

ルネサスが
双葉電子工業に
選ばれた理由。

【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

【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: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】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

お笑いライブラリーと大阪ブランド(中村 伊知哉)



生年月日、言うてください。「セイ・ネン・ガツ・ピ！」……ちやいまんがな。生年月日と言うんじゃないで、生年月日「を」言うてくれ言うてまんにやがな。「セイ・ネン・ガツ・ピ・ヲ！」

桂枝雀「代書」の一節である。うはははは。大声を出してしまいみっともない。そばに別のビデオを観ている客が何人もいるというのに。ここは大阪府立上方演芸資料館「ワッハ上方」。ヘッドホンをつけた好き者たちがビデオブースで懐かしいお笑いをむさぼる。

お笑い資産のライブラリー

代書。25年前の映像だ。確かに25年前、大学1年生のとき、このネタをライブで観た。座席から転がり落ちて笑ったことを覚えている。ただし、笑いというものは同時代性が強い。昔どっかんどっかん爆笑を取っていた出し物も、今みたらクスリともしないという場合が多い。ところがどうだ。ふたむかし以上前の映像に今なお私は大爆笑だ。力のあるコンテンツは新鮮さを保つということか。

浪曲、漫才、落語。ワッハ上方は、上方芸能の展示やホールでの演芸と並び、ライブラリーのコーナーを設けている。ビデオブースもその中にある。NHKと民放各局のラジオ録音テープやビデオにアクセスできる。強いて愛を注がなければ消えゆくお笑い資産を、貯めていてくれる。

多様化するお笑いの発信

若井はんじ・けんじ。平和ラッパ・日佐丸。6代目笑福亭松鶴。吾妻ひな子。Wヤング。70年のお笑いブームに熟していた顔ぶれを探るのが私は好きだが、むろん映像資料は80年のお笑いブームの方が充実している。70年ブームは、関西を中心に、お笑いが若者テレビ文化として定着したもので、80年ブームはそれが全国化すると同時に、それまでの表現の型を破ったパンク運動だと私は勝手に解釈している。

そして今また空前のお笑いブーム到来とか。お笑い界にはキラ星のごとく才能がひしめいている。爆笑問題やネプチューンらメジャーどころから、アンガールズなどのマイナー系に至るまで、競争が厳しく、出入りも激しい。今回は東京の発信力が目立つものの、お笑いメディアは衛星放送やブロードバンド、ケータイと多様化している。

お笑いを生み出すナニワの土壌

ニッポンの笑い。断固、豊かな文化である。これをこどもたちに作らせて、ブロードバンドで世界に発信させたい。キミとはやっとなんわ。ええかげんにしなさい。どつき漫才、どついて楽しく通い合う様式は、世界にも珍しいコミュニケーションだ。これを作って見せるワークショップをやろう。というプランを私は吉本興業さんに持ちかけているのだが実現のめどは立っていない。

ワッハ上方の向かいには、吉本の総本山、なんばグランド花月がある。その界限は濃い。昼間から天然色のネオンが暴力的に輝き、あちこちの拡声器から解読不能の音が飛んでくる。ジャージに革靴、派手なチェックのスーツに野球帽、オッチャンそんなナニワ金融道にしか出てこんような服どこで買うたんや。そうしたポップな環境下、日常会話がボケとツッコミを奏でるナニワの土壌が比類なき表現を育む。プロの至芸は、ピラミッドの下部がどっしりしていることが前提だ。

大阪府のコミュニケーション政策

大阪府はコンテンツ行政に力を入れている。デジタル・コンテンツの産業振興策として、制作・発信環境の充実や人材の育成など総合的な戦略を企画している。お笑い、くだおれ、タイガース。持ち物は豊富だ。ポテンシャルに恵まれている。これを生かしていく知恵を絞っている。大阪の新たなブランドイメージを確立する試みでもある。

重要なことは、ネット時代のコンテンツは、マスメディア時代の少数のプロが作る世界とは様相が異なるという点だ。府民の総力をどう発揮させるか、その点を大阪府は明確に認識していて、府民の生むコンテンツのプラットフォームを政策として整備しようとしている。コンテンツ政策というより、コミュニケーション政策と呼ぶべきかもしれない。方向性は正しい。

デジタル時代の図書館・博物館を

そのための知識ベースとして、また、生み出された作品を資産として受け継ぐ装置として、アーカイブの整備は不可欠だ。コンテンツ政策の本丸である。お笑いライブラリーもそこに位置づけられる。過去と現在の至芸を蓄積し続け、いずれネットでアクセスできるようになってもらいたい。そして、ネットの上を行き交う日々の泡のごときコンテンツもまた文化資産として活用できるよう発展して欲しい。

私の関与するポップカルチャー政策プロジェクトでは、総務省と連携して、「ポップカルチャー・アーカイブ構想」を推進している。デジタル時代のポップカルチャーのアーカイブを設計する企画である。愛おしいポップカルチャー、生まれては消えるその場かぎりのポップカルチャー、それをつなげて、貯めて、共有する。アナログ時代の図書館や博物館とは別のかたち、異なる設計思想があるはずだ。

-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.