

## 生活文化産業学

(第1・3木曜日 午後14時～/成徳学舎)

2012年度前期 第5回 生活文化産業におけるソフト (知働集)

担当: 小原 美和、大倉 朗寛

～講義の流れ～

1. 琉楽.com株式会社 代表取締役 小原美和さんによる講義  
(14:00～/60分)
2. 生活文化産業におけるソフトに関する各種データ (15:00～/20分)
3. 生活文化産業におけるソフトに関する新たな視点 (15:20～/20分)
4. 【情報共有】コンテンツ産業、サービス産業、イベント産業 (15:40～/10分)
5. ディスカッション、まとめ (15:50～/10分)

～内容～

1. 琉楽.com株式会社 代表取締役 小原美和さんによる講義  
(14:00～/60分)  
※内容は別紙を参照してください。

2. 生活文化産業におけるソフトに関する各種データ (15:00～/20分)

「サービス産業のイノベーションと生産性改革に向けた取組の背景」経済産業省  
<http://www.meti.go.jp/committee/materials/downloadfiles/g70124b11j.pdf>

- ・「知 (コンテンツ)」産業について
- ・「働 (サービス)」産業について
- ・「集 (イベント)」産業について

## 3. 生活文化産業におけるソフトに関する新たな視点（15：20～／20分）

ただモノを生産して販売し、その利幅を得るという原始的なビジネスモデルでは、結局のところ、大量生産・大量消費・大量廃棄型の社会の中で、裾野を形成する下請け企業に厳しいコスト削減を押し付けて経営資源の余裕を無くさせることになる。そのため、新たな価値を創出する活動に費用を投じてゆくことが難しくなり、国際競争で勝ち残れない。

インターネットの普及によって、生産者と消費者との商取引を直結することができたが、その一方で相互に交流あるいは学習する機会が失われた。その結果、価格競争が急速に進み、例えば100円の商品は90円となり、時には半額、あるいは通常の商取引では考えられないような価格で販売されるといったようなことが現実化することになった。

そこで、知（コンテンツ）・働（サービス）・集（イベント）というソフト的な視点から商品がもつ本来の価値を見直し、100円の商品を逆に200円とか500円、1000円でも売れるような仕組みづくりが重要となってくる。

たとえば、知（コンテンツ）は、市民大学院のような場で様々な立場や専門知識、経験をもった人同志が交流し、その交流の中から自分のもつ知識や経験を照合し、学術的な新しさを発掘しようとする共通意識でもって、価値のある発見が創出される。その地域にしかないという価値は、世界中の情報をかき集めてこそ知り得る価値であり、身近にあればあるほど、その価値に気付かれにくく、本来の価値が認知されないまま商取引される。そういう本来の価値をより多くの人に知らせるのが、知（コンテンツ）の役割といえる。

次に、働（サービス）は、share KARASUMA のようなシェア・オフィスで相互に専門的な作業を行い合うことで業務の効率化を図り、顧客の求めるニーズに対して最適化された、より迅速なアウトプットが可能になり、サービスの価値を高めることができる。ビジネス的サービスに対するニーズの変化は早く、固定化された組織では対応に無駄や無理が発生しやすい。各プロジェクトごとに最適なチームを創り、プロジェクトが終了すれば解散し、それぞれのプロジェクトに呼ばれて活動する。そういった柔軟にチーム体制が組み替えられる仕組みが創れば、変動する顧客ニーズにも無駄なく無理なく的確に対応できる。

最後に、集（イベント）は、たとえば琉球シンカや小脇など、全国的に開設されているコワーキング・スペースという場を介して様々なイベントが開催され、多様かつ多層な人的ネットワークが形成されている。その場では、コンテンツ生産、サービス提供、イベント開催の場となり、様々なアイデアが日々創出される場として今後とも大いに注目される。

これら、知・働・集の事業群がそれぞれ多様かつ多層なネットワークを形成し、産業が形成されてゆけば、どういったことが起りえるだろうか。お互いにもつ価値や意識、認識がある程度共有化された状態で商取引されるわけであるから、本来もつ価値はもちろんのこと、それ以上の価値が新たに創造されるかもしれない。また、逆に、全く知らない商品やサービスがネットワーク外から突然入ってきても、ネットワーク内のニーズにマッチするまでには時間を要して、極端な場合は拒絶されるなど、ある種の経済秩序みたいなものが保たれると考えることができるのではないだろうか。

しかしながら、この知・働・集という価値を付加するソフト関連事業群だけでは、永続可能な産業は形成されないと考えられる。前回の講義で取り上げた衣・食・住という生活必需品ハード関連事業群と相互に関連し、目に見えるハード的な価値と、目に見えないソフト的な価値が相互に交換されながら、永続可能な産業が形成されてゆく。

そして、その産業形成の過程において、ハード的な視点からのモノづくりとソフト的な視点からのコトづくりが相互に連携し、特に、知（コンテンツ）・働（サービス）・集（イベント）というソフト的な付加価値で、モノを最適な価格で売る仕組みづくりが求められている。さらには、美（芸術的な美しさなど）・感（人間がもつ五感、感情など）・脳（快眠、癒し、カウンセリングなど）といったセンス的な視点からも価値を高めることが可能となっている。新しい技術や、オンリーワンな独自の技術といったハード的な価値のみにこだわらなくても、ソフト的な視点から価値を高めて国際競争に勝つ選択肢は沢山ある。要は、消費者との交流の中から、独自に価値を共有して高める活動ができているかどうか、今まさにモノづくり系の企業、特に中小企業に問われている課題といえる。

しかし、モノづくり系の中小企業は、この知・働・集というソフト的な価値を高めるために何故か資金を投じようとしなない。その理由を知りたいと考え、とある金融機関の窓口を訪ねた。「当行では、モノをつくる機械や設備にかかる費用にしか融資できません。」という担当者の一言で疑問は晴れた。モノづくり系の中小企業の経営者は、経営コンサルタントや金融機関によって、モノづくりそのものに特化させられる方向にミスリードされている。そこではモノを生産して販売するという原始的なビジネスモデルしか想定されておらず、その原始的なビジネスモデルで国際競争を生き抜いてゆかなければならない状況に追い込まれる。無理な海外進出を余儀なくされ、否応無しに資金や人材など経営資源を浪費してゆくことになる。ならば、モノづくり系の中小企業、あるいは市民自ら各地域の経済活動を活性化させるカネに相当するような媒体を創ることができなければ自立できない。逆に、そのような媒体を創ることができれば、各地域内のモノ・カネ・ヒト・情報の交換を促進することができ、その集積が永続可能な産業形成、そして真の地域振興につながる。

その永続可能な産業形成の担い手となるのが、比較的自由に動けて、スマートフォンを片手にインターネットを使いこなす熱意と志のある若者たちである。特に、製造業に携わる中小企業はモノづくりに専念するが故に、新技術や高品質、短納期など、いわゆる使用価値にこだわりすぎる傾向がある。いくら良い商品を生産しても売れるような時代ではなくなっている。そのような時代の中で、安い労働力を求めて海外進出しようとするコスト削減戦略だけが唯一の経営改善の選択肢となっている。それは経営コンサルタントや金融機関がミスリードした。その流れを変えられるのは、熱意と志のある若者たちである。

彼（彼女）らの視点が大手志向から中小企業や起業志向に変われば、これまで日本経済を下支えしてきたモノづくりと、新たな価値を創出するコトづくりが相互に連携し始める。多様かつ多層に形成されたネットワークを介して、価値が共有されるコミュニティが形成され、その場や機会を通じて商品やサービスが価格を下げることなく商取引が促進される。

いま、その方向に舵を切ることができれば、先行きが不透明な日本経済にも一寸の光が差し込む可能性が出てくる。本日の講義を日本経済のターニングポイントにすべく、さらなる議論を深めてゆきたい。

4. 【情報共有】コンテンツ産業、サービス産業、イベント産業（15：40～／10分）

- ・コンテンツ産業強化（METI/経済産業省）

[http://www.meti.go.jp/policy/mono\\_info\\_service/contents/](http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/contents/)

- ・クール・ジャパン／クリエイティブ産業政策（METI/経済産業省）

[http://www.meti.go.jp/policy/mono\\_info\\_service/mono/creative/](http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/creative/)

- ・統計局ホームページ/サービス産業動向調査

<http://www.stat.go.jp/data/mssi/index.htm>

- ・社団法人 日本イベント産業振興協会

<http://www.jace.or.jp/>

- ・統計局ホームページ/労働力調査 長期時系列データ

<http://www.stat.go.jp/data/roudou/longtime/03roudou.htm>

- ・生活文化産業学 | 市民大学院（文化政策・まちづくり大学校）

<http://bunka-seisaku.org/sbsg2012.html>

5. ディスカッション、まとめ（15：50～／10分）