



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「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】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

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

天津飯は日本産なのだ(中村 伊知哉)



阪神淡路大震災から10年。当時パリに駐在していた私は、その模様をテレビで見た。街が黒煙を上げる模様がヘリコプターから写される。遠くにいても、衛星から届く映像で、大変な事態が把握できた。わかったような気になった。

でもそれは、そんな気になっていただけであった。その後、新聞や電話やネットに入って来る情報で、事態はうんと深刻であることを知った。上空から眺めた映像を流し見てわかったつもりのイメージがあるために、地べたの地獄が想像で

きないでいた。

●映像とリアル

それから10年、映像のリアリティーとリアルとの落差に注意しているつもりだ。新潟での地震も、インド洋の大津波も、テレビでの印象をはるかに超える重い事態の連続のはずだ。映像メディアは近代文明の主役だが、映像にだまされるな。

しかしなお自分のイメージがずれていることに気づかされることもある。先日、初めて万里の長城を歩いた。小学生の時分から、写真やテレビで何度も見ていた。北方の外敵から守るなんて威勢はいいが、あんな低い壁では城とは言えまい。安心材料ていどのものだろう。

ところが、歩いてわかった。ぜいぜいと白い息を吐いて踏みしめ、眼前に広がる野と山を見渡して、わかった。守れる。堅牢で、険しい。騎馬民族がこれを乗り越えて攻め入るのは厳しい。悔っていたことを反省した。

●東洋先行のデジタル

北京には、天津で開かれた「ケータイ国際フォーラム」の後に入った。オムロンの立石会長を委員長とする京都発コンソーシアムのイベントが海外で初の誘致開催。展示会では日中のケータイのハード、コンテンツが勢いよくプレゼンされていた。私の司会で京セラの西口社長らに登壇いただいたパネル討論では、中国側パネリストから消費地としても工場としても伸びゆく中国の自信が示された。

ケータイに占めるネット利用の比率は、日韓が9割、それを追う中国が3割。欧米はまだ1割程度であり、東洋と西洋の開きが著しい。韓国では11月、大学修学能力試験で100名を超す学生がケータイ・メールで集団カンニング。バれて問題になったものの、ケータイ先進国の生き様をかいま見

た。いずれ中国もそうなるのだろうか。

フォーラムの晩餐で隣り合わせた島津製作所の矢嶋会長に、これまで訪れた場所で一番きつかったのはどこかと尋ねたら、西アフリカだという。「中華料理屋がなかったからねえ。」それは、町ではなかったのですね。中華料理屋があるのを町といい、中華街があるのを都会といいますのでね。

インターネットが登場したころ、ネット社会がアメリカ文化に席卷されることを恐れるフランス文化省の役人に、「いずれネットは中国になる、そこで行き交う言葉は中国語ばかりになるから、そっちを恐れた方がよい」と指摘したら笑われた。だが、そう遠くないことかもしれない。

●コミュニケーション・ギャップ

さて、天津である。地元のひとに天津飯のうまい店を聞いてみた。が、だれも知らない。というか、そんなものはないと言い張る。おかしい。そこでネットで調べてみると、天津飯は日本産なのだということがわかった。天津丼もだ。むかし日本は卵を中国から輸入していて、その積み出し港が天津だったため、日本人が中華風卵料理を天津と名付けたようだ。これは天津甘栗も同様で、天津から入ってきた中国産の栗を日本がアレンジしたおやつが天津甘栗として売り出されたとのこと。天津というのは舶来という記号なのだ。

これも勝手にこちらが抱いていたイメージが現実とズレていたということだ。近くて知っているつもりなのに、基本的なコミュニケーション・ギャップがある。昔ミネソタのラジオ局の人に、ミネソタには卵売りが何人ぐらいいるのか聞いたところ、そんなのはいないというので、いようがいまいが日本人にとってミネソタは「ミネソタの卵売り」だと言い張り(古い歌なので日本人にももう通じないか)陰悪な雰囲気になってしまった。ずれてることもあるんだな。そのときそう反省したはずなのに。

天津から北京に向かうバスの窓。いちめん茶色い野原、さびた鉄の色。男がひとり木の下にたたずみ、1匹の羊をじっとみている。にごった池、あばら家の集落。しゃがんで麺をすすりこむ男たち。ツバを吐く女。人民服姿の物乞い。トラックの荷台の上にあふれる労働者。そのワキをすり抜けていくおびただし数の自転車。たこ揚げをしている。川で釣りをしている。

その向こうには、スタジアムが建ち、国際会議場がそびえ、デパートやモールが並ぶ。土を掘り起こし、石を積み上げ、鉄筋を組んでいる。都会に入ると高級車が行き交い、高級ブランドが店を構えている。私がまだ身にしみて覚えている、明らかに貧しいという感覚。そして私たち世代が知っている、明日は今日より発展しているという感覚。その同居。

このとんでもない格差を抱えた13億人とつきあっていくために、ずれないように、しっかりみつめていようと思う。

-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.