

# ユーザ参加型「ドラえものの道具」情報サイトの構築と評価

065807 倉田 晃次

(指導教員 速水 治夫 教授)

## 1 はじめに

現在、「ドラえものの道具」を Web 上で検索するサイトはいくつかあるが、そのサイトに載っている情報を取り出す手段が非常に限られていることや、新しい情報は管理者の時間と技量に完全に任されており、なかなか新しい情報が追加されないといった問題がある。他にも道具情報サイトは、閲覧者同士でコミュニケーションできる場が極端に少ないこと、道具のデータを有効活用した道具情報サイトならではのコンテンツがないことなどこの分野には様々な問題を抱えている。そこで本研究は、これらの問題を解決することを第一の目的とし、また同時にサイトのアクセス数を増やすことと、それを踏まえたリピーター率の向上を目指して、既存の道具検索システムの操作性をさらに向上させ、コミュニケーション要素を付加した、ユーザ参加型のドラえものの道具情報検索システムを提案する。

## 2 ドラえもん情報サイトの現状

現状の道具情報サイトの比較を表 1 に示す。○はある、△は少しある、×は無いを表す。

### 2.1 情報量と検索機能性

掲載の道具数は全体的に多いが、情報量に偏りがあり、また検索する手段にはかなりの不足がある。一般的にドラえものの道具を検索するときは名前を検索を行うが、名前を知らないときは、現状では目的の道具を探し出すことができない。例えば、「頭にかぶると透明になれる道具」などを検索する場合である。特に wikipedia は情報量が多いが、用途ごとにまとまっておらず、名前や登場場所が分からないと見つけられない。このように、検索する手段として、現状では名前の検索しかできないという問題点がある。

### 2.2 コミュニケーションと情報活用

解決しない疑問はコミュニティを使って質問をするが、現在ある道具検索サイトではコミュニケーション要素が全体的に不足しており不可能である。調べる人が持つ道具の知識は、サイトに載っている情報よりも多い場合がある。これを必要とする人に分け与え、教えるという行為は、道具の分野で発展に不可欠な要素であり、伝承のしくみが成立しない。つまり情報共有の不足である。

また、これらの情報を有効活用したコンテンツもなく、情報を一方的に公開しているだけである。

## 3 解決の着眼点

このような状況を改善するには、ユーザがシステムに参加してサイトを活気づける“ユーザ参加型情報サイト”と、それを支援する“コミュニケーション要素”である。これにより、ユーザ同士がドラえものの知識を競うようになると同時に、コミュニケーションツールを使って各個人で知識を高め合い、その知識を道具の情報に還元するしくみを作り、さらに管理者にもプログラムの不都合や情報の間違いを気軽に指摘できる環境を築けるものと予想する。

表 1 道具情報サイトの比較

	コロ	FC	SD	wi	ポケ	テ朝	[本研究]
◆道具(情報量)							
道具情報量 [道具数]	○	○	○	○	△	△	○
道具情報量 [説明の詳しさ]	×	△	△	○	○	△	○
道具情報量 [エピソード]	×	×	×	△	×	×	○
登場履歴 [漫画]	○	△	○	○	○	×	○
登場履歴 [映画]	×	×	○	○	×	×	○
道具画像	×	×	×	×	×	○	○
◆道具(検索機能性)							
入力検索	×	×	○	○	×	×	○
用途別検索	×	×	×	×	×	×	○
順位検索	×	×	×	×	×	×	○
解説文内リンク	×	×	○	○	×	×	○
◆コミュニケーション							
登録制	×	×	×	×	×	×	○
掲示板	×	×	○	×	×	×	○
チャット	×	×	×	×	×	×	○
メッセージ交換	×	×	×	×	×	×	○
◆その他							
道具に関連する コンテンツ	×	×	×	×	×	×	○

コロ:ドラえもん学コロキアム

FC:ドラえもん Fan Club

SD:ドラえもん Super Database

Wi:wikipedia

ポケ:ドラえもんの不思議なポケット

テ朝:テレビ朝日

#### 4 提案システム

本システムは、PHP と PostgreSQL を組み合わせた Web アプリケーションとして構築し、道具検索の操作性を向上させ、名前検索や漫画・映画の登場履歴検索、直接入力検索はもちろん、従来には無かった種類別検索や図1のような順位検索など様々な検索方法に対応し、検索結果をより詳細に表示させた。また情報に関する問題は、閲覧者からの情報提供を軸とし、それをコミュニケーションによって提供意欲を向上させる様々なコンテンツによって解決を図った。具体的には、ドラえもんやその道具が好きな人にユーザ登録を行って意思表示をしてもらい、その登録の魅力として、道具情報を有効活用したドラえもんクイズやそのランキング、打鍵速度を競う道具の打鍵トレーニングといったサブコンテンツと、管理者と登録者および登録者同士の交流を支援するユーザプロフィール、サイト内メッセージ交換サービス、掲示板、チャットといったツールを備えた。



図1 順位検索と検索結果

#### 5 評価

2004年8月9日～2008年1月16日時点の各パラメータを以下に示す。

- ・総アクセス数 約 5,385,000 件
- ・総アクセス人数 約 218,000 件
- ・登録者数 1,043 名
- ・登録道具数 1,812 個
- ・コミックス登場履歴登録数 2,165 件
- ・映画登場履歴登録数 428 件
- ・説明全文字数 270,532 文字
- ・クイズ問題数 2,381 問
- ・クイズ挑戦数 約 120,000 回
- ・掲示板書込数 1,211 件
- ・道具情報提供数 約 150 件

- ・問題提供数 約 550 件
- ・掲載雑誌数 2 件

種類別検索や順位検索などは他サイトには無く、サイト内アンケートでは評価が高い結果であった。また、情報量においても他サイトを追い抜き、特に使用エピソードなどを記載することで道具をイメージしやすいという意見もあった。図2はアクセス数推移であるが、近似を取ると右上がりであり、増加している。また登録者数推移、サイト全体の印象や評価結果から見てユーザ同士の交流が深まったということができ、その結果情報提供数が飛躍的に増加、ユーザ同士がドラえもんの知識を競うようになると同時に、コミュニケーションツールを使って各個人で知識を高め合い、その知識を道具の情報に還元するしくみを作り、さらに管理者にもプログラムの不都合や情報の間違いを気軽に指摘できる環境を築くことができた。さらにはドラえもんの道具情報サイトにおいて主要検索エンジンでの結果が一位になり、雑誌掲載<sup>4)</sup>などされ、サイトがさらに活性化した。

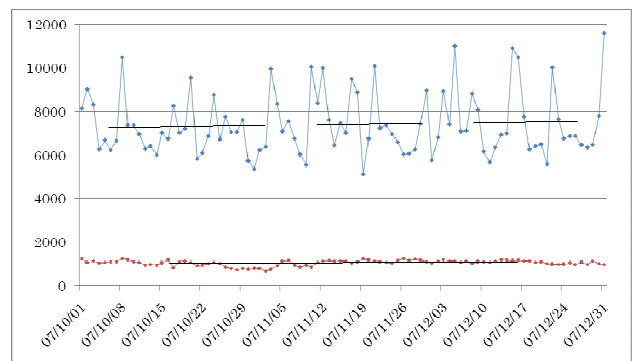


図2 アクセス数推移

#### 6 おわりに

今までのドラえもんの道具情報サイトにおける問題点として、道具を検索するときは名前から検索する手段が名前検索のみであったものが、種類別検索など様々な検索方法を備えたことで、必要とする情報を取り出しやすくなった。また道具情報サイトにコミュニケーションを融合することで管理者を含めたユーザ同士の交流が深まり、リピート率が向上した。そして多数の情報提供が寄せられるようになり、追加情報はもちろん、表現の間違い・誤字脱字の指摘を受けるようになり、本研究の目的は達成された。

#### 参考文献

- [1] 藤子・F・不二雄, “ドラえもん”, 小学館
- [2] 藤子・F・不二雄, “ドラえもんプラス”, 小学館
- [3] 藤子・F・不二雄, “大長編ドラえもん”, 小学館
- [4] 桃園書房, “PC REAL 2005年1月号”  
毎日コミュニケーションズ, “MacFan 2006年4月号”