



インタビュー： Web 2.0の提唱者Tim O'Reilly、発想の方法から2007年のトレンドまでを語る

🕒 記事のポイント

サマリー

昨今のIT業界における流行語になったWeb 2.0。その提唱者、Tim O'Reilly氏を米サンフランシスコのO'Reilly Media社に訪ね、インタビューした^(脚注)。O'Reilly氏が1978年に設立した同社は、コンピュータ関連の出版やコンファレンス開催を手がけてきた。同氏自身は、ITを中心とするハイテク業界のトレンド・セッターとして知られる。Web 2.0という言葉は、同社が2004年に開催した「Web 2.0 Conference」で最初に使われた。いわゆる集合知を要とするWeb 2.0の趨勢は、その後GoogleやYouTubeなどのブームによって、衆目の一致するところとなった。インタビューでは、時代を見抜くO'Reilly氏のワーク・スタイル、最近の主な出来事に対する感想から、今後予想されるトレンドまで聞いた。

主な登場者 Tim O'Reilly Google YouTube

キーワード Web 2.0 集合知 Semantic Web P2P ファイル共有 仮想世界

地域 米国

執筆者 KDDI総研 特別研究員 小林 雅一 (ma-kobayashi@kddi-ri.jp)



Tim O'Reilly氏
(O'Reilly Media社にて執筆者が撮影)



^(脚注) 本インタビューは2006年12月7日にDuogate社の取材に同行して行われた。同社はKDDIの子会社であり、PCポータルサイトを運営している。

1 発想の方法

Q: 貴方のワーク・スタイルを教えてください。どうすれば、時代のトレンドを見出すことができるのか？

最も重要なことは、**alpha-geek**（スーパー・オタク）とでも呼ぶべき人達を観察することだ。私は、そうした賢くて興味深い人達からなるネットワークを持っている。また私は彼らに「貴方から見て、賢くて面白い人は誰か」と尋ねる。そのようにして、ネットワークをどんどん広げて行くのだ。そして我々はしばしば週末に、彼らを招いてプライベートな技術会議を開催する。参加料はゼロだ。つい先日は**200**人もの**alpha-geek**が出席した。

会議室には大きな掲示板を用意する。そこで一群の**alpha-geek**らに、彼らがその日、討論したいと思うテーマを掲示してもらう。これによって、彼らが今、何に興味を持っているかが分かる。たとえば先日の会議では、「代替エネルギー」が議題に上った。「凧（タコ）を使って発電するには」とか、そんなことを話していた。本来、ITやコンピュータの専門家である彼らが、今は代替エネルギーに関心があるのは意外だった。最近の傾向として、こうしたハードウェアに関する議題が多くなっている。

だから我々は最近、**Make**という雑誌を創刊した。これは言わば、「**geek**のための **Martha Stewart** (脚注)」とでも呼ぶべきプロジェクトだ。最近の**geek**たちを観察していると、次のようなことが浮かび上がって来る。まず彼らは処分可能なハードウェアを幾つも持っている。たとえば携帯電話を**10**個、デジタル・カメラを**8**個、**VCR**を**5**台といった具合だ。彼らはみんな工作好きで、しかも独創性に富んでいる。たとえば**VCR**を改造して、自動給水器を作った人がいる。さらに、レーザー・カッターなど工作機械や**3**次元デザイン・ソフトなどが、どんどん安くなっていることにも我々は注目した。こうした一連のトレンドが合流して、ある種「個人製造業者のための雑誌」に結実した。

Q: そういうアイデアは観察の中から自然に浮かんで来るのか？それとも、色々な材料を集めた時点で、一生懸命考えて導き出すものなのか？



(脚注) 米国のいわゆる「カリスマ主婦」として知られる人物。1941年生まれ。自らホストを務めるテレビ番組、**Martha Stewart Living**によって、米国の主婦に大きな影響力を持つ。**Martha Stewart Living Omnimedia**社を興し、料理やガーデニングなどに関する雑誌、書籍を多数出版。2004年、株のインサイダー取引で刑務所に服役。2005年に出所し、同社CEOに復職、現在に至る。

インタビュー： Web 2.0 の提唱者 Tim O'Reilly、
発想の方法から 2007 年のトレンドまでを語る

それは一種のパズルのようなもので、破片が全部集まらないうちは、完成できない。しかし一旦集まると、自然に絵が浮かび上がって来る。

Q: Web 2.0の着想には、どのようにしてたどり着いたのか？

私はWeb 2.0に関する論文を書く前から、オープン・ソース化によるパラダイム・シフトについて、ずっと考えてきた。その過程で、パーソナル・コンピュータ時代とインターネット時代の類似点を引き出した。そのうち最も重要な点は、「人々は古いパラダイムから逃れられない」ということだ。たとえば、かつてのIBMは「自分たちはハードウェア企業であり、ハードを作る企業が業界の中心である」と考えていた。しかしPCの普及によって、ハードが標準化されると、業界の中心はソフトウェアに移行した。それを理解できなかったIBMは、主役の座をMicrosoftに譲り渡してしまった。

それと全く同じパターンが今、繰り返されていると私は思った。オープン・ソースとインターネットは、ソフトウェアをコモディティ化し、その結果、「価値」が別のものに移行した。問題はそれが何かということだ。私は当初、それを“infoware”^(脚注)と呼んでいた。それは一連の概念であって、まずここに、何か新しいアプリケーションが存在し、それは大規模なデータベースを伴い、集合知 (collective intelligence) を生かすことによって、より多くの人々が使うほど、システムが改良されていく。

このInfoware、すなわちWeb 2.0はまた、新種の開発モデルも含んでいる。つまりベータ版が永久に続く過程で、(企業は) ユーザーの反応に応じて、常に新しい特徴を追加しなければならない。これもまた、集合知の一つの応用例だ。

これら一連の概念は、それ以前とは全く違うものなので、(企業には) 新しい競争力が要求された。サーバー基盤の構築コストが、業界に参入しようとする企業への障壁となった。ユーザーを囲い込む要素 (lock-in) は、ソフトウェアではなくデータベースになった。このように、Web 2.0とは新しい技術ではなく、むしろ新しいビジネス・ルールを意味する。多くの人が、Web 2.0をAjaxやmashupなど単なる技術として捉えているが、それは誤解だ。とは言え、我々が2007年の春と秋に開催するWeb 2.0 Expoでは、より技術面のことに焦点を当てるが。



(脚注) Tim O'Reillyによる造語。コンピュータ技術は、Hardware、Software、Infowareの順に、主役が交代するという意味が含まれている。具体的にはAmazon.comのように、ユーザーから寄せられた大量のデータ (情報) を利用するウェブサイトを指す。

Q: IBMが未来を予測できなかったように、どんなに賢い人たちでも正しく未来を予測することはできないのだろうか？

未来予想は「当たり」より「外れ」が多い。なぜなら、そこには予測不能な要素が必ず含まれるからだ。たとえば（19世紀アメリカの短編小説作家）Edgar Allan Poeは未来をこう予想した——「我々の社会にはいつか6階建てのビルが出現するだろう」と。つまり（想像力豊かな天才作家でさえ）現在の超高層ビルの出現を予想できなかった。その理由は、エレベーターが当時はなかったのも、そんなに高いビルを作ることが無意味に思えたからだ。超高層ビルを現実的なものにしたのは、建築技術の発達よりも、むしろ「人間を上下に持ち運ぶ機械」という思いがけない発想だった。

だから私は未来予想をあまりしたくない。むしろ、「今ここにある未来」を把握しようとする。これはWilliam Gibson^(脚注)の「未来はここにある。ただ均等に分配されていないだけだ」からの引用だ。つまり何か新しいことは既に起きているのだが、ごく一部のを除いて、それが見えないということだ。我々はWeb 2.0について、非常に早い時期から議論を始めていた。それができたのは、既に当時から、Web 2.0を実践する一部ハッカーの存在を知っていたからだ。技術がこれから、どの方向に進もうとしているか知ることができるのは、技術が既にその方向に進んでいるからだ。問題は、それに着目できるかどうかだ。

2 集合知について

Q: Web 2.0の要となる「集合知」は、Wikipediaのように非常に上手く機能する場合もある。しかし逆に、NapsterやKazaaなどファイル共有システムのように、上手く機能しない場合もある。すなわちファイル共有は本来、音楽などオリジナルの芸術作品をみんなで共有するためのアイデアだったが、結果的には海賊版音楽の集積になってしまった。このように集合知が上手く働く場合と働かない場合、それを分けるのは、どんな要因だろうか？

まず断っておくが、私はファイル共有が集合知であるとは考えていない。あれは元々、みんなが（音楽CDなどからコピーした）ファイルを持ち寄って共有するためのサービスであって、オリジナルの音楽を作って共有するためのサービスではない。

それを断った上で、確かに貴方の言う通り、集合知は時に上手く働かない場合もある。たとえば（サーチエンジンでの表示順位を操作する）ブログ・スパム、コメ



^(脚注) William Ford Gibson: 米国のSF作家。1948年生まれ。情報化社会の退廃を主題にした、いわゆるサイバーパンク小説の創始者とされる。Cyberspaceという言葉を作り出したことでも知られる。

インタビュー： Web 2.0 の提唱者 Tim O'Reilly、
発想の方法から 2007 年のトレンドまでを語る

ント・スパム、トラックバック・スパムなどによって、集合知のシステムが機能不全 (breakdown) に陥ることもある。しかし集会的なシステムであれば、そうした機能不全が起きるのは仕方がない。問題は、そのシステムに速やかな回復力が備わっているかどうかだ。

たとえば Wikipedia では、何か論争が起きた場合に、みんなで議論するためのセッション (talk period) が、全ての項目に対して設けられている。同様にオープン・ソース・ソフトウェアでは、バグの修正やフィルター機能などが、ユーザー達によって常に提案されている。つまり集合知は自動的に機能するものではない。それは我々が民主主義社会を運営するのと同じことだ。この社会が「投票」という仕組みによって支えられているように、生の集合知を適切に管理するための仕組みが必要なのだ。

私は「集合知は機能する」と強く信じている。問題は「機能するか、しないか」ではなく、「様々な状況に集合知をどう適応させるか」という点にある。多くの人が、Web 2.0 を単なるネットワーク効果であると誤解している。すなわち「ネットワークが拡大し、そこに接続される人の数が増える程、システムは良くなる。我々は果たして、それを十分に活用しているだろうか」と。私は、そうした浅い見方を軽蔑する。むしろ Web 2.0 の本質は、「これこれ、しかじかのビジネス環境において、我々 (企業) はユーザーから、どのようにして学べばいいのか」という姿勢なのだ。

Q: Semantic Web ^(脚注) について、どう思うか?

Semantic Web は Web 2.0 と似ているが、やや時代を先行し過ぎた感がある。Semantic Web の基本思想、すなわち「Web にもっと意味を持たせる」という考え方は正しかった。しかし、それを純粋にソフトウェアの構造だけで実現することはできない。むしろ集合知を活用した Web 2.0 の方が、Semantic Web の目指したことを成し遂げてしまった。両者はいわば「理想」と「現実」のような関係にある。確かに Web 2.0 は完璧からは程遠いし、「Semantic Web なら、かくあるべし」というような理想的な動きをしてくれない。しかし、それが実際に我々の手にしたものなのだ。



^(脚注) Semantic Web: 一種の AI (人工知能) 的アプローチで、現在の Web を高度化するプロジェクト。Tim Berners-Lee を中心に、World Wide Web Consortium で推進されている。

インタビュー： Web 2.0 の提唱者 Tim O'Reilly、
発想の方法から 2007 年のトレンドまでを語る

皮肉なのは、Webを発明したTim Berners-Lee ^(脚注1) が、その後Semantic Webにあれほど固執したことだ。World Wide Webは、Ted Nelson ^(脚注2) が提唱したHypertextの理論を世界で初めて動作する形にしたものだ。しかしながら、Berners-LeeはNelsonが定めたHypertextの原則を全部無視した。つまり理論的なルールを破ることによって、現実的なシステムを作り出したのだ。要するに「これはそんなに完璧には動かないけれど、とにかく動くんだからいいじゃないか」という考えだ。ところが、そんなBerners-Leeでさえ、Semantic Webの開発では、彼自身がそれまで作り出したものに拘束されてしまった。結局、時代が求める新しい何かを作り出すためには、我々が知っている多くのこと、我々にとって重要だと思える物さえも捨て去らねばならないのだろう。

Q: Viral Marketing ^(脚注3) について、どう思うか？ 集合知を逆手にとって、噂や評判が人工的に操作される危険性が指摘されているが、これにはどう対応すべきだろうか？

それは特に目新しい現象だろうか。古くは（19世紀アメリカの新聞王）William Randolph Hearstの有名な話がある。彼は新聞の発行部数を伸ばすために、米西戦争を煽り立てるような報道を敢えてした。時には完全な作り話を掲載することさえ厭わなかった。同じようなことは、今のFox News Channel（2003年に開始された対イラク戦争を煽り立てたことで知られる米国のテレビ局）についても言える。大衆を間違った方向に導くという点では、彼らはViral Marketingに引けをとらない。

しかし本当に大切なことは、Viral Marketingの短所ではなく、長所に目を向けることではなかろうか。Viral Marketingはこれまでテレビのようなマス・メディアが苦手とした、ニッチ市場へのリーチを得意とする。ウェブの歴史を振り返ると、Web 1.0とでも呼ぶべき昔のインターネット企業は、現在のWeb 2.0企業と技術的には大差なかった。しかし彼らがマーケティング戦略的に間違っていたことは、テレビのように大衆にリーチしようとしたことだ。これに対し、GoogleのようなWeb 2.0企業は小さな市場に効率的にリーチすることで、それらを掻き集めて大きな収入を上げる



(脚注1) Tim Berners-Lee: 1955年生まれの英国人コンピュータ科学者。欧州の素粒子研究所CERNに在籍中の1991年、World Wide Webを発明したことで知られる。

(脚注2) Ted Holm Nelson: 1937年生まれのアメリカ人社会学者、哲学者。情報工学の創始者としても知られる。彼が1963年に提唱したHypertext理論は、複数のドキュメントが自動的に相互参照できるリンク・メカニズムを扱っている。

(脚注3) Viral Marketing: いわゆる口コミに頼って、人から人へと伝わる情報に重きを置いたマーケティング手法。特にインターネットが発達してからは、blogやSocial Network Service上で、ある商品に関して好ましい情報を流してもらう、などの努力や工夫を指すことが多い。

インタビュー： Web 2.0 の提唱者 Tim O'Reilly、
発想の方法から 2007 年のトレンドまでを語る

ことができた。これが（Wired Magazine編集長の）Chris Andersonが唱えた有名なLong Tail理論だ（[脚注1](#)）。

Web 2.0はまた、小型の多国籍企業も実現した。インターネットによって地理的拘束を脱却した企業は、多数の国々に住むエンジニアの頭脳を結集して、商品開発を進めている。つまり世界的な開発チームを持ち、数百人、数千人のニッチ市場にリーチできる効率的な企業が誕生したのだ。

3 Googleについて

Q: 集合知を実践する企業の代表はGoogleだが、彼らが余りにも大量の個人情報を集めることへの懸念もある。実際、米国では2005年に国務省が「研究に使うから」という口実で、Google、Yahoo!、Microsoftらに、彼らが持っている個人情報の提出を要求したことがある。こうした懸念は的を得ているだろうか、それとも誇張されているだろうか？

両方の側面がある。確かにGoogleは大量の個人情報を集めており、その点は心配だ。しかしGoogleだけを、特に危険視をするのはおかしい。たとえばクレジット・カード会社や政党も、大量の個人情報を集めている。現代のネットワーク社会においては、人がサイバー・スペースに足跡を残してしまうのは不可避だ。David Brin（[脚注2](#)）が著書Transparent Societyの中で指摘しているように、我々は最早「プライバシーが存在する」という前提を捨て去るべきだ。確かに我々の個人データは、誰かに見られているだろう。しかし我々の方でも、その誰かの行動をチェックすることが出来るのだ。

つまり我々はGoogleだけを非難するのではなく、もっと一般的に問題に対処すべきだ。ちょうどクレジット・カード会社の誤りを消費者が指摘・訂正できるような仕組みを、ネット上の情報に対しても実現する必要がある。

Q: Google、Yahoo、Microsoftは2005年、中国でのビジネスを展開する際、中国政府による検閲を受け入れるなどして、米国連邦議会で批判を浴びた。これに対し彼らは、「検閲済みのサービスでも、サービスをしないよりはマシだ」と切返した。どちらの意見を支持するか？



（脚注1） “The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More”, 2006年

（脚注2） David Brin: アメリカ人SF作家。1950年生まれ。本文中で参照されているのは“The Transparent Society: Will Technology Force Us To Choose Between Privacy and Freedom?”, 1998年

インタビュー： Web 2.0 の提唱者 Tim O'Reilly、
発想の方法から 2007 年のトレンドまでを語る

彼らは中国に進出するために自己を正当化したい。つまり若干独善的な見解だが、それは正しくもある。こうした類の事柄については、前法王のヨハネ・パウロ 2 世が次のようなことを言っている——「全てを見て、その多くを無視し、ほんの少しだけ変えよ」と。これは賢明な処世訓だ。全てを一編に変えることはできない。（たとえ検閲を受け入れたにしても）中国市場に参入したことは、その開放を手助けすることになる。その点については、彼らは正しいと思う。

中国政府はいずれ、今のスタンスを変えざるを得ない。（*New York Times* のコラムニスト）**Thomas Friedman** がこんなことを言っている——「誰もが『21 世紀は中国の世紀だ』と言うが、**Google** を検閲するような国の世紀が来るとは私には思えない」と。実際、情報の自由な流通は、21 世紀のある時点において、国際競争上の重要な武器になるだろう。その結果、検閲を行う中国の競争力は（相対的に）低下してしまう。それが嫌なら、中国政府は（検閲を行うような）自らの姿勢を改めざるを得ないだろう。

Q: 国際競争という点では、Google は日本市場では成功を収めているが、中国や韓国では振るわない。その理由は何だろうか？

断定的に言えることはないが、たとえば「先行者利益」や「国家的プライド」など、幾つかの理由が考えられる。しかし往々にして先行者利益、すなわち、その国で最初に市場を奪って、ブランドを確立した企業が、そのまま走り続けるということではないか。**Google** が英語圏の市場を奪ったときには、彼らのサービスは競合他社よりも優れていた。今や、どの検索エンジンも性能的には大差無いが、逆に言うと、既に **Google** に馴れ親しんでいるユーザーにしてみれば、他の検索エンジンに切り替える理由も見当たらない。単に、そういうことではないか。

私はインターネットが安定的な状態に向かい始めていると思う。そこでは、たとえば検索エンジンのようなビジネスで、確固とした市場が確立される。そうになると、新規参入企業のサービスが優れていても、市場に食い込むことが難しくなる。産業を構成する全ての要素が、納まる場所に納まってしまったからだ。検索エンジンに関しては、破壊的な技術革新（**disruptive innovation**）の余地は最早無いと思う。それは技術革新の時代を終えて、整理統合の時代に移行しつつある。**Google** は今や単なる検索エンジンではなく、経済的なネットワークとなった。こうしたビジネスを運営するには物凄いお金がかかるので、後発組が新規参入する際の障壁も高くなった。

4 YouTube について

Q: 昨年一大ブームを巻き起こした YouTube をどう見ているか？

個人的に **YouTube** は好きだが、集合知の実践という点では、特に際立った事例だとは思わない。あれは、みんなが色々なビデオを持ち寄っただけであり、そこにこれといった知性は感じられないからだ。

インタビュー： Web 2.0 の提唱者 Tim O'Reilly、
発想の方法から 2007 年のトレンドまでを語る

Q: YouTubeは人気が先行しており、まだ利益を上げるところまで行っていない。しかし、いずれはビジネスとして成立するだろうか？

もちろんだ。かつて検索エンジンが登場したときも、「あれは金にならない」とけなされた。しかしGoogleがキーワード連動型広告を開発すると、突如として金のなる木になった。それと同様、YouTubeを買収したGoogleは、ビデオ分野における効果的な広告手法を必ず実現するだろう。

Q: しかしYouTubeは著作権侵害の問題も抱えている。テレビ番組などを無断で使用されたメディア企業が、訴訟を起こすなど懸念材料も多い。かつて同様の訴訟で、NapsterやKazaaなどファイル共有業者は軒並み敗訴した。この点、ビデオ共有は大丈夫だろうか？

ファイル共有とは違って、YouTubeに投稿されるビデオの圧倒的多数は、一般ユーザーが作ったオリジナル・コンテンツだ。(レコード会社など)メディア企業はNapsterやKazaaの裁判で勝利を収めたが、YouTubeまで訴えるのは行き過ぎだ。つまり法的にはYouTubeに分があると思う。しかし最終的には、(YouTubeを買収した)Googleが海賊版に関して、ある程度の賠償金を支払うことで、メディア企業との間に和解が成立するだろう。

Q: YouTubeが人気を得ている大きな理由として、そうした海賊版を事実上、容認していることがある。彼らはメディア企業から海賊版の削除要求があれば、それに従うが、事前にチェックするようなことはしていない。その結果、人気テレビ番組などが多数、無断掲載され、それがサイトへのトラフィックを集めている。今後、GoogleがYouTubeを完全に合法的なビジネスにするためには、海賊版の取り締まりを徹底する必要があるだろう。そうすると今のYouTube人気も衰えるのではないか？

海賊版が人気の一因であることは確かだが、それが大きな理由であるとは思わない。YouTube人気の最大の理由は、その使い易さにある。誰でも無造作にビデオを投稿するだけで、多くの人に見てもらえる。その手軽さが受けたのだ。

Q: YouTubeのようなビデオ共有やブログの普及によって、プロとアマチュアの境界線がどんどん曖昧になっている。それが意味するのは何か？

あらゆる新分野はアマチュアが楽しむために創造し、それが成熟して産業になる頃、彼らはアマチュアではなくなっている。たとえばロックンロールの歴史を見れば、Motown Recordsを立ち上げたのはアマチュアだった。スノー・ボーディングやウィンド・サーフィンでも、最初はアマチュアが始め、やがてプロになり、そこにビジネスが生まれた。ブログにしても、最初はアマチュアのメディアだったが、今

インタビュー： Web 2.0 の提唱者 Tim O'Reilly、
発想の方法から 2007 年のトレンドまでを語る

はそう言い切れるだろうか。(人気ブログをリストアップした) **Technorati**を見れば、そこに掲載されている内容は、アマチュアというよりセミプロ級だ。これは新しい種類のジャーナリズムとも言える。つまり、この数年間で起きた現象は、ブロガーのプロ化だ。この傾向はさらに進み、今から数年後にはトップ・ブログが大きなビジネスへと成長しているだろう。

5 2007年のトレンドについて

Q: 今、注目しているトレンドは何か？

一つはP2P (Peer to Peer) の復活だ。多くの人達が、P2Pをファイル共有と同一視して、海賊版などの問題から、「あれはもう終わった」と誤解している。しかし(欧米でブームを巻き起こした無料電話) **Skype**のように、そうした面倒な問題とは無縁の、新種のP2Pアプリケーションが生まれている。**Skype**は集合知の活用において新境地を開拓した。このサービスには常時500万人のユーザーがつながっているが、**Skype**社自体が保有しているサーバーは12台しかない。残りのサーバー全ては、ユーザーが所有しているものだ。P2Pの分野ではこれからも、**Skype**のような常識を覆す技術革新が生まれるだろう。

集合知の活用は、実はまだ始まったばかりで、今現在、新しいアプリケーションがどんどん生まれている。中でも興味深いのは、コンピュータや携帯電話のみならず、あらゆる装置 (device) から情報を収集しようとする動きだ。たとえば英国の **Norwich Union** という保険会社は、ドライバーの運転履歴を集めて、新種の自動車保険を商品化した。この保険では、ドライバーの運転の仕方、たとえば普段どれくらいのスピードで運転しているかとか、どういった地域を運転しているか、などといったデータに基づいて、保険料率が算定される。こうした事例は、今後他の分野でも見られるようになるだろう。

もう一つ注目しているトレンドは、**Second Life**のような多人数参加型のオンライン・ゲームだ。今、何が起きているかという点、それは仮想空間で長い時間を費やす世代の出現だ。これによって現実世界と仮想世界が統合されつつある。人々は仮想と現実を行ったり来たりして、その両方で会議やパーティを開いて、新しい経済を構築しようとしている。

Q: **Second Life**の住人 (ユーザー) は、社会・経済活動から政治活動まで、現実世界をシミュレートしようとしている。しかし、なぜ現実世界と同じことを仮想世界で繰り返す必要があるのか？それが一体、何になるのだろうか？

注意しなければならないのは、今の仮想世界は、まだ初期段階にあるということだ。それはちょうど、1994年頃のWebのようなものだ。当時のホームページは、せいぜいパンフレットのようなものだった。そして人々は、「こんなものが何の役に立つのか？」と言ったものだ。しかし、その後Eコマースなどが生まれて、人々はWeb

インタビュー： Web 2.0 の提唱者 Tim O'Reilly、
発想の方法から 2007 年のトレンドまでを語る

が持つ経済的な意味を理解した。

つまり現時点の仮想世界は、まだパンフレットのように未熟なものだ。それは今後、発展を遂げ、やがて現実世界でやり難いことを、仮想世界で実現できるようになる。もし、それが良いものなら、人々はそれを現実世界に応用するだろう。

Q: 仮想世界に危険性はないだろうか？たとえば（仮想通貨を現実通貨と交換する）RMT（Real Money Trading）は、米国ではOKだが、日本のゲーム・メーカーは禁止している。貴方は、どちらを支持するか？

RMTは絶対に（現実）経済に組み込まれるべきだ。たとえ禁止したところで、人々はeBayを使って売買するだろう。つまり制御できないのだ。それはまた、国家的なトレンドでもある。金融市場を始め、我々の経済活動は、益々仮想化している。なぜゲームの仮想世界で作られた事物だけが、それと違うということになるのか。確かに危険性はあるが、それは何でもそうだ。我々はゲーム経済を排除するよりも、むしろ、それを適切に機能させる仕組みを検討したほうがいい。

📖 執筆者コメント

とても気さくで、こちらが短い質問をすると、長い答えを返してくる人だった。かなり早口でまくしたて、何かを話している最中に、別のアイデアが浮かんできて、話がどんどん枝分かれする（本レポートでは、それらを項目毎に若干整理してまとめた）。これと共に、様々な人々の発言や著作を適宜引用することからも、並外れた記憶力が伺える。もっとも、そうした点は「いかにも」という感じで、特に意外ではなかろう。むしろ、どんなネガティブな質問に対しても、前向きで建設的な見解が返ってくることが印象に残った。

📖 出典・参考文献

“What is Web 2.0” Tim O'Reilly, www.oreillynet.com

【執筆者プロフィール】

氏 名：小林雅一（こばやし・まさかず）

メールアドレス：ma-kobayashi@kddi-ri.jp

専門分野：メディア・IT・コンテンツ産業の調査研究