

インターネットビジネス利用の現場から

インターネットタウンページ

日本電信電話株式会社(NTT)



厚くて重い印刷物の代名詞「電話帳」。手元にある平成8年3月発行の新宿・渋谷・世田谷・中野・杉並版『タウンページ』はA4サイズで1552ページ、厚さが約55ミリ。体積にすると3.4リットルあまりと、かさばることこの上ない。秤に載せると針は1780グラムを指したが、計ったあとで気が付いた。なんと、発行所や発行年月日が記された奥付に「1770グラム」と重量表示があるではないか。10グラムの重量増は湿気を吸ったか、秤の誤差か、いずれにしても出荷時の重さまで表示するとは、さすが信頼を重んじる電話帳。しかし、いったいどうしてこの表示が？まず、本論とは何の関係もない素朴な疑問にNTT電話帳事業推進部の佐伯秀男さんは明解に答えてくれた。

「タウンページは居住都道府県以外の方には有料で販売しているんですが、その際送料を計算しやすいよう重量表示をしているんです」(佐伯さん)

言われてみれば、なるほどである。手元のタウンページは全部で5版ある東京23区版のうちの1冊にすぎず、全国ではさらに地

昨年12月からNTTの職業別電話帳『タウンページ』の東京23区版の、インターネット上での試行サービスが始まった。サイバースペースとリアルワールドを強固に結びつける「インターネットタウンページ」は、インターネットの「キラアプリケーション」になれるのだろうか。

レポート 喜多充成

域別に158種類ものタウンページが発行されている。業務で使うなら複数冊必要になるだろうし、個人でもカバーエリアの境目に住んでいけば両方欲しくなるだろう。そういった居住地域外需要も相まってタウンページは毎年約6000万部も発行されているのだという。

それにしてもロクセンマンブだ。総人口の2人に1冊行きわたる部数ではないか。いったい電話帳のためにどれだけの資源とエネルギーが費やされているのか想像もつかないが、しかし電話帳が毎年発行され配達されているということは、世の中は電話帳がなかった場合の機会損失と手間と無駄を秤にかけ、このべらぼうな印刷物を容認しているということになる。

「そもそも電話帳は聖書に次いで発行部数の多い印刷物と言われてます。NTTの電話帳の規模はアメリカの会社に次いで世界でも2番目になります」(佐伯さん)

だが、少なくとも紙の形で提供することが「たいへん」から「困難」に、そして「不可能」に近づいていくことは、それが遠い将来か近い将来かは別にして不可避の道のりと思える。

100万件のデータベースに初挑戦！
ライバルはサーチエンジン

こういった事情が背景にあり、例によってインターネットの普及も追い風となり、

また直接的には海外の電話会社が始めたサービスに触発されてまずインターネットで公開されたのが英語版『TOWNPAGE』だった(<http://www.pearnet.org/jtd/>)。95年10月、NTTソフトウェア研究所とスタンフォード大学の共同プロジェクト「Japan Window」の1パートとして試験的にスタートしたわけだが、当然、その時から『タウンページ』のインターネットでの提供も視野に入っていた。

NTTソフトウェア研究所の島健一さん(広域コンピューティング研究部主任研究員)はこう語る。

「我々の所属する広域コンピューティング研究部は、インターネット利用のための基盤技術の研究開発を行うセクションです。タウンページのように身近で大規模なデータベースをユーザーフレンドリーな形で提供するというテーマはまさに我々がやらなければならないことだったんです」(島さん)

といっても、TOWNPAGEとタウンページではデータの件数が途方もなく違う。

「英語版ではせいぜい15万~6万件ですが、全国のタウンページに記載されているお店や会社の情報は約1100万件、東京23区だけでも約100万件になります」(佐伯さん)

かといってレスポンスが遅くてユーザーに「重さ」を感じさせてしまうわけにもいかない。100万件だろうが1000万件だろうが、ユーザーが評価するのは「求める情報があるかないか」だけ。これはキビシイ仕事である。

広域コンピューティング研究部の高橋克巳さん(研究主任)は「100万件のデータベースなんて、やったことがなかった」と言うが、少なくとも使ってみて不満を感じるレベルではないと告げるとホッとした表情を見せた。これは相当高度なデータベース技術が後ろで動いている気がする。単にデータが大量なだけなら腕づくでどうにかすることはできないでもなかったろう。だが、それより問題なのは「見せ方」である。さまざまな検索エンジンやディレクトリー

サービスが百花繚乱するWWWの世界では、検索のインターフェイスや結果の表示方法などについてユーザーも相当に目が肥えている。

「WWWで公開すれば、一般のサーチエンジンと同じ感覚で使われることになるでしょうから、著名サイトはライバルとして相当意識しました」(高橋さん)

その甲斐あって、インターフェイスはシンプルで、使う側に迷いを感じさせないものとなっている。検索入力画面は上段に3つの入力ボックスが開いており、どれか1つにキーワードを打ち込めば検索を開始できるようになっている。ANDもORも出てこない、非常に親切な作りと言える。

40年の蓄積がそのまま生かされた

登録されているコンテンツには「タウンページ40年の蓄積」(佐伯さん)がしっかり息づいているという。

「“日本電波塔(株)”は“東京タワー”で引けますし、“日本放送協会”が“NHK”でヒットしないということもない。受け付けの際には、必ずしも正式名称でなく商号や通称名などで登録をお勧めして、利用する人の便宜をはかっています。しかも毎年、情報の2~3割は更新され、常に新しい情報に入れ替えられています」(佐伯さん)

場所も名前も知っているお店の電話番号が104で探せなかったとしても、104が悪いのではなく自分の記憶違いか、お店がなくなったか、あるいはわざわざ情報を登録していないか、いずれにせよ検索システムやデータベースそのものに非があるとはあまり思わない(あくまで一般論としてだが)。

しかし、それほど質の高いデータなら、とにかく公開しさえすればユーザーは支持してくれる...というものでももちろんない。文字データとしてのタウンページの情報検索は二フティサーブやPC-VANでも行なわれているが、それほど利用されているとは思



「私は訴訟も担当していますので、無断使用は見つけたらタダじゃおきません」(電話帳事業推進部 企画部経営企画担当課長 佐伯秀男さん)



「OOBD(オブジェクト指向データベース)が緑の下の力持ちなんです」(ソフトウェア研究所広域コンピューティング研究部 主任研究員 島健一さん)

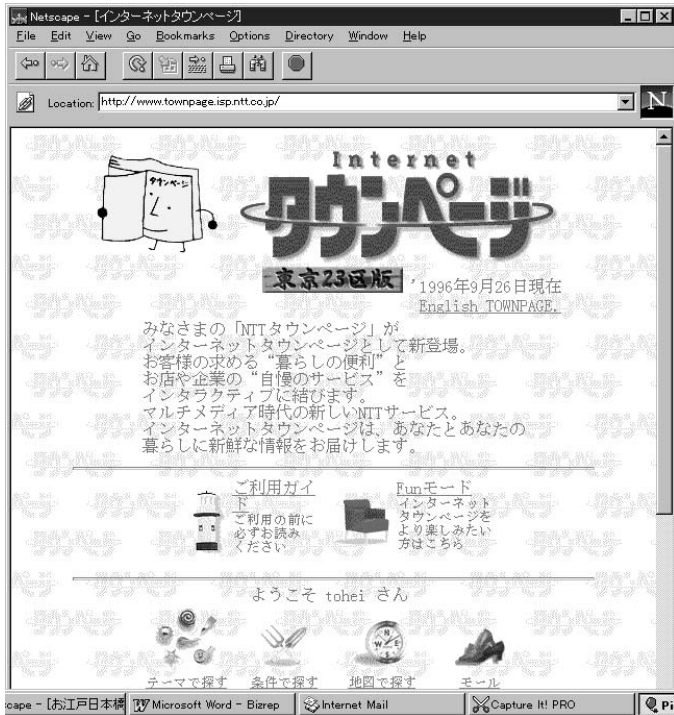


「タウンページサーフィン楽しいですよ」(同研究主任 高橋克巳さん)



「ユーザーごとの利用履歴を反映する個人適応型WWWを研究しています」(同 三浦信幸さん)

インターネットタウンページ。さまざまな方法で電話番号を検索できる。



仮想3次元モール内を散歩できるコーナーもある。

サーバーアドレス

URL <http://townpage.isp.ntt.co.jp/>

えない検索インターフェイス。キャプテンも言うに及ばず、唯一「0190-104104」のエンジェルラインが個人宅の情報も提供しているため利用価値は認められているようだ。

が、やっぱりマルチメディアは役に立つ。このサーバーのインターネットのWWWならではの検索条件指定は、「地図で指定」ができることである。クリックブルマップで地図を拡大していくことで「だいたいこの辺」というファジーな条件指定を受け付けてくれるわけだ。

「検索の入り口は多数用意はしていて、職業分類からでもお店の名前からでも地域からでも検索をかけることができます。全部で1650ある職業分類は50音順がジャンル別で指定できますし、地域は地名、地図、駅名、ランドマークなどで指定できます。」(高橋さん)

地図から住所指定ができ、しかも結果がリスト表示されるということは紙の電話帳では絶対にできなかったことだろう。インプレスの近所の飲食店の一覧表もすぐできてしまうではないか。知らない場所で待ち合わせの喫茶店を探すときにはメニューから駅名を選び「喫茶店」という職業分類

を入れればいいし、寒い日に灯油が切れて配送してくれる所がないかと探すときには自宅の住所と、職業分類のメニューをたどって「燃料店」を検索キーワードとすればよい。しかも、その検索結果すべてについて、住所が地番までフル表示されるので、NTTさんには申し訳ないが電報や郵便を出すのにも使える。

さらに凄いのが地図の上でそのお店の場所が特定されることだ。

「住所を座標化して地図上の位置で示すというだけのことで。」(島さん)とあっさり解説されたが、これは使いモノになる。地図そのものの解像度は高くないが、その場所に到達するには十分な情報が盛り込まれている。

職業分類、店名、電話番号、住所、そして地図。タウンページに足りないのはあとは郵便番号ぐらいなものである。

真のライバル? それは104の番号案内

検索のインターフェイスそのものも、世にあるサーチエンジンと十分張り合ってい

けるものとなっているわけだが、「それ以上に強力なライバルがすぐそばにいる」と高橋さんは言う。

そのライバルとは、不確かな検索キーワードでも、あやふやな地名からでも求める情報を探し出し、検索がヒットしなかったときには謝ってもらえる「104の番号案内」。これは手強い。しかし、人間が携わる104サービスを目標にすると、相当な意気込みではないか。

「ライバルとは言い過ぎかもしれませんが、できるだけ104に近い形で、ユーザーのあいまいな検索キーワードを許容する技術開発が私の研究テーマなんです。」(高橋さん)

それを「正規化の技術」というのだそう。たとえば「イタリア」というキーワードで検索をかけると「プティック伊太利屋」も「純喫茶イタリー」も「イタリア大使館」もヒットする。「竜太郎」と打ち込めば(首相官邸は出ないが)「龍太郎 中華料理」が当たったり、ウグイスと打てば「鶯」と「鶯」を両方引って張ってきてくれたりと、なかなかスマートなのである。

「日常使われている言葉の表記の揺れは思いのほか大きいのです。これを、日本語

本物のタウン誌もウェブで読むことができる。
これも楽しさのひとつだ。



カテゴリー別の検索もできる。

検索結果は地図とともに示され、目的地にたどり着ける。

の大規模なAI辞書を用いて行うのではなく、最小限の知識ベースと数学的・論理的処理で統一するわけです」(高橋さん)

たとえば下町言葉における「ひ」と「し」の混同や、「デジタル」と「ディジタル」など表記方法の違う言葉でも、統計的手法を用いて同じ言葉として認識できるようにするという。何やら「文学部統計学科」でやっている研究のようだ。

もちろんサーバー自体も、JISやEUCなどの文字コードに対応し、文字種も漢字、カタカナ、ひらがなはもちろん、インターネットの世界では御法度の半角カナまで許容している。

こういった「心配り」は、それが行き届けば行き届くほどユーザーからはその存在を意識されなくなるものだが、高橋さんは「ソフトの研究はそもそも縁の下の力持ちですから」と、いたって謙虚。

「技術者として自分の欲しいものを作らせてもらえた。“タウンページ・サーフィン”は発見が多くて楽しいですよ」(高橋さん)

今後はユーザーごとの利用履歴をもとに、自分でタウンページをカスタマイズできる「マイ・タウンページ」などのサービスも拡

充させていくということである。

使用料金は取らずに広告費で
運営費をまかなえることを目指す

ビジネスとしての今後の展望だが、電話帳そのものを無料配布しているのと同様、インターネットでの検索サービスでも将来にわたってここで料金をとるということをNTTは考えていないと明言する。

「紙の電話帳での広告のパイを奪い合う心配はしていません。ただ、年1回発行の紙の電話帳ではできないシーズン広告などを取り込み、サーバーの運営費ぐらいは広告費でまかなえる体制にもっていきたいと思っています」(佐伯さん)

印刷のコストもかからないし、電子メールでの申し込みも可能なのだから、広告費もそうべらぼうなものにはならないだろう。広く薄く出稿企業を集め、スケールメリットで媒体そのものの価値が高まる。媒体価値が高いから、また広告が集まってくるといった好循環を、紙の電話帳と同じように進められるかどうか。これだけの使い勝手が

実現しているのだから、これはひとえにインターネット利用者の増加ペースがカギを握っているということだろう。

公称1770グラムの新宿・渋谷・世田谷・中野・杉並版とともに、筆者の書棚でデンと居座っているのが3分冊で東京23区をカバーしていた頃のタウンページだ。91年版・上中下合わせて5530グラムだが、ホコリや湿気を吸い込み、ページの角は折れてもうズタズタである。

情報が古くても、重くても、23区すべてが網羅されているという点だけでなかなか捨てられずにいた。が、今回の取材で後任が見つかり、踏ん切りがついた。この週末、リサイクルに出すことにしよう。長年お世話になりました。



[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