

マリンバ社 社長兼最高経営責任者

K i m P o l e s e

キム・ポレーゼ

「インターネットは水道や電気のように、
ごく当たり前のものになります」



 i n t e r v i e w



サン・マイクロシステムズのJava開発チームから独立した技術者が、マリンバ社を設立したのは1996年2月。そして、このマリンバを率いているのが、キム・ポレーゼ氏だ。若きCEOとして、またインターネットの世界でもっとも成功した女性として注目を浴びている。

9月に来日したポレーゼ氏に、彼女が目指しているJavaとマリンバの次のステップについて聞いた。

聞き手：インターネットマガジン 編集部
Photo: Tohru Nakamura

協力：伊藤忠テクノサイエンス株式会社



☎：今回の来日の目的を教えてください。

キム・ポレーゼ(以下ポレーゼ)：マリンバ社が日本市場を非常に重視していることを皆さんに知っていただくために来日しました。

マリンバが海外進出を計画したときに、一番最初に挙げられたのが日本でした。それからずっとローカライズを進めており、9月第2週に最初の日本語版製品を出荷することになりました。また10月には、4つの製品を出荷することになっています。

日本の販売パートナーとの協力を深め、また日本国内のインターネット利用事情を理解することも大きな目的です。

☎：まず最初に、ネーミングについてお聞きしたいと思います。マリンバ社の製品には「カスタネット」「ボンゴ」といった打楽器の名前が多く使われています。また「Java」も、ポレーゼさんが名付けたそうですね。こうしたネーミングはどうやって考えているのでしょうか。

ポレーゼ：まず、変わっていて人に覚えてもらいやすいことを第一に考えています。この業界ではネットだとかサイバー、ウェブといったいかにもそれらしい名前を付けがちですが(笑)、それらとは違って目立つ名前にしたかったんです。またマリンバという名前については、私の会社のエネルギーで情熱的なところを表現したいというのもありましたね。私自身、ダンスや音楽

が大好きですから、自然とこうしたネーミングが出てくるのでしょうか。

☎：それでは、これから登場する製品には、シンバルやビブラフォンといった名前が付くのでしょうか。

ポレーゼ：実は可能性のある名前が、すでに長いリストになっているんですよ。

Javaはまだ第一段階。インフラを確立し、さらに高いレベルを目指します。

☎：それはぜひそのリストを見せていただきたいですね(笑)。

インターネットマガジンの読者には、家庭でインターネットを利用しているユーザーもたくさんいます。しかしおそらくそうした読者は、マリンバの名前や製品を知っていても、それがどういうものかをよく理解していないのではないかと思います。エンドユーザーにはどんなメリットがあるのでしょうか。

ポレーゼ：まず1つは、さまざまな複雑さを取り除けることです。たとえば「ソフトウェアのダウンロードが難しい」とか「エラーメッセージの意味がわからない」というように、萎縮しながらコンピュータを使っているユーザーも多いのではないのでしょうか。こうした操作を簡素化して、自動的にソフトをアップデートしたり、ボタン1つで

いろんなサービスを受けたりできるのがマリンバの強みです。

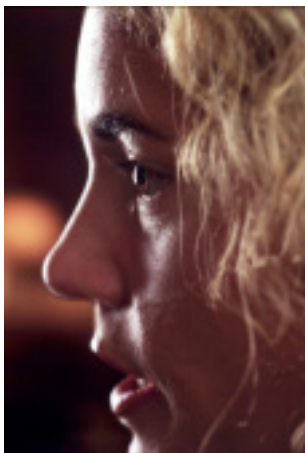
2つ目は、インタラクティブなマルチメディアのアプリケーションを提供できるということです。従来のウェブのようにテキスト中心のシンプルなものではなく、CD-ROMのように内容の充実したコンテンツを楽しめます。

3つ目は、ダウンロードに時間がかからないということです。インターネットやイントラネット経由でアプリケーションを受信する製品「カスタネット」を使えば、ほかの作業をしているバックグラウンドでダウンロードできますから、これまでのようにクリックしてからじっと待っている必要がありません。たとえば眠っている間にダウンロードすることも可能です。

☎：ポレーゼさんはもともとサン・マイクロシステムズでJavaの開発に携わり、その後マリンバ社を設立されました。その設立の目的は、先ほどおっしゃったような利益を実現させるということなのでしょうか。

ポレーゼ：そのとおりです。Javaの利点を生かし、なおかつ次のレベルまで引き上げるというのが目的でした。

Javaを使ってアプリケーションを配信したりウェブページを更新したりするのは、まだ第一段階です。それをもっと豊かな表現が可能なマルチメディアの領域まで到達させるのが目標です。



キム・ポレーゼ Kim Polese

マリンバ社 社長兼最高経営責任者。カリフォルニア大学バークレー校で生物物理学の理学学士号を取得、ワシントン大学でコンピュータサイエンスを学ぶ。米サン・マイクロシステムズ社に入社後、1993年にJava プロジェクトに参加してプロダクトマネージャーを務める。1996年にJava 開発チームの他の3人とともにマリンバ社を設立。同年10月に初めての製品となる「カスタネット」「ボンゴ」を発表した。



☎：マリンバ社の設立が1つのステップだとすると、先ごろ発表されたマイクロソフトとの提携によるOSD【注1】や、ネットスケープ社などと提唱しているDRP【注2】がその次のステップになるのでしょうか。

ポレーゼ：はい。私たちの技術が標準化して、さまざまな環境で利用されることを願っています。インターネットのインフラが確立されて発展することが重要だと考えていますので、OSD とDRP については各社と共同でW3C【注3】に提出し、オープンスタンダード化を狙っています。今後は、さまざまな会社と協力して技術を開発することが重要になると思います。

日本のメーカーと協力して、情報機器にカスタネットを組み込むことを考えています。

☎：各社からは、自社の技術にマリンバの技術を取り込みたい、どうしてもマリンバと手を組みたいという様子が見えるのですが、その駆け引きはどのようなものでしょうか。

ポレーゼ：私たちは企業哲学としてオープンなスタンスをとっていますし、企業どうして争うことはユーザーのためにならないと考えています。ですからこの会社とは協力する、こことは手を組まない、ということはありません。

私たちは、なにごととも顧客のためになるかどうかを判断基準にしています。マイクロソフトやネットスケープと提携するということは、マリンバのユーザーにとっても大きなメリットになるでしょう。

☎：現在W3Cに提出されているOSDとDRPは、標準化がうまく進むのではないかと考えています。そこで気になるのは、米国のノバダイム社がマリンバに対して起こした特許侵害に関する訴訟ですね。

ポレーゼ：データの差分更新技術がノバダイムの特許を侵害しているとの訴えですが、

こちらで検討した結果を見ても、侵害の事実はないと信じています。

ソフトウェア業界では、相手の競争力を低下させるために訴訟を起こすことはビジネス戦略として非常に一般的なことです。成功を収めるということは訴訟のターゲットになるリスクを負うことでもありますから、マリンバの影響力が認められたことになるのでしょうか。

☎：現在、ネットキャスターやアクティブチャンネルといったプッシュメディアが日本に入ってきてようとしています。中でもカスタネットはアプリケーションを配信できるなど、ほかにはない機能を持っています。今後マリンバが日本で展開するうえで、チャンネルを提供する方法やコンテンツプロバイダーは決まっているのでしょうか。

ポレーゼ：すでにいくつかの企業、コンテンツプロバイダーと交渉を進めています。

現在非常に重視しているのは情報デバイスのマーケットです。今後カスタネットチューナーをパソコン以外の機器、つまり携帯電話（スマートフォン）やPDA、ネットワークコンピュータなどに組み込むことを考えているんです。たとえば、スマートフォンに株価情報を配信することなどが考えられます。日本のメーカーは情報デバイスの開発能力が非常に高いですから、良いものができると思いますよ。

☎：日本における最初のターゲットは企業向けということになるのでしょうか。

ポレーゼ：複数のターゲットを想定していますが、やはり一番は企業向けになると思います。たとえば大企業では、多数のコンピュータにばらばらにソフトウェアがインストールされていますよね。ここでマリンバの製品を使えば、ネットワーク経由で一括してアップデートできますからバージョン管理が容易になり、コスト削減につながります。また、パートナー企業や顧客への情報提供ツールとしても利用できるのです。

☎：とすると、エンドユーザーへのメリットが生まれるのは、もしかしたら回線などのインフラが整った後になるかもしれませんね。

ポレーゼ：そうですね。まずは企業に導入されることが先ですが、その企業がマリンバで作ったアプリケーションを配信してホームバンキングなどのサービスを始めれば、エンドユーザーが生活の中で受けられる利益も大きくなっていくでしょう。

インターネットは水道や電気のように、ごく当たり前のものになると思います。

☎：先ほどのお話のようにさまざまな規格が標準化され、マリンバの製品もバージョンを重ねて素晴らしいものになるでしょうし、またインフラも整備されていくと思います。それでは環境が整った後、インターネットはどのように変わっていくとお考えですか。

ポレーゼ：私自身は、インターネットは水道や電気のように、ごく当たり前のものになると考えています。

たとえばテレビを見ると、普通はどんな技術が使われているかは意識せずに、番組の中身に注目していますね。このように難しい技術のことを考えなくなり、サービスの内容そのものに目が向けられると思います。それによって、私たちの使命というものも、技術を磨いて高い要求に応えることになっていくでしょう。

☎：ポレーゼさんから見て、現在カスタネットチューナーのチャンネルの中でもっとも優れているのはどの分野のものでしょうか。

ポレーゼ：そうですね。非常にたくさんの素晴らしいアプリケーションが開発されていますから、その中から1つ選ぶのは難しいですが、強いとあげれば金融市場関連のものでしょうか。金融データは頻りにアップデートする必要がありますし、数値から関連ニュースまで提供される情報も多岐にわたり、カスタネットの特徴が活かされています。また、企業がイントラネットで利用する売り上げデータなどのデータベースでも威力を発揮しています。

☎：今後のカスタネットの開発では、どのような機能が追加されていくのでしょうか。

ポレーゼ：現行のカスタネットにはアクセス管理の機能はありませんが、企業の部署ごとにアクセス権を設定するような機能を追加する予定です。また情報機器への組み込みを前提にした機能も加えていきます。

それからセキュリティに関する要求が非常に高くなってきていますので、それに対応するため暗号化や認証機能を追加しているところです。この暗号・認証機能については近日中に発表される予定です。

☎：最後に、インターネットマガジンの読者にメッセージを一言お願いします。

ポレーゼ：これからもユーザーの皆さんに満足してもらえる製品を作り続けたいと思いますので、期待しててください。“Stay tuned it!”（チャンネルはそのままです！）

☎：本日はどうもありがとうございました。

【注1】OSD（Open Software Description）

マイクロソフト社と共同開発する、ソフトウェアのプッシュ配信の標準フォーマット案。

【注2】DRP（Distribution and Replication Protocol）

ネットスケープコミュニケーションズ社など5社と提案している、ソフトウェアの差分をネットワーク上で更新するためのプロトコル。

【注3】W3C（ワールドワイドウェブ・コンソーシアム）

1994年に設立されたウェブ技術の標準化団体。研究者や企業が参加してHTML規格の策定などを行っている。



[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