

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

した「サイトスキャナ」などを、ショーアップし発表したものである。ショーは、少女バレリーナや研究者、学生などがモデルとして出演するという和気藹々たるものだったが、メディア・ファッションを着たバレリーナと、新しく開発された少女ロボットが戯れる場面が注目を集めた。その情景は、現代的なテクノロジーと人間の自然な姿との融合を表現し、近未来型のライフスタイルを思わせるものである。メディア・ファッションのコンセプトが伝わったであろうことは、350名を超える観客の熱気が物語っていた。



#### 【お詫び】

本記事は第6巻・第2号に掲載いたしました「メディア・ファッション・2001開催」の記事を写真と共に再掲載したものです。編集過程の手違いにより写真が掲載されませんでした。著者の曾根美知江先生、ならびに読者の皆様にお詫び申し上げます。