

OSSで等身大の BMB サイト開発

1. 小さく始め、大きく育てる

現代社会の変化は非常に早く、数年先、あるいは1年後の状況も読めないといわれている。このような状況で自治体などが行おうとする事業は、より柔軟にスピーディに行う必要がある。事業が開始したときには、計画時点でのニーズが無くなっていたという笑い話のような事態も現実化してきている。特にインターネットを活用した事業では、さらに変化が激しい。

大阪府の機関である産業デザインセンターと産業技術総合研究所が始めたビジネスマッチングブログ(BMB)もインターネットを活用したコミュニケーションサイトを構築して活用するという性格上、最も先の見えない分野での事業でもある。コミュニケーションサイトとして必要な機能や起こりうる問題点は無限に想定された。考えられうる全てを装備したサイト構築には、膨大な費用と期間がかかる。また、会員数として数十人を想定するか、数万人を想定するかで、必要な機能も大幅に異なってくる。

BMB が目的とするのは、全てを装備した万能のすばらしいコミュニケーションサイトのプログラムを作成することではない。コミュニケーションサイトを”利用”して、デザイナーや中小企業が新しいビジネス展開する場を提供することである。

そこで、BMB ではサイトの機能は事業展開に応じて継続的に変更していくことにした。ユーザ数や機能を最低限用意した状態で事業を開始し、コミュニティの成長に応じてプログラムを継続的に変更していくプロセスである。

そうは言っても始めに用意しておくべき機能は数多い。そのため、オープンソースの CMS である Geeklog をベースとして開発した。

ここでは、BMB がオープンソースの CMS をベースとしてサイトを、小さく始め、事業展開に応じて等身大に機能拡張していったプロセスの一端を紹介する。

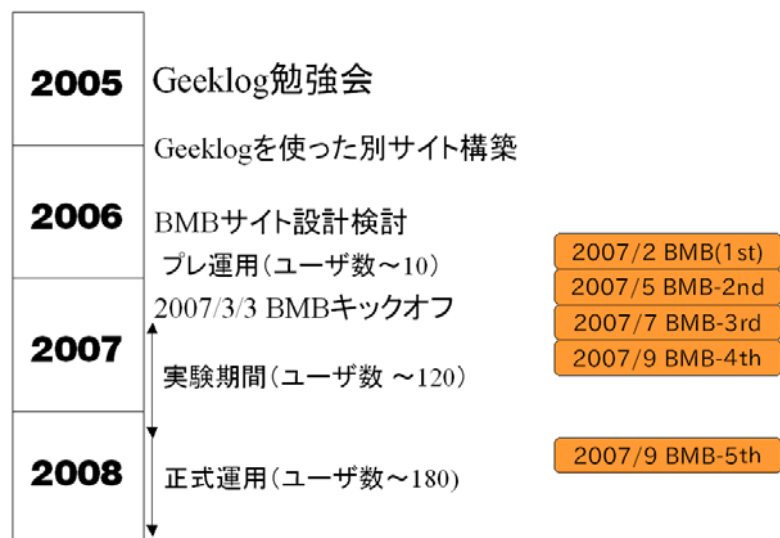
2. まずは、ベース開発(BMB-1)

BMB は、ユーザがそれぞれ書き込むブログを相互に閲覧し合うことで、信頼関係を構築し、ビジネス上の連携につながることを期待するサイト

である。そのための方法としては、SNS（ソーシャルネットワーク）型にすることも考えられたが、ユーザ数が少ない状況ではユーザのメリットが得られないことから見送り、約1年ほど前から勉強会を開催し、サイト構築の経験もある Geeklog をベースとして開発することにした。

右の図は Geeklog との出会いから BMB 事業を始め、現在に至るまでの主な経緯を示したものである。

以下の章では、BMB のサイトをコ



BMB と Geeklog の関わり

コミュニティ運営しながら必要に応じて改造したり、機能追加していったプロセスを紹介する。ここで、BMB(1st), 2nd, 3rd. . . というのはサイトプログラムに大きな変更などを講じたときにサイトバージョンとして適当に名づけた数値で、とくに綿密なバージョン付け基準があるわけではない。

1. ユーザ(会員)が専用のブログ領域(話題)を持ち、主にそこにだけ書き込む

BMB はブログをメインとしたサイトである。企業の経営者が、自身の主義や考え方、会社の特徴などを書き込み、他社の記事を読むことで、信頼関係を養い、新たな製品開発や取引（価格ベースではない）に発展させるフィールドを提供する。

Geeklog では、テーマ別に会員が自由に書き込める”話題”を用意することができるが、会員の投稿を促すには、自分専用の領域を持ち、継続して記事を書いていくという専用のブログエリアを用意する必要があった。これによって、書かれた内容に関する信頼性も高まってくる。

そのため、Geeklog の“話題“への書き込み権限機能をハックし、記事投稿時に書き込み可能な話題しか選択できないようにするように変更した。一般の会員は、1つの領域しか持たないため、セレクトは表示されず、暗黙のうちに専用領域に投稿される。

(Geeklog はユーザ権限指定が細かく設定できる機能を持っていたことで、改造もやりやすかった)

2. 書き込みを促すため、話題のリストは書き込み時刻で順序を変える

会員の専用ブログ領域へのインデックスは、左ブロック内に表示するが、その順序をどうするかを検討した。

できるだけ公平に扱いたいという観点から、記事の多い順、閲覧数の多い順、登録順、文字コード順など、いろんなアイデアがあったが、”とりあえず”、初期の段階では、新しく記事を書き込むことを促すため、書き込みの新しい順で表示することでスタートした。

その後、1日以内の書き込み、3日、7日、14日、その他と色分け表示するようにした(BMB-3rd)。

3. 外部ブログのインデックス取り込みと、ブログ順序反映

既に会社ブログを持っている企業も多い。これらの企業にとっては、BMB で内部記事を投稿するのは負担になると考えられる。そこで、内部記事を書かない場合でも BMB のメリットを享受できるようにした。これは、外部ブログの目次を会員領域内部に表示することと、外部ブログへの記事書き込みでも会員ブログメニューの表示順序に反映させることである。

4. ブログ領域トップにバナー表示

各ブログ領域は各企業の PR 領域であるというコンセプトから、最上部に企業のロゴマークやプロフィールなどを表示する領域を確保することになった。

始めは、話題のトップに任意の HTML を表示できる Geeklog の静的ページ機能を使用した。この時点では、静的ページの編集権限を会員に許可するのは問題があったので、運営側で作業を行って対処した。

この方法は、会員が自由に編集できないため、後に (BMB-4th) Geeklog の注目記事機能を変更、拡張することでユーザが自由に変更できるようにした。

会員は、一般記事と同じようにバナー下の[編集]リンクをクリックすることで一般の記事と同じように編集することができる。これで、ブログ領域の占有感が高まったと思われる。

3. BMB-2

1. 会員外部ブログ新着情報

会員が持っている外部ブログの記事を新しい記事からリスト表示できるようにした。この機能はRSSアグリゲータとして知られており、Geeklogのプラグインとして提供されている。

運用中に、RSS取得のライブラリに不備を発見し、そのつど修正した。その他、RSSフィード中に宣伝が混じるのでこれをフィルタリングしたり、未来の時刻を持つものを却受するなどの修正を行って運用している。

2. ベース Geeklog のバージョン UP

Geeklogのバージョンが上がって、WYSIWYGエディタ（アドバンスドエディタ、FCK Editor）が使用できるようになったとのことで、Geeklogのバージョンを上げた。このころはまだ変更箇所を把握して、新バージョンにパッチ適用するのはそれほど困難ではなかった。記事投稿の楽しみが上がることで、内部記事投稿の動機付けとなるか？

3. コメント投稿通知

記事コメントをサイトの活性化に生かして行きたい。そのためには、コメントが投稿されたことを確実にすばやく知ることが重要である。そこで、コメントが投稿されたとき、記事の投稿者と、その記事にコメントした会員にメール通知するようにした。

4. BMB-3

1. 記事カテゴリ(記事が増えてきたのでカテゴリ分けしたい)

内部記事が増えてくるに従って記事を整理・分類する必要性が出てきた。また、一般のブログにはカテゴリ機能が備わっている。そこで、BMBでもカテゴリ機能を追加した。

Geeklogには、記事のカテゴリ属性は存在しなかったため、データベースの記事テーブルにカテゴリ属性を追加する必要があった。また、カテゴリリストのテーブルも用意した。

2. メール投稿(気軽に記事を投稿してほしい)

携帯電話などからメールで記事を投稿できるようにした。このため、ユーザが送信に使用するメールアドレスを登録すると、携帯電話やパソコンから記事を投稿し、自動的に自身のブログ領域に記事が投稿されるようにした。

5. BMB-4

1. メディアギャラリー

メディアギャラリープラグインを追加した。

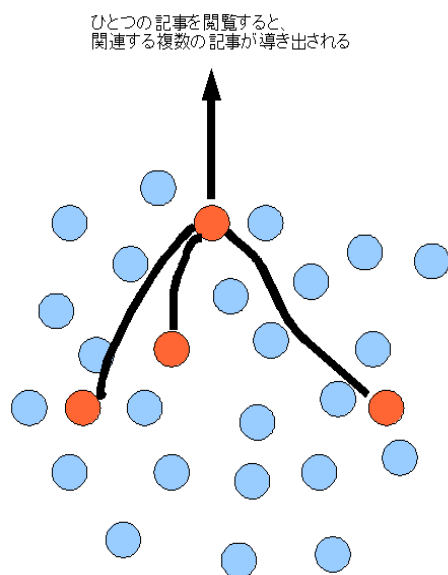
ブログと同じように、会員独自の専用アルバムを開設し、会員のブログページを表示したときに、その会員のアルバムスライドショーが表示されるようにした。

6. BMB-5

1. 記事検索(関連記事)表示

BMBサイトの最もユニークな点は、各ユーザが独自の視点から様々な記事をブログとして書いていく点にある。これらは、時系列的にもユーザ領域としても異なっているが、同一サイトに存在し、ビジネスマッチングという同じ目的を共有するものである。これらの記事数が大量になってくると、同じ話題について書かれたものなど、相互に関連したものが存在しているはずである。

これらの記事を何らかの形で結びつけ提示できるようにすれば、知識データベースとして有効な情報



関連記事機能の概念

ホームページを安く作る方法 その2

投稿者: kamishita カテゴリ: ホームページ制作 2008/10/15 16:10
 前回は雑記ではありますが、高い/安いの判断の基準をリターンと投資という観点から見るのが良いのじゃないか?という話をしました。
 今回は、そもそもホームページを作る/運営するためにどんな費用が必要なのかについて、考えてみたいと思います。

そもそも、ホームページを作る/維持運営するには、どんなコストがかかっているのでしょうか?

- 初期費用としては、主に下記のようなコストが発生します。
- ・レンタルサーバーの契約/維持にかかる費用
- ・(独自ドメインを使う場合)ドメインの取得/維持にかかる費用
- ・プロバイダ料や接続回線などの通信費

・ドメインは、インターネット上の住所を指す。ドメイン名は、インターネット上の住所を指す。

(「ホームページを安く作る方法」という記事に関連した記事のタイトルが右側に表示されている。カッコ内は関連度を示す数値)

関連記事表示

すべて

関連記事

- ・ ホームページを安く作る方法 その1 (85)
- ・ フルオーダーWEBサイト制作について (82)
- ・ ホームページとデザイン (81)
- ・ 開発という作業 (78)
- ・ 第2回BMBインタビュー「オフィス戸部」 (78)
- ・ 機械イラスト日記vol.19 (76)
- ・ ホームページから簡単に動画を配信する方法 (76)
- ・ 営業は0人 (75)

オンラインユーザー

登録ユーザー数: 1

が得られるようになるはずである。

このため、ひとつの記事を閲覧したら、その内容に近い記事をBMBのブログ記事から探し出して提示する機能を作成した(右図)。それぞれの記事は、複数の書き手によって書かれたもので、読み手に対してより広範な情報を与えることができる。

さらに、一般にブログでは過去の記事は閲覧の機会が少なくなる傾向にあるが、この機能によって過去に書かれた記事でも、新しい記事に引っ張られる形で浮かび上がり、閲覧機会が増えるようになる。

本機能の検索エンジン部分には市販の自然文検索エンジンである QuickSolution を使用した。表示中の記事のタイトルや内容から、オープンソースの形態素解析ツールである mecab を使用して単語を抽出し、そこから適切な検索語を作成して QuickSolution で検索している。

この部分はWEB サービスとして java で作成し、Geeklog から呼び出す形で実装した。

2. 記事検索

先の関連記事提示で採用した自然文検索エンジン機能を使用した記事検索機能を用意し、Geeklog に備わっている検索機能を置き換えた。このため、完全一致の文字列ではなく自然文で検索でき、スペルミスや用語のばらつきにも対応できる検索機能を実現できた。

3. ランキング機能

投稿意欲を高めるには、投稿した記事が読まれているかを確認できることが必要である。また、インターネットのブログランキングが流行していることから、競争原理も導入することにした。

このために2つのランキング機能を用意した。記事ランキングとブログランキングである。

記事ランキングでは、1週間に閲覧された回数でランキング表示する。一方ブログランキングは、1週間に閲覧された記事をブログ別に集計し、ランキング表示する。

後日、閲覧カウントには検索ロボット(クローラー)によるものが非常に多いことが明らかとなってきたため、これらの閲覧をカウントしないような変更を加えて運用している。

4. 記事タグ

Geeklog に導入された機能を導入したが、前述の自然文検索とリンクすることで、タグがついていない

記事からも検索されるようにした。

5. 会員地図(Googlemap)

会員の所在地を Googlemaps 上で一覧できるようにするとともに、GoogleMaps のオートタグプラグインを導入して記事に地図を埋め込めるようにした。

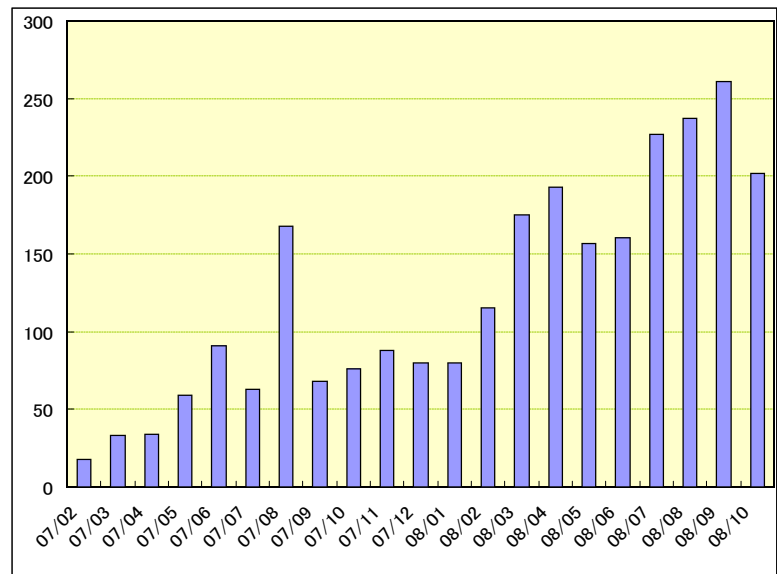
7. まとめ

現在、BMB は運用開始後 1 年半を過ぎ（プレ運用含む）、会員数は 10 月 23 日現在 177 と順調に推移してきている。その結果、総記事数も 2590(10 月 23 日現在)と情報データベースとしても活用できるようになってきた。

この間、キックオフ（実験開始、正式運用開始）2 回とオフ会を 7 回開催し、リアルなコミュニケーションの状態を評価しながら、サイトの機能追加やデザイン変更、及びコンテンツ整備などを適時行ってきた。

BMB のサイト構築は良い意味での先送り方針を採ってきた。まず、会員数として 1000 人、1 万人を想定してはいない。初めは数十人規模でどうなるか、どんな機能が必要かを考えてサイトを構築し、会員数が 100 人を超え、記事数も 2000 を超えてきたことから、記事検索、関連記事表示、ランキング機能を導入するなど、常にサイトの活用状況を評価し、その時点で必要となった、必要と分かった機能を追加してきた。

人間活動を対象とする事業においては、自然と同じように予測、計画しきれない部分が必ず存在する。そのため、一般的に行われやすい外注一納入型のサイト開発（ソフトウェア）ではなく、継続的な事業形態も必要であろう。それには、事業継続期間にプログラマーや WEB デザイナーなどが継続的に関与できるような仕組みを作り上げていく必要がある。そこでは、オープンソース資産が欠くことのできない材料となるであろう。



BMB への記事投稿数の推移（月間）