



Upside Japan
THE TECH INSIDER www.upsidejapan.com

！ホーム！UPSIDEについて！UpsideToday米国版！

！コラム！ビジネスモデル！注目の企業！キーパーソン！業界動向！アジア最新ニュース！ITな暮らし！



注目記事

- ・MSNが音楽配信サービスに参入!
- ・ネットのコンテンツで金は取れるのか?
- ・マイクロソフトがトランスメタと提携!
- ・iモードがアメリカにやってくる!

- ・ハイテク株よ、底の底まで落ちてくれ
- ・略語の山に埋もれたB2Bマーケット



デジタル用語辞典:

検索



Upside Japan / コラム

そのハマリ度が問題なのだ 中村伊知哉@LANTIC【第11回】

1999年11月8日



秋葉原から日比谷線が東銀座に近づこうとする時ですよ。扉んトコに立ってた若い男、推定21歳。ケータイでボソボソやってると思ったら、ククウって高い声、出し始めた。泣いてんの。「なんでオレたちこうなっちゃうんだろ」 - - ククウ。泣いてやんの。

がんばれ若いの。苦しいよな。恋だもんな。恋は、電車の中であろうと、銀座であろうと、容赦ないからな。でも目の前の私を無視してハトみたいに泣けるほど、電話の向こうの引力が強いて経験は私にはない。ちょっとうらやましかったりもする。世代の差かね。

斜め前に座っている制服の女の子ふたり。小さい機械にペンで何か書いてる。なんじゃあの端末。アメリカにはないぞ多分。送った、とか何とか言ってる。あれもケータイか？ 手書きでメール送るのか？ その向こうでは男の子がククウって泣いてるのか？

日比谷線：一般には“六本木行き地下鉄”として知られているが、パソコン好きにとっては“秋葉原行き地下鉄”。うっかり寝過ぐすと東武動物公園まで行ってしまうのはスゴイ、というコワイ。

なんでオレたちこうなっちゃうんだろ：地下鉄内というからには多分PHSで通話してるのだと思われるが、もしがしたら単に泣いているだけかも。ただ泣いてると恥ずかしいから、ケータイ(ピッチ)でカモフラージュしているのかもしれない。

小さい機械にペンで何か書いてる：DDIポケットが提供する文字電話のこと(たぶん)。端末としては東芝の「TEGACKY(テガッキー)」[http://www.tegacky.com/](#)、カシオ計算機の「ME-tel」[http://www.me-tel.com/](#)などがある。見かけはオモチャっぽくても中身は立派な通信機なのだから、これを5000円で売ってしまう日本市場はスゴイ。

世界一のケータイにハマっている国、日本

日本はとんでもないケータイ国家だ。普及率でいえばどの国も似たりよったりだが、使い方の豊かさとか、ハマり方の深さとかでは群を抜く。いま家計やこづかいからメディアに支出する割合が数十年ぶりに増えている。その主要因が携帯の電話代やインターネット代だ。その分CDやマンガの売上が落ちてきているという。

今後メディア産業全体が拡大することは確実なのだが、そのカネがコンテンツに流れずに、ネットワークのインフラに回ってしまうことは、実はいびつな姿である。問題だ。インフラがコンテンツやパソコンやブラウザの代金をまとめて集金するってことなのかなあ。

しかし考えてみればこれはプロの作るコンテンツが恋人の声という素人の表現に負けているということだ。これは誰もが表現を発信するウェブ時代が力強くやってくることを先取りしてるんじゃないか？

思ったより速い動きだ、日本は特に速い、速射砲のように文字メールを打ち続けて援助交際でもらったカネを電話代につぎこむコギャルどもが、あーそーぼってPHSでいちいちアガ取り合うガキどもが、全力で走ってる。

テレビへのハマり方も深いんだよね日本は。アメリカも深いけど、質が違うというか、ドラマやバラエティーなんかでもって、もっとジワっとハマりこんでるんだよね。ちょっとこう、ヘンな具合に。フランスなどに比べたら、圧倒的に深い。

メディアに支出する割合：電通総研が'98年11月に発表した“情報関連の支出金額に関する調査報告”によると、お小遣いに占める情報関連支出の割合は、平均で38パーセント、これが10代男性では71パーセントと格段に高くなる。また女性では、お小遣いが豊富な20代女性を除き、各世代で60～70パーセントを占めている。ちなみに携帯電話等に費やす金額は、平均で月額3700円となっている。

コンビニと自販機でインターネット国家を実現!?

ケータイとテレビのこの国は、PCインターネットと映画のあの国とはインフラの姿も違うはず。アメリカじゃCATVとADSLのせめぎあい、巨大な合併話が相次いで、日本はその体力勝負に入れてもらえないでどうする、って議論になっている。でも同じようなネットワーク社会の姿を日本に持ち込むのは無謀だ。それより日本は電波をどうするのか、デジタルテレビをどうするのか、ってことが決定的に重要だ。

ほかに日本の特徴って何かな。24時間あいてるコンビニか。コンビニを物流拠点にするっていうネットワーク通販の話聞いたことがあるな。日本的。そこらじゅうに郵便局があるってのも特徴だな。国のものなんだからみんなでネットワーク社会の拠点に使いこなせばいいい。

やたら自動販売機があるのもそう。声が出たりするヤツだってある。電気も通ってるしディスプレイもでかいんだから、いっそ全部インターネット端末にしちまえばどうだ。よそにはマネできないヘンテコなインターネット国家ができあがるぞこりゃ楽しみだ。

CATVとADSLのせめぎあい:米国の都市部では、バス停横の看板にさえ、CATVやADSLの広告が踊っている。ケーブルテレビ系のCATVと電話会社系のADSLは、ともに低額で高速のインターネット接続をうたい、加入者を集めている最中だ。いまや米国では、月額40ドル程度の常時接続は常識になりつつある。

コンビニを物流拠点に:業界最大手のセブンイレブンでは、インターネットショッピングの決済を受け付けるサービスを開始している。またウエルネット(株)では、8社のコンビニチェーンで売上代金の収納ができる“コンビニ収納代行システム”を提供している。

やたら自動販売機がある:清涼飲料の自動販売機は全国に約150万台。売上は年2兆円に及ぶ。NTTドコモはこの6月、パケット通信サービス“DoPa”のサービス料金を引き下げたが、同社では値下げの目的として“自動販売機などの計測・制御分野での新規需要の開拓を図る”とハッキリとうたっている。

優しさと愛情で技術を使いこなせ

だけど突然戻って恐縮ですがね、プロの表現もやっぱり大事ですよ。このあいだハリウッドけなしてカメラほめましたけどね、映画『What Dreams May Come』(奇蹟の輝き)でまたショック受けたんです。キリスト教的な幻想世界。天国はモネ、ゴッホ、ドイツ・ロマン派を混ぜた心にしみる極彩色。壮麗な地獄の黒も美しい。

パロン以来10年ぶりって感じの本物のファンタジー。ほめすぎ? でもロビン・ウィリアムス、好きになっちゃったな。がっちりしたイマジネーションがあって、技術がそれを正確に映像に変えてる。因果関係が逆になってる映画が多いんですけどね。こういう優しさで技術を使われると、映画はまだ果てしなく面白くなる。表現の可能性って無限だ。

万国に受け入れられるファンタジーって東洋が作るのは難しいのかなあ。そんなことないよな。そんなことない。愛情の問題だもん。ケータイの向こう、あの雨空の下を眺めてハト泣きするような、君みたいな連中が、きっと何か作っていつてくれるよな。って、いいけど、おい、お前まだ泣いてんのか。おりて泣けよ。おりて。電話切れいいかげん。もう霞ヶ関だぞ。

奇蹟の輝き:死後の世界をSFXで再現した作品。興業的にはイマイチだったが、映像面の評価は高い。アカデミー賞の最優秀視覚効果賞を受賞したほか、99年8月のSIGGRAPH99でもアニメーションシターの上映作品に選出された。

パロン:’89年、英国作品。監督は『未来世紀ブラジル』で知られるテリー・ギリアム。ドイツの民話“ほら男爵の冒険”を元にしたSFファンタジー。実はこちらにもロビン・ウィリアムスがチョロッと出演している。

中村伊知哉 プロフィール



マサチューセッツ工科大学 客員教授
'61年生、京都市出身。京都大学経済学部卒。

在学中はロックバンド“少年ナイフ”のディレクターで活躍。

'84年、郵政省入省。'93年からパリに駐在し、'95年に帰国後は郵政大臣官房総務課課長補佐を務める。'98年、郵政省を退官し、(株)CSK特別顧問に就任。同年、マサチューセッツ工科大学 客員教授に就任。

著書に『インターネット,自由を我等に』(アスキー出版局)などがある。趣味は、ずばり“メディア”。

ホームページ: <http://www.media.mit.edu/~ichiya/jpn.htm>

(C)Hajime Anzai

▶ [中村伊知哉@LANTIC【連載リスト】](http://www.upsidejapan.com/upside/column/) (<http://www.upsidejapan.com/upside/column/>)

(中村伊知哉)

! ASCII24 ! ASCII24 Business Center ! 日刊アスキー Linux ! アスキーデジタル用語辞典 !
! auto-ASCII24 ! Shes.net ! ASCII Job Serve. ! アスキートップ !

! [個人情報の取扱いについて](#) ! [編集部へのコンタクト\(info@upsidejapan.com\)](mailto:info@upsidejapan.com) ! [広告掲載のご案内](#) !

Copyright (C)1993-2000 Upside Media Inc.
Copyright (C)2000 ASCII Corporation.
All rights reserved.