

【シリーズ】
中村伊知哉の

モ/申す

第一話
黒の京都

Illustrated by きたよりこ

低い空は、あくまで黒い。だが、淡い黒。その下に横たわる濃い黒の山影が鮮やかに迫る。影を向こうにたどると、ひときわもっりと比叡山が黒く動かない。眼下には鴨川が銀色に挿れめく。その手前、高瀬川のせせらぎも聞こえる。夜。かつてここを舟で大阪に運ばれた罪人どもも、この黒と銀の緞帳を重く眺めていたはずだ。

先斗町で飲む。学生のころには犯罪だと思っていたことだ。舞妓さんや芸妓さんか、西陣や室町の旦那か、医者や坊主だけに許された黒い小路。黒旗に擦電球のその奥では、きっと中村雁治郎や三島雅夫のような人相の旦那や医者や坊主が舞妓さんたちと夜ごと何か悪巧みをしている。でも近ごろは、ここにも若者向けの安くハイカラな店がたくさんできて、私もご相伴に預かる。

20年前。せいぜいライブで稼いだギャラを握って王将に駆け込み、エンゼーキー・リャンガー注文して幸せだった。ゼニがなげりゃ、シンナーで歯の溶けたモヒカン刈りと夜中にビール瓶を集め、酒屋にもらった小銭でパンを食う。星飛雄馬の描かれたオロナミンC、ホーローの看板を拾ってきて、スティックで叩くと理想的に安っぽい音がする。ガラスを割る。ノズルを振り回す。鳴りそうなものは片っ端から鳴らしてみる。

比叡山から巻に下りてきた百万遍、京都大学西館講堂には、そんな手合いがゴロゴロしていた。本当に地面にゴロゴロしながら始終ラップ吹いていたアニキは、近藤等則という名前だということを見て見るようになって知った。二年あとに入ってきた「どんと」という名の男は、ボ・ガンボスというバンドで世界をう



ろつくようになったが、沖縄で死んだ。私手がけた「少年ナイフ」というバンドは、後になってアメリカやイギリスでカルト的に売れてしまったが、そのころは何者でもなかった。

できることは音楽だけだった。小さくてもいいけど思いやりたかった。確立されたロック表現を壊して何かを創ろうとしていた。オモロイことをしてかして、走って、走って、追いかけてくる時代からは逃げて、逃げて、走りながら、ひっくり返せばいいと思った。やみくもな若さ。ひっくり返せた後に、何があるわけでもない。新しい様式が持ち上がるだけだ。そしてまたひっくり返すだけだ。

組織力のない分、クーデターを夢見る軍人にも及ばない。命がけでない分、テロリストにも及ばない。小学生のころ、年上のお兄さんたちは、その界限でゲバ棒を振るっていた。時計台のあたりまで自転車で見物に行くと、たまにヘルメットの兄さんが火だるまで走る場面を見ることができた。一升瓶かかえたオヤジが、ええど学生、キドタイいてもうたれーと熱狂していた。命がけで走れー。

音を鳴らすその先にあるのは、プロの世界。業の重さの世界だった。しっぽを巻いて道を変え、役人になった。結局そこ

も飛び出してブラブラするうち、気がつけば先斗町で飲んでいる。90年代は失われた十年だという。その間に、先斗町も不景気に耐えられず、奥にしまい込んでいたものが、小路のおもてに引きずりだされ、庶民の出入りを許すようになった。先斗町も私も、退化している。

母の実家が西陣にある。祖父は木工職人だった。糸を巻いたりヒモを組んだりするインフラを、黙々と作っていた。母の幼なじみという旦那は、羽織屋だのヒモ屋だの帯屋だの下駄屋だの、それぞれ何代目かだが、やたら分業していて、今に言うモジュール。「不景気でさっばワヤですわ。すつと祇園も行ってしまへん。」と文句たれつ、穏やかに談笑する。

つらいときは先代、先々代の遺したものを食いつぶす。暇なら琵琶湖でフナでも釣っている。景気がよくなれば少しばかり先斗町界限でモジュールたちと騒ぐ。

中村伊知哉/なむらいらちや
スタンフォード日本センター
研究所長

(財) 国際IT財団専務理事

郵政省(現総務省)で14年
間にわたりIT政策に携わった
後、98年から2004年8月まで
MITメディアラボで客員教授
を務めました。2002年9月、本
センター研究部門所長に就任し
ました。

郵政省では、電気通信局で通
信自由化に従事した後、放送行
政局でCATVや衛星ビジネス
を担当。登別郵便局長を経て、
通信政策局でマルチメディア政
策、インターネット政策を推進。
93年からパリに駐在し、95年
に帰国後は官庁総務課で規制総
和、省庁再編(総務省への移行)
に携わりました。

98年に退官し渡米、MITメ
ディアラボ客員教授に就任した
ほか、(株)CSK顧問、(社)音
楽制作者連盟顧問、NPO
「CANVAS」副理事長、芸術科
学会評議員、ビジネスモデル学
会理事などを兼務し、産・官・
学の間を動き回っています。

京都大学経済学部には在学中は
ロックバンド「少年ナイフ」の
ディレクターを務めていたこと
でも知られます。著書に「イン
ターネット」「自由を我輩に」(ア
スキー出版)などがあり、新
聞・雑誌等のコラムやインクビ
ューでも積極的に発言していま
す。京都出身。



©2003 Kyoto Nishijin Machiya Studio / ©NetHome Co., Ltd. All rights reserved.

多角経営、企業買収、エクイティ・ファイナンス、そんなことは知らん。大きくもならず、小さくもならず、匠の技を磨いて、ものづくりをして、ヨコにつながって、何代も生きてきた。そうやって500年食ってきた、とつぶやく。アメリカのMBAの教科書には、そんなビジネスモデルは書かれていない。だが、そのつぶやきには、おいそれとひっくり返しにくい厚みがある。

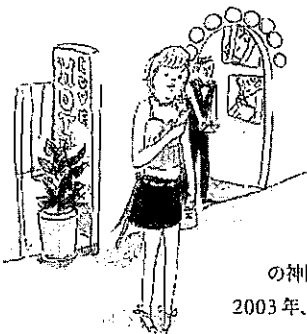
昨秋、ニューヨークを訪れた。大音量のテクノサウンドに、まぼゆいフラッシュ。ライザ・ミネリが目の前に座っている。あつちにはヒルトン姉妹。ほかにもセレブがいるかもしれない。スキンヘッドにレズビアンと彫った女。ラメのアイシャドウにタイトな皮のスーツを決めた男のアベック。そんな視客を貫くステージを、ヒラヒラした布をまとったモデルたちが闊歩する。気鏡のデザイナーユニット「ヘザレット」によるファッションショー「When will we be famous? From Kyoto with love.」だ。

このショーに使われたヒラヒラの素材は西陣織、京友禅、丹後織物。きもの文化を国際市場にアピールし、新・京都ブランドを世界に発信するプロジェクトなのだ。ショーの最後には、モデル全員が京都から持ち込んだ本物の打掛を羽織って登場。これが圧巻。ヘザレットには申し訳ないが、やはり本物には力がある。1200年の蓄積が表す色とデザインは揺るぎない。

失った十年と識者は言う。だが、失ったのは百年ではないか。列強に伍すため掲げたスローガン、「富国強兵」は、敗戦で片肺となった。そして、残った「富国」を産業経済の発展と定義してしまった。だから産業に元気がなくなると、百年のスローガンが消えてしまう。国の軸がなくなる。不景気だからといって失われる国というのはやるせない。

アメリカの爺さんどもに日本のイメージを聞けば、今なおハラキリ、カミカゼという答えが返る。われわれの世代だと、トヨタ、ソニー、ホンダ、となる。闘う国から、闘う企業へ。強兵から富国へ。ところがわれわれの子どもの世代は、日本といえばピカチュウ、セーラームーン、スーパーマリオ。日本の顔は気づかぬうちに変わっていた。自分たちが失ったと思っている90年代に、変身していた。

ニッポンはクールだという世界の噂だ。2002年の世界の検索サイトでの検索ワードの第1位は「ドラゴンボールZ」。「千と千尋の神隠し」が同年ベルリン映画祭でグランプリを獲得。ハリウッドからは2003年、マトリクス・シリーズやキル・ビルなどジャパニメーション趣味満載



の大作が投入された。アジアではJ-popはすっかり定着している。

家ではロボット・ペットを飼い慣らし、外では写真やビデオをケータイで撮り、片手の親指でメールを打つ。回転寿司を食べてカラオケで騒ぐ。アルコールもヌードルもエロ本も自動販売機で買えるし、帰るのがいやならマンガ喫茶なりラブホテルに行けばいい。子どもの化粧セット、フィギュア人形やカップめん、異様に快適したコンビニ、どつき漫才、多様なエロ産業。不思議の国。

だが日本は急にそうなったわけではない。高山寺に伝わる鳥獣戯画が示すところ、12世紀にはもうポップな映像表現をものにしてた。審美眼も表現力も風俗も、庶民の営みの中で千年以上にわたって育んできた。千年以上ずっとクールだったのだ。その表面が最近たまたま海外からポップカルチャーの文脈で発見されたにすぎない。

映画にしるマンガにしる、アニメにしるゲームにしる、テクノロジーは欧米から流れてきた。そして、地盤の厚い大衆の表現力が、その時々テクノロジーに応じ、作品をひねり出してやる。そうしてきた。これからのデジタル・テクノロジーにもこの力が対応していけるのか。アナログの千年が終わる。デジタルの千年が始まる。これからの千年もクールでポップにいられるのか。それが問題だ。

日本クール論に乗じてか、あるいはブロードバンドやケータイの普及に目を見張ってか、これからはコンテンツだ！という期待が高い。コンテンツは付加価値産業だ。成長することが期待される。政府は昨年、内閣の知的財産戦略本部にコンテンツ専門調査会を設置。知財立国を標榜して、コンテンツの国際競争力を強化するという。

しかし、期待とは裏腹に、コンテンツ産業は停滞気味だ。知的財産戦略本部の資料によると、この産業がGDPに占める比重は、日本は2%、アメリカ5%、世界3%とされる。そもそも規模が小さいのだ。しかも1997年の市場総額11.7兆円が2001年には11.0兆円に減少している。

政府は、市場は海外にあるという。しかしこれも現状をみる限り、売上に占める海外の比重は、アメリカ17%に対し日本は3%と圧倒的に低い。しかもコンテンツの国際収支は赤字。アニメやゲームなど競争力があつた分野でも、韓国はじめ海外の追い上げが激しい。事態は深刻。エンタテインメント産業がゴリゴリ成長して、娯楽大国になるなんて保証はないのだ。

CDやマンガの売上が減って、そのぶんインターネットやケータイに小遣いが

