



紹介者

大久保 和孝

大久保アソシエイツ  
取締役社長



里見 治紀

セガサミーホールディングス  
取締役社長グループCEO

## エンターテインメントの存在意義

コロナ禍により最も大きく変化したのは人々の価値観ではないか。人々は従来の時間やお金の使い方、家族とのあり方、働き方などを強制的に変えざるを得なくなった。それに伴い消費行動も大きく変化した。小売業では百貨店など打撃を受けた業態がある一方、スーパーやドラッグストアなどエッセンシャルは好調だ。コンビニではテレワークの普及により、特に都市部で戦略の見直しを余儀なくされている。人々の消費行動が変化したことで、同じ業態でさえエリアなどによっても業況が複雑に異なる。

私たちエンタメ業界でもゲームセンターやパチンコホール、劇場や映画館など、リアルな場を提供する業態が大打撃を受けた。それに対し、巣ごもり消費の影響によりゲームや映像・音楽などのデジタル配信は好調だ。消費行動、まさに人々の価値観が変わった一例である。コロナによって急速に変化させられた人々の価値観が、ポストコロナでどのように変化し、社会の潮流がどう変化していくのかに注目したい。

コロナによってエンタメを生業とする私たちの存在意義について、あらためて深く考える機会となった。極論すれば、エンタメは平和でなければ消費されない“平和産業”といえる。コロナ発生初期にパチンコホールやライブハウスが非難を浴び、エンタメは不要不急ビジネスとして存在意義そのものを問われた。実は今回に始まったことではなく、10年前東日本大震災の時も、ゲームセンターやパチンコホールは電力消費を理由に不要不急ビジネスとしてその存在意義を問われた。災禍の際にはエンタメ産業は往々にして矢面に立たされる業界である。

一方、それでもそこで余暇を過ごしたいと考え、精神的な安定をエンタメに求めてくださる数多くのお客さまがいる。衣食住、安心・安全が満たされた次に人々が求めるのは、喜びや刺激、安らぎである。もちろん「エンタメがなくても人は生きていけるが、人生に彩りを与えてくれる」のがエンターテインメントである。

10年前も今も、“エンタメの存在意義”は変わらない。私たちが掲げるミッション「感動体験を創造し続ける」ことが私たちの存在意義であり、不変の価値観であると、さらに確信を深めている。

▶▶ 次回リレートーク

轟 麻衣子

ポピンズホールディングス  
取締役社長