

ションをWatchPad1.5を通して得ることができる。さらに、無線通信機能を用いて、高い処理能力を持ったホストシステムに負荷の高い処理を任せることにより、例えば、ホストシステムとの間でデジタル化した音声データをやり取りするだけで、WatchPad1.5に音声認識・合成機能を持たせることも可能であろう。

4. まとめ

本稿では、WatchPad1.5開発に至るまでのWatchPadプロジェクトの経緯を述べ、WatchPad1.5の特徴、コンセプトを説明した。今後はWatchPad1.5をウェアラブルコンピューティングのプラットフォームとして大学などの研究機関との共同研究を行う予定である。

参考文献

- [1] 上條、井上、岸本、玉川:スマート・ウォッチ:ウェアラブルコンピューティングのためのハードウェア・プラットフォーム、ヒューマンインターフェース研究会 Vol.3 No.1、pp.1-4 (2001)
- [2] Noboru Kamijo, Tadanobu Inoue, Kohichiroh Kishimoto, Ken Tamagawa: Linux Watch: Hardware Platform for Wearable Computing Research, Second IEEE Pacific Rim Conference on Multimedia Proceedings, pp.1-7 (2001).

※ WatchPad1.5はIBM Corporationの商標登録です

【代表者連絡先】

玉川 憲
〒242-8502
神奈川県大和市下鶴間1623番14号
TEL : 046-215-4616
FAX : 046-273-7413
Email: ken@jp.ibm.com

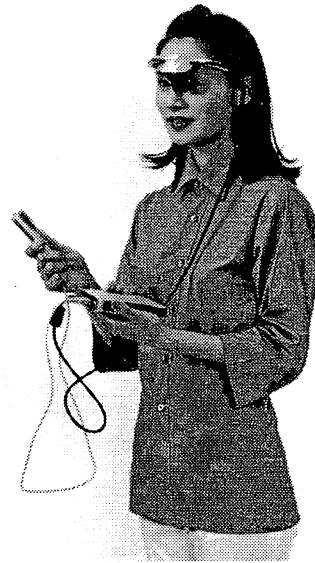
◆ウェアラブルコンピュータ販売

大日向喜信

日立製作所

1. はじめに

ウェアラブルコンピュータを日本で販売する。当面は業務用途を想定している。ハンズフリーで図面や各種ド



日立ウェアラブル・インターネット・アプライアンスWIA-100NB

キュメントを参照したり、PHSや無線LANで、インターネット、イントラネットにアクセスするといった使用目的が明確なところから発展すると考えたからだ。将来は、携帯電話の普及パターン同様にコンシューマ向けも捉えていきたい。

ところで、「携帯になると暇つぶしに最適か」と質問されるとイエスと答えても間違いではなさそうだ。利用者にとって暇つぶしとなる要件の1つは、いつでもどこでも使いたいときに使えるところにある。しかし暇つぶし目的で携帯電話を持つ人は少ない。コミュニケーション手段として便利だから、が第一義となる。換言すれば、手段のパーソナル化である。そのため移動中や待ち合わせ時間などの暇な時にも利用できるようになった。パーソナル化を進めることが、普及のための必要条件となろう。

パーソナル化によって変わったことは、利用機会が大幅に増えたことである。車、オーディオ、そして電話が、パーソナル化の代表と言える。手段のパーソナル化は、利用者が「機器」のあるところに出向くのではなく、「機器」が利用者についてくることを意味する。「マイカー」は言うまでもないことである。オーディオは部屋で聴くものであったのが、携帯になることによって、どこでも音楽を楽しむようになった。電話はもっと顕著であり、呼出し音が鳴ると、電話機が置いてあるところに駆けていった経験を誰もががしている。街の中で、公衆電話を探すということもよくあった。携帯電話を持つようになり、こういう光景は少なくなった。

このように移動、エンターテインメント、それにコミュ

ニケーションの手段がそれぞれパーソナル化した現在、次の候補の1つは、これらを複合したものとしてのウェアラブルコンピュータであると考えている。正直なところ、パーソナル機器としての市民権を得るのにどのくらいの時間がかかるのかは見えていない。単に物珍しい機器で終わるかもしれない。パソコンは呼んで字のごとく、個人で使うものであり、今日では計算機、通信機器、事務機、それにAV機器のすべての機能を併せ持っている。ところが、使い方をみると、ノートPCを持ち歩くことを除けば、あくまでもPCが置いてあるところで利用することに変わりはない。ノートPCにしても使用シーンはデスクトップPCとあまり変わりばえない。使い方は部屋で聴くオーディオや固定電話と大差ないのである。

ウェアラブルコンピュータの開発過程で、いろいろな方々にお話を伺った。作業現場では、持ち場からPCが置いてあるところに移動して、ドキュメント類を見たり、データ入力をしている。メンテナンス現場では、ノートPCなどを持ち込んで図面などを参照するのに、置き場所の関係で首や体を動かすことが多く、時間の無駄や作業効率のロスが発生していることがわかった。このことはウェアラブルコンピュータの潜在的な有用性を示している。PCはウェアラブル化によって、置き場所、接続場所から解放される。これによっていつでもどこでも使いたいときに使えるという手段のパーソナル化が実現でき、本来の目的以外、すなわち暇つぶしにも使えるようになる。

実は、今回の製品はウェアラブルPCというよりも、ウェアラブルPDAといった方が正確である。本体装置はPDAをベースとしているからだ。PDAサイズの筐体で、ノートPCクラスのスクリーンサイズと画質を実現することを目的に開発している。次は、PCの機能を維持しつつ筐体のさらなる小型化である。PCが置いてあるところに人間がいくのではなく人間にPCがついてくることを、そしてウェアラブルでPC機能がより使いやすくなる、より大衆化する方向にもっていきたい。魅力的なアプリケーションの開発と装着性の改善が終わりのない課題である。こうなるとウェアラブルコンピュータはノートPCを代替するのではなく、現在の携帯機器と競合するのかもしれない。

【代表者連絡先】

大日向喜信 (OHINATA Yoshinobu)
日立製作所 Net-PDA ベンチャーカンパニー
〒105-8430 東京都港区西新橋2-15-12

TEL 03-3506-1606

FAX 03-3506-1426

e-mail : ohinata@dm.kaden.hitachi.co.jp

◆「メディア・ファッション・2001」開催 (Media Fashion)

曾根美知江

cube-f 代表

「ウェアラブル・ファッション」のキーワードが、最近、「メディア・ファッション」へと改正された。経済産業省の関連団体である「中小企業総合事業団・繊維ファッションセンター」が主催した、「IT革命と繊維ファッション産業調査研究分析WG」において検討されたものである。委員会では、メディア・ファッションの、事業化を含めた新製品誕生の可能性の調査分析を行なったわけだが、当局に、「メディア・ファッションは、近未来型の産業として期待される」旨の報告を行った。

また、石井威望・東京大学名誉教授を顧問に、メディア・ファッションに関する研究会「cube-f」も誕生し、活動を開始している。Cube-fは、研究者、学生、企業人、ファッション関係者などが集う任意の研究グループだが、コンピュータ業界とファッション業界を融合した新製品誕生を視野に入れ、基礎研究や試作、ならびにその普及活動を行っている。

普及活動の一環として、5月18日、青山スパイラルホールにおいて、「メディア・ファッション・2001」と銘うったシンポジウムとファッションショーを開催した。

シンポジウムは、「メディア・ファッションの可能性」と題するもので、コーディネータを廣瀬通孝・東京大学教授、パネラーは、コンピュータや家電企業の企業人、ロボットデザイナー、ファッションジャーナリストなどの諸氏である。メディア・ファッションの意味、普及や事業化の可能性などの考察と同時に、各人、各企業が研究開発した成果を持ち寄り発表を行った。

ファッションショーは、ある企業とcube-fが共同開発を行った「有機EL搭載のメディア・ファッション」を中心に、東京大学先端科学技術センター学生の研究成果である「思い出記憶装置」、経済産業省の関連団体であるデジタルコンテンツ協会主催の領域型展示委員会で開発