

OpenSocialとは

Googleが発表した「OpenSocial」とは、ふだんSNSを利用している人々にとって何を提供し、どのような将来像を描いているのでしょうか？ この章では、OpenSocialが登場した背景や、OpenSocialの目的、そしてSNSの利用者にとってのメリットなどを説明します。

1.1 背景

「OpenSocialとは何か」を紹介する前に、なぜOpenSocialといったものが登場してきたのか、その背景を最初に取り上げてみましょう。そこには、インターネット上でのアプリケーションプラットフォームの進化が関係しています。

1.1.1 今までのSNS

日本において、もっとも流行しているSNSと言えば「mixi」(<http://mixi.jp/>)であることは、誰も疑わないことでしょう。会員数やコミュニティの数など、どれを取ってもmixiが日本では最大手のSNSです。しかし、視点を世界に向けてみると、mixiが持つ会員数を遥かにしのぐSNSはいくつも存在します(図1-1)。たとえば、世界で最大のSNSである「MySpace」(<http://jp.myspace.com/>)は、会員数1億人以上を誇っています。mixiが会員数1,800万人を超えたばかりですので、MySpaceが抱える会員数の規模が桁違いなことがわかります。

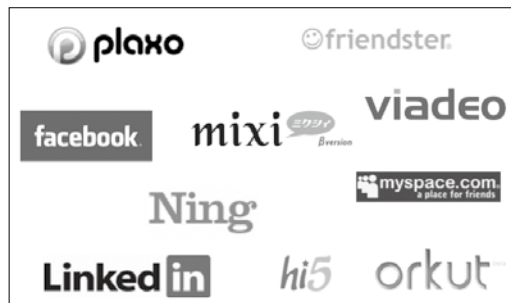


図1-1 世界の大手SNS

mixiやMySpaceは多くの会員数を抱えている大手ですが、ある特定の地域に特化したSNSというものも取り上げるべきでしょう。共通の話題は、ある特定の地域に住んでいる人同士であれば、自然といくつも出てくるものです。その地域に住む人々をつなげる役目として、さらにその地域ならではの情報発信の場として、自治体や非営利団体がSNSを開設する例はすでに数多く存在します。総務省による後押しもあり、2008年2月時点で地域SNSの数は330を超えています。SNS間の連携など、大手SNSよりも先進的な試みがされている点についても、地域SNSは注目に値します。

さて、SNSとは「実際の人間関係をネットワーク上に持ち込むことでコミュニケーションが形成され、それによりコンテンツが生み出されていく」というサービスです。SNS事業者は、コミュニケーションを行うための機能をSNS利用者に提供します。その代表例として、以下があげられます。

- ・プロフィール … 名前、生年月日、性別、趣味趣向など、会員の情報を公開する機能
- ・グループ …… 何らかのテーマごとに会員が集団を形成することができる機能。
コミュニティとも呼ばれ、その中で会員が似た趣向の他の会員と出会い、コミュニケーションが行われる
- ・メール …… 他の特定の会員と情報交換を行うための、SNS内で閉じたメッセージ機能
- ・掲示板 …… グループの中でおもに設置される、情報交換のための機能

mixiに代表される日本のSNSでは、上記以外にも日記などの機能が提供されています。これらを見てわかるように、SNSが提供する機能は非常にシンプルです(図1-2)。

つまり、このようなシンプルな機能でも、コミュニケーションを行ううえで不自由することはないということです。SNSはIT業界のエンジニアではなく一般のユーザが対象となるため、UI(ユーザインターフェース)やその操作方法はできるだけ直感的なものであることが望まれます。したがって、どのSNSを見ても、サービスインから現在に至るまで、そのシンプルさを保ったままサービスをユーザに提供してきたと言えます。



図1-2 mixiのトップページ

SNSは、機能のシンプルさが多くのユーザを惹きつけました。そして、集まってきたユーザ間のコミュニケーションが促進されることによって、膨大なコンテンツが生み出されました。さらに、生み出されたコンテンツが、新しいユーザを引き寄せることにつながります。まとめると、

- ・シンプルであること
- ・コミュニケーションが促進されること
- ・コンテンツが蓄積されること
- ・新しいユーザがコンテンツを目当てに集まること

という循環が行われることによって、SNSは成長してきたと言えるでしょう。

1.1.2 マネリ化したSNS

大手SNSがシンプルな機能と蓄積された豊富なコンテンツを武器に会員を増やした結果、それに追随する形で多くのSNSが産声をあげてきました。しかし、最近では多くのユーザの「SNS離れ」が起きています。

コミュニケーションを行うために最低限必要となるシンプルなサービスというSNSの性質上、どのSNSを選んでも提供される機能はさほど変わりません。つまり、SNSはすでにコモディティ化が起きています。コミュニケーションが促進されるのは、グループの発足やSNS自体の立ち上げ時期、あるいは大きな出来事が発生した時点に限定される

ことがほとんどです。つまり、シンプルさがコンテンツを急速に生み出してくれますが、コンテンツが飽和状態になった結果、参加していたSNSに魅力を感じられないタイミングがきてしまうのです（図1-3）。

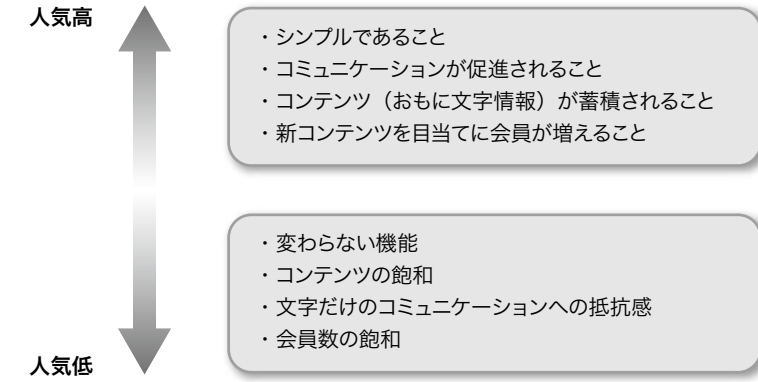


図1-3 SNSの人気と衰退の理由

コンテンツを生み出すためには、ユーザの高いモチベーションが必要であり、それは強制されることはありません。また、継続してコンテンツを生み出すためには、常に新鮮な気持ちが必要です。たとえばmixiでは、

- ・コメントをすることが義務に感じてしまう
- ・コミュニティに興味なくなった
- ・マイミクと交流が面倒
- ・日々のチェックが面倒

などといった「mixi疲れ」が多くのユーザに見られるようになりました。この現象はMySpaceやほかのSNSでも起きています。これは、魅力的なコンテンツが少なくなってきた結果、まったく変化しない機能も加わり、新鮮さを失った結果起きる現象だと考えられます。

また、SNSは個人情報が集約管理されるために、SNSのサービス提供側は情報の公開に関して非常に閉鎖的な立場にならざるを得ません。新しい魅力的な機能が次々と提供されることは皆無に等しく、SNSのサービス提供者は、膨大なコンテンツの維持管理に没頭されてしまうことでしょう。コンテンツがSNSの収入源（広告連動など）となるため、新しい機能を増やすという方向にSNSのサービス提供者の考えが向かないのではないかと

と言えます。

つまり、SNSは「マンネリ化」してしまい、SNSに多くのユーザが飽き、そして会員のSNS離れが始まってしまったのです。とくに大手SNSにその傾向が強く感じられます。さらにBlogなどのWeb2.0系技術の台頭もあり、SNSは求心力を急速に失ってしまいました。

また、地域SNSでは上記以外にも別の問題があります。ある特定の地域に根付いたSNSは、次のステップとして近隣の地域のSNSとの連携を考えます。地域の活性化のためには、その地域外に暮らしている人々に、その地域を知ってもらうことが必要です。そのために、単に対象地域のSNSにて情報発信をするだけでなく、他の地域SNSに向いて情報発信を行うことが求められます。

うまく地域SNS間が連携していれば事足りるのですが、散在するSNSをあとから連携させるのは至難の業です。会員の一意性の確保や情報検索をシームレスにするためには、それなりのしきみが必要であり、さらにそれが共通的な手法でなければ、横に展開することはとても困難です。

1.1.3 ソーシャルOSの登場

SNSの停滞と会員のSNS離れが加速してきたなか、2007年5月、業界にとっても大きな衝撃が走りました。アメリカの大手SNS、Facebook (<http://www.facebook.com/>) による「Facebook Platform」の登場です。

従来のSNSは、SNSが提供するシンプルな機能のみを会員が利用することでコンテンツが作成されるだけのサービスでした。しかし、Facebook Platformは以下の点で従来のSNSとは大きく異なります。

「SNS利用者が自らアプリケーションを開発し、SNSに組み込むことで機能を追加することができる」

つまり、Facebookの基本機能とは別に、利用者がアプリケーションを自由に追加することができるのです。そして、追加されたアプリケーションは、多くの利用者に使ってもらうことができます。追加されたアプリケーションは、Facebookのサイトにシームレスに埋め込まれます。利用者にとっては、次々とFacebookに機能が足されていくという感覚を持つことができるのです (図1-4)。

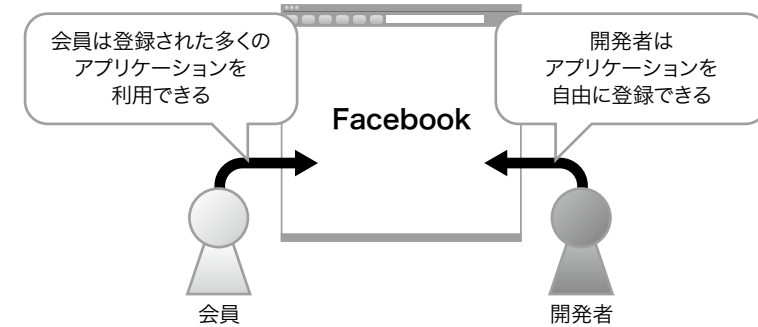


図1-4 Facebook Platformのしくみ

Facebook Platformの魅力をもとめると、次のようなことがあげられます。

- ・開発者が自由にアプリケーションを開発し、シンプルな手順でFacebookに統合することができる
- ・Facebookが持つ会員の情報や会員間の関係(友達関係)といった情報をアプリケーションから利用することができる
- ・Facebook Ads機能により、自作したアプリケーションに広告表示を連動させることができ、新しいビジネスチャンスを得られる

さらに、アプリケーションを開発するための情報が広範囲でドキュメント化されているために、多くの開発者を惹きつけました。アプリケーションを開発するために必要な技術的レベルが高ければ、それだけアプリケーションが開発される可能性も下がってしまいます。しかし、Facebook Platformが提供する機能を使用すれば比較的簡単にアプリケーションを開発することができる点も、開発者が集まってきた要因とすることができるでしょう。

コンピュータ上のアプリケーションの形態は、「デスクトップアプリケーション」「Webアプリケーション」「RIA (Rich Internet Application)」というように進化してきました。Facebook Platformは、SNS上でアプリケーションを稼働させるためのプラットフォームという意味で「ソーシャルOS」と呼ばれるようになり、次世代のアプリケーション形態として一気に注目されています。そして、Facebook Platform上で動作するアプリケーションは「Facebookアプリケーション」と呼ばれるようになり、それに対応して「ソーシャルOS」上で動作するアプリケーションのことを「ソーシャルアプリケーション」と呼ぶようになりました (図1-5)。