

ネットワーク時代の今を追う
 <<http://www.wakabayashi.com/internetroad21/>>

「検索」を超えた最強の検索エンジン ネットに拡大する Google 現象

企業価値とは？

2005年2月8日。青天の霹靂（へきれき）とはまさにこの日の出来事を言うであろう。新興ネット企業の青年社長が老練の伝統あるメディア企業に「買収攻勢」を始めたのだから。時間外取引、ポイズン・ピル、ホワイトナイト、焦土作戦、はてはLBOなどという用語が身近になってきた。小学生までも「シンカブヨヤクケン」ということばを口にするようになったのである。

さて今回浮上した用語の中で最も注目されるのは「企業価値」という言葉ではないだろうか。企業価値をとりあえず株価と連動させて考えたとき、話題の日本のメディア企業を優に一桁も上回る価値を短期間で創造したネット企業が存在する。1998年創業、インターネット検索エンジン運営最大手のグーグル社（Google Inc.、本社：米国カリフォルニア州、会長兼CEO：エリック・E・シュミット）である。

株の公開を前にしてグーグルほど経済紙の1面を賑わせた企業は他にないであろう。それだけグーグルは最大級の価値を生み出す企業として評価されているのである。グーグルが米ナスダック市場に上場したのが2004年8月19日、このときの時価総額は272億ドル（当時の為替レートでおおよそ3兆円）であり、既にゼネラル・モーターズ（GM）を上回

っていた。その後グーグルの時価総額は10月末には500億ドル（5兆円以上）を突破した。

これほどの企業価値を生み出したビジネスモデルはどうなっているのだろうか。いまや検索の代名詞にもなってきた「グーグル」のサイトを訪ねてみよう。

まずは、 “I'm Feeling Lucky”で

ホームページはご覧の通りギネスブックに出てもおかしくないほど簡素なものだ（写真.1）。検索エンジンではお馴染みのキーワード入力用のボックスが中央に見える。このボックスのすぐ下に2個の横長のボタンが並んでいる。名前が気になるのは“I'm Feeling Lucky”という右側のボタンであろう。

通常の実験エンジンでは、まず検索結果の一覧がリストになって表示され、次にこのリストの中から好みの情報を選択する。しかし、考えてみると、会社名、学校名、店名、などが分かっているときはリスト表示は不要で、直接に当該企業なり学校なりのホームページに飛んでほしいことも多い。これを実現しているのが“I'm Feeling Lucky”ボタンである。

“I'm Feeling Lucky”ボタンを使えば、たとえば、「琉球大学」を入力すると「琉球大学公式ホームページ」へ、「堀江貴文」を入力すると「堀江貴文ブログ」へと真っ直ぐに飛んでいく。“I'm Feeling Lucky”は多忙なビジネスパーソンを検索の煩わしさから解放してくれる「ありがたい（Lucky）」ボタンである。



（写真.1）グーグル日本版のホームページ
 <<http://www.google.co.jp/>> より

電卓・荷物・株価・辞書・路線・イメージ検索

おもしろいお役立ち検索のいくつかを紹介しよう。

電卓機能。数式をボックスに入力しエンター（リターン）キーを叩く。数式は半角入力、+-×÷はそれぞれ+-*/のキーを使う。カッコの利用も可、564* (85+24)のように。=の入力は必要ない。複利計算もできる。5%の利息で20回なら1.05^20のように入力すればよい。結果は1.05^20= 2.65329771のように表示される。

宅急便会社と提携したサービスで荷物の配達状況を調べることができる。検索ボックスに提携会社名「ヤマト」の後のスペースに続けて伝票番号を入力する。

「株価 企業名」で株価情報へ。また、「英和 spring onion」の入力で複数の英和辞書へのアクセスが可能になる。「和英 魚市場」で英訳のチェックもできる。

路線の場合、「新橋から成田空港」と入力すれば、新橋から成田空港に至る乗り換えルートと時刻表や料金を調べることができる。

イメージ検索は「史上最強のイメージ検索」と称するだけあっておもしろい。「ロスチャイルド」を入力すると富豪ロスチャイルド家に関連した400件以上ものスナップ写真などが見つかる（出力例は写真.2）。

キャッシュ検索とサイト内検索

いくつかの検索エンジンを利用したときの検索結果のリストの中に「キャッシ

ュ」というリンク先が目につく。実はこのリンク、グーグルに通じる道なのだ。すべての道がローマに通じていたように。「キャッシュ」とは更新前の過去データのことだ。

キャッシュ検索によって既に更新されて今は見ることができないページを見ることがきる。昨日のニュースで気になる記事があった。そんなとき、たとえば“cache:www.asahi.com”と入力すると前日のニュースサイトのトップに行くのである。

会社においても個人においても、ホームページを更新した後で更新前のページを確認する必要があることがある。こんなときは「グーグルに聞け!」である。そこでキャッシュをチェックすればよい。更新前のページがそのまま表示される。この場合、ウェブマスターにとってのグーグルはバックアップ機能そのものなのだ。

コンピュータの扱いで最もやっかいなのはディスクの管理つまりデータの管理であろう。多くの人がととって自分の使っているコンピュータのディスクの中味は「よくわからない」というのが正直なところであろう。頻繁に更新の行われるウェブサイトともなればなおさらであろう。だからこそ多くのサイトがグーグルの「サイト内検索」を利用しているのだ。「サイト内検索」については、企業・個人を問わず、組織の大小などの差別は一切なく利用できる。実際、筆者の場合も自分のサイト内検索でグーグルをよく利用する。“site:wakabayashi.com”の後にスペース、キーワードを入れるだけ。キーワードの使用言語はもちろん問わない。非常に重宝している。

サイト内検索は当然ながら競合他社のサイトにも応用できる。サイト内検索は報告書作成の強力



(写真.2)「史上最強のイメージ検索」の応用例（シュワルツェネガー氏と英ロスチャイルド家当主ヤコブ・ロスチャイルド卿＝右）
<http://www.google.co.jp/> より

な味方なのである。なお、サイト内検索を顧客ごとにカスタマイズしたサービスは「Google 検索アプライアンス・パッケージ」として商用化されている。

365日、24時間、80億頁以上のバックアップをとってこれらの管理を続けるグーグルという存在。企業にとっても個人にとっても、現在も過去も含めて、当事者以上にそのサイトの内容を知っているのがグーグルなのだ。

一躍脚光「デスクトップ検索」

2005年3月15日、『Google デスクトップ検索』日本語版（ベータ版＝事前評価版）の提供が他社に先駆けて始まった。このサービスを利用すれば、グーグルのウェブ検索と同様な機能で自分のパソコン内の情報を検索できる。

ヤフー、マイクロソフトなど検索エンジン大手、これまでウェブ検索の分野とは無縁であったアップルも「デスクトップ検索」に参入を表明。また日本語には一家言あるジャストシステムもデスクトップ検索ソフトを発売中。デスクトップ検索をめぐる競争の激化は必至である。

個人のパソコンのディスクはいわば「最後の聖域」である。デスクトップ検索と地球規模のウェブ検索とのシームレスな連携によって、ネットのビジネス世界はどこへ向かうのか。この新しい世界は既にグーグルが切りひらいたビジネスモデルの中に垣間見えているのではないだろうか。次回はその中心部に迫ってみたい。

（わかばやし・いっぺい）

関連情報

●グーグル日本版のホームページ
<http://www.google.co.jp/>

●グーグルと提携している検索エンジン例・エキサイト日本版
<http://www.excite.co.jp/>

●グーグルのサイト内検索を利用したサイト例・スタンフォード大学
<http://www.stanford.edu/>