

# 光コラムズ 100メガバイト

ブロードバンド時代のインタラクティブコンテンツ

「元気ですかー!」とか言われてもなあ、こっちはリングス崩壊以来プロレス、格闘技の世界にはトンとお目にかかっていないので、よくわかりません。思うに、プロレスの格闘技路線突っ走り状態の煽りを受けて、リストラされたマスクマンたちが再就職先を探しているであろう6月。御社にパンダ仮面「パンディータ」が来たら、即採用してあげてくださいという意味も含めて、100メガバイトなコンテンツをとくにご覧あれ! 前田兄貴、元気ですかー!

今月の100メガバイト時事ニュース

マンガ: 萩原 慶

お題: 『天山広吉 愛と宿命のIT』



テレビ視聴率は振るわなかったものの、東京ドームを満員にして、大盛況となった新日本プロレス「闘魂記念日」。天山広吉がマヌケなマイクアピールできっちり締めてくれました。ところで、レスラーにとってのマイクアピールは、ベンチャーにとっての投資家へのアピールのようなもの。かつては「ITやっちゃろぞ、コノヤロー!」と叫べばお金がジャブジャブもらえたものです。パブルがはじけたあと「IT」に代わる魔法の言葉はなんなのだ。「FTTH」か「ギガビット」か、はたまた「WWF」改め「WWE」か? とりあえず、インターネット業界にはプロレスファンが多いとの根拠のない情報をもとにプロレスネタで攻めてみました。あしからず。

## 戦場からのラフシター、 通信筋線異常なし！

### 戦場での「パチ」はケタ違い

僕らは戦場にいるからといって、常に銃弾飛び交う最前線に身を置いているわけではない。もちろん、作戦がないときは、後方で待機という時間もあるわけだが、この後方待機の時間でもいろいろ変な体験をするものだ。

そこで、ボスニア傭兵部隊に所属して後方基地にいたころの話のひとつ。前にも書いたが、ボスニアで戦っていたころには携帯電話はもちろん、電子メールもなかったので、外界との通信手段は後方基地内にある郵便局に届く手紙か、そこに設置してある国際電話サービスのみ。その国際電話サービスの使える場所から、フランス外人部隊の第2落下傘連隊部隊出身で仲のよかったカナダ人のロバート(仮名)が手招きをしながら自分とその仲間

3人を呼んでいる。「何なんだよ」と冗談交じりで雑談をしながら国際電話サービスがある場所まで行くと、ロバートがいきなり「頼む、みんなベルトを外してくれ」と言い始めた。まさかここで変なマネをし始めないだろうなと思いながら、自分がベルトを外すと、ロバートはそのベルトを奪っていきなり床をたたき始めた。「ヒュン、ピシィ」。その音は近くに何人かいたクロアチア兵が驚いて振り向くほどのものだったが、ロバートは何食わぬ顔で「これから俺はあるところに電話をかける。その間、このようにベルトで床をたたき続けてくれ」と言い、電話をかけた。はじめたのだ。

ロバートの合図で自分らが床をたたき始めると彼は「ハア、ハア、……ハロー。アウーチ……マ、マ、マ

高部正樹(たかべ・まさき)  
現役日本人傭兵。現在も各地を転戦中。著書に『傭兵のお仕事』(文芸春秋)、『傭兵の誇り』(小学館)などがある。



ボスニアの後方基地で銃を構える筆者。ちなみに、筆者の後ろにある整理されたベッドは戦死した同僚のもの。

ミー。失敗しちゃった。ドジッたよ。敵に捕まったんだ。要はロバートは敵に捕まって拷問を受けている状況を自分らに演出させたわけで、「捕虜になったけど、1万ドル払えば解放してくれるって。だから、僕の優しいマミー、お金を送ってくれ」と、パリ銀行の口座番号をスラスラと喋り、まんまと仕送りしてもらったというオチだ。

ちなみに数日後、ロバートは長期休暇をとってフランスに行ったので「オマエ、そんなことしていたら地獄

に落ちるぞ」と言ってやりました。まあ、ただの電話だからこんなこともできるわけで、3G携帯電話が普及して、戦場でもテレビ電話が使えるようになったら通用しない技なんだけど。ちなみにこのロバート、パチが当たったのか残念ながら戦死してしまった。しかも味方の銃撃で、RPG7という対戦車ロケットの直撃を食らったのだが、綺麗に跡形も残っていないかったなあ。悪いことはするものじゃあないです、ホントに。

## 聖 咲奇の “考えるX” ストフューチャー”

### アトミックバブルの産物……?

タイムトンネルの彼方、未来と過去がゴツンゴツンするそのポイントは実は人の頭の中にあつた。夢が技術を生み、技術は想像力を得て科学となる。過ぎ去りし未来からとっておきのブツをお蔵出しするこのコーナー、今回は原子力カメラ。編集担当が名前のインパクトだけで選んだこのカメラだが、50年代にM.W.ケロッグ社が本当に開発した製品である。第二次大戦時に開発された兵器技術の民需転用の一例と見ることもできるが、マンハッタン計画の平和的側面と見るほうがより前向きな気がする。何しろこの時代、原子力や核は宇宙旅行などと同じで、学者レベルのイメージと大衆レベルのそれが奇妙に同居していた。古代の怪物を目覚めさせたり、昆虫を巨大化させ

たりする原子力が、実際の核エネルギーの在り方と大衆レベルで混在していたわけだ。確かにこの時代は、アトミックトレンドであった。未来的なものには何でもアトミック何々と名前が付いていた。自動車の専門誌は「未来の車は原子力」と謳うし、鉄道会社の広告にはアトミック列車が登場する。男児の玩具業界では「アトミック」の大安売り、原子力発電所のプラモデルまで出てしまう。まさに90年代後半ITバブルならぬ、50年代アトミックバブルだったのだ。はじめはこのカメラもその類の想像物かなと思っていたのだが(編集担当は絶対そう思っていたに違いない)説明をよく読んでみると、核分裂で発生するコバルトやイリジウム、セリウムなどの元素を利用

聖 咲奇(ひじり・さき)  
SF、ホラー、ファンタジー、レトロなどに関する記事を執筆している。アミューズメント総合学院の講師、大手ゲーム会社の顧問なんかも仕事。いったい何者だ?

アトミックカメラの雑誌広告。原子力に対して、能天気な期待をしているのがわかります。

今月の一句  
『カメラマン  
ハゲでもしらんぞ  
原子力』

してX線写真のような透視映像を印画紙に定着させる文字どおりの原子力写真機だった。売りはコンパクトさと正確さ、そして速さだと書かれている。X線では何日もかかる厚さ6インチの溶接箇所検査がたった1回の露光で完了し

たらしい。ケロッグ社は、もとはケミカル系の会社だったが、戦後は核関係の商品開発や技術者の養成を始めたようだ。筆者などはもっと不真面目なヤツの方が好きなので、いずれそちらもお見せしたいと考えている。



### 古書店店主は常にチャック全開で生きるべし

「私は原則として、ズボンの前は閉めない。こういう男と付き合うのは、さぞや大変だろうな、と思う。これは直木賞作家、車谷長吉が『銭金』について(朝日新聞社)で綴った衝撃のことばである。いや、大変どころじゃないだろ!

さて、本題。オンライン古書店での売買も、立派なインターネット取引である。したがって、我々は非対面販売の弱点を十分すぎるほど持っているのである。つまり、お客さんにとっては、インターネットでテキストや画像を頼りに古本を買うには少しばかり勇気が必要で、それが本を売るのに大きなハードルとなっているのだ。たとえば「ヤケあり」と書いてあってもどの程度ヤケしているのかわからないし、パラメトリックして内容を確かめるのも不可能。それ

に、店主がとんでもなく悪人かもしれないではないか(当店は最高にアットホームです!)

この壁を破るのはお店の「信頼感」しかない。となると法人ではない古書店は不利に見える。しかし、古書店に「信頼感」を与えてくれる警察庁のお墨付き「古物商許可」は、前料がなければ2万円払うだけでもええ。つまり、古本屋業界の「信頼感」は、2万円という個人でも十分に手が届く金額で手に入るのだ。なんでもお金で買える時代なのです。

たとえば、ウチの商品と状態が同じくらいの古本がヤフオクにも出品されていて、ヤフオクのほうが100円安かったとしよう。その程度の価格差なら僕は「古物商許可」をもって、いるウチで買うし、かなりの人がそ

車谷長吉『銭金』について(朝日新聞社)。あまりに危険な私小説家の最新刊。妻の高橋順子(詩人)に対するアグレッシブな記述は必見である



うするのではないのだろうか。これこそ「信頼感」の勝利である。「古物商許可」ハンザイ!

しかし、現実にはそんな願いもむなし、厳しいものなのだ。しばしば来るのが「はじめまして、x x xと申します。取引終了まで、よろしくお願ひいたします」というヤフオク文体の注文メール。さらに、追い打ちをかけるのは、ヤフオクで古本の転売をしている知人の「月商40万円」という言葉。せつかく2万円で「信

頼感」を買ったのに、確実にヤフオク取引に市場を食われているのではないか。

ヤフオクには参加したくてしかたがないが、オイラは飽くまで個人オンライン古書店店主! ということで、まさにチャック全開で街を闊歩するかのよう、主流のヤフオクなどには目もくれず、我が道を貫きとおしたい。本当に食えなくなるまで限定です。



ザ・告知 !!

このページは「インタラクティブ」でございませう。つまりアナタが参加してくれないとマスターベーションなページになってしまうのです。ちなみに、メールがこのアドレス(im-100mega@impress.co.jp)に来ないと、担当編集者はパンチパーマの刑に処されます。この時代にパンチっすよ、パンチ! パンチの人には悪いけど、本気でイヤなんです。ということで、雑誌というメディアの特性上、非同期ではありますが、読者の方とのコミュニケーションを軸にこのページは進化して行きます。つきましては、メールにて、ご批判、ご意見、いやホントなんでもいいんすよ。とりあえずメールくれ!(ウイルスなどの危険物不可)。メールくれた人には抽選でプレゼントやるからさあ!

#### いろいろ楽しいことやってます!

##### ① シャウトな写真グランプリ開催

死ぬまでに一度は雑誌に出てみたい。そう思う人や動物は多いはず。わかったよ、もったいないけど「ザ・告知!!」と書いてある横のスペース(今回はお地蔵さんの写真が載っています)を貸してやろう。ちなみに、ここに掲載される写真は、今後シャウトしてなければいけないというルールになりました。なのでシャウトしている動物や自分、友人の写真を送ってください(メール添付の形で結構!)。君のナイスシャウトを見せてくれ!

##### ② IT風水 参加者募集

「電磁波がピュンピュンいっています」「気の流れがまるっきり止まっています」など、ドッキリ発言満載の「IT風水(ちなみに右ページ参照)最近業績が.....」と思っている社長さん。今こそIT風水してみませんか? 風水鑑定してもらいたい、ハイテクベンチャー企業を大募集。

##### ③ プレゼント当てクイズ大会開催

以上の企画に参加してくれた人には抽選で、担当編集者の私物をプレゼントします(希望によりサイン付き)。そのほか、担当編集者がプレゼントにしてもいいかなと思っているものを当ててもらえば、それもあげちゃいます。自分が欲しいもの(現金以外)で、担当編集者が持っているグッズを想像してim-100mega@impress.co.jpまで送ってみてはいかがか? ちなみに現在プレゼントにしてもいいかなあと思っているものは、韓国取材でもらったTシャツ、あまっているインターネットマガジン「ShiftUP」Tシャツ、引越しのときに出てきた「唐辛子」の携帯ストラップ、まだ作ってないロシア製プラモデルなど、ノベルティー物中心です。なかなかいいものありませう! メールくれ! いや、ください。くださいませ。

この告知にかかわるもろもろの質問、応募は

im-100mega@impress.co.jp までプリーズ



**風水師 YUKARI**  
 風水環境科学研究所所長松永修岳氏から、密教秘伝風水術を学ぶ。2001年10月より横浜市瀬谷区阿久和地区センター、2002年2月東京ガス株式会社において風水講演会を開催。現在空間プロデューサー、風水プランナーとしてフリーで活動中。  
[homepage1.nifty.com/yukari-fengshui/](http://homepage1.nifty.com/yukari-fengshui/)

**オン・ザ・エッジの巻き**

さすらいの風水師 YUKARI。彼女の向かうところレイアウト替えアリ。今回彼女が訪れるのはご存じITベンチャーの雄「オン・ザ・エッジ」。株価UPのためには、どんなオフィスレイアウトがベストなのか、YUKARI先生が風水します。

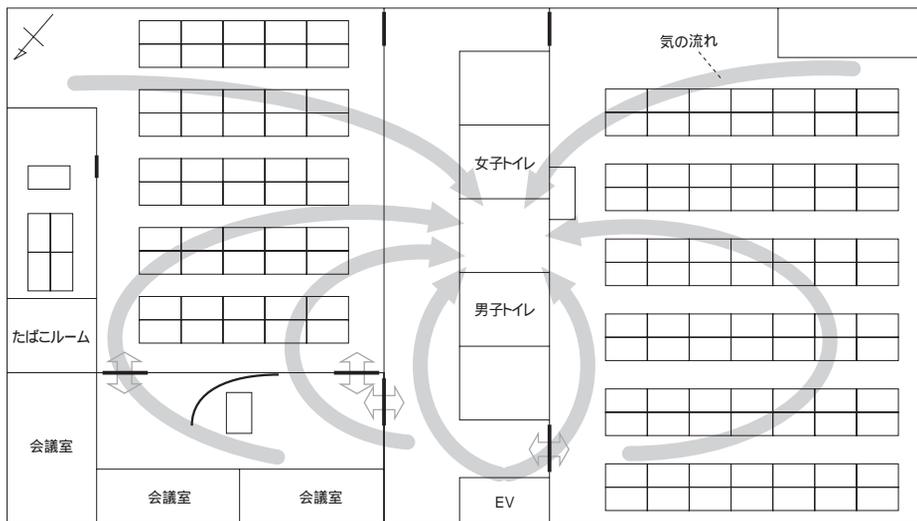
**YUKARI先生(以下YU)** おお! おしゃれなオフィスですね。  
**福本直之副社長(以下福)** ありがとうございます。  
**YU** この受付入り口はいいですね。特にエレベーターホールより入り口が1段高くなっているのがいいですよ。入り口には段差があったほうが、会社の格やグレードがあがるという意味で風水的にはよい効果があるんです。  
**福** まあ、段差といってもちょっと

高くなっているだけなんですけどね。  
**YU** しかーし! 受付テーブルはちょっとマズイですね。雑然としすぎています。たとえば、受付テーブルの上に、インパクトのあるものを、それも燃え上がる炎の絵やオブジェを飾ると会社の勢いや運機が上がりますよ。  
**福** ほ、炎ですか。オン・ザ・エッジのロゴとかじゃあダメですか?  
**YU** まあ、ロゴの色が赤で、火の意味をもつから、OKでしょう。しかーし! このガラス張りの会議室はマズイですね。  
**福** え? でも海外のオフィスなんかでは、よくガラスで中の様子が見える会議室とかって多いですよな。  
**YU** ガラス張り自体は悪くないんです。しかし、せめて足元は、たとえばプランターを並べるなりして隠

しましょう。足元まで透けていると、風水的には腎臓によくないのです。  
**福** 実は、社長室もガラス張りですして.....  
**YU** これはマズイ! ここはポスターを貼るなりして、社長の手元が社員から見えないようにするのが得策ですね。さもないと、重要な情報が流出する、または社長が背任行為を受けるなどの影響が出てしまいますよ。反対に、各フロアを行き来する扉はカードキー式になっていて、さらに部屋がしっかり分かれていませぬ。これもマズイ。各部署のコミュニケーションに支障が出るため、連携した仕事の結果が、またチームワークが悪くなります。と、一通り見させてもらったところで、お手洗いをお借りできますか?  
**福** ああ、エレベーターホールの先

ですよ。  
**YU** おお! フロアの中心にトイレが! これは、この会社のもっともマズイところですよ。フロアの中心は気が集まる場所なんです。そこに給湯室やトイレがある場合、せっかく集まってきた気や財運を洗い流してしまうという悪影響が出てしまうんです。働いても働いても結果が出にくくなりますよ。  
**福** ヤバイじゃないですか。  
**YU** フロアの構造上、水場を移動させるわけにもいかないし、ここは応急処置でいきましょう。しばらく塩水に浸けておいた水晶を用意してください。それを水場に置いておくと、気が流れて行くのを食い止めることができますよ。  
**福** 塩水に浸けた水晶? そんなものどこに売ってるんだ?

**オン・ザ・エッジ間取り図**



堀江貴文社長の部屋 ガラス張りの部屋、さらに社長のデスクが扉に近いこともあり、秘密は筒抜けです。ここはツイタテを立てる、ポスターを張るなどして隠したほうが得策です。特に、ガラス張りなので機材の裏側にゴミが落ちているのが、社員に見えてしまっています。こういったモノも片付けるようにしましょう。

閉められた通路 フロアが2つに分かれているのが特徴的なオフィスですが、できるだけ通路の扉は開け放して、両オフィスの交流、情報が行き交うようにしましょう。さもないと、右フロアと左フロアが対立して、仕事が滞るようになります。

サーバー サーバーが大量に電磁波を出し、脳を混乱させることはこの連載を最初から読んでくれている人なら、覚えてもらったはず。ここでもやはり近くにデスクを置かないほうが懸命です。お伺いしたときに、サーバー近くのデスクの人がかなり気だるそうに仕事をされていたのは、その人のせいではなく、サーバーの作業です。サーバーの近くには植物を大量に置きましょう。

開発チームルーム 開発チームの部屋は整然としていて仕事のはかどりそうなレイアウトになっています。オブジェなどの高さもいい塩梅ですね。ただ、社長室近くの進行、管理などを担当するフロアは少し雑然としていました。掃除をしましょう。さらに高さのバランスも少し低くなりすぎているので気が沈みがちです。大きな木を置くなどして調節しましょう。

トイレ、給湯室まわり フロアの中心つまり気の集まる場所に水場が集中しています。これではせっかく入ってきた財運が逃げてしまいます。塩水に浸けた水晶を飾って、財運の流出を防ぎましょう。  
 受付 雑誌が雑然と置いてあるなど、かなりラフな感じのする受付テーブルです。ここに立ち昇る炎の絵やオブジェなどを置くと、来客の目を引き、受付らしくなります。来客者、出社する社員にとっ

ても、オン・ザ・エッジに来たんだ! と気合を入れ直す効果を与えてくれます。  
 蛍光灯で光るツイタテ 円形に配置されたツイタテはグッドです。もう少し入り口の真正面に寄せて、受付とオフィスをハッキリ分ければ、さらにグッドです。ちなみにオン・ザ・エッジの観葉植物は多くていいのですが、かなり枯れたりへばったりしているのが、ケアしてあげると働く人も元気になるます。

ガラス張りの会議室 確におしゃれな作りなのですが、風水的に全面ガラス張りという部屋はおすすめできません。ガラスは気を通しやすいので開放感はあるのですが、気抜けにならないように足元を隠しておけば、その効果を維持したまま腎臓のケアもできるのです。ちなみにビルの高い位置にあるオフィスに全面ガラス張りの窓があると腎臓を壊します。



## [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)