサイトでもTechnoratiにpingすれば、即座にインデックスされます。個々のブログを大量に集めたときに、全体として大きなフィルターとして機能する、まったく異なる種類の検索エンジンとも言えます。

オープンインターフェイスと ウェブサービスの可能性を信じる

伊藤穰一氏(以下Joi): 私が Technorati に注目している理由は、オープンAPIを使って携帯電話などのモバイル機器やその他のデバイスに収集した情報を配信する仕組みを提供しているからです。現在の携帯電話のユーザーインターフェイス(以下、UI)はブラウザです。これはコンピュータには適したUIですが、電話にはあまり適していません。そこで、Technoratiで提供しているAPIを使い、誰かが私のブログにリンクをしたら携帯電話やインスタントメッセージ(以下IM)に知らせるというスクリプト「TechnoBot」を書きました。シフリーとはそのときメールでやり取りしましたが、開発者としての知識、数々の企業を立ち上げてきた経験、さらにスケラビリティなどの経営的な手腕に優れている

と感じました。しかし、一番重要な点は、オープンAPIの理念を持ち、いろんな人や企業と協力することが大事だと考えているところです。

シフリー: 私はオープンインターフェイスとウェブサービスの可能性を信じています。「Technorati API」を使えば、誰でも Technorati のデータを自分のサイトに統合できるのです。「NewsGator」などのRSSリーダーもAPIを使い、キーワード検索、最新記事に誰がリンクを張っているかを表示しています。たとえば、お気に入りのブログに新たな書き込みが掲載された場合、その記事にリンクを張っているブログもリストアップしてくれるのです。また、人気ブログ「Boing Boing」は、記事の終わりに「この記事にコメントしているブログを見る」という項目で Technorati のデータを使っています。現在、Movable Type のプラグインも含めて20近くのスクリプトが

公開されています。

5～15分単位で更新される 「Living Web」の世界が やってくる!

編集部: ブログが登場してから、ウェブの世界はどう変わったと思いますか?

Joi: 更新が簡単であるというブログの性質により、ウェブのレスポンスタイムはメールやIMに近づいています。つまり、ウェブはもはや情報を保存するライブラリーではなく、リアルタイムで会話をする場所になりつつあるのです。Technoratiの更新時間が7分という話が出ましたが、今後は5～15分単位で更新されるウェブがこれから到来する「Living Web」の世界だと思います。この視点から見ると、Googleが保存情報の巨大なカタログであるのに対して、Technoratiは最新の意見をやり取りする場所とも言えます。

現在、大企業やマスメディアによる商品紹介やニュースを鵜呑みにしない人々が増えています。この傾向はネット広告にも表れています。キーワード連動型広告に人気が集まっているのも、誰かの押し付けではなくユーザー自身が情報を能動的に求めているからです。さらに、ハードウェアの低価格化で、iPodのなかにすべての楽曲を保存できるような時代が来るかもしれません。そうなったとき、問題は配信方法ではなく、どの音楽を聴けばいいのかという選択や決定が重要になってきます。

シフリー: その選択・決定に大きな影響をおよぼすのが会話です。会話を通して、JoiがDJだったことがわかれば、彼のオススメCDを聴いてみようと思う比率も高くなります。

Joi: そう、Googleで「WiMAX」を検索する前に、その技術の存在を知る必要があります。それを知るためには会話が最適な手段です。「クルートレイン・マニフェスト」に書かれているように、注目されるには会話の一部になる必要があるのです。

リンクを多数張られているというのは それだけ影響力を持つということ

——デビッド・L・シフリー



ブログ進化論

会話から新しい製品やサービス、トレンドを知ることは非常に多いですから。

人々による携帯電話での
情報発信はマスメディアが
追いつけない速度になる

編集部: ブログをリアルタイムの会話を実現するためのツールと捉えると、たとえばブラウザーといったインターフェイスの形態も変わる必要があるのでしょうか。

Joi: 携帯電話のUIに関して、ブラウザーは完全にミスマッチですね。それは、ブラウザーがもともと画面を見続ける性質のものであり、必要なときだけ通知が入ればいい携帯電話とはあまり親和性がないからです。モバイル機器でのウェブ利用は、完全に会話型になると思っています。特定の好みに合わせて収集されたブログやニュースサイトの記事が必要に応じた形で配信されるシステムが必要になるでしょう。現在、FLASHやJava、iアプリなど、携帯電話のUIはまだ議論が続いています。携帯電話は消費電力の問題があるので難しいですね。

シフリー: 携帯電話は身体の延長線上にあるセンサーのようなものですので、邪魔になって電源を切ってしまうようなフィルター作りが必要です。

Joi: マイクロコンテンツをテキストや画像に分解し、嗜好性やTPOに合わせてXMLフィードを変えるのもいいでしょう。たとえば、ビジネス／プライベートのモードを設定し、ビジネスモードのときは仕事関連のメールやニュース記事のフィードを送ってもらう。また、情報を送ってもらうだけではなく、携帯電話から人々が自分の意見を述べ、情報を発信することでマスメディアが追いつけない速度で人々が情報を更新できるようになります。

編集部: 今後、Technoratiはどのようにして売り上げを上げていく予定ですか？

シフリー: 我々は、ソフトウェア企業でもハードウェア企業でも、コンテンツ企業で



ブログの性質により、ウェブのレスポンス タイムはメールやIMに近づいている

——伊藤 穰一

もなく、ユーザー向けサービス提供企業です。ですから、質の高いサービスを提供することにまずは専念し、その後は広告配信や購読費により売り上げを上げる予定です。

Joi: まず、現段階では市場シェアを大きくすることだと思います。私がインフォシークで働いていた頃の経験ですが、Googleはサービスを始めた当初、広告配信は行わないと言っていました。しかし、インフォシークを含む他の検索エンジンを市場から締め出し、市場をロックインしたあと、彼らは広告配信を始めたのです。ある程度の規模が確立されると、そこからビジネスが生まれてきます。

編集部: もし、GoogleがTechnoratiと同じようなサービスを始めたらどうしますか？

シフリー: Googleの検索エンジンは、リアルタイムの情報収集を行うようなシステムにはなっていないので、技術的に難しい

でしょう。Technoratiでは、Googleと競合するというより、どのように提携できるかを考えています。60億ページものインデックスを作るつもりはありませんからね(笑)。

編集部: どの程度までインデックスしているのですか？

シフリー: Technoratiは最新情報を重視しているので、ブログのトップページから消えた記事は基本的にインデックスしていません。それでも、ブログ自体が毎日急速に増えているので、インデックスページの数も増えているのです。

編集部: 最後に、日本語版の立ち上げなどの将来的な計画があれば教えてください。

シフリー: 具体的な期日は明らかにできませんが、日本語版の開発は積極的に取り組んでいます。現在、まずはコアビジネスを軌道に乗せることに注力しています。

編集部: ありがとうございました。

ウェブの「いま」を検索できる

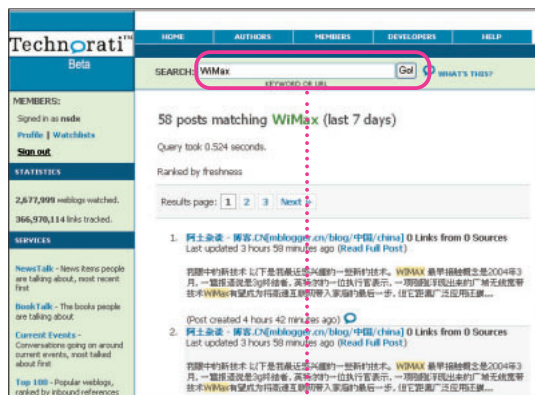
大解剖・これが Technorati™ だ！

日本語版サービスに乗り出すと発表したTechnoratiだが、現在はまだ英語版しかない状態だ。そこで、ブログ被リンクの検索やキーワード検索、最新ニュースランキング、開発者向けのAPI公開など、同サイトで具体的にどんなサービスが提供されているのかを紹介しよう。

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

1 現在ウォッチしているサイトはおよそ270万

現在、Technoratiがウォッチしているサイトはおよそ270万(2004年6月10日現在)。そのほとんどがブログで、とくに今年に入り急速に増加している。2002年11月のサービス開始時には1日に増えるブログの件数は2000件だったが、2003年9月には8000件、今年1月には9000件、そして現在は1日に1万2000件ずつ増えているという。ブログの記事数も、今年1月の段階では1日に10万件、現在では20万件ずつ増加している。

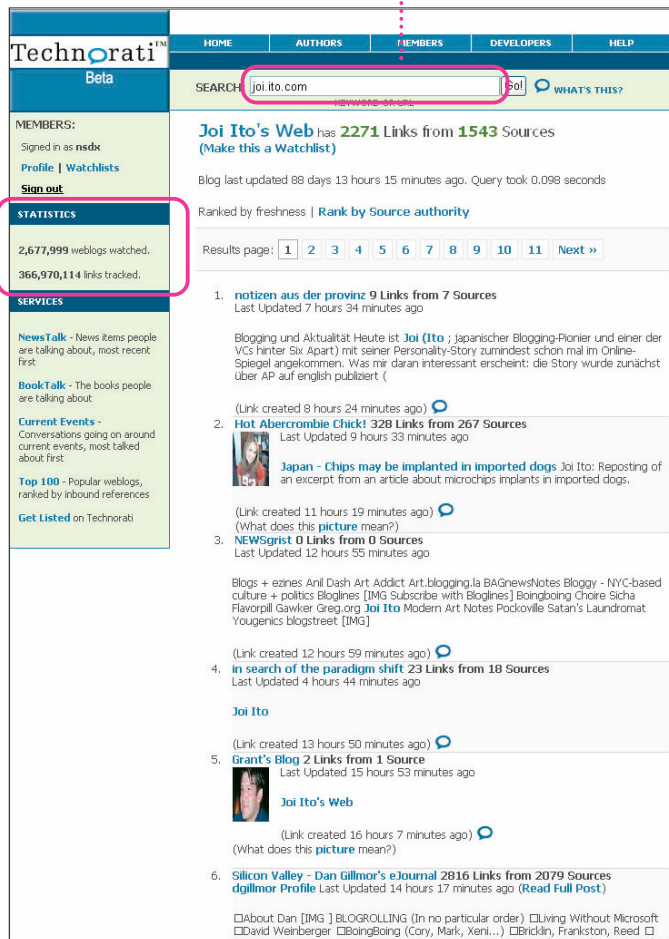


3 キーワードで検索すればいま最新の情報がつかめる！

2と同じ検索ボックスにキーワードを入力すると、そのキーワードが含まれたブログ記事を検索してくれる。たとえば、「WiMax」と入力すると、過去7日間にWiMaxに関して書かれた記事が表示される。検索できるのはURLだけではないのだ。

2 URLを入れて検索するとそれに対する最新の意見がわかる

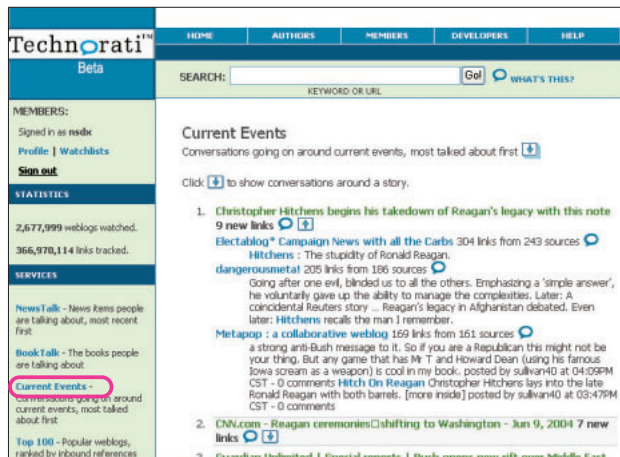
基本のブログ検索サービスとなるのが「Link Cosmos」。Technoratiのトップページにある検索ボックスにブログのURLを入力すると、どのブログからリンクが張られているかが表示される。「Watchlist」という機能を使えば、こうした検索結果を自分宛てのメールアドレスに送信したり、RSSフィードを生成してくれたりする。なお、Watchlistを利用するには会員登録が必要になる。



ブログ進化論

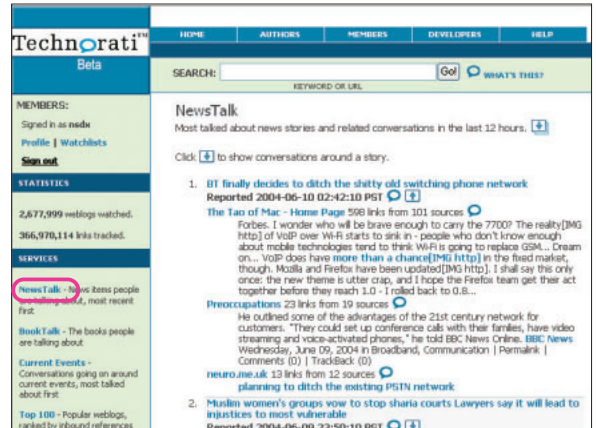
4 ほかにホットな話題をキャッチするしかけがいっぱい

Technoratiではブログのリンクを分析して違った形に加工して多様なサービスを提供している。それがサイドバーからとれる「NewsTalk」(右)や「Current Event」(下)、「BookTalk」(右下)だ。たとえばNewsTalkは、過去12時間でブロガーたちの間でもっとも話題になった100件のニュース記事を新しいものから順に掲載している。



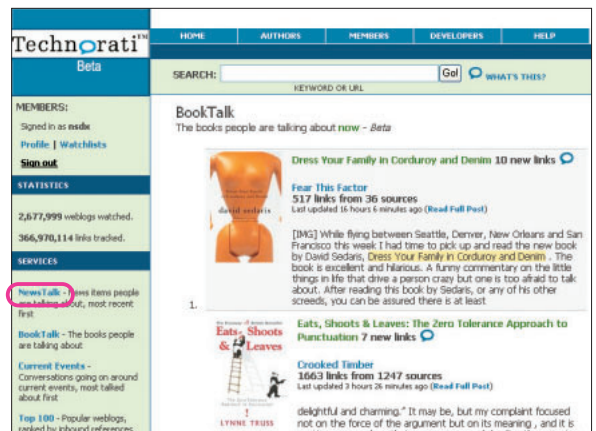
Current Events

Current EventsはNewsTalkに登場した記事の中から、リンクの数が一番多いニュース記事をトップに表示する。



NewsTalk

新聞・雑誌サイトを含む約5000件のニュースソースから、ブログによるリンク数が多い記事を抽出し、もっとも最近にリンクが張られたものから順に表示している。



BookTalk

ブログからリンクされた数の多い書籍を集めたBookTalkはアマゾンと連携している。このほか人気ブログの上位100位までのブログをリストアップした「Top 100」などあり。

開発者大歓迎の姿勢が人気の秘密？

日Technoratiの検索結果をアプリケーションやウェブサイトに統合するためのAPIが、開発者向けに用意されている。API実装はJava、C#、Perl、Pythonなどの各言語に対応しており、これらを利用したスクリプトも多数公開されている。自分のブログやRSSリーダーでTechnoratiの検索データを自由に利用できる点が、同社の人気の秘密とも言えるだろう。腕に自身がある人は試してみたら？

Technorati Developers Wiki

URL  <http://developers.technorati.com/wiki/>



日本発もぜひ使いたい ブログの検索サービスはこれだ！

日本でも、Technoratiと類似したブログの検索サービスが提供されている。たとえば、「BlogPeople」は自分のブログにほかのブログへのリンクを簡単に追加できるサービスだが、誰かが自分のブログのリンクを追加した場合、「被リンクリスト」に誰がリンクしているのかが掲載される。

日本でも最大級のブログ検索サービスがbulkfeedsだろう。Technoratiのキーワード検索と同じようなことができる。また、似たようなブログを探せるSimilarityサーチもある。同様に今年5月末に開設された「未来検索 livedoor」もブログ内の記事を検索できる。

BlogPeople URL  <http://www.blogpeople.net/>

bulkfeeds URL  <http://bulkfeeds.net/>

未来検索 livedoor URL  <http://sf.livedoor.com/>

[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