

シェアするための
カレンダーウェブ

Personal Organizer

いま米国でもっともホットなコンテンツの1つが「カレンダー」だ。今回は、ポータルビジネスの最終兵器とも言われる「カレンダーウェブ」の最前線に迫る。

今泉 洋

注目される
ウェブベースカレンダー
in the beginning

インターネットの世界ではいつもビジネス上の競争がさまざまなかたちで行われているが、現在もっとも激しい火花を散らしているのはポータルサイト間の戦いだろう。ポータルサイトはその名とおり、自らをインターネットへの入り口として位置付け、多くのユーザーに利用してもらおうという極めてマス志向の強いサイトである。

有料パソコン通信サービスという過去を持つAOLのように、利用者への課金によってこうしたサービスを実現しようとするものもあるが、インターネット上でポータルサイトを運営する企業のほとんどは、その収益を直接ユーザーから得るのではなく、企業からの

広告料金というかたちで得ようとしている。つまり、どれだけ多くのユーザーにアクセスしてもらい、広告を見てもらえるか、そしてバナーをクリックしてもらえるか、ポータルサイトとしての命運はこの点にかかっているということになる。というわけで各社とも、より多くのユーザーに、より頻繁にアクセスしてもらおうとコンテンツの幅を広げ、更新頻度を上げ、サービスを拡大し、差別化に努めている。

だが、実際はどれも似たようなサービスが並んでしまい、そこから抜け出そうとして、さらにパワーゲームに深入りすることになってしまっているのが現実である。

ところが最近、コンテンツを追加してユーザーをひきつけるアプローチとは違った方法論が注目されている。そのきっかけを開いたのがウェブをベースにしたカレンダー機能だ。

ウェブ上に置かれ、インターネットを通じて提供されるカレンダーは次のようなスタイルと機能で利用することができる。

まずは自分専用のスケジューラーとしての利用。もちろんパソコン上でスケジューラーを使えば通信料金は要らないのだが、ウェブ上にスケジュールを置いておけば世界中どこからでも、また携帯情報端末などと同期させて使うことも可能だ。

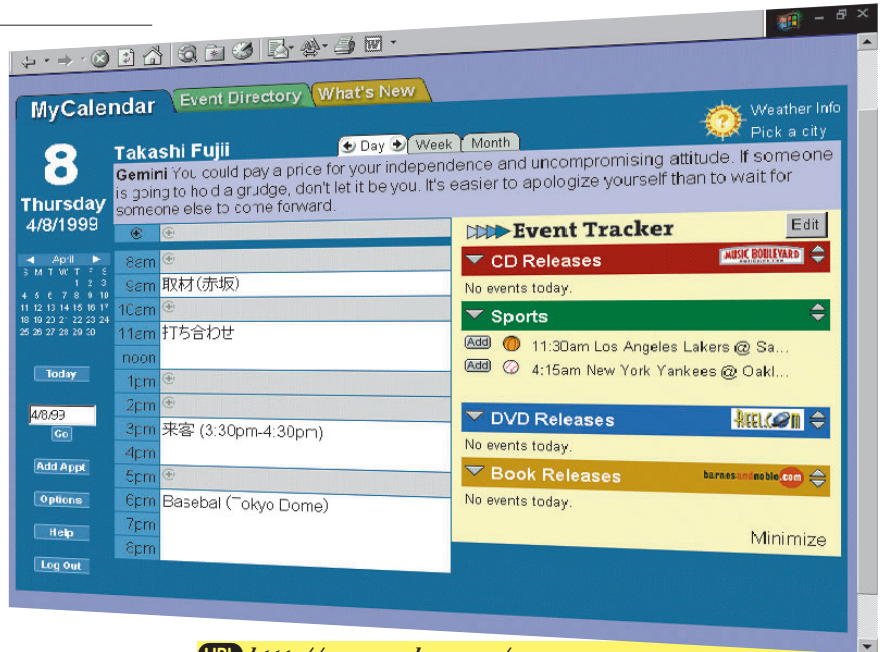
グループウェア的に他人とシェアするカレンダーとして使えば、ウェブを通して友人や仕事相手とスケジュールを共有することができる。とくにネットワーク環境を共有する仲間、いわゆる

ネットワークコミュニティを維持するためには不可欠な機能だ。

さらに、特筆すべきサービスとしてニュース機能が

ある。これは自分の関心事を登録しておけば、スポーツやコンサートなどのイベント、仕事関係のコンベンションなどの情報を自動的にカレンダーに書き込んでくれるというもの。また、アポイントや誕生日など、指定したイベントなどが近づくとき自動的にメールで知らせてくれるリマインダー機能などもある。

second stage
ネット上のパーソナル
オীগナイザー



URL <http://www.when.com/>

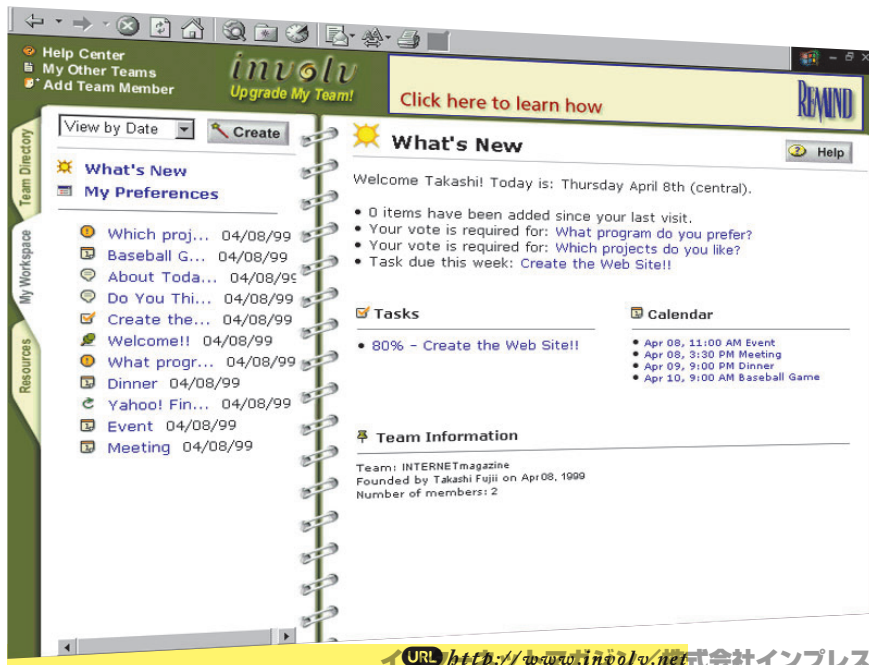
改めて言うまでもなく、ポータルサイトのような広告依存型メディアにとって、広告ターゲットであるマスを獲得するための最もポピュラーな手段は、彼らにアピールするコンテンツの提供である。

これはインターネット上でも同様で、利用者が見たい、読みたいと思うようなコンテンツを用意し、随時更新する。そしてその一部に広告を掲載して見てもらう。さらにバナーをクリックしてもらえ

ば広告主からより大きなペイバックが得られる、というかたちで実現されている。

もっとも、インターネット上では従来のメディアとは比較にならないほど幅広いコンテンツにアクセスできることから、そうした情報へのポインターを提供する「検索」機能や、ユーザー個々の関心に応じて情報を振り分けて提供する「パーソナライズ」機能といった「機能そのもの」への注目度が高い。コンテンツそのものが掲載された「雑誌」より、コンテンツへのポインターをまとめた「情報誌」的存在である検索サイトやウェブガイドサイトなどがユーザーをひきつけ、ポータルを中心となっているのは周知のとおりである。

コンテンツから機能へ
business
model



URL <http://www.involv.net> 株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D



URL <http://www.dailydrill.com/>



URL <http://www.anyday.com/>

1人で使う

personalize

CASE STUDY 1

カレンダーウェブの原型は、自分のスケジュール管理のためにユーザーが1人で利用するタイプのものだ。見かけはおなじみの紙製のカレンダーとそっくりだが、いったんスケジュールを入力すれば、週単位あるいは月単位といった異なったスケールでイベントを確認できる、繰り返しパターンのスケジュールならワンタッチで記入できる、好きなアイコンが使える、といったPCアプリケーション特有の便利で楽しい機能が備わる。

また、インターネットにアクセスできる環境さえあれば、世界中どこにいても自分のスケジュールを確認できることは言うまでもない。予定が近づいたらメールで知らせてくれるリマインダーサービスや、マイクロソフトのOutlookなどのPIMソフトと同期できる機能、さらにプライバシー対策としてSSLの採用を売りにしているものもある。当初はシンプルなカレンダーだったものも、現在では多種多様な機能と組み合わせられて、最近ではパーソナルオーガナイザーと呼ばれることが多くなっている。



CASE STUDY 2

個人用カレンダーウェブのネットワーク的な側面が強化されたものが、グループ向けカレンダーウェブサービスだ。

基本的には、外出時に行き先などを書き込むためにオフィスで使われているホワイトボードをインターネット上で共有したようなもので、家族や職場の同僚はもちろん、離れた場所で行事を行うパートナー同士、職場が分散しながら同じプロジェクトに関わっている人たちが、スケジュー

ルなどを共有し、効率的に協同作業を進められるようになる。

主な機能としてはカレンダーをベースにした個人あるいはグループ用「To-Do」(やらなければならないこと)リストの作成やそれらへの重要度の指定、スケジュールやイベントのカテゴリー別表示などがあり、スケジュールなどが書き換えられた場合には変更点を関係するメンバーにメールするという機能も備えられている。最近では単にカレンダーの共有機能を発展させるだけではなく、ファイルのアップロード・ダウンロード、テーマ別の電子伝言板や投票機能といったグループウェア的な機能が強化されたものも多い。代表的なものとして [involv](http://www.involv.net/) (http://www.involv.net/) などがある。

グループで使う

collaborate



URL <http://www.supercalender.com/>

URL <http://www.jump.com/>



関心事で使う

be interested



CASE STUDY

3

米国では趣味などの関心事をテーマにしてできあがるネットワーク上のコミュニティが注目されているが、カレンダーウェブはその中でも重要な役割を果たしている。

先に紹介したグループで使うものは、いわばグループウェア的で、特定の目的を効率よく達成するためのワークツールの存在だ。これに対して、コミュニティで利用されるカレンダーは、特定の目的を達成するというより、あくまでもコミュニケーションのプロセスそのものを楽しむための支援装置という色彩が強い。

たとえばユーザーが共通の関心事を持つ人を招いてサークルを作るといったスタイルのスマール・コミュニティサービスの1つに「eCircles.com」がある。

メンバーは伝言板にメッセージを書き込んだり、写真をポストしたり、それにコメントを付けたりできるが、ここでもネットワークを通じてスケジュールをシェアするために共有カレンダーが活躍している。このほか、音楽やスポーツなどに関するイベント情報を自動的にカレンダーに書き込んでくれたり、リマインダーメールで知らせてくれる機能などを備えたサービスもある。



URL <http://clubs.yahoo.com/>



URL <http://www.ecircles.com/>

in the future
コミュニティベースの
ビジネス

コンテンツそのものからポインター情報への広がりはまだ「出版」メタファーの応用として理解できる。だが、最近話題を集めている無料の電子メールアカウントや伝言板サービスといったコミュニケーションツールの提供（当然、一部に広告が入られる）となると、コンテンツでマスを牽引しようとする従来型のビジネスとの違いが明確になってくる。

そして、こうしたトレンドの延長上にあるのが電子的なコミュニティにグループウェア的なツールや「場」を提供し、そこに広告メッセージを送り込んでいこうというアプローチだ。

同じような趣味・関心事を持つ人たちを集めて、関連情報やサービスを提供し、彼らの情報交流を支援し、ユーザーたちの手によってその「場」からより多くの情報が送り出されるような仕組みを作る。そして、さらに多くの、しかも興味・関心領域の明確なユーザー層が定着するように演出していくのである。こうすることによ

って、運営企業は、明確なキャラクターを持つコミュニティの中に広告スペースを持つことができるようになり、広告主の望むセグメントされたターゲットに向けて、効率的にメッセージを送り込むことができるのである。

人々の生活の中にネットワークが定着し始めていることに疑問の余地はない。ネットワークの向こうにイベントがあり、人がいるとき、ネットワーク上のカレンダーのパワーは最大限に発揮される。コミュニティという「場」を支える重要な機能の1つとして、ウェブベースカレンダーの役割はますます注目されていくだろう。



[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