

見の離

PCを持ち歩くのは野暮ったい

この2ヶ月ほど、電子メールソフトをインストールしたUSB接続のフラッシュメモリーをカバンに入れて持ち歩いているが、一度として使うシーンが来ない。取材先に行ったおり、

「ちょっとマシンをお借りしますね」

などと言いながら、口紅ほどのメモリーを他人のPCにカチッとつなげてメールをさくさくとチェックしてやろうと思っているのだが、判で押したように忘れてしまう。

とある会で

「近ごろハマっているモノは何ですか？」

と聞かれたので、おもむろにI・OデータのEasyDisk XとPC-SuccessのBeeMailを取り出して見せたら、案の定というか早とちりというか

「あー、メモリーですか...」

と一瞬だが空気が白んでしまった。EasyDisk Xは同社広報の方が「マイクロソフトの阿多社長もプレゼンデータなんかを入れて持ち歩いていて『もう、これだけあればPCは要らない』とおっしゃってます！」

どうれしように語ってくれたのだが、そういう使い方を実践している人さえ周囲には見かけない。ほんとうに不思議である。

今年の春にBeeMailと初対面した私はすぐにとびついた。16MBのフラッシュメモリーがすごいと思ったのではなく、そこにインストールして使うメールソフトの考え方に感心したからだ。他人のPCの通信設定を変更することなしに自分のメールがチェ

ックできる。迷惑をかけることもなく、バカ重いPCをカバンに入れることもない。これほど便利なものはないと思った。ところがどうしてどうして。前出の会合では、「これこそユビキタスというやつです。たいそうな仕掛けや機器などは必要ない。1GBとかのフラッシュメモリーにアプリを詰め込んでおけば、たいていのことはできるものです。PCを持ち歩くという発想は21世紀にあっては野暮というものでしょう」とアジテートした瞬間に、引きはじめた興味の潮が逆に満ち満ちて来たのだが。

原風景にこだわるワケ

20グラムほどのメモリーだから、2個くらいをカバンに入れていても気にはならない。使う機会がなくても一向にさし支えないのだが、ついつい忘れてしまう己が不甲斐ない。きつと意識の外に追いやってしまうようなサイズとか重量に問題があるのだろうし、他人のPCを使うという傍若無人の風景も今の社会には馴染まないのだろう。編集部でも

「ヒトのパソコンを使うなんて、ちょっと恥知らずかも.....」

と藤井副編集長が語っているのを小耳に挟んでしまうと、さすがに自信はグラつく。

ハードとはいえ、メモリーでは物欲を刺激しないということもあるだろう。冒頭に口紅と書いたが、シャネルやゲラン、ランコムあたりが年末のプレゼントグッズとして製品化すれば火が付きそうな感じもする。

1年半前だったが、スーパーモデルのク

ラウディア・シファーがPalmの女性バージョンを企画して話題になった。ルイ・ヴィトンやエルメスの革カバンが予約待ちのご時世なのだから口紅デザインのメモリーもイケそうな気がするが、Palmをさっそうと使いこなす女性がITの原風景になることはついぞなかったのでやっぱりダメっばい。

この5年ですっかり様変わりしたのは、陳腐なデザインのケータイでメールをチェックする老若男女の電車風景だ。おかげで出版業界は未曾有の不況のただ中にある。「メールごときに負けるなんて、編集者の慧眼はオネーチャンの戯言に負けるのか!」と一蹴したいけれど、お代をいただいて倍返しというほどの気概も風前の灯である。

そもそも、メールのチェックやウェブの閲覧がエレガントな原風景かと問われれば、会社勤めの悲哀が漂うばかりでとてもじゃないけれど前向きな風情には見えない。ITの原風景にはエレガントさというものがないのだ。ビジネスチャンスだとITを喧伝したのは当方の未代までの不明。ただただ恥じ入るしかないが、欠落していたのはエレガントさという視点だったような気がしてならない。

「ビジネスチャンスだっ!」

と声高に叫んでいた当時、ヒトをヒトとしてちゃんとイメージする一時があったのなら、今年の夏はもう少し涼やかであつたらうに思う。いつの世も、ヒトの本性というものには変わらないのだから、小利口な機器を使ったサービスで世の中が様変わりすると思い込むのはいかにも早合点だ。我が身



の成功ばかりを夢見て、ヒトからむしり取ることを考えていたのではない。それをエレガントとはひっくり返っても言わない。我が身を捨てるのも本性なら、他人からむしり取るのも本性というべきなのだろうが、清濁併せ飲むほどにヒトは賢くなれないらしい。ちなみに、己を捨てる覚悟があることをエレガントと表現するのが、ヒトの世の常である。

本性がエレガントだったためしはない

汗をかきかきカバンにPCを入れて歩くよりも、フラッシュメモリーのほうがエレガントかもしれないと考えた私も浅はかだが、要はサイズや重量、形態にエレガントさを求めようという性根が物欲とからまって落ち着き場所を求めているのだろう。

NTTドコモブランドでNECが発売したゼロハリバートのPocketPCにしても、ヒューレット・パッカートのJornada 728にしても、10万円以下でPCと同等のことができる機器としては決して悪い選択だと思わないが、AirH²のつなぎ放題カードを挿して使っていると、無意識のうちにPCと比較していることに気づいて愕然とする。比較するから、不足している部分が気になりだす。不満が積み積み積もっていくのが自分でもわかる。気づいたときには、PCをカバンに入れて持ち歩いていたりするのだから、開いた口がふさがらない。シアトルの会社は、

OSの上昇志向がヒトに及ぼす影響について真剣に考えはじめる時期に来ているのかもしれない。

WindowsだろうがHandheld PCだろうがPhone Editionだろうが、収斂する先はどこなのだろうと思わずにはいられない。不可解な操作マナーにエレガントさはないのだから、そのOSで動く機械を黙々と使う風景にエレガントさがいないのは当然というべきかもしれない。正直なところ、それは今の時点ではわからない。

先ごろ米国で発売になったT-MobileのPhone Editionは、シアトルのOS戦略をケータイに埋め込んだ最初のハードとしてはすこぶる評判がいいようだ。StrongARMの206MHzをCPUに採用して、32MBのメモリー、240×320ドットで4096表示のTFT液晶を備えたGSM/GPRS対応電話は、PDA機能をPhone Editionでまかなう。OSにSymbianの7.0を搭載した同コンセプトのモデルは、英ソニー・エリクソン・モバイルコミュニケーションズが今年3月にBluetooth機能やカメラまで付けて発表しているので格別の驚きはないのだが、さて、こうしたケータイがほんとうに必要なのかと言われると、凶らずも私は買ってしまうような予感がある。549ドルというから6万円を超えるのだが、1GBのフラッシュメモリーの価格を考えると安いのは確かだ。行き着くところがコストパフォーマンスだなんて、誉められた話ではないのだけれど。

こんな体たらくでは、いつまでたっても

T-Mobileはもちろん米国でしか使えない。標準的な通話料金は月額19.95ドル(データ転送量5MBの場合)だ。OSがPhone Editionなので音楽を聴きながら電話を受けたり、付属のヘッドセットで通話しながらゲームができるというマルチタスクぶりを発揮する。ケータイの顔を持つPCといっても過言ではないが、画面がフリーズしたりロックアップするところまでPC並みだと電話の場合はとても困りそうだ。

エレガントなITの風景は到来しないではないかとあなたからお叱りを受けそう。プリミティブな本性がエレガントだったためしはないという達観の声も聞こえて来る。

微細な振幅が焦点を結んでいる

同じような心の有り様について、デザイナーの矢萩喜徳郎が視点という側面から面白いことを書いている。

この世に静止した視点というものには存在しないというのだ。同じ景色を長時間にわたって凝視していると網膜に映像が焼き付いてしまうので、それを防ぐために、ヒトは凝視しているようでいて眼球を微細に振動させている。だから完全に静止した視点はあり得ない。逆に、眼球を振動させることで新しい景色が獲得できるのだという。

今から600年前の芸術家である世阿弥も別の表現で、同じようなことを書いている。役者は、自分の視点で舞ってはいけない。自分の姿を自分で見ることはできないのだから、常に客の視点に心を据えていなければいけない。客を見ることで、己を見ることができるといふ。このことを世阿弥は、離見の見と書いて後世に伝えている。

ならば、エレガントなITの原風景が見えてくるまで、私が物欲のなせるがままにイケそうな機器をちまちまと買い漁るのも仕方ないことかもしれない。あれこれと買って使わないかぎり、景色は焦点を結ばないのだから。それにしても、メールソフト付きのフラッシュメモリーはどうして流行る気配すら見せないのだろう。





[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