

## EMERGING STORIES

## 新連載

## 「Emerging Stories」とは？

その昔、アメリカに「Amazing Stories」という人気SF雑誌があった。未知の物体との遭遇、南海の孤島での信じられない一夜の話などを読む人を引きこむ文章と独特の雰囲気を持った挿画で描き、人々を魅了したものだ。

この連載は現在進行形の「Amazing Stories」となって、さらにそこから1歩先の世界を覗いた姿を描いていく。

「歴史は繰り返す」という話は、何も政治や社会だけに限った話ではない。一般向け情報機器、つまりラジオやテレビ、テープレコーダー、カメラ、それに最近では携帯電話といった商品の場合も同

その昔にはカメラとラジオでラジカメといった大外れなものもあったが、近年成功して定番商品となったラジオとカセットのハイブリッド、ラジカセの例もある。

と、こんなことを思ったのは、最近登場した話題のMP3プレイヤー「ポケット・デジタルオーディオ」を見たからだ。

メカニカルな仕組みを持たないからか、最初から極端に小型化された形で登場してしまった。

従来の家電メーカーであれば、徐々に「こんなに薄く、軽くなりました」と言いながら次々に新製品を出すはずなのだが、出自が家電ではないからか、アタマからそんなことは考えてないようだ。

となると次のステップはどう考えたらよいだろう？

そう言えば気になるのが、本体とは不釣り合いなくらい大きなオプションのマルチメディアカードリーダー/ライターである。

どう考えても、より多くの人に利用してもらうためには、もっと簡単にソース、つまり音楽をプレイヤーの中に取り込む仕組みが必要はず。それはこんなに大きく不格好で、太いケーブルをつなぐ必要のある代物ではないだろう。

そこで注目したいのが、もう一方の側から果てしない軽薄短小化に向って突き進んでいる携帯電

## 超小型MP3と携帯情報端末の組み合わせが第二のハイブリッド・ヒット商品になる？

じである。

ある技術をベースにした商品が限界まで安くなったり、軽・薄・短・小化してしまうと、技術商品としての生涯は終わり、コモディティ化（日用品化）するか、ファッション化して生き残る以外に道はなくなる。早い話、一時代を制した大ヒット商品、ウォークマンの栄枯盛衰（？）を思い出していただきたい。

だが、ただ漫然と華やかな技術商品の舞台から消え去ることを良しとするものばかりではない。生き残りを賭けて、合縦連衡に走るものもいる。つまり、小型化され安価になった二つ以上の技術を組み合わせ、まったく新しい商品価値を仕立てようという、いわゆるハイブリッド化である。

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



インターネット上に本格的なオンラインショッピングの時代がやってきたとき、最も活発に買い物をするのはどのような層だろう？

確かに若者はネット環境に馴染んではいいるが、可処分所得の割に欲望のバリエーションに事欠かない彼らがメインターゲットかという、どうも確信が持てない。それより、いちばんお金を持っているマスは、子育ても終わった中高年ということになるのではないか、という話をよく聞く。

だが、彼らにPCやインターネットを使いこなすリテラシーがあるかという、「キーボードなど触ったこともない」「マウス操作は難しい」「ページをめくるのは分かるが、画面が切り替わるというのは理解できない……」などなど、インターネットを利用するならパソコンでという最も一般的な環境の根本を揺るがすような話が續々出てくる。

こうなると、PCがコマンドラインからGUIへ進化したように、インターネット端末も次のフェーズへ移行すべきだろう。だが、それがキーボードに「インターネット」というプッシュボタンを付けるだけで済む話かという、そんなものではな

さそうだ。

タイピングによるキー入力からGUI上のマウスのクリック、さらに専用プッシュボタンからソフトウェアで定義できるボタン……つまりタッチパネルの利用というのが、これまでに描かれたユーザーインターフェイスのロードマップだ。

子どもはモノを見ると同時に触ることで世界を理解していくという。しかし大きくなるにつれて、親や教師からむやみに周囲のモノに触ることを禁止され、次第に視覚的な知覚のみに頼るようになる。だが、美術館やショップなどで「触らないでください」という但し書が目につく

のは、われわれが大人になっても心

▶ インターゲート 紹介ページ

<http://www.i-love-epson.co.jp/products/category/intergate/>  
問合せ：エプソンインフォメーションセンター  
TEL 0263-53-8603

## 触覚の復権？ 触るインターネット端末「インターゲート」



の奥に、何か新しいモノに出会った時、とにかくそれに触ってみたいという欲望を持ち続けている証拠だという。

もちろん情報にタッチするのと実物を触ることの間には大きな開きがあることは言うまでもない。だが、インターネットの中高年の好奇心を刺激するようなら、まずタッチスクリーン装備のインターネット端末をゴールドエッジ向けインターネットカフェやショッピングセンターの一角に備えてみるのも悪くないだろう。

「インターゲート」はアナログ抵抗膜方式タッチパネルが採用され、キーボードなしで操作できる「マルチメディア端末」。ハードディスクを持たず、サーバーとの接続またはATAカードで動作する。イーサネット（10BASE-T）で簡単にサーバーと接続でき、壁面やテーブルトップ、カウンター埋込みといった自由な設置ができる。インターネット向けの製品だが、発想次第でさまざまな場面に生きる可能性を持っている。



話である。

例えばIDOが発表した世界最軽量（59g）の携帯電話機「デジタルミニモ533G」。携帯電話として考えれば、ここまで軽くする必然性はない。どちらかというと技術のデカダンスである。

だが、この軽量さと通信機能を活かし、無線経由でMP3データを定期的受信し記録できるような機能を持たせれば、まったく新しいダウンロード

1万円を切る価格と、その小ささで注目される「ポケット・デジタルオーディオ」。本体にはメモリが一切搭載されておらず、切手大の大きさのMulti Media Card（MMC）を使用する。単4乾電池1本で約4.5時間の連続再生が可能。

MMCの書きこみに必要な装置「MMC Reader/Writer」も同時に発売される。IDOの「デジタルミニモ533G」は世界で初めて始めて50g台の重量を達成した、抜群の携帯性が売り物。最大14曲の着信音を作成可能。

▶ ポケットデジタルオーディオ製品ページ  
[http://www.dynamicnakedaudio.com/japan/html/pr\\_pda.html](http://www.dynamicnakedaudio.com/japan/html/pr_pda.html)  
問合せ：ダイナミック・ネイキッド・オーディオ株式会社  
TEL 03-5466-4488

▶ デジタルミニモ533G プレスリリース  
<http://www1.ido.co.jp/new/news/990517.html>  
問合せ：IDOお客様センター TEL 0120-157160

型音楽サービスの端末となるのではないが、これがラジカセに次ぐ第二のハイブリッド・ヒット商品になってもまったく不思議はない。

それにしても、歳をとるということは歴史が繰り返すサマを見ることだなぁ……なんて感慨にひたりたいところではあるが、最近の電子機器の世界ではそんな暇もないほど異常なスピードで変化が起りつつあるようだ。



このところ、最も話題を呼んだ商品と言えば、ソニーから発表された4足歩行型エンタテインメントロボット「AIBO (ERS-110)」だろう。

AIBOは自律型のロボットで、感情表現や学習/成長機能も持っている。自律モードの他にゲームモードとパフォーマンスモードを搭載しており、付属のリモコン「サウンドコマンダー」を使用して、指示通りに動かすこともできる。

またAIBOの動きを編集できるウィンドウ用ソフトとメモリースティック、PCカードアダプタをセットにした「AIBOパフォーマンスキット」も同時に発売される。

……なんていう記事がなんの違和感もなく読者に受け入れられる、それどころか「そんなこと、とっくの昔に知ってるよ。何をいまさら?」と怪訝な顔をされるとすれば、それは本誌がインターネットをはじめとする先端的な話題を取り上げる媒体であり、ハイテク系の新しいモノやサービスに鋭い関心を示す読者を抱えているからだろう。

さて、これまでもマーケットとしてのインターネットについて、情報のリアルタイム性、大容量のデータを抱え、求めている情報が瞬時に検索でき、情報のパーソナライズが可能であることや、そこに生まれるユーザーのコミュニティ、またユーザーから発信される情報を組み合わせるマッチング

機能などを利用したオークションサービスなど、インターネットの仕組みそのものが持つさまざまな可能性が指摘されてきた。

しかしもっと素直に考えれば、インターネットは世界的に広がった高感度人間をマスとして組

## AIBO限定販売から見えてきた 挑戦的マーケットとしてのインターネット

織、というより、それこそネットワーク的に結び付けている最大のメディアである。

別の言い方をすれば、従来にない、革新的な商品を生ろうとすれば、そうしたユーザーが集まっているところを狙えばよい。ということで、現状のマーケットや流通システムに限界を感じ始めている多くの企業が、先端的な消費者の集まるマーケットとしてのインターネットに注目し始めている。

従来であれば、先端的な商品を開発しても流通システムがカバーするマスマーケット全体の中で販売戦略を考えるしかなかったが、インターネットの世界的な広がりによって、高感度な消費者に効率良くアプローチできる道が開けることになったからである。

AIBOの価格は25万円。ソニーではこれをまったく新しい市場を開拓する製品として位置付けたいとしているが、インターネット上で発売開始後20分で売り切れたということを見ると、多品種少量生産というより、世界のどこかにいる尖った消費者に向けて、高エキセントリックで挑戦的な商品を限定生産するという形のビジネスが見えてきたのではないだろうか。

これまでも、ニッサン、トヨタ、オペルなどがインターネット専用モデルを発売するなどの動きがあったが、今後も情報性・趣味性の高い高額商品のマーケティングの場として、インターネットがより一層注目されていくに違いない。



▶ トヨタのインターネット専用モデル  
[http://www.toyota.co.jp/netztoyota/euro/vitz\\_0.htm](http://www.toyota.co.jp/netztoyota/euro/vitz_0.htm)

▶ Entertainment Robot "AIBO"  
<http://search.sony.co.jp/~backup/www.world.sony.com/robot/>  
(AIBOカスタマーサービスが7月より稼働予定)





情報機器をより広く一般に普及させるためには、もっとマシンをインテリジェントにする必要があると言われる。では、どうやればインテリジェントなマシンが実現するか。

よく出てくるのは、欲しい情報を取り出すためにすべてをいちいち段取り通りに要求するのではなく、最小限のリクエストをすれば他はうまく類推してユーザーの知りたいことに答えてくれる機械、つまり気の利いたマシンが欲しいという話である。

しかし人間でも初対面では相手が何を考えているかに気を配るのは難しい。気の利いたことができるのも、相手をよく知っていればこそ、である。

というわけで、予め自分のことを話してもらい、これをベースに情報を提供しようというのが、たとえばインターネット上の「パーソナライズ・サービス」。自分の年齢、住所、教育レベル、趣味、知りたい情報の種類などを登録しておけば、それに応じてさまざまな情報がクリックひとつで表示される。もちろんこうした利便性と引き換えに、登録された情報の一部が広告主に向けて提供されているのは間違いなく（個人を特定する情報が開示されることはないだろうが、いちおう利用規約をちゃんと読んでみた方がよいだろう）。

もっと進んでくると、毎回、どのような記事を読んでいるか、どんなモノを買ったかなど、自分の行動の軌跡が記録され、そこからパーソナリティーのようなデータが生成されて、次の情報リクエストの際のコンテキスト情報として使われる、といったことも起こってくる。

この人は毎日だいたいこの時間には、こんなことをやるから、スイッチが入ったらすぐに情報を表示してあげよう、とか、数日前から同じような仕事を続けているようだから、今日もこのファイルから始めよう、とか……。

こうした傾向を見ていると、ユーザーの生成するコンテキスト情報をいかに取り込むかが次世代情報機器の決め手になるのではないかと思えてくる。

そして当然考えられるのが、今こんな場所にいるから、おそらくこんな情報が必要だろう、というような気の利かせ方。

セイコーエプソンのGPSアンテナを搭載した携帯情報端末「Locatio」とそのための情報提供サービス「i-Point network」は、そんな可能性を感じさせる新しい情報環境である。どこまでアプリケーションが充実していくかは分からないが、情報機器の歴史にまったく新しいページを開こうとしているのは確かだ。

「Locatio」はセイコーエプソンとエプソン販売が発売したGPSやデジタルカメラなどを内蔵した新タイプの携帯情報端末。専用の情報提供サービス「i-Point network」と組み合わせれば、現在地から近い飲食店の検索、インターネット接続サービス、ピンポイント経路案内、ピンポイント天気予報、野鳥、野草、キノコの電子図鑑サービスなどの情報を得ることができる（有料）。



## カーナビならぬヒューマンナビ これこそ次世代のインテリジェント情報端末のプロトタイプだ

- ▶ Locatio製品ページ  
<http://www.i-love-epson.co.jp/locatio/>
- ▶ i-Point network  
<http://www.i-point.ne.jp/>

問合せ：  
Locatioインフォメーションセンター  
東京 TEL 042-585-1131  
大阪 TEL 06-6398-5591





## [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](mailto:im-info@impress.co.jp)