



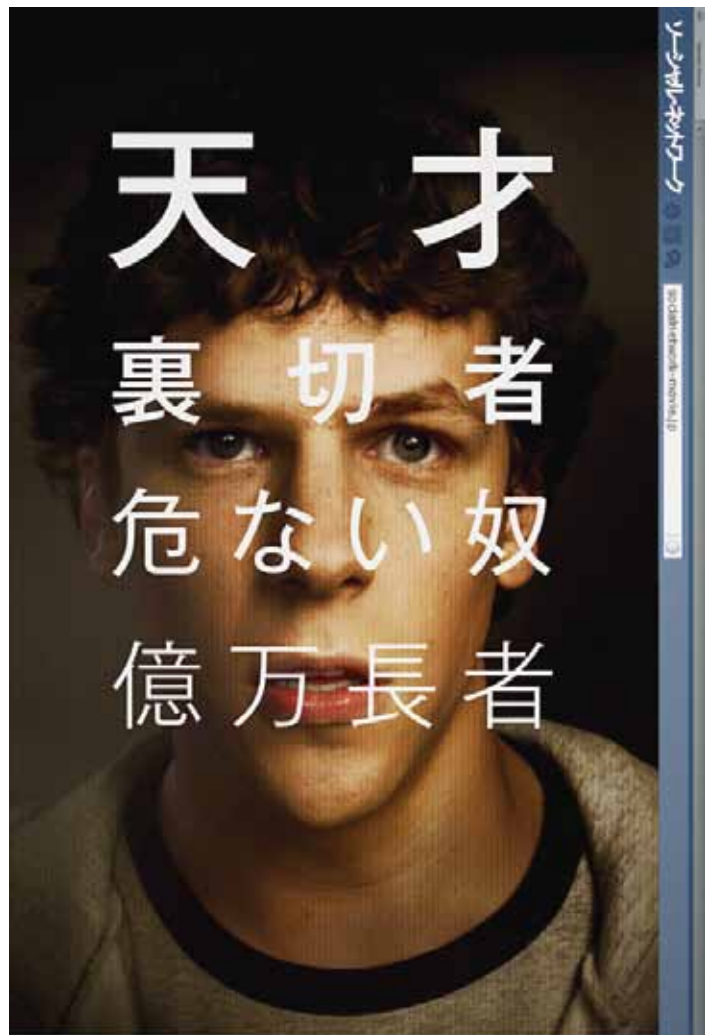
NET WATCHER



NET WATCHER は、ネットの文化・流行を見守りお知らせする公正な情報誌です。

発行者：伊藤玲子

Facebookユーザー 全世界で6億人突破



図表 1-1 映画「ソーシャル・ネットワーク」より

世界最大の SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス) である Facebook の利用者が6億人を突破したことが、2011年1月25日、日経 BP 社「フェイスブック 若き天才の野望」の出版を記念したトークイベントで関係者により明かされた。

2010年7月22日には CEO の Mark Zuckerberg 氏がブログで5億人を突破したことを報告している。

会員の約50%が毎日ログインし、ユーザーの Facebook 滞在時間は、月間延べ7,000億時間、1カ月の間に共有されるコンテンツ(リンク、ノート、写真など)数は300億。携帯電話による利用者は2億人…。この途方もない数字を見ても日本のユーザーはピンと来ないかもしれない。一般的に「日本人は Facebook に向いていない」と言われているが、先日 Facebook の創始者達を描いた映画「ソーシャル・ネットワーク」(図表 1-1)が公開され、日本人ユーザーも300万人を越え、じわじわと増えてきている。一方 Facebook と比較に出される国内 SNS の mixi のユーザーは1000万人を超えている程度なので、まだまだ普及しているとは言えない。

Facebook の何が魅力的なのか? 日本人ユーザーはなぜ少ないのか? その謎に迫る。(3面に関連記事)

無名の作曲家達の登場

CD が売れないと叫ばれている昨今。2011年1月19日に発売した『EXIT TUNES PRESENTS Vocalonexus feat. 初音ミク』(図表 1-2)が、1月31日付けのオリコンウィークリーランキングにて1位を獲得。

歌っているのは合成音声のボーカリスト達。作曲したのは聞き覚えのない『P』と呼ばれる人々。

ボーカリストの一人「初音ミク」は新語辞典「現代用語の基礎知識」にも登録されたので、聞いたことがある人も多いのではないだろうか。

彼らは YAMAHA が開発した

VOCALOID と呼ばれる合成音声エンジンを持つ DTM ソフトである。要するに歌声を使って曲を作れるソフトなのだが、この VOCALOID を使った制作活動が現在、インターネットを中心に流行している。

今回の CD はコンピレーションアルバムであり、インターネットで活動しているミュージシャン達が曲を提供し、一枚のアルバムが出来上がったのだ。

初音ミクは2010年3月にコンサートが開かれ、その様子を映した DVD がネットの動画投稿サービス YouTube にあげられた(図表 1-3)ことから、海外メディアでも大きく取り上げられた。

すでに定着してきたこの VOCALOID、初音ミク現象とはなんなのか?

(4、5面に特集記事)



目次

Facebook	-----	1
無名の作曲家達	-----	1
Twitter ってなに?	-----	2
Facebook でシェア	-----	3
初音ミク現象と オンラインクリエイター	-----	4
クラウド	-----	6
フリー	-----	7
Web 版 NetWatcher	-----	8



図表 1-2 EXIT TUNES PRESENTS Vocalonexus (ボカロネクサス) feat. 初音ミク



図表 1-3 Youtube 「World is Mine Live in HD (1080p 1920 x 1080)」

twitter
http://twitter.com/



Twitter ってなに？

いま、どうしてる？

140文字で気軽に「つぶやき」を投稿することができる Web サービス。(図表 2-1)

Twitter の登場により Web 業界は大きく変わりました。2006 年にアメリカで始まったこのミニブログサービスは 2010 年 9 月には 1 億 4,500 万のユーザー数を獲得。今や Web 業界人だけではなく、アイドルやタレント、政治家、果てはゆるキャラまでが Twitter を利用し自身の広報に役立てています。オバマ大統領が選挙の時に Twitter を積極的に使っていたことは記憶に新しい出来事です。



図表 2-1 Twitter の最初の画面。著名人のアイコン、人気のツイート、今もっとも眩かれているワードが表示される。



図表 2-2 ホーム画面。赤枠内がタイムラインと呼ばれるつぶやきが表示される場所。

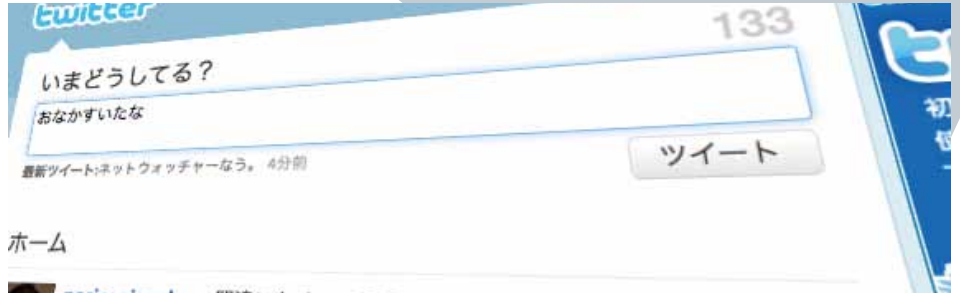
何が魅力的なのか？

自分の「タイムライン」には「フォロー」したユーザーの投稿が時系列に表示され、相手の投稿に返信したり、「つぶやき」を「お気に入り」に入れて残しておいたり、誰かが発言して印象に残った「つぶやき」を自分のフォロワーにも広めたりすることができます。(図表 2-2) 気楽に情報を発信できる、匿名でもかまわないところが、日本人の気質にあっているのでしょうか。本国アメリカのユーザー数には負けているにもかかわらず、日本人のつぶやき数は 2010 年 6 月にアメリカを抜きました。

図表 2-3 代表的なサードパーティー



Twitter 公式ナビゲーター twinaVi [ツイナビ]
http://twinaVi.jp/



いつでもどこでも繋げられるリアルタイム性は Twitter の人気の理由の一つです。携帯からでもパソコンからでも簡単に短文を投稿できます。時には急な募集をかけられることがあります。【【急募】捨て犬の里親募集】や【【RT 拡散希望】〇〇駅に財布の落とし物がありました】など、更には【【急募】トイレトペーパー in アキバヨドバシ 3F 男子トイレ個室】なんてものも、トイレトペーパーは 20 分後には届けられたそうです。

有名人との近いキョリ感

これまでのブログと違い、Twitter のつぶやきは短文なため読み手は文章に深い意味をあまり求めないようです。「今テレビ観てる」「ごはんなう」「学校行ってきます」…なんでもない行動を淡々と書き込むユーザーも少なくありません。こんな書き込みのどこが面白いの？そう思われる方もいるっしょるでしょう。これが全く知らない他人なら面白くないかもしれませんが、あなたの大好きなアイドルやアーティストだったらどうでしょう？テレビなどで見る【公の顔】とは違い、Twitter では「今～してる」という私生活がかいま見られてしまうのです。

そして、Twitter は一対一の会話が基本であるため、その有名人と会話することも出来てしまうのです。

ソフトバンクの孫社長は Twitter ユーザーからの製品の要望のつぶやきに対して返答で即決。お笑いタレント ロンドンブーツ 1 号 2 号の田村淳さんは休日に急遽 Twitter で参加者を募りオフ会を開いたり、宇多田ヒカルさんが自身のアルバムの不買運動を Twitter で促すなんてこともありました。



Together - 注目の Twitter まとめ
http://together.com/

リアルタイム性の弊害？

情報の行き来がスムーズになった一方で、2010 年 3 月「竹下通りにアイドルがいるらしい」という誤報が Twitter で起き、騒ぎを広めてしまいました。実際にはアイドルはおらず、現場に殺到した人に押され怪我人が出ました。

発言の気軽さからか、Twitter で不倫されていたことをぼろりとタレントが漏らしてしまい記者会見の騒動が起きました。Twitter ばかりしている「Twitter 議員」なんて呼ばれる人もいました。真偽はわかりませんが「Twitter のしすぎでクビになった」という本も出ました。

どんな道具でもそうですが、便利だと言っても使い方に気をつけなければ自分の首を絞めることになりかねません。

サードパーティーの存在

この Twitter の盛り上がりはサードパーティーの存在が一翼を買っています。(図表 2-3) Twitter はもともと 140 文字を投稿するという最低限の機能しかありません。そのかわり「Twitter を利用して便利なアプリを開発・配布」できる権利が誰にでもあります。例えば、モバツイという日本の携帯電話で Twitter を見やすくするサービスは株式会社創想社が運営しています。写真を投稿するサービスも、今聴いている曲をより便利に共有するサービスも、現在いる場所を共有するサービスも、完全に別の団体が作っているからこそ Twitter は自身のサービスの向上に集中できるのでしょう。

サードパーティーが便利なアプリを制作し、そのアプリを利用する人々が更に便利に Twitter を楽しんでいるから、Twitter の人気は盛り上がり続けています。



Twitpic - Share photos on Twitter
http://twitpic.com/

facebook

http://www.facebook.com/

f Facebook でシェア

Facebook me!

海外の人と話す機会があって、その人と仲良くなる事が出来れば、きっとあなたは相手に「Facebook やってる?」と聞かれるでしょう。

きっかけは「フェイスマッシュ」という、女学生の顔写真を2つ並べ投票し競わせる、男子学生らしい下世話なサイトでした。しかし女学生には**饜饉**を買いながらもサイトは大人気。

創始者は「みんな友達のことを知りたいんだ」ということに気づき、もっと素晴らしいコミュニケーションの場を作り上げました。それが、いま世界でもっとも多いユーザー数を誇っている Facebook です。最初は友達同士を繋ぐコミュニケーションサイトとして、それから他校の大学生、高校生、一部の企業の社会人、そして一般へと公開されていきました。

「Facebook me」とは、「あなたのことをもっとよく知りたいから、Facebook でも繋がりたいしょう」ということなのです。



図表 3-1 Facebook の画面。ニュースフィードは Twitter のタイムラインよりさらに多くのコンテンツを共有できる。

すべてをオープンに

Twitter が 140 字だけを投稿するシンプルなサービスだったのに対し、Facebook はそれひとつですべてできるような、様々な機能を持っています。

初めて登録したユーザーはまず自分のプロフィールの入力を求められます。既存の多くのインターネットサービスが今まで匿名寄りであったのとは違い、Facebook は実名登録を推奨しています。出身校、勤務先、現在地。好きな映画、好きな本、趣味。恋愛対象（ストレートか同性愛者か）、交際ステータス（既婚? 恋人あり? フリー?）。そして顔写真です。

Facebook の名前の通り、あなたが写っている顔写真は大きな役割を持っています。顔はあなただけが持っているあなたの記号です。あなたの名前を検索しても同姓同名はたくさんいるでしょうが、顔写真があれば友人はあなたをすぐに見つけ出すことができます。

また、出身校や勤務先も重要な要素のひとつです。それらを入力すると、Facebook 側から「彼らと知り合いではありませんか?」と何人かの顔写真が表示されます。卒業年次や出身地



から知り合いの候補を見つけ出してくれるのです。Facebook を通じて元同級生と再会、結婚という話はたびたび聞きます。Facebook は知り合いを探せるネット上のプロフィール帳なのです。

思い出を共有—シェア—する

友達と再会することが出来たら次はコミュニケーションを取りましょう。

Facebook は基本的にすべてを仲間と共有するツールです。写真を撮れば Facebook に投稿し、皆と共有しましょう。ニュースフィードには友達の最新の情報が表示されていきます。友達が写っている写真、動画がリアルタイムであなたのページに表示されます。その投稿に対しコメントしたり、Like! (日本では「いいね!」) というボタンをクリックすれば、コメントを書く時間がなくてもその記事に興味を持ったという意思表示が出来ます。Like! というボタンは Facebook 以外のサイトでも見かけることがあります。そのサイトをいいなと思ったら、Like! のボタンを押しましょう。Like! は写真から記事までありとあらゆる場所についており、あなたがそのボタンを押したことが友人とも共有されます。(図表 3-1)

イベントを開催するときは Facebook でお知らせできます。呼ぶのは当然友達が多くなるでしょうから、Facebook がそのまま出席確認表になります。また、日本ではまだ実装されていませんが、アメリカの Facebook は通販会社の Amazon と連携しており、Facebook のプロフィールの趣味欄などから選別された商品が画面に表示されます。友人の誕生日が近くなればその人の興味のある商品が並びますから、プレゼント選びがグッと楽になるでしょう。そしてアプリ。Twitter のように Facebook もサードパーティーが作ったアプリで利用にバリエーションが生まれています。Zynga 社のゲームアプリは特に人気があります。これは友達と協力してプレイするゲームです。(図表 3-2)

これらを見る通り、Facebook はインターネット上の友達のみではなく、現実のつながりを補強するサービスであることがよくわかると思います。

日本ではどうなの?

これまで見てきて、Facebook の人気の秘密がちよっと解ったのではないのでしょうか? では、日本ではどうなのでしょう?

日本人ユーザーは 200 万ほどで世界 49 位。1 位のアメリカ 1 億 4,000 万のユーザー数には到底及びません。人口を考慮してもアメリカの普及率が 50% なのに対し日本の普及率は 2% にも満たされません。

もともと日本には mixi という巨大な SNS があります。2,000 万のユーザー数を誇ります。ですから日本人が SNS に興味がないというわけではないでしょう。

これは推測に過ぎませんが、一番の問題はおそらく実名登録でしょう。日本が島国で、集団主義的である事が関係していると思います。そして日本人は人間関係社会を重視する傾向があります。何のしがらみもないただ一人の自分として、生活の愚痴を書く場所としては Facebook は向いていないでしょう。しかし、徐々にではありますが、リクナビが Facebook と提携したり、映画が公開されたりと日本にも Facebook の波が来ています。

かつて「mixi が実名登録では流行らない」とか、「Twitter は日本では流行らない」と言われたように、日本にも浸透していくと思います。

国産 SNS mixi との違い

mixi と Facebook は似たところが多くあり、最初の流行は大学生でした。かつて招待制だった mixi のように、Facebook も大学のメールアドレスを持たなければ登録できませんでした。つぶやきも Like! もフォトアルバムもあります。アプリは mixi の方が後ですが、アプリ制作会社が両方の SNS に同じゲームを出店することが多くなりました。

現在の両者の違いは、どちらが (日本人の) 友達が多く登録しているかだけでしょう。



図表 3-2 Zynga の農場ゲーム「FarmVille」の画面



VOCALOIDの誕生

緑髪の長いツインテール、細い肢体にアニメっぽい顔立ち。まさに日本のサブカルチャーの象徴のような初音ミクというキャラクターは、もともとはアニメでも何でもなくパソコンソフトです。ピアノロールに音程を入力し、あらかじめ収録されている声優の歌声を自由に操作して曲をつくるソフトウェア、VOCALOIDは、ボーカリストのいないミュージシャンのための仮歌用ソフトでした。彼女には兄弟がおり、その前身のソフト連も一人の人間から音声データを取るため、自然とソフトウェアは擬人化され名前を付けられ、姿を与えられました。

しかし彼らはそんなに売れません。DTMと呼ばれる、生楽器を使わないパソコンに入力して作曲するユーザーの人口が少ないですし、VOCALOIDは今までよりも人間の声を再現できていますが、これひとつで商業でも通用する音楽を作るのはとても難しい事でした。

クリプトンという音源を取り扱う会社は、前回の製品の反省点を生かし、キャラクターをアピールして次回作を発表しました。それが初音ミクです。(図表 4-1)

初音ミクは大変売れました。1,000本も売れば大ヒットの業界で発売後2週間で4,000本を記録。現在も売れ続けています。

仮歌ソフトとして発売されたこれら VOCALOID は制作者にとって意外な使われ方をされました。それがこのブームの始まりだったのです。



図表 4-1
 VOCALOID2
 キャラクターボーカルシリーズ 01
 初音ミク
 HATSUNE MIKU
 クリプトン・フューチャー・メディア

CGMのはじまり

初音ミクの成功には動画投稿サイトが大きく関わっています。発売された当時、ニコニコ動画というサイトが流行り始めた頃でした。ニコニコ動画とは動画上にコメントを流し、擬似的に同時視聴の共感を得るといった画期的なサービスでしたが、動画は Youtube などから引っ張ってきていたため Youtube 側からアクセスを遮

断、アニメなどが無断で投稿されるなど当時は問題のあるサービスでした。オリジナルコンテンツの欠如が大きな問題だったのです。そこに、初音ミクを使用したオリジナル楽曲が投稿され始めました。特に再生数を記録したのが「みくみくにあげる♪」でした。

可愛らしい歌声、本格的なメロディ、キャッチーな歌詞。この楽曲を疑似同期的でありながらも皆で視聴・コメントできるというスタイルが受けました。

ニコニコ動画は次第に CGM (コンシューマー・ジェネレイテッド・メディア) の場となりました。CGM とは消費者生成メディアと訳されます。消費者が発信し、生成していくメディアは SNS やブログにも当てはまりますが、VOCALOID 文化はまさに消費者が育てるコンテンツでした。あるユーザーが曲のみを作って投稿すれば、それに感動した他のユーザーが自身のイラストで PV を作る。またその曲の派生動画を制作して…と、創作の連鎖が起こりました。それぞれの得意な分野を担当し新しいコンテンツを次々生み出しました。

MikuMikuDance (図表 4-2) もそのひとつです。あるユーザーが 3D で初音ミクを作り、ポリゴンモデルを無料配布しました。別のユーザーが、そのモデルを使って簡単にダンスをさせられないかと考え、MikuMikuDance (通称 MMD) という無料ソフトウェアを制作、配布し始めました。ソフトに別の人が制作した 3D モデルを入れる事も出来ます。様々なキャラクターを動かし、ダンスだけでなく演劇のような事も出来ます。絵の描けないユーザーや、海外ユーザーに重宝されています。VOCALOID のキャラクターだけではなく本当に多様なキャラクターが有志により制作されています。

更に MMD を発展させたものも出てきました。

MMDAgent (図表 4-3) は名古屋工業大学が開発した音声情報案内システムで、問いかけに対し 3D モデルの女性が案内してくれます。これには MMD が使われています。

Microsoft が作った Kinect というコントローラを利用しモーションキャプチャで実際にダンスをして MMD を動かす試みも行われています。(図表 4-4)



図表 4-2 MikuMikuDance の操作画面



図表 4-3 MMDAgent - CEATEC でのデモ動画



図表 4-4 MikuMikuDance with OpenNI (Kinect) test

メジャーデビューとオリコン1位

こうしたコンテンツの発展はメジャーデビューのアーティストを誕生させました。

「メルト」という楽曲を制作した ryo は supercell というクリエイター集団を結成し、メジャーデビューを果たしました。メジャー盤のアーティストはすべて合成音声の初音ミク。オリコンは惜しくも2位でしたが、プロモーションのため渋谷のセンター街をミクがジャックする出来事は印象に残りました。

CD デビューを果たすアーティストはたくさんいましたが、オリコン1位を VOCALOID が初めて飾ったのは「EXIT TUNES PRESENTS Vocalogenesis feat. 初音ミク」というコンピレーションアルバムでした。リファインやリミックスがあるもののほぼ全てがインターネット上で聴ける楽曲です。ネット上でただで聴けてしまうものをわざわざ購入する理由はなんなのでしょうか？

初音ミク現象とオンラインクリエイター達

Friday, October 22, 2010 **METRO**
 Meet Miku, one music star who can't be accused of being two-dimensional

She's pop's biggest draw



Virtual Hatsune Miku 'performs' at a concert and, right, the Japanese star releases

18M's young, she's got litigious hat and she's one of the biggest pop stars on the planet.

Unfortunately, she isn't able to perform on her success. Because she doesn't eat.

Most Japanese animation Hatsune Miku. She's a virtual singer, you can't meet her at all - she's a hologram.

Miku is a computer application but that hasn't stopped her from conquering the music world by playing to thousands at live concerts and getting millions of hits on YouTube.

Technically, she is a virtual music synthesizer programme which uses technology called Vocaloid to allow PC users to create their own music.

Hatsune is a character from the Vocaloid series developed by Yamaha.

The software gives you 'a singer in a box', enabling users to synthesise songs by typing in lyrics and a melody. Users can add effects and change the voice tone and pronunciation.

Although unrelated to animation, Vocaloid is popular with video artists. Japanese company Crypton Future Media took the technology and created the Miku avatar in 2007.

The name is made up of the Japanese for 'first' (hatsune), 'voice' (mi) and 'birds' (miku) - which do sing you

BY ROSS MCGUIRE

know. She rose to popularity through the website Nico Nico Douga (which means video), a Japanese equivalent of YouTube. Users began making their own music using Miku and her voice to existing songs.

Miku's voice is sampled from Japanese voice actress Saki Fugo. Different versions of the voice are available - from gentle to loud.

Based on the online success, the makers have brought her to the stage. She performs first in March and is projected as a 3D hologram to the audience in October style.

She 'sings' while a live band plays next to her.

The voice, well, it sounds like Miku singing through a megaphone but it's strangely addictive.

CDs of her 'live' performances are to be released worldwide and she even has a video game.

'Watching Miku sing live is pretty amazing,' writes one blogger.

'The 3D 'hologram' isn't that impressive, but the crowd reaction is amazing. How could it be? It's a musician and one that virtual characters getting way more love than you?'



Inspiration? Gervais appeared as a hologram at the 2005 MTV awards in London, in what was supposed to be the world's first such performance.

Clayton Adams' cartoon stars later called off a planned hologram tour because of the high costs and technical worries. But one member: they're still well cool in 3D.



図表 5-1 イギリス・Metro 紙が一面で初音ミク特集を報じた事を皮切りに、次々と海外メディアで報道された。

アンドロイドは電気羊の夢を見るか?

この一連の初音ミク現象には幾多の企業も乗ってきました。その中のひとつにゲーム会社の SEGA があります。

SEGA が出した「初音ミク -Project DIVA-」は初音ミク現象の先例に従い、CGM で進めていきました。つまり楽曲は既存の有名曲やプロの新規楽曲ではなく、ニコニコ動画で聴きなれたアマチュアによる完全オリジナル曲。イラストやキャラクターが着せ替えられるコスチュームも、クリプトンが運営している CGM 型コンテンツ投稿サイト「ピアプロ」でユーザー投稿の募集をかけ収録しました。完全にユーザーが主役のこのゲームは大ヒットを記録、第2弾も発売され、アーケードゲーム展開もしています。

そして2010年3月9日。初音ミクソロコンサート「ミクの日感謝祭 39's Giving Day」が Zepp Tokyo にて開かれました。(図表 5-2)



図表 5-2 ミクの日感謝祭 39's Giving Day の映像

透明なスクリーンに投影された 3D モデルによるダンスの映像と、歌声に合わせて演奏されるバンド。言葉にしてみればシンプルな構造なのですが、映像を観るとおそらくほとんどの人が感動するでしょう。観る人によっては、とうとうバーチャルアイドルの時代がきたか、とも思われるかもしれません。1970年代頃からバーチャルアイドルの存在は模索されてきました。実際商業ベースで活動し始めたアイドルもいました。しかしどれも成功したと言えるものではありませんでした。

初音ミクというキャラクターは存在しません。すべてが計算された虚構ですし、音声は事前に録ってある歌と映像です。しかしそこにはミクが存在するのです。何故なら初音ミクは「ユーザーが育ててきた存在」だからです。熱狂する観客はそこにミクが存在しない事は理解しています。2年前はネットの片隅で、ユーザー

達に支えられ育てられ、そしてとうとう「俺達の初音ミクが舞台上に立っている」という感動が、あの会場を熱気に包んだのでしょうか。演奏される曲は聞き慣れた動画サイトと同じ曲、そしてその楽曲達には短いながらもユーザーと VOCALOID 達が育てた歴史があるので

共感という商品 VOCALOIDはオリコン1位の夢を見ない

ライブが終わって随分経った10月。イギリスのフリーペーパー Metro 紙が一面で初音ミクを取り上げました。(図表 5-1) ひと月前にはライブDVDが発売され、それが一般ユーザーにより YouTube に投稿されました。一部のコアなファンやニュースサイトはライブの事を知っていましたが、この新聞をきっかけに様々な海外メディアから報道され、一般層の目にも触れることとなりました。当初はその映像技術について、バーチャルアイドルという存在についてが批判の対象となりました。様々な意見がありましたが、ある程度落ち着いてきた頃ようやく VOCALOID の本質である CGM 文化について詳しく紹介されるようになってきました。

今もメジャーレーベルからたくさんの VOCALOID の CD が発売されています。

今年の3月9日にもライブがあります。来られなかった人達は家でネットの生中継を観て、次回こそ行こうと思った事でしょう。ライブ会場の観客は、「来て良かった」と思ったそうですが、同時にこう思ったそうです。

「ああ、今の様子をニコニコ動画のコメント付きで観たいなあ」と。

私達はライブ会場のその場の感動を共有したいがために現場に足を運びます。が、ニコニコ動画からコメント付きで動画も観る事も、また感動の共有なのです。

CD が売れないといわれています。しかし、ネットで聴ける VOCALOID の CD が売れているのは何故でしょう。「感動の共有」というニーズがあるからではないでしょうか。

成長を見守ってきた親近感が、ネット出身アーティストの人気の要因でしょう。VOCALOID はその手伝いをしているのです。

VOCALOID はオリコン1位の夢を見ません。その夢を見るのはユーザー達です。

図表 5-3 VOCALOID の楽曲を扱った CD



クラウドを代表するサービス



Dropbox

複数の PC 間やユーザー間で手軽にファイルやフォルダを共有・同期できる。2GB 無料。100GB/月 \$19.99

<https://www.getdropbox.com/>



SugarSync

複数の PC、モバイル端末間でデータのバックアップや共有ができる。5GB 無料。250GB/月 \$24.99

<http://www.sugarsync.jp/>



Evernote

個人用ドキュメント管理システム。様々なクライアントで共有できる。40MB 無料。500MB/月 \$5

<http://www.evernote.com/>

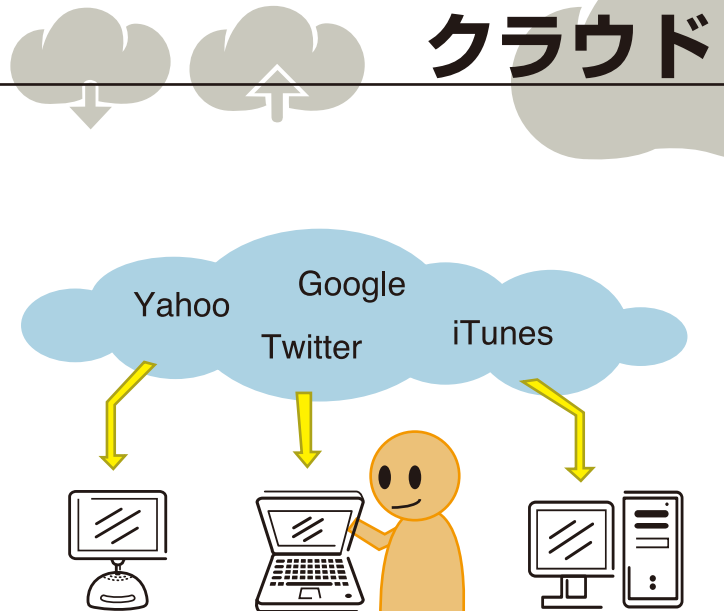


Xmarks

ブックマークを異なるパソコン・ブラウザ間で共有するサービス。ブックマークは Xmarks のサーバに保管される。

<http://www.xmarks.com/>

図表 6-1 クラウドを売りとしたサービスの一部



図表 6-2 クラウドの構図

クラウド・コンピューティング

パソコンには容量というやっかいなものがあります。容量（HDD）は机でいう引出しのようなもので、買った時に大きさは決められていますから、改造でもしない限り増やす事は出来ません。HDD の中に全てのデータを入れます。当然ですがこれが壊ればデータを復旧する事は困難です。

技術の進歩で美しく撮れる写真も、長時間のムービーも、たくさんの容量がなければ活用のしようがないでしょう。

クラウドコンピューティングとはそれらの問題を解決してしまったインターネット上のサービスの利用形態です。容量をネットワーク上に用意すれば良いのです。膨れ上がっていくコンテンツのデータは全てクラウドサービスが管理してくれます。

こうしたサービスはオンラインストレージと呼び、昨今急速に増えています。(図表 6-1)

しかしそれ以前にもクラウドのサービスは存在しています。それはフリーメールです。比較的簡単な情報を入力して取得できるフリーメールはかなりの量のメールをやり取り出来ます。

インターネットを見てみると、そこもかしこもクラウドだらけ。検索結果のデータはどこに管理してあるか考えた事はありますか？最近オンラインで楽曲を購入できますが、その曲はどこから購入するのでしょうか？買った曲はとてよい曲でした。Twitter に書き込み Facebook でシェアしました。「あなたがこれをイネと言った」…そのデータはどこに？

かつてインターネットの普及率が低かった頃、ユーザーは自分でパソコンを買い、ソフトを買い、そのデータは全て自分で管理していました。

現在インターネットの普及率は格段に高くなっています。そしてインターネットの向こう側からサービスを受け、サービス利用料金を払

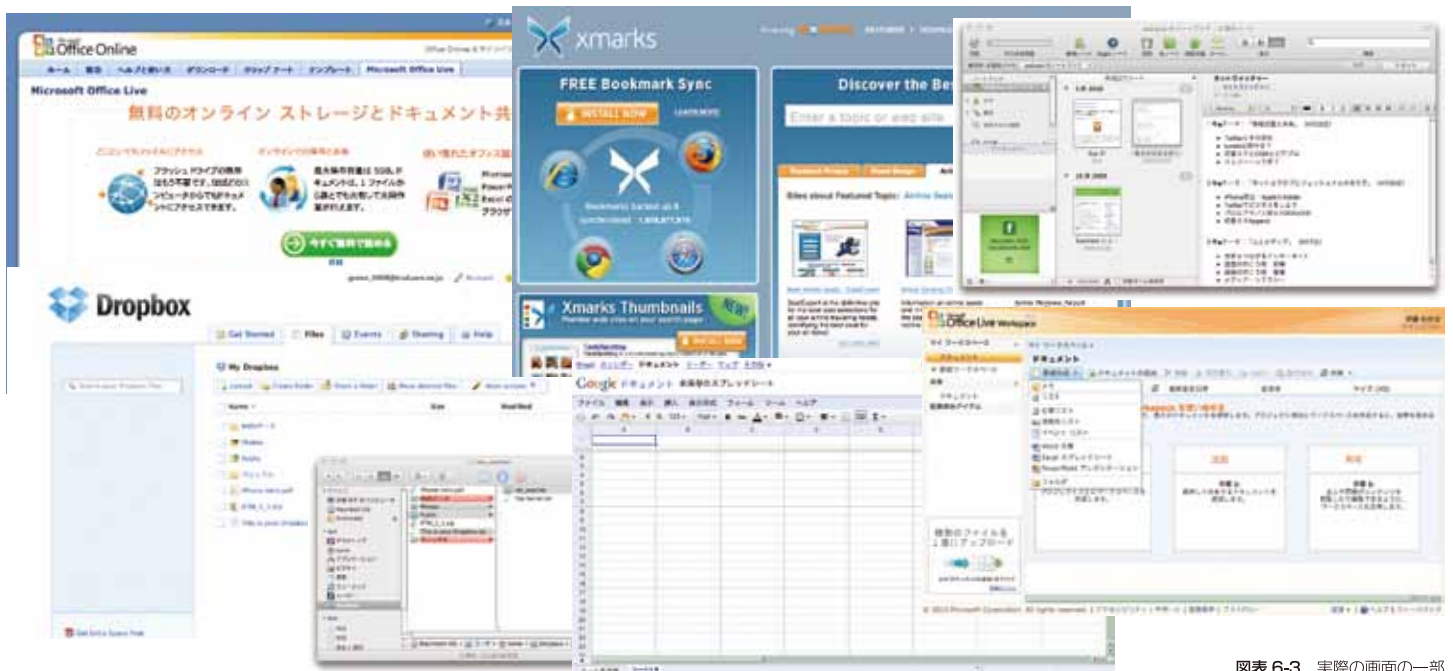
うことが当然となってきているのです。

もしもあなたが全くパソコンを触った事がないという人でなければ、あなたはクラウドを利用しているはずで、(図表 6-2)

アプリケーションもクラウド化

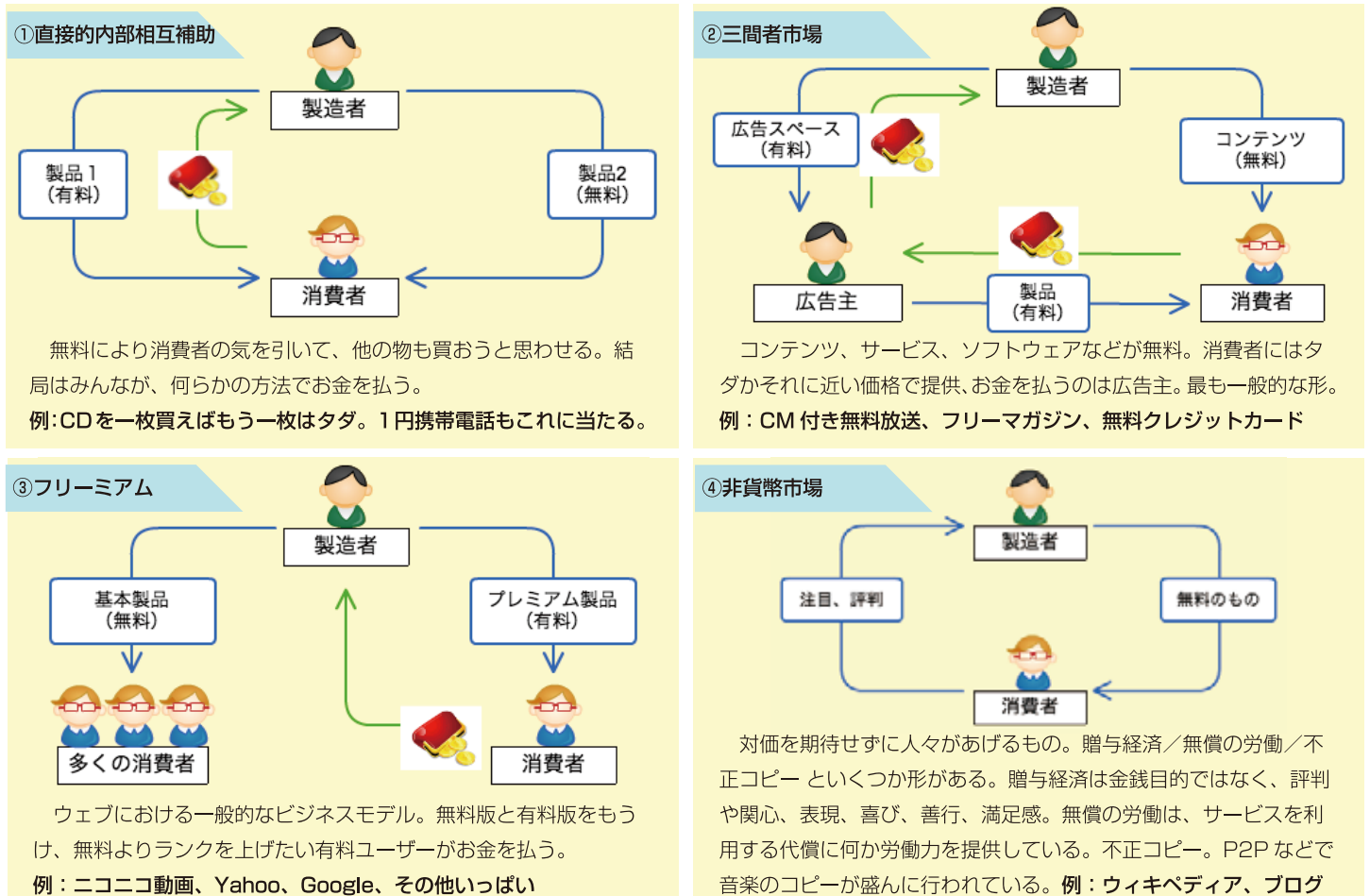
ネット上にデータを上げる利点は他にもあります。それは《共有》です。写真をネット上に上げれば、友人に見せたい時「私の Facebook の写真見て」と、すぐに見せる事ができます。

ビジネス用のものも多く提供されています。家と会社のパソコンを分けて使う社会人は、アプリケーションソフトごとネットで使える Google ドキュメントをよく利用します。オンライン上にあるデータならどこでも修正する事ができますし、パソコンに元々ドキュメント用ソフトがなくても使う事ができます。パソコンにソフトをひとつも入れない時代がくるかもしれません。



図表 6-3 実際の画面の一部

図表 7-1 フリーの分類



それって儲かるの？

《フリー》という言葉で連想するものは何ですか？ 大方の人は《解放》や《自由》のようにとられるかもしれませんが。ここでのフリーはネットユーザーにはなじみの深い、《無料》のことです。

世界には無料のサービスが溢れています。Googleで検索をするのにお金はいりません。Amazonは送料無料のサービスを行っています。FacebookもTwitterも、フリーメールだって利用はタダ。YouTubeだって観放題です。ならば彼らはどのようにして収入を得ているのでしょうか？

「フリー」という本があります。(図表 7-2) クリス・アンダーソンによって書かれた《無料》に関するこの著書は、現在出回っているフリー・ビジネスについての深い洞察が描かれています。それによると、《フリー(無料)》は大きく4種類に分類されます。(図表 7-1)

フリーミアム

フリーミアムという言葉を聞いた事はないですが、上記の表を見て心当たりはありませんか？

フリーミアムは新しいサービスではありません。しかし、画期的なサービスで、ネットサー

図表 7-2
 「フリー(無料)からお金を生み出す新戦略」
 クリス・アンダーソン(著)
 小林弘人(監修)
 高橋則明(翻訳)



ビス商品と相性が良いと言って良いでしょう。

フリーミアムは、無料版と有料版をもうけ、有料版のプレミアムユーザーにお金を払ってもらい、主にそれが利益になります。

クリス・アンダーソンによれば、「フリーミアムはプレミアムと無料のバランスが大事」といいます。無料会員に少し物足りないかな、と思わせるバランスが、少し有料会員になってみようかなと思わせるコツなのです。

このシステムで本当に儲かるのでしょうか？ 実際プレミアム会員と無料会員の割合は5%：95%ほどだそうです。つまり、95%の無料会員の分を、5%の有料会員がまかなって成り立っているのです。

こういったことが可能なのはテクノロジーの進歩でインターネットに関する様々なコストを

安く済ませる事が出来ているからです。情報能力のコストは今現在もどんどん下がっています。オンライン社会はデフレが起きているのです。現在のYoutubeの費用が、来年には半分になっているかもしれません。

試供品を使った従来のビジネスモデルは5%を無料(フリー)で提供して95%を買ってもらう。フリーミアムを使った新しいビジネスモデルは、95%を無料(フリー)で提供して5%の人にプレミアム版を買ってもらいます。デジタルであれば複製のコストはほぼゼロ、無料版を配ることで最大可能数の潜在的顧客にリーチすることができます。

フリーミアムとのつきあい方

まずはどんどんサービスを使ってみましょう。そして「有料もありますよ」と促されたとき、この会社には頑張っ欲しいな~と思ったから、プレミアム会員になれば良いのです。

アイデアが勝負の業界ですから、別の似たようなサービスも必ずあります。不満があれば乗り換えられます。

大切なのは、そこの大変お世話になったのなら、感謝の気持ちを忘れないことだと思います。



<http://wakasat.sakura.ne.jp/>

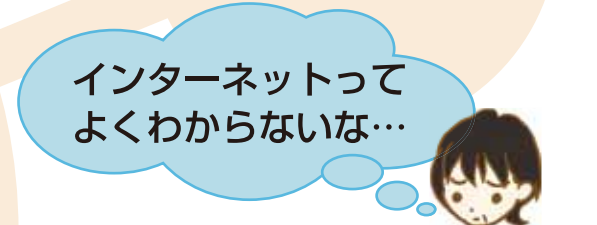


あなたとネットをつなぐ、お手伝い。

QRコードで今すぐアクセス！



インターネットおかあちゃんはネットウォッチャーで連載中！



ネットで起こった面白い事を紹介！

「インターネットって何かよくわからないな～何かこわいし、使ったら騙されそう。インターネットで出来る事なら使わなくても出来るでしょ。私は苦手だし、使わないでおこ～っと。」

そんな風に思っていないですか？

それはもったいない！

ホントは面白いインターネットの世界。あなたも体験してみませんか？

ネットウォッチャーで
ネットの世界に飛び込んでみましょう！



※これは新聞広告です。