

コンテンツ専門調査会

2006/10/16

企画ワーキンググループ(第2回)

知的財産戦略推進本部員

角川GHD 代表取締役会長兼CEO

角川 歴彦

1. 2011年日本の大変動時代の本質

(1) 「知の世界の秩序」の再編

米国では「大バンドル時代」が到来し、固定電話、携帯電話、テレビ、ブロードバンドを通じ、エンターテインメント・コンテンツが一括して大衆に提供される。この流れは日本にも波及・到来する

- 電話会社、ケーブルテレビ会社、テレビ局、ハリウッドを含む映画会社なども巻き込んで進行していく。

技術革新によって「知の世界の秩序」が再編される。

(梅田望夫氏「ウェブ進化論」ちくま新書 より引用)

(2) コンテンツそのものの革命的变化

数千万の個人レベルの大衆が作り出す膨大な量のチープコンテンツがネット上に氾濫する。その玉石混合のチープコンテンツを巧みに取り込んだコンテンツ会社が次世代に勝利する。

ITではなく、I(情報) = コンテンツそのものの革命的变化が起こる。

(3)日本のコンテンツ会社によるWebサイトの充実化

リアル世界では、1000坪単位のビデオ、CD、ゲーム、書籍の複合超大型書店が生き残る。

しかし、ネットの世界では、何万、何十万単位のコンテンツを供給するグーグル、アマゾン、アップル、マイクロソフトといった米国のIT大企業によって、米国のみならず、日本も支配される。

日本のコンテンツ会社は、自らのWebサイトを充実させることのみで生き残りを図ることができる。

2. これまでとこれからの10年をどう見るか

1990年代		
[前半]	マルチメディアの時代	日本は“失われた10年”の中で存在感は薄かった。
[後半]	第一次IT革命 ITの出現	
2006年	第二次IT革命	三大潮流 (1)IT 1965年から始まったムーアの法則は、現在も有効であり、支配されている。
2011年	日本の大変動の時代 = 大バンドルの時代	
		(2)チープ革命 IT関連コストの劇的な低下。
		(3)オープンソース ソースコードの公開によって、不特定多数の開発者が、ソフトの開発に参加

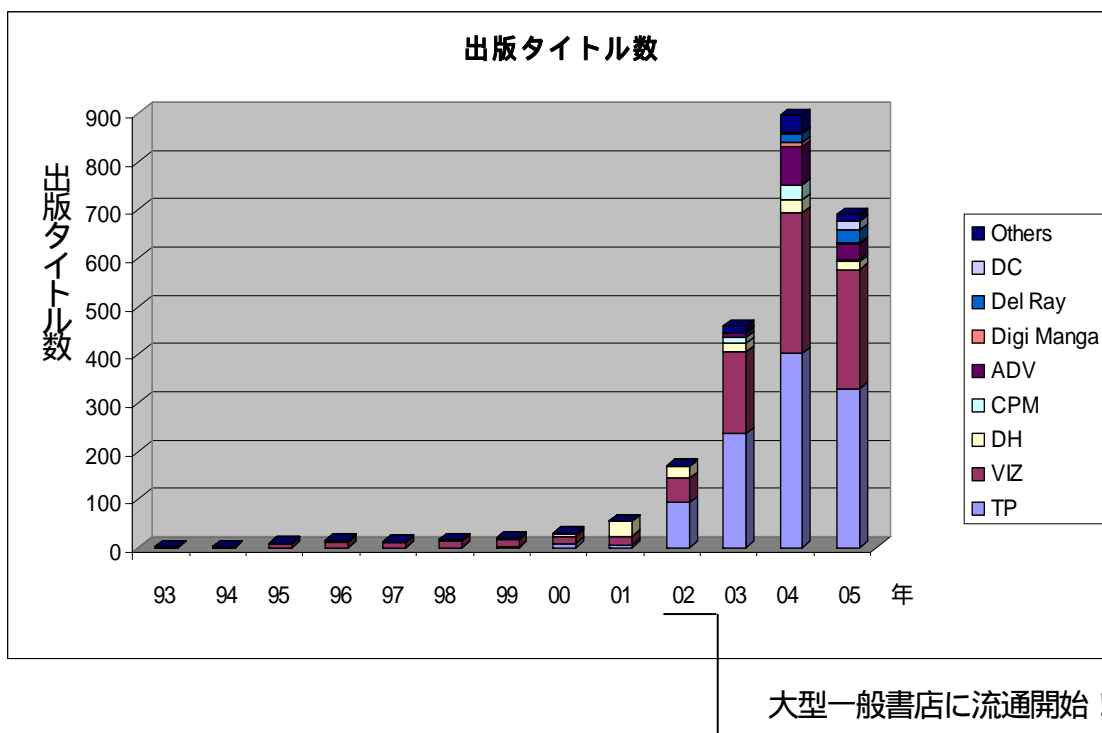
(参考文献 梅田望夫氏「ウェブ進化論」ちくま新書)

以上

(参 考)北米における日本マンガの市場拡大について

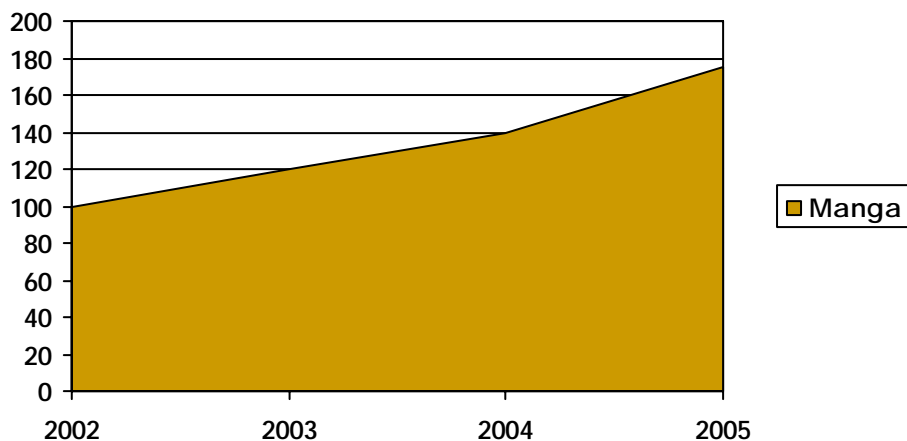
日本コミックは最初コミック専門店への流通からスタートしたが、1992 年より全米の一般書店に流通が始まり、2002 年より大型一般書店へとマーケットが広がった。

1. 北米における日本マンガの出版タイトル数の大幅増加



(出所: "BookScan" ニールセン POS データ集計サービス 2005 年末)

2. 北米における日本マンガの売上高の増加



(出所: "BookScan" ニールセン POS データ集計サービス 2005 年末)