

ウィンドウズ98 ついに発売

発売記念イベントを米国から現地取材。

6月25日、一時は発売停止の危機もあったウィンドウズ98が米国で正式に出荷された。本誌が発売される数日前の7月25日には、日本でも店頭に並んでいるはずだ。ウィンドウズ95の発売日に見られたあの盛り上がりは今回もあるのか。そして、ウィンドウズはこれからどこに行くのか。サンフランシスコで開催された発売記念イベント「ルート98」そして気になる発売日の模様を現地からレポートする。

文/写真: 山田祥平



ルート98を走るウィンドウズ

1998年6月25日、米国カリフォルニア州サンフランシスコにおいて、ウィンドウズ98の正式出荷をアナウンスする記念イベント「ルート98」が開催された。

会場はダウンタウンに近く、北の海際に位置するFort Mason Center。元軍事施設だったところだそうで、倉庫のような建物がイベントホールとして供されていた。この建物の中に、道路のような装飾を施したステージを仮設、約600人の観衆を集めてのセレモニーだった。

「ルート98」が「ルート66」をメタファーにしたタイトルであることは間違いない。ルート66というのは、イリノイ州のシカゴとカリフォルニア州L.A.を結ぶハイウェイで、現在ではいくつかの州間ハイウェイに置き換えられて実在しない道路となっている。古くからアメリカのマザーロードなど

と呼ばれてきた伝説のハイウェイだ。歌やドラマにも取り上げられ、米国人ならずとも、その名前に郷愁を感じる方は少なくないはずだ。

セレモニーは、ウィンドウズ担当の上級副社長であるブラッド・チェイスによる新機能の説明で始まった。FAT32によるフリースペースの増加や、ウィンドウズアップデートによるシステム環境の変更、起動の高速化などをアピールし、「これをやるときはいつも緊張するんだ」と笑いながらも、同社にとっては今春のCOMDEXでデモに失敗した鬼門のUSBやWebTVフォーウィンドウズのデ

モンストレーションが行われた。

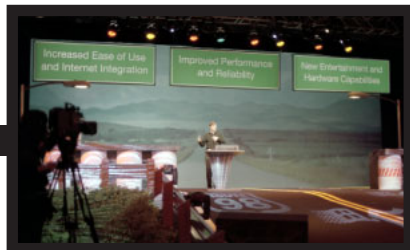
デモに続くビル・ゲイツの基調講演では、道路ネットワークの発達やクルマの普及浸透の歴史と、PCインダストリーの歴史を比較しながらプレゼンテーションが進められた。

ゲイツ氏は、クルマの普及はジオグラフィー、エンターテインメント、コマースといった要素の発展に寄与したが、PCはそれに加えて、教育や政治にまで影響を与えようとしていることを強調。今、PCはクリティカルマスに達しようとしていて、西暦2001年における家庭でのPCの普及率は60パーセントに達するだろうとの予測を明らかにした。

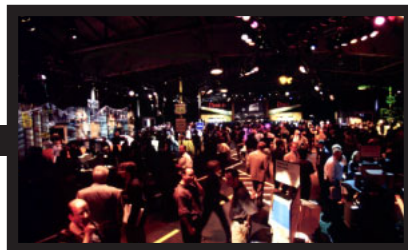
ウィンドウズ98に課せられた使命は、家庭にPCを普及させる牽引力となることであり、企業で使われるOSとして推奨してはならないということをはのめかすものだ。これからマイクロソフトは、ウィンドウズ98を武器として、いよいよ本気でコ



ルート98の会場 Fort Mason Center



ルート98の真ん中で基調講演を行うビル・ゲイツ



展示会場の床もハイウェイさながらの装飾



ンシューマ市場を狙っていくという宣言ともとれる。なぜなら、ウィンドウズ98はマイクロソフトがホームユーザーに特化して開発した初めてのウィンドウズであるからだ。

ちなみに、ウィンドウズ95のコードネームは「シカゴ」であり、この都市はルート66の起点だ。しかし、母なる道66号線はウィンドウズ98のコードネームとなった都市「メンフィス」を通らない。マイクロソフトはウィンドウズ98をウィンドウズの歩みにおける1つのマイルストーンであるとアピールしているが、結果的には大きくかつ偉大な遠回りであり、将来にはウィンドウズの本流とは違う重要なバイパスとして語られることになるのかもしれない。

PCにとっての次の課題 「アクセシビリティ」

ブラッド・チェイスのデモンストレーション中、何本かのビデオが上映されたが、中でも特に印象的だったのは、ウィンドウズ98のアクセシビリティ機能を取り上げたクリップだった。

2年前に銃撃の犠牲になり、障害を持つ体になってしまったシカゴ在住の男性警察官が、今現在はパソコンを使って活動的な生活を送っている様子が描かれたもので、大きなアイコンが配置されたデスクトップを音声によってマウスやキーボードをコントロールする映像が上映された。

ウィンドウズは、3.xの時代からそのアクセシビリティを重要なテーマとしてとらえてきている

が、ウィンドウズ95のOSR2でユーザー補助の機能が充実し、ウィンドウズ98ではユーザー補助ウィザードや拡大鏡のようなユーティリティが提供されるようになり、その機能は大幅に強化されている。

こうした点だけを見て、ウィンドウズ98にアクセシビリティがあると安易に言い切ることはできないし、健常者がそれを評価することも難しい。当然、プロダクトを提供する側のマイクロソフトとしても、こうした表現でしか緻密な対応のアピールはできなかったのだろう。

いずれにしても、こうした大きな企業が自社製品に対してアクセシビリティの機能を持たせることに積極的になっていることは決して悪いことではない。さらなるアクセシビリティを追求していったほしいものだ。

98よりもバーゲンが気になる 米国ユーザー

3年前のあの日は実に印象的だった。1995年8月23日の午前0時、シアトル郊外のサウスセンターショッピングモールの一角にある全米最大手のコンピュータチェーンの1つCompUSAでは、ウィンドウズ95のパッケージを手に取り買い急ぐユーザーの姿をたくさん見ることができた。

そして1998年6月25日、マイクロソフトは出荷記念のメインイベントの会場に、お膝元のシアトルではなくサンフランシスコを選んだ。そしてこの日の午前0時過ぎ、霧雨の中ダウンタウンの

CompUSAには約100人の客が並んだ。またちょうどその時間、サンフランシスコから約50km離れたシリコンバレーのCompUSA サンタクララ店では、1000人近い行列ができていたという。

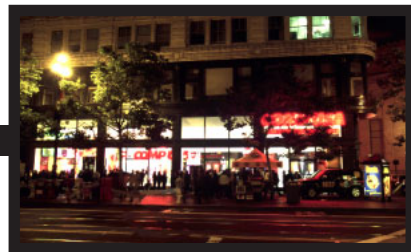
3年前との違いがおもしろい。95のときには客のほとんど全員がウィンドウズ95を手にしたのに対して、今回はウィンドウズ98のパッケージを購入する客がそんなに多くはなかった。PCが98ドル、CD-ROMドライブが98セントといった併催のバーゲンが目当てだったのか、印象ではウィンドウズ95のパッケージをレジに持って行くユーザーは、4人に1人といったところだろうか。

実は、この発売日より10日前となる6月15日、全米のパソコンショップの店頭にはすでにウィンドウズ98 プレインストールパソコンが並んでいた。いわゆるフライイング販売だが、流通の都合で「ありうる」とマイクロソフトが認めた正規のフライイングだ。ちょうどこの日、ニューヨークのCompUSAでコンパックのPCにウィンドウズ98が搭載されて展示されているのを目撃したが、探そうとしないければ素通りしてしまうところだった。

こうした状況を見る限り、既存のパソコンユーザーにとってウィンドウズ98は決して盛り上がりの対象ではないように見える。が、今後、家庭に入っていくパソコンはほぼ100%がウィンドウズ98をプレインストールしたものになるのだろう。だとすれば、マイクロソフトはもちろん、PCメーカーにとっての正念場は、発売直後のこの時期ではなく、クリスマスシーズンだといえる。



ウィンドウズ98のテストに参加した子供たち



発売当日の午前0時、CompUSA前に並ぶ約100人の客



ウィンドウズ98を素通りしてバーゲンへと向かう客たち



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp