JBN

AI時代、『世界を動かす力。』とは―美意識とテクノロジーが拓く、新たな価値創造

MITメディアラボ副所長・石井裕教授 × グローバルCEOアドバイザー・高橋琴美。世界の競争原理が変わる今、人間の真価から企業価値、100年先の未来までを問う特別対談を12月2日に開催。



MITメディアラボ教授・副所長 石井裕氏 × グローバルCEOアドバイザー・東証プライム上場企業社外取締役 高橋琴美。テクノロジーとグローバル経営の視点から、次の時代の価値創造を問う。

AIが答えを生み出す時代に、私たちは何を価値とし、どのような未来を創造するのか。

知識、技術、創造的な表現へのアクセスが飛躍的に広がる今、世界の競争原理は大きな転換点を迎えています。
これからの時代、**人間の真価とは何か。企業の持続的な競争力はどこから生まれるのか。そして、私たちは100年先の世界に何を残すべきなのか。**
一般社団法人Japan Beauty Network（東京都港区、高輪ゲートウェイ、代表：高橋琴美）は、2026年12月2日（水）、MIT（マサチューセッツ工科大学）メディアラボ教授・副所長の石井裕氏と、グローバルCEOアドバイザー、東証プライム上場企業社外取締役であり、JBN創設者・代表理事を務める高橋琴美による特別対談を、東京・高輪のMoN Takanawa: The Museum of Narrativesにて開催いたします。

What Will Shape the World in the Age of AI?― 美意識とテクノロジーが拓く、新たな価値創造 ―

人間とテクノロジーの関係を再定義してきた世界的研究者と、グローバル経営・M&A・企業価値創造の最前線で世界を舞台に活動してきた経営戦略家。
この二人がアート、デザイン、科学、テクノロジー、文化資本、経営という領域を横断し、これからの時代の価値創造とリーダーシップのあり方を探究します。

■ 世界の競争原理が変わる。次の競争優位はどこから生まれるのか。

かつて、資源や生産力が国家の競争力を左右し、その後、技術や情報、知識が経済成長の重要な源泉となりました。しかし、今、AI・デジタルテクノロジーの急速な進化は、こうした従来の競争優位のあり方を変えています。
世界中の人々が高度な知識や技術にアクセスできる時代に、企業はどのように独自性を確立し、持続的な競争優位を築くことができるのでしょうか。

経済成長の指標だけでは測れない価値。
効率性だけでは生み出せない価値。
アルゴリズムだけでは説明しきれない価値。
感性、美意識、身体性、想像力、独創力、そして文化に宿る思想。

これらの目に『見えない価値』は、テクノロジーや経営戦略と結びつくことで、どのようなイノベーションを生み出すのでしょうか。

本対談では、**人間の真価、企業価値、そして社会の未来**という三つの視点から、次の時代の価値創造を問い直します。

■ MITの先端研究とグローバル経営が交差する

MITメディアラボの石井裕教授は、「Tangible Bits」「Radical Atoms」などの先駆的な研究を通じ、デジタル情報と物理世界を融合させ、人間とテクノロジーの関係を再定義する研究を展開してきました。また、「TeleAbsence」をはじめ、不在や時間の隔たりを越えた人間の存在、記憶、感性についても探究しています。
アート、デザイン、科学、テクノロジーの領域を横断し、人間の感性や創造性の可能性を広げるその研究は、未来の社会を考える上でも新たな視座を提示しています。

一方、高橋琴美は、20年以上にわたる海外でのグローバル経営のビジネス経験を背景に、グローバルCEOアドバイザーとして、クロスボーダーの交渉、戦略、M&A、経営戦略、企業価値創造の領域で活動してきました。
世界市場において、何が企業の競争優位を生み、何が持続的な企業価値となり得るのか。
その実務経験を背景に、文化、美意識、精神性、信頼といった無形の価値を経営資源として捉え、ブランド価値・企業価値・国際競争力へとつなげる「文化資本経営」の可能性を提唱しています。

テクノロジーとの掛け算によって、人間の可能性をいかに広げるのか。
経営とリーダーシップによって、その可能性をいかに企業や社会の価値へとつなげるのか。

異なる専門性を持つ二人が、既存の産業や学問の枠を越え、未来の価値創造を共に考えます。

■ 模倣できない価値が、次の競争優位になる。

JBNは2026年5月、戦略白書『Cultural Capital as Economic Power』のプレリリースを発表しました。
同白書では、日本が有する豊かな文化的価値と、それが世界市場において獲得する経済的価値との間に存在する隔たりを「**Value Capture Gap（価値獲得ギャップ）**」として捉えています。
日本の技術、文化、工芸、食、建築、デザイン、ものづくりは、世界から高く評価されています。
しかし、その評価は、ブランド価値や価格決定力、企業の収益力、文化の担い手の経済的な豊かさ、国際的な影響力へと十分につながっているのでしょうか。
優れた価値を持つことと、その価値に見合った経済的・社会的成果を獲得することは、必ずしも同じではありません。
日本が有する独自の文化資本を、テクノロジー、デザイン、ブランド戦略、グローバル経営と結びつけることで、どのような可能性が生まれるのか。
文化の本質を守りながら、価値を創造し、獲得し、その成果を人や文化、次世代へと還元する持続的な仕組みをいかに構築するのか。

今回の特別対談では、こうしたJBNの問題意識を、MITの先端研究とグローバル経営という異なる視点からさらに深めていきます。
戦略白書プレリリース：
https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000009.000163787.html

■ 人間の真価から、企業価値へ。そして100年先の未来へ。

本対談では、以下の四つのテーマを軸に議論を展開する予定です。

01｜WHAT ― 美意識の共鳴

AI時代、人間は何に価値を見いだすのか。

感性、身体性、記憶、想像力。言語化や数値化だけでは捉えきれない人間の価値を、テクノロジーはどのように表現し、拡張することができるのか。

02｜WHY ― 見えない美は、なぜ資本になり得るのか。

文化、美意識、企業文化、信頼、ものづくりの精神性といった無形の価値は、持続的な企業価値や国際競争力の源泉となり得るのか。
日本が持つ独自の価値を世界市場で生かすためには、どのような経営戦略が必要なのか。

03｜HOW ― テクノロジーと文化資本が協創する未来

アート、デザイン、科学、テクノロジー、文化資本が交差することで、どのような体験、製品、サービス、事業が生まれるのか。
新たな可能性を社会に実装し、持続的な経済的・社会的価値へとつなげるために、経営とリーダーシップはどのような役割を果たすべきなのか。

04｜VISION ― 100年後に、私たちは何を残すのか。

独創力と協創力を備え、世界に新たな価値を提示できる次世代のリーダーをいかに育むのか。

短期的な成果だけでなく、次の100年を見据えたとき、私たちは未来の社会に何を残すべきなのか。

人間の感性から企業の競争力へ。そして、次世代の社会と文明の未来へ。

一つの専門領域に閉じることなく、これからの時代の価値創造を多角的に探究します。

■ ラグジュアリーからテクノロジーへ。領域を越える知の対話

2026年2月、JBNは、カルティエ、ヴァン クリーフ＆アーペル、モンブランなどのメゾンを擁するリシュモンの日本における経営トップ、三木均氏と高橋琴美による特別対談を開催し、日本の美意識とラグジュアリーの価値創造について議論しました。



リシュモン ジャパン 三木均CEOとJBN代表理事 高橋琴美による特別対談 ― 『世界のラグジュアリーは、なぜいま日本美に注目するのか。』

そして今回、その問いをテクノロジーの領域へと広げます。

ラグジュアリー、アート、デザイン、科学、テクノロジー、経営。

異なる産業や専門領域を横断することで、新たな価値創造やイノベーションの可能性を探る。

JBNは、世界的な研究者や企業経営者との対話を通じ、文化と経済、伝統と革新、日本と世界をつなぐ取り組みを推進しています。

■ 伝統と革新が交差する、約100畳の空間

今回の対談の舞台は、世界的建築家・隈研吾氏の設計事務所が外装デザインを手がけ、日本の文化を未来へとつなぐ新たな文化創造拠点「MoN Takanawa: The Museum of Narratives」。
日本の身体文化を象徴する約100畳の畳空間「Tatami」と、先端のデジタル表現が共存するこの場所は、本対談のテーマそのものを象徴しています。
当日は、博多独楽師・珠楽氏による特別パフォーマンスに加え、日本の伝統美を現代のクチュールへと再構築するアートクチュールブランド「MAYA HASEGAWA」が衣装協力として参画します。
建築、伝統芸能、デザイン、テクノロジー、経営。
異なる領域を横断し、日本の文化資本が現代のイノベーションと結びつく可能性を、対話と空間の両面から提示します。

■ 経営者、投資家、研究者、クリエイターが共に考える未来

これからの世界が直面する課題は、一つの専門領域だけで解決できるものではありません。

テクノロジーの可能性を探究する研究者。

新たな価値を社会に実装する経営者。

未来の可能性に資本を投じる投資家。

新たな感性や価値観を提示するアーティスト、デザイナー、クリエイター。

そして、次の時代を担うリーダーたち。

本対談は、こうした異なる領域の専門家やリーダーが、未来の価値創造について考える知的交流の機会です。

AI時代、日本は世界の変化に適応するだけなのか。それとも、新たな価値を世界に提示する存在となるのか。

12月2日、MITの先端研究とグローバル経営という二つの視点から、その可能性を探究します。

■ 開催概要

Japan Beauty Network EXCLUSIVE DIALOGUE 2026

What Will Shape the World in the Age of AI?

― 美意識とテクノロジーが拓く、新たな価値創造 ―

開催日：2026年12月2日（水）

開始時間：14:30より（＊事前登録・招待制）

会場：MoN Takanawa: The Museum of Narratives「Tatami」

登壇者：石井裕氏 × 高橋琴美

特別出演：博多独楽師・珠楽氏

衣装協力：MAYA HASEGAWA

主催：一般社団法人Japan Beauty Network

■ 登壇者プロフィール

石井 裕｜Hiroshi Ishii

MITメディアラボ 教授・副所長

人間とコンピュータのインタラクション（HCI）分野を切り拓いてきた世界的な研究者。

1995年にMITメディアラボに参画。「Tangible Bits」「Radical Atoms」などの独創的なビジョンを通じ、デジタル情報と物理世界を融合する新たな研究領域を創出。その先駆的な研究は国際的に高い評価を受け、数々の国際賞を受賞。

近年は「TeleAbsence」を提唱。アート、デザイン、科学、テクノロジーを横断し、人間の感性、身体性、創造性を探究するとともに、人間とテクノロジーの関係を再定義し、未来の創造に挑み続けている。

公式サイト：https://www.media.mit.edu/people/ishii/overview/

高橋 琴美｜Christine Takahashi

グローバルCEOアドバイザー｜文化資本戦略家

Worldwide City Group CEO｜東証プライム上場企業 社外取締役

Japan Beauty Network 創設者・代表理事

ハーバード・ビジネス・スクール AMP修了。長江商学院（CKGSB）Executive MBA修了。

20年以上の海外ビジネス経験を有し、グローバル経営、クロスボーダーM&A、企業価値創造を専門とする。2025年、Worldwide City Groupは米Business Management Reviewによるアジア太平洋地域のM&Aサービスプロバイダー・トップ10に選出。

「文化を国家の競争力へ」というビジョンのもと、Japan Beauty Networkを創設。

自身も茶道・華道・ジュエリーデザイン・中国茶芸に通じ、日本の文化、美意識、精神性を企業価値や国際競争力へとつなげる「文化資本経営」を提唱している。

公式サイト：https://www.cotomiworld.com/

ty Networkについて

Turning Invisible Beauty into Global Value.

― 見えない美を、世界の価値へ。―

Japan Beauty Networkは、日本が有する文化、伝統、精神性、美意識を新たな価値創造の源泉として捉え、次世代への継承と世界への発信を目指す組織です。

国内外の経営者、研究者、文化人、アーティスト、匠、専門家との連携を通じ、文化と経済、伝統と革新、日本と世界をつなぐ取り組みを推進しています。

公式ウェブサイト：https://www.japanbeautynetwork.org

■ 報道関係者からのお問い合わせ先

一般社団法人Japan Beauty Network

広報・事務局

担当：琴森・布山

Email：info@jbnworld.org

TEL：050-7125-8685

本対談の取材、登壇者へのインタビュー等をご希望の報道関係者は、2026年11月27日（金）までにお問い合わせください。

個別インタビューにつきましては、登壇者のスケジュール等に応じて調整させていただきます。

JBNのプレスリリース一覧

https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company_id/163787