

感動の価値創造

経済における価値創造は、財からサービス、そして経験の生産にシフトしており、「感動」は経験価値の核心となる。この「感動の価値創造」をテーマに、12月8日（水）に寒梅館ハーディーホールにて経済学部・ライフリスク研究センター共催シンポジウムを開催した。

第1部では、本学横山勝彦教授によるコーディネートの下、「スポーツコンテンツにおけるイノベーション」をテーマに白熱した議論を行った。パネリストの朝原宣治氏は感動の伝達方法の重要性を指摘した。奥野史子氏はアスリートにとって、人に感動を与えることの喜びを経験することの重要性を指摘すると共に、「シルクド・ソレイユ」を例に、スポーツにおけるアートの価値の付与がスポーツに新しい価値をもたらすことを指摘している。宮本恒靖氏は、成功体験、失敗体験の分析を基に、イメージのシミュレーションを行うことと技術的裏付けを付与するによって、創造的プレーが生まれると提唱した。藤口光紀氏は、芝生・スタジアムといった環境整備への投資がプレーの質を向上させ、サポーターとの感動の共有がプレーヤーに力を与えると述べられた。本学伊多波良雄教授は、スポーツ自体が持つ外部性として、ソーシャル・キャピタルの醸成、地域ブランド・イメージの向上効果があることを指摘した。また、スポーツ観戦が経験財であり、経験価値の要素が、1) エンターテインメント、2) 芸術的価値、3) 脱日常的価値、4) 教育的価値から成立しているとし、競争に誘引されたイノベーションによって経験価値を増大させることができることを主張した。

クロストークでは、スポーツに無関心な層とか次世代にスポーツの感動を伝える手法について議論が行われ、1) プレーヤーの価値の汎用化、2) エンターテインメント性と教育的価値の相反、3) プレーヤーの人間的深みと発信力を高めることによりスポーツの文化的価値を高める、4) 普及と強化が価値創造の源泉となることを理解した投資戦略、5) スポーツの利他的存在価値を長期的視点で敷衍化させることが必要と主張された。

第2部の「コンテンツ産業におけるイノベーション」では、はじめに齋藤茂氏より「ゲーム産業の歴史とイノベーションの方向」をテーマに基調講演があり、ゲーム産業の歴史と重要なイノベーションの説明がなされた後、将来は端末が2つ（iPad+ケータイ等）に集約されていくことを予想し、その覇権をどのように獲得していくかが重要となると述べられた。引き続き、本学河島伸子教授をコーディネーターとしてパネルディスカッションが行われた。はじめに、山本壯太氏はテレビ界においては、カラー化、衛星放送の開始、デジタル化、CGの発達などの大きな技術革新を経験し、それとともに番組の質も変化してきたことを述べられた。細井浩一氏はコンテンツ産業の市場規模が12兆円程度であるものの、感動付与という意味での潜在的な価値および外部性は、非常に大きいと主張された。特に、他産業への波及効果の中に、キャラクター、ファッション、カルチャー、デザインまで考慮すると、コンテンツ産業の外延に10兆円以上の価値があると主張している。さらに、映

像機器、ロボット、仮想化技術、コスプレ、などコンテンツ産業なしでは成立しない他産業の規模は、コンテンツ産業の市場規模を遙かに超えると予想し、これらがコンテンツの2次創作と結びつくことによって巨大になるとしている。

クロストークでは、国際市場における日本のコンテンツ産業のコア部分における市場規模縮小傾向低下傾向、インターネットテレビ、グーグルテレビのような新メディアの成立の下での横断的な知識がある人材の必要性が主張された。またテレビが生き残る道は、3Dのような技術面での工夫以上に、番組コンテンツの充実と精度と正確さにあると主張され、触覚等のメディアミックスの可能性が指摘された。また、経験価値の創造が、人間の五感全体を用いたものにまで広がる可能性も指摘されている。

4時間に亘る白熱した議論の下で、盛会の内にシンポジウムを終了した。