

# 日本における「コンテンツ」の成立過程

中 川 讓

**Abstract.** In Japanese, the word “kontentsu” (derived from “contents”) often refers to information regarding manga, anime, videogame, or other information properties, mainly pop culture content. It is a narrowed usage of English concept of “content”. In this article, it is investigated how the executive branches in Japan accept the concept and apply it to the Japanese policy in 2000s. Judicial definition of this concept in 2004 is also argued referring to the copyright act and the intellectual property act. Then, it is statistically analyzed how the English word “content” was introduced into Japanese society from 1990s to 2000s using newspaper articles, and the usage of the word “kontentsu” will be shown to be categorized in three ways. Finally, it is pointed out that Japanese people are using the word “kontentsu” without the recognition of its political aspect.

**Keywords:** コンテンツ、政策、インターネット、知的財産、コンテンツ振興

## 1. はじめに

### 1.1 本稿の意図

近年成立した『知的財産基本法』や『コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する法律(以下「コンテンツ促進法」)』に代表されるように、「コンテンツ」の創造を国家的に支援しようという動きは、昨今一層明確なものとなっている。しかしながら、そうした法律の是非は愚か、「コンテンツ」という語が指し示す対象は何なのかといった素朴な疑問に対しても、平易な答えが用意されているとは言い難いのが現状である。本論では、日本における「コンテンツ」という語の使われ方を振り返りながらその指示対象や問題点を検討する。

### 1.2 コンテンツという語の曖昧さ

現在の日本語における「コンテンツ」という語には、アニメ、マンガ、ゲームなどといった趣味・娯楽の分野にまつわる情報の内容といったイメージを持つ者が少なくないのではないかと想像される。しかしながら、英語の“content”(あるいは“contents”)にそのように限定された意味はなく、何かの内容という一般的な意味で用いられることが普通であろう。ここでまず1つ目の問として、なぜ日本語の「コンテンツ」は特殊で限定的な意味を有するようになっていったのだろうかという疑問が生まれる。

また、現在の日本語における「コンテンツ」という語が示す対象については、その話者によりある程度の揺らぎを見ることができる。幾つかの国語辞典を見てみると、例えば大辞林では「情報の内容。放送やネットワークで提供される動画・音声・テキストなどの情報の内容」、大辞泉では「インターネットやケーブルテレビなどの情報サービスにおいて、提供される文書・音声・映像・ゲームソフトなどの個々の情報」と定義されており、電波網やインターネット網を経由して提供される情報の内容であると読むことができる。

しかし、『デジタルコンテンツ白書 2009』<sup>1</sup>によるコンテンツの定義は、「様々なメディア上で流通する[映像、音楽、ゲーム、図書]など、動画・静止画・音声・文字・プログラムなどの表現要素によって構成される『情報の内容』」とされており、電波を用いたテレビ・ラジオ放送やインターネットのみならず、書籍媒体もコンテンツの対象とされていることが分かる。総務省が 2006 年に発表した報告書『メディア・ソフトの制作及び流通の実態に関する調査研究』<sup>2</sup>においても、「コンテンツ=メディア・ソフト」とした<sup>2</sup>上で、その内訳には書籍や雑誌、新聞、データベースなどが含まれている。

さらに、内閣府が諮問した『「日本 21 世紀ビジョン」に関する専門調査会』の『競争力ワーキング・グループ』<sup>3</sup>においては、以下のような広範な定義が開陳されている。

- ① 「最近、テレビ、雑誌や特に海外を騒がしているアニメ、マンガ、テレビゲーム、キャラクター、女子高生の渋谷ファッション」
- ② 「映画、小説、テレビ番組、音楽など」
- ③ 「美術、芸術から広く社会に関わるもの」「例えば<中略>うなぎ一筋 100 年など、1つの料理を代々受け継いでやっているお店で継承される匠の技など」

特に③の定義は狭くしたものであり、社会のありとあらゆるものを「コンテンツ」と称することも可能になり得るだろう。こうした定義の揺らぎと曖昧さはなぜ発生しているのだろうか。これが 2 つ目の問である。

日本語の「コンテンツ」という語はなぜ英語とは異なる意味を持っているのか、そしてその対象範囲は何であるのか。この 2 点を検証するため、まず次章では日本の法律的な定義について検討を行う。

## 2. 公的な「コンテンツ」の定義

### 2.1 行政における「コンテンツ」の登場とその定義の確立

「コンテンツ」という語が我が国の行政文書で用いられた嚆矢は、1993 年の科学技術庁の報告書であろう。科学技術庁の科学技術会議政策委員会下に設置された『研究情報ネットワーク懇談会』が 1995 年に取りまとめた報告書『研究情報資源の今後のあり方について』<sup>4</sup>において、コンピュータの「ネットワークを流通する研究情報」のことを「コンテンツ」と呼んでいる<sup>3</sup>。しかしながら、その語の範囲は学術機関等で利用する研究情報に限定されており、本来の英語の意味でのコンテンツに近いものである。1993 年時点では、まだ日本独自の意味合いに狭められてはいない。

1997 年、当時の郵政省によってまとめられた『平成 9 年通信に関する現状報告(通信白書)』<sup>5</sup>では、「コンテンツ」ではなく「コンテンツ」と表記され、インターネット及びテレビ放送などにおいて流通する情報のこととして用いられている<sup>4</sup>。恐らくこれが、行政文書における日本語化された「コンテンツ」のスタートであろう。ただし同報告書では、「ソフト」という語も同様の意味で使われており、使い分けの基準は定かではない。翌 1998 年の報告書でも、「コンテンツ」が用いられている。「コンテンツ」という語が用いられるようになったのは、翌 1999 年 6 月の通信白書<sup>5</sup>からであるが、特に説明もないまま郵政省郵政研究所の「WWW コンテンツ調査」を紹介する、或いは国際動向として「違法・有害コンテンツ対策」を紹介するなど、「コンテンツ」という語はすっかり定着した言葉として扱われてしまっており、その

意味するところは詳らかにされていない。

2000年9月、当時の内閣総理大臣森喜朗は第150回所信表明演説を行った。その中では、「利便と楽しみを得られるような情報の中味」の意として「コンテンツ」を用いた。同2000年11月に、同じく官邸主導で取りまとめられた『IT基本計画』<sup>6</sup>においては、「情報の内容、中身。特に静止画や動画、音声等の素材を表す」と定義され、「コンテンツ・クリエイター」や「コンテンツ取引」などの用語も登場している。これを受けた翌2001年1月の『e-Japan戦略』<sup>7</sup>、そして3月の『e-Japan重点計画』<sup>8</sup>では、「世界最高水準のコンテンツ」や「教育用コンテンツ」などの用法を多数見つけることができる。英語本来の意味に何らかの限定的な意味合いを付加した日本語としての「コンテンツ」が行政文書に定着したのは、2000年頃と考えて良いだろう。

「コンテンツ」の意味内容が特殊化していくという方向性は、2003年5月に発足した内閣の知的財産戦略本部が同年7月にまとめた『知的財産の創造、保護及び活用に関する推進計画』において、より鮮明になる。同書では、「魅力あるコンテンツ」によって、コンテンツビジネスの「飛躍的拡大」を狙うことが明記され、コンテンツの定義は、「世界的にも優位にある」「映画、アニメ、ゲームソフトの著作物等」(p.50, p.68)へと変化していく。

そしてこうした行政の動きを受け、小泉政権下で衆議院予算委員長を務めていた甘利明議員らの主導により、2004年第159回通常国会でコンテンツ促進法が成立し、「コンテンツ」の法的な定義が確立した。同法では下記のように定義されている。

「コンテンツ」とは、映画、音楽、演劇、文芸、写真、漫画、アニメーション、コンピュータゲームその他の文字、図形、色彩、音声、動作若しくは映像若しくはこれらを組み合わせたもの又はこれらに係る情報を電子計算機を介して提供するためのプログラム(電子計算機に対する指令であって、一の結果を得ることができるように組み合わせたものをいう。)であって、人間の創造的活動により生み出されるもののうち、教養又は娯楽の範囲に属するものをいう(第2条1項)

より単純に換言すれば、「教養又は娯楽のための映画や音楽、マンガ、アニメ、ゲームなどの作品(コンピュータ上で再生されることもある)」ということになる。

以上、2000年以後の「コンテンツ」が法的に定義されるまでの過程を鑑みると、「コンテンツ」という語は、ある種のビジネスの拡大のため、産業振興政策のための言葉として機能することを求められていたことが分かる。先の『e-Japan重点計画』で「コンテンツの市場規模を1999年度の約2倍にすることが具体的施策として取り上げられていることや、2001年に経済産業省に設けられたコンテンツ流通促進検討会において、「ビジネスモデルの構築」が重視されていることなどを鑑みれば、行政府でのこの概念の導入は、産業育成を重視したものであることは明らかだ。これは、山形浩生<sup>10</sup>や大塚英志<sup>11</sup>なども指摘するところである。

## 2.2 法律における「コンテンツ」の位置づけ

「コンテンツ」の現在の法的な定義は 2.1 のとおりだが、同法での「コンテンツ」の定義は、著作権法で定義される著作物とは異なっている。

まず、各法における定義を確認したい。著作物についての定義は著作権法第 2 条第 1 項で行われており、以下のように記されている。この定義は、明らかに「コンテンツ」より大きな集合を示している。

思想又は感情を創作的に表現したものであつて、文芸、学術、美術又は音楽の範囲に属するもの

「コンテンツ」という集合と著作物という集合との違いは何なのであろうか。著作権法第 10 条で例示されている著作物は、言語作品、音楽、舞踊、絵画、彫刻、建築、模型、映画、写真、プログラムなどであるが、この内明らかに「コンテンツ」として挙げられていないのは、彫刻、建築、模型、であり、舞踊は演劇の内か否か判断の分かれるところであろう。また、ビジネス・実務用途に用いられるコンピュータプログラムも、コンテンツではないことが分かる。「教養又は娯楽の範囲に属」さないからである。しかし、コンテンツの定義として記述されているもの全ては、著作物に含まれている。以上から、コンテンツと著作物の関係性は、以下のように表せる。

著作物 ⊃ 「コンテンツ」

さらにコンテンツの位置づけを明確化するために、『知的財産の創造、保護及び活用に関する推進計画』において、価値ある情報として「コンテンツ」と共に例示されている、「技術・デザイン」、「ブランド」の法的位置づけも検討してみよう。

技術・デザイン、ブランドや音楽・映画等のコンテンツといった価値ある「情報づくり」によって、我が国経済社会の再活性化を図る(p.5)

同計画は上記引用部がその大きな目的の 1 つである。この場合の「技術」とは、「事業を支える革新的な技術」(p.8)を意味し、特許法で保護される知的財産に属するものだ。同様に、「デザイン」とは意匠権で保護されるものを指し、「ブランド」は商標で保護されるものを指している。同計画書を作成した知的財産戦略本部は、2002 年に成立した『知的財産基本法』を受けて設立されており、これらの対象は全て知的財産基本法において「知的財産」と分類されている。知的財産基本法第 2 条によれば、知的財産は以下のように定義される。

発明、考案、植物の新品種、意匠、**著作物**その他の人間の創造的活動により生み出されるもの、(以下略・強調は筆者による)

知的財産は著作物を含むものであることが自明である。すなわち、知的財産、著作物、「コンテンツ」の3者は、

知的財産 ⊃ 著作物 ⊃ 「コンテンツ」

という関係であることが分かる。知的財産は、著作権で保護されないアイデアなども含む集合を示しており、著作物は、知的財産の内の表現部分のみを取り出したもの、そして「コンテンツ」はその部分集合であるという関係性となっている。

### 2.3 疑問と仮説

本章で検討したとおり、「コンテンツ」という語は今日、明快な法的定義、すなわち行政府や公的機関が使用すべき明瞭な定義を有していると考えられる。それにも関わらず、1.2 で指摘したような定義の揺らぎが出てきてしまうのは何故か。また、なぜ緻密な定義が用いられることなく、白書や報告書で使われるに至ったのであろうか。

ここで、「行政府や法律で用いられる以前にも一般に使われていた用語であるため」という仮説を立て、この検証のため、次章においては、「コンテンツ」という語がメディアを通じて一般に普及していく過程を振り返ることとする。

## 3. 新聞を用いた「コンテンツ」の用法の史的概観

### 3.1 「コンテンツ」の登場時期

「コンテンツ」という語が新聞紙上に登場するようになったのは1990年代後半からであるが、その初出は、1992年4月24日付けの日経産業新聞において、アップルコンピュータの日本法人社長の講演が、以下のように紹介された記事であると考えられる。

「90年代は4つのCがキーワードになる。コンピューター、コミュニケーション、コンテンツ、コンシューマーの4Cだ。＜中略＞コンテンツは日本語に直すと番組。ここでは新聞社、テレビ局、映画会社などが活躍する」

これ以前の時期に新聞紙上で用いられている「コンテンツ」は、米国において自動車を販売する外国メーカーに、一定比率の米国産部品の調達を義務づける「ローカルコンテンツ法案」が取り上げられたケースや、固有名詞、あるいは技術用語のカナ書きなどの文脈でしか現れていない。

日本経済新聞社の記事を調べる限り、『1.2 コンテンツという語の』で示したような情報の内容に類する意味合いで「コンテンツ」という語が使われているのは、1992年は1例、1993年に5例だが、1994年になると69例となり、それ以後は加速度的な増加を見せ、逆に情報の内容以外の意味で使われるケースはなくなっている。記事内容は電子出版サービスの紹介や、情報通信機器大手メーカー経営

者による発言といったもので、いずれもマルチメディアやインターネットなどといったキーワードと共に用いられ、情報通信技術と関連する記事であることが分かる。

朝日新聞社など他の主要新聞記事に依っても、上記の米国法案や目次の意以外で発見できる最古の記事は1994年であり、同年には週刊誌における2例しか用例がない。しかしながら、1995年は7件、1996年には26件、1997年は45件、そして1998年には146件と、こちらも90年代後半から急激に増加する。

### 3.2 「コンテンツ」の普及時期の分析

ある新語が一般に普及したと新聞社が判断すれば、記事中におけるその語への注釈は減少するだろうという仮説に基づき、「コンテンツ」という語の一般化していった時期を明らかにするため、朝日新聞の記事データベースを対象とした内容分析を行う。

上記 3.1 のような固有名詞や技術用語以外で用いられている場合、すなわち、「コンテンツ」という語が何らかの「内容」を指し示す意味合いで、朝日新聞・および週刊誌『アエラ』上にて用いられているケースは、1994年が初出である。そのため、1994年1月1日から2009年12月31日までの15年間において、「コンテンツ」という語を含みなおかつ、何らかの「内容」を意味していると考えられる語が含まれている記事を調査対象とする。該当する記事は、2,446件であった。

この2,446件について、①各年毎に記事件数と、②「コンテンツ」という語に注釈が付いているか否かの割合の2つを示したグラフが、以下の表1である。注釈には、①「コンテンツ」という語の直後に丸括弧を用いて日本語で意味を説明しているもの<sup>12</sup>、②日本語の文言に丸括弧を続けて「コンテンツ」と記しているもの<sup>13</sup>、③「Aなどのコンテンツ」といった文面で、Aが「コンテンツ」の部分集合であるか否かが文脈からは判断できず、A=コンテンツと考えることのできるケース<sup>14</sup>の3種が該当するものとした。なお、①や②と、③との両方がある場合は、①や②の内容が優先するものとした。

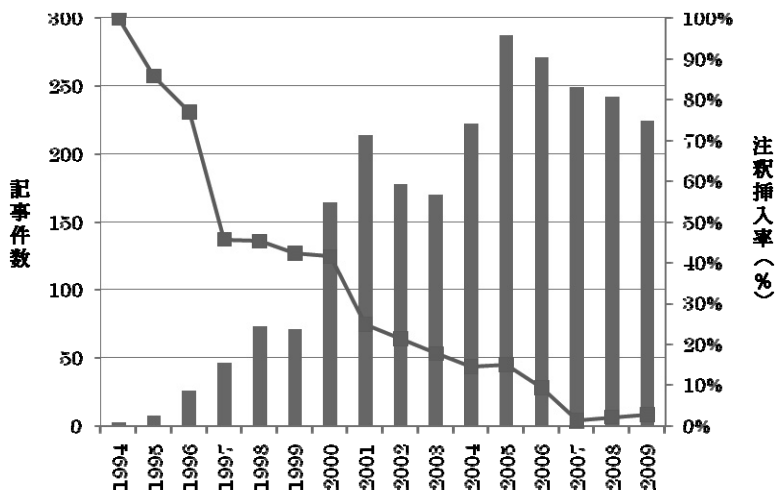


表 1. 記事件数と注釈挿入率

1994～1995年の記事数は合計で8件しかなく、注釈が入らなかった記事は書籍タイトルの引用としての用例1例のみだが、1996年以後は用例も26件、46件、73件と年々増え続け、一方注釈を用いているケースはそれに反比例するように減少し、2007年以後には1～2%台となっている。

以上のデータから、「コンテンツ」という語は、

- ① 1990年代半ばに登場
- ② 1990年代後半に普及
- ③ 2000年代後半に一般化

とまとめることが出来るだろう。こうした一連の流れは、行政文書への登場や森首相の所信表明演説に先んじており、1990年代後半の行政文書で特段の注釈無く用いられていたのは、既にマスメディアを通して普遍化していたからであることが伺える。

### 3.3 「コンテンツ」についての注釈語句の分析

上記 2,446 件の新聞記事内において、「コンテンツ」に注釈が付いていた記事数 415 件であった。本節では、その注釈として用いられた語句についての分析を行う。

上位 15 件は、表 2 の通りである。「情報の中身」、「情報の内容」、「情報内容」、「内容」、「番組内容」、「中身」、「放送内容」などの語句が示すとおり、英語本来の“content”の意味通りに「内容」または「中身」とした意味を付与している注釈は、415 件中 299 件であった。

しかしながら、表 2 の 4 や 10、13、14、15 は英語での意味とはやや異なるものだ。特に「番組」という使い方や、「作品」という用い方は、日本における限定された「コンテンツ」の意味に近い用法である。幾つか用例を引いてみると、「コンテンツ(番組)確保には背に腹を代えられない(1997年5月15日)」や、「スポーツ界からのコンテンツ(番組)獲得競争の第一歩(1997年5月15日)」など、特定のテレビプログラムや作品を指す言葉として「コンテンツ」を用いられていることが分かる。2000年12月2日には、コラムニスト

が「テレビディレクターなんかも、『番組』のことをわざわざ『コンテンツ』と試みたりする」などと、「コンテンツ」という語が本来の意味とは異なった形で多用されていることを揶揄するコラムを書いている。

「内容」や「中身」以外を意味する言葉で「コンテンツ」の注釈が付けられている記事数の割合が、この 15 年間を通じてどのように変化している

	注釈語句	件数
1	情報の中身	96
2	情報の内容	62
3	情報内容	49
4	番組	39
5	内容	33
6	番組内容	11
7	中身	9
8	放送内容	6
9	番組の内容	6
10	情報	6
11	表示内容	4
12	番組の中身	4
13	情報の素材	4
14	情報素材	3
15	作品	3

表 2. 注釈語句の上位 15 件

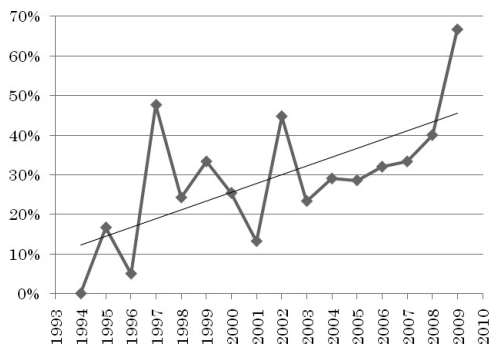


表 3. 内容・中身以外を意味する注釈の割合の変化

かについて示したのが、表 3 である。回帰直線が示すとおり、増加の傾向を示していると考えられる。

### 3.4 キーワードを用いた「コンテンツ」の文脈の推定

上記 2,446 件の新聞記事について、「コンテンツ」がどういった文脈で用いられているのかについて、キーワードによる機械的なマッチングによる分析を試みた。

①「携帯電話(モバイルを含む)」、②「マルチメディア」、③「ネット(インターネット及びパソコン通信を含む)」、④「パソコン(PC及びコンピュータを含む)」、⑤「マンガ(漢字表記を含む)」、⑥「アニメ(含むアニメーション)」、⑦「放送(テレビ・TVを含む)」、⑧「音楽」、⑨「映画(映像を含む)」、⑩「作品または表現」の 10 のキーワードが、当該記事内に存在するかどうかについての機械的処理を行い、各年における全体数との割合について記したものが表 4 である。「マルチメディア」という語の用いられる機会が明らかに減少し、代わりに「携帯電話」が普及していつていることが容易に見出され、当該の新聞記事が 1990 年代後半から 2000 年代の時代的特性を反映していることが伺える。

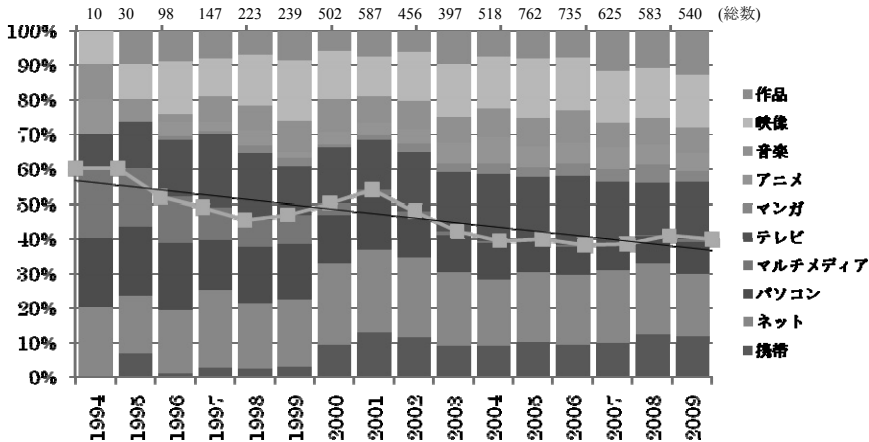


表 4. キーワードの出現割合

「コンテンツ」という語の用法を考える上で留意すべきは、「ネット」、「パソコン」、「マルチメディア」「携帯電話」といった情報通信機器を示す語と共に「コンテンツ」が用いられる機会と、「テレビ」、「マンガ」、「アニメ」、「音楽」、「映像」、「作品」といった、日本語的な意味での「コンテンツ」との親和性が高い語と共に「コンテンツ」が用いられる機会とを比べると、前者の割合が減り後者が増えていつていることである。これは、「コンテンツ」という語が、コンピュータやネットワークを用いてやり取りされる情報内容という意味合いに加えて、2.2 で確認したコンテンツ促進法における定義、すなわち「映画、音楽、演劇、文芸、写真、漫画、アニメーション、コンピュータゲームその他の文字、図形、色彩、音声、動作若しくは映像若しくはこれらを組み合わせたもの」へ、緩やかにその意味を広げている、と考えることが可能であろう。



### 3.5 小括

「コンテンツ」という語の指し示す意味内容の揺らぎについて、朝日新聞の記事群から整理してみたい。

1 つは、英語本来の「中身」、「内容」といった意味である。先に見たとおり、朝日新聞紙上では、全体の約 2/3 がこの注釈を付けられていた。2 つ目は、コンテンツ促進法での狭義の意味合い、例えば「番組」や「作品」といった意味である。この意味合いでの用法が、近年は概ね増加傾向であるというのも、3.3 で検討したとおりである。そして「コンテンツ」には、もう 1 つ、この前二者のどちらにも該当しないものがあり、朝日新聞の記事中から幾つも挙げる事が出来る。

例えば、2000 年 11 月 6 日発行のアエラに、「女子アナは局にとって最大のコンテンツ(p.63)」という文言が登場する。この場合の女子アナは、「内容」とも「作品」とも考えることができず、強いて言えば「売りになる物」というような意味で用いられており、先の前二者の意味に該当するとは考えにくい。同様のケースは幾つか散見でき、例えば 2004 年 8 月 4 日の 27 面では、ある格闘技番組を放送会社にとっての「最大のコンテンツ」としている。これらは恐らく、広く人気を博する情報や番組という意味の「キラー・コンテンツ」の略称として用いられているものと考えられる。「(弱いプロ野球チームに)コンテンツとしての魅力を見いだしてくれたのが幸いでした」(2010 年 11 月 19 日 36 面)などというようなケースも、「人気は盛り上がるはずだし、収入も上げられる」といった前後の文脈から、「内容」や「作品」より「売りになる物」の謂であることが伺える。

以上のように、朝日新聞における「コンテンツ」は、①「中身」、「内容」(英語の意味)、②「番組」、「作品」(コンテンツ促進法における意味)、③「売りになる物」、の 3 通りの用いられ方をしていると考えられる。この③の定義は、1.2 で猥とした定義として示した「ファッション」や「匠の技」といった「コンテンツ」の対象とも矛盾しないものである。日本語における「コンテンツ」は、この 3 つの意味の混合物であると考える事が出来るだろう。

## 4 考察

### 4.1 経済学的側面から見た「コンテンツ」

コンテンツ促進法における「コンテンツ」が、2.1 で指摘したとおり産業振興政策的な側面を持っている以上、「コンテンツ」には経済学的視座からの把握が必要であろう。

田中辰雄は 2005 年に「エンターテインメント系の情報財」と「コンテンツ」を定義している<sup>15</sup>。すなわち、「コンテンツ」は情報財の部分集合であるという。そして、情報財については、Hal R. Varian が、“anything that can be digitized”と大胆に定義している<sup>16</sup>。この定義は大変示唆的である。

産業振興政策である以上、情報財たる「コンテンツ」は、自由財ではなく、価格を持って市場で取引される対象を少なからず含む集合である必要がある。そして情報財を扱うビジネスは、その情報の複製が容易に可能であること、すなわち限界費用が小さいことが、そのビジネスを支える基本的なモデルでもある。

「コンテンツ」における法的定義からは、著作権法で著作物として定義されている、彫刻、建築、模

型、そして舞踊などが除外されているが、これらの表現の特徴を考えると、いずれもインターネットや放送などの情報網を用いて流通させることが不可能、すなわち、物理的な一意性に制約された“digitized”不能な表現、さらに換言すれば、複製が容易ではなく大量生産・頒布の難しい表現であると言える。コンテンツ促進法の定義がこれらを除いているのは、商業的に成立させにくい表現を、「コンテンツ」の定義対象から外したと考えることができるだろう。和製英語としての「コンテンツ」は、強く商業性を志向した言葉であると言える。

ただし、1990年代後半から「番組」や「作品」の意味で「コンテンツ」が用いられていたことから鑑みるに、コンテンツ促進法での定義は、行政府が主導して決めたのではなく、一般化していた意味を追認したものであったと考えるほうが妥当であろう。

「コンテンツ」という言葉が、「売りになる物」という意味で使われるようになったのは、この商業性への志向に依るところが大きいのではないか。

#### 4.2 「コンテンツ」の持つ政治性

「コンテンツ」の法的定義が、社会で広まっていた概念の追認であったとしても、国家が一定の概念を明示し、その対象を積極的に支援すると表明することには、一定の政治性があると考えざるを得ない。

「コンテンツ」が産業振興政策を目的として行政の現場に導入されていった言葉であるのならば、それはすなわち政策的な目標のためであり、さらには一定の方向へ社会を変革させようという政治性のある言葉であると言える。

テリー・イーグルトンは、『文学とは何か』<sup>17</sup>において、文学が『『創造的』、もしくは『想像的』な文字表現』(p.4)のことなのではなく、近代国家によって政治的に「文学だと『教えられるものにほかならない』」(p.304)ことを、近代以後の文学とされるものの系譜を辿ることによって論証するに至った。文学が価値中立ではありえなかったのと同様、「コンテンツ」とされる表現も、政治的に価値中立ではあり続けることは不可能であろう。

例えば、2001年に経済産業省が発表した『メディア・コンテンツ産業活性化研究会 報告書』<sup>18</sup>においては、「一方向からの価値観によって『不快』あるいは『有害』なコンテンツの制作を制限することは、憲法第21条で保障されている「表現の自由」に照らして基本的に望ましいものとはいえず、慎重な対応が求められる(p.52)」としながらも、「メディア・コンテンツ産業が今後も健全な成長を続けていく上での障壁」を取り除くために、表現される内容についてのルール作りに向けた調査・研究が求められるのではないかと提言が行われている。「コンテンツ」を扱う産業が「健全」な成長のためにコントロールを必要としているとする場合、その「健全」さはどのようにジャッジされれば良いのだろうか。今後「コンテンツ」産業や研究に携わろうとする人間達は、「商業性」によって駆動された「コンテンツ」という概念の政治性を意識することが一層求められていくであろう。

#### 注

<sup>1</sup> 財団法人デジタルコンテンツ協会『デジタルコンテンツ白書 2009』(2009・財団法人デジタルコンテンツ協会)

- <sup>2</sup> プレスリリースである『「メディア・ソフトの制作及び流通の実態」調査結果の公表』を参考 ([http://www.soumu.go.jp/menu\\_news/s-news/2006/060623\\_5.html](http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/2006/060623_5.html))。報告書の地の文ではコンテンツについての定義は行われていない。
- <sup>3</sup> 科学技術会議政策委員会『研究情報資源の今後のあり方について』(1995)  
<http://www.slis.keio.ac.jp/~ueda/sip/sip7.html>
- <sup>4</sup> 郵政省『平成9年 通信に関する現状報告』(1997)  
[http://www.soumu.go.jp/main\\_sosiki/joho\\_tsusin/policyreports/japanese/papers/index-97wp.html](http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/policyreports/japanese/papers/index-97wp.html)
- <sup>5</sup> 郵政省『平成11年版 通信白書』(1999)  
[http://www.soumu.go.jp/main\\_sosiki/joho\\_tsusin/policyreports/japanese/papers/99wp/99wp-0-index.html](http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/policyreports/japanese/papers/99wp/99wp-0-index.html)
- <sup>6</sup> IT 戦略会議『IT 基本戦略』(2000) <http://www.kantei.go.jp/jp/it/goudoukaigi/dai6/6siryou2.html>
- <sup>7</sup> IT 戦略本部『e-Japan 戦略』(2001) <http://www.kantei.go.jp/jp/singi/it2/kettei/010122honbun.html>
- <sup>8</sup> IT 戦略本部『e-Japan 重点計画』(2001) <http://www.kantei.go.jp/jp/singi/it2/kettei/010329honbun.html>
- <sup>9</sup> 知的財産戦略本部『知的財産の創造、保護及び活用に関する推進計画』  
<http://www.ipr.go.jp/suishin/030708suishin-j.pdf>
- <sup>10</sup> 山形浩生『「おたく立国」ってマジ?』(朝日新聞 2004年3月6日・52面)
- <sup>11</sup> 大塚英志・大澤信亮『「ジャパニメーション」はなぜ敗れるか』(2005年・角川書店)
- <sup>12</sup> 例えば、「コンテンツ(ゲームソフトや音楽、ビデオなど)」(2000年1月19日)といった使い方
- <sup>13</sup> 例えば、「多様な表現(コンテンツ)」(1998年2月7日)といった使い方
- <sup>14</sup> 例えば、「映像や音声などのコンテンツ」(1998年5月5日)といった使い方
- <sup>15</sup> 田中辰雄「コンテンツ産業の経済・経営分析」(2003・新宅純二郎、田中辰雄、柳川範之(編)『ゲーム産業の経済分析』東洋経済新報社)
- <sup>16</sup> Hal R. Varian “Markets for Information Goods” (1998) Bank of Japan conference  
<http://www.sims.berkeley.edu/~hal/Papers/japan/japan.pdf>
- <sup>17</sup> テリー・イーグルトン『新版 文学とは何か ～ 現代批評理論への招待』(1998・岩波書店)
- <sup>18</sup> [http://www.meti.go.jp/policy/media\\_contents/downloadfiles/0823mitsubishi.pdf](http://www.meti.go.jp/policy/media_contents/downloadfiles/0823mitsubishi.pdf)