

(報道発表資料)

2024年3月12日
西日本電信電話株式会社
和歌山支店

高野山×Social Well-being 高野山にて Social Well-being 体験コンテンツの実証実験を開始！



西日本電信電話株式会社 和歌山支店（和歌山県和歌山市、支店長：土元 章弘、以下、NTT 西日本）は、日本電信電話株式会社（東京都千代田区、代表取締役社長：島田 明、以下、NTT）、株式会社エクサウィザーズ（東京都港区、代表取締役社長：春田 真、以下、エクサウィザーズ）、高野山大学密教文化研究所（和歌山県伊都郡、所長：佐藤 隆彦、以下、高野山大学）と連携し、「高野山×Social Well-being」に関する体験コンテンツの実証実験を開始しました。現在、高野山エリアにて体験コンテンツを展示中であり、どなたでも無料で体験いただけます。

記

1. 概要

これまで4者が共同実験として取り組んできた、「高野山×Social Well-being」に関する体験コンテンツ（※1）の商用化に向けた取り組みの一環として、コンテンツ利用の場を提供します。そして、利用者

が体験によって感じたコンテンツの価値や高野山に伝わる真言密教の理解度についてフィードバックを収集します。

Social Well-being とは、「社会的な幸福」ともいい、個人の自律と集団の調和を利他的に共存できるつながりを指します。個人と集団の二項対立を超えるためには、自分（個人）を大事にすると同時に、自分を取り巻く人やモノも大事にし、思いやる利他的な考え方が重要とされています。

※1 : <https://group.ntt.jp/newsrelease/2023/03/20/230320a.html>

2. 体験コンテンツについて

体験コンテンツは大別すると以下 2 種類があり、前者は高野山観光情報センター（※2）にて無料で体験いただけます。

※2 : <https://www.town.koya.wakayama.jp/town/shisetsu/9198.html>



<高野山観光情報センター>

■体験場所や期間について

- ・ 期間 : 2024 年 2 月 27 日 (火) ~ 3 月 26 日 (火)
- ・ 場所 : 高野山観光情報センター (和歌山県伊都郡高野町大字高野山 357)
- ・ 時間 : 9:00~17:00

※高野山観光情報センターの開館時間に準じます。

※期間は予告なく変更する場合がございます。

■コンテンツ① : 高野山パイブロスケープ、阿字観振動瞑想

NTT の振動伝送技術（※3）を活用し、高野山の僧侶の動作を体感しながら、金剛峯寺内の見学や、金剛峯寺にある阿字観道場での瞑想体験を再現します。視覚・聴覚に加えて触覚も提示することで、多様な感覚で風景の中の世界の変化を感じ取ることができ、Well-being 要因を感じられる体験ができます。また、現地の僧侶の動作により生じた振動を音やリズムとして身体に巡らせることで、高野山とのつながりを肌で感じることや、瞑想の経験者（僧侶）の動作のコツを体感することができます。

※3 : <https://www.ntticc.or.jp/ja/archive/works/vibro-scape/>

■コンテンツ② : Well-being マイマンダラ、チームマンダラ

自分自身がよい時を過ごしていたと感じる写真（Well-being な写真）を選択し、それらで構成される「Well-being マイマンダラ」を作成します。Well-being マイマンダラは、高野山の教えを表現している「曼荼羅（まんだら）」の様式に倣って表現され、自分自身のよいあり方（Well-being 価値観）に基づく内観を促します。Well-being マイマンダラを複数人で共有しながら対話をする中で、お互いの価値観理解を促します。さらに、複数人の Well-being マイマンダラを融合して作られる「Well-being チームマンダラ」を用いた対話により、集団がもつ Well-being 価値観の多様性と、その中の一員である自分を俯瞰して感じることが出来ます。この体験コンテンツをベースとした企業向けの研修カリキュラムを提供することで、企業内の多様性認識を促進する役割を担います。

3. 共同実験概要

■目的 :

「高野山×Social Well-being」の体験の効果、およびユースケースにおけるユーザインタフェースやユーザエクスペリエンスについて、調査検討することを目的とします。

■検証項目 :

- ・デジタル空間での体験について、高野山に伝わる哲学や教えを体験できるように高野山関係者からフィードバックを収集します。
- ・デジタル空間での体験、生活圏での体験それぞれについて、国内、海外、一般観光客、企業の4つの観点で検証フィールドを設定し、体験によって得られる価値や効果を検証します。
- ・効果検証の結果を踏まえ、ユースケースを設定し、ターゲットユースケースにおけるユーザインタフェースやユーザエクスペリエンスを検証します。

■各社の役割 :

- ・NTT 西日本 : 検証フィールドの調整、ビジネス視点での体験コンテンツ改善
- ・NTT : 全体統括、全体コンセプト整理、検証設計、検証実施、検証結果の分析、プロトタイプ改善
- ・エクサウィザーズ : プロトタイプ開発環境の提供、ビジネス視点での体験コンテンツ改善、全体コンセプト整理、ビジネス戦略仮説の検討
- ・高野山大学 : 体験コンテンツの監修、真言密教の哲学と実践法の提供、検証フィールドの提供

4. 今後の展望

今回の体験コンテンツ設置によって得られた利用者からのフィードバックをもとに、更なるコンテンツ改善に取り組みます。高野山大学監修のもと体験内容を改善し、観光客や法人を対象とした体験コンテンツの商用化に向けて検討を実施してまいります。

以上