



from NEW YORK from NEW YORK from NEW YORK
マッシー川口
 from NEW YORK from NEW YORK from NEW YORK

from New York

「iBook登場」の巻

ハロ、7月はニューヨーク気象観測史上もっとも平均気温の高い月となったけど、8月も自宅から一歩出ると鼻にかかる熱風に、すぐ喉が渴き思わずカフェに駆けこみアイスオーレ(\$2)を買ってしまうヨ。

ホットな話題といえば、アメリカでもアップルの新作ラップトップ「iBook」かな。事情通の君ならとっくにご存じよね。9月の全米発売を目前に、マンハッタンの街角にも、蛤のようにちらっと開いて立っているブルーベリーとタンジェリン(オレンジ)の2色の可愛いiBookのポスターをよく見かけるワ。まもなくオシャレな4種類のイメージCMもオンエアされるはず。

7月21日、ニューヨークで開催されたマックワールドの会場で、アップル暫定CEO、スティーブ・ジョブズから華々しく発表された「iBook」(iMac to go = 運べるiMac)の紹介記事は、ニューヨークタイムズをはじめ、USAトゥデイなど、全米の新聞の一面を飾り、ラジオ、テレビ、雑誌、オンラインニュースなどなど、あらゆるメディアで取り上げられ、アップル復活作戦パート2、ローコストで高性能な商品誕生!と大評判だった。発表の講演も、昨年から190万台を売ったiMacのおかげで午前10時の開場前から、すごい数のプレスが押し寄せ、余裕を持って1時間前に行った私ですらプレスの100人目で人の群れがあとを絶たない状態。さらに展示会場ビルのまわりは、一般客の長蛇の列。やはり、売れると人は寄ってくるのだ。出版社数も昨年の約2倍に増える大盛況ぶり、マックユーザーにとっては(^^)ネ。



かくしてiBookデビューの情報は世界中に広がったわけ。ここで日本とアメリカの受け取られ方に違いを感じるのよねえ。iBookのスペックを見て、12.1インチモニターがデカイだ、6.5ポンド(2.94kg)は「重いよ」だと言っている人がいたら、それはもう「ツウ」すぎてナンセンス! だってターゲットがぜんぜん違うんだモン。もちろんアップルとしては、誰が買ってくれてもいいわけだけだ。ジョブズの力説通り、この商品はアップル優勢の巻、教育に焦点を当てたことは周知だけど、本当のターゲットは、どうやらアメリカの小中学生らしい。プラス、「iMac購買者のうち33%が初めてインターネットを使うユーザーだ」という調査結果から、iMacの人気の高い日本をはじめアジア地域のピグナーもコアなターゲット。アメリカでは、一般に人気がないと言われるタンジェリンを選んだのも、アジアで人気の色だからという説まであるのヨ。ホンマかいな?

大学生以上にはG3を買ってもらい、iBookは車にたとえて言うところ2台目のスポーツカー感覚。デザイン先行型のおしゃれ族の購入を狙う。また、一般家庭では子供と奥さんも気軽に使えて、パパも使っ



カワグチ マサヨ

ニューヨーク在住のフリージャーナリスト。テレビやラジオでニューヨークからのレポートを送っている。ほかにコナミの人気ゲーム「ときめきメモリアル」の片桐彩子役(声優)としても活躍。

members.tripod.com/~masshy



て楽しい! なんていうのが戦略未来図。6時間の充電バッテリーというのも、全米の小中学校の授業に合わせて確保したかった時間のようね。だから、iMacと同じ333MHzでなく300MHzなのかもしれないね。フルサイズキーボードも、ジョブズは誇らしげだけど、これも日本人には理解されにくいだろうナ。「小さく軽い」商品を求める日本人と異なり、アメリカ人は「小さいものが良いものだ」というダウンサイジング思想が、あまり一般的でない。iBookの場合、素材の選択も、これ以上軽くしなかったのも、子供たちが少々乱暴に扱っても、ピクともしない頑丈さが逆に必要だったみたい。

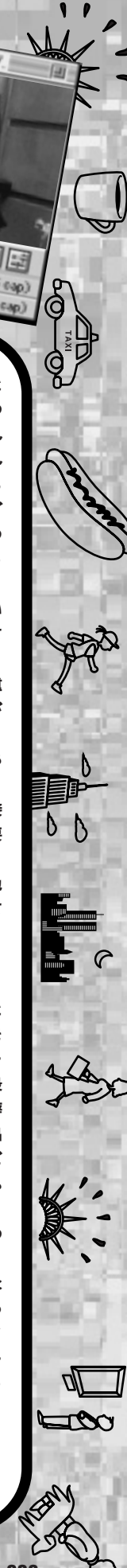
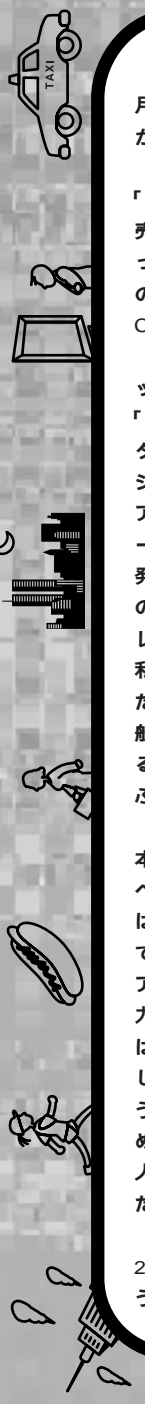
ブースの解説役のアップル社員は、すでに自宅でiBookを使っていて「役得だね。だからアップルに勤めてるわけ(笑)。これを使っている子供たちも庭の芝生で「寝転んでネット」ができて大喜びだよ」なるほど、だからあのUFO型のワイヤレスモデム「Airport」が重要なのか。学校では、これ1台で50メートル以内なら10人の生徒が同時にワイヤレスでインターネットにアクセスできるなんて画期的! すでにパソコンなしでは宿題もできなくて、ネット授業が増えつつあるアメリカの学校にびつたし!

それはそうと、iBookの記者会見が終わったあと、ジョブズに直接iBookの重さについて聞いてみた。彼は「この内容でこの重さは必要だし、正当な線だと自負しているよ。決して悪くないと思うよ。ねえ? 軽量化にも努力したし、他社のプロダクトより出来も良いし、すごく満足してるんだ」と自信満々。近くで目と目を合わせると、やはりカリスマ的なオーラがあるね。身ぶり手振りに力を込めて話していたのが印象的だったわ。

ところで先月、「Pirates of Silicon Valley」というゲイツとジョブズの半生をドラマ化した番組を見た。ジョブズ役の「ER」の俳優ノア・ワイリーは本人とよく似てるの。iBookの発表の時も、最初にノアが若きジョブズに扮して舞台上に登場し、ジョブズの口癖「This is insanely, wild Product!」(これは熱狂的でワイルドな作品だ!)とそっくりに演じたところに本物のジョブズが顔を出して、すぐ受けてたよ。TVドラマの内容は、2人の人生秘話ってかんじ。でもストーリーは、iMac登場以前で終わっていたので物足りなかったよ。一方、PBS(米公営放送)制作のドキュメンタリー番組は、実際のゲイツとジョブズが出演しているのがリアルで面白かった。その中で、マイクロソフトについて「彼らはただノーテイストで(味と個性がない)しかもサードレイト(三流)な商品作り」と淡々と語っちゃうジョブズに対して、あたりさわりのないことを言うゲイツ。さらにマイクロソフトの副社長が「うちはアップルに5年遅れをとってる」なんてマジで答えちゃうのを番組にするアメリカ人のユニークさ。オッと話しがそれたところで、じゃまたね、マッシー:)

● 今月のオススメURLはココ!
 ● ブースのジョブズをキャッチ! 私の友達の記事
 ● www.oooo.to/KNYBCLiveCam/

Illust: Kido Satoko





[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