

# アナログ回帰は 「先読み力」で勝負する

(株)アルティスタ  
人材開発研究所  
代表

玄間千映子

夏目漱石の「草枕」に「智に働けば角が立つ」という一節がある。デジタル化によって組み立てられた「理的化した空間」の居心地は、生身の人間にとつては必ずしも「心地よい」ものではなさそうだ。人間はどうやら温もり、優しさといった曖昧な空間が捨てがたいようで、昨今、音楽やゲームの世界でアナログ回帰の動きが目立っている。

成熟したデジタル化社会のアナログ回帰現象は、なにも日本に限ったことではなく世界的傾向だという。そうであるならこの風向きは、日本にとつては世界に日本を位置づけるまたとないビッグチャンスだ。

今では音楽は、CDからではなくネットからダウンロードし、入手するものと相場が決まってきた感がある。ところが近頃、マニアの間ではCDの前身であるレコードやカセットテープ

が復権しつつあるという。そもそもCDの登場は、レコード盤を走る針やテープの巻きが起すノイズを除去し、音源そのままのピュアな音を視聴者に届けることだった。ところが、その除去したはずのノイズの存在が逆人間の不完全性と重なったのか、今ではノイズの取り切れていない状態のレコード等がブームになりつつあるという。

同様の現象は、ゲームの分野でも起きている。トランプやオセロといったボードゲームを仲間同士で楽しむ遊び場を提供する「ボードゲームカフェ」が増えているという。生身の人間を目前にすれば、打つ手が限られてきたときの焦りの表情、決め手を掴んだときの余裕の表情等々という、コンピュータ相手では得ることができない一喜一憂の気分を感じながら、遊ぶことが出来る。ここでもまた感情という「雑味」が新鮮味とされている。

「音楽」は姿を持たない点でコンピュータの土俵にある情報と同じだし、「ゲーム」はルールの塊だからコンピュータを動かしているプログラムと同質だ。そのためコンピュータの能力アップとともに、行き着くところまで容易にデジタル化が加速したわけだが、その結果、排除された「人間らしさ」という雑味が大きくなり、新市場として生まれてきたのだ。

ところで、デジタルからのアナログ回帰で人々が関心を持つものに「先読み力」が上げられる。AIにもありえず、人間にしかない力だけれど、中でも日本人はものの変化を先読みして加工する「職人技」や、客の期待を先読みして対応する「もてなし」を発信できるほど、この力が強い。課題は「日本製は高い」という、生産物の値付けの説明力だ。購入者全員がリピータではない。「先読み」とは

潜在リスクの除去。だから、未使用者に先読み力でどんな潜在リスクを除去したかを伝える力がつけば、日本製の値段は「使い手に立った、安物買いの銭失いをさせない結果」の値段だということが伝わるだろう。「ブランド包装紙」とは異なる値付け思想の発信だ。

人間はリスクに弱い。アナログ回帰の市場下に、「先読み力」でどんな潜在リスクを除去したかを知らせることが出来るかが、日本の値段の勝負である。

《筆者紹介》  
玄間千映子（げんま・ちえこ）



(株)アルティスタ人材開発研究所代表。國學院大学卒。米インマヌエル大学大学院卒業後、米スタンフォード大学ビジネススクール修了。財団法人日本船舶振興会（現日本財団）役員、国会議員各秘書を経て1994年に前身の(有)アルティスタを設立し代表に。2006年現社名に改組。日本経済大学大学院非常勤講師、(一社)水低質浄化技術協会監事などを兼任。著書に「ジョブ・デザインクリプション 一問一答」「リストラ無用の会社革命」など。