



広告 【機能強化】RAID対応LAN接続ハードディスク、バッファローのTeraStationPRO

広告 特集「読み取りの速さに驚いた！」～コンパクトスキャナー活用事例 PFU

広告 見えなかった世界を可視化する「走査透過電子顕微鏡」 提供: 日立ハイテク

広告 特集～牧野弁護士に聞く～すべての企業に求められる内部統制の取組み 富士通

インターネット:最新ニュース

更新:11月8日 09:44

日本こそ大切にすべきYouTube的プラットフォーム【コラム】

先ごろ久しぶりに米マサチューセッツ工科大(MIT)を訪れた。ニコラス・ネグロポンテ教授が唱道する「100ドルパソコン」で賑わっていた。高スペックかつ安価なノートPCを開発し、途上国の子どもたちに普及させようとするプロジェクトだ。この構想が世界的ニュースになったのは、グーグル創業者のラリー・ページ氏が世界に1億台を配付する意向を示したからだ。全世界をデジタル化し、連結していく。広い展望をそこに見る。(中村伊知哉・慶応大学教授)



■グーグルの壮大な構想とYouTube

実はこのアイデアは5年ほど前、元アスキー社長の西和彦さんと私とでMITのメディアラボにプレゼンテーションしたものが元になっているのだが、それをプロジェクトに結実させ実現する米国の足腰の強さに今更ながら舌を巻く。



ネグロポンテMIT教授(右)が発案した「100ドルパソコン」=2005年11月[著作権:AP,2006]

片やグーグルのエリック・シュミットCEOは、世界のすべての情報をデータベース化したいと語る。全世界の情報は500万テラバイトに達し、そのデータベース化にはあと300年かかると言う。これまた壮大なメッセージだ。みんなをつなぐこと、そして、全てを貯めること。ビジネスの野望というより、文明を開拓する者の意志を感じる。

そのグーグルが、YouTubeを買収するという。みんなをつなぎ、全てを貯めるメッセージに比べれば、映像投稿プラットフォームを取り込む話など、どうってことない。ただ、もちろん大ニュースではある。約1年前、電撃的に現れた

YouTubeは、9月時点で米国の映像配信の46%を占めるまでに成長し、同シェア11%のグーグルと合体することで、基盤を強固なものにする。

買収金額16億5000万ドル(2000億円)は高すぎるという声を聞く。映像投稿プラットフォームはまだビジネスモデルが見えず、従業員わずか67名の会社を過大評価しているのではないかという意見だ。しかしヤフーはゴア元米副大統領が創設したケーブルTVのニュース専門局「カレントTV」と映像配信で提携。マードック氏のマイスペース・ドットコムもストリームビデオに力を入れている。グーグルから見れば、YouTubeをこれらライバルに買われぬ安心剤だと思えばこの金額は高くない。

■YouTubeで見つけた「お宝映像」の功罪

不安材料はある。YouTubeについて回る著作権の違法性だ。YouTubeのことを知ったとき、すぐに私はイギリスのベテランロックバンドのライブ映像を漁ってみた。イギリス、西ドイツ、米国その他往年のテレビ番組のクリップがアップされている。DVDが出ていたら大枚はたいてでも買う。恐らく各国の著作権法に違反しているだろう。

その中に、むかし自分が関わったバンドのテレビ映像が紛れ込んでいた。アップした人がなぜかそのイギリスのバンド名もタグに付けていたからだ。これも日本の著作権法違反だが、当方にすれば20年以上前のロングテールの先っちょを世界に宣伝してくれているわけで、これを見て今さらアマゾン・ドット・コムあたりでCDを買ってくれる人がいたりしたらありがたい限り。

音楽ファイル交換の旧ナップスターの教訓は、音楽業界も、YouTube側も、かみしめているはずだ。レコード会社はナップスターを潰しにかかり、それはある程度成功した。何かを守ったように見えた。そして結局、その後iT्यूンズでビジネスを展開したアップルコンピュータが勝った。YouTubeや映像配信の行方にこれをどう重ね合わせよう。

■「国産YouTube」は必要か

短期・長期の2つの視点があろう。まず、短期的なビジネスの問題だ。日本のテレビ局、特にキー局はこぞってYouTubeを敵視している。10月20日には、業界がそろってYouTubeにファイル削除を要請し、3万ファイルが削除されたと報じられている。

他方、YouTubeをビジネスのプラットフォームとして利用する動きもめざましい。米三大ネットワークのNBCは6月、CBSは10月にYouTubeと手を握り、広告収入を分け合う戦法に出ている。ワーナー・ミュージック、ユニバーサル・ミュージック、ソニーBMGも提携し「Win-Win」を採る道を選んだ。日米、硬軟の対応の違い、どちらが正解か。

YouTubeのせいで日本のコンテンツが米国に吸い上げられている、という批判もある。だが、それ自体に問題はない。サーバーがどこにあってもサクサク利用できればユーザーは満足だ。困るとすれば、ついでに日本の広告がアメリカに集中し、資金もそちらに流れることで、国内メディアが「ショバ」として成り立たなくなることだろう。国内メディアは、これに対抗して国産YouTubeや日の丸グーグルを作ればよいか。提携してWin-Winを選べばよいか。

■日本のポップカルチャーに必要な「増殖炉」

もう1つの論点は、長期的なネット文化に対する影響だ。YouTubeもグーグルも、今年のキーワードであるWeb2.0の代表格。参加型コミュニケーションの力を発揮するネット技術・ビジネスの思想だが、Web1.0世代から10年たって、情報を共有・交換して価値を生む基盤がようやくできたということだ。ネットの力が本格的に発揮されるのはこれからだ。

「ジャパン・クール」などと日本のポップカルチャーは世界で注目を集めている。ただし、いま生まれている最先端の文化は、ブロードバンドやケータイが「増殖炉」だ。「電車男」「やわらか戦車」「きょうの猫村さん」「ギャル文字」——。これらはみな、「誰もがクリエイター」の時代を予兆するWeb2.0的なコンテンツである。「重厚長大」なハリウッド型のビジネスとはかなり様相が違う。そしてその点が日本の強みとなるかもしれない。Web2.0のプラットフォームは、日本こそ大切にすべきものなのかもしれない。

本格稼働してわずか1年のYouTubeがみせた衝撃は一例にすぎない。これからWeb3.0やWeb4.0に向けて、第2、第3のYouTubeが出現してくるだろう。既存ビジネスへの破壊力をもつ技術やサービスが登場するだろう。

そうした技術やビジネスの出現を奨励し、一気にデジタルの文化や経済を開花させていこうとするのか。さまざまな

軋轢(あつれき)を生む新しいシステムは、ゆっくり、きちんと社会に根ざすように、制度も整えながら、ゆっくりと調整しながら動かしていくのか。その姿勢もまた問われている。

-筆者紹介-

中村 伊知哉(なかむら いちや)

慶應義塾大学DMC統合研究機構 教授、国際IT財団専務理事



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月からスタンフォード日本センター研究所長を兼務。2006年9月から慶応大学教授。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)、『日本のポップパワー—世界を変えるコンテンツの実像—』(日本経済新聞社)など。

● 関連記事

- 「5分未満ならコピー動画OK」投稿サイトと共存探る韓国TV業界【コラム】
- <法律家の視点>日本でYouTube型サービスは成り立つか?【コラム】
- YouTube「3万ファイル削除依頼」の内幕・第2弾は「匿名性排除」要請も

● 関連リンク

- 特集:YouTubeと著作権問題

● 記事一覧

- ニフティ上場・携帯の国際動向に関心・7日の記事から
- グーグル、写真共有サービスの日本語版を開始
- インテル、電子マネーのシニア利用簡便に
- ニフティが上場初日、初値公募価格割れ・古河社長「真摯に受け止める」
- ミクシィ、音楽情報サービスを強化
- 近未来通信の破産を申し立て・被害者弁護団
- 米グーグルと英BスカイB、ネットサービスで提携
- ウィキペディア創始者のベンチャー企業、アマゾンが投資【WSJ】
- 米ヤフー株下落、経営体制見直しへの評価低く
- 最強ディスプレイと裏サイトに注目・6日の記事から
- クリスマス商戦はネット頼み・欧州で過去最高に、便利さが人気
- 米IAC、傘下の検索サイト「アスク」で地域検索機能を提供
- フェイスとボイスバンク、ゲーム動画組み合わせたブログ開設サービス
- 国税庁の差し押さえ財産、ネットで競売・自民税調検討
- 近未来通信の役員「中継局は不要」・会議で発言