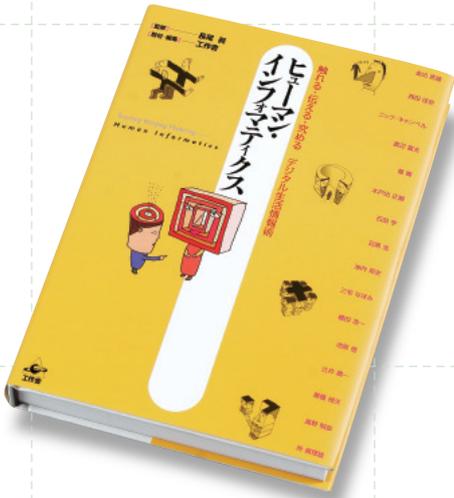


## 『ヒューマン・インフォマティクス 触れる・伝える・極める デジタル生活情報術』



長尾 眞 監修  
 工作舎 編  
 ISBN : 4-87502-386-3  
 定価 : 本体 2,800 円 + 税  
 工作舎

「高度メディア社会の生活情報技術」プロジェクトの成果を紹介  
 人間に機械が寄り添うためには、どのような技術・アプローチが必要か

森山 和道(サイエンスライター)

タイトルを取って日本語に訳すとすれば、人間を中心とした情報技術、といったところか。

本書は、科学技術振興機構(JST)が推進する戦略的創造研究推進事業(CREST)の「高度メディア社会の生活情報技術」プロジェクトの成果をインタビュー形式でまとめたものである。

内容は多彩だ。ヒューマノイドロボットのための人間計測・解析研究、人間をモデル化した「デジタルヒューマン」。「ほぼほぼ」なるほど」といった人間的なやりとりを可能にするための音声合成技術、うなずきなどの引き込みが起きる場を生成することを目指す情報技術、皮膚感覚の再現、仏像のデジタル復元・改修、ロボッ

トによる伝統芸能保存、人間とコンピュータが意味や価値を共有することを目指すセマンティックコンピューティングなど、幅広い研究成果が紹介されている。

一見、本書に収録された技術はロボットからセマンティックウェブまで、幅広すぎるように見えるかもしれない。だが、共通点はある。人間とはどういうものを理解し、なおかつコンピュータで解析できる対象にすることの重要性。そして、人間に機械が寄り添うためにはどのような技術・アプローチが必要か、という視点だ。

機械に人が合わせていた技術から、真の意味で人間に寄り添った技術へ、取り組みが始まっている。

## 『大買収時代の企業情報 ホームページに「宝」がある』

IR 活動ツールとして一層重要度が増すインターネット  
 ウェブによる情報開示が企業価値を大きく左右する

山川 健(ジャーナリスト)

「企業は、既存のメディアを通じなくても、インターネットから直接、世間に向かって自らの主張を述べるができる」。第1章の初めの部分にこう書かれている。インターネットが普及した今では当然のことだが、まだまだ企業広報としてウェブを有効に活用できていない会社が多いのも事実。本書は、IR(インベスターリレーション)=投資家向け広報のツールとして、ウェブがいかに重要であるかを力説し、IRの面で効果的なウェブの活用法を実例を挙げながら紹介している。

IR活動では、ウェブの内容が株価に影響する、と著者は指摘する。企業情報をどれだけ開示しているかで会社のイメー

ジは変わる。良いニュースも悪いニュースも差を付けずに情報を発信することが、今求められている。

ウェブというメディアを手に入れた各企業は、もはや既存メディアを恐れる必要はない。ある媒体に悪意からネガティブキャンペーンを張られたり、端折った記事を書かれて誤解が生じたときなども、ウェブで堂々と反論することが可能だ。事実関係を明らかにすることで、企業価値の低下を防止できる。

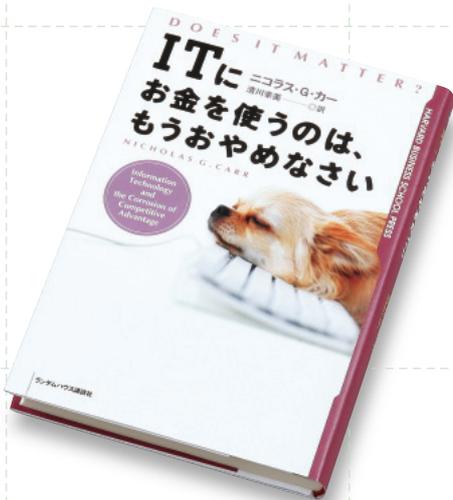
ただ、逆に企業がウェブでクレームから攻撃されることもある。これからの時代、企業価値を高められるかは、諸刃の剣ともいえるウェブをどう使いこなしていくかにかかっている。



米山 徹幸 著  
 ISBN : 4-02-250033-6  
 定価 : 本体 1,200 円 + 税  
 朝日新聞社

本でしか得られない知識がある。  
今月の、お勧め、お役立ち、元気になる書籍。

## 『ITにお金を使うのは、もうおやめなさい』



ニコラス・G・カー 著  
清川 幸美 訳  
ISBN : 4-270-00062-7  
定価 : 本体 1,700 円 + 税  
ランダムハウス講談社

そろそろ、ベンダーのバラ色のIT投資話を鵜呑みにする奴はバカといわれるかもね

野村 隆昌(コンサルタント)

原書のタイトルは「Does IT Matter?」、つまり、「ITってどうよ?」である。邦訳タイトルは、トーンを微妙に変え、「ITにお金を使うのは、もうおやめなさい」としているのだが、このタイトルのイメージと本書の内容は若干異なる。「すべてのIT投資は完全に無駄だ」といっているわけではない。ちゃんと目を開いて調べ、頭を使って考える、そう述べているのだ。

競争の激しいITベンダーの営業は「この新製品がいかに画期的か?」をまやかしの横文字とともに派手なパワーポイントにまとめ、「IT投資を行わないなんてあり得ない」という脅しともいえるプレゼンテーションを行う。

ところが、実際に期待させられた通り

のプロフィットが得られることは、まれだ。

おそらく、ベンダーにいて自分の仕事に正しいと信じている人は、この本を気持ちよく読むことは困難だろう。本書に対する反論も多いだろう。さらに、本書で「ITはコモディティ」と断言しているところや、「技術のコピー・サイクル」に触れるところは、生理的嫌悪感を抱く人も多いだろう。

しかし、経営者からすると本書は救いの一冊である。競争力が必要のない分野でのIT投資について、最新技術が必要ではないと判断する勇気を持てる。ベンダーに騙されていると愚痴る前に、本書で自らを変革し、そして武装されてはどうかだろうか。

## 『ケータイ進化論』

「携帯」から「ケータイ」への進化を分析し、来るべき時代の可能性を探る

斉藤 彰男(編集者、SE)

我が国の携帯電話の歴史は、1979年に実用化されたセルラー方式の自動車電話に端を発するから、これを誕生とすると、すでに四半世紀が過ぎたことになる。「ケータイは、すでに携帯“電話”とは呼べない存在になっている」と著者の小椋山氏が本書の冒頭で書いているように、日本における携帯電話は、その後独特の進化を遂げ、いまや世界から注目される存在となっている。

本書は、そのような進化を遂げつつあるケータイを、音声メディア、画像メディア、インターネットアクセス、ユビキタスネットワーク、環境メディアといったさまざまな角度から分析し、これから訪れる更なる進化を探る一書である。

といっても、本書は携帯電話の技術解説書ではない。あるときは社会科学の分野における研究成果を紹介し、またあるときはインタビューの集計や調査活動の報告を紹介しながら、携帯電話におけるさまざまな要素技術の持つ意味を分析して、考察を展開している。

とりわけ「デジタルID / センサーとしてのケータイ」と題した章では、ユビキタスネットワーク社会でケータイが担う役割の可能性について述べられていて、興味深く読むことができた。また「環境メディアとしてのケータイ」と題した章は、来るべき時代の人間の新たな体験と、ケータイが果たす可能性について論じられていて、学ぶところが多かった。



小椋山 賢二 著  
ISBN : 4-7571-0164-3  
定価 : 本体 1,600 円 + 税  
NTT出版



## [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)