



ルネサスが  
双葉

- 【広告】 【マルコム】月次決算処理が30日→5日に！運用コストも20%削減 富士通
- 【広告】 特集:ハイビジョン並み映像で円滑な会議を TV会議システム/日立ハイテク
- 【広告】 ビジネスを成功へとつなげるカラープリンタ。キャンペーン実施中！-NEC
- 【広告】 特集「変化の時代の企業経営、変化に即応できるIT戦略」提供:日立製作所

ビジネス:ネット時評(日経デジタルコアより) 過去記事

>> 過去記事一覧

## コンテンツ政策の根本を考えたい(中村 伊知哉)



### 音楽産業の縮小の原因は

音楽産業の売り上げが年々ダウンしている。業界の方々は、不正コピーのせいだという。ナップスター以来のゴタゴタはやまず、ネット上での著作権・著作隣接権の侵害に目くらまをたてる。

またある人は、ケータイのせいだという。こづかいが通信会社に吸い上げられてCDに回ってこないんだとぼやく。違う、問題はもっと根本的なところにある、ゼニ払って聴きたいような曲がないんだ、楽曲や歌謡のレベル自体が落ちてるんだ、という人もいる。

本当の理由はどれだろう。そのすべてだろうか。音楽はブロードバンド・コンテンツの矢面に立ち、デジタルの波をもらにかぶっている。その産業に未来はあるのか。あしたはどっちだ。

もう去年のことになるが、毎年恒例の音楽業界のイベント「In the City Japan」で、「日本音楽再生の10大プラン」というパネルセッションを開いた。

ビジネスやシステムの問題ではない、何か根本的な転換が必要ではないのか。10年たったら誰がコンテンツを作っているのだろうか。この分野に才能は集まるだろうか。もし仮に、音楽産業がなくなったら、音楽はなくなるのだろうか。そんなことを語り合った。長期的で根本的なことを考えたかった。

### 日本音楽再生の10大プラン

席上、10個の提案を示してみた。

- 1 ケータイ禁止
- 2 子どものおこづかい倍増
- 3 音楽の授業を10倍増(小学生ソナチネ義務化)
- 4 CDのねだん半額化
- 5 著作権法廃止
- 6 洋楽禁止(あるいは英語の国語化)
- 7 業界の社長全員パージ
- 8 マリファナ解禁
- 9 徴兵制復活

## 10 音楽省の設置(副総理格)

これらを束ねて音楽再生法を臨時国会に提出するのだ。音楽「産業」の再生ではない。「音楽」の再生である。半分パロディ、半分マジメ。いくら議論しても結局これといった処方などないのだが、デジタルの地殻変動は、根本論を問わないと次が読めないことは確かだ。

しかしメディアの業界の方々はみな今日あすのビジネスをどうするかで手一杯。私の悠長な問題意識は宙に浮く。ブロードバンドやってもコンテンツがない。デジタル放送やっても商売にならない。そして立ち止まってしまう。

## 10年後のビジネスモデル

そんなある日、総務省の会議に出席したところ、ある委員から問いかけがあった。10年後のブロードバンドのコンテンツは、どんな収入構造だろうか。広告モデルだろうか、ペイ・パー・ビューモデルだろうか、自費出版モデルだろうか。

ふうむ。考え込んでしまった。これは根本論だ。デジタルのコンテンツは、まず広告型、次に有料コンテンツのPPV型、そして最もビジネスから遠いのがアマチュアっぽい自費出版と考えるのが素直な気がする。政策的には、広告型やPPV型の環境を整備することに主眼が置かれる。だが果たして長期的にもそうだろうか。

広告は6兆円市場。GDP比に占める割合は横ばいであり、今後パイがそう増えるとは思えない。広告型コンテンツビジネスというのは、そのシェアを奪い合うというモデルだろうか。

有料コンテンツはどうだろう。日本人は情報にカネを出さないという俗説があるが、音楽も映画も出版もゲームもコンテンツに直接カネを払っており、ネットでは支払われないという根拠は薄い。オーディオビジュアルの有料エンタテインメントは広告市場と同程度のボリュームを持っていて、それがネット伝送にシフトするとすれば市場は大きい。

さらに自費出版だ。アマチュアが自分で作って発表するコンテンツ。ビジネスの視野の外に置きがちな領域だが、カネのフローとしてはこれがいちばん大きいのではなからうか。電気通信はインフラだけで16兆円市場であり、そのかなりの部分はおしゃべり、つまりアマチュアのコンテンツのやりとりなのだから。

コンテンツ政策の強化が叫ばれるようになって久しいが、現在のコンテンツ政策はエンターテインメントのビジネス振興が主体となっている。だが、ビジネスの拡大が政策の目的ではあるまい。エンターテインメントはむろん、教育も電子商取引も、そしておしゃべりもメールも含めて、コンテンツをみんなが生んだり消費したりすることを発達させることではなからうか。

### -筆者紹介-

中村 伊知哉(なかむら いちや)  
スタンフォード日本センター研究所長

### 略歴

1961年生まれ、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”のディレクターなどを務める。84年郵政省入省。電気通

信局、放送行政局、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年に帰国後は官房総務課で規制緩和、省庁再編に従事。98年郵政省を退官し、(株)CSK特別顧問に就くとともに渡米、MITメディアラボ客員教授に就任。2002年9月から現職を兼務。経済産業研究所コンサルティングフェロー、(社)音楽制作者連盟顧問、NPO「CANVAS」副理事長を兼務。著書に『インターネット,自由を我等に』(アスキー出版局)、『デジタルのおもちゃ箱』(NTT出版)など。



## NIKKEI NET

### 新製品

- [パソコン関連](#)
- [ソフト&サービス](#)
- [自動車](#)
- [AV&通信](#)
- [生活](#)
- [ホビー&レジャー](#)

(C) 2006 Nihon Keizai Shimbun, Inc. All rights reserved.