

ソーシャルネットワーキングサービス

～これからのソーシャルネットワーキングが担う役割～

織田 博子, 輪湖 純也

Hiroko Orita, Junya WAKO

1 はじめに

ソーシャルネットワーキングサービス (Social Networking Service: SNS) とは, 相互接続された個人ネットワークの構築を可能にするサービスである。03 年頃誕生し今最も注目されている IT トrend のひとつである。

2 SNS が誕生した背景

SNS が誕生した背景には, ネットコミュニティと人コミュニティという, 現存の二つのコミュニティの問題が挙げられる。それらのコミュニティを情報の質と量という観点から位置づけると Fig.1 のように表すことができる。縦軸は quantity (情報量), 横軸は quality (情報の質) とした。

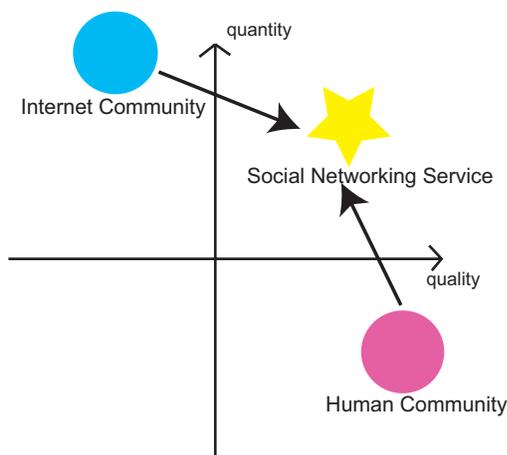


Fig. 1 各コミュニティの位置づけ

・インターネットコミュニティの崩壊

Fig.1 においてインターネットコミュニティは, 情報量は多いが質は高くない場所に位置づけられる。インターネット上では掲示板などを使ってさまざまなコミュニティが形成されており, 人々はこれまで情報の多さに重きを置いてきたが, その結果, 不特定多数の人々による書き込みにより情報の氾濫が起こった。結果, 我々はあまりにも大きすぎるインターネットコミュニティの中で, 本当に必要とする情報, 真実の情報というものを見分けることが非常に難しい状況にある。

・人コミュニティの情報不足

Fig.1 において人コミュニティは, 情報量は多くないが質は高い場所に位置づけられる。人コミュニティ

は人と人との信頼により成立しているため, そこに存在する情報は, 人同様信頼性のあるものだと考えられる。しかし, 人コミュニティの規模には限界があり, 人々は信頼のある情報をできるだけ多く得られる場所を求めている状況にある。

このように, ネットコミュニティに信頼性を求め, 人コミュニティに情報量を求めた結果, それぞれのコミュニティの間に位置した, 情報量, 信頼性を適切に満たしたソーシャルネットワーキングが誕生した。

3 SNS の具体的なサービスと現状

ここでは, 代表的な SNS である Orkut¹⁾ を例に説明する。Orkut では知人からの招待を受け氏名, 趣味などの簡単なプロフィールを書き込んでサイトに登録すると, 自分の自己紹介ページができる。次に, 「友人リスト」に自分の知り合いの名前やメールアドレスを書き込めば, 知人をサイトへ招待できる。こうしてサイトを訪問した友人が, さらに彼らの友人を招待し, 人のネットワークを拡大させていく。またメールが来る場合は必ず自分の知っている人物からの紹介であるため, 人材のネットワークがうまく機能することが多く, 高く評価されている。

現在, SNS は大きく分けて目的をビジネスに絞っているものと, プライベートに絞っているものに分けられる。その中でビジネスを目的とした SNS の代表的なものに LinkedIn⁵⁾ がある。SNS をビジネス分野, 例えば職探しやビジネスネットワークの構築などに利用する利点としてコミュニティの質の高さがあると考えられる。SNS は知人に招待されることによって加入できる閉じたネットワークである。知人を招待するということは, 相手の実力や人間性を認め自分の知人であることを公表するということである。これによりコミュニティ全体に責任感が生まれ, 質の高い人材が集まることにより, 雇用が従来よりもスムーズに行うことができ, 相互間の満足度も高くなる。また企業も広告料や人材会社への契約金よりも安い金額で的確な人材を探ることができる。

一方, プライベートを目的とした SNS の代表的な例に Orkut, Friendster, Gree などがある。これらは今までの出会い系サイトとは異なり, 紹介が無ければサービスを使うことができないため, 悪意を持ったユーザーを避

けやすい。また、知人の知人をたどることによって人脈を増やしていくためお互いをより尊重した交友関係を築くことが可能になる。

しかし、人に知られたくない個人情報をネットワークの中で知人により公開されるといったことも起こりうるため、セキュリティー管理が困難であるという課題がある。

4 これからのソーシャルネットワーキング

現在の SNS は友人を紹介し人脈を広げることを目的としているに過ぎないが、ここに出てくる膨大な数の人とそのリンク情報をどのように利用するかが今後、大きなポイントになると考えられる。そこで、本報告では将来的な SNS の利用方法について 3 つ紹介する。

検索エンジンへの利用

2004 年 3 月 Google CEO, Dr. Eric E. Schmidt 氏は Orkut を Google 検索に統合する方針を発表した。これを受けて今後 Google は次のようなサービスを提供することが予想される。

- ・ Google Personalized Search に利用される。

現在、Google Personalized Search とは検索者の興味・関心に合わせて個人化された検索結果を表示するサービスで、現在これを利用するためには自分のプロフィールや自分自身が興味・関心のあるカテゴリを登録する必要がある。しかし、Orkut と統合されることにより、Orkut のユーザ ID を利用することで将来的にはログインするだけでそこに登録されている個人情報から、自然に個人の趣味・嗜好などを学び、それを元にトピックとプロフィールの関連度を計算し、パーソナライズされた結果を表示することが可能になる。

- ・ 検索の対象を「情報」だけでなく、「人」に向ける。

ユーザーがアルゴリズム検索を通じて最終的に到達する情報は人間によって構築された情報である。従って時として Web ページを探すのではなく、その道の専門家や知識を有する人物を探した方が的確な情報に到達できることもある。現在の検索アルゴリズムでは情報は探せても人間は探せない。そこで、コミュニティの集合体である SNS を検索に統合することにより、ユーザーは自分が必要とする「情報」のみならず「人物」を探し出すことを可能にするということである。

求人方法の新しい形になる

LinkedIn などの、対象をビジネスに絞ったソーシャルネットワーキングでは求人を行うコミュニティとしてソーシャルネットワーキングを利用することができる。現在でも、シリコンバレーのベンチャー企業の中には、広告も人材会社も利用せず、すべての採用を LinkedIn で行っている会社がある。3 節でも述べたようにビジネスを対象を絞った SNS では技術性、人間性共に信頼の

ある人材が、従来の人材派遣に比べ集まりやすいため、効率の良い就職、雇用活動が可能になる。将来技術や経験を持った人々の中途採用は SNS を通じて行うことが当たり前になるかもしれない。

Weblog そして E-Commerce との融合³⁾

SNS には膨大な量の「人」の情報が存在するが、このネットワークから本当に気の合う仲間を探し出すことはまだまだ難しい。そこでポイントとなるのが Weblog との融合である。SNS の中にある個人プロフィールに Weblog を付加し、エントリーにおける個人の意見を通して、その人の考え方や価値観を知ることが可能になる。Weblog へのコメント、トラックバック機能により双方向の意見交換も活性化され、そこから気の合う人々が集まることで新しいコミュニティを形成し、その中に新しい信頼や相互理解が生まれる。

そして、Weblog と SNS で強固になったネットワークの先には E-Commerce との融合が見えてくる。E-Commerce つまり、ネット上で物を買う場合、友人が実際に使用した上で薦めてくれる商品は他人が薦める場合より購買意欲が上昇し満足度も高くなると考えられる。SNS にある個人の Weblog で商品の情報を得、そこからのリンクで商品を買うことができれば、高い確率で購買に結びつくと考えられる。

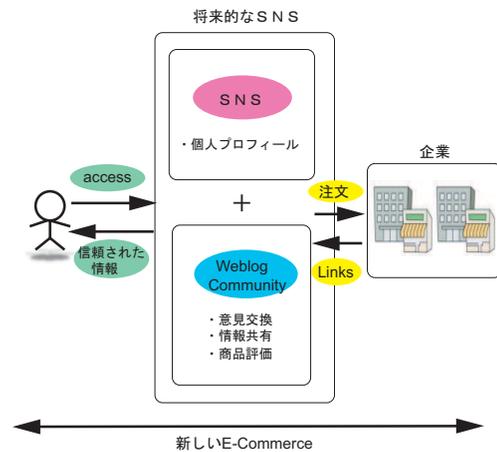


Fig. 2 Weblog と E-commerce が融合した SNS

SNS は誕生してから月日が浅くまだまだ未発達であるが、そこには大きな発展の可能性を秘めている。

参考文献

- 1) Orkut <http://www.orkut.com/>
- 2) CNET Jpan Blog 梅田望夫 英語で読む IT トレンド <http://blog.japan.cnet.com/umeda/archives/001102.html>
- 3) SNS と Weblog が行き着くサービスを考える http://minami.typepad.com/blogcabin/2004/03/social_networkki.html
- 4) GooglePersonalizedSearch <http://labs.google.com/personalized>
- 5) LinkedIn <https://www.linkedin.com/home?trk=logo>