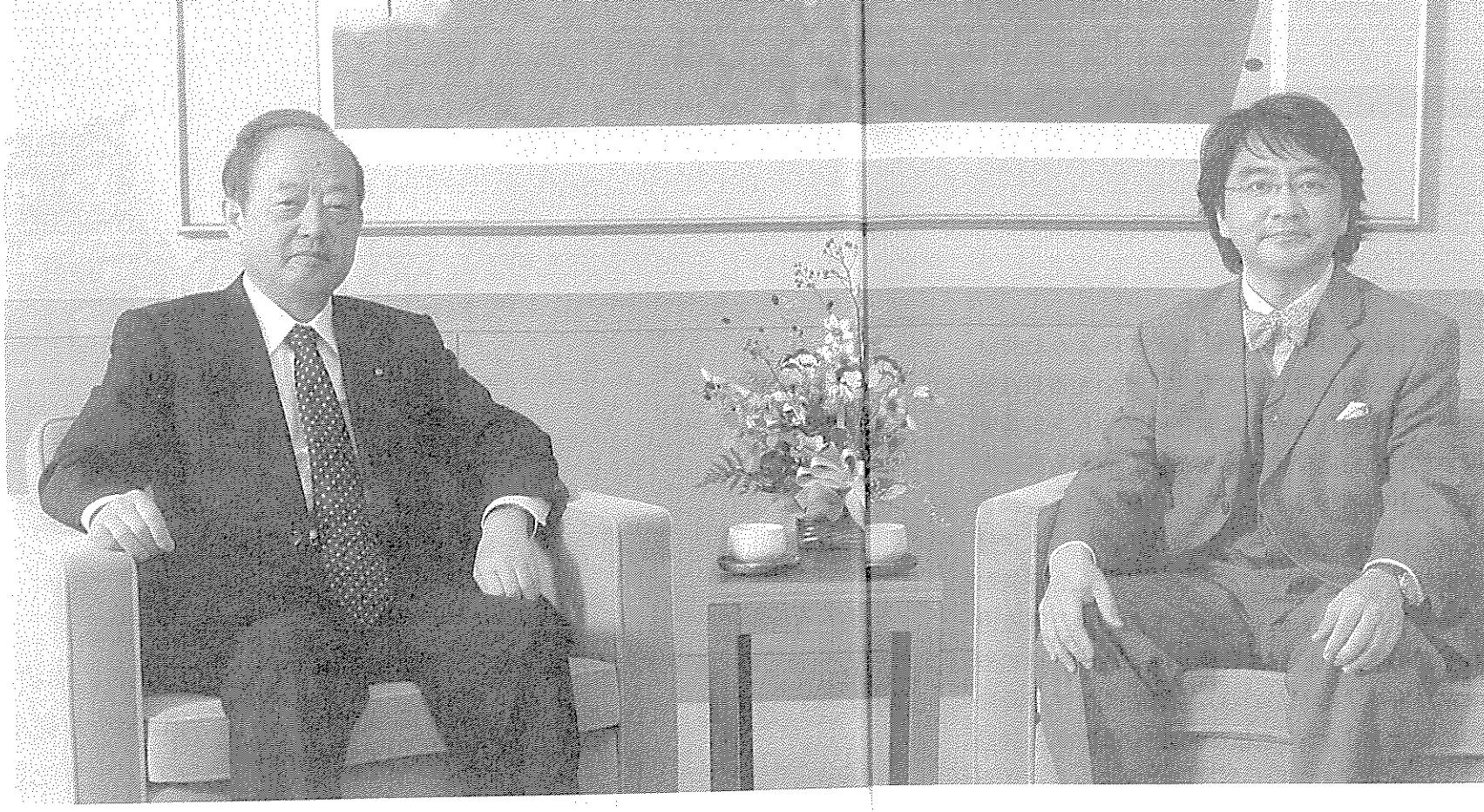


特集

中村慶應義塾大学教授と島田住宅金融公庫総裁との対談



ITとの出会い

島田：中村先生は、郵政省にしばらくおられて、そのあとアメリカの方に、マサチューセッツ工科大学（MIT）のメディアラボにいらっしゃって、IT、最近はICTという言葉になっておりますけれども、そもそもITとの関わり合いは郵政省の頃からということですか？

中村：そうですね。私が郵政省に入ったのは1984年なんですけれども、1985年に通信の自由化とか電電公社の民営化とか大きな動きがありまして、その頃から1980年代のニューメディアとか1990年代前半のマルチメディアとかその後半のインターネットのブームみたいなものを日本で行政の立場から見てきました。

島田：なるほど。

中村：1998年に省庁再編の仕事をしまして、それで役人の仕事に一区切りをつけてMITに行ったんです、MITでメディアと子供に関する研究所を作ろうと。技術の開発からそれをどう使うかという時代に入っていましたので、そのプロデュースでMITを行ったんですけれども。当時のアメリカはネットバブルで盛り上がっている頃でした、大学からどんどんビジネスが出て行って、そして一儲けするというような風潮だったんですね。

島田：1997、98年頃ですか？

中村：そうですね。2000年に差し掛かったところでバブルが崩壊して、すごく元気がなくなりましたね。元気のいい時のアメリカのICTと、へっこんだ時のアメリカの両方を見てるんです。

島田：なるほど。

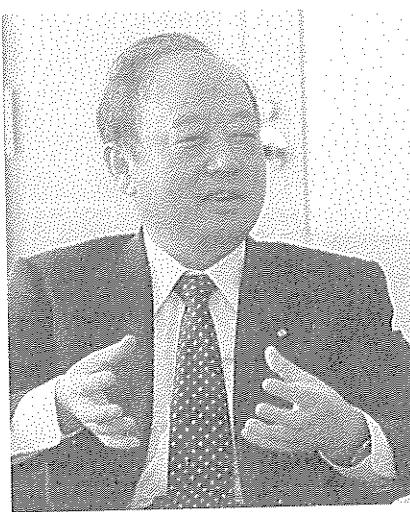
中村：ちょうどセブテンバーイレブンの時には、ボストンからニューヨークに行く途中で止められたみたいなこともありますて、アメリカとか世界のITとかが変わることろを間近から見ました。

島田：今おっしゃったように、日本では、私も当時三井物産の情報産業本部の責任者をやっていたんですが、1985年のNTTへの民営化に代表される、通信分野あるいは放送分野の規制緩和は、日本のICT産業の大変革のスタート時点になっている気がしますね。ちょうどその時に安いパソコンやソフトのウインドウズやビルゲイツが出てくる時代であり、ネットワークが同時にどんどん発達してくる。おっしゃったように、ニューメディア、マルチメディア、イン

ターネット、ブロードバンド、それから最近はユビキタス時代だなんて話になってます。そういう大きな技術進歩と、もう一つ大きいのは経済のグローバル化。1989年のベルリンの壁崩壊に象徴される経済のグローバル化が急速に進んで、それをまたITの進歩が後押しするという中で、中村先生は行政の中心におられたのですが、当時、通信は、国内はNTT、海外はKDD、それから放送は、NHKに、民放で全国展開しているのは5社とかという状況でしたが、それが今やチャンネル数だけだと何百チャンネルあるかわからないという時代になっています。かつて行政の立場におられてこの大変化をどういうふうに見ておられますか？

日本とアメリカのITの比較

中村：いま日本はですね、とってもいいチャンスに立っていると思うんです。アメリカの東海岸を見てその後2002年からスタンフォードの日本センターの仕事をしたんですが、今度はそのスタンフォードの立場でアメリカの西海岸を見て来たんですけども、ITって先ほどお話をあったように技術先導できてまして、最初は1980年代から1990年代の頭にかけて研究先行型だった。つまり、技術をアメリカの東海岸中心に生んできた。特にインターネットなんて軍事技術ですから、軍事の研究所とか大学の研究所とかで技術を生んできた。それが1990年代中盤・後半になって、メッカが西海岸、シリコンバレーに移りました。研究所から企業に場が移りました。技術をもとにしたサービスや商品を企業が中心になって生み出して、世界に散らばったと。それが今世紀に入ると、じゃあどう使うのか？というユーザー主導の場面になってきたと思うんです。ユーザーが新しいサービスとか技術をどんどん先に引っ張っていくみたい



島田 精一（しまだ せいいち）

住宅金融公庫總裁
1961年 東京大学法学部卒業、三井物産入社
1970年 イタリア三井物産機械部長
1985年 ハーバード大学経営大学院（AMP修了）
1992年 三井物産取締役情報産業本部長
2000年 三井物産副社長CIO
2001年 日本ユニシス社長CEO

2005年～ 住宅金融公庫總裁
社団法人日本経済団体連合会 情報通信委員会 国際問題部会長、インターネット博覧会（通称インバク）国際会議組織委員長、開会式・総合プロデューサー、ブロードバンド・アソシエーション副理事長、情報基盤協議会副会長・幹事会議長、（社）日本経済調査協議会IT委員会委員長。
著書に、「IT革命と商社の未来像」（東洋経済新報社（中谷敬著・共著））、「IT革命と商社の未来像」（東洋経済新報社（中谷敬著・共著））など。

になってきた。そうすると、目利きがたくさん居るところ、厳しいそして楽しいユーザーがたくさん居る所が強くなってくると思うのですが、それは日本じゃないかと思うんです。

島田：なるほど。

中村：日本のビジネスマンや女子高生を含めみんなすごく豊かで楽しい使い方をしているので、次にどういう技術が必要でどういうビジネス、どういうサービスが必要かというのは、日本だけとは言いません、アジア中心でいろいろ出てくるんじゃないかなと期待をしていて、行政はそれをサポートするためにいろいろと規制緩和を進めてきましたけれども、それをタイミングをのがさない形でずっとサポートするというような方向でいいのではないかと…。

島田：今おっしゃったように、アメリカでITが大きく発展するきっかけが、1993年にクリン

トン政権ができてゴア副大統領が進めたインターネットの商業化政策です。長い間軍事技術であり1980年代の後半には、学術ネットにも利用されていたインターネットを一般にも開放して、これがアメリカのITを中心とした経済産業を、1980年代のレーガン政権の時には大変惨めな経済状態だったのですが、これを一気に1990年代に成長軌道に乗せました。いろんな意味でITが経営上の効率を上げると企業の効率化に寄与するとかいろんなことがアメリカを中心に起きました。そして、これを日本とヨーロッパとアジアが1990年代にフォローしたと思うんです。21世紀もう6年経ってあつという間に10年経とうとしていますけれども、今は日本がいい位置にいると。それは1990年代の産業界の大きなトレンド、いわゆる供給者サイドの力から消費者サイドへの力といいますかね、サプライサイドからディマンドサイドへ力が移っています。この視点で考えて見ますと、日本の製造業のまさにシンボルみたいなTOYOTAさんを中心とする自動車産業ですね、今GMをはじめ、アメリカの自動車産業は非常に不調で、一方日本はTOYOTA、HONDAと非常に好調だというように、製造業の話でもいろいろ考えてみると、日本の消費者が世界で最も厳しい目を持っている、要求が厳しい…。

中村：ええ、そうですね。

島田：よく家電製品でも自動車でも日本の市場で受け入れられたものは、少なくとも品質的にはですね、世界の市場でも受け入れられると。好みなどは国によって違うんですけども少なくともクオリティの面から言うと日本は圧倒的にいい。というのも、消費者が非常にレベルが高い。私も商社にいてヨーロッパとかアメリカとかアジアとかで輸出をいつもしていたんですけどね、1980年代頃に、輸出をしながらそういうことを気がつきましたね。やっぱり日本

で売れたものは少なくとも品質は全然問題ないと。

中村：大きな要因ですよね。

島田：ええ、安くいいものをすごく要求するという、1億人以上のしかもレベルの高い人がいて、これがこう製品に対して厳しい目を持っているという日本の市場は。例えば、おっしゃっていましたけれども、日本でiモードが出来て、あつという間に携帯電話のコンテンツに関しては世界を席巻するというか、日本がリードするというようになりますけれども、これから日本が有利な立場にあるというのをもう少し具体的にどういうふうにお考えですか？

中村：先ほどもお話をあったITの広がりっていうのもですね、TOYOTAにしろHONDAにしろ、いろんな業界に広がっている訳です。最初1995年頃にITとかデジタル革命だとか言っていた頃は、どちらかというとそのIT業界、コンピュータや業界の話だった。

島田：なるほど。

中村：その産業をどうするかという話だったんですけども、それだけじゃなく、ITの力というのは全ての産業、例えば製造業もそうですし、この公庫が関わっている金融業も、住宅・建設業も、すべてITで競争力を増して塗り替えていく、というGDP500兆円の話である、という風にだんだん広がりを見せてきた訳です。それがデジタル革命だ、IT革命だって言っていた頃は10年に1度のビジネスチャンスというのがよく雑誌に踊っていましたけれども、そうじやなくて、これは産業革命以来の100年に1度単位の大きな産業全体の話なんです。さらには言えば、その人の美意識とか認識とか行動様式とかライフスタイルとか全部消費者を含めて変わっていくような、つまり、これまでのアナログの時代には実現できなかったような新しいモ



中村 伊知哉（なかむら いちや）

慶應義塾大学デジタルメディア・コンテンツ統合研究機構教授
1984年 京都大学経済学部卒業
1984年～98年 郵政省勤務
1998年 マサチューセッツ工科大学（MIT）メディアラボ客員教授
2002年～06年 スタンフォード日本センター研究所長
2002年～ 國際IT財團専務理事
2006年～ 慶應義塾大学デジタルメディア・コンテンツ統合研究機構教授

NPO法人CANVAS副理事長（こども向けのクリエイティブ活動の支援など）、㈱CSKホールディングス顧問、（社）音楽制作者連盟顧問、コンテンツ制作研究会幹事、ポップカルチャー政策プロジェクト世話人、文化審議会著作権分科会専門委員。
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』（日本経済新聞社）など。

の見方、考え方で生きていくっていう、アナログの千年からデジタルの千年に変わるぐらいの、千年単位の大きな文明の転換時期かもしれない、と思っています。

島田：なるほど。

「場」としてのIT

中村：もう一つは、先ほどクリントン、ゴアの話がありましたけれども、当時インターネットが出てきた頃は、彼らが言っていたように情報ハイウェイであったわけですが、ハイウェイっていうのは道ですので、誰かが作った荷物、商品あるいは情報やコンテンツを運ぶ道具だったんですが、それがここ3年くらいの間に道から広場に変わってきたんですね。みんなが自分の持っている物をそこに持ち寄って交換して共有

して、それでまた次の価値を作り上げていくような場になってきた。そういう場をどのように作っていくかというのが次の課題だと思います。今年に入ってずいぶん話題になっている言葉でWEB2.0というのがありますけれども…。

島田：ええ。

中村：WEB2.0っていうのは、ネットに参加する人たちみんなが情報あるいは知識、知恵を持ち寄ってその力でビジネスとか文化を開いていくという、一種の思想なわけです。WEB1.0という10年くらい前にクリントン、ゴアが主導していたインターネットの道路の世界から広場という2.0にやっと変わったなっていうところです。そうするとその2.0、3.0、4.0という次の本当のネットの場の時代を支えていくのが、結局先ほどからお話をある審美眼の高いあるいは厳しい参加者というか、そういう人たちでしょう。モードを擧げるとですね、日本はケータイが非常に特殊な進化の仕方をしていて、みんながもう若い世代も含めて親指でメールを書いたりしている。あれは世界でも特有の日本のコミュニケーションの様式なんですが、女子高生、女子中学生なんかはそこで自分たちだけでしか読めない文字を作つてあるいは絵文字のようなものを自分たちで書いてそれで送り合つてコミュニケーションをしている。ひょっとするとですね、これは、今のあるいはこれから世界のデジタル文化の新しい部分を切り開いていっているんじゃないかなって気がするんです。千年前の日本の平安時代の女性たちが漢字を仮名文字にかえて新しい文字を作つて当時の世界最先端の女流文学っていうのを作っていた訳ですけれども、今、平成の女性たち、何百万何千万人の女子高生、女子中学生たちがギャル文字というのを作つて世界のデジタル文化を開いていっているのかもしれない、ま

だわからないですけれども（笑）。

島田：そうですね（笑）。今の話をお聴きして思い出したんですけども、三井物産の時代にIT分野を中心に220社に投資をして、53社の会社を新しく立ち上げた。投資をしたのは220ですけれども、自分たちが責任を持って立ち上げたのは53社だったか、そのくらいだったんですね。さっきお話をあった1985年の電電公社の民営化やいわゆる規制緩和で、当時商社もそういう分野に入っていけるというので、いろんなところに、通信ですとDDIさん、日本テレコムさん、J-フォンさんなどに投資をしました。ほかにもいろいろあったんですが、あの当時、東京テレメッセージという会社を作つたんですね、1988年か1989年頃だったと思うんですけども。最初、関東地区をエリアとしたテレメッセージ、同報性がテレメッセージ（ペイジャー）の特徴であるというので、月に2,000円程度払うと使えるっていうので、最初はどういう分野に使えるのか、カスタマー、ユーザーはビジネスマン、特にセールスマン、セールスに出かけたりしてポケベルを持っていると連絡がしやすいとか、あるいは警察の方ですか、あるいは為替のディーラーですね、ショッちゅう為替とか株のデーターを気にしてなければいけない人たちとか、そういう仕事に就いている人たちに関東地区で最高30万人の利用者が出来ばいいのではないかという目算で始まったんですね。それがですね、1994、95年になりますと、女子学生、女子高生たちが使い始めましてね、あっという間に広まってですね、最高はユーザーが150万人を超したんですね、200万人近かった。女子高生が寝る前にボーイフレンドにおやすみってメッセージを送ると。しかしこれがですね、1996、97年から携帯電話があつという間に安くなつて普及すると、それまでの携帯電話の日本での普及は100万台もなかつた

ものが、あつという間に1,000万から2,000万、3,000万台に。携帯電話の普及がどのくらい日本になるんだろうと当時予測したんですけどね、1995、96年頃だったかな。学者や郵政省の人たちが必死に半年ぐらいで出した予測が10年間で2,800万台くらいになるだろうというものだった。それが3年間かそのくらいで2,000万台を超え、今や1億台近くにという話になつた。そのために、今度は東京テレメッセージが1990年代の後半に会社更生法を適用せざるをえなくなつて、いまやごく限られた人は使ってますけれども、あつという間にですね。我々の想像をしてないようなことが市場で起きて、あつという間にそれが次の世代に変わっていくというのがITの恐ろしさであり、さっきおっしゃったような産業革命、いわゆる情報革命であり、そもそも、大袈裟なことを言いますと、人類は、農業革命があつて工業革命があつて1980年代の世界にはじまってこれから50年間くらい情報革命がどんどん進展していくんだと。つまり3年とか5年とか短いレンジではなくて1つの発明が人類を大きく変えてくのは30年とか50年とか…。

中村：はい。

島田：第1次産業革命が18世紀のイギリスですね、ワットだとかスチーブンソンとか、蒸気、自動織機ですかね、織維の自動織機とか、蒸気化という動力の発明で一気にイギリスの産業力、経済力を成長させるには1760年頃から1810年頃まで約40、50年かかっている。これが第1次産業革命です。第2次産業革命は19世紀末の、ベル、エジソンに代表される通信、電気、自動車で、電気・通信・自動車革命が起こつた。しかし、電気についても、1860、70年代からそういう動きができたんだけれども、それが本当に産業として、エジソンが作ったGEなんかがどんどん大きくなつくるのは、やっぱ

り1920年とか30年、これも約40、50年かかっている。今度の情報革命もまさに情報革命ですから革命のスピードが早い。過去の第1次、第2次産業革命になぞらえて、今度の情報革命は第3次産業革命という説もあります。情報の伝達のスピードが爆発的に早くなり、グローバルになつた。しかも安く誰でもできるようになつたということですから、今度の第3次産業革命は昔のように50年はかかる、20年くらいで大きく人類、人間の生き方も文化も産業構造も経済構造も変える。そういう意味で人類の中では大きいえば農業革命、工業革命に続く、情報革命であり、もうちょっと短いスパンでいえば第3次産業革命だと、このように、いろんな人が言っているのですけれども、中村先生は、どうお感じになりますか？

中村：先ほどのボケベルの話は非常におもしろいなあと思って伺つたんですけども、ボケベルのよくなつて、大人たちが思つてもいなかつたような文化がなければ、日本の携帯電話の発達というのはなかつた…。

島田：あれがベース？

中村：あれが全てのベースですね。ですから、そういうものに立脚して広がつていって、しかも未だにアメリカにしろヨーロッパにしろ、携帯とかパソコンとかは、ビジネスから広がつていますが、日本の場合はどういうわけか若い人たちが遊びのところで広がつていくという特徴があつて、これもその社会風土とか歴史とか文化による面がすごく大きいのではないかと。だから世界の中に同じテクノロジーが広がつていってビジネスが生まれるという場合にもそれぞれの社会とかコミュニティによって全然進み方が違つてくるなあと。携帯電話でいうと、日本では親指でメールを送つたりしている、つまり、読み書きの道具になつていますけれども、アメリカとかヨーロッパでは基本的に

携帯は電話ですから耳と口のメディアです。ホントに、同じテクノロジーがアメリカで起こって、日本で広がっていった時に進化の方向が全然違ってくる。そういういろんなものがこれから出てくるはずで、まだまだ情報社会がこれから何年くらいで世界的な形になるかっていうと、まだ始ったばかりじゃないかっていうふうに私は思います。インターネットがようやく広がるようになって10年…。

島田：そうですよね、1995年から日本ではインターネットの普及が始まった。

中村：パソコンのwindows95それからインターネットの普及、ケータイが爆発的に普及し始めたのがその頃ですから。その頃から日本で始まつたとみて、10年経つて、WEB2.0に代表されるように広場のようなものになってきて、これからやっと本格的なIT革命と呼ばれるものにうつっていくんだろうなと。そこがですね、これまでの延長線で考えられないような、思ってもみないものが沢山出てくるんだろうなあ、と思うんです。

島田：そうですよね。よく言いつつ、1993年にインターネットが商業化、クリントン政権でゴアさんが中心になって推進した。1995年頃にヤフーがスタートする。先生もおられたスタンフォードで…。

中村：ヤフーを創設したジェリー・ヤンはですね、スタンフォード日本センターで勉強してたんですよ。

島田：そうですか。

中村：今井賢一さんが当時の理事長だったんですけど、その秘書と結婚してアメリカに戻って、それでアメリカで起業してヤフーになつた。スタンフォード日本センターが生んだのはそれだけって言われている（笑）。

■ アメリカのITバブル

島田：ヤフーが一つの象徴的な、インターネットが大きく発展する一種の検索ソフトだったんですけども、今考えると、ヤフーが1995年にスタートしたとか、ネットエスケープが株式上場したとか、アマゾンドットコムも確か1995年なんですね。イー・ペイも1995年か96年にスタートしている。それが1990年代の後半から急速に伸びて今日に至っているということなんですけれども、ただ、2000年のITバブルの崩壊っていうのは、日本でも渋谷で孫さんが海外から帰って来て1,000人から2,000人の若者が熱狂して彼の話を聞いたとかという過熱現象もありましたけれども、あの2000年のアメリカにおけるITバブルの崩壊というのはどのように見ておられますか？私は、実は崩壊したんではなくて、私の考えを恐縮ですが先に言わせていただくと、あれは本質的な問題じゃなくてITというものが一種の大きなブームになったものですから、技術だとビジネスモデルの裏付けの無い、失礼だけれども、訳のわからない人たちが一攫千金を夢見てわーっとやった、そういう人たちはダメになりました。しかし一方でアマゾンドットコムとかイー・ペイとかヤフーとかグーグルだとそれ以外にも沢山ありますけれども、ちゃんとした技術のバックグラウンドあるいはビジネスモデルのバックグラウンドを持つていたITベンチャーも着々と今も伸びていると、こういうことだったと思いますけれども。あの当時言われたのは19世紀の半ばくらいかゴールドラッシュというか、テキサスやカルフォルニアに金が出たっていうのでみんな金を掘りに行つたけれども、結局儲かったのは金を掘るためにシャベルだと作業着のGパンだとか、今残っているのはジーンズで、リーバイスは元々あの頃の作業服で成長してきたと言わ

れますけれども。私はこういうふうに考えているんですけども、中村先生はどうお考えですか？

中村：全く同意見です。あれはバブルだったんだろうと。当時もアメリカで見てもこんなビジネスや技術にこんな資金が集まるのかというのが結構多くてですね、結局そういうことが淘汰をされて逆に本物が残って本物の技術とビジネスモデルと人材があるところに資金が集中するようになったっていうことで、より強くなつたんじゃないかと思いますね。アメリカは、結局1回は業界としては崩壊したと言われていますけれども、新しい今のWEB2.0と言われているような力強い動きがすぐ再生をしてきたなということで、結局足腰は強くなっているんじゃないかなと思います。問題は、じゃあ、そこで日本はどうするのか…。

島田：そうです。

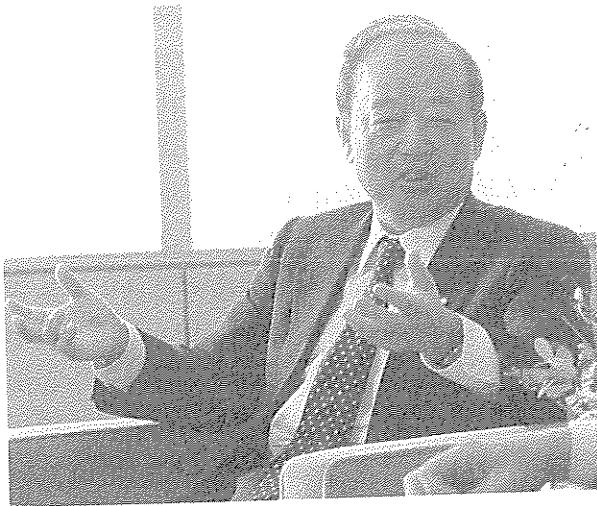
中村：ヤフーとかグーグルのようなビジネスを生んでいくのがいいのか、あるいはまた別の強みを活かしたところに進むのがいいのか、例えばゲームであるとかケータイであるとか日本にも強みがあってですね、そっちの方向に行くのかっていうようなこととか、あるいはそうした新しいテクノロジーの上にどんな情報やコンテンツをのせていくのか、何を表現して何を発信していくのか、というような次のステージに移ったような気がしますね。

■ ITにおける産官学の連携

島田：アメリカのシリコンバレーに代表される1990年代の、その一番のコア、中核がスタンフォード大学だったんだと。ヒューレットパッカードがスタンフォード大学のキャンパスの中から生まれる、先ほどのヤフーもスタンフォード大学で生まれたというので、アメリカは学と

産と官も含めて三位一体の関係が機能している。日本の経済で私も経團連の委員をしていた時にですね、産官学というのが日本はうまく共生がいかないんだと、どうしたらうまくいくんだろうという様々な議論がありました。ITに対してもどうやっていったらいいのか、という産官学の共同ですね、ITに限りません、あらゆる産業でそういう問題がいまでも議論されています。アメリカの場合にはスタンフォードの例を見るようにですね、あの中からいろんな新しい技術なりベンチャーなり会社が起こされていくと。しかも、あの地域に、サンフランシスコの郊外のシリコンバレーで、沢山の人が集まってやって、産官学の共同が非常にうまくいっているのに、日本ではどうしてうまくいかないという議論がありますけれども、これはどうお考えですか？

中村：スタンフォードを見たり、MITを見たりして、非常に場づくりがうまいと思います。大学が一種の1つのハブになって産業界の人やあるいは弁護士や金融関係者などをそこに呼んで来てうまくいろんなコミュニティが形成される、生き物のように大きくなったり小さくなったりしている、そのプロデュース力が大学にあると思うんです。翻って、私はいま日本の大学に身を置くようになったんですけども、比較で言うと、大学は大学、産業界は産業界、官は官のように、これはずっと分かれてやってきすぎたきらいがあるんじゃないのか、そこの壁を破つていろんなコミュニティを横につなげていくっていうことをやらなければいけないと思うんですけども、産業界は産業界で努力してきた、官は官で以前はいろんなプロデュース力をはたしてきた、今はあまりそういう力がないといいますか、あまりそういったことを官主導でやるのはどうかという動きがあって、そうすると日本は学というのアカデミズムがもう



ちょっと頑張らなければいけないのではないかと。もっとアカデミズムが外の世界に目を向けて出てくることをやる必要があるのではないかなどつくづく感じているところです。

島田：そういう意味で私も一時ハーバードに留学しましたが、ハーバードの隣には、MITがあつてボストンも素晴らしい環境ですね。ITのベンチャーは、必ず技術のリーダーがいるだけではダメで、経理や経営をしっかりやる、人間のマネジメントがちゃんとできる人がいるベンチャーでないと技術がいくら突出していてもうまくいかない。

中村：ハーバードの文系の学生とMITの理系の学生とデザイナーではじめる例が多いんですよ。

島田：そうですね。ボストンでもチャールズ川を挟んでハーバード大学のMBA、向こう側にMITがあつて、法律家と経営者と技術者とそれからデザイナーですね、そういうソフトの人方がいて、うまく連携する。そういう場を提供するのがアメリカの大学はうまいと！確かにその意味では今先生がいらっしゃる慶應義塾大学は一生懸命やっておられるように感じますけれども。

中村：そうですね。慶應の中でだけというより

も、そのいろんな所とつながって産学官のプロジェクトを生み出していくっていうのが私の役割、慶應だけではないいろんな大学いろんな学校で日本ができるようになっていきますんで、その力を活かしていく場面ができると思います。

島田：私もいま思い出すと、2000年にインパクっていうインターネット博覧会っていうのを堺屋太一さんが政府のリーダーでやっていらして、私はちょっとしたご縁でインターネット博覧会の事務局長というのになって、1年間、堺屋さんと、当時大臣でしたけれども、総理府を中心だったのかな、多くの方たちと一緒に協力しました。その時にIT技術の皆さんと、コンテンツ関係はどうするのかとか、政府としてはそういう場を提供するのがインターネット博覧会の目的だと。堺屋さんは1970年、大阪万博の時に通産省でおやりになって成功した。今度は21世紀はインターネット博覧会だっていうんでおやりになった。それなりにですね、何千万人かの人が参加しました。日本のインターネットがこれだけ普及した後押しの一つになったとは思いますけれども、日本でもだんだん、学、産の協調とか日々政府が後押しすべきではないかと私は思っています。そういう事と関連ですね、日本の強さを考えると、私は、日本ユニシスの社長を4年やったんですけども、コンピューターやシステムのソフト分野では、日本から出て来たものは、世界のスタンダードにならないと。これはどうしてなのかと、日本のビジネスの仕方がユニークで、日本語の壁もあって、汎用性がない、アメリカで使えないようなソフトしかなかなか日本ではできない。一方、世界を見ますと、オラクルなんていうデータソフトが世界のデファクトで、ウインドウズなんかは世界を席巻する。アメリカだけかというと、ヨーロッパではERPの分野ではSAPPというデファクトスタンダードで、ドイツです

ね。それからフランスなんかでもダッソー社がCADの分野でデファクト的になりつつあるのですけれども。

中村：そうなんですか。

島田：日本はどうして出てこないのかと色々考えると、日本の文化とか日本のビジネス社会の特殊性だということもあるのかもしれない。また一つの大きな問題は日本語というのが非常に障害になっているんじゃないかなと思います。ただし、ビジネスの世界では、ソフトに関してはそう思うんですが、一方で、中村先生もいろんなところで発言されていますけれども、日本のアニメであるとか、それから漫画であるとか、ゲームソフトであるとかですね、これらの分野ではコンテンツも含め日本は世界的に強い。日本のエンターテイメントの分野で、ソニーだとプレイステーションとか、ニンテンドーのゲームボーイなどという、ゲームから始まってですね、カラオケ、カーナビ、アニメのコンテンツとか、色々日本が得意なもの、あと、i-modeを中心とする携帯のコンテンツ、着メロとか、色々ありますけれども、どっちかというと遊びの分野のソフトやコンテンツは日本は圧倒的に世界の中で強いんですよね。

中村：はい。

島田：この状況は益々進展していくと思われますか？

中村：ええ。今アメリカにしろ、フランスにしろ、アジアにしろ、一種の日本ブームみたいになっている、ほとんど日本のアニメとかゲームの人気の高まりなんですけど。かつては私たちの親の世代ですと、まだアメリカの人が日本のことをいう時もKAMIKAZEとかHARAKIRIとか言ったわけですが、軍事国家のイメージと言ったら語弊がありますが、私たちの世代となりますと、先ほどもお話を出たようなTOYOTAとかSONYとかHONDAとか製造



業のイメージで、富国強兵でいうところの強兵と富国のイメージずっときていたわけですけれども、今は、私たちより下の20代10代の人たちに日本のこと聞くと、ほとんど彼らの話題はピカチュウであったりスーパーマリオブラザーズであったりドラゴンボールであったり、最近だとナルトであったり、そんな話ばかりで、日本のことクールだとかキュートだとか言って、日本のものを大事に、しかもかっこいいものとして受け止めている。こういうのはかつても、ジャポニズムのような日本文化ブーム、小さいインテリ層によるブームというのがヨーロッパでもありましたけれども…。

島田：ゴッホが影響を受けたのが浮世絵であるとか…。

中村：はい。その日本の大衆文化丸ごとですね、おもしろいもの楽しいものとして受け入れてくれているというのは、これは多分歴史が始ま到来したことと思うんです。これがIT革命と同じような話ですけども、コンテンツ産業だけの話であればこれほど大きな話にならない。日本のデザインとか、日本っていうのはかっこいいブランドだっていうふうなイメージになってくると、これは非常に大きく広がってきますし、デザインとかデザインも含め食べ

物も含め産業になってくるとハーバードのジョンセフ・ナイ教授がソフトパワーの時代になってきたとおっしゃっていますけれども、そういう文化産業力というようなものをですね、デジタルのインターネットとかケータイとかテレビ等と直結する話ですから、どうやってコンテンツとしてプロデュースしていくのかが大事になってくると思います。国際競争力の点でも先ほど日本がグローバルスタンダードをとれないという話だったんですけども、ソニーや任天堂のゲーム機の様に世界市場で技術としても定着させたものがあると。なぜだろうっていうことを考えてみると、彼らは最初から世界市場をどうするかっていうことでものづくりを始めていますから、最初から世界を見る目が違いましただと思います。そういうふうな視点で自分たちの持ち物を漫画にしろ、アニメにしろ、1000年以上にわたって日本が培ってきた映像表現、そういう文化をどうプロデュースしていくかっていうことじゃないかと。

島田：日本のIT産業で議論していると、今でも議論に出てくるのはIT産業を支えるのはネットワークです。ブロードバンドだけじゃなくてワイヤレス、衛星通信をはじめ、ありとあらゆるネットワークがあります。それからディバイスというか端末機ですね、パソコンであるとか携帯であるとかテレビであるとかPDAとか、いろんなものがあります。日本では様々なネットワークが発達していて、ディバイスの技術が進んでいて、そういう意味でいくと日本はブロードバンドの普及が、規制緩和とかいろんな人の努力の結果、急成長している。それからディバイスの面、これを作り出す国といったら日本が圧倒的なシェアで、これこそ松下さんソニーさん東芝さん日立さんシャープさんと圧倒的ですよね。世界で日本に匹敵するようなディバイスはテレビでもカーナビでも、携帯電話で

よくノキアが世界をと言います。私はノキアジャパンというのを三井物産の時に作ったんですけども、さすがのノキアも日本だけはうまくいかないんですよね。それはなぜかって言うと、先ほどおっしゃったように、ノキアはヨーロッパ、アメリカでは得意ですけれども、これは電話として使われる所以大きさも大きかったりですね、日本のようなi-modeとか写真などほとんど総合情報機器っていうんですかね、映像まで入っている。つまり、音声からデータに文字情報、映像情報もカバーしている。そういう意味で、結構、日本はいいところにいるんじゃないかと思うんですけども。ただ、一般にコンテンツが日本はダメだとか、ディズニーのアニメがないじゃないかとか、ハリウッドのような映画がないじゃないかとか、コンテンツが弱いじゃないかとかですね。いつもITを語るときに私が例え話で言っていたんですけども、コンテンツっていうのは水道の水のようなんですね、水道管がネットワークだとすると蛇口がいわばディバイスというか端末であって、ただ端末とネットワークがいくら素晴らしいって、中に美味しい水が、きれいな水がないとダメなんで、きれいな水がコンテンツで、実は一番重要なのはコンテンツであると。しかし、その情報産業全体の3つの要素のうちのコンテンツに関して日本は国際的なヒーローがないし問題ではないかと。そういうようなことが言われるんですけども、中村先生はご専門でいらっしゃるし、どうお考えですか？

通信と放送の融合問題

中村：2つのことを申し上げたいんですが、今おっしゃった通り美味しい水を飲むために水道をひいているんですから、まず水でしょうと。で、そのブロードバンドやケータイの大國に日本

本はなったんですけども、同時に日本は昔からテレビ大国で、コンテンツ産業に占めるテレビの比重は非常に大きいという特徴があるんですね。映画だとかそういう産業ではなくテレビへの集中が大きいという特徴があって、昨年あたりからホリエモンとフジ・サンケイ、三木谷さんとTBSといった動きの中でまたしても通信・放送の融合という議論が巻き起こったんですけども、日本としてはそういったブロードバンドという通信とテレビの番組、テレビのコンテンツというものをドッキングさせるということのメリットが非常に大きいんですね。それをどういうふうに制作や仕組みとして整えていくのかっていうのが、今後の競争力を考えるととっても大事なポイントでしょう。こうした政策論議が昨年あたりからやっと動き出しましたから、いろいろ、電波をどうするかとか著作権をどうするかとか、手をつけなければいけない行政課題が沢山出てきて、それこそ待ったなしの、速いスピードで片付けていかなければならないというのが日本の置かれた状況だと思います。もう一つがですね、コンテンツというのを考える時に、こうした映画とかテレビのような産業のコンテンツと同時に、みんながインターネットやケータイを使うようになってくると、一人一人がコンテンツの生産者になってくる。その1億人のコンテンツプロデュース力をどう高めていくのか。これはですね、ハリウッド中心とか芸術中心のアメリカやヨーロッパと違う日本独自の政策が必要です。みんなが漫画やアニメを読んで楽しんでる日本が、このデジタルの時代にみんなでどうやって新しいコンテンツを作るかっていうことをやんないといけない。そこで、私自身、子供たちがパソコンとかケータイとかを使って自分でアニメを作るとか音楽を作るとか自分でコンテンツを作るのをサポートしようという運動を進めています。日本

全部の底上げがコンテンツについては問われている。ですから、通信・放送の融合のような短期的にどうしてもやらなければいけない産業政策の課題と、長い時間をかけてでも底上げをしていく10年、50年の話と、両方いま起こっていると。

島田：そういう意味で、つい最近竹中さんが中心になって放送と通信の融合、NHKのあり方をどうするのか、NTTが今後どうなるのかとか、それだけの問題じゃなく、もっと幅広く論議されたようです。1993年でしたか、あの時の融合というのはCATVに電話をやらせるかとか、放送の分野と一種のCATVは放送の分野だからそれにどう通信をドッキングさせるかとか、非常に狭い意味の議論だったんですね。今回の議論はもっと広い意味の放送と通信の融合だと思いますが、その辺は我々から考えると、我々産業界からの人間の感覚では当たり前の感覚だとは思いますけど、実際はなかなかうまく行かない。あの三木谷さんや堀江さんが色々言われたけれども、私なんかからみると、いろんな業界での経験からすると、なかなか知的財産権というか著作権の問題だとか、いわゆる日本の電波の認可制といいますか許可制の問題とかいろんな阻害要件があって、実際はなかなかうまくいかないんですけども、この問題はどうお考えになりますか？

中村：私は、ここ1、2年のうちにいろいろと進むと思います。例えばアメリカでは今年に入っていますね、急にグーグル、ヤフー、マイクロソフト、アップルといったインターネットやコンピュータの企業がですね、ハリウッドのコンテンツを使って世界的な映像配信を一斉に始めました。これは10年前とは全く主役が変わっていて、10年前は例えばAT&Tだと旧来の放送会社と電話会社で融合をどうするかという感じだったんですけど、いまはコンピュータや

インターネットの企業が中心です。その波は当然日本にすぐ来ます。どうするんだということになる。2004年には既にインターネットの広告がラジオの広告市場を抜いてどんどんそっちのパイが大きくなってきてますんで、そうすると、メディア側の企業がいくらこうだと思っていてもですね、スポンサーの企業が行動を変えると、大きく変わらざるをえない。それがいろんな変動となって出てくるんだと思うんです。今回融合の話が盛り上がったのも、やっとブロードバンドやケータイが普及をしてですね、リニアリティのあるビジネスが出て来たからだと思います。10年くらい前はまだ将来どうなるかっていうことがわかれればよかった。いまはもう待ったなしの状況なので。

島田：そうですよね。

中村：いろいろとこれまでとは全く違った考え方でビジネスを始めるところも出てくるでしょうし、新規にいろんなことがこの時代に起こるというわけです。

島田：たまたま昨日の日経新聞に出ていましたけれども、グーグルがユーチューブを買収するなんてねえ、これはすごいですね、やっぱり。

中村：ユーチューブっていうのは本格的に始まったのはまだ1年で、これが映像配信のトップシェアを取っているのは信じられないんすけれども、そこをグーグルが買うというのも（笑）…。どんでん返しがおこるなあと…。

島田：そうですよね。

中村：例えば、そこでですね、ユーチューブにしても日本の放送局などはユーチューブと映像配信のウェブサイトというのはユーザーがテレビのコンテンツを勝手にコピーをして勝手に投げるものですから著作権侵害ということでテレビ局がみんな怒っているわけです。

島田：そうですね。

中村：反対に、アメリカのテレビ局は、じゃあユーチューブと提携をして一緒にビジネスとして仕事をしようですかね、そういうところが沢山出でています。だからそのビジネスとしても、反発するとかじゃなくて、手を組んでこれから広がっていくなと思います。

島田：そういうので言えば、象徴的なのは2000年だったと思いますが、私はあの AOLJAPAN というのを作った時にスティーブ・ケースが向こうのオーナーで、彼が2000年に AOL とタイムワーナーの合併をやって衝撃的だったなど。当時まだ私は三井物産におりまして、AOLJAPAN の創立メンバーとして AOL はすごいなと思いましたけれども。あの合併はあまりうまくいかなくて、タイムワーナー側も AOL 側もいろんな問題があってうまくいかなかったんですけども、これから放送と通信の融合が全くダメだということではないと思うんですね、AOL とタイムワーナーとの合併についてはどう思っておられますか？

中村：私自身はですね、コンテンツとネットのチャンピオン同士が組もうとしたんだと思うんですね。

島田：そうそう。

中村：そこがうまくいかなかったんだろうなと思いますけど、問題はそういったことではなくて…。

島田：主導権争いが起こった…。

中村：そうしたチャンピオン同士が組むつていうことが起こりうると、これからどんどんそういうのが出るぞ、ということだったと思うんですね。本来はあの時点では日本もあのクラスの準備をしておくべきだったんじゃないかなと思います。あれから6年経って動き出すっていうのはタイム的なビハインドだなあと思いますね。

島田：そういう意味では、日本のメディアなんかが多少世の中の先を見ないで埋い込みに走る

傾向があるみたいですね。先ほどの話で多少希望がわいたっていうか、これから日本もですね、さっきのポケモン、ドラゴンボールや、あいうアニメだけじゃなくて、ゲームソフトにしろ、それだけじゃなくて、私はもう一つおもしろい分野だなと思うのは、日本ではカーナビが他国に比べ圧倒的に普及していると。

中村：すごいですよね。

島田：ええ。こんなにカーナビが普及している国は世界にないなと思いますけれども、カーナビもどんどん技術が進歩して、ITSの代表として、もっと広い分野で進もうとしているんですね。こういう意味で日本は、2000年のバブルの崩壊でアメリカで当時言われたのは、これからはクリックとブリックだ、その融合だと言われたんですけども、クリックはパソコンのクリックですね、ブリックというのは煉瓦ですから既存の産業なんすけれども、例えば自動車とか食料産業だとかです。クリックだけ先行してもダメなわけで、クリックとブリックが合体しなければならない。そういう意味で言うと、日本は意外にその辺が自動車産業とかで結構うまくいっているように思うんですけども、どうでしょうか？

中村：カーナビなんか見てもですね、車中の情報化というのがすごい勢いで進んでいて、今や車は走るコンピューターであり走るインターネットとして、運転のところもですね、制御にしても全部デジタル技術に塗り替えられているなあ。それがおそらくユビキタスと言われていますけれども、全ての分野に進んでいくはずで、住宅なんかもそうですよね。テレビとかパソコンのクリックするような四角四面の画面があるというよりも、壁とかじゅうたんとか机とか椅子とかが全てコンピュータになっていて、今までとは全く違う形でデジタルの技術が溶け込んでいてですね、座った人の体温が

どうで脈がどうだからあの人は体調が悪いな、と確認ができるんじゃないかな、家が理解しちゃうんじゃないかな、というふうに環境にも溶け込んでいくんだろうと思います。まだまだ時間はかかりますけれども、広がりはとても大きいと思います。そういうのを支える技術っていうのは日本は非常に得意なんだと思います。

島田：2000年のはじめに日本にもイー（e）・ジャパン構想というのがあって、日本をもっとITを中心に達成化したという形でというものでした。去年ですか、ユビキタスジャパン、ユー（U）・ジャパン構想というのができているんですけども、そういう意味で1990年代がインターネット中心でいろんな技術が広がって産業を作ったり産業の中にそういうIT技術が入ったり、経営の中にもですね、今や金融業やサービス業は特にそうですけれども、ITをいかにうまく使うか、これはもうITが必要かどうかっていうのはもう議論じゃなくて、これをいかにうまく使うかというのが今後の課題になってきてている。企業でもCIO（情報統轄役員）の存在が非常に重要になってきている。そういう面で情報革命が本格化していっているんじゃないかと思いますがe・ジャパンは、インターネットとか、メールの分野ではアメリカ主導だったけれども、ユビキタス・ジャパンのユビキタスですね、そのユビキタスに関しては日本が結構世界でいいポジション、いい状況にいて、世界をリードできるチャンスなんじゃないかという説もありますが、いかがでしょうか？

中村：ええ。私はもう日本の時代だと完全に確信しておりますけれども。それは、先ほどのお話をあったように、消費者といいますか需要者の世界になりますので、そういった新しくて楽しいものを採り入れようというところが、そしてものを作る技術を持っているところが、その2つを持っていることが技術をリードしていく

のだと思います。カーナビなんかもその典型じゃないかと思います。ああいうのを欲しがっているユーザーがいて、それを作れる電子デバイスとか車の技術を持っているっていうその組み合わせだと思いますね。

IT分野への今後の関わり

島田：中村先生は、今後、幅広く活躍されていくと思いますが、先生ご自身としてはどんなふうな抱負を持っておられますか？

中村：さっき1970年の大阪万博の話がありましたが、昨日家を片付けていたらこんなのが出てきたんですよ。1970年の時の大阪万博の入場券なんですけれども、小学生の時の私と母とで行った時のチケットです。人類の進歩と調和、と書いてあります。この頃の私は、かなり日本の未来に希望がありました。科学技術というのが、未来を明るくしてくれると思っていました。大人になったら今よりも便利で楽しい世の中になっているんだと思っていて、うきうきして大阪万博を見に行ったんです。去年、中部で愛・地球博があったじゃないですか。見に行つたんですけども、あの時にいちばん人気があったのがマンモスとか、メイの家っていう1950年代の家ですよね。それをみんな見て喜んでいると。これはなんだろうと。だってあれは昔のものじゃないですか。昔のものを見ていいなと思っていて、これってホントに進歩したのかなあと…。

島田：なるほど（笑）。

中村：未来はもっと明るいものだというイメージを、子供たちに持つてもらわなきゃいけない、これは大人の役割だと思っています。自分の子供たちに、20年後30年後どうなっていると思うって聞いたら、核戦争とか環境破壊とか、暗いイメージしか出てこなくてですね、ちょっと

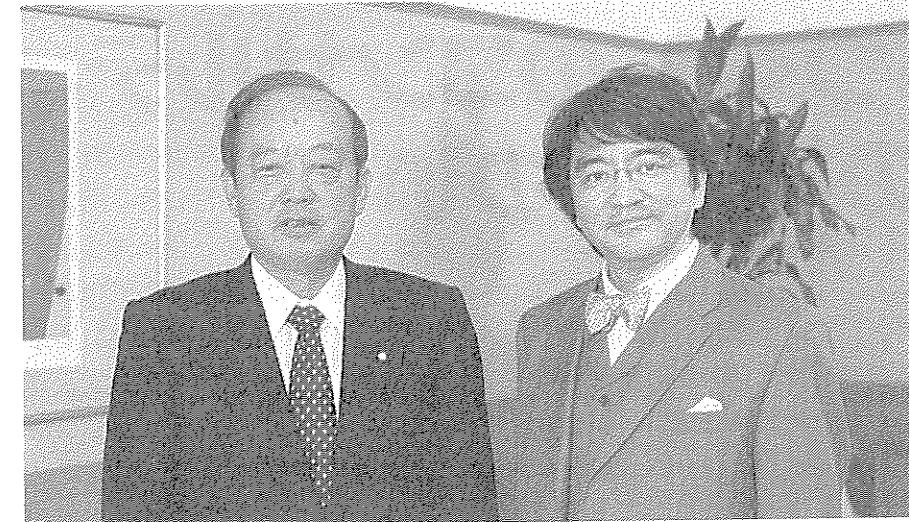
これはいかんなと思っていまして、さっき子供たちにいろんなコンテンツを作らせる運動をやっていると言いましたけれども、そういった実践をしていかなければいけないと。キャンバス(CANVAS)という団体を作つて進めています。さらに私は慶應義塾大学に身を置きながら、デジタルの分野でも産学官の3つの連携のそうしたプロジェクト、場づくりをどんどんやっていきたいなと思っています。

島田：これは実践をしておられるんですね。

キャンバスというのはどういうものですか？

中村：キャンバスというのは、4年前に作ったNPO法人なんですが、子供が自分で映像、アニメ、音楽などのコンテンツを作つて、インターネットやプロードバンド、携帯などで世界に情報を発信していくこうという全国的な運動です。昔であればそれは行政が音頭をとつてやっていたのかもしれません、行政もいろんなところが関わっています。総務省、経済産業省、文化庁、内閣官房といろいろ関わるので、縦割りだとできないと。学校の先生たちも必要ですし、特にアーチストたちが必要なんですね。そうなると、みんなでコミュニティを作つて子供たちを巻き込んで動いていくということはいい手法じゃないかということになって始めたことです。これも私からみると行政の政策なんですが、中央官庁や自治体が直接やるというだけじゃなくて、民主導でみんなが参加してやっていくスタイルがこれからもっと日本に出てくるかなと。

島田：そうですね。確かにNPO法人や民間の団体の力がものすごくあらゆる分野で重要であるというのが、私なんかアメリカに行くと感じましたですけれどもね。向こうは、NPO法人や個人がすごいパワーがあって、いろんな形の組織を作つていると。これから日本にはもっともっと必要ではないかと思います。私の話



で言いますと、たまたま先ほど話題にもあったユビキタスですが、日本経済調査会という、経團連と経済同友会と日本商工会議所が作つてある日本経済調査会というシンク・タンクがあるんですけども、そこで今後の研究テーマで、産業界が政府や産業界に提言するための勉強会をやろうということになりました。今年の4月から「ユビキタスネットワーク社会の到来と日本の課題」というテーマで、私が委員長になつていろんな学者や、各界の専門家に集まっていただき、いま議論をしている最中です。来年の5月までには提言をまとめようとしています。日本が失われた10年とか15年とか、非常に暗い話が多いし、夢のない社会に入ってしまったように私は感じています。日本にとってあの大阪万博(1970年)の時代が大きな成長の頂点だった様な気もします。これから、1つ新しい世界、それがユビキタスであるかどうかは断言できませんが、ユビキタスネットワーク社会がもっと早く実現するためには、どうしたらいいかということをみんなで考えていくべきで、そして今までの私の経験が少しでもお役に立てば、と思っています。日本では、光と陰の、陰の部

分をものすごく強調する風潮があります。陰の方としていろいろあります、ネットワークやセキュリティーはどうするんだとか、それはもちろん大事なわけですが、やっぱり陰の部分を充分理解しながら、光の部分を育てていくという前向き姿勢が重要だと思うんですが、いかがでしょうか？

中村：私もそう思います。光と陰でいうと、光の部分が圧倒的に大きい。それを陰のところを全体のように言うのは非常に問題だと思います。

島田：自動車事故があるから自動車は否定するのかとかね、そういう話です。いかに自動車事故を減らすようにするのかということが大事ですけれども、しかし、自動車を否定したらいいや社会が成り立たない。同じように、ユビキタス社会にしろITにしろ、陰の部分は沢山あります。しかし、これを充分理解し対策をしながら、プラスの面を発展させるのが、日本及び世界にとって重要なことと考えます。

本日はどうもありがとうございました。

(平成18年10月11日収録)