



## CONTENTS

---

1. Web2.0 とは何か
2. Web2.0 の情報アーキテクチャ
3. Web2.0 と集合知
4. ロングテールはマーケティングをどう変えるか？
5. Web2.0 時代の個人とコラボレーション



# Web 2.0 の 現在と展望



## 編集にあたって

- 大向 一輝 国立情報学研究所／総合研究大学院大学
- 橋本 大也 データセクション(株)

いまや、「Web2.0」という言葉を目にしない日はない。国内・海外を問わず、Web2.0 関連と呼ばれるサービスは続々と登場しており、中には巨大な経済圏を生み出した新興企業も存在する。

一方で、Web2.0 には明快な定義がなく、単なる流行語でしかないという指摘もある。確かに、2000 年前後のいわゆるドットコムバブルの時代と比較して、技術面で飛躍的な進歩があったわけではなく、当時と同様のサービスが展開されている例も多い。また、Web2.0 の代表といわれる企業の顔ぶれは時々刻々と変わっており、定義としては融通無碍に過ぎる印象がある。

このように、賛否両論の議論を巻き起こしている Web2.0 であるが、ここ数年に渡り、Web が質的な変化を遂げているという認識には違いはない。ブロードバンドや携帯電話の普及によって、Web 利用者の絶対数が増加し、それらの人々が技術を受け入れ、使いこなすことによってさらに技術の進歩を促すという関係が成立しはじめている。いま注目されているのが、個別のサービスの内容・機能ではなく、ブログやソーシャルネットワークサービス（SNS）といったコミュニケーションの形態そのものであったり、集合知やロングテールなど、コミュニケーションの結果としての諸現象であることがその証拠である。

本特集では、こういった背景のもとで、Web2.0 の技術的側面だけではなく、多くの人々が Web に参加することによって生じるさまざまな事象に焦点を当て、議論を進めていく。特集の内容は以下の通りである。

橋本大也氏(データセクション(株))の「Web2.0 とは何か」では、Web2.0 という言葉を提唱した Tim O'Reilly の論文を軸として、現在の Web で観察される新たな潮

流について概説し、今後の展望を予測する。

川崎有亮氏((株)リクルート)による「Web2.0 の情報アーキテクチャ」では、Web2.0 を支える Web API や Ajax といった新しい技術トピック、そして第三者による複数サービスの結合であるマッシュアップの事例について解説していただく。

大向一輝氏(国立情報学研究所)の「Web2.0 と集合知」では、Web を媒介として創発的に生み出される知識や、コラボレーションを生み出すコミュニティの役割について述べる。

水野誠氏(筑波大学大学院)の「ロングテールはマーケティングをどう変えるか?」では、マーケティングサイエンスの立場から Web2.0 における社会的現象について論じていただく。

松尾豊氏(産業技術総合研究所)の「Web2.0 時代の個人とコラボレーション」では、社会ネットワーク分析を用いて人々の行動を描き出し、個人がこれからの時代にどのように行動すべきかについて議論していただく。

ここで取り上げた事例は、大きな流れの中のほんの一部でしかない。Web2.0 にかかわる分析や研究開発、ビジネスはまだ始まったばかりであり、今後もあらゆる分野においてその影響が現れてくるものと思われる。

本特集によって、表層的な流行ではない、Web の本質的な変化を感じとっていただければ幸いである。

最後に、お忙しい中で執筆に時間を割いてくださった著者のみなさま、有益な助言をいただいた編集委員の方々、そして精力的に編集作業を進めてくださった事務局のみなさまにお礼を申し上げます。

(平成 18 年 10 月 16 日)