

マイクロ blog の台頭

米本 洋幸, 松井 勇樹
Hiroyuki YONEMOTO, Yuki MATSUI

1 はじめに

インターネットや携帯電話の急速な普及により,ウェブログ(ブログ)やソーシャル・ネットワーキング・サービス(Social Network Service : SNS)などのコミュニケーションメディアを通じて,一個人が情報発信を行うことでコミュニケーションを容易に取ることが可能となった.近年,さらに新しいコミュニケーションメディアとして「マイクロ blog」が注目されている.マイクロ blog は,これまでのコミュニケーションメディアとは異なり,文章量が制限されており,ちょっとしたことを投稿するという容易さが,ユーザの支持を集めている.マイクロ blog の代名詞とも言える Twitter では,トラフィック^{*1}がここ数ヶ月で急増しており,2009 年 2 月には全世界の Twitter のビジター数^{*2}1000 万人に近づき,前年同月からの増加率は 700 %を超え,2009 年 2 月から 3 月の 1 ヶ月だけで,ビジター数が 95 %増という凄まじい勢いで普及している¹⁾.そこで本稿では,今注目のマイクロ blog の台頭について述べる.

2 コミュニケーションメディア

2.1 概要

コミュニケーションメディアとは,人と人を繋ぐ道具である.インターネットの普及により人々のコミュニケーションの形態が大きく変化しつつある.それに伴いコミュニケーションメディアも年々増え続け,そのサービスも多様化している²⁾.ここでは,コミュニケーションメディアは Web サービスに限定して述べるものとする.

2.2 同期/非同期

コミュニケーションメディアを分析する際に用いられる一般的な概念として,同期/非同期という概念がある.ここで同期と非同期の定義を以下に述べる.

● 同期

同期とは,コミュニケーションを行うもの同士が,場所は異なるが,同じ時間を共有していることを意味する. Fig. 1 に示すように,同期型のコミュニケーションメディアサービスを使用する際,ユーザ A が書き込みを行うと同時に,ユーザ B がコミュニケーションメディアサービスを閲覧し,レスポンスを行う.このように,同期とは同じ時間内にユーザ同士が閲覧とレスポンスを繰り返すことである.

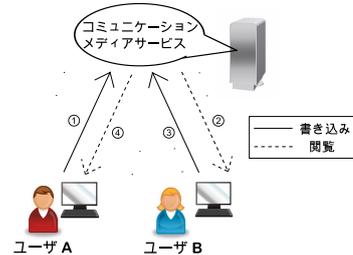


Fig.1 同期 (出典: 自作)

同期のメリットとしては,リアルタイムでコミュニケーションを行うことができ,リッチネス^{*3}が高く,繋がり感が得やすいということが挙げられる.一方で,時間を共有する必要があり,拘束力が強いと心理的ストレスを感じるというデメリットがある.代表例として,インスタンスメッセンジャー (Instant Messenger : IM) やチャットが挙げられる.

● 非同期

非同期とは,コミュニケーションを行うもの同士が,場所も同じ時間も共有していないことを意味する. Fig. 2 のように示すように,ユーザ A がコミュニケーションサービスに向かって,書き込みを行う.同時間ではなく,時間が経過後に,ユーザ B がサービスを閲覧し,レスポンスを行う.その場合も,ユーザ A は同時間には,閲覧することなく,時間が経過した後に閲覧するというものである.

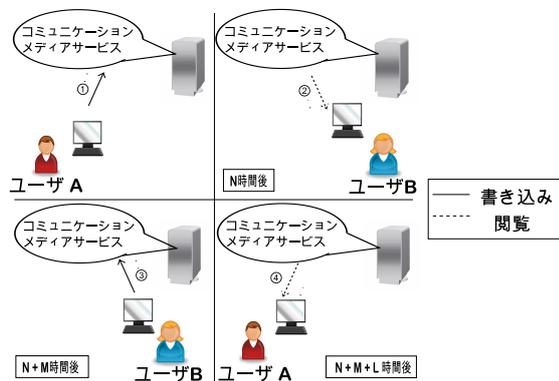


Fig.2 非同期 (出典: 自作)

非同期のメリットとしては,ユーザの好きなタイミングでコミュニケーションを図れるため,拘束力が少ないことがメリットである.ただ,即時性に欠けるというデメリットがある.代表例として,ブログや SNS などが挙げられる.

*1 ネットワーク上を移動する音声や文章,画像などのデジタルデータのこと.ネットワーク上を移動するこれらのデータの情報量のことをさすこともある.

*2 ページを訪れた訪問者

*3 コミュニケーションの質,密度

2.3 コミュニケーションメディアの種類

多様化するコミュニケーションメディアの各サービスについて、以下に特徴を述べる。

- ブログ
日々更新される日記的な Web サイト。投稿者の一貫した主張に基づく整然とした情報の流れとその場³⁾。Web 全体を対象に公開される。
- SNS
人と人の繋がりを促進・サポートするコミュニティ型の Web サイト。友人など限られた人を対象とした閉鎖的な場である。
- IM
Web 上で同じソフトを利用している仲間同士で、チャットやファイル転送などを行うことができるアプリケーション。1 対 1 または、人数の限定されたグループでのコミュニケーションとなる。
- マイクロ blog
数十から数百字程度の短い文章を、公開するブログのことである。単にブログのミニ版ではなく、記事の公開範囲の選択などが行える場である。

各コミュニケーションメディアの関係性を表しているものを Fig. 3 に示す。尚、Fig. 3 の横軸を同期的、縦軸を手軽さを示している。

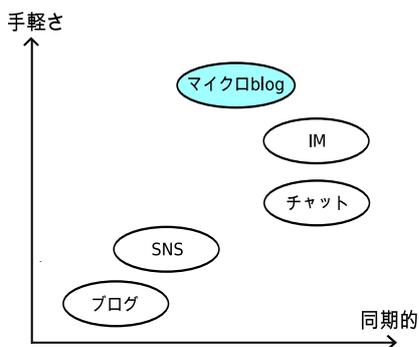


Fig.3 コミュニケーションメディアの分布 (出典：自作)

Fig. 3 より、コミュニケーションメディアとして人気を得てきたブログや SNS は非同期という時間に縛られはしないが、手間がかかっていた。一方で、IM やチャットのようなコミュニケーションメディアは、比較的手軽であるが、時間的な制約が厳しかった。しかし、台頭を表しているマイクロ blog は手軽な上に、時間的制約を選択でき、ユーザの自由度を大きくしていると言える。

3 マイクロ blog

コミュニケーションメディアとして、仕組みの容易さと、心境としての投稿の容易さなどユーザの支持を集めている「マイクロ blog」である。また、「ミニブログ」という呼ばれ方もしている「マイクロ blog」について、述べる。

3.1 特徴

マイクロ blog は、記事の投稿が限られた文字数であるため、時間を掛けて、起承転結といった文章構成を考える必要なく、端的に今一番言いたいことを伝えることが可能である。そういったことを考慮した上で、マイクロ blog には、記事に対してタイトルが存在しないことも特徴の一つである。ユーザのその時の状況を伝えるというコンセプトがあるといえる。コミュニケーションメディアの概念を考えた場合、発信者側と受信者側のタイムラグが少ないという点で、「同期的」であるが、常に PC の前にいる必要はないという点で「非同期的」である。つまり、同期と非同期の中間的なメディアであり、ユーザの自発的な選択により同期/非同期が変換される。「同期型でありつつもそれを強要しない、非同期でも成り立つてしまう同期型」⁴⁾ といえる。

マイクロ blog の特徴として、メリットとデメリットを以下に述べる。

メリット

- 手軽に投稿が可能のため、リアルタイム性が高い。
- 記事を広く一般に公開するか、限られた範囲のみで公開するかの選択が可能。
- 閲覧者を比較的意識せず、負担を感じることもない手軽なコミュニケーションが可能。
- ユーザの自由度が大きい。

デメリット

- 感情のままに投稿してしまう可能性がある。
- 記事の投稿数が増える可能性がある。

3.2 危険性

マイクロ blog の危険性として、数十文字から数百文字程度の文章の投稿という「手軽さ」が要因となっている。この「手軽さ」によって、以下のような問題が起こる可能性がある。

- 感情のままに投稿するということにより、損をするということ。
- 記事の信用性と情報過多による混乱。
- 依存度が高まる。

また、企業は販売戦略として、積極的にマイクロ blog を用いており、このような場合は上記で述べた問題の他に、以下のような問題を起こる可能性がある。

- 担当者の不適切なコメントによるブランドイメージへの悪影響
- オープンな環境であるため、企業に関係ない人物が企業名義の ID を取得し、なりすまし行為により不適切な利用を行うという可能性

3.3 API

マイクロ blog が、普及してきている理由として、マイクロ blog の代名詞ともいえる「Twitter」が API を公

開していることが挙げられる。Twitter の公開している API は、外部でサービスやアプリケーションを開発するための道具とする役割を果たしている。以下に提供されているステータス関連 API の詳細を Table 1 示す。

Table1 ステータス関連 API の一部 (出典：参考文献⁵⁾より参照)

| API 名 | 特徴 |
|------------------|---|
| public_timeline | 公開ユーザの最新ステータス (発言) を最大 20 件取得 |
| friends_timeline | 自分の friends の過去 24 時間以内に更新されたステータスから最大 20 件取得 |
| user_timeline | 自分の過去 24 時間以内に update されたステータスから最大 20 件取得 |

これらの API の実行回数は、60 分間に 70 回まで実行でき、この実行回数制限を超えた状態でさらにリクエストを送った場合、HTTP ステータスコード 400 が返る。ただし、「public_time」の取得、発言の投稿、ダイレクトメッセージの送信の 3 つの API に関しては、この制限の対象外で、何回でも実行可能である⁵⁾。

3.4 マイクロ blog の利用例

マイクロ blog は、一般ユーザがコミュニケーションを行う以外にも利用されるケースがある。以下に、その利用例を挙げる。

- 情報配信

地震情報、天気予報、電車の運行状況や FM で流れている曲のリストなどの情報発信を目的とした利用ケース。電車の運行状況などでは、閲覧ユーザが返信という形で情報提供を行うことが出来る。マイクロ blog の特徴である即時性という点が大きな鍵となっていると考える。

- 米国 Dell の販売戦略

米 Dell は、「Twitter」を用いて、同社のアカウントをフォローしている米国ユーザ限定で、特売情報を流している。このメッセージに含まれる URL をクリックすることによって、ユーザ限定のページに案内され、クーポンコードを得るという手法である。これまでにマイクロ blog 経由で 100 万ドル以上の売り上げをあげてきた⁶⁾。

- 人間と植物を繋ぐ手段

これまでの人間が植物に話しかけるとい一方通行のコミュニケーションとは異なり、マイクロ blog を用いることで双方のコミュニケーションを実現させた。米ニューヨーク大学インタラクティブ通信プログラムの研究者らは、植物がマイクロ blog を通じて、水が必要なとき、あるいは水が多過ぎた場合に持ち主に通知する装置を考案した⁷⁾。仕組みを Fig. 4 に示す。



Fig.4 植物が Twitter に投稿事例 (出典：自作)

4 今後の展望とまとめ

マイクロ blog は従来のコミュニケーションサービスとは違い手軽さと同期/非同期を選択できるコミュニケーションメディアという点から利用者が増加している。日常の会話を吐き出すツールとして利用するユーザから、3.4 で述べたように様々な用途に利用するケースも増えると考えられる。踏まえて、以下の二つのことが挙げられる。

4.1 センサークラウドという考え方

「センサークラウド」はこれからの「The Network is the Computer」を考える上でとても重要な概念となる⁸⁾。世界中から発信されている数々のデータを集積、分析することで、世の中でまだ発見されていない関連性を見いだす。マイクロ blog では、オープンな API のお陰で、3.4 の「人間と植物を繋ぐ手段」のような今まで発信されていなかったデータを発信することができる。こういったマイクロ blog ユーザのリアルタイムな情報や世界中のありとあらゆる機器などから、様々な情報を発信、集積していくことが可能である。これまで、しっかりとしたデータとして世の中に無かったものが発信し、関連性を見いだすことにマイクロ blog の価値があると考えられる。

4.2 リアルタイム検索

今後コミュニケーションの場としてだけでなく、「リアルタイム検索」という可能性がある。google や Yahoo! などの検索エンジンは、世界中の情報を整理し、ユーザにとって必要な情報を教えることにあった。つまり、情報の深さや信頼性、広範さを提供してきた。対して、マイクロ blog を対象とした検索が提供する価値は、人の手によって配信された、今現在という「リアルタイム」で起きていることに関する情報を集積し、提供することにある。著しく普及しているマイクロ blog ユーザのそれぞれの情報が集まることで、価値が増すとと言える。

参考文献

- 1) IT media News
<http://www.itmedia.co.jp/news/articles/0904/09/news040.html>
- 2) News2unet
<http://www.news2u.net/NRR200946205.html>
- 3) MdN Interactive
<http://www.mdn.co.jp/content/view/7325/78/>
- 4) 濱野智史の「情報環境研究ノート」
<http://wiredvision.jp/blog/hamano/200705/200705310842.html>
- 5) 辻村 浩, Twitter! Twitter API ガイドブック
- 6) @IT 情報マネジメント
<http://www.atmarkit.co.jp/news/200902/04/dell.html>
- 7) ITmedia News
<http://www.itmedia.co.jp/news/articles/0903/27/news067.html>
- 8) Heartlogic
http://www.heartlogic.jp/archives/2009/04/twitter_6.html