

「メディアの興亡」

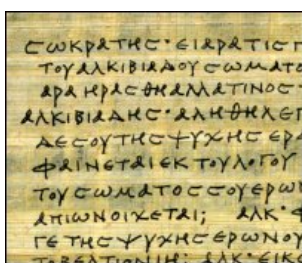
拝復。二週間のご無沙汰でした。油断をしている際に「なんだかだまし討ち」みたいにして梅雨に入ってしまった。今も外では霧雨が降っています。例年より、二週間も早い。

なんだか春を損したような気分です。大震災の原発は一向に埒があきません。日本を取り巻く空気が重いですね。しかし、政治は三流でも経済は一流。**トヨタが9月には従来どおりの生産開始**を発表しました。少し日がさしかけているように感じます。

さて今回の話題は「メディアの興亡」。また、お得意の「マスコミの悲観的な将来」じゃないかとお考えのあなた、鋭いです^^;。実は今回のテーマはいわゆるマス・メディアではなく、今や私たちの生活と切っても切れない記憶媒体。パソコンで言うところのハード・ディスク、USBメモリというフラッシュ・メモリです。人類と記憶媒体について考察します。

人間は地球の動物の中で唯一、言語を持ち、その言語を記録することが出来ます。太古、言葉を記録するメディアはありませんでした。従って言葉は人間の記憶としてしか伝わりません。語り部などの脳内の記憶が頼りでした。**記録とは記憶の外部化です**。岩に書き、洞窟に書き、神殿に書いたものが今でも残っています。おかげで現在の私たちにも当時の生活を知ることが出来ます。インカは文字を持たない文明でした。いまだに謎の文明です。

メディア（外部記憶装置）がモバイルされるようになった時、中国の竹、エジプトのパピルスがその役割を担いました。特にパピルスは現在の紙「ペーパー」の語源となるもので本格的に外



←「最近の若い者は礼儀を知らん」と書いてあった

そうです。いつの世も変わらない(笑)。

に持ち出すことが出来ました。

紙メディアはその後長らく、**人類の持つ唯一のメディア**として君臨します。書くことが簡単で軽く、折りたためる。紙メディアは「**グーテンベルグ**」による活版印刷機の発明により爆発的な普及をしました。それまでは一部の特権階級、宗教関係者だけに限定されていた「メディア」を広く一般大衆までに広げました。メディア進化の過程ではその日の「NEWS」を毎日報じる新聞というマス・メディアを生みました。紙の文化では最高峰といってもいいでしょう。ここまでの「メディア」はすべて言語の外部記憶装置として発展しました。

次に発明されたメディアは「音」の外部記憶装置でした。誰が発明したかご存知ですか？そう、**エジソン**博士です。彼は自らが発明した蓄音機を通じて「音」の記録に成功します。そのときの最初の録音は音楽「**メリーさんの羊♪**」だったそうです。しかし、彼の発明した蓄音機は



←円筒型はいかにも不便でした。

なぜエジソンが円盤を思いつかなかったか、
今でも不思議です。

全く普及しませんでした。メディアとして円筒型を採用していたからです。これはいかにも**持ち運びにも保存にも適していません**でした。円盤型メディアはエミール・ベルリナーが発明者です。彼が考案したのはメディアを円盤型にする、と言うアイディアした。

音楽を録音することが初めて行われました。LP の時代がやってきて、世界中の人が同じ音楽を聴く時代がやってきました。このメルマガの読者ならご存知でしょう。両面合計で70分の音楽の再生が可能でした。しかしこれもメディアに直接溝を掘り、その傷を針でトラッキングして音楽を再生する、と言う意味ではエジソンの発明の子孫でした。



1981年に革命的なメディアが発売されました。CD（コンパクトディスク）です。なにが革命的かというと記録の仕方がアナログからデジタルへと変化をしたことです。CDは以下のような点が画期的でした。

- ・ デジタルであるためほとんど雑音がしない（レコードで言うヒスノイズ）
- ・ レーザーで読み取るためメディアに傷がつくことがない
- ・ わずか直径12センチメートルの円盤に74分20秒もの録音が可能
- ・ 非接触式であるため、ほぼ半永久的にメディアが残る
- ・ 操作が簡単で誰にでもノイズのない原音に近い音で再生することが出来る

CDは発売後3年でLPを駆逐し、あらゆる音楽メディアの中でも最強となりました。同時に進行していたパソコンのプログラムや画像・動画を読み込むためのメディアとしても利用されたからです。

CD本当に扱いやすく便利です。しかしそのデータを読み込むには大変な技術が使われています。音はAD変換をされてビットとして1か0かの信号として書き込まれます。一秒間を44100回に分割し、そこにあるビットを読み取って瞬時にアナログ再生をする、そんな凄いのことをやっているのです。しかし、ちょっとした落とし穴があります。読み取り精度は熱と振動に弱い。今はそんなことはなくなりましたが、発売当初のCDプレーヤーは機種によってはノイズがのったり、音とびがあつたりしました。補正技術のおかげで音は途切れませんが、**CDは結構いい加減な（笑）演奏をしている**ことになります。パソコンなどの場合にはこんなことは出来ません。1ビット読み違えても、再度読み込みに行きます。そうしないとプログラムは動いてくれません。各メーカーはどれだけ正確に回転をさせ、いかに精度の高いレーザー照射をするのかを競

いました。その最高峰が LINN という英国のメーカーが作った「CD12」という CD プレーヤーでした。お値段 **270 万円**！私も購入を検討しましたが、するまでもなく買えませんでした(T_T)。いま

筐体全体がアルミブロックからの削りだし

何しろかっこよかった！→



だにこれを超える CD プレーヤーはないと言われています。

ところが、LINN は今から四年前に「CD12」の製造中止を発表します。黙っていても売れる機械をなぜ？アジアの新興国のお金持ちならポンッと買えるでしょうに。LINN が CD を超えるメディアとして選んだのは非回転式のデジタルプレーヤーでした??。



簡単に言うとメディアとして CD ではなく**フラッシュ・メモリ**を求めたのです。

USB メモリ、SD カード、メモリースティックウォークマン、iPod で使われている不揮発性の半導体メモリです。身近にたくさんありますよね。SD カードでは現在民生用としては 32 ギガが最も大きい容量のようです。32 ギガ！しかも次期規格としての SDXC ではその容量は 2 テラバイトに達するそうです。どこまで行くのか？

現在音楽業界は CD が売れない状況に悩んでいます。1998 年には 3 億枚を売り上げましたが、現在ではその市場規模は 2010 年にはその半分にも届かない 1 億枚にまで落ち込んでいます。わずか、10 年の間に 2000 億円の市場が消えました。ネット配信が急増しているのです。

2010年 有料音楽配信売上実績(年間)

	形態	2010年1月～2010年12月			
		数量	前年同期比	金額	前年同期比
インターネット	シングルトラック	44,617	105%	6,295	96%
ダウンロード	アルバム	2,850	112%	3,261	104%
	小計	47,467	105%	9,556	99%
	音楽ビデオ	2,024	116%	567	104%
	その他	0	-	0	-
	合計	49,491	106%	10,123	99%
モバイル	Ringtunes	131,247	84%	13,299	81%
	Ringback tunes	113,302	101%	10,082	103%
	シングルトラック	137,836	96%	47,590	96%
	音楽ビデオ	7,414	93%	2,843	98%
	その他	2,008	146%	931	136%
合計	391,807	93%	74,745	94%	
総合計		441,457	94%	85,990	95%

※数量はダウンロード回数(千回)

※金額は100万円

ダウンロード回数にして4.4億回、金額ベースで860億円。このうち多くは iPod のようなフラッシュ・メモリ・プレーヤに収められています。また、違法コピーも横行しています。

フラッシュ・メモリにはメリットがたくさんあります。

- ・ 容量が大きく、安い。最新の 32GSD メモリは 4000 円で買うことができます (価格コムより)
- ・ 回転メカニズムがないためプレーヤの大きさを小さく出来る (i-pod nano)
- ・ 回転メカニズムがないため読み取りの精度が高い (音の歪みは理論値ゼロ)
- ・ ほとんど発熱しないので電池が長持ちする

私も今、自分の iPad を確かめました。シングルにして 3500 曲、写真 6620 枚、ビデオ 10 本をインストールしていますが、**10 ギガ**しか使っていません。

中世のヨーロッパの農民が人生を通じて受け取る情報は NY タイムズ日曜版一日分と同じ、と言う記事を読んだことがあります。一方、現代の我々が受け取る情報は 2000 年から急上昇しています。情報量は人間の処理能力をはるかに超えました。これ以上情報が増えることに意味がある

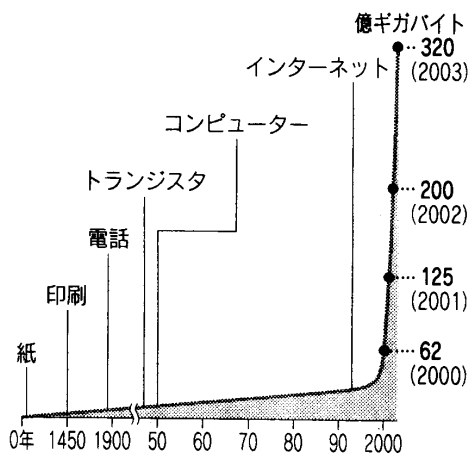
のか。その一つの答えが   であり  でした。

人類とメディアの歴史を振り返りました。現在、フラッシュ・メモリは HDD に比べて値段が高い。しかし次世代メモリの 2 テラが実現するとしたら。スマート・フォン一台あれば何でも出来る時代がやってきそうです。私は最近老眼が進んでおりますので **iPad で十分です** (iPad2 欲し

スペースを利用してちょっとだけ宣伝。

それにつけても震災以来、かなり体力をもてあましております(T_T)。一声かけていただけるととてもうれしいのです。

コンペ大歓迎!



いなあ) (笑)。上の図は情報量の推移を表しています。

こんなに情報をもらっても処理し切れません。処理できない情報はノイズと同じです。ノイズはすぐに慣れ、無視されます。どのようなアプローチをすれば情報が消費者に届くのか。ここが 2010 年代のマーケッターに求められる「問い」だと思います。

さて、今回はここまで。次回は 6 月中旬。原発に少しでも進捗があることを望みます。

ブログも毎日更新しています! (週休二日で) (笑)。 <http://rresearch.blog103.fc2.com/>

株式会社 Bomb Marketing 〒185-0023 東京都国分寺市西元町 2-16-18 日建工事第一ビル 302

Tel : 042-300-0533 mobile : 090-7428-8999 mail : ryubon@kkd.biglobe.ne.jp