

## EMERGING STORIES

## 第6回

何事にも始まりがあるように、常識も昔から当たり前であったわけではない。今日、われわれが何の疑問も持たずに接しているさまざまなコトやモノも、かつては多くの人にとって受け入れ難い非常識であり、新奇なモノの1つであったに違いない。そして今もどこかで、新しい未来のストーリーが始まろうとしている。「Emerging Stories」は、未来の常識となるべくわれわれの目の前に出現しつつある、さまざまな可能性の物語である。

その昔、ウェブ上にショッピングサイトが出現し始めたころ、「街並み」をグラフィカルユーザーインターフェイスに採用するモールの企画が続出したことがある。

描きかえにストレスが感じられなくなったら……と考えてみても、そのままではうまく行きそうもない。

第一に、ユーザーは「お店」を入り口として求めているわけではなく、モノそのものに直接アプローチするためにオンラインショッピングという仕組みに接していると思われるからだ。

それにもう1つ、せっかく街並みというメディアを持ち出しながら、肝心なものが忘れられている。それは街並みがユーザーに提供する最も重要な情報、つまりどのお店にどれくらい客が集まっているかを表現する仕組みだ。

通常の街並みであれば、流行っているお店の前には長い行列ができてたりして、評判は一目瞭然。しかしウェブ上ではそうもいかない。せいぜいカウンターを付けて数字で評判を示す程度だろうか。

おそらく、このような隠れた次元の情報をいかにスマートに処理してメディアに載せていけるかが、今後のマルチメディアプランニングには欠かせない作業になるだろう。こうしたメディアの洗練という意味で注目されるのが、「Third Voice」や「Gooy」といったブラウザ用のユーティリティソフトウェアである。

Third Voiceは、任意のウェブページ上にコメントを付け、ウェブのオーナーとは無関係にユーザ

消費者の連係か数の暴力が  
評判ネットワークが開く新しい消費文化

当時はウェブだ、フラッシュだと言われてピンとくる人は多くなかった。そんな状況で上司やクライアントを口説くには、見なれた「街並み」というメタファーを持ち出し、その中に店舗を位置づけて「ほら、こうやると街を歩いているようにショッピングできるんですよ」などとプレゼンするのが近道だったのかもしれない。

だが、こんなものが毎回出てきて画面の描きかえに時間がかかるとなると、ユーザーはとても我慢できない。買い物以前にアクセスをやめてしまう。そんなこともあって「街並み」インターフェイスを持ったモールが普及することはなかったようだ。

では、回線やマシンの速度が上がって、画面の

# THIRD VOICE .COM

アンチの動きも活発なThird Voice。  
それだけ注目されているというべきか。

一相互で情報交換ができる、いわばウェブ版の「ポストイット」である。利用するためにはユーザー情報とユーザー名を登録する必要があるが、ユーザーは誰でも見られる「パブリック」、自分だけに見える「パーソナル」、特定メンバー内でのみ表示される「グループ」の3つの選択肢を選ぶことで、コメントをどの程度公開するか決められる。メッセージそのものはThird Voice社のサーバー内に、URLとともに保存される形だ。またThird Voice社ではさまざまなトピックでメッセージ交換の行われているサイトを紹介するサービスも提供している。

もう1つのGooveyは同じウェブサイトを閲覧中のユーザーとチャットができるサービスで、全ユーザーとチャットする「公開モード」と特定のユーザーのみとチャットする「プライベートモード」の2種類のチャンネルが利用できるといふ具合である。

ところで、一般に企業の数が多くなり競争が激しくなればなるほど、それにつれて利用者は製品やサービスなど、仕事の質にうるさい“消費のプロ”になってくる。

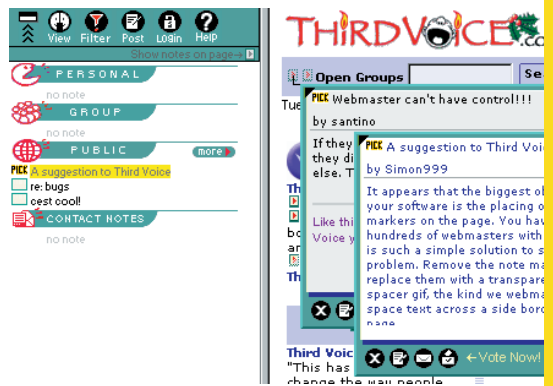
ネットワークが普及する以前は、利用者間の横の連係が薄かったため、厳しい評判が即座に広がることはなかった。しかしユーザー相互での評判

情報の交換を可能にする、こうした水平型メディアの登場によって、事態は大きく変わろうとしている。

特に、サービスの品質は利用したユーザーしかわからないことが多いのだが、この品質評価がダイレクト

に潜在的利用者や顧客に伝わるとすればどうだろう。たとえば自社のウェブサイトには下手なメモを付けられたり、アクセスと同時にチャットで変な評判を聞かされたりすると、企業にとっては死活問題になりかねない。

というわけで、これら水平的なメディアが広がりを見せる一方で、勝手にウェブに張りつけられた「メモ」というか「店頭の張り紙」効果を抑制する動きも登場してきている。Quicksand Development社もそうしたサービスを行う企業の1つ。同社は自社の提供するウェブサイト監視サービス『@watch』に「Third Voice Watch」機能を加えた。顧客企業のサイトを毎日チェックし、公開型の「Third Voice」メッセージが見つかった場合、そのメッセージのヘッダーとともに直ちに通知、警告するというものだ。



**Third Voice**  
Jump www.thirdvoice.com  
**Goovey**  
Jump www.hypernix.com  
**@watch**  
Jump www.atwatch.com

Gooveyは日本語版も発表されている。



一方のGooveyの場合は、Third Voiceと違ってメッセージは残らないが、リアルタイムでの会話が可能であることから、本来ユーザー相互の会話を想定していない競売サイトなどで大きな問題になるとして、業界は注視しているという。

確かに悪意のある「店頭の張り紙」は営業妨害にもなりかねない。しかし、消費者としての自己防衛的な連係は阻害されるべきではないだろう。

実際、最新のThird Voiceにはメッセージのフィルタリング機能や他人のメッセージに対する投票機能が付加されて、ユーザー同士がメッセージの妥当性を評価できる仕組みが整ってきた。こうした機能を活用していけば、自助努力によって新しいユーザーの文化が育っていくのではないかとと思われる。どちらにしても今後、新しいツールをめぐって、しばらくの間インターネットはまた騒がしくなりそうだ。



その国の後進性というのは、他国から輸入した知識や技術を後生大事に扱い、決してその枠からはみ出そうとしないところに表れる……そんなことを思ってしまうのは、海外でまったく新しい原理の製品やサービスが発表され、それにハッとさせられるとき。以前Swatchのインターネットタイム「BEAT」にかこつけてこんなことを書いたが、今回取り上げるMimioが持つ意味を考えていたら、また同じようなことを思ってしまった。

## タイピングからドローイングへ 情報創造の新しい作法を提案する ネットワークプロダクト「Mimio」

Mimioは米マサチューセッツ州ボストンにある新興企業Virtual Ink社が開発した「世界初の携帯型DMA (Digital Meeting Assistant)」だ。何のことだかわからないかもしれないが、簡単に言えば手書きの文字や図形などをリアルタイムに取り込める、ポータブルな入力装置である。

こう言えば助のよい読者はすぐにタブレットや電子白板などを思い浮かべるかもしれない。だが実はこのデバイス、大きさ80cm (折りたたみ式で半分のサイズになる)、重さ1kgくらいのもの。一般的なホワイトボードに取り付けて使うと、赤外線を利用した位置検出技術によって60×90cmから120×240cm程度のエリアに描かれる文字や図形をリアルタイムでキャプチャーする。しかも価格は500ドル程度……高価な電子白板サイズの画像キャプチャーを、タブレットの価格プラス程度で実現可能というわけである。

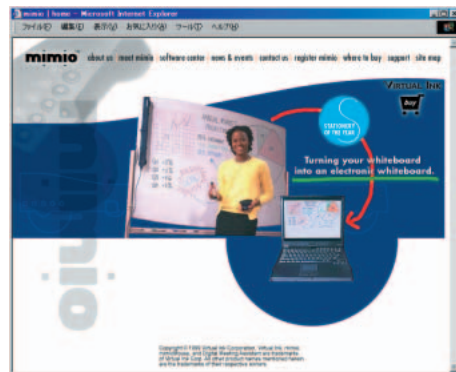
しかし注目すべきは価格ではない。筆者が感心したのは、描かれるペンのストロークを時系列的に取り込むことができる点 (Stroke Over Time機能) である。ユーザーは自分の描いた手書き文字や図形が描かれる様を、巻き戻したり速送りしたりしながら再生することができる。この機能、将来的に非常に大きな可能性を持つと筆者には思われるのだが、それはそれとして、とりあえず現状で備わっている機能もなかなか興味深い。

もっとも単純な機能は、すでに一部の電子白板でも実現されているように、ホワイトボード上に描かれる文字や図形をPC内に取り込んで表示するもの。もちろん、数種類のペンをソフト的に割り当てればカラーでのキャプチャーが可能だ。このデータはベクターベースのため拡大縮小によっても質が変わらず、またBMPやJPEGなどのファイルとして保存したり、簡単にHTMLファイルの中に取り込んだりできる。

さらにマイクロソフトのネットミーティングを利用すれば、これらのデータをインターネットを通じて他の複数のMimioユーザーと同時に共有することができる (参照)。

このように、Mimioは新しいユーザーインターフェイスを持ったネットワークプロダクトであり、遠隔地にいる複数のユーザーとホワイトボード上に描かれるノートをシェアする形で、協調的作業を可能にするグループウェアなのだ。

参加者から湧き出てくるアイデアを効率的にメ



ウィンドウズをプロジェクターを使ってホワイトボード上に投影し、この上でMimioとポインティングデバイスをマウスのように用いれば、ホワイトボードは拡大されたウィンドウズのデスクトップになる。ネットミーティングのチャンネルを利用すれば、遠隔地のユーザーとウィンドウズ上のアプリケーションを共有することも可能だ。

「Mimio」の本体。その見た目からは  
ちょっと用途の想像がつかない。

デアの中に取り込み、他の多くの  
人たちのアイデアとすり合わせて  
新たな情報、知識を生み出すた  
の仕組み、それがグループウェア(ある  
いは協調作業支援)といえる。

多くの人はいくつかの機能がマルチメディア的に  
実現されると考えている。だが同時に、彼らの頭  
の中ではマルチメディアとパソコンとは切っても  
切れない関係にあり、そしてパソコンとはカラー  
ディスプレイとキーボード、マウスといったデバイ  
スから成り立つものという強固な思いこみを抱い  
たままである。

しかし、突然思いついた何かを書き留めたいと  
考えたとき、まずパソコンの電源を入れる人はど  
れくらいいるだろう。グループでアイデアを出し合  
うとき、いきなり考えをキーボードからタイプしたり、  
しゃべるだけで内容をメモしようとしな  
い人はどれくらいいるだろう。

パソコンは個人の知的生産性向上を支援する  
と言われてきた。だが実際には単なる清書のための  
機械、あるいは表計算といったきわめて非人間的  
な作業を軽減してくれる機械として利用されてい  
るにすぎない。現状のパーソナルコンピュータの  
構成や利用スタイルが協調作業支援に役立つかど  
うか、疑問の余地は大きい。そう割り切って考え、  
まったく新しいアプローチを考えてもよいこ  
ろではないか。

グループによる知的創造性を考えるのであれば、  
人がアイデアのひらめきを形にしようと苦闘する  
際に発するさまざまなモードの動作をデジタルデ  
ータとして取り込んで、記憶し、再統合していく  
試みをもっとなされるべきだろう。Mimioが取り  
込もうとしているドローイングという作法と、そ  
れを時系列的に記憶していくアプローチは、明ら  
かにその1つのきっかけと言えよう。

最後に筆者としては、これに加えて取り扱うべ  
きもう1つの大きな表現要素に、音声の存在があ  
ることを指摘しておきたい。

われわれは手書き文字というと文字認識、音声  
というと音声認識という、ワンパターンな連想を  
すぐにしてしまいがちだが、ここにもわれわれが逃  
れるべき技術的呪縛があるような気がする。これ  
についてMimioはまだ明確なアプローチを示して  
はいないが.....。

Mimioのように従来の常識にとらわれない新た  
な製品が登場するのを見ていると、おそらく21世  
紀は、こうしたさまざまな先入観を取り払って、  
新しいフレームの中でモノを考えていくことがま  
ずまず要求される時代になりそうだ。

**Mimio**  
Jump [www.mimio.com](http://www.mimio.com)

ホワイトボードマーカーにこのジャケット  
を付けることでMimioに対応できる。



## [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)