

ネットワーク・コンピュータの紆余曲折

宍戸 周夫／(株) テラメディア

オラクルを筆頭にサン・マイクロシステムズ、IBMなど反マイクロソフト、反ビル・ゲイツ陣営が「打倒Windows」の旗印にしているのがネットワーク・コンピュータ (NC)。Windowsのように1台1台のパソコンに重装備のOSを搭載するのではなく、ネットワークを経由して遠隔地からアプリケーションを供給、低価格、軽量のコンピューティング環境を実現しようというコンセプトだ。サン・マイクロシステムズは「Java Station」、IBMは「Network Station」などの呼び名で製品化を急いでいる。しかしここにきて、その目指す方向が多少変わってきた。「マイクロソフト独占」に正面から戦いを挑むという勢いが後退、NC陣営の中からはWindowsと共存、またはWindowsがカバーできないニッチ・マーケットを目指すという声も出てきている。Windowsにはかなわないと見たのか、NCの行方は混沌としてきた。

霜が降るごとし

日本オラクルの佐野力社長は「暗夜に霜が降るごとし」とNCの普及状況を説明する。言葉の真意はこうだ。

実際に何が起きているのか、はっきりとは分からない。しかし事態は確実に進行している。そして音もなく霜が降り、朝起きてみたらあたり一面真っ白になっている。それを「暗夜に霜が降るごとく」と表現しているのである。「革命とはそんなものだ」ともいう。

この言葉は2つのことを表現している。まず、最後にはあたり一面を真っ白にしてしまうこと、すなわちNCで地上をすべて覆ってしまい、Windowsを駆逐してしまうことである。一方で、所期の意気込みに反して、その進行具合が人目にははっきりと分からないほど遅いという現実問題も表現している。この言葉の裏には、壮大な計画がなかなか思うように進んでいないというジレンマが見え隠れする。

NCの普及が、その意気込みに反して当初の予想より遅れていることは確かだ。現在、NCは船井電機、ユニデン、富士電機など5社が製品を発売しているが、米調査会社IDCの調査によると1997年の全世界での出荷台数はわずか14万4,000台。頼みのネットワーク対応プログラミング言語「Java」の普及が遅れていることや、NCの世界を実現する高速通信インフラが十分整備されていないことが原因だといわれている。

しかし、これでは「暗夜に霜が降るごとし」と悠長なこともいってられない。この調子では、世界に数

億台あるといわれているWindowsパソコンの市場を真っ白に塗り替えてしまうことは不可能というほかはない。そこで、NC自体Windowsに対抗できるポピュラーなアーキテクチャではなく、もともとニッチなマーケットをターゲットにしたものだという声も出てきている。

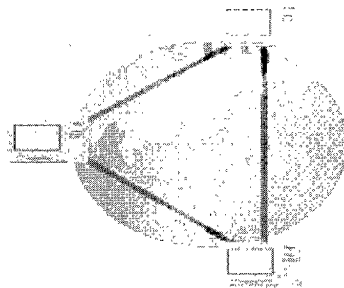
たとえば、3月末に自社開発のNC「NCバスケット」を投入した富士電機は、NCの用途として①ホストコンピュータ端末（ダム端）、②インターネット端末、③専用システム、④ニュー・マーケットの4つをあげている。専用システムというのはコールセンターや旅行代理店などで使われるデータベース・サーバに結ばれた端末である。ニュー・マーケットとしては、デパートに設置する案内テレビのようなものを想定している。

ここには、インターネット端末を除いては、現在のWindowsがカバーする市場に正面から戦いを挑むという意気込みは見られない。同社が掲げる生産計画「西暦2000年に年間10万台目標」も明らかにWindows対抗という数字ではない。

コンセプトと製品は別物

製品のメーカーがニッチ・マーケットを狙おうとも、NCというコンセプトはWindows対抗で打ち出されたものであったことは間違いない。1997年秋、ロサンゼルスで行われたオラクルのプライベートショウ「オラクル・オープン・ワールド (OOW '97)」では展示会場に1,000台のNCを並べ、ラリー・エリソン会長、そしてゲストとして招かれたサン・マイクロシステムズのスコット・マクネリ社長がそのスピーチでビル・ゲイツを頂点とする現代のWindows世界に強烈な批判を繰り返した。OOW '97に集まった約2万人の入場者の関心は新データベース「Oracle8」やERPパッケージ（統合業務パッケージ）「Oracle Applications」などにあったのだが、エリソンやマクネリの頭の中には打倒ビル・ゲイツしかなかった。2人もビル・ゲイツを揶揄するような表現で、Windowsの使いづらさをこき下ろした。

だが、彼らの怒りと実際のビジネスは別物である。コンセプトはコンセプト、製品は製品だ。富士電機は同社の製品「NCバスケット」を核に、FA分野での経



験、ノウハウを活かして工場など生産現場のシステム・インテグレーション (SI) ビジネスを手がける方針である。実際にビジネスを展開するメーカーとしては、打倒Windowsではなく、明らかにWindowsと共存する姿勢をとっている。

共存するという姿勢は、オラクル内部からも出ている。オラクルの子会社で、ネットスケープ、ソニー、任天堂、NECなども出資して1996年に設立したネットワーク・コンピュータ社 (NCI) のCEO (最高経営責任者) であるデビッド・ルーは「NCが狙うのはコミュニケーションを中核とする次世代のコンピューティング環境で、データ処理分野ではない」と明言している。

将来、NCは数的には現在のWindowsPCを上回るものの、ターゲットとする分野は違うという見解だ。エリソンやマクネリのようにWindowsと正面から戦おうというのではない。いわゆる共存論である。実際のビジネスを担当する立場としては、エリソンやマクネリのように格好いいことばかりはいつていられないというところである。しかしその中で「NCのデバイスがあらゆるところで使われ、WindowsPCの数を上回る」とボリュームでの優位性を確保しようという考えだ。

先回りするWindows陣営

NCはWindows対抗という立場を維持しながら、実質的にはWindowsがカバーできない分野を狙うという戦略に転じてきた。しかしこれに対し、逆にWindows陣営の方が先回りしてNCが狙う市場を押さえようと動き出している。

NCは当初「500ドル・コンピュータ」というキャッチフレーズでWindowsによるTCO (Total Cost of Ownership) の問題を指摘した。いわゆるThinkクライアントである。これに対してマイクロソフトはWindowsNTサーバを中核としてTCO削減を実現する「Zero Administration」を発表、これを実現する過程を「ZAW (Zero Administration Initiative for Windows)」という構想でまとめた。そして、これに基づく製品をインテルとともに「NetPC」として発表している。

NetPCはZAWコンセプトに対応したパソコンで、WindowsNTサーバを核に、サーバ側でクライアントの各種設定を行う。NetPC自体は本体を開けることができないようシールド構造にして、ユーザの権限を徹底して制限している。管理機能をサーバに移行させることでTCO削減を実現しようというものだ。

さらにマイクロソフトは、NetPCよりさらに機能を絞った製品「Windowsターミナル (WBT=Windows Based Terminal)」も発表している。マイクロソフトはこのパソコンを300ドル・パソコンと呼んでいるそうだ。明らかにNC封じ込め作戦だ。しかも、NCにはないWindowsとの互換性も売り物にしている。

当初狙ったTCO分野でマイクロソフトが徹底した対抗策を講じてきたと見たNC陣営は、新たに「従来から提唱しているTCO削減を目指した企業ユーザ向けNC」を「NC」、そして「TVとインターネットの融合を目指したコンシューマ向けNC」を「NCTV」と定義しなおした。NCというコンセプトの中で、新たにNCTVという分野を設定したのである。テレビを見ながらインターネットや電子メールを行ったり、エクストラネット経由でホームバンキングや各種会員サービスを行ったり、デジタル放送への対応も打ち出している。

しかしこれに対してもマイクロソフトはすばやい反応を示している。1997年にはインターネットTVのWebtvを買収、1998年に入って4月にはソニーとパソコンとTVの融合を狙ったデジタル家電分野で全面提携を発表している。実際の作業が進むのはこれからだが、マイクロソフトはNCがターゲットとする市場を常に押さえにかかっている。

つまり、NC陣営が一步下がって「Windowsとの共存」や「Windowsがカバーしないニッチ・マーケット」を狙っても、それすら許さないというのがマイクロソフトのやり方なのである。かつて、マイクロソフトのMS-DOSに対抗してBTRONを打ち上げ、マイクロソフトの逆襲にあうと、ITRON、CTRON、MTRONとその視点を変えていったTRONプロジェクトのような構図がここに見られる。

NCの紆余曲折はまだ続きそうだ。

(平成10年4月15日受付)