



Web2.0部会の活動経緯

”Sun x Recruit Mash Up Award”作品を触ってみる

2006.12.11

株式会社リクルート 八木 一平

メタデータ株式会社 野村 直之

日立ソフトウェアエンジニアリング株式会社 宮崎 昭世

2005年末 運営委員会で議論開始
勉強会、内外のセミナー、総会を経て発足



<http://www.xmlconsortium.org/wg/web2.0/06-web2.0-gaiyou.html>

■ Web2.0部会 2006年度活動要綱 () より

■ 活動目的

EnterpriseにとってのWeb2.0のビジョンを描き、一般(個人)向けのWeb2.0の哲学をEnterprise向けに”翻訳”し、利用原則、設計原則を導く。そのためのプロトタイプ開発や、評価、類似技術の比較調査、アプリケーションのアイデア出しを行う。特に、REST型と呼ばれる新しいシンプルなWebサービスとSOAP/WSDLベースのWebサービスとの使い分け、併用のガイドラインを中心に、”Web2.0 for Enterprise提言書”にまとめる。

■ 活動内容(案) 2006.6

- (a) Web2.0の全体像、哲学、利用者視点のビジョン、設計哲学、デザインパターンの調査
- (b) Ajax, … (c) 社内Blog/SNS運用など、ユーザ参加型コンテンツ収集・連携のモデル、アプリの検討

活動方法・報告・成果物 重点施策 会員メリット



<http://www.xmlconsortium.org/wg/web2.0/06-web2.0-gaiyou.html>

活動方法・報告・成果物

- ・月例会合 ・部会SNS、メーリングリスト等による日常の情報共有・議論
- ・部会成果発表会(XMLコンソーシアムDay、Week等)での活動報告

重点施策

- (1) Ajax開発者向けの講習会等のデモ入りの内部講演
- (2) 「入りやすさ」「関連団体、マスコミとの連携のしやすさ」
- (3) 多種のサービスを自ら試用しその体験をメンバと共有する文化の醸成
- (4) その発展として関連研究を横断したWeb2.0的コミュニティの形成 ---

会員メリット

- ・RESTの使いこなし、SOAPとの併用、---など、エンタープライズにとってのWeb2.0関連の最新情報・技術・実装ノウハウの取得
- ・Web2.0関連で新アイデアを協創し、試作に参加して、近未来体験
- ・将来アプリ、ビジネス発掘のための発想の刺激豊かな環境
- ・参加メンバー間の情報交換、人的ネットワークの確立

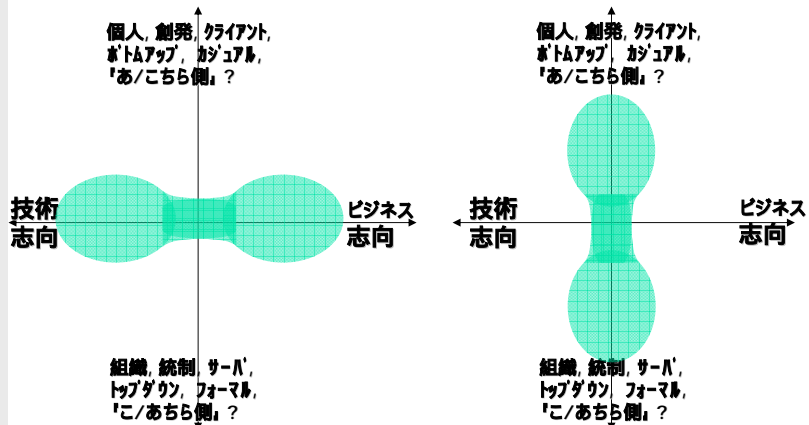
XML Consortium

[参考] D.メタデータ活用部会との違い



2004～5年度

2006年度

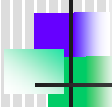


<http://itpro.nikkeibp.co.jp/article/Watcher/nomura>

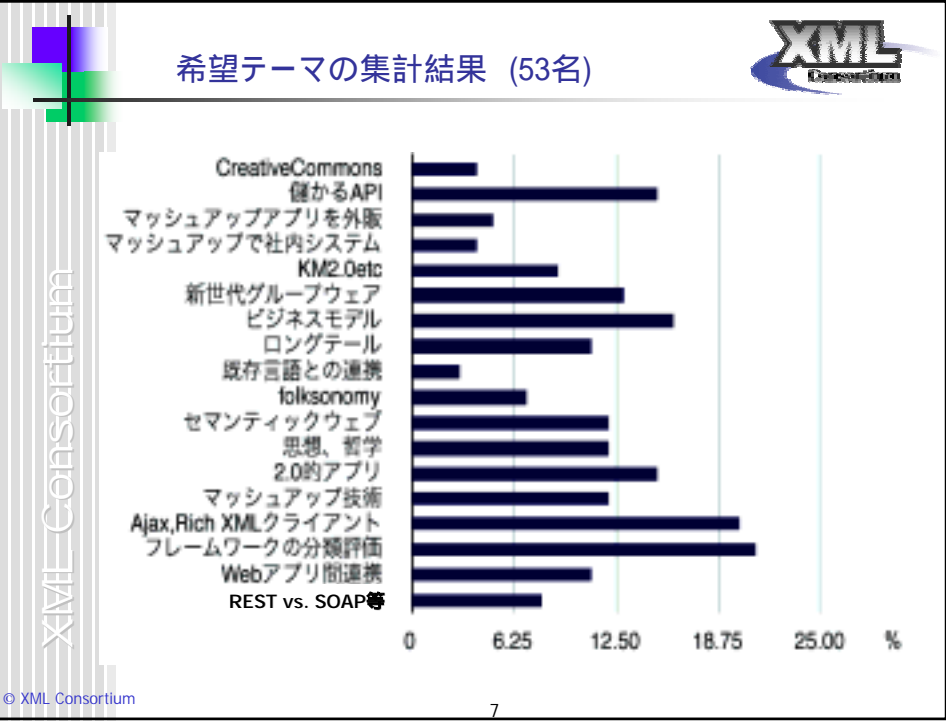
XML Consortium



-
- 3. 勉強会・部会紹介セミナー等のご参加：
 - ✓ 2/2 「Web2.0時代の基幹系情報システムへのメタデータ活用」@PAGE2006
 - ✓ 3/3 第一回勉強会「Web2.0の盛り上がり・・・」
 - ✓ 4/11 第二回勉強会「エンタープライズ・マッシュアップ」
 - ✓ 5/18 「企業にとって「マッシュアップ」って何?～RESTとSOAP両タイプのWebServiceの使い分け」@ビジネスショー
 - ✓ 5/23 XMLconsWeek Web2.0第一日
「Web2.0時代のエンタープライズシステム」
 - ✓ 6/28 部会紹介セミナー [6/1 [第6回総会](#)]
 - <http://www.xmlconsortium.org/seminar/index06.html>
 - <http://www.xmlconsortium.org/seminar/index05.html>
-



-
- 7. ご希望のテーマ(丸を付けてください;複数可):
 - REST/SOAP等複数WebServiceの使い分け Webアプリ間連携by RSS/Atom
 - Web2.0開発フレームワークの分類、評価、比較
 - Ajax,リッチ/XMLクライアント メタデータ連携等マッシュアップのための技術
 - “2.0”的なWebアプリの情報収集と試用評価 ”Web2.0”の思想・哲学
 - microformats, semantic web folksonomy, social filtering
 - 既存言語(e.g.XBRL)とmicroformatsやWeb2.0的規格との連携
 - ロングテール(マーケティング, 技術) Web2.0のビジネスモデル
 - CGM, SNS, 新世代グループウェア 企業内応用(KM2.0など)
 - マッシュアップで社内システム マッシュアップアプリを外販
 - 使いやすい/儲かるWebAPIの提供 著作権・拡布権、Creative Commons
 - ご提案テーマ「 [] 」 ご提案テーマ「 [] 」



7

“日本発”のWebAPI, マッシュアップを
応援、加速したい!

API	割合 (%)
Google Maps	33%
Yahoo! Geocode	7%
4133 etc	7%
Mapa	7%
Google	5%
Karak	2%
previder	2%
Mathematical Turk	2%
YouTube	2%
Entrez	2%

- <http://www.emilychang.com/go/ehub/> : eHub
- 英国で集めた世界のWebAPI
「ProgrammableWeb: Web 2.0 Mashup Matrix」:
<http://programmableweb.com/apis>

Top APIs for Mashups :
この下の “API Cloud” から
跳んでいけます。。

- <http://www.rel8r.com/tags/web+2.0/>
- <http://blog.zuzara.com/2006/07/20/98/> (日本発)
 - using.api に発展
 - 世界のWebAPI, Mashups, Web2.0 resourcesから漏れている!
 - 個数は2桁少ない

© XML Consortium

8

[早期の国産事例] 小林茂サプリーダがXSLTによる直列連鎖のマッシュアップで、hon.jpを活用



Web2.0勉強会 第2回ミーティング:「エンタープライズ・マッシュアップの実際」
～ Amazon, hon.jp等 公開されているAPIの活用事例を中心に

より

<http://www.xmlconsortium.org/seminar/06/060411/data/060411-04.pdf> (会員限定)

写真+RDF+地図+書籍情報



- REST(GET)APIを利用
 - hon.jp
 - Amazon.co.jp
 - Google Map
 - Exif to RDF(kanzaki.com)
- REST +XSLT
 - hon.jpでのサンプル
- マッシュアップのサンプル
 - hon.jp + Amazon.co.jp
 - Exif to RDF(kanzaki.com) + Google Map + hon.jp

9

前半の活動から: "Sun x Recruit Mash Up Award"

某部会メンバー曰く: これは大英断だ!



リクルートの巨大DBをWebAPI化して公開

中古自動車売買情報サービス「カーセンサーラボ.net」
住宅情報サービス「Smatch」、国内旅行情報サービス
「じゃらんnet」、就職情報サービス「fromエー・ナビ」、
6月9日より順次公開

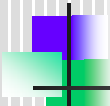
- Web2.0部会では、マッシュアップ・Webサービスに興味のあるメンバーが"Sun x Recruit Mash Up Award"の作品を中心に、実際にサービスを使ってみて評価する、という試みを行いました。
- その概要と、使ってみて初めてわかった課題について簡単にご紹介いたします。



”Sun x Recruit Mash Up Award”概要



- (株)サン・マイクロシステムズと(株)リクルートが共催した、Webサービスを利用したマッシュアップ作品のコンテスト。
 - 実施期間:2006/6/5 ~ 2006/7/31
 - 対象Webサービス:
 - カーセンサーラボ.net Webサービス(中古車)
 - じゃらんnet Webサービス(国内の旅館・ホテル)
 - Smatch Webサービス(不動産)
 - フロム・エー ナビAPI(求人)
- } すべて RESTベース
- <http://jp.sun.com/mashupaward/>
 - <http://www.recruit.jp/mashup2006/>



コンテスト結果



- 参加登録者数303名、作品応募総数56作品。参加登録者数・応募作品数は、事務局の予想より多かった。
 - 大手検索サイトが提供する地図や検索型Webサービスとのマッシュアップ、ユーザー投稿・共有型のCGM的サービスが多かった。
 - 複数情報ソースをMash upし新しい価値を生み出すアイデアや、ITツールを活用した技術的独創性が光る作品が少なかった。
- <http://jp.sun.com/mashupaward/>
 - <http://www.recruit.jp/mashup2006/>



作品例 「みんなの水遊びMAP」



XML Consortium

- 投稿・共有型水遊びスポット情報(海水浴場・サーフポイント等)と宿泊施設の情報をマッシュアップしたサービス。
- 利用されているWebサービス
 - じゃらんnet Webサービス(国内の旅館・ホテル)
 - ジオコーディングAPI(住所から緯度・経度を取得)
 - Google Maps API(地図)
 - Livedoor Weather Web Service(天気予報)
 - Google Ajax Search API(検索)
- <http://mizube.dyndns.info/>



作品例 「みんなの水遊びMAP」



XML Consortium



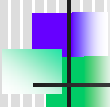
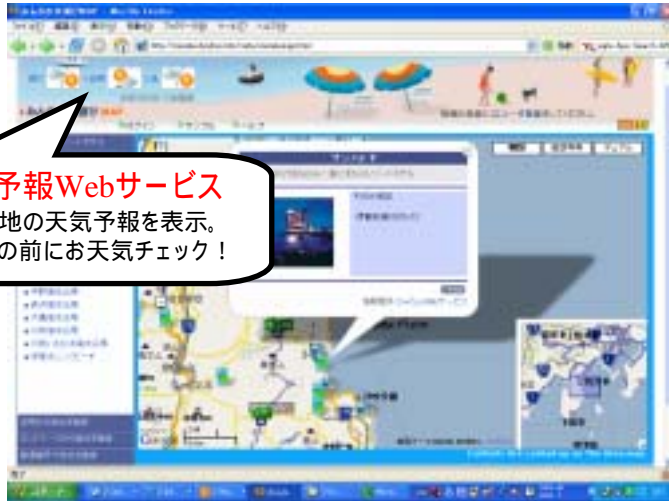


作品例 「みんなの水遊びMAP」



XML Consortium

天気予報Webサービス
全国各地の天気予報を表示。
水遊びの前にお天気チェック！



作品例 「みんなの水遊びMAP」



XML Consortium

**ユーザー投稿による
水遊びスポット情報**

CGM的に、ユーザーが海水浴場やサーフポイント、サーフショップの情報を投稿・共有！

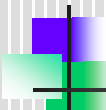
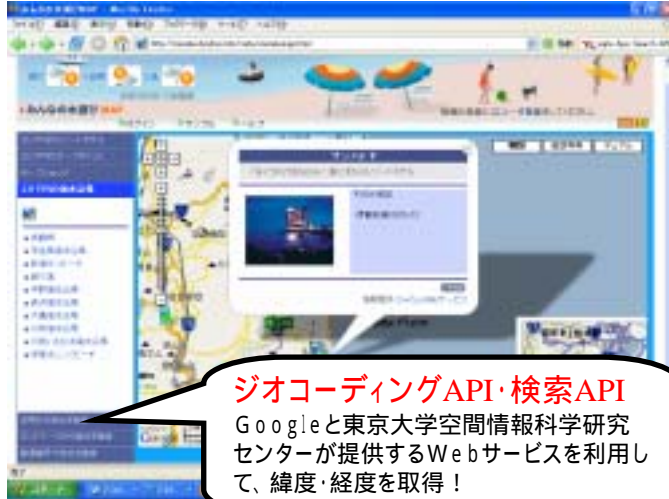




作品例 「みんなの水遊びMAP」



XML Consortium

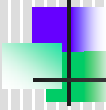


作品例 「みんなの水遊びMAP」



XML Consortium





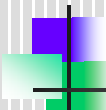
作品例 「みんなの水遊びMAP」



XML Consortium



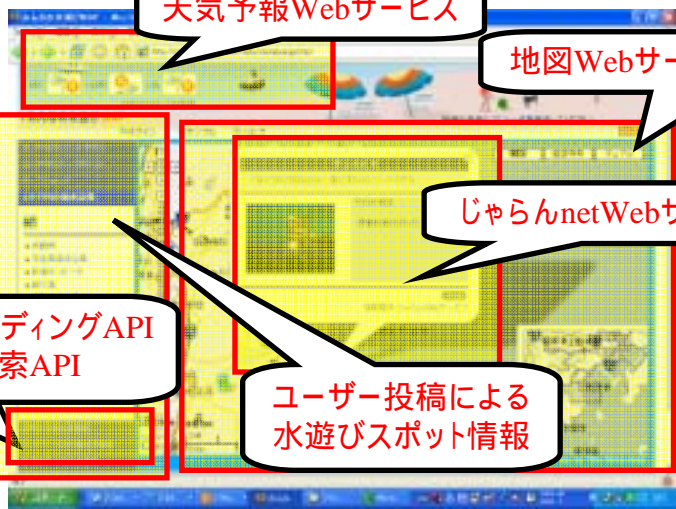
じゃらんnetWebサービス
じゃらんnetに載っている旅館・ホテルから、近隣のリゾートホテルを抽出し、地図にプロット!



作品例 「みんなの水遊びMAP」



XML Consortium



天気予報Webサービス

地図Webサービス

じゃらんnetWebサービス

**ジオコーディングAPI
検索API**

**ユーザー投稿による
水遊びスポット情報**

作品例 「みんなの水遊びMAP」の感想



- 様々なWebサービスをマッシュアップした作品で、バランスがとれたサービス。
- ちょっとした旅行気分で、楽しく利用できた。
- 他のテーマにも横展開できそう。
- 使い方がやや分かりづらい。
- CGM的サービスにもかかわらず、まだ登録データ数が少ないのが残念。サービスのコアとなる要素のうち一つでもpoorなものがあると、サービス全体のクオリティが引きずられてしまう。
- ターゲットユーザーが見えづらい。CGMなのであれば、ターゲットを明確にすべき。

作品例 「Tokyo Height Estate Map」



- 東京23区の各地域の不動産価格を、地図上の「家」の高さによって、グラフィカルに表現したサービス。
- 利用されているWebサービス
 - Smatch Webサービス(不動産)
 - Google Maps API(地図)
 - ジオコーディングAPI(緯度・経度)
- <http://realtimemachine.sakura.ne.jp/mashup/tokyoheightmap/>

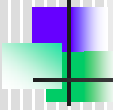
作品例 「Tokyo Height Estate Map」



作品例 「Tokyo Height Estate Map」の感想



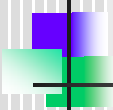
- ポップなUIが楽しい。
- 情報を表現するセンスが優れている。
- いわゆる「エリアマーケティング」的なアプローチ自体は珍しいものではないが、Webサービスの公開により、多額のコストをかけてデータを集めずとも、個人レベルでこういったアプローチができるようになったことは、「チープ革命」の一例だといえる。
- 今後は、データの所有だけでなく、ニーズに応じてデータをいかに加工するか、というセンスが重要となるだろう。



作品例 「Find Fun」



- 総Flashの作品。検索軸を選ぶと、アルバイト先の写真や仕事情報が画面いっぱいに飛び回り、楽しく検索することができる。
- 利用されているWebサービス
 - フロム・エー ナビAPI(求人)
- <http://www.silk.websozai.jp/mashup/>



作品例 「Find Fun」

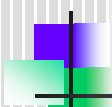




作品例 「Find Fun」の感想



- 動きが面白い。
- 画像をうまく扱っている。特に透明感をうまく利用できている。
- 使い方がややわかりづらい。
- 「楽しく探す」というテーマを掲げるならば、動きだけでなく、コンテンツ面でも、楽しいコンテンツを提供し、もう一段突き詰めては。



Webサービス提供側の視点から



- リクルートの場合、クライアントからは、主に効果(予約・申込み・問合せなど)を目的として広告料を頂いている。
- よって、(自社メディアへの広告掲載以外に)Webサービスを通じて、自社が収集したデータを外部サイト・外部サービスに提供しても、クライアントに効果をお返しすることができれば、ビジネスは成立する。
- 宿泊施設の情報や求人情報など特定分野のみの情報でも、質・量が優れた情報ならば、Webサービス提供のニーズがある事が分かった。
- 他社でも、Webサービスを通じて外部にデータを提供し、アクション数を増やすというアプローチは応用できるはず。



おわりに



- まだ日本発のWebサービスは少なく、Webサービスを利用する側(エンジニア)にとっては選択肢が少ない。
 - 選択肢が増えれば、Webサービスの利用シーンも増えるはず。
 - Webサービスという利用形態では、企業規模やメディア力は問われず、データの質・量が重要となる。
 - メトカーフの法則「ネットワークの価値はノード数の二乗に比例する」が、ここでも当てはまる？
- Webサービス提供企業と、Webサービスを活用するエンジニアの増加を願っています！