

インターネット上のサービスにおける情報品質保証に関する
国内組織の取り組み事例調査
～情報・知識共有サービスにおける情報品質保証の取り組みと課題～
情報科学部 稲永健太郎 経営学部 田中信裕

1. 背景および研究目的

“情報大爆発時代”と称される大量の情報が氾濫する現状において、企業をはじめとする各種社会組織が、流通している情報の品質をいかに保証するのか、その情報の信頼性をいかに高めているのか、これらの難題に挑戦している。ここで、情報品質の高さとは、情報受信者の利用適合性（fitness for use）の高さを意味するものとして定義される[1]。

発信者としての責任の下で、情報の品質を保証しつつ情報を発信する、いわゆる「情報コンシェルジュ戦略」[2] を実践するために、発信者と受信者との間に第三者（仲介者）を置く形の情報品質保証のための枠組みが提案されている。これを「情報エスクローサービス」[3]と呼ぶ（図1参照）。

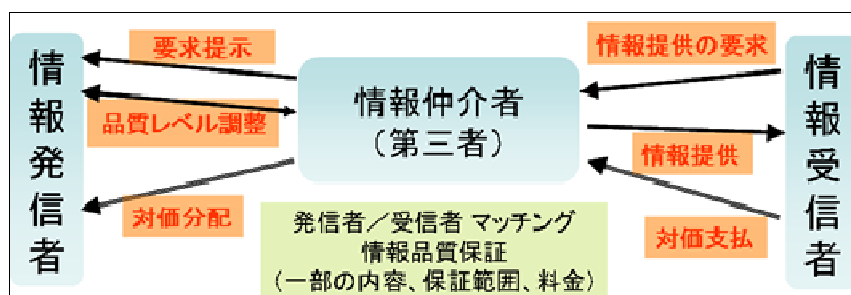


図1 情報エスクローサービスの枠組み

この情報エスクローサービスを実践していると認識できる取り組み事例が現在国内で見受けられる。そのうち、ウェブマーケティング等インターネット上で展開している各種サービス、特に情報・知識共有サービス、における実際の先駆的取り組み事例の実態を調査し、その結果をもとに情報エスクローサービスの有効性を検証し、情報の品質保証や信頼性の向上への具体的手法を提案することを目的とする。

2. 情報・知識共有サービスの国内事例

情報・知識共有サービスとは、サービスの利用者同士が所持している情報や知識、知恵を教え合うための基盤となる場・コミュニティを提供するものである。

数多く存在する情報・知識共有サービスならびにそれに類似するサービスのうち、情報品質保証の観点で注目している具体事例には、以下のようなものがある：

- ・ 情報・知識共有サービス「Yahoo!知恵袋」（ヤフー株式会社）
- ・ 情報リサーチサービス「macromill」（株）マクロミル）
- ・ 研究開発基本情報 DB サービス「J-GLOBAL」（独）科学技術振興機構）
- ・ 専門家紹介サービス「仕業ねっと!」（株）アイティーネットワークス・ソリューション）

本報告では、利用実績が高くかつ取扱い対象の知識・情報の規模が大きい「Yahoo!知恵袋」を取り上げる。

3. Yahoo!知恵袋における情報品質保証

Yahoo!知恵袋は、2005年11月7日に正式公開された、利用者参加型の知識共有コミュニティサービスである[4]。このサービスでは、日常のあらゆる疑問を他の利用者に質問したり、他の利用者の質問に対して回答したりできる。このサービスの主メニューである「Q&A」では、質問者と回答者とのやり取りにおいて、「ベストアンサー」という、質問者が最も良いと思った回答を1つだけ決定し、その回答（情報・知識）の品質を質問者自身が保証している。合わせて、「ベストアンサー」の回答者に、質問者が所持する「知恵コイン」を贈ることができる、という機能が存在する。これに関する分析調査の結果として、「知恵コイン」という見返りを求める、いわゆる利己的な行動に限らず、他己的な行動をとる利用者も多く存在することが明らかとなっている[5]。

また、回答の成績（ベストアンサー率、ベストアンサー数、総回答数）によって、利用者のグレード・ランク付けがなされる。利用者の中で特に活躍している人物を「活躍中のチエリアン」と呼ばれ、以下のような分類がされている：

- ・ 専門家：有識者としてYahoo!知恵袋の外部で活躍している人物で、プロの視点から回答。
- ・ アドバイザー：豊富な経験を生かし、生活の知恵をアドバイスしてくれる人物。
- ・ カテゴリマスター：カテゴリ（分野）ごとに、ランキング上位3名、急上昇2名の利用者。
- ・ 知恵袋マスター：カテゴリマスターの中から、不定期にYahoo!知恵袋が厳選した人物。

このように過去の成績等によって利用者を選別し、回答（情報・知識）の品質を間接的に保証する仕組みとなっている。

4. 結論および今後の課題

本報告では、流通している情報の品質を保証するための取り組みの実践例の1つとして、知識共有サービス「Yahoo!知恵袋」を取り上げ、情報品質保証のための取り組み状況についての調査を行った。

「Yahoo!知恵袋」では、「ベストアンサー」や「知恵コイン」、「活躍中のチエリアン」といった、一定程度の情報品質保証の取り組みを実施していることが明らかとなった。ただ、回答（情報・知識）そのものの品質を直接的に保証する第三者の存在は確認できず、間接的な品質保証にとどまっている現状であった。このような間接的な品質保証には限界があり、より品質の高い情報品質を実現するためには、情報・知識そのものの品質を直接的に保証するための第三者の導入が必要と考える。ただ、この“直接的”品質保証のための第三者の導入には、第三者の設置に伴う人材確保および人的コストの増大、品質保証に必要な時間的、金銭的コストの増大が課題となる。

これら各種課題を解決するにあたり、新規ビジネス分野の創出という観点での市場開拓および雇用創出といった、恩恵を受けるステークホルダーによる支援協力が必要と考える。この支援協力の枠組みおよび具体的施策については、今後の研究における検討課題としたい。

参考文献

- [1] 関口恭毅, “情報品質保証研究の意義と現状”, オフィス・オートメーション学会第 51 回全国大会予稿集, pp. 39-42, 2005 年 11 月
- [2] 稲永健太郎, “企業の情報資源活用における情報発信の重要性と情報通信技術の役割”, オフィス・オートメーション, Vol. 26, No. 3, pp. 63-69, 2006 年 5 月
- [3] 稲永健太郎, “企業の情報発信戦略における情報品質保証の展開”, 日本情報経営学会誌, Vol. 28, No. 4, pp. 72-78, 2008 年 4 月
- [4] ヤフー株式会社, “Yahoo!知恵袋”, <http://chiebukuro.yahoo.co.jp/>
- [5] 三浦麻子, 川浦康至, 地福節子, 大瀧直子, 岡本真, 知識共有コミュニティを創り出す人たち 人工知能学会第 20 回全国大会論文集, 3D3-1, 2006 年 6 月