サイバービジネス風水師

今泉 洋の

CoolLogic

過去に引きずられない発想

メディアにはいろんな機能がある。
パッケージとしてまとめられた情報を多くの人に届ける流通機能、まとまっているとは言い難い情報のフラグメントを相互に交換する
コミュニケーション機能、いろんな形の情報をしまっておいて都合に合わせて引き出す記憶機能……などなど。
アナログメディアでは多くの場合、これらの機能がベースとなる仕組みに組み込まれ、
その物理的構造と分かち難いものとして最適化されてしまっている。
我々はこうした形に馴染んでしまっているため、メディアの応用スタイルを新たに開発しようと思ってもなかなか意識を切り替えるのが難しい。

たとえば「テレビ」。
従来の考え方では、テレビは情報パッケージ流通のための仕組みである。素人の撮影したビデオやビデオメールが放送されたり、
素人参加のバラエティー全盛の時代(もちろんショウ的要素あればこその話だが)でも、
テレビがコミュニケーション的なメディアだという認識は乏しい。
また、現状では「チャンネル切り替え」という選択肢だけが拡大されようとしているため、
簡単自在に情報を取り出すための情報貯蔵メディアになるかもしれないという感覚は薄いようだ。
というわけで、テレビがデジタルプラットフォームに載った場合の訴求ポイントも「スケーラブルで、よりきれいな画面」とか、
せいぜい「好きな映画パッケージがいつでも見られるビデオ・オン・デマンド」程度のものになってしまう。
こんな調子だと、なんだか未来はあまり面白い世界ではなさそうだ。
もっとも、生まれたときからマルチメディアPCがあった世代に言わせれば「そんなはずはない」ということになるだろう。
なぜならコンピュータという汎用機械は、前時代的なアナログ世界の制約から解き放たれたデジタルプラットフォームであり、
その上に根源的な視点からメディアのさまざまな機能を統合して、まったく新しい応用スタイルを作り出すことができるからだ。
そして、マルチメディア処理能力を持つ無数のコンピュータが作り上げるネットワークとしてのインターネットは、
こうした新たな用途の開発に向けた社会的実験の場として、マーケティングの場として重要な役割を果たすはずだ。
インターネットの新しいフェーズを考えるとき、従来の評価スケールの延長線上に回線容量の拡大や既存メディア並みあるいは
それ以上の表現機能を実現することも重要だが、それだけに留まらず、
新しいスタイルのメディア統合的環境を実現しようとする試みこそが求められるのではないだろうか。

メディアプランナーのための
クリエイティブデザイン批評

インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

Clinton Testimony Video

絶妙のタイミングでデビューしたビデオ検索サービス

Clinton Testimony Video

http://video.altavista.com/cgi-bin/avsearch/

98年最大のメディアイベント 米大統領のビデオ証言

98年、世界的に注目されたイベントの1つに、現職米国大統領の連邦大陪審での宣誓証言という前代未聞の事件がある。

証言の内容が不倫疑惑に関したもの（本来的には司法妨害および虚偽の証言容疑）という、大統領としては不名誉極まりないものだったことが世間の野次馬的興味をかき立てたのは間違いない。それもさることながら、証言がビデオで行われたため、“不適切な行為”について語る大統領の生々しい姿がそのまま報道されるというメディア史上初のできごとになった。このことが世界的な関心を呼ぶ最大のきっかけになったと言ってもよいだろう。

ところで、昔から「新しいメディアが普及するためには、社会全体が興味を持つような何らかのビッグイベントが必要」という説があるが、メディアとして新しい地位を固めようとしているインターネット業界にとって、この事件は社会的認知を得る絶好のチャンスとなったようだ。

ビデオ公開以前の9月11日、事件の全容をまとめた報告書「スターレポート」が公開され、報告書を読むためにインターネットのアクセスが一時的に集中したことも評判になったが、なんと言っても注目されたのは、21日に公開された証言ビデオのストリーム提供である。

このビデオを放映したウェブサイトではアクセス数が軒並み新記録を更新し、何十万というビデオ再生ソフトがダウンロードされた。リアルプレーヤーの開発元であるRealNetworks社や、インターネット放送のインフラを支える企業にとっては非常によいパブリシティーになったようだ。実際、CNNやBBCなど大手のメディア企業のサイトに映像や音声を供給しているbroadcast.com社の株価が跳ね上がるなど、期待以上の宣伝効果を上げることができたという。

というわけで、放送と違って見たいときに見られるインターネットならではの特性が見事に発揮されたこのイベント、インターネット上のストリーミングサービスもメディアとしての実力を評価され、メデタシメデタシ……ではあったのだが、実はこうしたマスコミ的に派手な話とは別に、インターネットの可能性という点からはもっと注目されてしかるべき試みも行われていた。それが検索サービスの雄「AltaVista」とビデオ検索ソフトを手掛けるVirage Incorporated社（http://www.virage.com/）が共同で提供を開始したクリントン証言ビデオの検索サービス「Search Clinton Testimony」である。

デジタルメディアならではの 精緻なビデオ・オン・デマンド

クリントン大統領の証言ビデオは全体で4時間にも及ぶ。このため、MSNBC（http://MSNBC.com/）のように見どころだけを抜き出したり、BBCやCNNのように見どころと4時間分のビデオをそのまま、あるいは全体を分割してストリーミング化して提供しているサイトがほとんどだった。つまり、ユーザーはせっかくインターネットを利用しながら、伝統的なマスコミの編集が施された情報パッケージを見るか、あるいは長時間のビデオをずっと見続けるしかなかった。オンデマンド式で提供されていても、リクエストできるビデオシーケンスの区分が大きいため、自分の興味に応じて「見たいときに見たいところを見る」というわけにはいかなかったのである。

これに対してAltaVistaとVirage社の提供したサービスは一味違っていた。

Virage社のビデオカタログ化技術では、ビデオストリームに対してキーフレームやタイムコード、テキスト情報、オーディオデータなどのメタデータを自動的に抜き出し、フレーム単位の精度でのインデックスを作成する。こうして生成されたインデックスデータを検索エンジンと組み合わせて使えば、ビデオのシーケンスをテキストや静止画のような感覚で検索し、再生することが可能になる。「Search Clinton Testimony」の場合には、Virageの「Video Cataloger」がビデオから生成したデータを埋め込んだHTMLを作成し、これを通常のウェブページに対して行うような形でAltaVistaの検索エンジンが登録して、ユーザーに提供したという。

このようにして、ビデオの興味のある部分だけをキーワード検索してその冒頭にジャンプし、そのシーケンスだけを見るといった非常に細かいビデオ・オン・デマンド（VOD）が可能になったというわけである。

ごちゃごちゃ説明するよりも実際に使ってみると、その面白さや可能性が実感できる。たとえば「inappropriate」で検索すると19、「sex」では24、「oral」では13という具合に、通常のキーワード検索と同様、検索結果に相当するビデオのシーケンスがタイミング付きでリストアップされる。

ここでビデオショットに付いているボタンをクリックすれば、このシーケンスがストリーム再生される。また、右側のトランスクリプトが埋め込まれているプルダウンボタンで発言内容を確認して設定すれば、大統領がその言葉をしゃべっている時点からビデオをスタートできるという具合である。

インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

広がるウェブのリソース貯蔵庫としての可能性

クリントン大統領としては、発言のトランスクリプトが云々されることくらいは覚悟していただろうが、まさか自分のビデオ証言がここまで微に入り細に入り分解され、しかも世界中からチェックされようとは思わなかったに違いない。まったく最悪のタイミングでビデオ証言をしたものだという気がするが、逆に言えば権力を持つ者はその発言の一言一句まで、すべからく委任者の前で厳しく検証されるべきだというアメリカ的な精神を世界に向けて、なおかつ最新のハイテク技術を使って体現してみせた極めてユニークな大統領として歴史に記されるかもしれない。であれば同時に、AltaVistaとVirageの「Search Clinton Testimony」は近年にない見せ場に最高のタイミングで登場したニューテクノロジーとして、高く評価されることになるだろう。

ビデオのカタログ化による細かなVOD技術そのものは実用化されてから1年ほどになるというが、これまではもっぱらイントラネットなど、主に大企業内でのビデオのインデックス作成用に利用されており、一般向けの応用事例はなかった。こうした状況で登場したこのサービスは、現在のところウェブ上でビデオをあたかもテキストのように検索し、ナビゲートできる唯一のストリーミングアプリケーションである【注1】。と同時に、この技術をウェブ版という形に置き換え、広く世界中にデモンストレーションして衆目を集めることに成功したという意味では、インターネットを使った最高のマーケティング事例でもある。

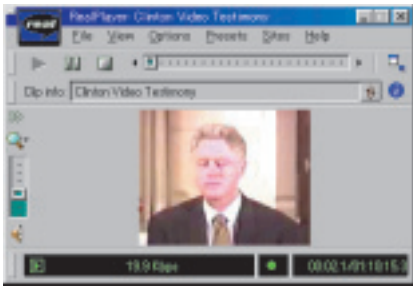
ビデオのストリーミング技術が普及することで、インターネット上でも普通のテレビやケーブルテレビと同様のリソースが見られるまでになったのは喜ばしいが、残念なことにそのクオリティーはまだ「動く郵便切手」と揶揄される程度に過ぎない。

ここで頑張って帯域幅を広げてクオリティーアップという方向もあるだろうが、別の見方をすれば世界のメディアにとってウェブは事実上のデータ貯蔵庫となっているのも事実である。ウェブの双方向性を最大限に活用し、テキストや静止画を扱うのと同じ検索手法をビデオにも応用してインターネットならではのメリットを打ち出せれば、言葉ばかりが先行して実体の見えなかった「マルチメディア文化」も具体化していくのではないだろうか？　このサービスの登場は政治から技術のマーケティングまで、いろんなことを考えさせてくれた。

【注1】その後、CNN Interactiveが同様のシステムを使い、司法省から独占禁止法違反の疑いで訴えられているマイクロソフト社のビル・ゲイツ会長が行なった20時間のビデオ証言のうち、一部をキーワードで検索できる「Searchable index of Gatesvideo」（http://www.cnn.com/TECH/computing/video/gates/）の提供を開始した。

「inappropriate」、「sex」、「oral」などの単語を入力すると、関連するビデオシーケンスの一覧が表示される

プルダウンメニューで発言内容を確認すれば、大統領がその言葉をしゃべっている時点からビデオをスタートできる



4時間にも及ぶビデオの中から自分の見たいところを好きなときに見られるのも、インターネットの醍醐味の1つだ

インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

資料の宝庫、ウェブを探索するための画像検索装置

Altavista AV PhotoFinder ➡ http://image.altavista.com/

どこかで聞いたマルチメディアの夢

かつて「マルチメディア」という言葉が華々しくPC業界に持ち込まれたとき、マイクロソフト社の会長ビル・ゲイツ氏は「Information On Your Fingertips」というスローガンとともに「近い将来、指先ひとつで音声や画像といったマルチメディアデータを思うがままに操れるようになる」というマルチメディアの将来像を披露したように記憶している。

そうした未来を確信していたからか、ゲイツ氏は大量のデジタル画像データをコレクションするCorbis社を買収したのを皮切りに、多くの権利をどんどん買い集めていった。しかし先の発言で述べたように、一般の人が簡単に大量の画像ファイルを見られるようなシステムを開発したり、インターネットなどを使って積極的にそれらのリソースを公開するようなサービスを提供したといった話は、その後しばらくの間、聞かなかった。

その Corbis社 が 「 Corbis Picture Experience」として、所蔵するデジタル画像ファイルの一部をインターネットを通じて初めて公開したのは97年の8月【注1】。その際に使われたのはマイクロソフトが開発したものではなく、AltaVistaの技術だったという。

マイクロソフト社は、最近何かと技術を独占してしまうと非難されることの多い企業でもある。ということもあって別に一から十まですべてを自社で開発するのが得策とは思わないが、それらしい旗を振っておきながら自社で開発は行わず、一方で豊富な資金でリソースとなる画像の権利をしっかり押さえておいて他人の技術でサンプル公開する。どう考えてもこういうやり方は、新しいコンセプトや技術で世界をリードしようという会社として理屈に合わないのではないかと思うのだが……。

キーワードから入る不思議な画像リンクの世界

それはともかく、このところにぎやかな「ポータル」競争でとくに奮闘しているのが検索サービスだ。しかし、多くのユーザーを獲得しようと、ついつい余計な付加価値競争に目が向くサイトが多いのも事実。そんななか、「ウェブ上に分散するリソースに効率よくアクセスできるツールを提供する」という、検索サービス本来の役割に新しい機能を付け加えようとしているのがAltaVistaの新サービス「AltaVista Photo Finder」。簡単に言えば、上記の「Corbis Picture Experience」で実用化された画像検索の対象範囲をウェブ全体に拡大し、キーワード方式でモノクロ、カラー写真からイラストレーションなど、1000万枚以上のデジタル画像へのアクセスを提供するサービスだ。

使い方は極めて簡単で、通常のキーワードによるテキストの検索と変わるところはない。

まずプルダウンメニューで対象とする範囲を「Corbisのライブラリーの中を探す」か、それとも「Corbisのライブラリーに加えてウェブ全体を検索対象とする」かを設定する。次に、写真あるいは絵画類か、カラーあるいはモノクロかを選択した後、探したいビジュアル資料に関連するキーワードをタイプする。あるいはAltaVistaがすでにサービスを行っている自然言語による検索を利用することもできる【注2】。

すると、その結果がただちに関連度の高い順にサムネイル（縮小された画像ファイル）リストとして表示される。

表示モードとしてはサムネイルを中心に並べたコンパクト形式と、サムネイルに加えて画像のタイトルやサイズ、簡単な説明などの背景情報を表示する詳細な形式があるが、曖昧なキーワードを入力すると大量の検索結果が出てしまい収拾がつかなくなるところは、いかにもAltaVistaといった感じだ。

リストをブラウズし、表示された画像の中から適当なものを選んでサムネイルをクリックすれば、その画像が掲載されているウェブへジャンプできる。また、その写真に「ビジュアル的に類似した画像」あるいは写真などへのリンクも提供してくれる。

実はこの「ビジュアル的に類似した画像」というのがクセモノで、実用的かと言われると困ってしまうが、かといって全然役立たないとも言い切れない。

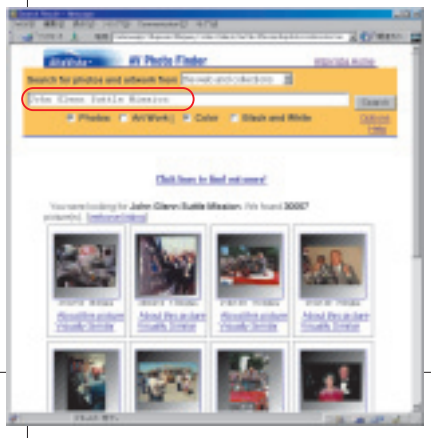
検索データに登録される画像は、色や構図、テクスチャーや構造などがすべて数値化されており、これらをベースに索引化されているという。そして「ビジュアル的に類似した画像」を検索する場合にも、これらのデータを相互に参照してリストアップされる仕組みになっているそうである。

確かにこれは非常に興味深いコンセプトだが、試してみると首をかしげたくなるものが出てくることもある。まずは実際に試してもらうのが一番分かりやすいと思うが、かえって偶然のマッチングを楽しんでネットサーフィンできる機能と割り切ってしまったほうが楽しめるかもしれない。

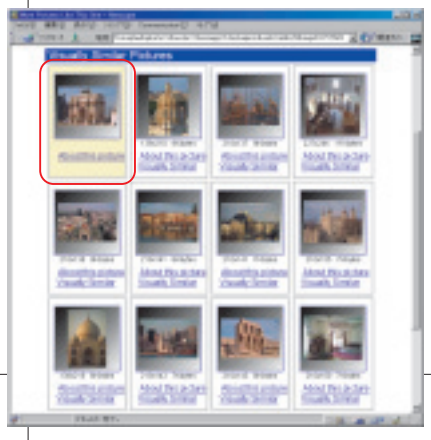
期待したいクロスメディア検索の今後

AltaVistaはこれまでにも、複数の言語に

インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D



「John Glenn shuttle mission」といったキーワードを入力すると、該当する画像がサムネイル表示される



「Visually Similar」を押すと、「？」というものもあるが、数値的に似ていると思われる画像が表示される

画像のタイトルやサイズ、簡単な説明などの背景情報を表示するモードもある

該当する画像が含まれるサイトへジャンプできるので、より詳細な情報が得られる

よる検索や簡単な翻訳機能、曖昧なキーワードや自然言語による検索など、ウェブ全体をナビゲートするための補助機能の充実に向けて多角的なサービスを開発してきた。そういう意味では、検索サービスの本分に極めて忠実な展開を行ってきており、幸いなことにコンパックに買収されてからもその姿勢に変化はないようだ。

広大なデータの宝庫であるウェブを、画像という新しい切り口で横断的に検索する新しい機能（現状ではサンプルが限定されているが、別項で取り上げたビデオ検索もそうした新しい試みの1つだろう）には期待するところが大きい。ウェブが本当の意味でのマルチメディアネットワークとして発展していこうとするのなら、このようなメディア横断的な検索サービスが充実していかなければならないのは明らかだ。ただ、現実には若干気がかりな点がないこともない。

というのは、通常のウェブページを対象にした検索サービスでは、結果表示の際、条件に合致したウェブページのテキスト（の一部）を持ってきて実際に見せることは、あまりなかったように思う。確かに「抜き書き」などがサンプルとして表示されることもあるが、それはあくまでもオリジナルの目安となる程度だ。

ところが画像という情報量の多い表現形態を検索対象とする場合、表示してしまえばサムネイルであっても目安以上の存在感を持ってしまうことがある。このサービスのように、それがたとえサムネイルであろうとウェブページの画像を持ってきて結果表示ページの都合に合わせてレイアウトするとなると、どうなのだろう？　全世界のウェブ作成者たちはこれが自分のウェブページへのアクセスを増やし、結果としてより充実したウェブ世界の構築に資する正当な引用の範囲であると理解してくれるのだろうか。筆者としてはぜひともそういう共通の理解が生まれてほしいと思う。

最後に付け加えておくと、ネット上のコンテントというと最近ではどうしても例の「青少年への有害情報」のことが問題になる。特に最近のヒトは視覚優位の世界に生きているから、性的な画像などが一発で検索できてしまうと、世の親たちは安心して眠れないに違いない。ということもあって、「Photo Finder」を含む全AltaVistaのサービスには青少年に有害と思われる情報をシャットアウトする「ファミリーフィルター」が備わっており、デフォルトではこの機能がオンに設定されている。

【注1】Corbis社のホームページ（http://www.corbis.com/）で提供されている無料の絵葉書サービス。同社が所有する2300万枚の画像のうち50万枚を見ることができ、その中から好きな画像を選んで絵葉書を作り、インターネット経由で友人などに送ることができる。送られた画像には不正な利用を防止する「Digimarc」という透かし技術が使われている。

【注2】「Where can I find pictures of Mars?」とタイプするような自然の設問形式によるもの。

©1994-2007 Impress R&D

［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的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

Copyright © 1994-2007 Impress R&D, an Impress Group company. All rights reserved.