長い間探しモノをしています。かなり時間をかけていますが、なかなか思うような結論がでません。気長に探そうと思っています。近頃は省分便利な世界になりましたので、大抵のことはインターネットから情報が得られるようですが、本当に必要な情報にたどり着くのはなかなか難しいものです。なによりネックは欲しいものがどういうものかよくわからないからです。今までの経験だけではどうしても心許ないし、新規開拓に踏み出すにはしっかり行き情報が手に入らない。地道にいろいろな雑誌や趣味のサイトも覗きますが、思うようではありません。

わけのわからない書き出しが長くなって失礼しました。探しているのは「温泉」です。長いお付き合いをいただいている方々には、「またか」といわれそうですが、なにより難しいのは「気に入るか？」です。

しかし、わくわくに、日本国内には有数の温泉地が目白押しですが、積極的に情報提供している温泉地でも、思いかけない感動を経験するのは、プロモーションとは別の世界だりします。おかげさまで、多くの方々から、たくさんのオースメ、キメツキをご紹介いただいていますが、なかなかクリアできていません。今も募集中です。

さて、自分用のデータベースは自分で作るしかありません。なぜなら、評価尺度に非現実性がないため、自分で判断しないとならないからです。そんなことはなく、好みに依存するからです。通常のデータベース構築は多くの特化した情報を何らかの方向性で標準化し蓄積していく、可能な限り容易に必要なときに引き出せるように努力した結晶です。そこに興味の偏りがないように、嗜好性は極力さけるよう注意します。だからこそ、たくさんのユーザーに利用してもらうし、財産としてのデータベースが後に残る財産になります。もちろん、情報は生き物ですから、メンテナンスをするのは重要ですが、状況が変わっぱくに択択方針を変え萬元にはいきません。でも、定義が違ってしまうような劇的な変化がおこらないでしょうし、価値観が180度変わってしまうかもしれませんが、すぐに対応できるか否か構築の柔軟性にかかってきます。また、どのような領域のどういう素性のデータを扱うかによっても左右されるでしょう。が、「お好み」は一般的に取りこむ中にはいきません。なぜなら、「心地よい」と、「いいなぁ」という評価はひとそれぞれ、十人十色だからです。作業的にするDBもあるでしょうが、そこには経営戦略が見え隠れしています（作成側には）。都合のよい情報が満載！かもしれませんが、情報の欲しい人と情報提供者の意向はしばしば逆反するものですので、それぞれの立場での条件を理解するのは困難なこともあります。どんな情報がわかるの？どういう情報が必要とされているのか、お互いの歩み方をハーディングが先進した今、大きな課題です。

実は、日頃お受けしている電話相談でも同じことが言えます。お電話をくださる方は何を必要とされているのでしょうか。どういう情報提供をしたら、またどのように提供したらご満足いただけるでしょうか？社内DBで解決できない部分の最寄るものが嗜好性ではいでしょうか？「あらどちら」といわれる対応をしたいものです。

なぜはともあれ、これから、どんより日々が流れる、パリアフリーが重要ポイントになるでしょう。いつまでも江戸っ子気取って、熱いお湯にこだわることができないか？お気に入りの旅館の女将がずっと元気でいてくれるといいんです。が、後継問題も他事情ではないです。海や山はいつまでも変わらずに想いを与えてくれるでしょうか？う～ん。なんておまえ。でも、生きている甲斐ですね。

第135回
長生きしたいものです。
三菱ウェルファーマ㈱
吉野 敬子

INFOSA Forum

-250-
情報の科学と技術 52巻 4号，250(2002)