

2004年11+12月号

中村伊知哉所長のどこでも移動所長室

キキ子 = キ 所長 = 所

しろうとのコンテンツ

- > キ 秋にはエンタテインメントの大型イベントが続きましたね。楽しかった。
- > 所 In the City Tokyo、東京国際映画祭、そして東京国際エンタテインメントマーケットね。幕張の。初回なのに114社もブースが出たって。
- > キ アニメ、マンガ、ゲーム、音楽、おもちゃ、フィギュアやケータイ、エンタメ系コンテンツの大バザールという感じでした。
- > 所 濃いニッポン、という空間だったねえ。
- > キ 会場で、メイドのコスプレを取り囲んで、すいませんすいませんと言いながらケータイで写真とりまくるオヤジどもを見かけました。
- > 所 そういう具合に、ファミリーからオタクまで一緒になって、ジャンルごった煮の無国籍状態ってのがニッポンの強みなんだろうな。
- > キ 国も成長産業として期待してますよね。
- > 所 うん。でも実は、コンテンツ産業は大きくなってなんかいないんだよ。
- > キ はあ。たしかに音楽のCDは売り上げダウンって聞きます。マンガもゲームも数年連続でダウンだー、とか。
- > 所 政府の産業関連データで計算すると、95年から2002年までの7年でコンテンツ産業は6%程度しか伸びてないんだ。その間、GDPは7%成長なんで、実質マイナスなんだよね。
- > キ それじゃ、不況じゃないですか。
- > 所 ただね、デジタルものは伸びてるんだよ。着メロとか、ブロードバンド配信とか、DVDとか。2003年のネット配信は3300億円、ケータイでの配信は2400億円になったんだと。
- > キ 急成長しているジャンルもある、と。
- > 所 アナログからデジタルへの転換とか、パッケージからネットへの移行といった産業内部の構造転換が進んでるってことだ。
- > キ ケータイにはお金つかいますもんね。
- > 所 同じ7年間で、ハードとソフトを合わせたメディア産業全体の成長率は47%。メディアにお金は出ている。ケータイやPCといったツールにはお金が回る。だけど、コンテンツ産業には回っていないっていう構図。
- > キ コンテンツより、コミュニケーションにお金を使うというわけですね。
- > 所 コミュニケーションでえのは、しろうと同士のコンテンツをやりとりすることだ。情報通信白書によると、この7年間の日本の情報発信量は6倍になったそうだ。
- > キ コンテンツは爆発的に生まれている、ってことですか。
- > 所 そう。デジタルで、みんながコンテンツを作って、発信しはじめたってこと。ゲーム機が登場して20年、インターネット10年。いよいよ本番ってことだ。