

最新 Webトレンド (4)

技術と社会を繋ぐ Web プラットフォーム：震災対応のなかで

柿原正郎 (かきはら まさお)
元・ヤフー株式会社

1. はじめに

2010年12月発行の経営情報学会誌「経営情報フォーラム」Vol. 19, No. 3から「最新Webトレンド」と題する4回シリーズの連載をスタートさせた。今回はその最終回となる。

連載第1回 (Vol. 19, No. 3) では、「2010年のWebトレンドを俯瞰する」と題し、筆者が昨今のWeb業界でのトレンドを概観した。第2回 (Vol. 19, No. 4) では、楽天株式会社の森正弥氏にご寄稿頂き、「Webを用いた外部の頭脳活用」というタイトルで、Webを活用した集合知 (Collective Intelligence) の動向について、大変詳しい解説をご提供頂いた。第3回 (Vol. 20, No. 1) は、国際大学グローバルコミュニケーション研究所の境真良氏にご寄稿頂き、「3.11とGOV2.0」と題して、東日本大震災後のTwitter上の動向やそれに対する政府・行政機関の対応について、内部の視点から非常に生々しい視点を提供して頂いた。

そして、今回の最終回では、Webの社会的な役割や今後の可能性について論じてみたい。当然ながら、Webの社会的意義をこの限られた紙幅で語るのとは不可能である。そこで、やはりこの日本においてももっとも切実かつ現実的な課題としてわれわれの目の前に立ちはだかる、震災後の復興という国家的課題の文脈のなかで、Webの役割や今後の可能性について論じてみることにしたい。

2. Web企業による震災後の展開

2011年3月11日14時46分、宮城県牡鹿半島沖を震源としてマグニチュード9.0という国内観測史上最大の地震が発生した。発生後4ヶ月たった時点において、死亡者1万5,000人以上、行方不明者も5,000人を超えるという未曾有の大震災となった [1]。

震災直後から通信規制により電話がつながりにくくなるなか、Webを通じたコミュニケーションに大きな注目が集まった。連載第3回で境氏が報告したように、TwitterやFacebookは、マスメディアをうまく補完するかたちで、人々の情報発信・共有を大いに助けることとなった。

こうした想定外の規模の震災に対して、国内の大手ポータルサイトや検索サイトの対応は驚くほど早かった。ここまでは、ポータルサイトのYahoo! JAPANと、検索サイトのGoogleを例に取り上げてみたい。

Yahoo! JAPANは、ニュース、ショッピング、オークション、メール等、100を超える多種多様なオンラインサービスを提供する国内最大の総合ポータルサイトである。Yahoo! JAPANの震災後の対応はきわめて迅速に行われた。まず、日本最大のページビューを誇るYahoo! JAPANのトップページの右上を占めるバナー広告の枠が、すぐに震災対応の特設ページへのリンク画像に切り替えられた。また、すぐに震災対策の特別チームが編成され、ヤフーの各種サービスを総動員する対応が展開された。Yahoo! ボランティアの募金サービスの設置、節電情報のまとめページの設置、NHKのニュース画像のライブ配信開始、各種公共サイト・一般サイトのミラーサイトの設置などが矢継ぎ早に実施された [2]。

国内最大のポータルサイトとしてのYahoo! JAPANの幅広い認知度とこれまでの実績に加え、こうした想定外の災害に対する早期の迅速な対応が功を奏し、震災直後の人々の怒濤の情報ニーズを受けとめて、3月14日にはYahoo! JAPAN開設以来最大となる1日23億6,500万ページビューを記録した。これは、震災に関連したさまざまな情報収集の手段として、Webというメディアの役割がいかに期待され、またそれに応えたかということを確認に示していると思われる。その後もYahoo! JAPAN



図1 Yahoo! JAPANの震災特設ページ



図2 Google Japanの震災特設ページ

は、被災地の震災前そして震災後の写真を人々から投稿してもらい、それを保存するという「写真保存プロジェクト」[3]なども開始し、引き続きさまざまな内容の復興支援サービスを展開している。

Yahoo! JAPANと同様に、震災後にWebを通じた素早い対応に動いたのが、Web検索サービス大手のGoogleである。Googleは、言うまでもなく世界最大のWeb検索サービス企業であるが、日本国内でもGoogleの日本法人がgoogle.co.jpのドメインでWeb検索を中心としたさまざまなサービスを提供しており、人々の情報探索のための手段として、既に幅広い層に利用が広がっている。

Googleの震災後の対応もきわめて迅速なものであった[4]。Googleは、2010年1月のハイチ地震の際に開発し活用した人の消息情報の登録・検索システム「Person Finder」を保有しており、2010年2月のチリ地震、2011年2月のニュージーランド地震でも活用された。Google Japanはこうしたグローバルでの実績をもとに、今回の震災後すぐにこのPerson Finderのインターフェイスの日本語化に取りかかり、震災発生後2時間足らずで公開するというきわめて迅速な動きを見せた。また、Yahoo! JAPANと同様、さまざまな災害関連情報を集約した特設サイト「Google Crisis Response」[5]をすぐに開設し、当初から多言語対応、各種モバイルデバイス対応を行った点もGoogleならではの動きであった。

さらに、3月15日には、Googleマップ上に本田技研工業から提供された被災地における自動車の走行実績情報を表示させる「自動車・通行実績情報マップ」を開設し、Web上のデータと現実空間の情報をマッシュアップさせるという先進的なサービ

スはこの震災対応のなかで実現するという離れ業を見せた。さらに、同社のオンライン堂が共有サービスのYouTubeを使い、被災者からのメッセージ動画を集めた「YouTube 消息情報チャンネル」を3月18日に開設した。この動画サイトには、TBS系列とテレビ朝日系列で放映された実際のテレビ映像も掲載され、これまでなかなか実現されなかった、テレビ局とWeb企業の連携も震災対応を機にさまざまなかたちで展開されることとなった。

Googleの震災対応として特筆すべき点として、これらの迅速かつ多様なサービス提供が、きわめてボランティアなかたちで展開されたことである。Googleは日本法人の社員数を公開していないが、4,000人を超えるYahoo! JAPANと比較すると大幅に少ない人数しか在籍していないものと思われる。しかし、この未曾有の震災に直面し、Googleは少ない人数ながらグローバル企業の強みを最大限に活かし、また保有する強力な技術プラットフォームを活用することで、Yahoo! JAPANに引けを取らない幅広い震災対応サービスを早期に導入・展開した。

Web企業による震災後の対応は、上記のYahoo! JAPANとGoogleだけにとどまらず、MSN（日本マイクロソフト）、goo（NTTレゾナント）などの大手ポータル企業はもちろんのこと、GREEやmixiなどのSNS企業も独自の震災対応サービスを次々に提供し始めた。未曾有の震災で、被災地だけでなく、首都圏でも計画停電等のこれまで経験したことのないような状況が発生したなか、個人がケータイ一つでアクセスできる情報メディアとしてのWebに対する人々のこれまでにない大きな期待に応えるため、Web企業は採算度外視とも言える

業界をあげた震災対応の動きを見せた。

3. 民主導のボランティアな Web 展開

このような多くの Web 企業の迅速、自主的、精力的な震災対応、復興支援の動きは、Web の社会的な役割や機能の可能性を大きく広げる画期的なものであったが、民による草の根的な復興支援活動も Web を通じて大きなうねりとなっていった。

個人として震災後いち早く動いた人物の一人が、電通の著名なクリエイティブディレクターの佐藤尚之氏だった（現在はフリーランス）。佐藤氏はこれまで数々のテレビ CM の企画・制作に携わり、広告業界で佐藤氏の名前を知らない人はいないほどの著名人であるが、「さとなお」のペンネームで著述業も行うマルチな才能の人である。1995 年の阪神淡路大震災の被災者でもある佐藤氏は、今回の東日本大震災の翌日に政府内閣官房に直接連絡をとり、被災地の人々に「適切な情報を、適切な人と場所に、適切なタイミングで届けること」の大切さを訴え、その情熱と行動力を持って政府を説得し、連携の承諾を取ることに成功した [6]。その後、完全にボランティアベースの企画・運営・サイト構築を怒濤のように進め、3月23日に救援情報サイト「助けあいジャパン」[7]を開設した。このサイトでは、「助けたい気持ちがある人の、ヒントやきっかけになること」を目的に、現地からのレポートや、ボランティア募集情報、支援物資送付などの支援情報などを幅広く提供している。このサイトはあくまで佐藤氏を中心とした民のメンバーが主導し運営するものではあるが、内閣官房震災ボランティア連携室が正式に連携して情報提供を行うという、これまでにないかたちの官民連携となった。佐藤氏という類い希なるプロデューサーがいたからこのプロジェクトが動き始めたことも事実ではあるが、それに賛同し、無償の協力や支援を惜しみなく行った多数の人々の参加により実現したサイトであり、Web を通じて民と官が密接に連携して、救援や復興の支援を行う取り組みは、前例のない特筆すべき取り組みと言える。

この「助けあいジャパン」と同様の民主導のボランティアベースの震災救援・復興支援の取り組みがもう一つある。それが、「sinsai.info」[8]である。

この sinsai.info は、2004 年にイギリスで始まったボランティアによる地図作成プロジェクト「OpenStreetMap」の日本コミュニティである OpenStreetMap Foundation Japan が運営している。

sinsai.info の特徴はなんといっても、Web ブラウザ上に表示される地図の上に、ユーザーからリアルタイムで投稿されるさまざまな災害救援情報をマッピングして掲載していることである。地図コンテンツは、Web 関連サービスとしてはもっとも活発に開発が行われ、実際のサービス展開も各社が積極的に行っている領域の一つであるが、そうした Web 上の地図コンテンツが災害救援や復興支援に役立つと考えるのは比較的容易い。しかしながら、実際に役立つ情報が大量に入手し、それを即時・適切に地図上に表示することは、技術的にも運用的にも多大な労力が必要となる。にもかかわらず、sinsai.info が震災後7時間足らずでそうした地図情報サイトを開設できたことには、大きく二つの理由があると思われる。一つは、元々ボランティアの地図作成プロジェクトである OpenStreetMap の国内メンバーがこの取り組みの中心となったことで、政府や企業の具体的支援がない状況においても自発的かつ自律的に動くことに比較的慣れていたことが挙げられる。もう一つは、ニュージーランド地震の際にも活用実績があるオープンソースの地図情報プラットフォーム Ushahidi を使うことで、リアルタイムで地図情報を提供する技術基盤と運用ノウハウを活用することができたことである。

sinsai.info の運営責任者である関治之氏によれば、sinsai.info は四つの Open を掲げて運営されている。それは、Open Source (Ushahidi の活用等)、Open Data (サイト上のデータの公開等)、Open Collaboration (多様なプレーヤーとの連携)、Open to Global (世界に向けた情報発信) の四つである [9]。このようなオープン志向はまさに Web がその誕生以来保持してきた精神にも通じ、この志向に基づいて民主導のボランティアベースの震災復興支援が行われることは、まさに Web の社会的役割を体現しているといつて良い。

4. 技術と社会の相互形成

未曾有の大規模災害となった東日本大震災を受け

て、いまわれわれ日本人は、第二次大戦後の復興にも匹敵する巨大な社会的課題に取り組みねばならない。現在、政官財民それぞれにおいて、復興に向けたさまざまな取り組みが計画され、次々に実施されようとしている。その一つ一つの取り組みの是非や効果について、筆者に語る資格も能力もないが、ICTの社会経済的意義や価値を問いつける研究者の一人として、いま Web に対してかけられている世の中の期待の大きさをひしひしと肌で感じる。

今回「最新 Web トレンド」の連載を締めくくるにあたり、Web を通じた災害救援や復興支援の取り組み事例を紹介したのは、いまこの日本において Web の将来を描き、Web の可能性をより深く探っていく題材として、これほどまでに意義深いものはないと考えたからである。

Web は、もはや単なる技術として社会から独立し切り離されて存在するものではなく、いまや深く社会に埋め込まれ、政官財民さまざまなプレーヤーと密接につながりながら、新たな動きを生み出す役割も担うようになった。Web が社会を動かし、社会が Web の意義や価値をさらに変えていく。そうした技術と社会の相互形成 (mutual shaping) の視座から、Web の現代的意義や社会位置づけを捉え直し、その可能性を最大限に探り実践していくことが、この国家的課題の目の前にしたわれわれにいま強く求められているのではないだろうか。

(連載終了)

参考文献

- [1] Wikipedia 日本語版「東日本大震災」ページ [2011/07/15 アクセス]: <http://ja.wikipedia.org/wiki/東日本大震災>
- [2] ITmedia ニュース, 「地震、その時 Yahoo! は “もしも” に備えあり、チームワークで支えた 23 億 6500 万 PV」, 2011/04/06 [2011/07/15 アクセス]: <http://www.itmedia.co.jp/news/articles/1104/06/news027.html>
- [3] 「写真保存プロジェクト」, [2011/07/15 アクセス]: <http://archive.shinsai.yahoo.co.jp/>
- [4] ITmedia ニュース, 「地震、その時 Google は「1秒でも惜しい」と怒涛の開発、海外にもバトンつないで」, 2011/04/05 [2011/07/15 アクセス]: <http://www.itmedia.co.jp/news/articles/1104/05/news015.html>
- [5] Google Crisis Response 東日本大震災, [2011/07/15 アクセス]: <http://www.google.com/intl/ja/crisisresponse/japanquake2011.html>
- [6] www. さとなお .com, 「民と官の連携を試みます」, 2011/03/16 [2011/07/15 アクセス]: http://www.satonao.com/archives/2011/03/post_3159.html
- [7] 3.11 救援情報サイト「助けあいジャパン」, [2011/07/15 アクセス]: <http://tasukeaijapan.jp/>
- [8] 「sinsai.info 東日本大震災 | みんなでつくる復興支援プラットフォーム」, [2011/07/15 アクセス]: <http://www.sinsai.info/>
- [9] TechWave, 「sinsai.info を 1 ヶ月やってきて思うこと」, 2011/04/12 [2011/07/15 アクセス]: <http://techwave.jp/archives/51650191.html>

略歴

柿原 正郎 (かきはら まさお)

1995 年関西学院大学経済学部卒業, 2003 年ロンドン・スクール・オブ・エコノミクス大学院博士課程修了。関西学院大学商学部准教授、ヤフー株式会社を経て、現在グーグル株式会社に所属。

※本稿の内容は筆者の現在の所属先の見解とは全く関係ありません。