

ウェブ概観

View of Web World

川田テクノシステム(株) 代表取締役社長
KAWADA TECHNOSYSTEM CO.,LTD. President

吉居 孝雄
Takao YOSHII



今や情報技術（IT）は、企業活動すなわちビジネスでの活用の範疇に留まらず個人の生活にも深く浸透している。近くに住んでいる中学1年生の孫は、小学生の頃から実に器用にパソコンや携帯電話を使いこなす。彼がこうした電子機器に対して特別の知識や興味を有しているとは思えないのだが、インターネットでのゲームは勿論のこと、好きな音楽データのインストールやダウンロード、あるいは彼なりに勉強上必要とする情報検索など比較的自由に扱っていることに驚く。聞くと、友達の多くが同じように使いこなしているとのこと、まさにパソコンや携帯電話に代表されるIT環境は、大人から子供に至るかなりの年齢層の一般ユーザーにとってごくあたりまえの存在になっているとも言える。

しかし一方では、急速に変貌し進化するIT環境を十分に使いこなせない、あるいは使いこなそうとする情熱そのものと縁を切った中高年層の間では、近い将来日常生活でもかなりの頻度で不便を感じる弱者となり、そのうち切り捨てられるのではないかといった不安さえ存在することも事実である。

このようにパソコンがビジネスのみならず個人の領域にも爆発的に浸透した理由は、パソコン自体の性能向上や大容量のブロードバンド回線の整備などが挙げられるが、もっとも大きい理由はインターネット（ウェブ）の質の変化ではないだろうか。

ウェブの幕開けは90年代後半である。その頃インターネットが普及し始め、ウェブ上で閲覧できるホームページの数も増えていったものの、ほとんどの一般ユーザーは企業や役所などプロが作ったホームページを閲覧するだけの、いわゆる一方向のメディアの時代であった。

そこへ近年、ウェブ2.0と呼ばれる新しい形態がアメリカから入ってきたことにより、ウェブの活用方法に大きな変化をもたらしたのである。ウェブ2.0ではブログ（日記型個人サイト）に代表されるように、一般ユーザーが簡単に情報を発信しあうことができ、まさに双方向のメディアが実現したわけである。

たとえば、SNS (Social Networking Service) という会員制ネットコミュニティの参加者も加速度的に増えている。代表的なSNSであるmixiは、2007年7月31日現在1110万人以上が利用している人気サイトである。mixiの基本コンセプトは“身近な人や趣味、興味が同じ人との交流”だそうだが、自分のブラッシュアップあるいはリフレッシュに役立てている会員も多い一方、仲間との情報交換に明け暮れ疲れ果ててしまうmixi中毒者も多いと聞く。

そうはいうもののウェブの影響力は非常に大きい。面白いと評判になったブログにはアクセスが集中し、その制作者はマスメディアに取り上げられ一躍有名になることもあるし、ウェブでの口コミ情報で注目

された、それまでは比較的マイナーであった音楽や映画などがベストセラーになるというケースもある。最近では人気のあるタレントやスポーツ選手にブログ制作を依頼し、それを通して自社製品の宣伝に利用するという企業も現れている。

また、誰もが自由に編集・制作ができるウィキペディアというウェブ上の百科事典もウェブ2.0でのメジャーな産物であるが、正確性・信用性も高く、最もよく利用される百科事典の一つとなっている。これは著名な専門家に依頼して完成させる従来の百科事典とは異なり、一般ユーザーが自分の知識の範囲内で書き込みを行うことでできあがる辞典である。誰でも書き込めるので誤りを生じることもあるが、誰もがそれを訂正できるのでいつの間にか正確度が高くなるという。ただし、誰もが編集・制作できるとはいいながら、実際には10億人を越えたインターネットユーザーのわずか1%以下の「プロ」が半分以上の項目を編集・制作しているのが実態だそう。

いずれにしても、一般ユーザーが自由に情報発信を始めると膨大な情報がウェブに溢れることは間違いない。これらはマスコミの情報のように取捨選別されていないため玉石混交である。そうなる则ち自分の欲しい情報を探し出す検索サービスがどうしても欲しくなる。

その機能を提供して急成長したIT企業の代表的な存在がグーグル社（Google）である。

グーグル社は「増殖する地球上の情報をすべて整理し尽す」という壮大な理念を掲げ、1998年にスタンフォード大学の2人の大学院生（セルゲイ・ブリンとラリー・ページ）が創業したベンチャー企業であるが、わずか7年で売上高は5000億円を超え、純利益も1000億円を超えている。また、時価総額は2004年の株式公開時には約3兆円であったが、2005年10月には10兆円を超えた。時価総額でこれを上回る日本企業は、トヨタ自動車だけだということから、まさに驚異的な成長である。

グーグル・サイトからは、実に多彩なサービスやツールを利用することができる。

ウェブ検索をはじめ、イメージ（画像）検索、ブ

ログ検索、ドラッグできる地図検索、航空写真を眺められるアース、そしてGmailというウェブメール等のほかにも多くのメニューがある。これらはすべて無料で提供されるので一般ユーザーにとっては実に便利である。

ウィンドウズのOSを購入すれば、オフィスシリーズソフトやメーリングソフトが付いているが、これは明らかにマイクロソフト社の製品を一括購入したことになるわけで、グーグル社のサービスとはまったく異なるわけである。

このように多彩なサービスやツールを無料で提供しているにもかかわらず、グーグル社が急激かつ膨大な利益をあげる源泉は広告収入である。グーグル社の広告は、アドワーズと呼ばれるキーワード連動型広告と、アドセンスと呼ばれるコンテンツ連動型広告の二種類から構成されている。グーグル・サイトの検索画面あるいはブログ画面に現れるスポンサーサイトの一つを、見ている者がクリックするたびにその広告依頼主から課金するシステムだそう。

アドワーズにせよアドセンスにせよ、一つ一つの広告料金（取引）は法外な額ではないらしいが、それが巨大なビジネスになっているということは、如何に膨大な数の人たちがグーグル・サイトにアクセスしているかということであり、ウェブ社会の驚くべき現実を理解する一助にはなる。

コンピューター産業に絶対的な影響を及ぼし、かつ対比的に語られるのはマイクロソフトとグーグルであろう。マイクロソフトを興したのは、言うまでもなく天才ビル・ゲイツであり、グーグルを興したのは前述したようにセルゲイ・ブリンとラリー・ページである。

この両社（両者）については、企業コンサルタントの梅田望夫氏が著書「ウェブ進化論」のなかで興味深く理解しやすい論述をしている。以下にその要旨を抜粋する。

ビル・ゲイツは1955年生まれ、マイクロソフトを1975年に創業している。セルゲイ・ブリンとラリー・ページは共に1973年生まれ、グーグルを1998年に創業している。

コンピューター産業には、これまで二度「破壊的

な技術」が登場して産業秩序を覆すということが起きた。1970年代前半の「パーソナルコンピューティングの息吹」という産業史上第一の「破壊的な技術」に感動したのはビル・ゲイツ。その感動がマイクロソフトを生み出し、30年を経て信じられないほどの技術を進歩させた。

1970年代の「共有財産としての大型コンピューター」の何億倍、何十億倍という性能のコンピューターを、今10万円足らずで買うことができ、コンピューターを一人で何台も私有する時代になった。

一方、セルゲイ・ブリンとラリー・ページは、マイクロソフトが創業されたときはまだ2歳。彼らが中学に上がる頃1980年代半ばには、もうパソコンが家庭に存在するのは当たり前になっていた時代である。彼らは、ゲイツとは違って「コンピューターを私有できること」には感動せず、コンピューター産業史上第二の「破壊的な技術」インターネットに、つまり、パソコンの向こうに世界中の人々や情報という「無限の世界」が広がっている可能性に感動したのである。

十代で「コンピューターの私有」に感動したゲイツ世代は、インターネットの「こちら側」へのこだわりを今も捨てきれずにいる。しかし十代で「パソコンの向こう側の無限の世界」に感動したブリン／ページの世代は、インターネットの「あちら側」に全く新しい創造物を構築しつつある。まさに世代交代のときなのである。

2004年1月頃、まだ未公開企業だったグーグルをマイクロソフトが約1兆円で買収するのではないかと噂が出た。しかしグーグルの二人の創業者にとって、「あちら側」のことを全くわかっていないゲイツにグーグルが買収されることなんか絶対に許せなかった。

グーグルの経営に「こちら側」の論理は入れるわけにはいかない。彼らが絶対に譲れない一線がそこにあった。

そして、さすがのビル・ゲイツも、かつてのネットスケープのようにグーグルを叩き潰すことはできなかった。そしてこれからも難しいだろう。IT産業の重心がネットの「こちら側」から「あちら側」に移行し、競争のルールが全く違うものになることに

よって、ゲイツの世代的限界が露呈されたとも言えるのである。

ウェブ技術の発展に伴い、我々は大きな恩恵を享受していることは間違いない。これまで、かなりの時間とあらゆる手段での努力あるいは模索を必要とした「調べ物」が、ウェブでの検索サイトでいとも簡単に解決してしまうことなど日常茶飯事になった感がある。

しかしながら一方では、ウェブに頼りきる姿勢が、本当の教養や見識をボディブローのように徐々に弱体化させていくのではないかとの不安もある。ワープロや電卓の普及で漢字が書けなくなったり計算が下手になったりする経験は誰にもあるが、これと同様に、身体で学び考えるという基本的な努力を軽視し、結果として人間の思考力や想像力が衰えていく恐れもある。

このことについては、芥川賞作家の平野啓一郎氏が、前述の梅田望夫氏との対談で適切かつ直截な意見を述べている。

「僕はそういう意味では古い人間かもしれないけれど、ネットに費やす時間が圧倒的に増えても、やっぱり考える時間は考える時間で必要だと思ってるんです。小説を書くときに限らなくても、着想の段階とか、自分が何か考えたことについて確認するときとかにネットは役に立ったりするんですけど、着想を得た後はやっぱり自力で考える時間が必要ですね。ネットで十万字哲学について読むのと、哲学書の原書を一冊読むのとでは全然違うと思う。」

現状、ネットやウェブの社会に背を向け、厳しく自分を律して仙人のように生きることは得策ではない。しかしながら、自分の教養や見識を研鑽するための本当の手段は何なのかを常にわきまえながらウェブ社会と付き合うことが求められているように思う。

参考文献

- 1) 梅田望夫『ウェブ進化論』ちくま新書
- 2) 梅田望夫、平野啓一郎『ウェブ人間論』新潮新書
- 3) 池田信夫『ウェブは資本主義を超える』日経BP社