

4.2 基調講演(その2)

(1) 講師: 中村伊知哉氏(「映像配信ビジネス研究会」委員長、慶應義塾大学教授)

(2) 講演テーマ: Smart Society

(3) 講演要旨

日本はファミコンに親しみ、PC、インターネット、携帯が早くから普及し、大変ソーシャルカが高い。ソーシャルメディアがトラフィックを含めて伸びており、デバイス、ネット、サービスでメディア構成するソーシャルメディアが世界中同時進行で起こっている。それを取り持つプラットフォームが大事になってくる。

メディアの構造変化への対応が必要ということで、法体系を変えてきた。これからは如何に映像ビジネスを作っていくかになっている。放送電波の上にIPを乗せ、(IPDCという)新聞などのコンテンツを配信することやデジタルサイネージ、小型のデバイスへ電波により映像を配信する等の試みである。一方自治体などへの利用として防災で使えないか。どこにいても適確に情報が伝わるのが大事で公共空間を情報空間にする試みが必要である。

テレビのスマート化はグーグルやアップルが熱心、TVの画面にインターネット情報を載せようとしている。日本の取り組みはマルチスクリーンを使いこなす方向へ行っている。

教育分野では生徒に一人一台の情報端末を与え、タブレット、電子黒板をネットで結び教材を共有のようにしたい。これは韓国が先行しており、通信会社が教育用映像サービスのプラットフォームを作ってこれを外国へ売り込んでいる。

パリで開催されたJapanエキスポへ20万人が訪れた。日本のアニメ、コスプレ、女子高生コスプレ、ガンクロなどパリジェンヌに人気がある。映像コンテンツには力がある。ビジネスにどうつなげるか。初音ミクは世界的スーパスターである。ボーカロイドという技術、アニメという文化力、ソーシャルサービスで育った歌や踊りの振り付けで成功した例である。日本のお菓子も人気がある。技術+コンテンツ+ネットというミックスで日本には力がある。デバイス、プラットフォームを使ってコンテンツを流通させよう。

音楽、吉本興業(お笑い映像)もあるが、有望なのはソーシャルゲームである。世界のプラットフォームをどうやって作っていくか i モードの課金システムにユーザは慣れている。持っているものを再評価し、海外に出て行く。ハード、ソフト、流通で任天堂、ソニーは成功体験がある。期待したい。

最後に日本人が日本をわかっているかが問題だ。世界の調査で最もクリエイティブな国として日本を、またクリエイティブな都市として東京を挙げている。しかしながら日本人は19%しか自国を創造的と思っていない 自ら鼓舞すべし。

(以上)