講座 ◇ これからの情報担当者 ◇ 第6回

情報の分析・評価・付加価値化

シンクタンクにおける情報の収集・分析・評価

丸毛 一彰* / MARUMO Kazuaki

Information Analysis in think-tank research

Series ◇ Information specialist for a coming age ◇ 6

[著者抄録] 情報の収集・分析・評価を業務とし、情報に付加価値を与える活動を行っているシンクタンクを通して情報の分析、評価、付加価値化の一例について述べた。シンクタンクでの業務の流れを四つのフェーズに分けて紹介し、次に情報の種類と評価・分析について、定性的情報と定量的情報、調査方法（データベース検索、文献・資料調査、アンケート調査、ヒアリング等のフィールド調査、有識者による委員会での討議）とデータの加工・評価・分析、情報収集手段の選択等について述べた。調査研究課題における当初のフレームワークの重要性、収集した情報の付加価値化プロセスにおける分析視点の重要性等を指摘した。

[著者付与キーワード] 情報収集、情報分析、文献・資料調査、アンケート調査、ヒアリング調査、情報の付加価値化、シンクタンク

[Author Abstract] The activities of think-tank which provides value-added information service by analyzing and evaluating data are described. At first, the process of providing this service is explained in the four phases. Next, how to collect data eg. questionnaire, field investigation such as hearing and discussion in a committee by experts, how to select the method of collecting data, and how to process, evaluate and analyze data, are described. Regarding the information analysis, qualitative and quantitative analyses are explained. To provide better service, it is important that the information needed by client is clarified in the beginning and that data is analyzed based on the predicted result.

[Keywords by Author] information collection, information analysis, literature search, questionnaire, hearing, value adding to information, think-tank

* (株)科学技術と経済の会 研究部長 (〒102 千代田区飯田橋2-4-5) Tel. 03(263)5501
JAPAN TECHNO-ECONOMICS SOCIETY DIRECTOR OF RESEARCH DPT.
(4-5, Iidabashi 2-chome, Chiyoda-ku, 102)

1. シンクタンクの調査研究活動とは

シンクタンクでは、ハードな研究所とは異なり、情報の収集・分析・加工がその業務の中心となる。調査研究の対象が基本的に情報のみであり、どのような情報を収集し、どのように加工・分析するか、その結果をどのように表現するかということが、シンクタンクならびにシンクタンク研究者としての評価に重大な関わりをもっている。

本論では、このようなシンクタンクの調査研究活動を通じて、情報の収集・分析・評価がどのように行われているかを解説したい。

このようなシンクタンクの業務の流れをまず紹介しよう。図1に示すように、この流れは、何らかのクライアントからの委託によって実施される受託調査研究を例にとると、大略四つのフェーズに分けることができる。

1.1 フェーズⅠ：アイデア・ジェネレーション

まず、クライアント側に、シンクタンクに委託したい課題が生ずることからスタートする。このような課題は、概して明確な整理・検討がされていることは少なく、課題あるいは目標のみが提示され、目標とする最終情報に至るまでの方法、収集すべき情報の種類、必要とされる期間・費用などは、シンクタンクとの討議に委ねられる。

当会の場合、受託する調査研究テーマは、科学技術政策関連あるいは研究開発マネジメント関連のテーマが多い。ここでたとえば「今後の企業における基礎研究をどうするか」というテーマであったとしよう。そしてこのテーマのクライアントが企業である場合には、これに「わが社の」という言葉がつくことになる。さらにこのテーマを分析すると、

● 自社の基礎研究の現状把握

図1 シンクタンクの業務の流れ

- 自社のポテンシャル評価
- 他社動向
- 基礎研究として取り上げるべき研究課題
- 基礎研究に取り組むべき人材
- 組織・体制・マネジメントの方法論

など数多くのサブテーマに分けることができる。

また、これが官庁からの委託である場合には、

- 企業における基礎研究活動の実態把握
- 諸外国と比較した場合のポテンシャル
- 将来展望
- 国としての基礎研究強化の必要性
- 産学官のあるべき役割分担と、役割分担の中での企業の基礎研究の位置づけ
- 政府による支援政策の必要性

などがサブテーマとして挙げられよう。

そしてこれらのサブテーマは、それぞれ独立した大きなテーマとなるほど、やっかいであり、重要な問題である。これらのサブテーマの中から、クライアントにとって何が重要であり、何から手をつけるかという優先順位を決めていくのは、多くの場合、クライアントとシンクタンクの討議によってであり、受託調査研究の中でもこのフェーズⅠのプロセスはきわめて重要なプロセスである。

討議を通じて、クライアントのもつ問題意識を優先順位をつけて整理し、費用／効果を検討し、具体的にどのような情報を収集するかを予め決定しておかないことには、最終的な報告書の評価と直結する問題を生じることとなる。

このような討議を経て作成されるのが、クライアントからの調査研究仕様書であり、シンクタンクが作成する調査研究企画書、あるいは実施計画書である。

1.2 フェーズⅡ：情報収集

調査研究企画書に基づいて、具体的な調査研究活動に着手する。まず第一は情報の収集である。

この情報収集活動では、2種類の情報が集められる。一つは既存の情報であり、文献情報、新聞記事情報、データベース情報、統計データなど、

すでに一つのまとまった情報として、整理・蓄積・公開されたものを収集する活動である。既存の情報とはいえ、その収集にはかなりの努力を要する。

第一に、必要とする情報がどこにあるのかがよくわからない場合が多い。そこで情報の所在を把握することから着手し、主にデータベースを利用する。さらに、シンクタンクで利用する情報では、他のシンクタンクで調査したデータも貴重な既存情報であるが、これがグレイ・ペーパーの一つともいわれるように、同じシンクタンクにとっても、どのような情報がどこに存在するのかを把握するのはなかなか困難である。

第二に、データベース等によって、どこにどのような情報が存在するかを把握し、必要とする情報を集めたとしても、既存情報は本来必要とする情報とは異なった形態、整理の仕方であらわれているものがほとんどである。このため、本来必要である情報にとって、当該既存情報がどのような関係にあるのかを判断することが重要であるが、これは、集めてみなければ判断できないという側面が強い。このため、情報収集が大きなワークロードとなり、必要以上に多くの情報を集めておかなければならないということとなる。

収集する第二の情報は、既存の情報では集めることのできない新規情報である。これらは、

- 限定された相対的に大きな数の調査対象に対するアンケート調査
- 特定の代表的な情報保有者に対するヒアリング調査

その変形としての特定問題についての有識者による委員会の編成などの方法によって収集される。

このような方法による場合、シンクタンクとしての大きなノウハウは、誰がどのような情報を保有しているかという情報であり、多くの場合このノウハウを生かした形で調査が実施される。このノウハウの有無が当該問題に対するそのシンクタンクの知識・経験の多少を現すといってもよいだろう。

時にはこのノウハウの対象外の問題を受託する

時もある。この場合、どのような機関・人物が調査対象とする問題のエキスパートであるかを調査するためだけに、データベースを利用することもある。

1.3 フェーズⅢ：情報分析

これについては、詳しく後述するが、情報の分析で最も重要なことは、フェーズⅠのアイデア・ジェネレーションである。このフェーズでの問題の定義の明確さが情報分析的確さと密接な関連をもつ。

まず調査した情報が的確であるか否かもアイデア・ジェネレーションの的確さと大きな関連性をもっているが、集めた情報にどのような角度から切り込み、情報のどのような側面に着目していくか、収集情報から何を切り出してくるのがポイントとなる。このため、切り込み角度を決める当初のアイデア・ジェネレーションの適否が重要となるのである。

1.4 フェーズⅣ：情報の集大成—報告書の作成

最終的にシンクタンクの仕事は、報告書という形態に集約的にまとめられる。この報告書は、調査研究の内容によって次のように大きく二つのタイプの報告書に区分できる。

- ① データ収集を大きな目的とした調査研究の場合：データそのものが大きな意味をもつ場合
- ② 調査データから読み出された結論あるいは方針・提言・方策論が大きな意味をもつ場合

①の場合、報告書にとりまとめられる調査データを簡潔にまとめるのであるが、クライアント側での報告書の利用を考慮すると、できる限り多くのデータを記載しておく必要がある。また、集めた情報をどのような形で表現するか、クライアントの意向に沿った情報をどれだけ多く集めたかが、シンクタンクとしての評価に関わることとなる。特に情報の表現形式というのは重要なポイントである。

②の場合、情報の加工ならびに配列が重要である。というのは、調査研究結果として、クライアントのもつ問題意識に対する何らかの方針・提言・方策論を組み立てるためには、それを裏付ける報告書全体のストーリーが必要であり、ストーリーに沿った情報の加工・配列がストーリーの意義を決定するからである。

また、①②のいずれの場合も、クライアントのねらいに沿った報告書をまとめるのではあるが、これは必ずしもクライアントに都合のよい報告書をまとめることを意味してはいない。場合によっては、クライアントの当初の意向とは逆の結論が得られる場合もある。当然クライアントの反発が予想されるが、その反発に対して説得性をもたせるためにも、具体的な情報、データが重要な意味をもってくるのである。

2. 情報の種類と評価・分析

2.1 定性的情報と定量的情報

シンクタンクの調査研究の過程で収集する情報は、大別して定性的情報と定量的情報に分けることができる。これは換言すれば、大ざっぱに言語的情報と数値的信息と言うこともできる。

定性的情報は、調査した対象・事象の具体的な質の意味を表す情報であるが、情報そのものに何らかの価値判断が含まれている場合が多い。このような意味で、定性的情報は評価を含んだ情報と位置づけることができよう。

情報そのものに評価が含まれることには、十分な注意が必要である。それは、情報ソースの側の判断が含まれているということであり、その判断そのものが適切であるか否かを情報収集の際に十分吟味しておくことが必要である。

具体的な例を挙げると、様々な研究開発プロジェクト事例の推進過程を調査し、様々な事例から我が国の企業の一般的研究開発推進プロセスを分析しようとした場合、具体的に企業等で進められた研究開発プロジェクト事例を調査することになる。

このため企業でその研究開発に携わった研究者の協力を得て調査を進めることになるが、多くの事例調査では、自社にとって不都合な事柄はなかなか話したがらない。逆に都合のよい事柄は、必要以上に強調されるきらいがある。成功した研究開発プロジェクトでは、そのプロジェクトに関わった多くの人物が皆一致団結して協力し合い、プロジェクトの推進過程での資源配分・意思決定が適切に行われたというデータが多くなる。これは正しいことかもしれないが、調査に際しては、具体的にそれを裏付ける何らかの他の情報を得なければならない。

「経営者が積極的にそのプロジェクトを支援してくれた」という表現は、成功したプロジェクトの常套句のようなものである。そこには情報提供者の判断が入っているわけであるが、「経営者」とは具体的に誰か、「積極的に」とは具体的にどのような事柄を決定し実行したのか、「支援」とはどのようなことをやったのか、ということを確認しておくことが必要である。むしろ、これらの点を問い質すと具体的な事柄は何も得られないケースの方が多い。この情報が得られていない場合、「経営者が積極的に支援してくれた」という質的情報は、何の意味ももたない。

分析に際して、具体的事柄が何もなかったことを確認していた場合としていない場合では、われわれの経営者の役割についての判断はまったく正反対となることが想像できよう。このような情報収集時点での確認作業は、後で実施する分析作業に決定的な影響を及ぼすのである。

一方、定量的情報あるいは数値的情報においては、情報そのものには価値判断が含まれていない。そこで様々の定量的情報を組み合わせ、加工することを通じて、その数値からクライアントにとって有用な意味・価値を引き出すことがシンクタンクの仕事ということになる。

この作業は、当初の問題設定の段階（フェーズⅠの段階）での作業がきわめて重要な意味をもつ。問題の定義があいまいであると、どのような数値的情報を収集すればよいのか、その情報をどのよ

うな切り口からまとめあげればよいのかが明確とはならない。必要以上に多くの数値的情報を集め、必要以上に多くの労を必要とすることとなる。また多くの情報を集めた割には、評価・分析段階では捨てる情報ばかりが多くなるという結果をもたらす。

特に何らかの方針・提言・方策論を結論とするような調査研究においては、これらの方針・方策論を展開するための論理構成がポイントとなり、その論理構成を裏付ける数値的データが最終的に意味をもってくるのである。このため、問題設定の段階で、最終的に予想される方針・方策論をしっかり把握できれば、そのための論理構成も予め予想でき、その裏付けとして必要な数値的データの量と内容も予測できるのである。

2.2 調査方法とデータの加工・評価・分析

調査方法については、先に触れたように既存情報とそうではない場合では、大きく異なった調査方法がある。これを大別すると、

①既存情報の調査方法

- データベース検索
- 文献・資料調査

②既存情報では得られない情報の調査方法

- アンケート調査
- ヒアリング等のフィールド調査
- 有識者による委員会での討議

などである。

2.2.1 データベース検索

われわれにとって、データベース検索の最大の特徴は、その網羅性にある。漏れのないデータ収集を行うために、データベース検索を行う場合が多い。これは、調査研究の初期段階でまず網羅的に把握するために実施する場合と、最終段階で漏れがないか確認するために実施する場合とがある。

かつて我が国の科学技術の水準を分野ごとに分析・評価するために実施した大規模なデータベース検索においては、各分野の科学技術論文を収集したが、この場合どのようなキーワードで検索す

るかについては、当然のことながら当該分野の専門家のアドバイスを受け、またデータベース機関とも相談しながら検索を実施した。その結果得られたデータは、抄録のみを出力したにもかかわらず、フォールド紙で2 mにも及ぶ量となった。データベース検索では、このようなことはよくあることである。

この膨大なデータの加工は、われわれの目的からみて、一応1件1件の論文をチェックしながら、当該分野での日本の論文件数と米国等の論文件数とを比較するという方法を取り、最終的には数値的データに加工して利用した。本来ならば、件数のみであればこのように膨大な作業を伴わずともできるのであるが、選択したキーワードの不確実性もあり、そのために1件1件の論文を確認するという作業が必要であった。

また、ここで得られた個々の論文の質については、データベース検索ではまったくわからない。このため、我が国の科学技術の水準を分野ごとに分析・評価するという目的のためには、質の評価については専門家に対するヒアリング調査により、それを裏付けるデータとしてデータベース検索の加工データを利用したのである。

2. 2. 2 文献・資料調査

書店で販売されている文献については、現在では文献データベースが発達し、どのような文献に当たればいいのかという問題はかなり楽になった。

またトピックス的情報についても、新聞記事情報データベースがあり、特定のトピックスについて時系列的に追跡調査することも可能である。

これらの情報は、多くの場合調査研究目的に対する付帯的情報であり、結論に影響を及ぼす種類の情報ではないが、文献著者の論点整理、トピックス情報の時系列的整理など適切な加工を施すことによって有用な情報として利用できる。

統計データについては、幸いなことにわが国では多くの信頼できる統計データが公開されており、これらの統計データを特定の角度から集大成・加工・分析すること自体が、有効な情報獲得の方法となる場合も多い。しかし、特に諸外国と

の統計的比較を実施する場合、各国の統計の基準が異なっている場合も少なくなく、同一の用語を用いていても統計量としてカバーされている範囲が異なっていることもある。

これは、それぞれの国の社会・経済的背景が異なっていることがその根にあり、たとえば大学の研究に関する統計データを例に挙げれば、大学制度、入試制度、講座制・研究室制、国との関わりなどの基盤が異なる国と我が国とを比較する場合に、これらの事柄についての定性的データの把握の上に立った統計データの利用に留意しないと、大きな間違いを犯すともなってしまう。

統計データの加工・分析では、このように定性的バックグラウンドを的確に把握した上での利用ということが重要となる。統計データの裏にある構造的背景を把握することはなかなかむずかしいことではあるが、統計データという数値データの加工・分析が一見容易であり説得性をもつが故に、この点は特に留意することが肝要であろう。

情報へのアクセスがむずかしいのは、先にも触れたように、他のシンクタンクが調査したデータなどのいわゆるグレイ・ペーパーである。これらの資料には、一般刊行物にない即時性や特定の問題を掘り下げた比較的質の高いデータが掲載されているものも多く、入手できれば有効に利用できるものが多い。

企業等の秘匿情報は、本来入手は無理であるとしても、官公庁等のまとめた各種資料については、公開が原則とされている。しかしこれらの情報についても、その所在を把握することはなかなかむずかしい。

シンクタンクの場合、それぞれの分野での専門性をもった研究者の育成に努力しており、そのような専門性をもった研究者は、常時自らの領域に属する情報の所在に注意・監視しているのが普通である。このようないわゆるグレイ・ペーパーについても、どの程度把握しているかが、シンクタンク研究者の一つの評価につながるゆえんである。

2. 2. 3 アンケート調査

アンケート調査は、既存情報にないデータを得るために最も多く活用される調査方法である。この調査の場合、特に留意しなければならないのは、「たかがアンケート、されどアンケート」という点である。

まず「たかがアンケート」というのは、設定された調査項目に対して、いくつかの選択肢を準備するという、簡便な調査方法で収集できる情報というものは、大きな限界をもっているということである。いわば一切の個別性・差異性を排除した一般的情報が、アンケートから得られる情報である。このためにこの情報を基礎に論ずることのできる事柄には、その情報の質に縛られた限界があることを忘れてはならない。

一方、「されどアンケート」というのは、こちらが期待する形で設計し、それに基づく具体的データが把握でき、しかも統計量として利用できるデータとしての価値は、非常に大きいということである。先に一般的情報しか把握できないことがアンケートの限界であることを指摘したが、この限界をしっかりと踏まえておけば、アンケートの一般的情報は十分な利用価値がある。

また、アンケート調査では、調査票の設計がデータの質、回収率等を決定する。個々の調査項目について、そのデータをどのように利用するのか、そのデータによって何を論じたいのかを、予め明確化しておくことがポイントとなる。回答者にとって、調査意図が理解できる設計が必要である。

よく見られるアンケートの例として、「せっかくアンケートを実施するのだから、この際あれもこれも」という調査である。経験的にも特にクライアントからこのような意見がでる場合が多い。しかしながら、このようなアンケートの設計は愚かなことと言えよう。

第一にその結果、調査項目が無用に増加し、回答者にいらぬ負担をかけることになる。第二に調査意図が不明確となり、第三に結果的に利用できない調査項目が多くなる。

アンケート調査は、簡便な方法と見えるが、実

は調査項目の設定、それに対する選択肢の設定には専門性が要求されるのである。回答者は調査対象分野の専門家である場合が多く、調査項目や選択肢をみれば、調査実施者がどの程度問題を理解しているかがすぐに見えてしまう。簡便な方法であるが故に注意しなければならない点だろう。

2. 2. 4 ヒアリング等のフィールド調査

アンケート調査は、調査データを統計的データとして利用できる調査方法であるが、質的には底の浅い情報しか得られない。質の高い情報、鮮度の高い情報を得る方法としてヒアリング等のフィールド調査がある。特に調査対象分野の専門家に対する詳細なヒアリング調査からは、文献・資料調査やアンケート調査とは比較にならないほど質の高い情報が得られるのは当然のことである。

しかし、この方法で得られる情報は、アンケートとは逆に特定の識者等のもつ意見や経験であり、個別性・差異性の高い情報である。このためこの情報は一般化することが非常にむずかしい。これはその情報の加工・評価・分析が非常にむずかしいということであり、いくつかのヒアリング調査結果を横並びに比較検討しても、一般的結論を出すことができない場合が多い。

さらにヒアリング調査からの情報には、回答者の価値判断・評価が含まれている場合が多い。その価値判断・評価の適否・真偽を評価するには、その事象を巡る周辺的情報を的確に把握しておくことが不可欠である。

さらに、この周辺情報を的確に把握しておくことは、回答者が語らなかった、あるいは語るのを避けた事柄を判断・評価するためにも重要である。そして、調査結果の加工・評価・分析に際しては周辺情報の厚さ、周辺情報を踏まえた分析が不可欠である。

ヒアリング調査は、調査者のヒアリング・テクニックのむずかしさもさることながら、このように多くのむずかしさ、調査結果の加工・評価・分析のむずかしさをもつ方法なのである。

同様のことは、有識者による委員会での討議という情報収集方法についても言える。この方法は

一種のヒアリング調査と位置づけることができる。ヒアリング調査と同様に、調査者側の調査意図、分析視点が明確でなければ、調査手段としてはあまり役に立たない。「先生方を集め、議論してもらえば何かでるだろう」という姿勢は無駄な姿勢である。

2.3 情報収集手段の選択

このようにシンクタンクの調査研究において、情報の収集手段にはそれぞれの長所・短所がある。具体的な調査研究の実施に際して、この中からどのような手段を選択するか、組み合わせるかということは、シンクタンク研究者の知恵を絞るところでもある。

このような手段の選択は、おおむね調査の企画段階で決定するが、これを決める判断要素となるのは、具体的な調査研究の成果として何を、どうまとめるかという青写真である。調査研究の対象とする問題によって、当然、情報収集方法は異なるのであり、結論の青写真が初期段階で描けていない場合、情報収集手段の選択に苦慮する、あるいは誤った方法を選択し、まとめの段階で大変な苦勞をする結果となる。

2.4 情報の加工・評価・分析

情報の加工・評価・分析においても、重要なことは、収集した情報をどのような角度から加工・評価・分析するかという切り込み方である。これが情報に付加価値を与える作業となる。これは、やはり調査の初期段階（フェーズⅠ）ですでに計画されていなければならないことであり、その計画に沿って情報収集もなされる。

同一の情報でも加工・評価・分析の際の切り込み方によって、異なった加工情報となり、異なった結論が導かれる。

調査研究担当者としては、フェーズⅠの段階でこの加工・評価・分析の仕方のイメージをもっていることが要件となる。収集した情報を前にして、これをどのように加工するか、分析・評価するか、どのような結果が得られるかを議論することは通

常は行われない。

さらに、情報の加工に関連して、収集した情報や加工した情報を報告書にどのように表現して記載するかというのも大きなポイントである。これは、図にするか、表にするかという問題もあれば、図や表にまとめる際にどのような形で表現するかという問題もある。さらにこれらの情報・データをどのような順番で掲載していくかという問題もある。

定量的情報であれば図表表現が比較的容易であるが、問題は定性的情報の表現方法である。特にヒアリング調査等で得られた個別的情報については、回答者の匿名性が要求される場合がほとんどであり、匿名性を保持しながら有用な定性的情報をきちんと提示するためには、多くの工夫や経験が必要とされる。

報告書の評価に、このような調査データの提示の仕方は密接に関わっており、シンクタンク研究者としては、上手な情報表現の方法を学ぶというのは苦勞が多いところである。

3. シンクタンクの調査研究の特徴

シンクタンク業務は、情報そのものを対象とした業務であるが、最後にその特徴とでもいえるべきものを挙げておきたい。

その第一は、シンクタンクの研究員はそれぞれの専門分野とでもいえるべき柱をもっているということである。自分自身専門とする分野をもたなければ、シンクタンク研究員としては一人前とはいえない。クライアントとの関係においても、クライアントは、そのシンクタンクにどのような柱をもった研究員がいるかを判断した上で仕事を発注するのである。

このような前提のもとに、すでに企画段階：フェーズⅠの段階から調査すべき問題の分析・設定、収集すべき情報の質と種類、情報収集手段の選択、収集情報の分析視点、まとめに関する青写真の設定が可能となるのである。

第二にシンクタンク研究員は、企業等で、たと

えば個体物理を掘り下げて研究している研究者のような突出した専門性というのではない。しかしながら、突出した専門性はないものの、自分の柱とする領域に関連して、社会的・経済的問題、技術的問題、企業組織についての知識、意思決定プロセスについての知識等、幅広い知識が要求される。

前者を縦型知識と言うならば、シンクタンク研究員の知識は横型である。このような横の広がりによって情報の付加価値を生み出しているのであり、このような知識の体系が基礎となって個々の研究員の柱が形成されていると考えられる。

したがって、情報の収集・加工・評価・分析、ならびに報告書の作成という作業は、この横型の

専門性をどのように発揮するかということと密接に関わってくるのである。

4. 最後に

この連載企画の中で、シンクタンクの業務の紹介は、異質なものであると思われる。シンクタンク業務の中での情報の収集・加工・評価・分析の仕方というものが、どのような人物によって、どのような考え方で、どのようになされるかを紹介したつもりだが、各企業の情報担当者の方々にどの程度ご参考になったか不安が残る。多少なりともご参考になったとすれば幸いである。

訂正とお詫び

当講座〔第5回〕「多様化するオンライン検索システムへの対処」の本文中に誤りがありましたので、下記の通り訂正し、お詫びします。

p440 左段下から3行目より同最終行まで

により確認できるので、ぬぐい去られている。利用複数DBのうち、どこから、データを優先して残すのか? 「DIALOG では、データベースへの登録日の新しいものが自動的に残されるように処理している。」

により確認できるので、ぬぐい去られている。利用複数DBのうち、どこから、データを優先して残すのか? 「DIALOG の One Search では、最初から優先データベースをユーザが指定して、出力できるようになっている。」