

Web コミュニケーションツールとしてのイントラブログの構築

Intrablog for web communication

宮崎 真*¹ 廣安 知之*² 三木 光範*²
 Masashi Miyazaki Tomoyuki Hiroyasu Mitsunori Miki

*¹同志社大学大学院工学研究科
 Graduate School of Engineering, Doshisha University

*²同志社大学工学部
 Department of Engineering, Doshisha University

Recently, the Weblog SNS (Social Networking Service) has developed as a personal communication tool. On the other hand, the "Intrablog," which is a blog system for the organization of companies etc. has been advocated, and is useful as a tool for the activation of an organization. Here, we propose an Intra blog with functions aimed at communication.

1. はじめに

現在、個人を対象とした Web 上のコミュニケーションツールとして、ブログやソーシャルネットワーキングサービス (SNS) が急速に普及し、一般層にも浸透している。これに対して、企業、部署などの組織を対象とし、定型化されない知識の蓄積や情報共有を目的にブログを利用する考え方が提唱されており、これをイントラブログと呼ぶ。

現状のイントラブログは RSS により情報を集約する機能を持っており、効率的な情報抽出という点で優れている。しかし、イントラブログの基盤であるブログの活性化が前提となっており、その活性化のためにはブログへのフィードバックが重要である。これに対し、イントラブログでは公開対象が限定できることから閲覧時に認証を付加でき、SNS の特徴機能を組み込むことが可能となるため、一般のブログ以上に活性化が期待できる。

このような背景から、本研究ではイントラブログにおいて閲覧時の認証を活用し、ブログ上でのコミュニケーションの活性化を目的としたシステムを提案する。所属研究室を対象として提案システムを実装し、アクセスログの解析をもとに有効性を検証する。

2. ブログの活性化

2.1 ウェブ日記の心理学研究

ブログはウェブ日記に由来し、ウェブ日記についてはすでに川浦らにより社会心理学研究が行われている [kawaura 98]。図 1 に示すように、川浦らにより、人がウェブ日記を書き続けるのはなぜか、を説明する因果モデルが立てられ、検証が行われた [川浦 99]。

図 1 は、ウェブ日記を書くことにより得られる心理的効用が書くことの満足感をもたらす、それが継続意向につながるプロセスを示している。彼らの調査では、継続意向には自己の行動に対する満足と、コミュニケーションによる満足、2 つの満足の影響があると仮定したが、継続意向につながるのは後者のコミュニケーションによる満足が大きい要因であるということがわかった。

つまり、書いたものに対するフィードバックが次に書く継続意向につながり、この繰り返しによりウェブ日記が活性化する。

この結果はウェブ日記を対象としたものであるが、ウェブ日記の拡張であるブログにおいても同様のことが考えられ、ブログではコメントやトラックバックといったフィードバック方法が充実していることから、現在も活発な利用が見られるものとして考えられる。

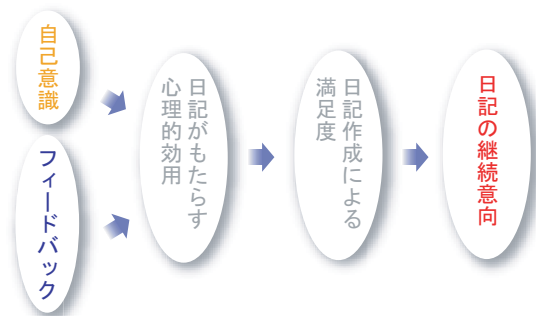


図 1: 継続意向の因果モデル

2.2 イントラブログの現状

ブログは個人の情報発信ツールとして一般的である。一方、会社などの閉じた組織を対象とした「非公開型」のブログも存在し、これをイントラブログと呼ぶ [小川 05]。イントラブログでは社員を読み手としてブログを通して情報発信を行い、ブログ同士の強い連携を意識し、情報共有を目的として利用が注目されている。

しかしながら、イントラブログの活性化においてもその基盤であるブログへの、2.1 節で述べたようにフィードバックが重要である。イントラブログでは対象が限定されていることから、組織内のユーザ同士の結び付きを利用し、フィードバックを促進する仕組みを取り入れることが考えられる。その例として、SNS において誰がアクセスしてきたかを知らせる機能などをイントラブログにも取り入れることができる。

このように、イントラブログに SNS でコミュニケーションを活性化させている要素を取り込むことが可能となることから、イントラブログはブログを中心とし SNS を組み合わせた方向へ進化していくものとして考えられる。

連絡先: 宮崎 真, 同志社大学大学院工学研究科,
 京田辺多々羅都谷 1-3, 0774-65-6921,
 mmiazak@mikilab.doshisha.ac.jp

3. Web コミュニケーションのためのイントラブログシステム

3.1 システムの要件

ブログ活性化の源となるのは、エントリーに対するフィードバックの存在である。一方、イントラブログでは対象を限定できることから、フィードバックを促進する仕組みを取り入れることが容易に可能となる。そこで、提案システムでは、対象を限定できることを活用し、コミュニケーションを活性化させている SNS の特徴機能も取り入れ、イントラブログにフィードバックを促進する仕組みを組み込む。

提案システムと一般的なブログとを機能面で比較した図を図 2 に示し、提案システムで組み込む機能についての詳細を以下に示す。

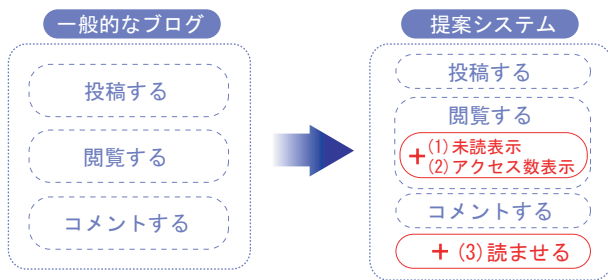


図 2: ブログと提案システムの機能面での違い

- 未読エントリー表示機能 (1)

従来はサイト単位でしか未読を判断できなかったが、本システムではエントリー単位でユーザアクセスの管理を行うことで、エントリー単位で未読を判定でき、未読のエントリーのみを読めるようにする。この機能により効率良くエントリーを閲覧でき、全ての未読のエントリーを一画面で提示することで、読み逃しの無い状況を作れ、これがフィードバック喪失を防ぐことに繋がると考えられる。

- エントリーアクセス数の表示機能 (2)

書いたエントリーのヒット数を表示する機能である。この提示により書いたエントリーが閲覧されていることを意識することができ、アクセス数の表示自体がフィードバックになると考えられる。

- エントリーの閲覧者選択機能 (3)

従来のイントラブログでは閲覧の制限が無く、組織全般に平等に公開していた。これに対し、本機能ではエントリーを投稿する時に推奨する閲覧対象者を選択し、閲覧対象者に対して必ず目を通してもらえるようにする。これにより、情報の受け側としてもそれを意識してエントリーを閲覧し、選択した閲覧対象者からのコメントが期待できる。

3.2 提案システムの概要

研究室を対象とし提案システムを構築した。提案システムの構成図を図 3 に示す。

図 3 に示すように、提案システムはブログの RSS を回収しデータベースへ格納するクローラー (1)、DB に保存されたエントリーを表示する出力エンジン (2)、エントリーを閲覧するインタフェース (3) により構成される。

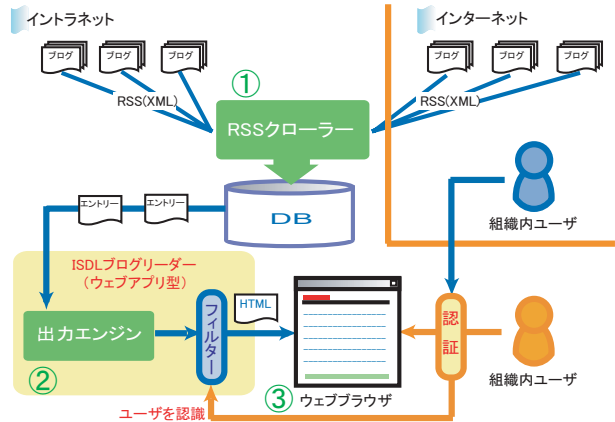


図 3: 提案システムの構成図

3.3 システムのインタフェース

エントリー閲覧時のインタフェースを図 4 に示す。また、ログインユーザのエントリーのアクセス数を表示するなど、ユーザに関する情報を掲載するマイページを図 5 に示す。

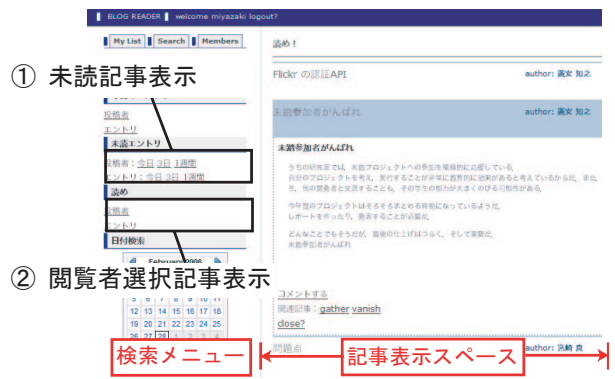


図 4: インタフェース (エントリー閲覧状態)

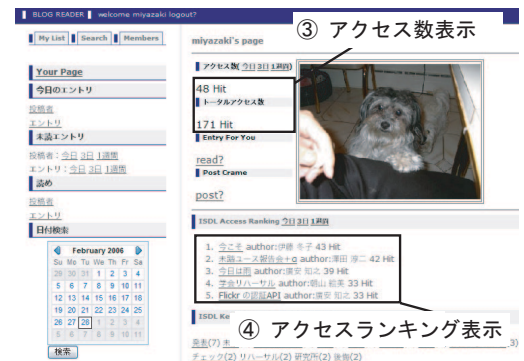


図 5: インタフェース (マイページ)

図 4 に示すように、エントリー閲覧のインタフェースは左側の検索部分、右側のエントリー一覧の表示部分で構成されている。検索部分には未読エントリー表示検索 (1)、ログインユーザ宛の閲覧者選択記事の検索 (2)、日付検索、キーワード検索などの項目があり、それぞれの要求に応じて右側でエントリーの一覧が表示される。

図 5 には閲覧者の情報が表示されるマイページを示しており、このページでは自分が書いたエントリーへのアクセス数 (3) やイントラブログ内でのエントリーのアクセスランキング (4) が表示される。これは自分の情報をログイン後に表示する SNS の特徴を組み込んだもので、提案システムでもシステムにログインした後のトップページをマイページとしている。

4. 実験

所属する研究室を対象として、ユーザ数 65 名により本システムは現在稼働している。各機能ごとにアクセスログをとっており、そのログを解析し考察を行う。

以下図 6 にシステム導入後 5 日間のアクセスログを示す。図 6 では、横軸を日付、縦軸をアクセス数とし、アクセス人数、未読機能のアクセス数、マイページのアクセス数を示す。また、表 1 には 5 日間の平均アクセス数を示す。

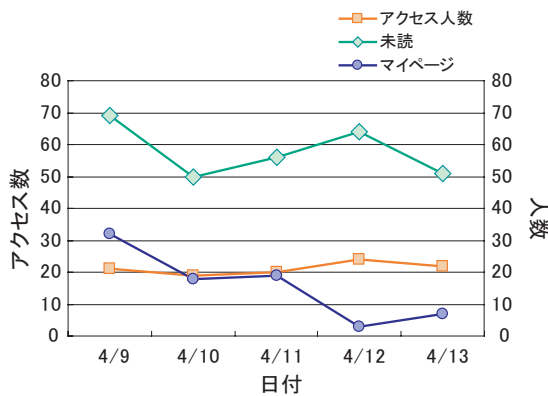


図 6: アクセスログ (4/9 - 4/13)

表 1: 5 日間の平均アクセス数

項目	アクセス数
未読	58
マイページ	15.8
アクセス人数 (人)	21

以下提案した各機能について考察を述べる。

- 未読エントリー表示機能

未読エントリーを読むためには明示的に未読エントリーを表示するボタンを押す必要がある。そのボタンのアクセス数が表 1 に示す未読の項目に相当する。表 1 より、日単位で平均 21 人がアクセスしてきており、その中で未読エントリーを表示するリクエストが日単位で平均 58 回で、一人あたり 2.7 回未読の確認を行っていることがわかる。

- エントリーアクセス数の表示機能

マイページではログインユーザのアクセス数を表示しているため、マイページ表示を要求するアクセス数がエントリーアクセス数の表示機能の有効性を検証するための指標となる。図 6 より、システム公開後からマイページのアクセス数は徐々に下がっていることがわかる。しかし、システム自体へのログイン後にまずマイページが表示され、システムにアクセスしたユーザは必ずマイペー

ジを見ていることから、ユーザのアクセス数への興味の有無は明らかでないと考えられる。今後はアンケートも取り入れて有効性を検証する必要がある。

- エントリーの閲覧者選択機能

実験期間で、合計 6 つのエントリーに閲覧者選択機能が利用された。その詳細を表 2 に示す。

表 2 より、閲覧者選択 ID1 では 65 人全員を対象としてエントリーを書いたが、実際に閲覧したのは 27 人とどまった。この原因は、この機能を公開してから本システムにアクセスした合計人数が 32 人であるためである。ID2 から 6 に関してもシステム自体にアクセスしたユーザは必ず、閲覧対象で指定されたエントリーを読んでいることが確認できた。これより、閲覧対象で指定されたエントリーに対しては、閲覧対象ユーザはエントリーをほぼ確実に閲覧しており、本機能が有用であるといえる。その一方、システム自体にアクセスしない対象者はそのエントリーを閲覧しないという、システムにとっての根本的な問題も明らかとなった。

表 2: 閲覧対象選択機能の効果

閲覧者選択 ID	閲覧対象者 (人)	実際に読んだ人数 (人)
1	65	27
2	6	1
3	2	2
4	1	0
5	7	7
6	2	2

5. まとめ

本報告では、イントラブログでは閲覧時に認証を付加することで、SNS の特徴を組み込めることに着目し、フィードバックによるブログ活性化を目的としたイントラブログを構築した。アクセスログをもとに検証を行った結果、ユーザによる各機能の利用が確認できた。しかしながら、フィードバックの有効性を検証するためには、ブログの活性化、つまり登録ユーザによるエントリーの投稿数が指標となるため、今後は長期間でより詳細な調査を行い、アンケートも交えて各機能の検証を行うことが課題である。

なお、本システムは独立行政法人情報処理推進機構 (IPA) の 2005 年度未踏ソフトウェア創造事業 (未踏ユース) の支援を受け、竹内郁雄教授の指導のもと開発されたものである。

参考文献

- [kawaura 98] Kawaura, Y., Kawakami, Y. and Yamashita, K.; Keeping a diary in cyberspace, Japanese Psychological Research, 40, 234-245, 1998
- [川浦 99] 川浦康至 山下清美, 川上善郎: 人はなぜ日記を書き続けるのか: コンピュータネットワークにおける自己表現 (1999) 社会心理学研究, 14, 133-143 (1999).
- [小川 05] 小川 浩, 上田 一吉, 四家 正紀: ビジネス・ブログ・ブック, 毎日コミュニケーションズ, 2005.