

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

台風もいっぱい来ていることだし、いっちょビックウェブに乗りたくなる今日この頃。そういえば「ネットサーファー」にとってのビックウェブは近頃あんまりありません。まあ、日本人の約半分がインターネットを使っているんだから、簡単に乗れるスモールウェブで十分なのか？ ちなみにピーチポーズは波乗りできなかったという雑学を披露したところで、100メガバイトなコンテンツをとくとご覧あれ！

今月の100メガバイト時事ニュース

マンガ：萩原 慶

お題：『悲しみのクロス数取機』



株式会社インプレス この雑誌を作っている会社です が毎年出している「インターネット白書」によると、日本のインターネット人口4619万5700人！ おいおい、人口の約半分だよ！ と驚くことしきりである。で、我が社のことながら毎年この数を見て疑問に思うのが「何で総務省が出している数字と違うの？」ということだ。まあ、そこは大人の世界。ケイタイからのアクセスを入れるとか、入れないとか微妙な駆け引きがあるんでしょうが、今度白書の担当者に詳しく聞いてみます。で、「カウンターで計測していたから、計り間違っちゃた」ってなナイスな回答が得られればいいのですが、まあ我が社に限ってそんなことは……。ちなみに、カウンター(数取機)とクロスカウンターを掛けてオチにしているんですけど、わかりにくいっすか？

戦場からのラブレター、 通信筋線異常なし！

某合同訓練に潜入してみました。

実は今回、私は某資本主義国と、東南アジアの国の合同軍事訓練に参加してきた。事情があって、国名はひかえさせてもらうが、かなり大きな軍事訓練である。この訓練に参加して、いちばん驚いたのは軍部における携帯電話の普及率だ。現地でのレンタルだが、某資本主義国の将校クラスはほとんどが携帯電話を持っていた。軍事通信に使う「ウォークトーカー」は通信範囲が狭く、そのほかの通信機も大型で重いうえに、専門技術が必要で通信設定に手間がかかる。となれば、携帯電話は簡易通信手段として非常に重宝されるわけだ。なかでも、携帯電話の小型軽量という特徴は、軍隊では非常に重要なのだ。行軍、作戦遂行のためにいかにして荷物を最小限にするか

を日々計算している我々兵士にとっては、たった何十グラムで通信設備が整ってしまうというのは非常にありがたいことなのである。で、このように携帯電話が軍部にも浸透することによって、セキュリティ技術や通信可能範囲の拡大など、またハード面でも完全防水、対ショック性能が向上していけば、有事の通信環境は大幅に変わってくると思う。携帯電話が誰でも簡単に扱えるという特徴も、軍隊にとっては大きなポイントになる。特に訓練度の低いゲリラ兵士にとっては、願ってもない通信手段となるのではないだろうか。もちろん某資本主義国のように戦場に入り、現地人を訓練してゲリラ兵に仕立てあげていこうとする、大国の特殊部隊にとってもありがたいものになるはずだ。



今回、訓練の写真を掲載してしまうと、国の名前を秘した意味がなくなるので、私が滞在していた街の写真を一枚。戦地ではあるものの、結構栄えています。

ただ、この訓練で憤慨したことがひとつある。おいおい、某資本主義国の司令部の兵士たち。なんで、キミらは訓練中なのにホテル住まいなんだ？ まあ、2万人規模の訓練だから兵舎が足りなくなるのはわかるけど、前線の兵士は野営地にいるんだぞ。前線勤務のオレの気持ちも理解してもらいたいものだ、つい思ってしまうのは傭兵の性なのか？

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。

聖 咲奇の “劣えるX”ストーリー

壁掛けテレビの異世界感覚

20世紀前半、中盤の記録から未来を呼び出すバストフューチャーの宝箱。今月は壁掛けテレビ。1953年の雑誌広告である。53年と言えばアメリカで本格的テレビ放映ももちろんモノクロが始まってから12年しか経っていない。そもそもカラー放送のフォーマットは最初は2つあった。撮影時にRGBフィルターを回転させるフィールド順次方式とRGB3本の電子銃を使うシャドウマスク方式である。CBSで開発されたフィールド順次方式は51年から放送されていたが、モノクロ放送が受信できないなどの制約のため早々に撤退。シャドウマスク方式が現在まで生き残っている。「未来、あなたの見逃したくないショーの特等席は御真員のレストランになる」というコピーはなかなかイン

パクトが強い。この厚さだときっと液晶だろうけど、液晶の実用化っていつだ?! 日本のテレビ黎明期に正力松太郎が設置した街頭テレビと発想的に似ているが、テレビの普及が遅れた日本がすでにそれをやっちゃっていたというあたりに正力の凄さを感じる。また、街頭テレビと、この壁掛けテレビを比べてみると、何となく当時の日本の生活水準の違いを実感したりもする。筆者が子供の頃、「うちのママは世界一」や「パパは何でも知っている」といったアメリカンファミリードラマの放映をみて感じた異世界感覚とも共通するみたいだ。この広告のクライアント、シーグラム社はV.O.カナディアンウィスキーに限って未来的イメージを売ってきたのが、長期に渡って“明日を

1953年、シーグラム“明日を超えるプランを創る男”シリーズの雑誌広告。すでに、現在の壁掛け液晶テレビのようなものが想像されていた。今月の一句『シーグラム ちゃんとお酒の 広告しろ!』



超えたプランを創る男”シリーズを展開した。これはペーパーバックの表紙のようなタッチだが、40年代のものは、アールデコ調のイラストを使ったものが多く、アメリカなどではパネルにしてオフィスの壁に飾る人も多いそうだ。ところでこのTVチャンネル権は誰にあるのだろうか？

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ことを職業にしている。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？



陽の当たる場所に出たいよう

最近気付いたことがある。オンライン古書店主とインディーズミュージシャンは、とてもよく似ているということだ。両者はほとんどがほかに職業をもっているため生活売り上げに依存しなくていいし、両者とも自己表現をしていると言っていいだろう。もちろんいちばんの共通点は貧しい、そして食えないということなのだ。では、オンライン古書店主にとってメジャーとはなにかというと、それはやっぱり店売りである。インディーズのミュージシャンにとって、メジャーレーベルが陽の当たる場所であるように、お店を持って、そこで本を売ることこそが、古本屋にとつての“陽の当たる場所”なのである。コソコソと目録を入力し、ひきこもりになりがちなお店主

は、陽の当たる場所に出たいのだ。相互リンクなんていらぬ。オフコースが歌った「夏は冬に憧れて、冬は夏に帰りたい」というやつである。まあ、お店をもっても屋内だから、結局は陽に当たれないんだけど。前置きが長くなりましたが、今年の7月6日はオンライン古書店にとって記念すべき日だったのである。なぜなら、オンライン古書店4店が、おのおの別の場所で同時に店売りをした日だからだ。オンライン古書店の代表格、杉並北尾堂(西荻窪)洋書に強く、実は店主がT-SELECT(デザイナーの作ったオリジナルTシャツを提供しているサイトです)の企画者だったりするユトレヒト(青山)オリブ世代に圧倒的の支持を受ける海月書林(大阪)そしてウチ(渋谷)である。杉並北尾

イタロ・カルヴィーノ「まっふたつの子爵」(晶文社)「文学のおくりもの」シリーズの1冊。善人の方が、悪人よりよっぽどタチが悪いことが描かれた名著。

堂以外は店主がなんとすべて20代。そして、まあ、ここだけの話、いちばん若いのが私である。なにせ大学出たばかり。そういえば、何百万も学費払ったのに卒業証書を着払いで送ってきた中央大学! ふざけんな! 社会に出て初の資本主義の洗礼が、まさか母校からだとは思わなかったよ! さてさて、記念すべき7月6日のレポートだが、私は渋谷、道玄坂のとあるカフェの3Fで古本を販売した。オシャレな雰囲気壊さぬように細心の注意を払い、接近した人には

すかさず接客を敢行。売れなくて、単なるひきこもりになってしまう。ここで成功して、カフェ系古書店としての道を切り開かなくてはならないのだ。しかし、結果は健闘もむなく売り上げ6冊。なぜか晶文社の「文学のおくりもの」シリーズが3冊売れました。これでは駅前のフォークシンガーに稼いで負けそう。というわけで、いっそのこと道端でナツメロを歌いながら、一緒に古本も売ることになりました。街で見かけたら、声をかけてください。あなたのために歌います(1曲100円)。



“ザ・告知!!
スペシャル”

えー、先月大々的に行いました、担当編集者をパンチにするかどうかに対する国民投票の結果が出ました。賛成票0、反対票1。投票率は0.000000001パーセントです。ちなみに、反対票は、弊誌編集長が女子高生になりすまして投票したものでしたので無効とさせていただきます。というわけで、上記写真のようにパンチの刑は粛々と行われたわけでございます……。って、なんだコノヤロー! 何で投票しないんだよ。そんなにオレのことが嫌いか? ああ、わかったよ。みなまで言うな。オレもダメエラがだいっくらいだ! バカヤロー! と、なんだか場末のパンクバンドのライブみたいになったところで、右をお読みください。im-100mega@impress.co.jpにメールを送っていただければ、今ならかなりの高確率でプレゼントが当たります。もう、物で釣るしかないんです!

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(今回はパーマ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!」気の流れるまっさら止まっています! 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そんなものを想像してim-100mega@impress.co.jpまで送ってみては! いかか? ちなみに現在プレゼントにしてもいいかなあと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、もう使えないディレクTVのアンテナ、まだ作っていないロシア製プラモデルなど、ノベルティモノ中心です。なかなかいいものありませ! メールくれ!

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。
<http://homepage1.nifty.com/yukari-fengshui/>

NTT-ME 第4JunKan ビジネス本部 第9事業部の巻

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NTT-ME 第4JunKan ビジネス本部。ブロードバンド放送局“WAKWAKキャスト”などでコンテンツ業界を引っ張るこの事業部はどんなレイアウトなのか、そしてどのようなレイアウトにすれば、ちょっと停滞気味のコンテンツ業界を活性化することができるのか？ YUKARI先生が風水します。

YUKARI先生(以下YU) ここは吹き抜けがあって、いい感じのビルですね。さぞやオフィスのなかも...
 ...、うお、この入って来たところの廊下は少しマイナスポイントですよ。
NTT-ME 北田隆文さん(以下、北) 確かに、ちょっと散らかっているのだから片づけたいとまずいですね。

YU いいですか。風水における「財」とは、水龍の流れといって、水の流れと財運は密接に関係しています。水の流れは交通、貿易、文化交流を可能にして、人間の生活を豊かにしますね。風水では人の歩行道、つまり道路や廊下もすべて河のような水の流れと考えます。
北 はあ、で、この廊下なんですけど、具体的にはどのようにすればいいんでしょうか？
YU いちばん簡単な改善策は乱雑に貼られたポスターを整理する、もしくは外すことです。圧迫感の強い顔のポスターなどは、狭い廊下をさらに狭く見せてしまいますから、できれば風景など廊下が広く見えるようなものを貼るといいですよ。ところで、この部署の部門長さんはどこに。

北 あそこの小部屋の隣ですよ。
YU となると、部門長さんは部下を自由に動かせてくれる人ですね。
北 確かに、そういう面はありますね。自由に動かして締めるところは締めるといったタイプでしょうか。
YU そういうタイプの方なら、この座席位置でもさほど問題はないんですが、長の人人がフロアの全体を見渡せないというのは、普通の場合だと管理能力が落ちてあまりよくないケースが多いんですね。特に、あの小部屋の位置などは気になります。小部屋と、そこに通じる道がフロアを分断するようになっていますね。部門長が部屋の陰になっていますから。あ！あの小部屋の扉のところに座っている課長、最近体の調子がおかしくないですか？
北 最近あの席に移られたばかり

なんですけど、何か問題が？
YU 大ありです！小部屋の角が課長の背中に向いていますよね。角は風水で言うところの殺気を出すんですよ。殺気を浴び続けると、体の機能を壊してしまいますよ。
北 ヤバイじゃないですか。あの人はうちの部署になくはならない人なんですから。ど、どうすりゃいいんですか？
YU うーん、とりあえず小部屋の角に向けて手鏡を置くことで殺気を反射できます。これで、課長は問題なく業務をできるようになりますよ。
北 課長に手鏡をプレゼントしないと。なんか、僕、渡しづらいんですけど.....上司に、手鏡。
YU 本気で課長のからだに心配なら、誤解を恐れてはいけません！

第4JunKan ビジネス本部 第9事業部の間取り

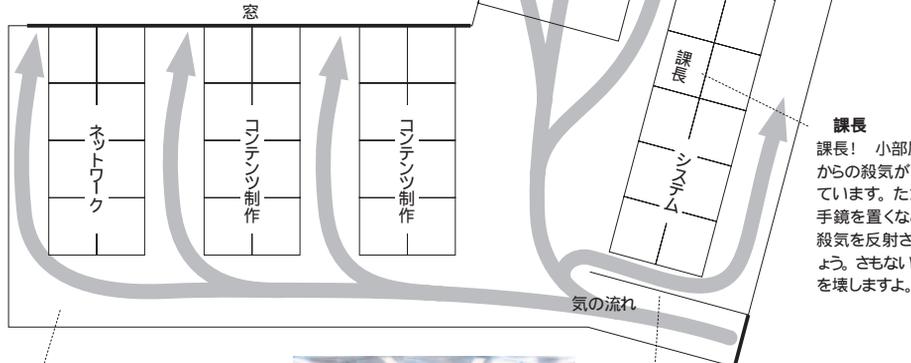


第4JunKan ビジネス本部 第9事業部はブロードバンドコンテンツの制作、配信などをメインにインターネットビジネスを手がける部署だ。
cast.wakwak.com

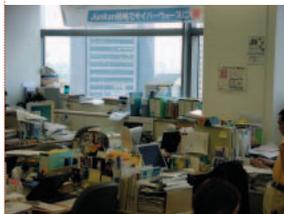
小部屋
 小部屋の扉の左側にピンク、もしくはオレンジ、黄色の花を飾ると、人間関係がスムーズにいくようになります。



部門長
 いい意味で放任主義の部門長ならば、この位置でも問題はありません。



課長
 課長！小部屋の角からの殺気が当たっています。ただちに手鏡を置くことで、殺気を反射させましょう。さもないと、体を壊しますよ。



ゴチャゴチャした室内
 いや、しょうがないんですけどね。オフィス内がゴチャゴチャしているのは、忙しいところならとも同じです。ただ、できるだけ整理することで、気の流れはよくなりますよ。



狭い廊下
 できるだけ無駄なポスターは貼らずに、廊下を広く見せましょう。廊下は「財」の通る道、ここを広くしておかないと、大きな営業利益が通れなくなりますよ。



[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