



メディア企業のイノベーション 今、世界で何が起きているのか？

紀元前から現在に至るまで、メディアは時代の潮流に合わせて姿形を変え、人々の暮らしに寄り添ってきた。時には生活を激変させ、時には文化を育ててきたメディアは、今後世界でどのように利用され、どのような影響を与えていくのだろうか。

アナログ→デジタル、 スマート→脱スマートに

現在、世の中にはさまざまなコンテンツが存在しているが、その原点となるのは動物の骨だった。スロベニアにある4万3000年前の地層から発見された、アナグマの大腿骨を使った笛。それが奏でる音楽が世界初のコンテンツだ。その後、約1万5000年前にラスコー洞窟で壁画

が描かれ、約1万年前に文字が生まれた。コンテンツは、音・映像・文字という順番で生まれたのだ。

その後長い時を経て、最初に大衆化されたのは、文字表現。1455年、グーテンベルク活版印刷。写真は1826年、ニエプス。音は1877年、エジソンのフォノグラフ。コンテンツと逆で文字、映像、音の順だった。ちなみに動画は1885年、リュミエール兄弟が初。

20世紀に電話やテレビが普及し、テレコミュニケーションの時代が到来し、場所と時間にしばられることがなくなると、次に大きな変革が起こったのが約30年前。1983年に誕生した任天堂のファミコンは、お茶の間や映画館で「見る」ことしかできなかった映像を「遊べる」ものに変え、アナログメディアの多様化が進んだ。90年代に入るとマルチメディアブームが起こり、PCが大衆化。インターネットが普及し、映像・音楽・ゲームなど、あらゆる情報がデジタルネットワーク上にアップロードされた。

そして5年ほど前から、スマートフォンやタブレット、デジタルサイネージなどの新たなメディアが登場。さまざまなメディアに映像を同時配信するマルチデバイスが身近なものとなり、通信や放送がすべてデジタル化された。いわゆるクラウドネットワークだ。しかしコンテンツそのものが、メディアほど急速に発展することはなかった。その分、ひとつのコンテンツをきっかけに周囲の人々が盛り上がるソーシャルメディアが活用され、コミュニティが形成されたのだ。この、マルチデバイス・クラウドネットワーク・ソーシャルメディアの統合により「スマート化」が完成。この大きな波に医療や教育、金融などが乗ったことでビッグデータの取得が可能となった。そ

図表 これまでのメディアとコンテンツ



して「スマート化」が終息した現在は、ビッグデータをIoTやAIと組み合わせ、今までとは異なる方法でメディアを活用する動きが広がっている。すでにブロックチェーンという新たな技術が登場し、ビットコインのようにバーチャルの世界で個人同士が安心してやり取りできる地盤が形成されつつある。世界全体が「スマート化」に続く次なるブーム、「脱スマート化」に向かっているのは確かだ。

急速なデジタル化に 追いつけない社会

紀元前から始まったメディアの変遷により、現代では、人々の生活の一部がリアルからバーチャルへと移行している。例えば年々小売りに占めるネットショッピングの比率は上昇し続け、10%に迫る勢いだ。まだ90%の小売市場が残っているという見方もできるが、今後この数値がどれほどの速さで半数に達するのか、注目が集まっている。

このようにリアルとバーチャルが混在する今、各方面で過去に例のない問題が起きている。2014年、福岡県の中学生在がLINEを利用し、別の中学生に決闘を申し込み逮捕されるという事件が起きた。LINEは、個人同士で濃密なコミュニケーションがとれる便利なツールである一方、互いの意見がぶつかりやすい。あちらこちらで起きた決闘騒ぎに困惑した警察は、約120年前に定められた「決闘罪に関する件」という古い法律を適用し、関係者を逮捕した。この法律は元来、明治維新後の日本で江戸時代の仇討ちを取り締まるために制定されたもの。施行されたケースはほとんどなかったが、中学生の決闘騒ぎを収束させるため120年の時を経て適用された。

この事例からわかるのは、メディアの変化に応じたルールが未だ設定されていないということだ。学校現場など若者が

慶應義塾大学大学院
メディアデザイン研究科
教授
中村 伊知哉氏

慶應義塾大学で博士号取得（政策・メディア）。1984年、郵政省入省。通信・放送融合政策、インターネット政策を政府で最初に担当し、その後渡米。1998年 MITメディアラボ客員教授。2002年スタンフォード日本センター研究所長。2006年より慶應義塾大学教授。内閣府知的財産戦略本部委員会座長、内閣府クールジャパン戦略会議、文化審議会著作権分科会小委などの委員を務める。CIP協議会理事長、デジタルサイネージコンソーシアム理事長などを兼務。



多く集まる場所では、デジタルメディアの利用によってさまざまな問題が生まれている。一刻も早く、大人社会が時代の流れに追いつかなくてはならない。

新しいテクノロジーが 新たなメディア体験を生む

1月にラスベガスで開催されたCESで、「今後の重点領域は、『映像配信』と、『IoT・AI』だ」という予測が発表された。映像配信が今後大きなビジネスに成長することは間違いない。家庭内のテレビだけでなく、スマートフォンやパブリックビューイングなど、さまざまなディスプレイを巻き込んだ大変革が起きるだろう。日本でも、2020年の東京五輪までにパブリックビューイングを全国100カ所に整備するという大事業が政府から発表されている。数十台のスピーカーに囲まれ、実物よりも美しく迫力のある4K、8Kの映像を巨大なスクリーンで見る行為は、バーチャルリアリティに近い新たなメディア体験だ。

またIoTやAIも、東京オリンピックに向けて活用が広がっている。もともとオリンピックは新たな技術を世界的に普及させる場でもあり、2012年のロンドン五輪では、ネット生中継やソーシャルメディアとの連携により視聴スタイルが大きく変化した。続くリオ五輪で大きな変化がなかった分、東京五輪では、4K・8K、VR・AR、ドローン、IoT、AIなどの最新技術が集結し、国内外で大きな変革が起きると言われている。IoTやAIとメディアが融合することにより、世界はまた一歩先の時代へ進むだろう。

新たなメディアが活用され始めている今、まだまだ解決すべき問題は山積している。しかしオリンピックまであと3年となった今、立ち止まっている時間はない。日本は2020年の東京オリンピックに向けてさまざまな分野で動き出している。日本だからこそ発揮できる力を結集し、最新のテクノロジーを大きなビジネスに変えていくことが、成長と発展を続けていくための最も重要な戦略になる。