

秋雨の続く東京に晴れ間が広がった2004年10月18日。米グーグルの共同創業者であるラリー・ページとサーゲイ・ブリンが来日し、都内で記者会見が行われた。両者そろって来日というのは、なんと、これが初めてだそう。異色の方式と揶揄されたIPOを終えて一段落し、株価も予想に反して(?)じわじわと上昇を続け、いままも絶好調なグーグル。その創設者たちに、日本のメディアたちはなにを訊いたのだろうか? そして彼らはなんと答えたのだろうか?

インターネットマガジンではこの記者発表の模様を余すところなくお届けします。

文中は敬称略・ファーストネームでの記載にしました

# グーグル創業者の 2人が答えた

## 検索エンジンの現在

ラリー・ページ + サーゲイ・ブリン インタビュー

文・長野弘子



### Interview

記者団からのインタビューの前に、会見はラリーとサーゲイからのちょっとしたプレゼンテーションから始まった。どちらかという、2人ともバリバリの理系出身者という風貌で、話し声もどことなくボソボソ声。それでも、自信に満ちた感じで、グーグルのこれまでの歩みに加え、米国で開始された「Google Desktop Search」や「Google Print」といった新サービスについて淡々と語った。ほかにも、2004年3月に発表となったものの、その実態については謎だった「東京研究開発センター」についてもブロードバンドとケータイについての期待を明らかにしている。プレゼンテーションが終わると、いよいよ記者団との質疑応答だ。以下がその一部始終。

#### サーゲイ・ブリン

肩書きは「技術部門担当社長」。スタンフォード大学コンピュータサイエンスの博士課程でラリー・ページと出会い、グーグルを共同で創設する。実はスタンフォード大学は休学中でまだ在籍している。モスクワ出身。

#### ラリー・ページ

肩書きは「製品部門担当社長」。現CEOのエリック・シュミットが来る前までは、CEOを務めていた。恐るべきは、6歳からコンピュータに触れていたことだろうか。なんでも、父親がミネソタ州立大学コンピュータサイエンスの教授なんだとか。

早い時期からブログホスティングサービス企業(注: blogger.com)を買収していたが、現在のところグーグルのサイトとは独立して運営しているようだ。今後、ブログ分野でのグーグルの戦略は?

# Google Desktop Searchでパソコンの中まで検索

グーグルはウェブの検索だけでなく、パソコンの中までその検索技術の手を伸ばした。それがこのGoogle Desktop Searchだ。まだ英語版ベータだが、日本語でも十分に使える。利用には、グーグルのサイトからソフトをダウンロードしてインストールする必要がある。インストールすると、自動で自分のパソコンの中をスキャンして、検索のためのインデックスファイルを作る。検索できるのは、エクセルやワードなどのマイクロソフトオフィスのファイルと、アウトLOOKなどのメールソフトのデータ、そして、IEのキャッシュだ。

すごいのは、ウェブサイトで検索するのとなんら変わらずに使える使い勝手だ。



Google Desktop Searchで検索した画面。通常の英語版のGoogleから「Desktop」を選んで検索する。

通常のウェブ検索でも、自分のパソコン内のキャッシュが検索されて表示される。



**ラリー・ページ(以下ラリー):** ブログは、簡単に情報を発信することを可能にするツールであり、検索分野にとっても非常に重要です。なぜなら、人々がこれほどまで容易に情報を発信できるようになると、情報量が増えて検索の必要性が高まるからです。また、ブログにはフォトログ、携帯電話からコンテンツをアップロードするブログなどさまざまな種類がありますが、これらのコンテンツに対して、グーグルでは「グーグルAdSense」などの広告をターゲット配信することができます。日本は、グーグルAdSenseの市場で非常に大きな市場であり、モバイル分野とともに期待できる分野です。

ブログ用検索エンジンの予定は?

**サーゲイ・布林(以下サーゲイ):** ブログに最適な形の検索エンジンの開発は必要だと思っており、取り組んでいます。しかし、まだ開発段階です。

検索ワードで、性的な言葉の検索が一番多い国はどこですか?

**サーゲイ:** 疑問の余地なく日本です(笑)。ただ、おもしろいトレンドは、初期の頃は

「セックス」などの性的な言葉を含む検索が全体の大きな部分を占めていましたがインターネット人口が増え、より多くのユーザーがグーグルを使うようになるにつれて、こうした性的な言葉の検索は少なくなりました。その理由は、数が増えるとともにユーザー層やその興味が多様化したからだだと思います。こうした特徴は、どの技術的な進化の過程にも見られることです。

グーグルのユーザーインターフェイス(UI)は非常にシンプルで使いやすいという特徴があるが、ツールを作るうえでの統一的なポリシーは?

**サーゲイ:** 実際のところ、GmailはほかのサービスとUIの作りが大きく異なっています。電子メールをブラウザ上で読んだり作成したりするために、より強力で複雑なUIと、さらに日常的に使うので、素早いレスポンスが必要です。そこで、繰り返しテストを行い、洗練したUIを開発する必要があります。しかし、ウェブ検索などほかのサービスのUIに関しては、できるだけ簡潔にするという方針を持っています。

ブログなどで、トラックバックが頻繁に行われると、本来の順位よりもそのサ

イトの検索結果の順位が上がるという傾向がある。これらの問題への対処は?

**サーゲイ:** トラックバックによる検索結果順位の変化もそうですが、ほかにも多くの問題があるので、検索結果ができるだけユーザーが求める情報に近づくよう、数百人のエンジニアが日々新たな技術を開発しています。こうして、毎週のように何かしらの新技術がグーグルの検索エンジンに組み込まれています。

「Google Desktop Search」について、マイクロソフトやヤフーも同様な検索技術を開発中だが、技術面およびビジネス面におけるグーグルの優位性は?

**サーゲイ:** ビジネス面では私たちはすでに利益を上げています。競争があることはいいことだと思いますし、一般検索は非常に重要な分野です。これからも、多くの企業が検索および検索関連分野で争うことになるでしょう。また、技術面では、適切な検索結果を素早く表示する検索スピードや精度、また多様な検索サービスの提供など品質を高めることで対抗できると思います。さらに、広告もターゲットの絞られた内容になっており、一般検索

## Google New Service ②

# Google Printで出版物の中身まで探せる!

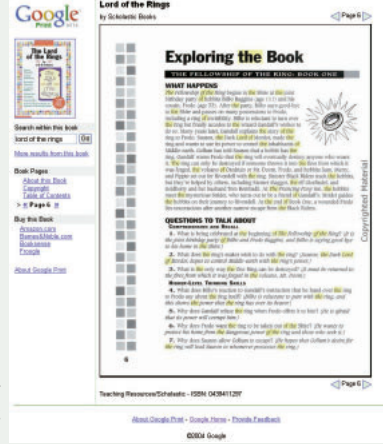
グーグルで英語を検索しているときに右の画面のように本のアイコンが出てくることがまれにある。この検索結果をクリックすると、本のページが表示され、検索語がハイライトされている。これがGoogle Printで、実際の本の中身を検索するサービスだ。

自社の本を検索してもらいたい出版社は、サイトから申し込んで審査が通れば無料で登録できるという。本のスキャンはグーグル側で行われるようだ。なお、出版社からはお金はとらないので、こちらも広告モデルで成り立っていくようだ。なお、気になる日本版だが、インタビューを読んでいただければわかるとおり、まだ少し時間がかかるだろう。



実を言うと頻繁にお目にかかるわけではないこのGoogle Print。たまたま検索にひっかかったというケースが多いのだ。

検索結果は本のレイアウトどおりに表示されるのがうれしいところ。これならちゃんと中身を確認して本が買えるようになる。



結果とは完全に切り離されています。これにより、ユーザーが混乱することはありません。また、今後機能を拡張する予定であり、PC上に限らず、デジタル家電や携帯電話などの情報を包括的に検索する技術の開発も検討しています。

「Google Desktop Search」は日本ではいつから開始するのか?

**サーゲイ:** 現在、日本語版デスクトップサーチはテストの段階です。日本語版や他国語版のサービスはできるだけ早く開始したいと思っています。ただし、英語版のデスクトップサーチでも日本語の検索はできます。このツールには2種類の使い方があります。まず最初は、純粋にデスクトップ検索として利用する方法です。もう1つの方法は、通常のグーグルのウェブ検索とデスクトップ検索を同時に行う方法です。この場合、ウェブ検索の結果の上にデスクトップサーチの検索結果が分かれて表示されますが、1つのページ上に表示されます。この機能を使うようになってから、ウェブ検索とデスクトップ検索の違いをまったく感じなくなりました。

「Google Desktop Search」はどうや

って収益を上げるのか?

**サーゲイ:** グーグルの検索エンジンが最初に登場したとき、収益モデルについてはそこまで明確ではありませんでした。しかし、質の高い検索サービスを提供したことで多数のユーザーに利用してもらい、その結果広告掲載で利益を上げることができたのです。今回も同様に、ユーザーが求めるサービスというものを第一に考え、収益モデルはその後からついてくるものだと思っています。Google Newsはその顕著な例ですが、このサービスが米国で始まったのはかなり前なのですが、ここからいかに収益を上げるかはまだ検討中です。デスクトップ検索の収益モデルの可能性としては、検索結果に広告を配信することが挙げられますが、ユーザーのニーズを第一に考えていきたいと思えます。

「Google Desktop Search」では、ウェブ検索の場合と同様、グーグルのサーバーに検索ワードが送られるのか?

**サーゲイ:** Google Desktop Searchの場合は検索結果はグーグルに送られません。検索のためのインデックスファイルはローカルディスクに保存され、400KBという非

常に軽いサイズになっています。

東京研究開発センターに関して、どのような技術開発を考えているのか?

**ラリー:** ブロードバンドや携帯電話の普及が進んでいる日本市場は、研究開発の重要拠点になると考えています。東京研究開発センターでは、とくにモバイル系の事業に注力し、日本で新商品を開発して後に米国で利用されるようにしたいと考えています。グーグルはiモード向けの検索サービスをすでに数年前から提供していました。日本と比べると遅れていますが、米国ではSMSベースの検索クエリーサービスも最近開始しており、携帯電話での情報検索もより便利になりつつあります。日本はいつも技術的に触発される場所であり、帯域幅やディスプレイの大きさなど、携帯電話の特性に合った技術やサービスを開発できると考えています。日本から最初の技術が登場してくることを期待しています。

ダブルバイトコードについて、日本で研究することは効果があるとのことだが、この分野でもっとも解決すべき問題とは?

**ラリー:** 日本語をはじめとするダブルバイ



トコードの問題に関しては、まず形態素解析<sup>1</sup>の問題があります。また、最近、日本語でのスペルチェックのサービスも提供を開始しました<sup>2</sup>。これは重要な技術で、まだ改良を続けています。こうした技術を継続して開発していきたいと思います。たとえば、OCR機能に関しても開発段階ですが、漢字は形が複雑なうえ数が多いので難しいところです。

ブロードバンドの検索について話をしていたが、それは動画の検索を指すのか。

**ラリー:**日本では本当の意味でのブロードバンド環境が整っており、欧米よりも数年先を行っています。その意味では、日本で研究を進めることで、未来を先取りできると思います。ブロードバンド化は、動画検索だけではなく、アプリケーションの高速化にもつながります。検索結果を速く大量に届けられる環境では、さまざまな可能性が考えられるでしょう。ほかの方法も含めた新しい活用方法を見つけてくれると思っています。

「Google Print」の日本でのサービスはいつごろか？

**ラリー:**インターフェイスは完成している

1 文章を形態素(単語)に分解する技術。英語は単語間にスペースが入るが、日本語は文字が連続して記述されるので、検索エンジンに単語を抽出させる必要がある。

のですが、日本語OCRの精度を高めたり、ダブルバイトコードの問題など、解決すべき問題がまだ多いので、かなり先のことになるでしょう。

収益のほとんどは広告だが、シェアを取ってしまったら頭打ちになるのではないのか。それ以外の収益の可能性は？

**ラリー:**ほかの収入源を考える予定はありませんが、検索広告市場はまだ改善の余地がある分野です。たとえば検索結果のページだけでなく、ネット上のすべてのウェブサイトに広告を表示することで、グーグルにとって新しい広告収入源になるだけでなく、広告主にとっても最適な選択肢を与えることになるでしょう。コンテンツサイトの広告分野は、とくに日本で急速な成長を見せており、まだこの分野での成長は続くと思っています。

グーグルに対抗し、検索結果をカテゴライズして情報の精度を高める検索サービスなどが登場している。グーグルは検索対象を広げるだけではなく、精度を高める方向へは行かないのか？

**サーゲイ:**カテゴリー別に検索結果を分けたとしても、もともとの検索結果が正確

2 「もしかして:」と表示される。たとえば、「フィルム」で検索したときに「もしかして:フィルム」が表示されるなど。

でなければ意味がありません。もちろんグーグルでもさまざまな検索スタイルの可能性を研究しており、検索結果をカテゴリー分けするような技術も検討しています。しかし、カテゴリー分けをできたとしても、一番重要なのはユーザーが求める情報を正確に提供することに変わりはありません。

SEO対策についてはどう思うか？

**ラリー:**グーグルを不正に操作しようとする人や、グーグルの検索順位を上げるために悪用する人が多いのは事実です。不正なランキングを排除するような技術開発を行うことで対抗していますが、正当な理由でグーグルの検索結果に含めるべきものは支援するつもりです。

「gbrowser.com」というドメイン名を登録しているが、ブラウザを開発を進めているのか？

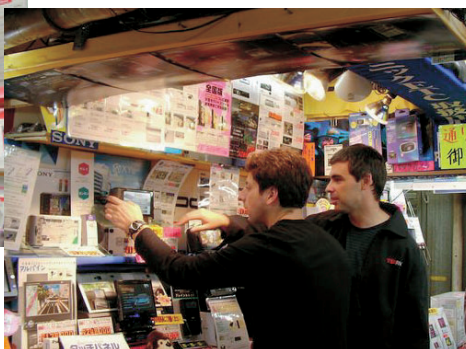
**ラリー:**gbrowser.comはいくつも取得したドメインの1つです。ブラウザに新しい機能を追加するための仕組みとして『Google Deskbar』のようなブラウザのアドオンツールは今後も提供しますが、ブラウザそのものを作ることは現段階では考えていません。

## 後日談:でもやっぱり向かうのはオタクのメッカ『アキハバラ』



ケータイ電話ショップの前で新型の端末を物色する2人。

最新式のカーステレオにも興味津々。そのうちカーステレオ向けの検索サービスもありそう？



なんと! うわさによれば、記者発表を終えた2人は、そのままあっさうオタクたちのメッカである秋葉原に直行したのだとか(最近の秋葉原は電気街というよりも、アニメ好きが集う場所になってきているが)写真のようにあれこれと物色し、もちろん本社でも愛用する電気マッサージチェアもチェックしていたが、結局買ったのはUSBメモリー程度だったとの情報が……。日本のアキバはもう本物のコンピュータ好きには魅力がないのだろうか？



## [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](mailto:im-info@impress.co.jp)