

# ゼミナール

## 産業文化力が拓く

⑤

一九九〇年代、アニメ・ゲーム産業の成長は、コンピュータの軽量小型化とネットワーク化が推進力となった。双方向性、コンピュータグラフィックス、3D(三次元画像)、ネットゲームなどデジタル技術が新しい表現様式を生み出していった。

デジタル放送、ブロードバンド、モバイルなどメディアの多様化によりビジネスの構造も変わる。流通コストが激減する。市場が世界化する。生産者は消費者と直結する。

そして、デジタル化はメールやウェブサイト、携帯ネット、着信メロディー、写真メールやビデオメールといった新しい領域を開拓し、新しい文化、風俗、ビジネスを生んでいる。有料コンテンツとしては着信メロディー、占い、ゲームなどの人気が高く、ポップな産業文化を形成している。

デジタルコンテンツの種類

映像・ゲーム	DVD、TVゲーム
	映像配信 デジタルTVなど
音楽	CD、MD
	音楽データ配信 デジタルラジオなど
文字ほか	電子書籍
	電子政府 文字放送など

デジタル放送、ブロードバンド、モバイルなどメディアの多様化によりビジネスの構造も変わる。流通コストが激減する。市場が世界化する。生産者は消費者と直結する。

そして、デジタル化はメールやウェブサイト、携帯ネット、着信メロディー、写真メールやビデオメールといった新しい領域を開拓し、新しい文化、風俗、ビジネスを生んでいる。有料コンテンツとしては着信メロディー、占い、ゲームなどの人気が高く、ポップな産業文化を形成している。

### ポップカルチャー「ピア・ツー・ピア」が台頭

れてきた。日本は近世以前から内外の多様な文化を純粹かつ寛容に受け入れてきた。その大衆の審美眼と表現力は、現在のポップカルチャーとして花開き、デジタル時代によりややく対外的に発揮される。

デジタル技術の大衆化により、映像や音楽の表現がプロからセミアマに広がった。素人同士のコミュニケーションにも広がる。この動きは、ポップカルチャーの担い手たる若年層が先導していく。

アナログ時代のコンテンツは、少数のプロが生産する商品が大衆が消費する構造だった。それで世界を席巻したのがハリウッド・モデルだ。デジタル時代には参加・共有・交換によりコンテンツを共同生産するピア・ツー・ピア(仲間同士の対等通信)モデルが台頭してくる。世界に先駆けたそこへの移行が日本にとって戦略的に重要となる。

(スタンフォード日本センター)