



## 巻 頭 言

### 90年代のメディア環境

和久井 孝太郎\*

90年代のメディア環境は、メディア全般で多様化と融合化といった相矛盾するものが同時に進行する状況となる。エレクトロニクスを中核とする技術革新によって、メディアの新陳代謝がより一層進みマルチメディアの時代を迎えることになる。この際、ニューメディアに対して在来型メディアを、オールドメディアと位置づけるのは適切ではない。なぜならば、在来型メディアにあっても新技術を活用して、いろいろな改善や飛躍が図られるからである。

要はメディアによって得られるサービスが、いかに新しい時代に受け入れられるか、社会をリードするかの問題であり、単に技術の問題でもなければ、ソフトだけの問題でもない。これはきわめてトータルな問題なのである。技術革新が急なだけに、従来のサクセスストーリーにしがみつくわけにはいかない。しかし、単純なバラ色の未来を描いて走ることは、さらに危険である。メディアビジネスの手本などどこにもない。メディアは単なる文明ではなく文化的である。トータルな努力によって道を切り開く必要がある。

わが国には7千万台を超える数のテレビ受信機があり、人々は平均すると毎日3時間以上もテレビ放送番組を見ていることになっている。ビデオの普及率もすでに60%を超えた。大型テレビが良く売れている。液晶ディスプレイを使ったポータブル形の小型テレビも進出してきた。クリアビジョン放送、文字放送、衛星放送、スペースケーブルネットワーク（通信衛星とCATVの組合せ）など、いわゆる、放送のニューメディアも数々実用化されつつある。さらに、ハイビジョン放送やファクシミリ放送、ハイビジョンビデオなどの新しいサービスが準備されている。90年代家庭のテレビ受信機周りは急速に多様化が進むと予想される。

重要なことはメディアの多様化によって、いままで以上に良いソフトやサービスが求められ、良いソフトの価値は高まるということである。良いソフトを持つ情報の送り手からすれば、『ワンソース・マルチユース』である。情報は特定のメディアにのみ流すのではなく、最も大きいビジネス効果が得られるように、いろいろなメディアに加工をほどこして分配することになる。このような現象をメディアの融合化と呼ぶ。それを可能にしているのがメディアの電子化、デジタル化である。

一方、生活者から見ればメディア多様化、融合化の時代にあっては、当然のこととして『マルチソース・ワンユース』ということである。そこで、マルチソース・ワンユースを可能にするような、統合化された使いやすくて高品質な受信・発信端末が必要となる。筆者のイメージはハイビジョンの受信機とパーソナルコンピュータ、きわめて高速で大容量な書換え可能ディスクレコーダ、プリンタなどの機能を備えたもので、放送・通信衛星、地上電波、ISDN、エレクトロニック・パブリッシング(広義の電子出版)などのメディアサービスが受けられるものである。

これは今すぐの問題ではない。しかし、夢物語でもない。さらに技術先導で突っ走る問題でもない。高度情報社会や21世紀のありようを考えるなかで、90年代を通して明らかにされる問題である。筆者はパソコン・マルチメディアをふくめてこのようなメディアの状況を、『マルチメディア』化と呼んでいる。

\* (株)電通顧問・メディア開発局長 〒104 東京都中央区築地 1-11-10