

---

デジタルパンク通信 第五話 2000年7月8月合併号

---

Q 無料でしょうか。有料でしょうか。

A 有料です。

ドットコムドットコムドットコムドットコムドットコム。じゃじゃ馬億万長者になるための念仏だ。どいつもこいつもドットコム免罪符を売ったり買ったりで忙しい。

市場は開拓されている。ネットビジネス急成長だ。アメリカではIT産業がGDPの8%に達したという。でも問題は残り92%だ。市場開拓というのは、製造、金融、サービス、流通、教育、医療、そういう残り92%をどうIT化していくか、ということだ。

IT武装した産業が8%から100%になれば、「IT」はテトリス的に消えて、単に「産業」だ。大事なものはIT産業じゃない。ITそのものだ。ITは道具。PCもOSも通信も、紙やエンピツと同じ。タダになって消えてなくなるべきもの。でも今、その紙やエンピツの産業が経済を引っ張ってるのだ。ヘンじゃない？

道具を安くしろ！ IT産業がどんどんデカくなる？ ひっくり返せ！ 通信・コンピュータ産業で未来を築こう！ などという学者にはヤシの実割り！ 21世紀はIT産業で世界をリードしよう！ などという評論家には真空飛びヒザ蹴り！

道具は高いが、それで作った作品は安い。通信料金やコンピュータソフトは高い。でもオンラインのコンテンツって、タダのものが多く。広告付きが主流だ。絵の具でカネ取って、絵をタダで売ってるんだよこれは。おかしいぞ！ コンテンツにカネを回せ！ ひっくり返せ！

タダのコンテンツは、それが最適のビジネスモデルだからじゃない。それしかなかったからだ。そもそもレコードが悪かった。レコードの値づけで間違っただ。誰の作品でもどんな作品でも同じような値段にしたからだ。

単価はプレス代、印税、流通マージン、そんなのを積み上げて決めている。コストありきだ。単価を同じにして、たくさん売るビジネス、に固定してしまった。中味に応じて値段をつける訓練をしてこなかった。市場がデカイアメリカのインボーかもしれない。中味の勝負じゃなくて人数の勝負だから日本は永遠にアメリカに勝てない。そのうち中国に負ける。

ネットだと、プレスも流通もない。コストが見えなくなる。単価がつけにくい。だからタダにしちゃう。だから広告付きになる。でも広告のパイは一定。続々と生まれるネットのコンテンツ全部を支えるのはムリ。IT8%を100%にするためには、全産業をコンテンツとしてネットに乗せていくためには、有料化しかない。

そこで有料コンテンツも出てきた。1曲いくらの音楽配信とかね。ただまだ練習段階で、うまく行ってるとは言えない。ネットのコンテンツでどうせ二取るかは、ダイヤルQ2とか、iモードとか、日本の方がアメリカより先を進んでいる面もある。

コンテンツにカネが回るかどうかは21世紀の産業のカギを握る。エンタテインメントだけじゃない。産業全体のだ。そこにどうカネを回すかは、ネット配信ビジネスの成否がカギを握る。ドットコムドットコムドットコム。