

日本 ICT 産業への苦言

電力系との連携足りない

1995年にスタンフォード大学院に進んだサイゲイ・プリントンとラリー・ペイジ。この二人の研究プロジェクトからグーグルはスタートした。二人が作り上げた検索エンジンの評価は高く、ベンチャーキャピタリストの支援で98年に創業したが、大学院では研究資金などの面で特に恵まれていたわけではない。グーグルは「世界中の人々があらゆる公開情報にたどり着くお手伝いをする」ことを使命としており、検索サービス自体は無料で提供。収入源は

長崎大リレー講座 寄稿⑥

グーグル名誉会長

おのり 憲郎氏
むらかみ 村上氏

広告で、昨年度の売上高2兆円のうち97%を広告収入が占めた。極めてシンプルでビジネスモデルが強い源になっている。世界中でサービスを提供するためシステムは大化す一方だ。サービスの一つである動画投稿サイトは毎分35秒時間を超える動画が投稿される。ニーズに合わせるため、グーグルでは福岡ドームくらいの大サイズのデータセンターを全世界に置いていく。省エネを進めても電力需要は高まるばかりだ。そこでわれわれは、米

国のオバマ大統領が唱えるグリーンニューディール政策にも深くコミットしてきた。2030年までに化石燃料の利用をやめ、再生可能なエネルギーである風力、太陽光、地熱発電に転換することなども提言している。これに対し日本の情報は「弱電」と呼ばれるコンピュータ系の人たちが閉じて考える傾向が強く、「強電」と呼ばれる電力系の人たちとの連携が十分でない。電力網のインテリジェンス化を図るスマートグリッドはオ

バマ政権がグリーンニューディールで掲げる重要テーマの一つだが、この分野でも出遅れている。最近では日本にも推進団体ができたが、少し前まで日本のICT産業の人たちは「スマートグリッドは強電の話」として関心を示さなかった。「ヒトとヒト」をつないできたインターネットが「スマートグリッド」は「ヒトとモノ」「モノとモノ」との媒介も果たすようになる。たとえば、家庭の電力計が電気の使い過ぎを教えるようになる。社会生活を大きく変える可能性もある。このチャンスを生かすために何が必要か、原点にかえって考えてもらいたい。