

EMERGING  
STORIES

## 第5回

## 「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。

99年のインターネットで、というよりインターネットから起こった大きなできごととして、MP3

こうした展開とは別の可能性を持っていることを見落としてはならない。それはいくつかのMP3プレイヤーが備えていた「スキン」や「ビジュアルプラグイン」という仕組みである。

スキンとは“皮膚”のことだが、ここではオーディオ装置などで言う操作パネルのデザインくらいの意味。もっと具体的に言えばディスプレイ上の電子機器であるMP3の、いわば“着せ替えコスチューム”である。

実際、ネット上にはMP3プレイヤーの本体プログラムと

MP3の残したもう一つの可能性  
バーチャルプロダクト

の登場とその普及がもたらした数多くの影響が挙げられる。

我々はMP3によってパソコン上で手軽に高品質のオーディオを楽しめるようになったが、影響はそれだけではなく家電製品へも及んでいる。これまで機械式、アナログベースだったポータブルステレオ、テープやMDを記録媒体としたいわゆるウォークマンの類は、MP3の登場をきっかけにデジタルメモリー式に置き換えられていく。

さらにこのテクノロジーの普及をきっかけに、音楽著作権処理制度の見直しやオンラインでの楽曲販売など、本格的なEC時代に向け新しい枠組みが形成されようとしている……。こう言ってもいいほど、MP3は極めて大きな意味を持っている。

さまざまな方面に大きな影響を及ぼそうとしているが、インターネット上にあったMP3が、実は



ともに数多くのスキンがサンプルとして用意されており、ユーザーは自分の好みで好きなものを選んで使うことができる。さらにスキンを自分でデザインし、ネット上で公開して他のユーザーに使ってもらえることもできる。

一方、ビジュアルプラグインは、音をベースにさまざまなビジュアル効果を生み出す追加ソフト。たとえば「sonique」の場合、音声のパラメータと同期してさまざまなグラフィックスを自動的に生成する仕組みで、曲のイメージに合わせていろいろなビジュアル効果が楽しめるよう数種類のプラグインが付属。こちらでもネット上でユーザー自作のものが公開されている。フルスクリーンモードにしてMP3のオーディオでも流せば、手持ちのPCがちょっとしたオブジェに早変わりというわけだ。

99年はウォークマン誕生20周年ということで、いかに多くのバリエーションが生み出されたか、そして世界中に普及したかが誇らしげに語られた。

考えてみるとウォークマンは音楽再生という単機能の枠組みの中にとどまる一方で、見かけ、質感といったデザインや派生的なキャラクターを追求しファッション化していくという、いかにも80年代を象徴した製品であった。だがMP3から生まれた現象を見ていると、もはや時代はもっと先を行っているという感じがする。

MP3プレイヤーが見せてくれたのは、全体がソフト的にコントロールできるという特徴を使って、ユーザー自らにより豊かなバリエーションを作りだし、これをネット上で交換して楽しむという新しいスタイル。ネットワーク時代の新しいプロダクト流通の文化といってもよいだろう。

MP3は、ポストウォークマンの最右翼商品であるが、それと同時にモニターディスプレイの中

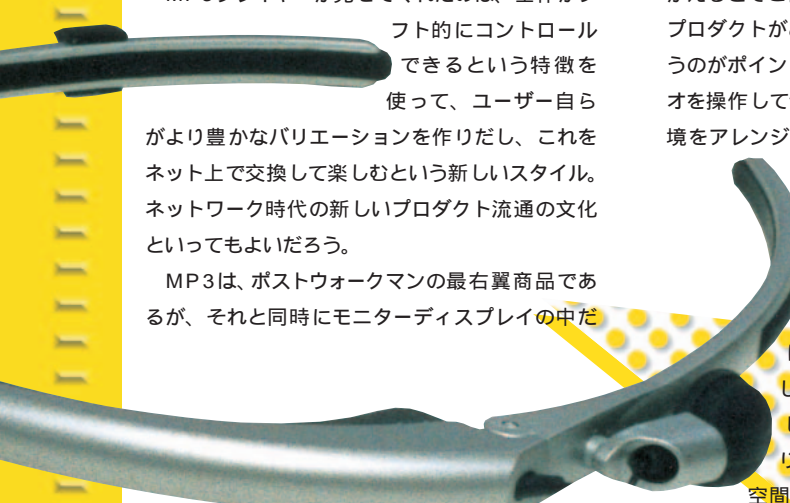
に存在するプロダクト……いわばバーチャルプロダクトでもあり、今はそれをユーザー自身がネットワーク上で演出していく時代なのである。

ではこうしたバーチャルプロダクトは、今後どのように我々の世界に広がっていくのだろうか。筆者はそのヒントを、先ごろ開催された「エレクトロニクスショー」で公開された透過型のヘッドマウントディスプレイ（HMD）に見つけたような気がした。

これまでHMDは、高度なCGによって作り上げられた人工的な環境＝バーチャルリアリティ（VR）を体験するための、高級なツールと考えられていた。もちろんいまだに高価であることに変わりはないが、もし一般に普及していくとすれば、決してVR映画やシミュレーションといったものに留まらず、もっと一般的な利用が求められるはず。そこで登場するのが、部屋の中に物理的には存在しないが、VRの中にあって何らかのサービスを提供する電子機器、バーチャルプロダクトである。

たとえばユーザーは方向検知型のHMDを着け、普段は仕事らしきことをやっているが、ふと振りかえるとそこにTVやステレオといったバーチャルプロダクトがある（この「普段は気づかない」というのがポイント）。彼はそこでVR内にあるステレオを操作して音楽を流したり、他の操作をして環境をアレンジしたりするのだが、すぐに正面を向いてその存在を忘れてしまう……といったことが行われるようになるのではないか。

そうなれば、我々は具体的なモノを買って狭い部屋の中に積み上げるのではなく、何もいすっきりした部屋の中で、オンラインで購入したバーチャルプロダクトを身の回りに置いて暮らすという省エネ・省空間な、まさに狭い日本向けのライフスタイルを実現できるようになる。MP3のバーチャルプロダクトの側面には、こんなライフスタイルを創り出す可能性を感じてしまうのである。



透過型HMDは島津製作所の試作品。製品自体は「ウェアラブル」に力を入れて軽量化し、MP3プレイヤーをはじめとして多様な機器との連携を考えているという。

“いずれ、あらゆる電気製品がインターネットに接続される”。インターネットが注目され始めたころ、よく聞かれた話である。さすがに最近では改めて話題になることも少なくなったが、インターネットと家電製品をつなごうという構想は決して忘れられたわけではなく、徐々に製品化へ向けて動き始めている。

## バーコードを挟んだ 家電とインターネットの新しい関係

たとえば、先ごろ家電メーカーのシャープから発表された「世界初、インターネットクッキング対応」をうたう「献立アドバイス液晶レンジREM210」(標準価格98,000円)。情報ディスプレイとして液晶パネルを持ち、主な特徴として「インターネットから『離乳食』『お弁当』など、そのとき必要なメニューをレンジにメモリーして自動調理できる世界初『インターネットクッキング』」などが挙げられている。「単に調理を自動化する

家電から、毎日の献立情報を支援する、当社の『生活情報家電』の第1弾として、ご提案します」とのアナウンスが誇らしげである。

だが、発表を読んでみると、ちょっと様子がおかしい。まず利用するためには別売の「お料理情報ボックス」(標準価格10,000円)が必要で、さらにこれを手持ちのパソコン(!)に接続し、インターネット経由で「シャープスペースタウン」の「スマートクッキング」にアクセスする。このウェブに用意されている400種類のメニューの中から、必要なメニュー5つの「自動加熱プログラム」と「レシピデータ」を情報ボックスにダウンロードし、今度は情報ボックスを電子レンジにセット。そこで電子レンジのインターネットクッキングボタンを押すと、「スマートクッキング」から取り込んだメニューが液晶画面に表示されるので、これに従って調理の準備をし、レンジのボタンを押す……という具合。

確かにインターネットを使っているのだが、少なくとも正体不明の「情報ボックス」なるものの代わりに、最近のラップトップのデファクト装備



バーコードリーダー付き電子レンジの展示画面(弊誌12月号より)。残念ながら製品化への詳細は不明だが……。シャープの「インターネット電子レンジ」のサイトはこちら。

 [www.sharp.co.jp/sc/eihon/rem210/text/](http://www.sharp.co.jp/sc/eihon/rem210/text/)



エレクトロラックス社のインターネット冷蔵庫  
「スクリーンフリッジ」は2000年に発売予定だそう。  
Jump [www.electrolux.co.uk/screenfridge/](http://www.electrolux.co.uk/screenfridge/)

となっているIrDAあたりを使おうとは思わなかったのか？ これならカードを使った情報提供の方がまだ実用的なのでは？ と数多くの疑問が残る。

もっとダイレクトに利用できる点で評価できるのが、10月に米国ニューヨークで開かれた秋のインターネットワールドで登場した電子レンジである（とは言っても、機器埋め込み用デバイス・メーカーのデモンストレーションとして出品されたものだが）。

特徴的なのは電子レンジの側面に備わっているバーコードリーダー。冷凍食品などのパッケージにあるバーコードを読み、このコードを手がかりにインターネットを介してサーバーから調理方法を読み込む。いちいちボタンで操作しなくても、読み込んだ調理方法に従って自動的に調理をするという、いかにもTVディナーの国ならではの仕上げである。

もちろん、その都度インターネット接続するのは非現実的、その程度なら調理ファイルをDB化して別のメディアで供給すれば済む話ではないか、といった批判はあるだろうが、バーコードを間に挟むというアイデアはなかなか興味深い。

実はバーコード方式の応用範囲は冷凍食品に限らない。スーパーマーケットが旬の食材をパッケージしてセットしたり、毎日違う食材を届けてくれる「食材宅配サービス」などで、食品とバーコードとをセットにする方式を採用すれば、ユーザーはいちいち調理方法を読まなくても、電子レンジが取り寄せたマニュアルどおりに作業をするだけで、失敗なく調理ができる（はずである）。

このほかにバーコードを使ったものとしては、スウェーデンの総合電機会社、エレクトロラックスが発表したネット冷蔵庫「スクリーンフリッジ」がある。これは最初からインターネット接続が考えられた冷蔵庫で、タッチスクリーン式のディスプレイパネルとバーコードリーダーがついていて、

購入した商品のバーコードを読ませることで製品情報を取り寄せたり、バーコード情報をもとにネットを使ってオンラインショッピングも可能だとしている。

日本でも冷蔵庫を家庭内情報化の拠点にしようという計画があったようだが、考えてみると食品に限らず、いまやありとあらゆるパッケージプロダクトには必ずバーコードが振られ、またそれぞれのプロダクトにはそれなりの情報……取り扱い説明や操作方法などの情報が付いて回る。このマッチングを苦勞せずに、できることなら自動的に行うことができれば、便利になる点も多くなるだろう。

家電製品が操作に手間のかからないブラックボックス化するためには、そこにモノとして何があるのかということと、そのモノはどう操作されるべきかという情報を揃える必要がある。

バーコードやISBNなどあらかじめ存在するコード体系と情報をインターネットを使ってうまくマッチングさせる、さらにマーケティングを絡めるといったアプリケーションをきちんと考えていけば、意外に家電製品のインテリジェント化は早く来るのかも知れない。

まずはVAIO PCG-C1あたりを使ってモノとバーコード、そして情報の遊びを考えるのが早道か？



## [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)