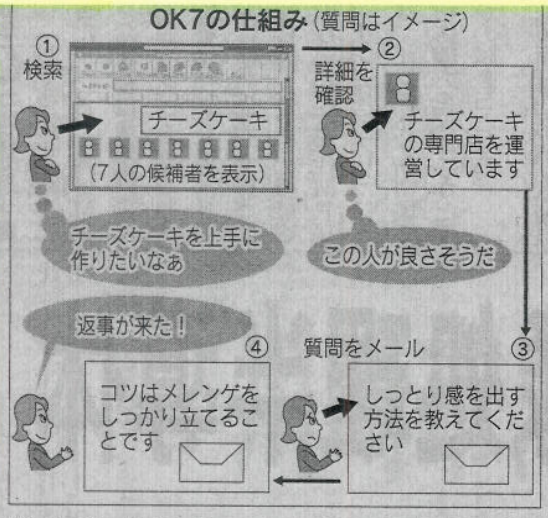
日刊工業新聞
H22.09.28

詳しい「人」を複数検索

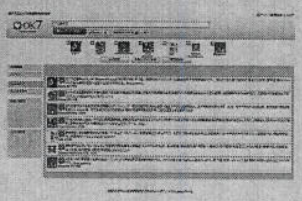
オウケイウェイヴ、新情報サービス

双方向にやりとり

質問・回答サイトのオウケイウェイヴは、知りたい情報についてキーワードを入力すると、詳しい「人」を複数表示させる検索サービスを始める。利用者は表示された人物にメッセージを送ったり質問を投げかけたりできる。まずミニブログ「ツイッター」の利用者を表示させることから始め順次、SNS（交流サイト）などほかのサイトにも広げていく。運営するQ&Aサイト「OKWave」などとの相乗効果を見込み、利用者を増やす狙い。



新サービスは「OK7」。専用サイトにキーワードを打ち込むと、親和性の高いツイッター利用者のアカウントを7人分表示する。OK7の利用者は表示された回答候補者にメッセージや質問を送ることができる。メッセージなどはツイッター上に公開するか、OK7のサイト上でのみ表示するか選べる。


OK7のサイトイメージ

検索システムは、7月に資本・業務提携した検索エンジン開発のキーウォーカー（東京・港）の技術を利用する。検索キーワードが含まれるツイート（ツイッターのメッセージ）を単に表示するのではなく、言葉の意味を推測し、関連する発言を多くしている専門家などを抽出できる。

7人の回答候補者で求めている人が見つからなかった場合は、さらにほかの候補者を表示することも可能。また将来的には候補者の表示を、ツイッターだけでなく自社で運営するQ&Aサイト「OKWave」の回答者やSNS「フェースブック」の利用者などにも広げる予定。

ツイッターではキーワードからツイートを検索する機能があるが、その言葉が含まれているツイートが単に表示されるのが大半。このため知りたい情報について詳しいユーザーを探すのには不向きだ。また従来のQ&Aサイトなどの検索では、質問に対する回答や知りたい情報について書かれているページは探せるが、「人」に焦点を絞った検索は難しかった。

サービスは当初は無料で提供する。今後、あるキーワードについて詳しい専門家に有料で質問できるサービスなども検討する。

ツイッター 新聞形式に

KDDI研 自動変換、端末へ配信

どもなどが新しいツイッターを投稿したり、ブログを書いたりするたびに記事も自動更新される。

よく閲覧するニュースサイトを登録しておけば、毎回わざわざ検索する手間をかけずに簡単に情報収集ができる。利用者の閲覧内容を解析し、興味を持ちそうな内容は大きな記事に表示することもできる。

電子書籍端末やデジタルフォトフレーム（電子写真立て）、デジタルサイネージ（電子看板）など新しい情報端末が急速に普及しているが、KDDI研は利用法やコンテンツはこれから多様化するとみており、新聞という慣れ親しんだ視聴方法を活用できると判断した。

データ放送で地域店紹介

東京MXと凸版印刷

東京メトロポリタンテレビジョン（MX）と凸版印刷は、地上デジタル放送のデータ放送画面を使い、地域の流通情報の配信＝写真＝を始める。まずイトーヨーカ堂など10社の約500店舗の情報を提供する。放送地域が東京都と周辺に限られている特性に合ったデータ放送の活用方法として着目した。

新サービス「得だね！SHUFOO（しゅふー）！」の情報提供企業はヨーカ堂のほかに三越、ヨドバシカメラ、ライフ、メガネトップ、ジーンズメイトなど。通常放送の画面上にあるアイコンをクリックすると、商品を安く買えるセールス中の店舗などを紹介する画面に移行する。

東京MXは「U・LA・LA@7」「5時に夢中！」など、朝夕の情報番組や料理番組など主婦が視聴する4番組の放送に合わせて配信する。番組視上げや情報提供係強化で広告収めざす。

まず500店、セール情報など

通常放送の画コンをのせるオ表示を採用。「d」ボタンを方式より多くのータ放送画面に考えだ。データQRコードを携メラで写すと、情報を入手できサイトに接続で

ネット広告普及へ支援拡充

グーグル日本法人

米グーグル日本法人（東京・港）は27日、インターネット広告関連事業者への支援策を拡充すると発表した。ウェブサイト制作会社やコンサルタントなど、ネット広告に関連する法人・個人を対象に無料でセミナーや教材を提供する。ネット広告事業者の育成を通じて、中小企業などネット広告新市場のすそ野拡大を促す。

新施策は「グーグル・オープンビジネス・ナー」。30イトを通じ集する。グサービスを表示する広告」の導ネット経由ナーの開催無償で提供広告の導入業や個人で、これま広告代理店れなかった

本部の生口順二本部長に「営業強化に加え、和書

書籍の紙面をそのまま表示できる

情報のほか全文をテキスト

る。すべての書籍が書誌

しそうだ。（玄忠雄）

の中小出版社の参加も促

い。米アッ携帯電話（アイフォ