

コミュニティサイトの 監視状況と課題について

2010年10月15日

本資料全般に渡って、内容はあくまで監視事業を営んでおります私企業数社の内容から分析したものであり、
専用調査機関等の調査データではございません。
また、「大規模」と「中小規模」については、会員数にておおよそ500万人以上を大規模と捉えております。

目次

現状について

- 監視会社による監視数(サイト種別)
- 監視会社による監視数(監視手法別)
- 監視の種類と考察
- ペナルティについて
- ケース
- 中小サイトの監視状況
- 大手サイトと中小サイトについて

今後の傾向と課題について

- ソーシャルメディアとパトロール体制の変遷(概観)
- 今後の予測
- 主な課題について
- 対策について
- まとめ
- 対策アイデア例

現状について

現在の監視事業者で監視しているサイト数について 1

監視事業者5社で監視しているサイト数は以下の通り。

表1 監視サイト数1（サイト種別）

サイト種類	サイト数	比率
SNS	64	22.6%
ブログ・ミニブログ・リアル	36	12.7%
掲示板	109	38.5%
プロフィール・HP作成サービス	8	2.8%
レビュー・クチコミ	29	10.2%
その他	37	13.1%
合計	275	

※2010年9月時点

※上記には大規模サイトも含むが、大規模サイトは全体のうち数サイト程度。

現在の監視事業者で監視しているサイト数について 2

監視事業者5社で監視しているサイト数を監視手法で分類。

表2 監視サイト数2（監視手法別）

監視手法	サイト数	サイト数
全件目視	194	68.6%
抽出後目視※	74	26.1%
巡回※	15	5.3%
合計	275	

※抽出手法としては、NGワード抽出が一般的。但し、大手コミュニティサイトの場合は、ベイジアンフィルタリングや自然言語解析等の抽出方法も存在した。

※巡回は、他の手法と異なり、全件を対象とするのではなく、例えば1日1回、1時間程度の時間を確保し、その中でパトロール的に不適切投稿を監視する手法。サイトの規模はそれなりに大きいですが、投下できる資本が小さい場合に用いられている。

※2010年9月時点。

※上記には大規模サイトも含むが、大規模サイトは全体のうち数サイト程度。

参考：元投稿数と相談件数

元投稿数

監視事業者5社で監視しているサイトのうち、
一般社団法人モバイルコンテンツ審査・運用監視機構(EMA)に
認定を受けていないサイトの元投稿件数は、およそ、**5,000万件**程度。
EMA認定サイトを含んだ場合は、およそ**10数億**件程度。

※参考：【EMA コミュニティサイト運用管理体制認定制度 2009年度 認定サイトの運用管理体制状況に
関するご報告】より、「2010年3月31日までに45サイトに対して認定を付与し、認定サイト全体の総会員数は約
8,758万人、1日当たり*2の総投稿数は約6,912万件(≒月間約 20億件程度)」

違法・有害情報相談センターの相談ドメイン数

違法・有害情報相談センターに寄せられている相談で対象となっているドメイン数：
⇒**293種類**

(対象期間：2009年8月から2010年9月末) (注)情報提供：違法・有害情報相談センター

監視の種類について

監視の種類については、以下のように大別されます。

メディアタイプとしては、テキスト・画像・動画・音声等のさまざまなものが存在します。

通報対応 ……ユーザー等からの通報を受け、その後対応する「受動的対応」

投稿監視 ……サイト管理者が網羅的に行う「能動的対応」

さらに、能動的対応については以下のように分類できます。

	全件監視	抽出監視
事前監視	A	B
事後監視	C	D

事前監視＝サイト掲載前に監視して、OKなものを表示する手法。

事後監視＝サイト掲載後に監視して、NGなものを取り下げる手法。

全件監視＝全件を目視監視する手法。

抽出監視＝投稿をNGワード抽出や言語解析等を行って抽出し、抽出されたものを目視監視する手法。

監視の種類についての考察

	全件監視	抽出監視
事前監視	A	B
事後監視	C	D

事前監視と事後監視について

一般的に、コミュニティサイトはある程度のリアルタイムなやりとりを楽しむものであり、大多数の投稿は健全なものである。

事前監視にすることで、ユーザーのやりとりにタイムラグが生じてしまうため、キャリア公式サイトの一部掲示板等を除いて、あまり事前監視は用いられない。また、用いた場合に、サイトの発展は大きく妨げられる可能性がある。

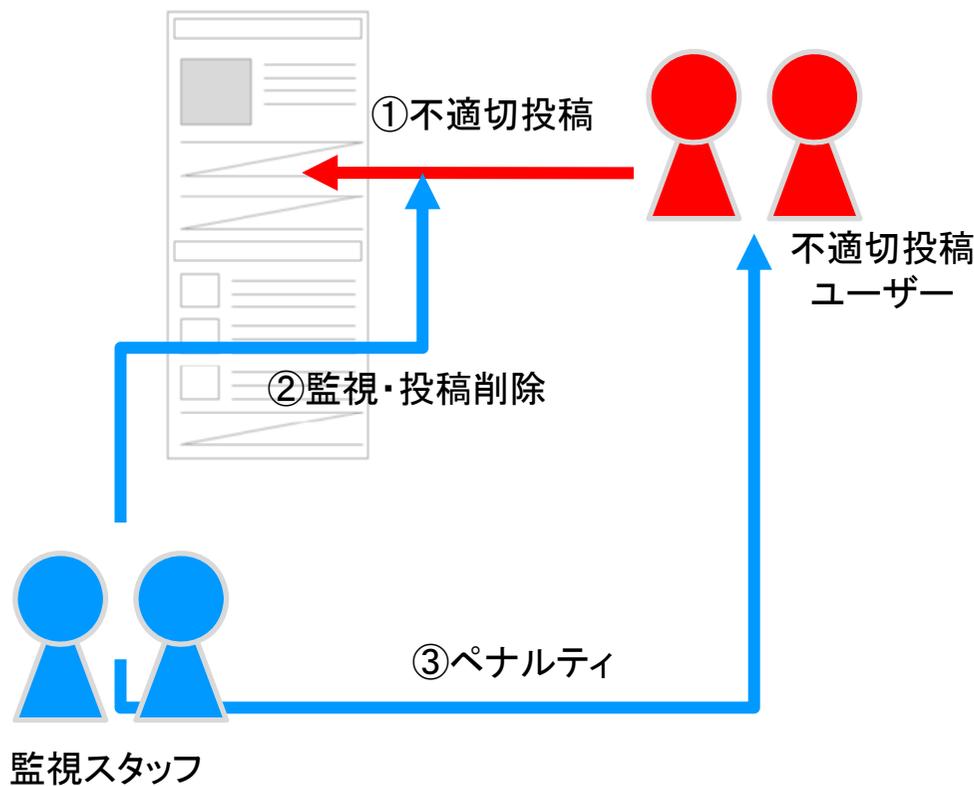
全件監視と抽出監視について

サイトの規模が大きくなった場合、全件監視のコストは莫大なものとなる。従って、大規模サイトのほとんどは抽出監視を行っている。一方で、中小サイトの場合は全件監視も多数用いられている。

ペナルティについて

投稿監視後、不適切な投稿は非表示化されます。

さらに不適切投稿を行ったユーザーに対しては、サイト健全化のため、サイト内ペナルティを課す、という手法が存在します。



監視語句管理ツール

08/08(土) 08/08(金) 08/07(木) 08/06(水) 08/05(火) 08/04(月) 08/03(日)

ID/Obj	内容
memehe08 【Book】	彼等は今から適当に寄り道をしながら家に帰るのだ。1度部活の教室に集合して帰って帰るそれが彼等の習慣だ。一見何の楽しみもなさそうだが彼等には楽しくしょうがない時間なのだ。いつもの喫茶店に入った彼等は思いがけず話さなかった。知佳「ホント真が彼女が別れたときは大変だったよねみんなここで励ましてさあ」翔「オレは自殺すんじゃないかって心留してたよ。」真「うるさいよな...」真がボソッと真希「ちょっと真力ワインだからしめないでよ翔なんて彼女すらすらでさはないじゃない。」翔「なんだと!? テメーだって彼氏いた話聞いたことねーぞ!」2人は腕組み合いましたケンカが始まった 勝海「いいいやめでくれよこんなところで...」勝海があきれた表情で言うが2人は聞いていない これもいつもの光景なので真、友美、知佳は2人のケンカを笑って眺めている 勝海は真面目な性格のせいでお茶室で騒ぐのは好きじゃなかった。翔「やってらんねー トイレ行ってくる」ケンカを中断し翔が席を立った
777rai 【広言板】	2008/08/08 23:18:19 210153.84132 雷ラムちゃんには申し訳ないけど、それが一番だったからね、でもミルクリスさん返事来てよかった。ラムちゃん見殺すところだった。
eifade12 【掲示板】	2008/08/08 23:17:06 210153.84.9 深社ウィルム・宿殺せるのか、と。その間、かけが。二人の冗談などと言ってるわけでもない表情が、自分が誰かを突きつける。「……拙は...?」ふら、と力が抜けて倒れそうになるのを、ロイにのみみつ... いや、しがみつこうと手を伸ばし、それすらも恐ろしくなりやめる。わたしが、彼を殺すかもしれない、彼は、わたしに殺されるかもしれない、それが怖い。

2008/08/08 23:15:02 203175.81.69
禁止語句管理ツール

禁止語句管理ツール

ユーザー登録用語一覧

期間: 2008/07/01 ~ 2008/07/31

禁止語句				
・開いて情づく 経つ経日→清	.	oo	oo.jp	com
jp	jp.or.jp/http://www	ne.jp	ne.jp.ac.jp.co.jp	www
/	/	@	@socomo.ne.jp	@sowen.ne.jp
@softbank.ne.jp	@vodafona.ne.jp	<		独白文
と	Q	¥	・死ね	10万
18禁	18歳	18歳以上	18歳未満は見てはダメ	2001年1月17日
21%	2ch	2ちゃん	2ちゃんねる	6-2
@pinohaya	aria2ヨコ	borbyroom	co.jp	com
DAISUKI	DD	DDN	03レヤ@gsd	enさん上
EUKK	gls-mix.net	gls	mix.net/mo/17/gc	GP
Hを作る下手だね	href	http	http	http www.com
http.www.com	http://	http	http://	http://gls-mix.net/

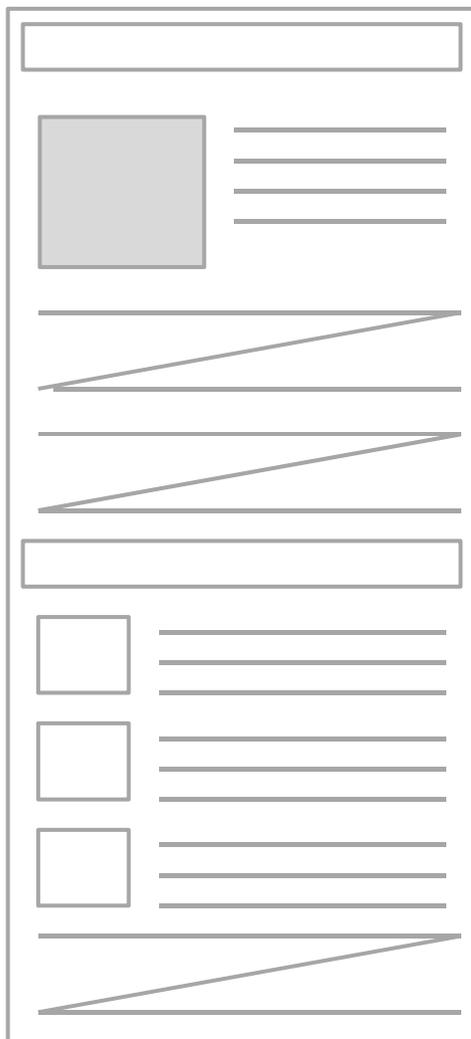
ペナルティの内容について

ペナルティ内容については、例として、下記のようなものが存在します。

警告	不適切行為を行ったユーザーに対して警告メッセージを送る。
一次停止 機能停止	数日間(3日間等)サイトにログインできなくする、アクセスを遮断する。一部機能を停止する、というものも存在。
強制退会	不適切行為を行ったユーザーを強制退会させ、サイトから追放する。
外部連絡 110番	自殺・犯罪予告等、緊急性・重大性の高いものについては、110番等するケースも存在。

ケース1 : モバイルSNS K

モバイルSNS K



会員数: 80,000人程度

サイト概要:

- ・モバイル専用SNS。
- ・機能としては、日記(ミニブログ)、友達機能、コミュニティ、掲示板等が存在する。
- ・ターゲットとしては、10代~20代前半。
- ・男女比率はおおよそ4:6程度。

監視手法:

- ・全件に対して目視監視を行う。
- ・土日含め24時間体制。

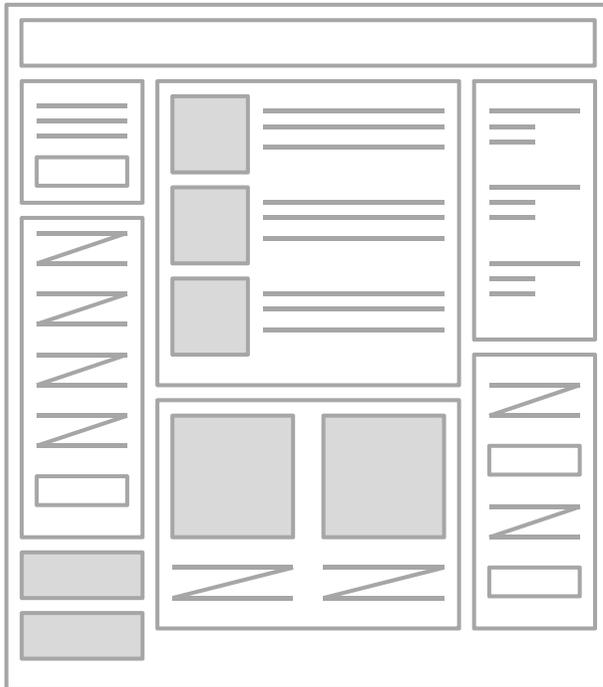
通報対応:

- ・ユーザーサポート対応と同等に実施。
土日含むが、営業時間内(9:00~18:00)返答

規模が大きくないため、特に工夫をというわけではないが、
全件監視を行い、投稿リスクに対応している。

ケース2 : ブログポータル D

ブログポータル D



会員数:数万人程度

サイト概要: ・ブログポータルサイト。
・PCがメインだが、モバイルも存在。
・ユーザーが自由にブログを持つことができるポータルサイト。但し、健康に特化。
・ターゲットとしては、20代～30代女性。

監視手法: ・巡回対応(ブログの新着及びランキングを一定程度巡回し、不適切なものをピックアップ)

通報対応: ・平日の営業時間内(9:00～18:00)のみ対応

巡回なので、網羅的に監視はしていない。
ただ、一番目につきやすい部分はカバーする形。

中小サイトの監視状況について

サイト種別について

- サイト種別においては、様々な種類のサイトが監視されている。
- SNSやブログ、BBS等の分類に属さないようなサイトも監視はなされている。
(例; 画像掲示板がありつつも、マイページは存在する。但し、友達機能がなく、
サイト内でつながるような機能は存在しない等。)
- 若年層に人気と考えられるプロフィール/HP作成サービスが全体の8%程度と、
当初想定より小さいことには、多少の懸念が感じられる。

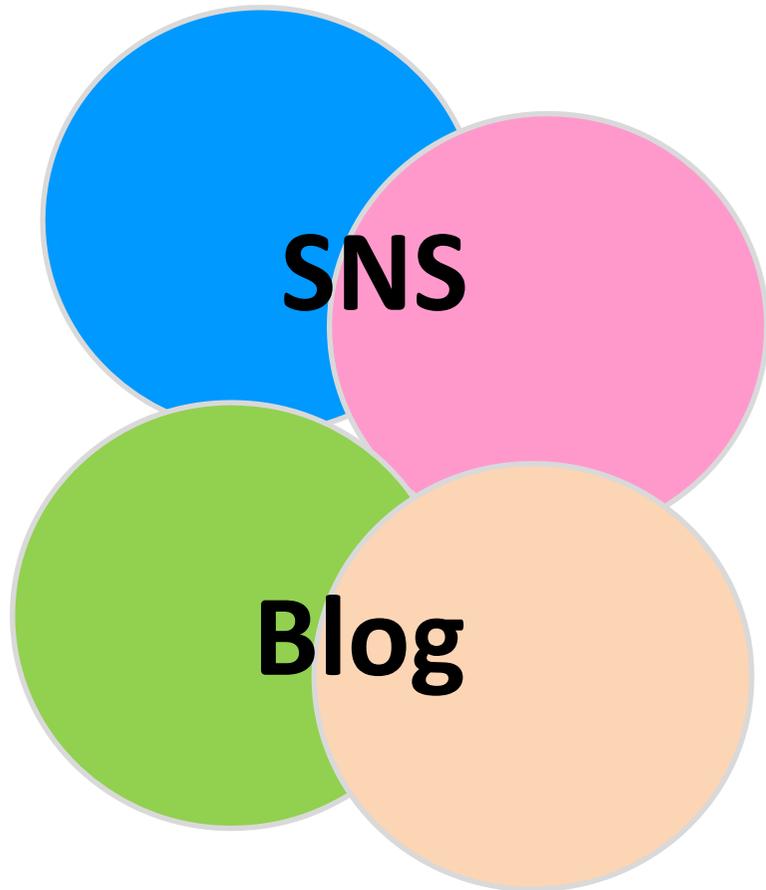
監視手法について

- 全件監視や抽出等の手法を用いて網羅的に監視がなされているところが存在。
- 一方で、前ページのケース2にあるように、巡回だけ、といった形を取り、
一定程度だけ対応する、といったケースも見受けられる。
- バックツールを作るためのノウハウ、コミュニティを設計するノウハウは、初めて
サービスを提供する会社は持っていない場合が多いので支援、サポートが必要。

全体として

- コミュニティサイトはまだまだ多く存在すると考えられ、その意味で全体数は多いとはいえないのではないかと。

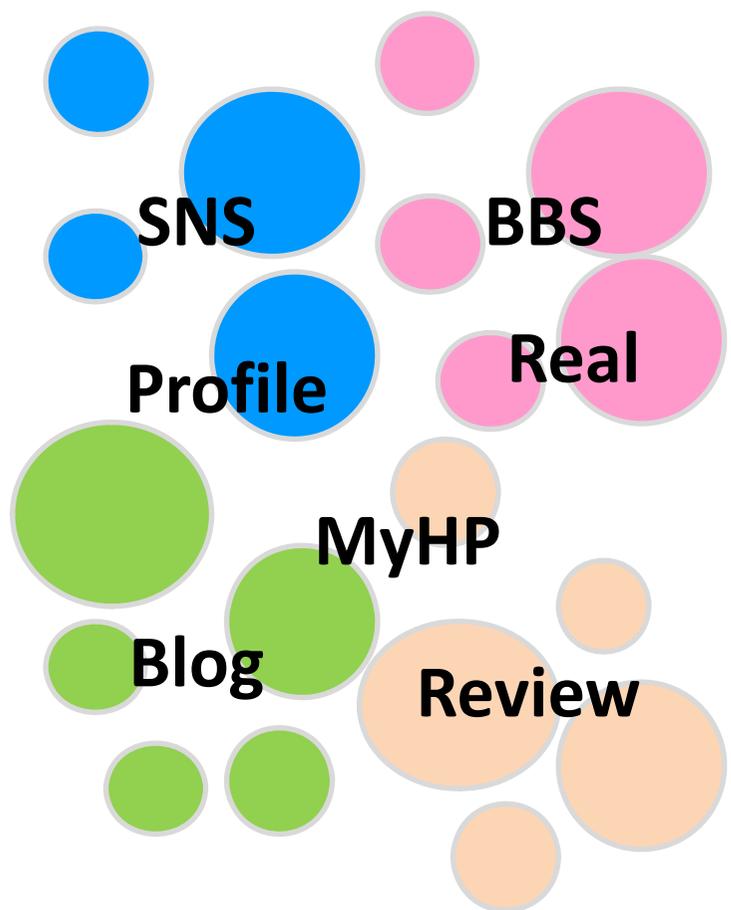
大規模サイトについて



状況
<ul style="list-style-type: none">・社会的な意識の高まりもあり、著名サイトの多くが大規模なパトロール体制を敷いている。・一部、海外発サイト等で、著名かつ大規模ではあるものの、監視がなされていないケースは存在。
監視手法
<ul style="list-style-type: none">・NGワードのシステムブロック、検索禁止、抽出ワードによる投稿抽出後の目視監視、言語解析抽出後の目視監視等、複数の手法が存在。・その他、18歳をラインとした種々の機能制限を活用。 例；メッセージ機能制限、検索機能制限等
課題
<ul style="list-style-type: none">・抽出精度の継続的向上 (そもそも対象ユーザー数が非常に大規模であり、様々な新しい投稿パターン等が生まれる。)・未対応領域への対策(1:1間メッセージ等)・一部、海外サイト等、パトロール体制がとられていない大規模サイトも。

全般として、一部以外はここ2~3年で様々な手法改善が行われ、対策が急速に進んでいる。

中・小規模サイトについて



状況

- ・パトロール体制を敷いているサイトも存在するが、多数のサイトで体制を確保できていないと推察される。
- ・日々、様々なタイプのサイトが生まれてきている。

監視手法(監視を実施しているサイトにて)

- ・規模がそこまで多くないため、全件目視監視することが可能な場合も存在。特に、サイトは小さいが、運営母体としての企業体が大いところについては、その傾向が高い。
- ・抽出手法については、自然言語解析等は、規模の小ささ＝投稿サンプル数の小ささもあり、あまり使われていない。NGワード抽出が主流。
- ・機能制限等は余り見受けられない。
- ・件数が増えてくると全件監視から抽出監視へ。

課題

- ・パトロールノウハウ(監視も含む)が少ないケースが多く存在。そのため、アドバイス等も含めて監視事業者への依頼度は高い。
- ・そもそも、パトロールに対する意識や、不適切投稿リスクへの意識が全体として見ると高くない。

パトロール対策しているところもある一方、全体としてみれば、対策できていない事業者が多いと考えられる。

今後の傾向と課題について

ソーシャルメディアとパトロール体制の変遷(概観)

各サイト/社会状況

- ・サイトとしては掲示板等。
- ・数百万人を超えるようなメガサイトはほぼ存在しない。
- ・PCサイトで、特定ジャンル(例;化粧品、旅行等)のクチコミサイト等で大きいものが出始める。
- ・ブログやSNSという言葉が広まり始める。

- ・数百万人会員を超えるようなメガサイトが存在し始める。
- ・10代~20代の多くの人がSNSやブログ、無料HPサービス、プロフ等のサイトのアカウントを持つ。
- ・総務省からのフィルタリング要請が行われる。

- ・数百万人会員を超えるようなメガサイトが複数存在する。
- ・第三者機関の存在。
- ・「ソーシャルメディア」が一般化し、事業としてとらえる企業も、あるいはプロモーション等の一環として活用する企業も多数存在。
- ・中小ソーシャルメディアが乱立。

監視状況

- ・多くのサイトは監視等を大規模に行っていない。
- ・クチコミの質担保等の目的で監視を行う等は存在。

- ・ソーシャルメディアの大規模化、一般化とともに、パトロール体制が強化されていく。

- ・大規模サイトの多数は基本的にパトロール体制を持つ。
- ・中小サイトの場合は、監視も含めパトロール体制への意識が低い場合もまだまだ存在。

2000年~2004年

2004年~2007年

2008年~現在

今後の傾向について

今後の傾向として、昨今のパトロール運営の委託状況を踏まえた場合、大きく2つの傾向を予測。

各サイト/社会状況

- ・数百万人会員を超えるようなメガサイトが複数存在する。
- ・第三者機関の存在。
- ・「ソーシャルメディア」が一般化し、事業としてとらえる企業も、あるいはプロモーション等の一環として活用する企業も多数存在。
- ・中小ソーシャルメディアが乱立。

監視状況

- ・大規模サイトの多数は基本的にパトロール体制を持つ。
- ・中小サイトの場合は、監視も含めパトロール体制への意識が低い場合もまだまだ存在。

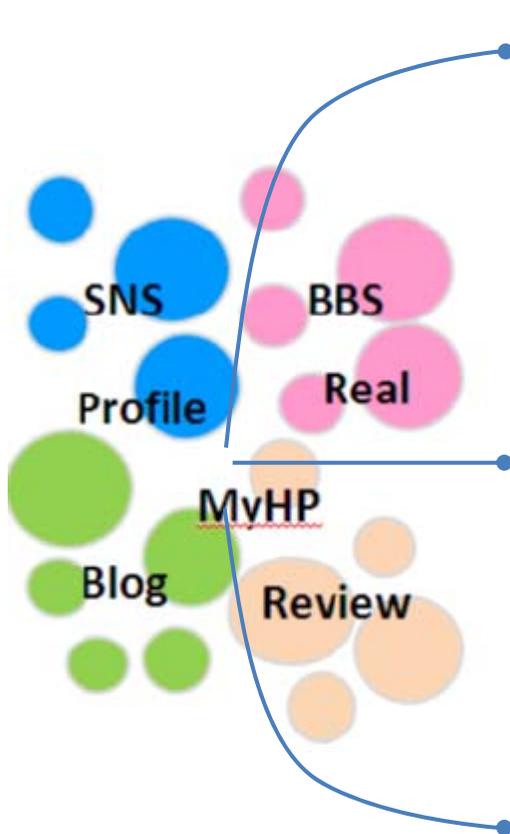
1. サービスの多様化

SNSやブログ・プロフといった枠にはまらず、その中間、あるいはどこともカテゴリズできないような様々なサイトが生まれている。かつ、サイトだけでなく、アプリ(ソーシャルアプリ、スマートフォンアプリ等)といった形式でもサービスが多数生まれている。

2. 事業者の多数化

サイトだけでなく、アプリという選択肢も増えた中、大小様々な事業者がコミュニケーションサービスを提供するようになる。その中には、不適切投稿リスクに対する意識が高い事業者もあるが、当然、低い事業者も多数存在すると考えられる。

中小コミュニティサイトにおける主な課題点について



体制について

- 中小サイトが一定程度のパトロール体制を取ることができるか？
- 必要な体制、コスト等を賄うことができるか？

手法について

- 監視手法等、投稿リスクを防ぐために手段を講じることができるか？
- その手法は効力のある手法か？

意識について

- 昨今の社会状況を鑑みて、能動的にパトロール体制を敷く意識を持つか？
- 状況に合わせて改善していくことができるか？

対策について

体制について

- 中小サイトが一定程度のパトロール体制を取ることができるか？
- 必要な体制、コスト等を賄うことができるか？

▶ パトロール体制等をとっている事業者は現時点でも一定数存在する。
規模がそこまで大きくないため、小コストでアウトソース等も可能。
但し、個人事業主等にまでなってくると、体制を取れないケースも存在するであろう。

手法について

- 監視手法等、投稿リスクを防ぐために手段を講じることができるか？
- その手法は効力のある手法か？

▶ 規模がそこまで大きくないため、全件対応等も可能な事業者も一定数存在。
少なくともパトロールを行おうという意識があれば、小コストで監視委託を行うことも可能なため、パトロールノウハウ等は監視会社からアドバイスするケースも。

意識について

- 昨今の社会状況を鑑みて、能動的にパトロール体制を敷く意識を持つか？
- 状況に合わせて改善していくことができるか？

▶ 今後、事業者の数はさらに増えることを考えると、この点については大きな課題としてとらえる必要性。

まとめ

現状について

パトロール体制等をとっている事業者は、中小サイトであっても、一定数存在する。但し、その比率についていえば、大手サイトが大多数、高い意識を持って取り組んでいることに比べると、全体としてはまだまだ数が少ないと考えられるのではないか。

手法について

パトロール体制等をとっている場合は、全件監視にしる、抽出監視にしる、ある程度の対応を行うことは可能。
パトロールノウハウ等が小さい場合もあるが、監視委託先の方で参考手法を共有する場合も多く存在する。

意識啓発と対策について

中小サイトの意識が低いままでは、ユーザーが不適切サイトに流れるだけで、全体解決には至らない可能性。その場合、いつまでたっても非出会い系サイトの事件が減らない等、コミュニティサイト全体が健全と認知されないおそれ。

対策アイデアとして(仕組み)

項目	内容例	検討事項・懸念等
中小コミュニティの 支援体制/ ガイドライン	<p>ガイドライン・監視概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ・パトロール手法等のガイドライン整備と公開 ・現在ある監視概要のバージョンアップ、導入モデル、ルール作成等、具体的な成果物を上げる ・コミュニティサイトの運営マニュアル等作成 <p>業界団体/相談窓口</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業界団体等で支援していく仕組み ・中小サイトへのコンサルティング ・相談窓口の整備等 	<p>ガイドライン・監視概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ・検討主体(協会、コミュニティサイト事業者、監視事業者等) <p>業界団体/相談窓口</p> <ul style="list-style-type: none"> ・検討/運営主体 ・実現性
セルフレイティング	<p>セルフレイティング</p> <ul style="list-style-type: none"> ・第三者機関によるセルフレイティングの判断基準 <p>※基準を作成することによって、消費者も、コミュニティサイト運営者も、どのようなサイトが望ましいのかが分かる。</p> <p>マーキング</p> <ul style="list-style-type: none"> ・第三者機関認定マーク/ロゴ ・セルフレイティングの合格マーク/ロゴ ・監視事業者等で監視しているサイトについてマーク/ロゴ 監視事業者連絡会のHPでサイトを発表する等 	<p>セルフレイティング</p> <ul style="list-style-type: none"> ・妥当性 ・認知
法整備	<p>法整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・青少年インターネット環境整備法、プロバイダ責任制限法 ・特定サーバ事業者への監視努力義務化 	<p>法整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・妥当性 ・実現性

対策アイデアとして(中小サイトへの啓発)

項目	内容例	検討事項・懸念等
効率的な啓発	<p>各ソーシャルメディア/アプリ事業者が集中するポイントでの啓発</p> <ul style="list-style-type: none"> ・レンタルサーバ/ホスティング事業者との協力体制 ・ソーシャルメディアプラットフォームとの協力体制 (第三者機関認定もあるため、既になされている点もあれど) ・スマートフォンプラットフォームとの協力体制 <p>安心ネットづくりや、それ以外の業界団体との取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・安心ネットづくり「普及・啓発」 ・業界団体としての啓発活動 	<ul style="list-style-type: none"> ・各団体との協力可否 ・ガイドライン等の仕組み合わせた整合性
第三者機関の認知率向上	<p>第三者機関の認知率向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ・第三者機関の認知を高める ・第三者機関単体でなく、業界全体からの後押し、情報発信等 	<ul style="list-style-type: none"> ・手法 ・セルフレイティングやマーケティングと合わせた整合性
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・保護者/教育関連機関から「きちんと運用されているサイト」と「そうでないサイト」の教育 	<ul style="list-style-type: none"> ・手法

健全なコミュニティサイト構築に向けて
～監視会社が提案するコミュニティサイト監視業務基本ガイドライン～

監視事業者連絡会

2010年3月

概要

ユーザー同士がコミュニケーションを媒介に楽しめるサービスを提供するコミュニティサイト運営者やCGMサービス提供者は、コミュニティ運営を始める際にそのサービスの機能やデザインを構築すると同時にコミュニティ運営によるリスクを考えコミュニケーショントラブルや犯罪行為を防止する必要があります。

そのためには、モニタリングの仕組み等サービスの監視モデルをあらかじめ準備してサイト運営を始めることが効率的であり望ましいと考えます。

監視事業者連絡会は今後コミュニティ運営を始めるサービス提供者のために、コミュニティサイトの監視業務の概要をご提案いたします。

はじめに

コミュニティサイトを健全に成長させるためには、利用者の自浄作用のみに任せているだけでは限界があります。コミュニティサイト内の利用者による投稿や交わされるコミュニケーションにおいて何が起きているかを認識し、違法や違反な行為を取り除くことによってよりよい環境を整備することが社会からも求められコミュニティサイト運営の重要な課題となっています。

コミュニティサイト運営の一環として利用者の投稿監視や巡回による見守りや利用者からの積極的な情報に適切な対応をするには、通常の顧客対応とは違った監視業務が必要となります。

ここでは監視業務をコミュニティ運営の中に取り込むために必要な考え方や定義などを解説しながら、監視体制を構築していくための選択の手助けになる内容を掲げています。

1. 自社コミュニティの分析と監視業務の分類

コミュニティサイトの監視業務を組み立てる際にはまず初めに自社のサイトでどのような書き込みが投稿され、どのようなコミュニケーションが起きているのかを情報収集し把握する必要があります。

情報収集の方法には下記の分類のような種類があります。

◎情報収集の分類

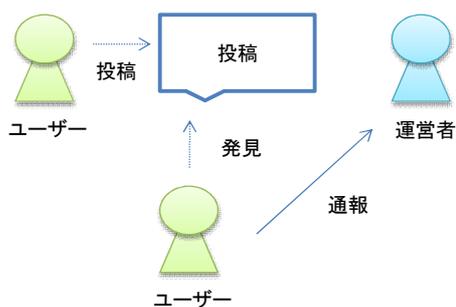
・ 通報対応による受動的な情報収集

通報対応は被害にあっている利用者や違法行為を目撃した利用者からの情報を受け取り対応する情報収集で利用者自らの行為がなければ収集できませんが、実際にトラブルが起きているところからの情報なので確実性が高いものです。

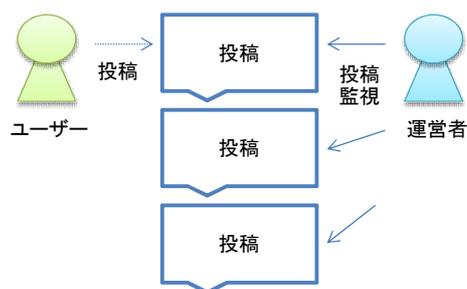
・ 投稿監視による能動的な情報収集

投稿監視や巡回は利用者が投稿した書き込みをサイト運営者が自ら積極的に確認するという事業者のアクションによる情報収集です。

【通報対応による受動的な情報収集】



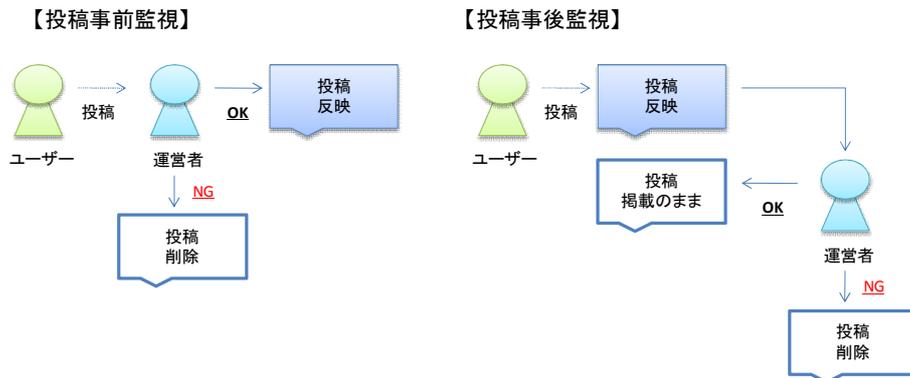
【投稿監視による能動的な情報収集】



投稿監視は以下の二種類に分けられます。

◎投稿時における分類

- ・ 投稿事前監視
- ・ 投稿事後監視



	投稿事前監視	投稿事後監視
投稿の本番反映	時間がかかる ※監視体制による	すぐ反映される
違反投稿の発見	すぐに発見でき、違反投稿が表に出ない	発見までに時間がかかる傾向がある

投稿が掲載される前に投稿内容を確認してから公開する投稿事前監視と、投稿されてから後にチェックを行う投稿事後監視となります。

事前監視は、投稿されてからチェックの時間がかかるのでリアルタイムに近い形で記事を掲載したい場合は常時監視となります。承認制の投稿システムとして事前にチェックすることに同意の上利用されます。

投稿事後監視の場合は一度投稿されてから後にチェックしますので、違反書き込みを発見するまでの時間が発生しますが投稿はリアルタイムに掲載されます。

どちらの監視をするかによって監視体制が大きく変わってきますので、はじめに検討しておかなければならない分類です。

◎メディアタイプによる分類

- ・テキスト監視
- ・画像監視
- ・動画監視
- ・音声・音源

投稿にはいくつかの種類があります。投稿される機能のメディアタイプにより、監視ツールも体制も大きく変わりますので、自社に投稿される内容を理解し監視体制を作ります。情報は、メディアタイプにより受けとる側の印象が異なりますので削除するための判断基準も異なります。

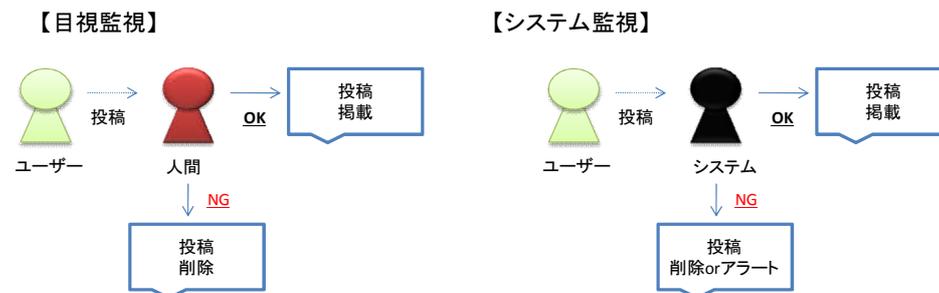
- ・掲示板、ブログ、コメント、小説などのテキスト監視

文章による書き込みすべて

- ・写真、イラスト等の画像監視
テキストよりも一瞬で多くの情報を受け取るので判断基準が厳しくなる
- ・動画監視
写真より動きと音声加わるためにさらに厳しい判断基準となる
- ・音声・音源監視
耳から入る情報のみによる判断基準となる

◎手法による分類

- ・目視監視 人的な目視監視
(メリット) 人的な監視により複雑な判断、きめ細かな対応が可能
(デメリット) 人の能力や経験、知識によって判断が異なる場合がある
人件費がかかるので相対的に価格は高くなる。
- ・システム監視 システムやツールによる自動監視
(メリット) 大量の投稿処理、24時間の稼働等、コストが削減できる
(デメリット) 複雑な判断ができない。目視より精度が大きく落ちる



	メリット	デメリット
目視監視	複雑、柔軟な判断が可能	判断者によるバラツキがある。 費用がかかる
システム監視	低コストで、大量の投稿処理が可能	微妙な判断ができない

手法による監視の分類は人的な目視監視かシステムによる自動監視に分けられます。多くのコミュニティサイトでは、システムによる自動監視と目視監視が組み合わさる場合が多いです。

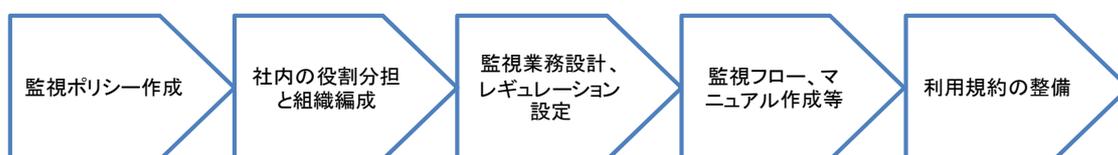
【目視監視×システム監視の組み合わせ】



自社のコミュニケーション機能の種類やその仕組み、利用者の対象年齢、属性、目的等を考慮し上記の分類からもっともふさわしい監視の方法を組み合わせ、選ぶことにより監視業務を組み立てていきます。

2. 監視業務設計

監視業務を組み立てる時にはじめに考えなければならないものが監視ポリシーです。まず初めに自社のサービスの特徴、および対象年齢、サイトの作りがオープン（HP・掲示板・ブログ等）かクローズ（会員制SNS等）であるか等を考慮し、全社的な自社のポリシーを確立します。



◎監視ポリシーの確立

上記以外の考慮項目

- ・ 青少年を対象とするかしないか
- ・ サービスの業態 コミュニケーション中心か、コンテンツ系、EC系かどうか
- ・ 公式かオープンサイトか（モバイルの場合）・第三者機関の認定をとるかどうかなど 等

ポリシーが決定したら具体的な監視業務の設計に入ります。この業務設計が出来上がれば運用監視の準備ができ、ツールの設計や監視事業者への委託相談も効率的に行うことができます。

◎監視業務設計

ポリシーに従い下記のレギュレーションを定めます。

- ・ 監視の日時、人数等、監視体制

- ・ 投稿件数と監視頻度
- ・ 機能ごとの監視手法（システム監視・目視監視）
- ・ カバー率（抽出監視の場合の書き込み全件に対する割合）
- ・ 優先順位
- ・ レポートの仕様

次に以下を定めます。

◎社内の役割分担と組織編成

- ・ カスタマーサポートとの役割分担
- ・ 緊急連絡体制

監視を組織の中でどのポジションに置くかも大変重要な要素です。健全性を保つためには組織の中で中立性を持たせることが効果的です。営業チームや、サイト運営チーム等の利害によって判断等が影響されないように組織の組み立てを考える必要があります。

まずは、監視業務とカスタマーサポートの役割分担などを決め体制を固め、次に監視業務の流れ、フローを作成し、オペレーションフローとします。

◎監視フロー

- ・ マニュアル作成体制を整えると同時に自社内の書き込み削除判断基準を作成します。利用規約の整備、ペナルティ基準等、削除基準は大変重要な要素です。

◎利用規約の整備

- ・ 警告およびペナルティのルール設定
- ・ 自社内の書き込み削除基準作成
- ・ 禁止事項 FAQ など

3. コミュニティサイトの監視体制の構築

自社のコミュニティサイトに合った監視業務の内容が決まったら、監視体制を構築していきます。監視体制には下記のようにいくつかの選択肢があります。

【監視体制の種類】

○自社内での監視→監視オペレーション 監視ツールの設計の検討が必要です。

（メリット）

自社内でのコミュニティ運用に含まれる形で監視業務を設計できるので、カスタマー対応も含めユーザー動向を捉えサービスの特徴もよく理解しながら、監視業務と運営が一体となり把握できる。マネジメントシステムが有効に働く

(デメリット)

管理ツールから人材の育成など時間とある程度のノウハウが必要となるため、経験のない事業者の体制構築は困難が予想される。経験がない場合は業務設計のコンサルなど専門家に依頼する必要もある

○自社内および監視会社の併用

(メリット)

自社内で監視業務の構築を設計した場合、ノウハウがたまりかつ経験のある監視業者と協業することにより質の高い監視体制を構築することができる。

(デメリット)

自社と監視会社の連携体制の構築などが複雑になる。また、監視会社、自社監視にまたがる領域での事案の場合、問題が発生した時には時間がかかりすぎる

○監視会社へ委託→監視ツールも含めての外部委託もあり

(メリット)

自社内にノウハウがなくても、最初から質の高い監視体制を構築することができる。

(デメリット)

コストをある程度見込んでおかななくてはならない。

4. 啓発教育コンテンツの整備

○問題を未然に防ぐためにはユーザー教育は重要なポイントです。

◎仕組みの中の啓発（アラート・注意書き等）

◎教育コンテンツの掲載

◎禁止事項の簡単な説明、FAQ ルールブック等

5. マネジメントシステムの構築

監視報告をもとに、人数、体制、基準の見直し、ツールの見直し、フローの見直しを行い、各部署との連携をとりながら、コミュニティサイト全体の運用へ反映させることが望ましいです。

最後に

以上が、監視事業者連絡会が、提案するコミュニティサイト監視業務ガイドラインとなります。基本的な部分の提案およびご提供になりますが、初めてコミュニティサイトを構築する事業者様にとっては、基本的なガイドラインとなると考えています。健全なコミュニティ育成および運営のための一助となれば幸いです。

2010年4月1日

監視事業者連絡会