

## 素人によるイノベーション

ホリエモンこと堀江貴文さんが、毎年クリスマス時期に開催している『クリスマスキャロル』のミュージカルを知っているだろうか？

実業家の堀江さんが主役を演じる劇なので、ホリエモンの個人的な趣味のイベントだと捉えている人も多いかもしれないが、イノベーションに関心のあるビジネスマンは注目してほしい。なぜなら、コンテンツをアップデートするヒントが詰まっているからだ。

現在、世の中に存在するミュージカルは、演劇が好きなのために作られている。上演中の飲食は禁止され、一緒に観劇している家族や友人との会話も許されない。しかも、上演するのは大抵ディナータイム。当たり前のマナーと思われるかもしれないが、お腹がすぐ時間帯に、じっと座って観続けるのは、ミュージカル好き以外にとっては正直苦しい設計だ。

友人をミュージカルに誘いたくても、ミュージカル好きでない限り、誘うのに躊躇してしまう。家族を連れていきたくても、子供をじっと席に座らせるのは至難の業。このままでは、ミュージカルを楽しめる人口は先細りし、文化として衰退してしまう可能性もある。

だが、ミュージカルも観られて、食事もでき、自由に振舞いながら楽しめる設計であれば、この課題

文 佐渡島庸平

text by Yohei Sadoshima

は解決する。それを実現しているのが、堀江さんの『クリスマスキャロル』なのだ。ここでは「食×劇」をテーマに、劇と食事が同時に楽しめるように絶妙な工夫が年々施されている。

玄人のために作られて、素人に優しくない設計は、実は世の中に多く存在する。その歪みを発見し、アップデートしたコンテンツを人はイノベーションと呼ぶ。数々のイノベーションを起こしてきた任天堂も、起源を遡ると賭博の用具として見なされていた花札を多くの人が楽しめる遊具に進化させたことが成功のはじまりだ。

玄人むけに閉じられていたものを、多くの人が楽しめるようにアップデートする。一見、大切にしてきた伝統を損なう行為のように映るかもしれないが、文化はこうして成熟していく。歌舞伎も、玄人以外の人たちを排除していた時期が長かったが、最近では門戸を広げる挑戦に踏み出しはじめた。

どうやって、玄人のためのコンテンツを、素人が楽しめるものに進化させるのか？

堀江さんの『クリスマスキャロル』には、その挑戦の痕跡が垣間見られて、コンテンツのアップデートを考える僕にとって、非常に刺激的な場となっている。



### Profile

株式会社コルク 代表取締役

2002年講談社入社。週刊モーニング編集部にて、「ドラゴン桜」(三田紀房)、「働きマン」(安野モヨコ)、「宇宙兄弟」(小山宙哉)などの編集を担当する。2012年講談社退社後、クリエイターのエージェント会社、コルクを創業。著名作家陣とエージェント契約を結び、作品編集、著作権管理、ファンコミュニティ形成・運営などを行う。従来の出版流通の形の先にあるインターネット時代のエンターテインメントのモデル構築を目指している。