

Table of Contents

Information

- [電子版に一番期待することは?](#)
- [よい点](#)
 - [コピペ自由](#)
 - [対等な2つのメディア](#)
 - [その他](#)
- [いまいちな点](#)
 - [日付がない\(朝刊・夕刊\)](#)
 - [URLが一定しない難点](#)
 - [紙面とウェブ版との連携は途上](#)
 - [その他](#)
 - [なぜ直接,日経に言わないの?](#)
- [その他](#)
 - [「2010/〇/〇付」](#)
 - [「銘柄フォルダー」](#)
 - [事例のメモ](#)
- [関連情報](#)

このページは日本経済新聞電子版 (nikkei.com) を取り上げている。 <http://over.6pb.info/nikkei-wiki> でこのページに直接アクセスできる (直通)。

電子版に一番期待することは?

Q: 電子版に一番期待することは?

A: 紙面をスクラップする代わりになること。人類は長年、新聞を保存するため紙を切り抜いてきた。技術の進歩の恩恵を受けたい。端的にはEvernoteに保存したい。

よい点

コピペ自由

登場当初は、右クリック禁止という時代遅れの仕組みが内外から揶揄されたが、有料会員になると右クリックの制限はない (少なくとも2010年10月時点では¹⁾)。時代遅れの仕組みを外からよく見える場所に導入したのは、なるほど判断ミスではあるが、そんな些細な判断ミスよりもっと他に、着目すべきものがある。コピペに (技術的) 制約が加えられていない (つまりコピペ自由)。本文をごく普通のテキストとして取り出せるし、記事中の写真・図版も同様。有料、無料会員問わず。この「英断」にこそ着目し、歓迎すべきだろう。(なお、コピペが技術的に自由だとしても法的に自由かは別問題。) このためEvernoteにも何の不都合なく取り込める²⁾。

勿論、そんな「英断」でもなんでもない (世界の趨勢に周回遅れで追いついたにすぎない) と批判することは容易だが、大きな古い組織が「世界の趨勢」に従って動くことは非常に難しい。世界の趨勢だっちはっきりと定まっているわけではない。外から見れば英断でも何でもなくても、社内ではそれ相応の意見衝突があったと私は推測する。別の面から言い直すと、世の中にはGoogleのように猪突猛進かつ急成長する組織³⁾もあるが、圧倒的多数の組織はそりそりとして変わっていく。「そうしたろい組織は淘汰されるべきだ」 (もう少し穏やかに言えば、淘汰されるのでほっとけばよい) 式の元気のよい意見もあるが、それが正論とも思えない。Googleがどんなに発展しても日経新聞の代わりをしてくれるわけではない。日経が「世界の趨勢」に何とか追従していることに、私は一定の評価を惜しまない。

- 北京の米国大使館は、親米、反米問わず、中国のネットユーザーを集めて定期的に座談会を行っているそうだが、日経が (日経電子版ユーザーを対象に日本で) 座談会をやったら驚きだ。日経は鈍重でなければならない。

大きな古い組織の「英断」はちょっとしたバランス (社の内外の) が崩れたために保守的に戻るのも容易だ。無論、日経新聞をEvernoteで取り込めなくなったとしても、日本経済の趨勢には何ら影響はない。しかし、技術が進歩するとむしろ不便になる、という「駄目な日本」にまた好例を提供することになる。「VTRが登場したおかげで誰でもテレビを録画できるようになった」 (ソニー) のとは逆の事例⁴⁾が多々見受けられるのが昨今の日本の特徴だ。2010年11月 7日

日経の記事をEvernoteに取り込むにあたっては、AutoPagerizeがブラウザーに入っていると便利。日経に限らないが、一つの記事を複数のページに分割しているサイトは多い(それが主流だろう)。単に閲覧するだけでもページめくりは面倒だが、Evernoteに取り込む際はさらに面倒になる。AutoPagerizeはページを自動的に連結して一つのページとして表示してくれる。詳細は[AutoPagerize](#)を。

朝日新聞は身勝手

朝日新聞の記事をEvernoteに保存するのは非常に難しい。

まずasahi.comは対象として不適格。紙面の一部しか載らないので、欲しい記事が載っていないことが多い。載っていても、かなり省略されているので肝心の部分が欠けていることが多い。別のメディアである。

次に、「[アサヒ・コム パーフェクト Fullコース](#)」という一見、日経電子版と似た利用形態があるが、根本的問題がある。これは契約上、コンテンツの私的コピー(著作権法30条)すら許さないようである。(ちなみに、大学内では「朝日新聞 [聞蔵IIビジュアル](#)」というもっと便利なものがあるが、法的制約は変わらない。)さらに、「アサヒ・コム パーフェクト Fullコース」は日経電子版の「朝刊・夕刊」の内、朝刊しかない。そもそも、「アサヒ・コム パーフェクト」は記事検索のサービスであり、新聞をウェブで見ることを狙いとしたものではない。

朝日と比べると、日経が如何に気がよいか(世界標準に伍していこうとしているか)しみじみと感じる。朝日は記事を新聞社の私物と考えているように思える。この20年で世の中は随分進歩した。過去数百年、人類は、紙を切り抜かないと新聞を保存することはできなかったが、技術の進歩によりEvernoteが登場した。しかし、朝日新聞の消費者は技術の進歩の恩恵を享受できない。技術が進歩するとむしろ不便になる、という「駄目な日本」の好例である。

自律的に朝日新聞その他が変わることを期待してもしょうがないから、朝日新聞その他に、変わるインセンティブを与えることが必要だ。さて、具体策は？

対等な2つのメディア

- 前提整理。日経では同一の記事が、1. 紙面、2. (電子版の)「朝刊・夕刊」、3. (電子版の)「Web刊」等、の3つのメディアで掲載されることがある。2と3の区別がまず第1のポイント(補足あり。後述)。次に、「電子版」という名称は、(a)「朝刊・夕刊」を含む、これらの総称(2と3)として使われることもあれば、(b)「朝刊・夕刊」以外の総称(3のみ)として使われることもある。これでは混乱するので、以下ではウェブのコンテンツの内、「朝刊・夕刊」以外を一括して「ウェブ版」と呼ぶ(3に相当)。なお、紙面にはない、電子版(ウェブ版)独自の記事も少なくない(実際はかなり多い)。電子版の購読料が高いか安いかは議論があるが、紙面に載っていないコンテンツも非常に多いことは一つ覚えて置いた方がよい。

さて、紙面とウェブの両方に掲載されている記事は、どちらも同一内容が原則のようだ。日経の明確な方針は分からないが、例えば朝日新聞ではウェブに載る記事は紙面の同じ記事の短縮であることが多く、逆に紙面より長いことは(「続きはウェブで」の類を除き)私が気がついた範囲では存在しない。言うなれば、朝日は紙面中心である。建前としては、紙面とウェブでそれぞれエディターが違うから、元の記事は同じでも、どう文章にするかはエディター次第ということなのだろう。(識者コメント(社会面の記事でよく見かけるあれ)が朝日のウェブに基本的に載らないのも、著作権上の理由からであり、省略ではないのかもしれない。⁵)しかし、常に短くなるのは不思議である。エディター云々は建前であり、基本方針は紙面の短縮が(無料の)ウェブ版という方針ではないか、そう推知させる挙動になっている。これに対し、日経電子版では特に主従の関係はないようだ。むしろ、紙面(東京最終版)にない記述がウェブ版に加わっていることもよく見かける(内容の実質的追加のみならず、分かりやすくする語句を補うこともよく見られる)。まさにエディター次第を推知させる挙動である。

- てにをはの「が」と「は」が1箇所だけ入れ替わっていることもあった。「地域別では米国・欧州での設備投資額が当初計画を下回ったが、東南アジアは7.0%、中国は3.9%上回った。」(2010年11月28日朝刊。ウェブ版では「は」。)私はどちらでもおかしくない文脈だと思うが、強いて言えば「が」がよい。対比の構文だから。
- 本文が同じでも、見出しは差が出やすい。見出しが違くと記事の印象、もっと言えば、記事を読むか読まないかに如実な差が出る。面白い具体例を幾つか[後述](#)した。

では、ウェブに無料で載る記事が紙面の短縮である(朝日流)のはけしからん？私はそうは思わない。問題は、少なからぬ消費者が、新聞は無料でウェブで読める、ウェブに載っている記事は紙面に載っている記事と同じである、紙面に載っている記事の(全てではないにせよ)大半がウェブにも(無料で)載っている、と誤解していることだ。実際は両者の関係は個々の新聞社の方針でまちまちである。しかし、新聞に購読料を払わない人にますます払わない方向のインセンティブを与えている誤解である。情報格差、貧困化の一側面と言うべきだろう。彼らは自分で自分の首を絞めているのだ、と言うことは、国民経済の観点からは適切ではない。労働者の質を平均的に低める。また政治的にも危うい。たとえ日経や朝日がしばしば馬鹿げた(偏った)記事を書くとしても、新聞がない世の中になるよりは遙かにましである。自分にベストの新聞がないから既存の新聞は一切要らない、は幼児的である。我々は、ベターな新聞に対して適切なコストを払わなければならない。さもないと民主政を維持できない。日経はウェブ版を有料化した。只で見ることができず情報は、情報全体の一部である、という明確なメッセージを消費者に送っている。これは経営的には大きな賭だが、民主政という点では好ましい方向と私は考える(成功するかはいまだ流動的だし、他にもやり方があるだろう)。

新聞(電子版)はブログやテレビにはできないことができる

なお、エディターが違うことにより、紙面とウェブ版とで内容が異なると、いま見た内容と後日見た内容が同じであることが保証されない懸念もある。紙面は東京最終版という形で固定されるが、ウェブは随時書き換え可能である。しかも記事の日付・時刻を修正するかは新聞社次第。「日時」とURLを維持したまま、随時内容を修正していく新聞社もある。(見出しだけが修正されることもある。)しかも表示されている「日時」は初出日時なのだろうが、本当のところはそれすら不明。この流動性はテレビに近い。他方、世の中には学術雑誌など、内容の先取権が極めて重要なメディアもある。そういうメディアでは、初出の時刻と内容を保持し、変えないことで、メディアの信用性を保持している。例えば、記事を修正する際は、修正記事(errata)を別

途新規に掲載する。元記事を直接修正してあたかも最初からそういう文章であったかのように見せることはない。こっそりと記事を撤回することもない。捏造論文など、都合の悪い記事であっても、随意に撤回すれば、タイムスタンプと内容を保全するというシステムそのものへの信頼を損なう。新聞も、政府や圧力団体の干渉により記事が自主修正される疑念を払拭する必要があり、タイムスタンプ保証が欠かせない。さて、新聞はテレビ、学術雑誌、どちらに近いだろうか？いや、どちらかではなく、技術の進歩により、流動性とタイムスタンプの両方を取ることが可能であり、しかも非常に低いコストで可能であるのが、新聞の特徴ではないか。

- ブログは？初出日時と最終更新日時が出るソフトウェアが少なくないが、いずれにせよ、その数字に保証(信頼性)がないことが致命的。ブログの管理者やサーバーの管理者が数字や更新履歴を後日操作していないことを保証するのは困難。新聞社もある程度は事情は同じだが、社内体制によりブログと一線を画すことはそれほど難しい。ただし、ブログでも非常に知名度が高くなれば、読者の監視が保証になりうる。もっとも、裁判所にこの区別が受け入れられるかは厳しいかも。

さて、日経電子版はどうだろうか。タイムスタンプはそのまま、当初の記事を大幅に書き換えることもあるようだ。中々気づきにくいのだが、例えば、「[設備投資、10年度11.5%増 期初計画を維持](#)」というウェブ版の記事を私はEvernoteにクリップした。記事のタイムスタンプは「2010/11/27 22:06」。翌朝、タイムスタンプはそのままだが、本文はかなり加筆され、紙面と同一文になっていた。(紙面では1面トップ記事。)なお、ウェブ版には紙面にはない統計一覧表が加わっている。電子メディアは面積の制約(しかも1面トップの厳しいそれ)を受けない好例。

- 日経電子版(ウェブ版)では記事を更新した場合、「2010/11/25 12:17 (2010/11/25 13:29更新)」式の表示になることもある。しかし、上述の通り、この表示がないのに更新されていることもあるのだから、むしろ大きな誤解を招く。

その他

ところで、同一の記事が3つのメディア、1. 紙面、2. (電子版の)「朝刊・夕刊」、3. (電子版の)ウェブ版に載ることがあると先に書いた。ただ、2と3は厳然と分離されているわけではなく、「朝刊・夕刊」のコンテンツは「朝刊・夕刊」の領域の外にも普通に顔を出す。後述する。

記事がウェブで先に公表され、紙面があとになることはごく普通のような。速報系の内容なら当然だが、それらに限らない。例えば、「[『イトカワ』微粒子、公表の背中を押ししたNASA](#)」という記事が2010/11/21 10:11に電子版に出ている。この日は日曜日。科学技術部の記事であり、なぜ日曜日に出てくるのかは分からないが、いずれにせよ紙面に載るのは月曜朝刊かそれ以降だろう。内容はイトカワ微粒子公表の裏舞台を報じるものであり、特ダネ(他社に先駆けるもの)ではないだろう。

- このイトカワの記事は「日経電子版メールマガジン」の「今週の一押し」になった。一押しは一つだけである。特ダネなのかも。しかしまだ紙面には載っていない。2010年11月23日現在(この日は夕刊はない)。当面、電子版独自コンテンツということになる。

その他

- 「朝刊・夕刊」では表がイメージ(画像ファイル)であるのに対し、同じ表がウェブ版ではHTMLのテーブルで組まれることがある。これは特に後日Evernoteなどで検索する際には非常に有益だ。朝日新聞のウェブはイメージを使っている。
 - 但し、読者の利便性を増やす観点から意欲的に使っているかは疑問。例えば、土曜朝刊の「STOCK α」の表はHTMLになっていると便利だが、「STOCK α」自身が「朝刊・夕刊」にしか載らない(ウェブ版に出てこない)。ウェブ版は無料会員も読む余地があるからか。そうであるなら、無料会員は読めない記事としてウェブ版に出せばよい。ちなみに、ウェブの、HTMLで組まれた表をエクセルに取り込むには[table2tsv](#)が便利。
- サーバーの応答速度が非常に速いのは満足。有料なのだから当然？契約者がそう言いたくなるのは分かるが、読売新聞オンラインも広告モデルにより実質有償で記事を提供している。しかし、読売新聞オンラインの応答速度は慢性的に遅い⁶。広告モデルがかばかしくないことは内外で指摘されるとおりである。しかし現時点では購読料モデル(広告も併用)の成功も約束されておらず、日経電子版も、現状では日々の購読料を担保に借金で設備投資している段階だろう(仮に会計的に内部留保だとしても単年度赤字が当面続くという意味⁷)。別の言い方をすれば、読売オンラインが真正の共有地の悲劇だとすれば、日経電子版も敷居が少し変わっただけで本質を変えることにはまだ成功していないと言えるだろう。契約していない「ゲストユーザー」や無料会員が圧倒的(?)多数であり、少数の契約者が提供した資源(キャッシュフロー)にフリーライドしている段階。有料購読者の比率が徐々に高まって、ある閾値を超えたときに初めて、共有地の悲劇から脱することができる。それまでは、サーバーの応答速度が速いのは蛸配当にすぎない。
 - 2010/7/8の日経記事によると、有料会員と無料会員の比率は1:5.3。「ゲスト」は含まれていない。
- 関連記事として、過去の記事を割と惜しげもなく出してくる(本来なら、過去記事は記事検索の商品であり、課金される。)。ただ、出てきたものが全てではないだろうし、重要な記事が抜けていることもあるだろう。記事検索とシームレスに連携するとより便利になる。(ワードロボが中途半端なのがイタイ。)無論、記事検索の領域に入れば課金されてもよい。

いまいちな点

日付がない(朝刊・夕刊)

「朝刊・夕刊」の個々の記事に日付がない。紙面の体裁を踏襲したのだろうが、Evernoteなどでクリップした際、いつの記事なのか後日分からなくなる。そもそもこれは紙面の時代からずっと、多くの人が悩んできたことのはずだ。新聞記事(紙の)を切り抜いた際、その日付・出典をどう書き添えるか(何新聞のどの面か。もしかしたら日経の北海道版かもしれないし、[同じ東京版でも毎日、複数の版](#)がある。)。切り抜きをしたことがある人なら必ず悩んだことがあるはずだ。紙版ではこれを新聞社側で改善するのはハードルがやや高いかもしれないが、電子版なら容易だ。それなのに新しいメディアの特性を活かしていない⁸。読者目線に欠ける。

- 裏技: 関連キーワードからワードロボ経由で同じ記事を開けば、日付が入る。「2010/11/1付 日本経済新聞 朝刊」のような書式で。ワードロボに一覧されている記事の内、日付に「付」が付いているものが「朝刊・夕刊」の記事。この点については後述。但し、ページのURLを同僚など他人と共有できなくなる。たとえ電子版の契約者同士であっても。ワードロボ経由で開いたページのURLを彼に伝えても、彼はそのURLを開くことはできない。後述。
- 特に厄介なのは、「類似している記事(自動検索)」で過去記事を開いたとき。その記事にも日付がない。つまり、後日、Evernote上に日付のない記事があり、日付を推測しようにも、クリップした日を手がかりに日付を推測するのは間違いの元である。Evernote上の見た目では、その日の記事なのか、昔の記事なのか判別が付かない。

では、「個々の記事に日付がないとEvernoteのユーザーに不便です。世界の趨勢に反しています。」。電子版のスタッフが歩を一つ進めて日経社内でご提案したら、彼の立場はどうなるのだろうか? 「コピペが蔓延したらお前は責任を取れるのか」という反論に彼は立ちすくむかもしれない。上述のように、コピペに対する日経の立ち位置は微妙だと私は推測する。社外からは彼の一步は見えないが、社内的にはこの一步は大きいかもしれない。

URLが一定しない難点

同僚に「このページを見て」とメールにURLをコピペして教えても、相手はそのページを開けないことがある。相手も契約者であっても……相手が開こうとすると、「ただいまの操作はお受けできませんでした。電子版トップから再度操作してください。」と拒否される。この通知は意味不明だが、種明かしすれば、URLがone-timeだったので開けなかったのだ(そういう場合にこの通知が出る)⁹。例えば、「関連キーワード」(ワードロボ)経由で開いた記事はそうである。関連記事経由で開いた場合もそうなるときがある(ならないときもあるようだ。詳細不明)。他にもあるかもしれない。

これはワードロボ(や関連記事)という特別な仕組みを介したからそうなただけ? 極端な例? そうであるとよいのだが、日経電子版は、記事をURLで特定することにどこまで重きを置いているか甚だ疑問だ。例えば、新着記事は「トップ > 記事」というカテゴリでWeb刊に出てくる。URLもこのカテゴリを反映している。同じ記事を「経済」等のジャンル分けに入ってから開くと、「トップ > ニュース > 記事」になる。URLもこの階層を反映したものになる。どこから開いたかでURLが変わる。また、「トップ > 記事」の記事の下に付いている関連記事を開くと、記事のカテゴリは「トップ > 記事 > 関連記事」になる。URLもこれを反映したものになる。なるほどこのURLは、ワードロボ経由と違い、他人も開ける場合もある。だが、如何にも仮のURL(カテゴリ)という匂いを漂わせている。また、新着記事は「トップ > 主要ニュース一覧 > 記事」というカテゴリで出てくることもある。URLもこれを反映したものになる。その記事の下に付いている関連記事を開くと、記事のカテゴリは「トップ > 主要ニュース一覧 > 関連記事」になる。その記事は、いまは「主要ニュース一覧」の関連記事から開いたが、もとは「トップ > 記事」にいたのだろう。その記事の本籍がどこかではなく、いまどのような経路で呼ばれたのかによって相対的にURLが決まるのである。

URLが一時的・使い捨てなのは論外だとしても、日経電子版のURLはこのように浮動的である。否、一時的・使い捨てURLは、実は浮動的URLの素直な発展系であり、プログラムの自然な延長とすら言いたくなる。どちらも、プログラムが(内部の法則で)記事を生成・表示できればよいという発想では同じであり、外部から記事がどう特定されるかは二の次である。日経のシステムは、記事を記事固有のURLで特定するという発想を欠いているのである。冒頭の例、「ワードロボの記事は、他人は開けない」は、特異ではない。記事をURLで特定することに冷淡という日経電子版の発想に沿っている。しかし、記事は固有のURLを持つべきである(OpenURL)。

- 実際は同僚にURLをコピペして送ろうとしても躊躇するかもしれない。URLは不気味に長いことが多いからだ¹⁰。意味不明の文字が連なっている。機械のことしか考えていない仕様だ。
- 「トップ > 記事」の関連記事を開くと「トップ > 関連記事」になることもある。「トップ > 記事 > 関連記事」ではなく。無論、プログラムの整合性があるのだろうが、プログラムの都合からURLが決まっているのであって、URLの整合性を高める設計思想になっていないことは明らかだ。
- 初出のURLとその後のURLが変わるものも少なくない。例えば、フィナンシャルタイムズの特約記事は初出は「トップ > 記事」だが、その後は「ビジネスリーダートップ > 海外メディア > Financial Times > 記事」になる。これはある意味では合理的だし、一つの記事が複数のカテゴリを持つことも全然不合理ではない。だが、ここで後述することまで踏まえても最適かは争点になる。どこまで視野を広げるか次第。

記事のURLは、新聞社にとっては自社システムの延長であり、自社が自由にできるものと考えらるだろう。しかし、その新聞がメディアとして社会の信頼を得れば得るほど、URLも公のものになっていく。一旦記事が発表されると、多くの人が長期にわたり、記事固有のURLで(記事固有のURLがあることを前提にそれで)その記事を引用・参照するようになる。ある人が「My日経 > ワードロボ > 記事」を見てその記事を友人に紹介した場合も、別のある人が「> ライフトップ > 暮らしの知恵 > 充実生活 > 記事」を見てその記事を友人に紹介した場合も、同一の記事なら同一のURLでないと、話が混乱する。ましてや、一時的・使い捨てのURLなどもってのほかである。同一の記事は固有・単一のURLを持つことが社会的に求められるようになる。日経電子版はURLの持つこの重みを未だ理解していない。それは日経電子版のメディアとしての地位が低いこと(期待されていない)の反映と見ることも可能である。電子版のシステムを外販する(それくらいの意欲は欲しい。)場合も不利だ。

なお、分類をしないコンテンツ管理が近年主流になりつつあり、日経電子版でURLが一定しないのもその反映と見る余地もある。しかし私は、分類を固定せよと言っているのではなく、URLを固定せよと言っている。

URLが浮動的だと被引用(例えば、記事がどれほど引用・参照されたか)を辿るのが難しくなる。日経自身はサーバーのアクセスログを元に、分析業者に被引用数を推計させることができる。しかしその数字がどれほど実体に近いのかなか難しい問題である。基本的に被引用数はかなりあやふやな推計に基づいている。そして、URLが浮動的であればあるほど数字の検証が困難になる。広告媒体として価値を高めるには数字の偏差を小さくしなければならない。しかも、被引用数なら推計で足りるが、内容を追うには推計ではすまない。内容を追うには浮動URLは非常に不利である。

- 各種メディアにちよくちよく出る話に、Twitterをマーケティングに利用する、というものがある。だがこれには大きな問題がある。日本語の検索漏れは非常に大きい、という事実である¹¹。幸い、新聞記事のtweetについては、URLを検索キーにして検索精度を上げる余地がある。だが、URLが浮動的・一時的だとここにも落とし穴がある。

同じ記事に他人がどうコメントを付けてtweetしているかを見るのは中々面白い。書いた記者本人も気になるだろう。被引用の活用例。Topsyなどがその種のサービスを提供している。Topsyなどは「同じ記事」をURLをキーに集約している。URLが違えば別の記事になるので、コメントを共有するの

が難しくなる。

紙面とウェブ版との連携は途上

「詳細はウェブで」の類は世間並みによく利用されているが、それ以上の連携はまだ途上。「関連キーワード」(ワードロボ)で無理やりつないでいる段階。それ以外の連携は途上。例えば、「宮内庁調査官が明かす『896の聖域』 天皇陵の真実」という記事が電子版(ウェブ版)に載っている(2010/11/27 4:00)。同日朝刊の「古代史解明の鍵 『陵墓公開を』強まる声」(2010/11/27朝刊)に連動したものだ。しかし、「朝刊・夕刊」には、ウェブ版のこの記事へのリンクはない。勿体ない。

- 前提整理。各記事には、「関連キーワード」、関連記事一覧、「関連記事」という名の関連記事一覧、「類似している記事」という名の関連記事一覧、「この記事を読んだ人に人気の記事」、同じ紙面の記事など、非常に多くの他記事へのリンクがある。ただし、どの記事にもこれらの項目が付いているわけではない。どこまで付いているかは「場所」(メディアの種類)によって微妙に違うようだ。適切に使い分けている面もあるのだろうが、おそらく複数のシステムの寄せ集めのため微妙にずれがあるのだろう。主力メディアである「朝刊・夕刊」は連携が硬直的(後述)。

日曜朝刊に「日経新聞電子版 読者ランキング」が載る。「朝刊・夕刊」上では電子版の各記事へのリンクになっていてよさそうなものだが、なっていない。紙と変わらない。「朝刊・夕刊」の外にはリンクを貼らない方針?潔癖だ。「朝刊・夕刊」の記事本文は、紙面の記事データベースの制約を強く受けるのだろう。紙面がないリンクを「朝刊・夕刊」に出現させるわけにはいかない、と。システム設計が硬直的ではないか。)しかも、この記事の関連記事欄にも各記事へのリンクはない。電子メディア同士なのに、どうあがいてもリンクをたどれない。なお、他の記事と同じく、「類似している記事(自動検索)」一覧はあるが、自動検索はランキング記事を的確に網羅するほど賢くないし、後述する大きな制約もあるので、この場面では全く役に立たない。

- 記事の本文中に過去記事へリンク(インライン)が存在することもあるが、ごく限られている。この面は完全に発展途上にある。

「類似している記事」

「類似している記事」という名の自動検索技術で関連記事へのリンクが(自動的に)一覧される。だが、「朝刊・夕刊」とウェブ版(Web刊等)とで挙動が異なる。「朝刊・夕刊」の「類似している記事(自動検索)」欄には「朝刊・夕刊」の記事しか出てこないようだ。他方、ウェブ版の同欄にはウェブ版と「朝刊・夕刊」の両方の記事が混在して一覧される。無論、後者のほうが優れている。現状、「類似している記事」の連携システムは一方通行のようだ。「朝刊・夕刊」から外へはリンクを貼らない方針?

ウェブ版では「類似している記事」には過去記事のみならず、未来方向の記事(いま見ている記事の後にでてきた記事)も出てくる。他方、「朝刊・夕刊」では過去方向のみのようだ。いわば、新聞発行時点で固定される。これはこれで一つの方針だが、勿体ない。とりわけ被引用(自分を引用した記事。未来方向。)をたどれると事件のその後の展開を追いやすいので便利だし、この、被引用をたどるという行為は、紙メディアではできず、電子メディアならではの特技だ。それを捨てるのは勿体ない。引用と被引用の両方に移動できることが望ましい。そもそも、現状は、類似しているという自動検索により未来方向や過去方向に動けるだけであり、被引用や引用をたぐっているわけではない。

自動検索なので、漏れもある。例えば、2010年11月22日から社会面に「工場へ行こう」という短期連載が載っている。電子版(「朝刊・夕刊」)の第3回の記事からリンクをたどって第1回の記事に行くのは簡単だが(正にリンクがあるから。)、同じく第3回から第2回へは簡単ではない。「類似している記事(自動検索)」に第2回は出てこないのだ。なお、第1回、第3回の記事には共通のキーワード「工場見学」があるが、第2回にはない。このためだろう、関連キーワードから辿ることもできない。

「ワードロボ」

- 前提整理。記事には幾つかキーワードが付いている(「関連キーワード」)。「関連キーワード」を通じて関連記事を見ることができる。ただ、他記事に対し直接リンクが貼られているのではなく、「ワードロボ」という名の専用のシステムを経由する。

「ワードロボ」経由で関連記事に到達した場合、そこからさらに他の記事に移動(連携)するのに制約がある。リンクをたどって次から次へと芋づる式に、は想定されていない。(到着地の「関連キーワード」をたぐって再びワードロボに出ることはできる。)「ワードロボ」という独立の領域に入ってしまう、記事が本来持っていたリンクが落ちてしまった、という状態(正確には、「ワードロボ」プログラムの独立性が強く、他のリンク生成プログラムが入り込めないだろう。)

ワードロボで開いたページは、URLが一時的・使い捨てであり、その不便・問題は前述した。付け加えれば、ワードロボの外のURLを見つけるため、その記事の本籍(電子版のどの場所に表示されているか)を探ろうにも、よく分からないことが多い。結局、同僚・知人にその記事を指し示すことができなくなる。(内容を全文コピペ、あるいはファイル化して送るのは著作権侵害になるケースが多いだろう。)

- 例えば、「[『イトカワ』微粒子、公表の背中を押ししたNASA](#)」(2010/11/21 10:11 電子版)は、はぐれ猿かもしれない。ワードロボ経由でこの記事を知り、本籍のURLを知りたいと思っても、見つけるのは相当困難だと思われる。開いてみれば分かるが「トップ > ニュース > 記事」のようなカテゴリーの表記がない。つまり、内容を頼りにどこかのカテゴリーを辿っていけば記事にたどり着く、という可能性が排除されているようである。カテゴリーという相対番地を持っておらず、絶対番地を知らないのとどりに着けない。
- ワードロボは、記事の下に出てくる関連キーワードだけを見ているのではない。キーワードが重ならない記事も拾ってくる。(なお、部分一致なのでゴミも出てくる。)全文も(ある程度?)見るか、あるいは読者には見えないキーワードが内部的に付いているのかもしれない。例えば、「テロ捜査情報、人気アニメ装い拡散」という記事(2010年11月27日朝刊)のキーワードは、
 - 朝刊・夕刊: 捜査情報流出、ファイル共有ソフト、警視庁、ウイニー、シェア、パーフェクトダーク
 - 電子版: インターネット、ファイル共有、杉浦隆幸、パーフェクトダーク、捜査情報、人気アニメ、けいおん!!、警視庁、ファイル、テロ捜査、内部資料、ITセキュリティ、国際テロ、DVD、テレビアニメ、再公開となっており、キーワード「けいおん!!」は電子版にしか付いていない。では、キーワード「けいおん!!」をワードロボで引くと、紙面は出てこないのだろうか?否。出てくる。ちなみに、「けいおん」が日経本紙に載ったのは今回が4回目。

- 逆に失敗例が上述「工場へ行こう」。3回の連載の内、第2回だけが出てこない。しかも第2回はコラム名をキーワードに入れて検索性を高めているのに、他は内容だけからキーワードを拾っており、互いの思いが一致しなかった。エディター次第。
- 副作用として、余計な記事が一覧に出てくることもある。例えば、2010年11月27日に「PER」を引いたら、iPadだのパソコン部品だの、PERというキーワードを持っていない記事がぞろぞろ出てきた。出てきた記事に付いていたキーワードを挙げると、
 - iPhone, iPad, Xperia, GALAXY S, IS01, IS03, Kindle, Reader, GALAPAGOS, GALAXY Tab, FOLIO 100 (「Xperia」の部分一致。)
 - タブスタッキング, Opera, ブラウザー, タブ, Webサイト, グループ化, マウスジェスチャー (「Opera」の部分一致)
 - MSI, エムエスアイコンピュータージャパン, CPU, マザーボード, SATA, Intel, USB, eSATA, PCI (キーワードに一致はなく、記事全文の「Super Charger」が辛うじてPERと重なる。バグか、隠れキーワードかもしれない。)
- さらに例を記録しておく。「[大阪人はなぜカレー好きなのか](#)」(2010/11/28 7:00電子版)は、キーワード「乳酸」で出てくる。関連キーワードに乳酸はない。本文に、カレーに乳酸菌飲料を入れるという話が出てくる。
- 関連キーワードは沢山付いていることもあれば少しのこともある。同じ記事の「朝刊・夕刊」と電子版とで大きく異なることもよくある。エディター次第。
- 2010/11/21朝刊「[インカ・マチュピチュ遺跡の発掘品、ペルーへの返還](#)」のウェブ版には「エール、名門エール」という関連キーワードが付いている。「朝刊・夕刊」では「エール大」。名門エール?エディター次第。

キーワードによるアラート

「自動記事検索」という機能があり、登録したキーワードが新着記事(紙面やウェブ版)にあるとメール通知が来る。ただ、ウェブ版独自のコンテンツは検索対象となるものとならないものがある。例えば、「NY特急便」は対象だが、同じ「マネー」のカテゴリーに属しているように思える「緊急特集」は対象外。同じカテゴリーにあるように見えても社内的には扱いが違うのだろう。(実際、「NY特急便」は「マネー」ではなくWeb刊のコンテンツのようだ。なお、マネー下の記事は記事の「保存」ボタンがないなど、他の電子版コンテンツと違う。)
「ヘルプ」には特に注記がない。検索漏れがあることに留意。

その他

「保存」

記事を「保存」しておくことができる。電子メディアでは定番の機能だが、まだまだ工夫の余地はある。例えば、連載記事の1回目を読者が保存したなら、明日の2回目を読み忘れないようにとの意図で保存したのかもしれない。つまり、保存記事を軸にした新着記事アラートもあるとよい。単なる簡易な切り抜きと位置づけるのは勿体ない。単なる定番機能の位置づけに留めなければ、用途は広がる。

なぜ直接、日経に言わないの?

ここに書いた不満をなぜ直接日経に言わないのだろうか?

要望・質問を送りにくいからである。日経新聞電子版のカスタマーサポートは、フォームの入力項目が多すぎる。一つのフォームであらゆる内容を受け付けようという「汎アメリカン主義」の設計方針からそうなったのだと想像できるが、読者としては面倒ではない。読者(消費者)目線欠如の最たるものだ。顧客志向ではなく、技術者志向(あるいは顧客サポートの手間を、顧客の負担で減らす志向)でインターフェースが作られている。わざわざ要望を出すユーザーをもっと大事にすべきだ。スーパーに、買物が少ない人向けの特設特急レジがあることがあるが、そういうのが欲しい。(2010年11月7日)

個々の顛末

「Firefox 3.6で「朝刊・夕刊」を見ると画面レイアウトの一部がおかしい」と先日カスタマーサポートに連絡した際は、「[サポートする利用環境](#)」が書かれたページのURLを書いて、そこをご覧ください、という非常に簡潔至極な返事が返ってきただけだった(2010年10月7日付け)。そのページを見ると、FFは3.5までしかサポートしないようだ(2010年11月7日時点でもそうなっている。)。しかしFFの製造元が3.5はobsoleteであり、3.6に移行しろと宣言して久しい。(2010年8月でサポート終了というのが当初の発表だった。現在、暫定的に延長されているが。)それでも日経は、3.6を使っている人の言い分は一切聞きません、式の対応をする。

その他

「2010/〇/〇付」

記事の日付が「2010/11/19付」あるいは「2010/11/16付 日本経済新聞 夕刊」等、「付」があれば、出所は(ウェブ版ではなく)紙面である¹²。(つまり「朝刊・夕刊」と同じコンテンツである。)他方、「付」がなく、時刻まで記述されていれば出所はウェブ版である。(これが基本パターンのような。後述。)さて、「付」が付いている記事は、Web刊等(「朝刊・夕刊」の領域は有料契約者限定だが、そうではない領域)を普通に見ていてもしばしば目にする。つまり、「朝刊・夕刊」のコンテンツは「朝刊・夕刊」の領域の外にも普通に出てくる。前述の通り、電子版には2種のメディア(「朝

刊・夕刊」とそれ以外)があるが、表示される場所は重なっているのだ。「朝刊・夕刊」とウェブ版の垣根、即ち電子版内の垣根はかなり低い。

この垣根の低さは、コンテンツの表現を柔軟にする上でも役に立っている。例えば、総論+2つの各論、のような構成の記事(特集記事に多い。二人のインタビューからなる記事など。)は、「朝刊・夕刊」ではバラバラの記事に分割する方針のようだ(いわば分割主義。データベースの厳格性が背景にあると思われる)。分割されているので、「次の記事へ」や関連記事のリンクで読み進める必要がある。読む上でもクリップする上でも不便。だが、その記事が「朝刊・夕刊」の外に出てくると、1枚の記事にまとめられる(こともある)。紙面をウェブに再現するのが狙いの「朝刊・夕刊」より、紙面の利便性(一覧性)に近くなるのは皮肉だ。このように「朝刊・夕刊」は表示形式に硬直性がある。

ところで、日付の書式は上記パターンに当てはまらない(矛盾する)こともある。例えば、ある記事の「関連記事」の一覧に次のような項目があった(一部引用)。

1. 日経電子版「6カ国協議再開で韓国、哨戒艦事件謝罪は条件とせず」(2010/11/9 1:17)
2. 日経朝刊6面「北朝鮮首相が訪中、農業施設や企業を視察」(2010/11/3付)
3. 日経夕刊2面「中国軍幹部と金総書記会談 地域安定へ友好確認」(2010/10/26 10:29)

1番目は「電子版」と名乗り、日付が時刻まで載っている。互いに整合している。2番目も同様に名乗りと日付の表記が整合している。しかし、3番目は整合していない。記事を開くと「付」はない(もし時刻「10:29」に「付」が付いたら破格に思える)。上記例は同一の記事に付いたものであり、幾つかの記事を見渡したところこのような幾つかのパターンを集めることができた、ではない。一つの記事に複数のパターンが混在していた。

● パターンのメモ

- ワードロボ経由だと「日本経済新聞 電子版」や「2010/11/20付 日本経済新聞 夕刊」になる。
- 「自動収集記事」経由だと「日本経済新聞 電子版」や「2010/11/20付 日本経済新聞 夕刊」になる。ワードロボの兄弟ということかも。
- 「関連記事」経由だと「2010/11/18付」で終わる。
- 一覧の時刻が「4:00」のもの(例えば「(2010/11/18 4:00)」)はウェブ版のこともあれば朝刊のこともある。例えば、後者なら開くと「2010/11/18付」が出てくる。
- 「2010/11/24 4:00 日本経済新聞 朝刊」という形式もある。例えば、2010年11月24日朝刊の京都経済特集の記事が「朝刊・夕刊」の外に出てきた際、そうになっていた。

「銘柄フォルダー」

「銘柄フォルダー」(ポートフォリオ管理ソフト)が「,」(桁区切り)の付いた数字を受け付けられないのも、利用者(消費者)目線の欠如。利用者がポートフォリオ管理ソフトに数字を入力する場合は、どこか自分が契約している証券会社の画面からコピーするのが普通だろう。その画面の数字にはほぼ確実に、が付いているはずだ。いちいち、を取って入力していると、さしずめ気分は原始人である。繰り返し同じ作業をする手間を省くためにプログラムというもの存在する。人間に毎回手作業で、を取り除かせるのは、プログラムの本性に反する。「銘柄フォルダー」のプログラマーは、数字に、が付いていようがいまいが数字として認識するようプログラムすることは容易にできる¹³。しかし、利用者目線に立たない限り、プログラマーが楽をして利用者が苦勞していることに、彼らが気づくことはない。……先日、このように日経電子版のカスタマーサポートに諄々と説いたのだが、その後も変わらないようだ。

事例のメモ

2つのメディア、2人のエディター

- 2010年11月26日朝刊に「エコポイント、駆け込み過熱」という記事が載っている。電子版(ウェブ版)では「[エコポイント駆け込み過熱 TV購入、数時間待ちも](#)」という見出しになっている(2010/11/26 9:04閲覧)。ウェブ版のこの見出しはエディターの勇み足だ。この記事の中にはレジ待ちが数時間待ちという話は全く出てこない。(納品が数ヶ月先という話は出てくる。)レジ待ちの話は数日前の記事(23日朝刊)にあり、それに引きずられたと思われる。逆に言うと、紙面のエディター(編集)の方が職人として一枚上手ということになる。
- ある日の朝刊に、「首相『公邸と官邸、実はつながっている』」という見出しがあった(2010年11月26日朝刊)。耳目を惹きつけるよいコピーだ。ところが、電子版では「[政府の危機管理、甘さ露呈 北朝鮮砲撃](#)」であり、これでは目にしない人も多いだろう。エディター次第。実際、[アクセスランキング](#)の上位に来たのは前の記事である(26日9時現在、4位)。(アクセスランキング「総合」部門は「朝刊・夕刊」やウェブ版を横断的に一覧する。同じ記事なのに、有料会員しか読めない前者が、無料会員も読める後者を上回ることも少なくない。見出しの力は大きい。)この記事は1面記事でもないし、政治面中段の普通の記事なのに4位とかなり健闘している。電子版の見出しが紙面と同じなら、電子版も上位に来たかもしれない。しかし、1面記事でもないのにめざとく見つける読者が多いのはちょっと驚きだ。
 - 日経に限らず、新聞サイト編集部は読者の行動を分析しているはず。研究者には垂涎の情報だろう。そうした職人技が社外秘として埋もれていくのは勿体ない。社外秘としても他社と「営業成績」で差を付けることに役に立っているとは思えないし、そもそも上記のように、社内的にも十分に技が承継されているとは言い難い。商品化できないものか。
- 2010年11月16日朝刊経済2面の「今年度GDP実質2.3%増 NEEDS予測」という記事は、紙面では表があるが、Web刊(2010/11/15 18:51電子版)ではない。Web刊は表の内容を文章に取り込もうとしている。但し、表の内容のごく一部しか拾えていないし、より詳しい表があること、それを見たい人は紙面へという誘導(連携)もない。紙面と電子版との連携はまだ手つかずなのだろう。(連携については後述する。)但し、電子版に慣れた人なら「関連キーワード」を通じて紙面(「朝刊・夕刊」)とウェブ版とを行き来する小技を使うかもしれない。

編集の自由度

- 「ホテル客室数、旅館抜く 都市観光・ビジネスで需要」という記事(電子版2010/11/18)には「宿泊施設の区分」という用語解説記事が付いている。ウェブ版ではこの用語解説記事へのリンクは「旅館とホテル、どう違う?」という名前になっている。「旅館とホテル、どう違う?」をクリックすると上記「宿泊施設の区分」が出てくるのである。分かりやすい。些細なことだが、ウェブ版のエディターの裁量だろう。だが、「朝刊・夕刊」ではこうした工夫は許されないようだ。勿体ない。(ホテルが旅館抜いたという記事は紙面では19日朝刊に載っている。)

記事の更新, 関連

- 三洋電気が「GOPAN」の受注を一時停止したという記事(2010年11月25日)は
11:54 (日経QUICKニュース)
12:59
21:15
の3本がWeb刊に出ており、それぞれ独立の記事として扱われている。基本的な内容は同じだが、文章は別々に起こされたと思われる。夕刊は12:59をベースに、多少短く書き直した文章が出ている。部署が違うので3本も出たのだろうか?
 - その後、翌日朝刊にも基本的に同じ内容の記事が載った。21:15の文章そのまま。夕刊チーム(総合・ビジネス面)と朝刊チーム(企業面)が別々に動いている?

その他

- 記事検索でウェブ版の記事が検索できるようになるのはそれほど速くないが、「朝刊・夕刊」の記事はそれほど遅滞なく検索できるようになる。例えば、ウェブ版の時刻が12:02の記事のある記事は17時の時点でまだ検索できなかった。紙面(夕刊)に載った同じ記事は検索できた。
- 「中国、高速鉄道網をASEANに延伸」(2010年11月26日朝刊)は、「朝刊・夕刊」は地図あり。電子版なし。
- 記事のすぐ下に出る関連記事一覧(名前のない一覧)には、通常、各記事の日付が添えられている。しかし偶にないものもある。メディアが違うのが理由のようだ。例えば、「ビジネスリーダーシップ > コンフィデンシャル > コンフィデンシャル > 記事」へのリンクには入っていなかった。

関連情報

- Twitter。日本経済新聞 電子版の公式アカウント。<http://twitter.com/nikkeionline>
- [日経電子版セミナー](#)が12月9日に開かれる。時間をきっちり決めて日経側が一方的に喋るセミナーだけではなく、ユーザー意見交換会も期待。今回のテーマは「本社編集局長が語る『新聞の未来 ~紙と電子を一体編集~』」(小孫茂氏)。

^{*1} 全てのページで制約は存在しない。

^{*2} どのページでも取り込める。「朝刊・夕刊」を含め。

^{*3} 「グーグルと日本のヤフーの提携が、独占禁止法上の問題を提起している。しかし、より注目すべきは、グーグルの企業理念と行動基準が『従来の常識』を超えている点ではないか。」という一文から始まる論文が日経に載っている。書くのは林紘一郎 情報セキュリティ大学院大学学長。[日経新聞2010年11月17日朝刊「経済教室」](#)。

^{*4} 地デジが典型。

^{*5} 産経新聞ではウェブ版に識者コメントが載るのが通例であり、例えば裁判関係では著名な先生の意見に勉強になることが多い。朝日は人選が不適切なことが非常に多く、あまり参考にならない。

^{*6} 応答速度はネット経路でも大きく変わるし、意外とブラウザの差が大きい。例えば、SBI証券のトップページはIEで見るとちよっと許容限度を超えて遅いが、Chromeで見ると普通に速い。マーケティングに根本的間違いがある。トップページであり、一番目に付く場所である。

^{*7} なお、内部留保の金利(資本コスト)の方が借入金のそれより高い。コーポレートファイナンスの基礎である。

^{*8} というか、「朝刊・夕刊」以外には日付が入っているのだから後退している。

^{*9} クッキーではないようだ。

^{*10} ご免なさい。当ページのURLも不気味に長いです。冒頭記載の短縮URL・直通URLをお使い下さい。

^{*11} 実際はアルファベットの検索漏れも無視できない水準だと思う。Googleのtweet検索(「アップデート」)で少し実験してみれば分かる。

^{*12} ただこの両者の区別は不明。

^{*13} 少なくとも私がこれまで作ってきたソフトはそうなっている。

Last-modified: 2010-11-28 (日) 13:57:22 (1m)

Site admin: 7PB@twitter

PukiWiki 1.4.7 Copyright © 2001-2006 [PukiWiki Developers Team](#). License is [GPL](#).
Based on "PukiWiki" 1.3 by [yu-ji](#). Powered by PHP 5.1.6. HTML convert time: 0.253 sec.