

ルネサスが  
双葉電子工業に  
選ばれた理由。

- 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: 劇的に進化したTV会議システムで活発な情報交換を/日立ハイテク
- 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
- 広告 【マルコメ】月次決算処理が30日→5日に！運用コストも20%削減 富士通

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

## 新しいコンテンツ政策のススメ(中村 伊知哉)



渋谷の街頭の親指族。片手でメールを連発する。ハワード・ラインゴールド著「スマートモブズ」は、そんなニッポンのティーンエイジャーに出会った驚きから始まる。でもそれはもう3年前の姿だ。古ぼけて映る。渋谷はティーンエイジャーの町から小学生の町に変貌をとげた。親指で送るものは、文字のメールに、写真メール・ビデオメールが加わった。

### 世界文明をリードする小学生

文字のメールも打つ。だがその字は、鍛錬なくして読めない。彼女たちの文字は手作りだからだ。ギャル文字である。平安の女性は、かな文字を開拓した。日本のアナログ文化を築いた。当時の世界文明をリードした。1000年たって、平成の女性は、ギャル文字を開発する。日本のデジタル文化を築く。そして現代の世界文明をリードしている。

彼女たちは美しい。真っ黒に焦げたお姉さんたちを渋谷から放逐した小学生たちはみな、右手にケータイ、左手に化粧バッグをぶらさげる。ヘアスプレー、リップクリーム、アイシャドー、マニキュア、ボディージェル。どれも青や緑やピンクのラム入りだ。くちびるも、ほほも、つめも、髪も、警戒色でピカピカに染め上げて、センター街を駆け抜ける。刺されたらきっと毒が回る。

### スマートモブズが創るコンテンツ

そんな世代の子どもたちと、この夏休み、12日間にわたり、「東大サマーキャンプ」と銘打つイベントを開いた。子どもがコンテンツを作る運動をすすめているNPO「CANVAS」(<http://www.canvas.ws>)の主催によるアニメ・映画教室だ。東京大学の先端科学技術研究センターに数十名の子どもが集い、ねんどを使ったアニメーションやショートフィルムを作った。

ストーリーを作り、キャラクターを描き、ねんどをこねて、コマ撮りし、編集し、音声を入れて、作品をブロードバンドで世界に見せる。ポップでキュートな短編が生まれていく。鼻歌まじりに絵コンテを切り、初めて触れるPC編集ソフトをマニュアル抜きで使いこなす。そして大人が舌を巻く出来栄の作品。日ごろテレビやゲームで鍛えていることがうかがえる。

映画教室では、まずはロケハン。6人一組の集団にビデオカメラ1台を渡し、撮影場所を探してこいと指示する。集団行動を念頭に置いて教室から送り出す。しかし連中は、ちりぢりに出かけて行く。そして、それぞれの右手が握るケータイから、各自お気に入りのスポットを写真で送り合い、交信し合い、十分な素材を集めて共有し、教室に戻るころには話がついている。そうか、それが正解

だな。まったくスマートなモブズには、教えるどころか、教えられてばかりだ。

デジタル・ネット時代のコンテンツは、この世代が生みだしていく。コンテンツは「楽しむもの」から「創るもの」へと変わっていくかもしれない。そのモチベーションやメカニズムは、アナログ世代とは大きく異なるかもしれない。

## デジタルコアの5か条

早朝の霞ヶ関ビル。知的財産戦略本部コンテンツ専門調査会が開かれている。この原稿は、その傍聴席で書いている。コンテンツ産業、とりわけエンターテインメント産業の振興を主眼とする研究会である。ポップカルチャーが注目を集め、コンテンツ産業に期待が寄せられている。日本経団連も報告をとりまとめるなど、産業界も熱を帯びている。

しかし、同じ知的財産戦略本部の資料によれば、コンテンツ産業の規模はここ数年縮小している。GDPに占めるコンテンツ産業の比重も日本は低く、国際収支は赤字である。競争力を発揮してはいないのだ。これを支援するというのは、まるで衰退産業の保護と見られかねない状況だ。

筆者の参加した総務省のデジタルコンテンツWG(<http://www.ppp.am/digicon>)は、産業振興にとどまらず、より広い視点から政策を見直す一つの試みである。プロのビジネス支援からアマの表現力強化へ。伝統芸術の振興からポップカルチャーの強化へ。縦割り省庁の施策から政府全体の総合政策へ。重点分野をシフトさせ、政策転換を促すよう求めている。

そして今、日経デジタルコアでは、「デジタルコンテンツ発展の5か条」([http://www.nikkei.co.jp/digitalcore/report/theme\\_copyright.html](http://www.nikkei.co.jp/digitalcore/report/theme_copyright.html))を編集集中である。「創造権を確立する」「流通構造を改革する」「コンテンツの場を充実させる」「コンテンツの教育を強化する」「利用者主権を保障する」といった内容だ。意見集約は近く決着する見通したが、従来のコンテンツ振興論とは明らかに議論の風向きが変わっていることに注目すべきだろう。

これまで日本には、散発的な施策はあっても、体系だった「コンテンツ政策」と呼べる代物はなかった。これから作ることになる。長期を展望し、きちんと考えたい。

### -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。