

日進月歩するデジタル製品を、「使い勝手」ではなく、「実装された新技術」と「製品の革新性」をテーマにレビューしていくコーナー。インプレスのシンクタンク、インターネット生活研究所の研究員が実際にテストしてレポートする。

インプレス インターネット生活研究所
黒田 純一

W21CA II (au)

フルブラウザ標準搭載のケータイが 有料情報配信モデルを変えていく

着々とケータイで足場を固める PC向けウェブサイト用ブラウザ

ワールド・ワイド・ウェブの普及につれて、ブラウザも次々と進化を遂げてきた。最初期のテキストのみのブラウザから、画像の表示も可能な Mosaic の衝撃的な登場があり、その後の Netscape やインターネットエクスプローラ、Opera、Firefox などにつながっている。

ブラウザが搭載されるプラットフォームもワークステーションから、パソコン、PDA と広がり、そして現在ではブラウザを搭載するデバイスとしてもっとも数が普及しているのがケータイだ。

ただし、ケータイに搭載されるブラウザの多くが、画面サイズや帯域の問題、通信への課金など、ケータイならではの事情に起因する制約によって、かなり制限の多いものとなっている。このため一般的には、PC 向けのウェブサイトとケータイ向けのサイトはまったく別のものとして扱われることが多かった。

そのことは、例えば PC 向けのサイトは無料で公開していても、ケータイ向けのサイトは有料、といった形でユーザーに影響をあたえていた。

情報そのものではなくて 情報を得る手段にお金を払う

ところが最近になって、ケータイから PC 向けのウェブサイトを見られる、いわゆるフルブラウザが注目を浴びている。ケータイでパソコン向けウェブサイトをブラウジングできることのメリットは、繰り返しになるがケータイにおける情報サービスのほとんどが有料であるのに対して、パソコン向けでは広告モデルによって、そのほとんどが無料であるところだ。

つまり、ユーザーはニュースや天気予報、占いなどのパソコン向けウェブでは当たり前前に無料で提供されている情報をケータイでブラウジング可能となるわけだ。そして、反対にパソコン向けに広告を出していた広告主にとっては、ケータイという端末に広告を表示するチャンスを得て、さらに多様な消費者にリーチすることが可能となった。

ケータイ用のフルブラウザの1つである「jig ブラウザ」は、自分でダウンロードして利用するタイプのアプリだ。料金は売り切りではなく、利用期間に応じた契約という形態をとっている。これは、

ケータイによってパソコン向けウェブサイトのブラウザがソフトウェアとしてではなく、ケータイ向けの新たな有料情報サービスとして受け入れられていることを示している。つまり、世界中のパソコン向けウェブサイトの情報を有料ではあるが、ケータイで閲覧できるからである。

他社との差別化の手段が ケータイのオープン化を加速

これまでケータイにおける他社との差別化は、着メロ・着うたといったエンターテインメント系の有料コンテンツなどの充実や、カメラやテレビ受信などの端末自体の高機能化、通話料のやパケット通信の定額化といった点で行われてきた。しかし、サービスは横並びになり、料金も PHS では通話料金さえ定額割引サービスが登場するまでになってパケット通信の定額はほぼ主流となり、差別化できる要素が減ってきている。

そこでパソコンに限りなく近い形で、ウェブサイトを閲覧可能な、この W21CA II の発売とパケット定額割引サービスの開始は、パソコンを出すことができない場所でもケータイを利用するという意味で、利用シーンを広げる。しかし、一方では i モードや、EZweb、Vodafone Live! のような有料情報サービスや電子メールの絵文字といった、これまでの各ケータイオペレーターの差別化の要因を取り払い、さらにケータイ端末のオープン化を推し進めることになってしまうのだ。

[Reviewer's View]

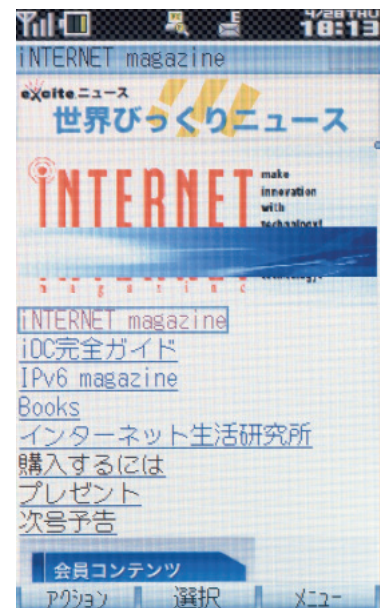
auはこれまで、有料情報サイトの充実に努めてきた。また、いち早くcdma方式を採用したり、GPSを利用した位置情報サービスや着うたフルといったアプリケーションも伸ばしたりしてきた。これは、iモードのとってきた路線とは異なり、ケータイそのもののハード機能を重視してきたからであろう。このW21CAは、その点において、auが送り出す完成された「特徴のあるソフトウェア」として、ケータイでの番号ポータビリティによる競争に突入する前の準備段階といえるかもしれない。E-mailもパソコン用のウェブメールを利用すれば、キャリアフリーになるからである。



2.6 インチの液晶画面と200万画素カメラを搭載し、パケット通信は最大2.4Mbps(WIN)という通信速度でネットワークに接続する。基本機能は前モデルであるW21CAと同じだが、W21CA IIの発売とほぼ同時の5月1日からはパケット通信割引サービスの料金が改定され、それまで対象外であったPCサイトビューアーによる通信についても定額となった。



W21CA IIに搭載されているブラウザは「Opera」だが、端末のメニュー上では「PCサイトビューアー」と表記されている。起動してURLを入力すれば、PC向けウェブサイトが普通に表示される。



W21CAとの違いはボディーのカラーリングのみで、機能や搭載ソフトウェアは同一。従来はジェネシスシルバーとエヴィルブラウンだったのが、スカイブルーとルミナスホワイトに変更された。

Prius Air One AW33M (日立)

パソコンの差別化に、 独自開発のWebテキスト読み上げ機能

ナチュラルな音声合成が 家庭向けデスクトップPCに

音声合成技術に関する研究の歴史は古い。特に自然言語処理と密接に関係するこの分野は、そう簡単に解決できない問題も多く、任意の用途というよりも、特定の用途、たとえば177の天気予報の読み上げや、株式市況の読み上げなどの分野で利用が進められてきた。

今回発表された日立の「Prius」シリーズには「読みワザ」というソフトウェアが搭載された。これは、任意のテキストを日立製作所中央研究所が開発した音声合成機能によって、人間の自然な発音に近い形で読み上げてくれるのである。

特定の固有名詞を発声することは、人間でも難しい。そのような特別な場合を除いて、ニュースやブログのようなテキストでは、聞いていて人間との音声と違うことは認識できるが、十分に日本語と

して聞き取ることができるレベルに到達している。音声合成だからといって、不自然なロボットしゃべりを思い浮かべていると、驚くほどの自然さだ。

バリアフリーだけでなく エンターテインメントにも

また、この「読みワザ」は、「視覚障害者向けソフトウェア」とは、まったく異なるプロダクトという印象をもった。

これほどまでの表現力を持った音声合成ソフトが家庭で手軽に利用できるようになると、バリアフリーのためのソフトとしてだけでなく、エンターテインメント分野への応用が期待できる。

映像分野では、コンピュータグラフィックの発達によって、将来は人間の役者が不要になるかもしれないと危惧されるほどだが、音声・音楽分野でもそういった意見が出てくるかもしれない。

[Reviewer's View]

音声合成というと、映画にでてくるロボットに代表されるような、なにかぎこちない、ちょっと聞くだけで人間の発音とは違うことがわかってしまうというイメージが付きまとう。この「読みワザ」はその点において、かなり自然な発音をしていると感じられた。この「読みワザ」によって、ウェブテキストを音声ファイルに変換し、通勤途中に聞くといった利用シーンが思い浮かんでくる。

テキストと音声データを 相互に行き来して検索

現在に戻ってみると、podcastingやネットラジオなどのオンライン上の音声コンテンツの増加といった流れがある。また音声合成とは逆の方向である、音声データのテキスト化を行う音声認識ソフトも進化を続けている。これらの流れが進めば、音声などのメディアデータとテキストデータとの相互の行き来が、自動化される日も近い。

最近では、フォークソミー的に人手による画像や音声データの分類や意味づけが盛んだが、それを自動で行えるかもしれない。そうなれば、あらゆるデータをサーチエンジンから一元に検索できるだろう。

音声データとテキストデータの垣根がなくなったとき、ブラウザにとどまらずパソコンのインターフェイスそのものが大きく変化するかもしれない。

声の調子は、感情タイプ(平静/怒り/喜び/悲しみ)、文末ポーズ長、読み上げ速さ、声の高さ、抑揚などによって変更が可能だ。音楽ファイルをBGMとして再生することで、ブログのようなページを登録しておけば、そのままラジオのようにも利用できるとしている。



VGP-MR100 (ソニー)

ハードディスクの大容量化が 家庭での団らんを変える可能性

AVパソコンとデジタル家電 リビングに置くのはどっち？

以前このコーナーで、リビングルームにあるAVラック内の位置取り合戦について取り上げた。リビングの大型画面に接続されるのは、HDD/DVDレコーダーかパソコンかという争いだ。しかし、DLNAに対応するパソコンやデジタル家電が増えたことで、少々風向きが変わってきている。

今回取り上げる「ルームリンク」はホームネットワークでの利用を前提としている。家庭にインターネットが普及し、パソコンがつながっているという時代からさらに進み、家庭内にネットワークが浸透したとき、本当にリビングルームに必要なのは何なのだろうか？

当初、DVDレコーダーはVHSのようなビデオデッキの置き換えとして考えられていたが、HDDが搭載されるようになったことで、タイムシフト視聴のための機器という色合いが濃くなった。興味を持った番組はとりあえずHDDに録画して、保存しておきたい番組だけをDVDに記録するという利用方法が主流となっている。

HDD/DVDレコーダーは、160GBモデル、250GBモデル、500GBモデルなどといった、搭載されるハードディスクの容量によってグレードが分けられ、価格面でも差別化されている。そして、一部の例外を除いて、ハードディスクの容量は基本的に増やせないことが多い。

これに対してパソコンでは、簡単にハードディスクが増設できるため、ハードディスクの実質的な価格に対して、さまざま

な機能や使い勝手を総合すると、パソコンの方がコストパフォーマンスで優れていると評価する人も出てきた。

うるさいデバイスは リビングから追い出される

しかし、最近のパソコンはだいぶ静かになってきたとはいえ、家電製品に比べるとリビングに置くには騒がしい。

それを解決するのがホームネットワークだ。普通、調理はキッチンでして、食事はリビングルームで取るように目的別に部屋を使い分けるが、ネットワークで各部屋が接続されるようになれば、家庭内のコンテンツも書斎やキッチンにあるパソコンを24時間動作させておき、リビングルームや寝室からコンテンツを視聴する、といった使い方が可能になる。ハー

[Reviewer's View]

地上デジタルの普及や、DVDレコーダーなど、デジタル家電機器の普及は目覚ましいものがある。そして、これから期待されるのがホームネットワークである。ホームネットワークを使いこなすには、ネットワーク構築のための知識が必要だ。単純にコンセントに電源を差し込めばよいといった感覚には、依然として程遠い。IPv6に代表される技術的な方法によって解決となるのか、それともメーカーのサポートによって解決が図られるのだろうか。いずれにしても、ベストでリーズナブルな解には現状では遠く、よりスマートな方法が望まれる。

ドディスクが大容量になれば、長期間保存しておきたいコンテンツも、もはやDVDに記録するまでもなく増設したハードディスクに保存しておけばよいのである。最終的には、リビングにおけるパソコンとHDD/DVDレコーダーの場所取り合戦は、どちらもしビングから追い出されてしまう可能性が高い。ネットワークがあれば、リビングにはルームリンクさえあればいいのだから。

ソニー製パソコン「VAIO」にためたテレビ番組、音楽、静止画などをリビングや寝室で再生。ハイビジョン出力(D1~D3)が可能で、無線と有線の両方によるネットワーク接続が可能。リモコンからEPGによる録画予約もできる。最新ファームウェアからはDLNAに準拠し、VAIO以外のDLNA対応ホームネットワーク機器との相互接続にも対応した。





[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