

## 6. 現代アート・パフォーマンスアート

### 第1回超人スポーツゲームズ

超人スポーツ協会(学校法人慶應義塾  
慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科)

実施団体	超人スポーツ協会
実施時期	2016年11月～2017年1月
場 所	東京都、神奈川県
概 要	得意・不得意や年齢、障がいを問わず、誰もが楽しくスポーツを創り楽しむことを目指し、新たなスポーツの創造、体験会を開催。日本の文化と技術が融合した新しいスポーツのあり方を世界に発信することで、新たなスポーツ創造文化の醸成を図る。
効果検証方法	・超人スポーツ競技の体験会を通じ、自らの手で新しいスポーツを生み出すことの意義や楽しさを来場者と共有し、最先端の技術と文化が融合した新たなスポーツ文化として競技種目の拡充を図る。 ・競技開発者・プレイヤー・観戦者など様々な立場の参加者に対するアンケートおよびインタビューにより効果を測定。 ・メディアやインターネット上での波及効果と、視聴者からのフィードバックを収集。

#### 試行プロジェクトの概要

##### 実施目的

スポーツは古来より、身体の可能性を遊び探る場として、また自らの限界に挑戦するとともに仲間と切磋琢磨する場として、高度に洗練されてきた。本事業ではこれをさらに一歩進め、得意不得意、年齢、障がい、資格を問わず、誰もが楽しくスポーツを創り楽しむ未来を創りたいと考えている。

「超人スポーツ」は、人間の身体能力を補綴・拡張する身体拡張工学に基づき、人の身体能力を超える力を身につけ「人を超える」、あるいは年齢や障がいなどの身体差により生じる「人と人のバリアを超える」、そのような超人（Superhuman）として競う、「人機一体」の新たなスポーツを創造する。2020年を契機として、日本の最先端技術と文化をスポーツという形で具現化し世界に発信する。人機一体に纏わる技術を一般に普及させ、超人スポーツ産業をレガシーとして残す。このような未来の実現に向けて、本年の試行プロジェクトとして、第1回超人スポーツゲームズを開催する。

超人スポーツを創り出すためには、単に技術を極めるだけでなく、その技術を身に纏ったプレイヤーがスポーツとして楽しめるようルールをデザインすることが必要となる。そこで慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科では、当研究科教員を主体とした「超人スポーツ協会」を設立し、これまで、一連の「超人スポーツハッカソン」を開催し、オープンイノベーションに基づきエンジニア・デザイナー・プランナーなど様々な分野の人々の知恵と技術を結集し、新たなスポーツを創造してきた。今後2020年に向けて、超人スポーツにより、

- 1) 日本の文化とテクノロジーをスポーツの文脈で発信することができるか
- 2) 健常者・障がい者を問わず楽しめるようなスポーツが生み出せるか

を検証する上で、今回の試行プロジェクトにおいては、超人スポーツ協会との連携のもとでプレイヤー育成と技術とルールデザインの洗練、競技会開催を通じて、障がい者を含む競技者の育成および超人スポーツによるテクノロジーと文化の発信を試みる。

#### 取組み内容

本プロジェクトの目的は、これまで様々な場で提案・実装されてきた超人スポーツを、実際に競技会として競技し勝敗を決する場を提供することで、超人スポーツ各種競技のルールデザインの完成度を高め、超人スポーツの競技者を育成し、さらに観戦者を呼びこむことでスポーツエンタテインメントとしての超人スポーツの可能性を検証することであった。そこで本プロジェクトにおいては

- (1) 競技完成度の向上
- (2) 競技者の育成
- (3) 超人スポーツゲームズの開催

の3つの施策に分けて段階的にプロジェクトを推進した。

#### (1) 競技完成度の向上

本試行プロジェクト実施にあたり、これまでの超人スポーツの一連の活動において創造されてきたような新規の超人スポーツを、単に体験可能な試作品の段階から、実際に健常者・障がい者を問わず、競技者同士が競い合い、勝敗を決することができる競技と呼べる段階まで引き上げることが必要となる。そのため、スポーツ・障がい・福祉機器を展示の主とするいくつかのイベントにおいて、健常者、障がい者を対象に体験会を通じたユーザ調査を行い、そこで得られた知見を元に競技の改良を行った。



競技開発の様子



開発した競技1



開発した競技2



障がい者や多様な年齢層を含むユーザによる体験(超福祉展にて)



障がい者や子供が使えるようにするための競技用具のカスタマイズ

## (2) 競技者の育成

開発された超人スポーツが競技として実施できる段階に至るには、それを選手としてプレイする競技者の存在が欠かせない。ここで、ある個人が超人スポーツの選手となるためには、各種目のルールを理解し、練習を行い、安全かつダイナミックな試合を展開しうる段階まで成長する必要がある。そこで本施策においては、事前に選定されたトーナメント競技4種目を対象に、トーナメント戦を実施可能な8人/8チームを育成することを目指し、競技者の募集し複数の練習会を実施した。

競技者の募集はFacebook やイベント出展によって行い、経験者・未経験者あわせて40名ほどが集まった。超人スポーツ協会が主催となって4種目合同で行う2度の合同練習会に加え、各種目の運営チームによる任意の種目別練習会も実施した。この開発ワークショップからは3台のカスタマイズ競技デバイスが生まれ、それらは実際に超人スポーツゲームズにて利用された。

## (3) 超人スポーツゲームズの開催

### 概要

4種目のトーナメント競技、2種目のデモンストレーション競技、および4種目の体験競技が一同に会する場として、11月23日に東京都港区の東京タワーメディアセンターにおいて、第1回超人スポーツゲームズを開催した。トーナメント競技には計57名の選手が集まり、予選・決勝戦あわせて42試合を実施し、各種目における第1回の世界チャンピオンが決定した。

### 開会式・予選

超人スポーツ協会共同代表 稲見昌彦より開会の挨拶、出場選手を代表して安藤良一より選手宣誓を行った後、バブルジャンパー、キャリオット、HADO、ホバークロスの4種目の超人スポーツ競技が午後の本戦に向けた予選を開始した。3本先取で勝敗の決まるホバークロスでは、予想を大きく上回る混戦状態が続き、見ごたえのある試合展開が数多く見られた一方、次いで行われた2本先取で勝敗の決まるバブルジャンパーでは練習量の差が競技者の実力に如実に表れることとなり、フルカウントに持ち込まれる試合は数少なかったが、圧倒的な実力差で勝敗を決する爽快感があった。タイムアタック方式にて予選を行ったキャリオットでは、会場のコンディションに合わせて選手達が駆動機の接地面の摩擦を調整するなど、わずかでもタイムを縮めようと躍起になる姿が見られた。HADOでは、様々なコスチュームで参加する競技者達が会場に彩りを加え、当日の演出と相まって近未来的な光景が描かれていた。

### 体験会

両会場での予選が終了した後、新規に開発されたいくつもの超人スポーツの体験会が実施された。オムニホイールを応用した電動アシスト車椅子を用いて競技を行うスライドリフト、空気砲を備えた車椅子で競技を行う車椅子ボールシューティング、ARと電動カートで競技を行うHADOカート、岩手発超人スポーツプロジェクトで開発された「地方発」の競技であるトリトリとロックハンドバトル、バブルサッカーに用いるバンパーに情報処理技術を組み込んだ器具を用いて行うピカリバブル等のデモンストレーションが行われ、健常者、障がい者、老若男女を問わず多様な来場者が実際の

体験を楽しんでいる風景が見られた。

#### 本戦～表彰式

14:00 から本戦の開会式を、超人スポーツ協会共同代表 中村伊知哉の挨拶により執り行い、予選を通過した選手らによる4競技の準決勝・決勝戦を開催した。

本戦は前半に HADO、キャリオットの2競技を行い、ロックハンドバトルの実演を挟み、後半にホバークロス、バブルジャンパーの2競技の順に行い、それぞれの競技を始める前に、競技開発の経緯や当日に至るまでの出来事を紹介した。HADO では予選を勝ち抜いた4チームによる決勝トーナメントを行い、会場の巨大ディスプレイに映し出されたAR マッピング映像にはフィールドを駆け回るプレイヤー達と美しく刺激的な演出が映し出され、競技者のみならず、観客と共に大きな盛り上がりを見せた。キャリオットでは、各々のプレイヤーが独自に考えたオリジナルの道具を活用し、多様性溢れる試合を展開していた。また、高校時代の頸随損傷による四肢麻痺を抱える選手が他のプレイヤーと全く同じ条件のもと同じように競い合う姿を通して超人スポーツの魅力が訴求され、当日の様子は後に数多くのマスメディアに取り上げられた。

また、本戦の会場設営の隙間時間を利用し、岩手の立国文化を競技に盛り込んだロックハンドバトルの実演を行った。実演では、現在の岩手県の成立に関する伝承に題材を得た競技のデモンストラーションを、ナレーションや巨大ディスプレイを用いた映像演出などを交えて行った。

続く本戦後半のホバークロスでは、まだ珍しい小型セグウェイを乗りこなすプレイヤー同士の機敏な動きが見ものであった。

バブルジャンパーでは、男子の部において激しい巨大人間同士のぶつかり合いが行われた後、女子の部では俊敏で高い技術を持ったプレイヤー同士が八角形状のフィールドを最大限に活用して戦い、洗練された激しい身体動作により多くの観客を魅了した。

すべての試合が終わり、総括として行った表彰式では、共同代表中村伊知哉、稲見昌彦より、各競技優勝者・準優勝者の表彰と共に特別賞の授与を執り行った。



HADO 競技風景



キャリオット競技風景



障がい者選手の競技風景



HADO 優勝チーム



体験会の様子



体験会の様子

## 効果と課題

### 効果

本プロジェクトは、これまで様々な場で提案・実装されてきた超人スポーツを通じて

- 1) 日本の文化とテクノロジーをスポーツの文脈で発信することができるか
- 2) 健常者・障がい者を問わず楽しめるようなスポーツが生み出せるか

を検証することを目的とした。実際に競技会として競技し勝敗を決する場としての「超人スポーツゲームズ」を提供することで、超人スポーツ各種競技のルールデザインの完成度を高め、超人スポーツの競技者を育成し、さらに観戦者を呼びこむことでスポーツエンタテインメントとしての超人スポーツの可能性を検証することを目指した。以下、それぞれの立場の参加者からのフィードバックやメディア報道における反響を元に考察する。

### (1) 開発者、プレイヤー、観戦者へのアンケート及びインタビューによる追跡調査 調査対象

38名(開発者 9/35名、競技者 11/57名、体験会 10/97名、観戦者 8/97名)

11月23日の試行プロジェクト開催後にフィードバック分析の一環として、それぞれの立場からの参加者の意識調査を目的に行った。調査は本試行の感想を伺うという名目のインタビュー形式で実施した。

#### ・開発者からのフィードバック(一部抜粋)

“(調査・開発を継続し)もっとどんな人でも楽しめるような競技になればいい”

キャリオット開発者男性

“プレイヤー同士の心理的駆け引きが生まれてきた。今後は解説も重要な意味を持つ”

バブルジャンパー開発者男性

“さらに競技を進化させて、人の身体に縛られないような競技にしたい”

トリトリ開発者男性

#### ・競技者からのフィードバック(一部抜粋)

“練習が足りない、もっと練習して、もっといい器具を作って、今度こそ勝ちたい”

キャリオットプレイヤー男性

“練習の成果が出た。これからもずっとやりたい”

バブルジャンパープレイヤー女性

“公式プロプレイヤーになりたい、そのためにもっと練習する、応援してください”

HADOプレイヤー女性

以上のように、開発者インタビューからは、本試行プロジェクトを通じ、さらなる技術とスポーツの融合により、誰もが楽しめるスポーツの開発に挑戦したいとする意気込みや、各競技の強いスポーツ要素を実感する声が聞かれた。今回の競技会の開催により、今後も継続的な開発を進めていく上での前向きな姿勢や、開発を通じた完成度の向上が競技を次の段階へ引き上げたことが分かる。

競技者インタビューからは、超人スポーツのスポーツとしての競技性と“つくる”スポーツならではの競技器具の改良に関する意欲を感想として得られた。本試行プロジェクトを通じて、主体的かつ能動的な競技者の育成が行えたといえる。

また、観戦者インタビューからは、本試行プロジェクトが今後より一般に浸透する未来に対する期待や、既存社会の持つ心のバリアに対する効果を実感する声、今後の活動を応援したいとする声が多く得られた。新しいスポーツの開拓に対する期待感が高く、スポーツエンタテインメントとしての超人スポーツの可能性を確認することができた。

(2) インターネット上での閲覧記録及び動画公開、メディアにおける報道、および視聴者からのフィードバック調査

・開設した HP、及び記録動画の視聴数(2017年3月9日時点)

HP 閲覧数 (10月-1月計:52,257)

2016年10月:14,386

2016年11月:19,661

2016年12月:9,719

2016年1月:8,491

総動画閲覧数

3709view、575回(内ゲームズ1160view、491回(85%))

本試行プロジェクトの実施に向け、インターネット上での HP 開設、およびそこでの試行プロジェクトの事前告知、記録動画の公開を行い、SNS 等を通じて情報の拡散を行った。公開動画の視聴者からは、本試行プロジェクトの興行としての価値への注目や、産業としての発展性に関する期待が数多く寄せられ、そのうちの 29 名からは競技への参加や事業としての提携可能性等に関して、協会への直接連絡を受けた。



公式 HP (2016、12/4 公開) 及び YouTube(2016、12/13 公開)の記録動画

・インターネットネット上の記録動画視聴者からのフィードバック(一部抜粋)

“年齢・性別・体格を問わない”“スリルがあるけど 痛くない”

TBS「王様のブランチ」(2016/10/22)

“everyone can compete together on a level playing field”

NHK World TV「Sports Japan」(2016/11/2)

“企業も注目”“(障がい者も)他の参加者と一緒にレースに出ることができた”

テレビ東京「ワールドビジネスサテライト」(2016/11/23)

“障がいや年齢に関係なく誰もが楽しめるスポーツ”

テレビ朝日「スーパーJチャンネル」(2017/ 1/7)

“マスコミ大注目の一大イベント”“漫画・アニメのように個性あふれる競技で白熱”

テレビ東京「特捜ジャンポリス」(2017/ 1/13)

“身体に新しい技術を取り込み、誰もが超人になれる”

AFP「AFPBBnews」(2016/11/24)

開設したインターネット上のHP、公開動画の配信等による事前告知、および事後報告を受け、15名を超えるメディア関連の取材依頼が来た。メディア報道においては、テレビ東京のワールドビジネスサテライトにおいて8分間を超える特集が生まれ、フランスAFP通信からも取材陣が派遣されるなど、非常に大きな反響を得ることができた。上記ワールドビジネスサテライトでの扱いのように、単なるエンターテインメントとしてではなく、産業・福祉の文脈におけるスポーツの新たな可能性として報道される事例が多かったことは特筆に値する。また、スーパーJチャンネルやAFPBB news、などが顕著であるが、年齢、障がい、性別、体格を問わず誰もが新技術を用いることで身体を拡張し、同じ土壌で競い合えること、新産業の種として産業界も注目していること、また特捜ジャンポリスでは、現在週刊少年ジャンプにて連載中の人気少年漫画のパロディ的表現として、最新技術によりこれまで空想だと思われていた漫画、アニメの世界が実現されようとしていることが話題に上り、パラリンピックに見られるであろう高度に洗練されたスポーツ競技器具に関する関心や、そういった器具を身につけ身体の極限に挑む姿勢に対する意識を、福祉、ビジネス、ポップカルチャーなど様々な文脈において幅広い層に啓蒙することができた。

報道や公式動画による本試行プロジェクト実施の様子配信を受けて、各種SNSにおいても、本試行プロジェクトの観戦を逃したことへの後悔や、こうした技術をスポーツが取り入れていくことの可能性、また今後こうした活動がより大規模に広がることに期待する声や、2020年のオリンピック・パラリンピックに向けた「日本発」の取り組みの1つとしての期待感、直接的なオリンピック・パラリンピックの想起などが確認できた。

以上のように、本試行プロジェクトの実施により、超人スポーツを、単なる新スポーツ開発の段階から、実際に競技を行って勝敗を決し、それを観戦して楽しむというスポーツエンターテインメントビジネスの萌芽的段階まで引き上げることができたことで、2020年のオリンピック・パラリンピック開催に向けて、日本発の新たなスポーツ産業・スポーツ文化を生み出す原動力としての超人スポーツへの期待感を高め、2020年に向けた機運醸成に寄与することができた。以下、本試行プロジェクトの2つの目的に対する試行結果をまとめる。

1) 日本の文化とテクノロジーをスポーツの文脈で発信することができるか

AR技術をスポーツに取り入れたHADO、日本の国技である相撲に身体拡張技術を組み込んだ

バブルジャンパー、岩手県の立国に纏わる民間伝承や漫画というポップカルチャーをスポーツに取り入れたロックハンドバトルなどの競技が、超人スポーツを通じて、WBS、NHK World、AFP 等による国内外を問わない報道において大きな反響を呼んでおり、超人スポーツによって「スポーツの文脈で日本の文化とテクノロジーを発信する」ことの可能性を実証することができた。

## 2) 超人スポーツによって健常者・障がい者を問わず楽しめるようになるか

競技「キャリオット」に参加した、頸随損傷による四肢麻痺を抱える選手の事例や、競技「スライドリフト」においてパラリンピアンや車椅子ユーザが健常者以上に楽しむ様子を通じて、超人スポーツが障がい者でも楽しめることを実証し、障がい者が健常者と全く同じフィールドで競い合えることの価値を示すことができた。

## 課題

今後の課題としては、競技を継続的な開発を支援する体制の整備、より新しい観戦形態を生み出すための観戦技術の開発、大学など研究機関の研究成果を取り入れた、より未来に向けた競技の開発など、開発面での課題。定常的に練習が行えるような道具と場所の整備、ルールブックの整備など競技者育成面での課題、感動の演出や応援しやすいルールへの改良など、観戦面での課題などが挙げられる。

また今回の試行プロジェクトにおいて、特に福祉分野における可能性に注目が集まり、2020 オリパラにおいて、日本の新たな福祉スポーツの取り組みとして超人スポーツを発信することへの期待感の高まりを感じた。今後の競技開発において開発段階から障がい者の参画を得ることや、障がい者コミュニティと協力した競技の体験の場の提供など、超人スポーツの取り組みから派生して、障がいを持つ人々が日常生活のなかで楽しめる・役立てられるような新たな福祉技術が生み出される体制を整備し活動をより発展させていくことが極めて重要であることが確認された。

## 将来計画

本試行プロジェクトの成功を受け、現在、大学や研究機関等の学术界や、情報通信産業界のみならず、金融業界や自治体からも、超人スポーツを起点とした新産業分野の創出に向けて本格的に取り組むよう要請が出始めており、単なるスポーツイベントを超えて、超人スポーツを通じたレガシーの創出に関して体制整備を進めている。具体的には、

- ① 身体拡張技術に基づく新たなスポーツ産業／エンターテインメント産業の構築
- ② 障がいを個性・特徴として活躍できる新たな福祉工学への転換
- ③ 「つくる」スポーツ。スポーツ創造に基づく新たな地域文化の創出

の3点を主な軸に、様々な分野での産官学連携による取り組みの可能性について長期計画を策定し始めており、来年度のプロジェクト推進にいかしていきたいと考えている。

以上

## 効果と課題

### 効果

本プロジェクトは、これまで様々な場で提案・実装されてきた超人スポーツを通じて

- 1) 日本の文化とテクノロジーをスポーツの文脈で発信することができるか
- 2) 健常者・障がい者を問わず楽しめるようなスポーツが生み出せるか

を検証することを目的とした。実際に競技会として競技し勝敗を決する場としての「超人スポーツゲームズ」を提供することで、超人スポーツ各種競技のルールデザインの完成度を高め、超人スポーツの競技者を育成し、さらに観戦者を呼びこむことでスポーツエンタテインメントとしての超人スポーツの可能性を検証することを目指した。以下、それぞれの立場の参加者からのフィードバックやメディア報道における反響を元に考察する。

### (1) 開発者、プレイヤー、観戦者へのアンケート及びインタビューによる追跡調査 調査対象

38名(開発者 9/35名、競技者 11/57名、体験会 10/97名、観戦者 8/97名)

11月23日の試行プロジェクト開催後にフィードバック分析の一環として、それぞれの立場からの参加者の意識調査を目的に行った。調査は本試行の感想を伺うという名目のインタビュー形式で実施した。

#### ・開発者からのフィードバック(一部抜粋)

“(調査・開発を継続し)もっとどんな人でも楽しめるような競技になればいい”

キャリオット開発者男性

“プレイヤー同士の心理的駆け引きが生まれてきた。今後は解説も重要な意味を持つ”

バブルジャンパー開発者男性

“さらに競技を進化させて、人の身体に縛られないような競技にしたい”

トリトリ開発者男性

#### ・競技者からのフィードバック(一部抜粋)

“練習が足りない、もっと練習して、もっといい器具を作って、今度こそ勝ちたい”

キャリオットプレイヤー男性

“練習の成果が出た。これからもずっとやりたい”

バブルジャンパープレイヤー女性

“公式プロプレイヤーになりたい、そのためにもっと練習する、応援してください”

HADOプレイヤー女性

以上のように、開発者インタビューからは、本試行プロジェクトを通じ、さらなる技術とスポーツの融合により、誰もが楽しめるスポーツの開発に挑戦したいとする意気込みや、各競技の強いスポーツ要素を実感する声が聞かれた。今回の競技会の開催により、今後も継続的な開発を進めていく上での前向きな姿勢や、開発を通じた完成度の向上が競技を次の段階へ引き上げたことが分かる。

競技者インタビューからは、超人スポーツのスポーツとしての競技性と“つくる”スポーツならではの競技器具の改良に関する意欲を感想として得られた。本試行プロジェクトを通じて、主体的かつ能動的な競技者の育成が行えたといえる。

また、観戦者インタビューからは、本試行プロジェクトが今後より一般に浸透する未来に対する期待や、既存社会の持つ心のバリアに対する効果を実感する声、今後の活動を応援したいとする声が多く得られた。新しいスポーツの開拓に対する期待感が高く、スポーツエンタテインメントとしての超人スポーツの可能性を確認することができた。

(2) インターネット上での閲覧記録及び動画公開、メディアにおける報道、および視聴者からのフィードバック調査

・開設した HP、及び記録動画の視聴数(2017年3月9日時点)

HP 閲覧数 (10月-1月計:52,257)

2016年10月:14,386

2016年11月:19,661

2016年12月:9,719

2016年1月:8,491

総動画閲覧数

3709view、575回(内ゲームズ1160view、491回(85%))

本試行プロジェクトの実施に向け、インターネット上での HP 開設、およびそこでの試行プロジェクトの事前告知、記録動画の公開を行い、SNS 等を通じて情報の拡散を行った。公開動画の視聴者からは、本試行プロジェクトの興行としての価値への注目や、産業としての発展性に関する期待が数多く寄せられ、そのうちの 29 名からは競技への参加や事業としての提携可能性等に関して、協会への直接連絡を受けた。



公式 HP (2016、12/4 公開) 及び YouTube(2016、12/13 公開)の記録動画

・インターネット上の記録動画視聴者からのフィードバック(一部抜粋)

“年齢・性別・体格を問わない”“スリルがあるけど 痛くない”

TBS「王様のブランチ」(2016/10/22)

“everyone can compete together on a level playing field”

NHK World TV「Sports Japan」(2016/11/2)

“企業も注目”“(障がい者も)他の参加者と一緒にレースに出ることができた”

テレビ東京「ワールドビジネスサテライト」(2016/11/23)

“障がいや年齢に関係なく誰もが楽しめるスポーツ”

テレビ朝日「スーパーJチャンネル」(2017/ 1/7)

“マスコミ大注目の一大イベント”“漫画・アニメのように個性あふれる競技で白熱”

テレビ東京「特捜ジャンポリス」(2017/ 1/13)

“身体に新しい技術を取り込み、誰もが超人になれる”

AFP「AFPBBnews」(2016/11/24)

開設したインターネット上のHP、公開動画の配信等による事前告知、および事後報告を受け、15名を超えるメディア関連の取材依頼が来た。メディア報道においては、テレビ東京のワールドビジネスサテライトにおいて8分間を超える特集が生まれ、フランスAFP通信からも取材陣が派遣されるなど、非常に大きな反響を得ることができた。上記ワールドビジネスサテライトでの扱いのように、単なるエンターテインメントとしてではなく、産業・福祉の文脈におけるスポーツの新たな可能性として報道される事例が多かったことは特筆に値する。また、スーパーJチャンネルやAFPBB news、などが顕著であるが、年齢、障がい、性別、体格を問わず誰もが新技術を用いることで身体を拡張し、同じ土壌で競い合えること、新産業の種として産業界も注目していること、また特捜ジャンポリスでは、現在週刊少年ジャンプにて連載中の人気少年漫画のパロディ的表現として、最新技術によりこれまで空想だと思われていた漫画、アニメの世界が実現されようとしていることが話題に上り、パラリンピックに見られるであろう高度に洗練されたスポーツ競技器具に関する関心や、そういった器具を身につけ身体の極限に挑む姿勢に対する意識を、福祉、ビジネス、ポップカルチャーなど様々な文脈において幅広い層に啓蒙することができた。

報道や公式動画による本試行プロジェクト実施の様子配信を受けて、各種SNSにおいても、本試行プロジェクトの観戦を逃したことへの後悔や、こうした技術をスポーツに取り入れていくことの可能性、また今後こうした活動がより大規模に広がることに期待する声や、2020年のオリンピック・パラリンピックに向けた「日本発」の取り組みの1つとしての期待感、直接的なオリンピック・パラリンピックの想起などが確認できた。

以上のように、本試行プロジェクトの実施により、超人スポーツを、単なる新スポーツ開発の段階から、実際に競技を行って勝敗を決し、それを観戦して楽しむというスポーツエンターテインメントビジネスの萌芽的段階まで引き上げることができたことで、2020年のオリンピック・パラリンピック開催に向けて、日本発の新たなスポーツ産業・スポーツ文化を生み出す原動力としての超人スポーツへの期待感を高め、2020年に向けた機運醸成に寄与することができた。以下、本試行プロジェクトの2つの目的に対する試行結果をまとめる。

1) 日本の文化とテクノロジーをスポーツの文脈で発信することができるか

AR技術をスポーツに取り入れたHADO、日本の国技である相撲に身体拡張技術を組み込んだ

バブルジャンパー、岩手県の立国に纏わる民間伝承や漫画というポップカルチャーをスポーツに取り入れたロックハンドバトルなどの競技が、超人スポーツを通じて、WBS、NHK World、AFP 等による国内外を問わない報道において大きな反響を呼んでおり、超人スポーツによって「スポーツの文脈で日本の文化とテクノロジーを発信する」ことの可能性を実証することができた。

## 2) 超人スポーツによって健常者・障がい者を問わず楽しめるようになるか

競技「キャリオット」に参加した、頸随損傷による四肢麻痺を抱える選手の事例や、競技「スライドリフト」においてパラリンピアンや車椅子ユーザが健常者以上に楽しむ様子を通じて、超人スポーツが障がい者でも楽しめることを実証し、障がい者が健常者と全く同じフィールドで競い合えることの価値を示すことができた。

## 課題

今後の課題としては、競技を継続的な開発を支援する体制の整備、より新しい観戦形態を生み出すための観戦技術の開発、大学など研究機関の研究成果を取り入れた、より未来に向けた競技の開発など、開発面での課題。定常的に練習が行えるような道具と場所の整備、ルールブックの整備など競技者育成面での課題、感動の演出や応援しやすいルールへの改良など、観戦面での課題などが挙げられる。

また今回の試行プロジェクトにおいて、特に福祉分野における可能性に注目が集まり、2020 オリパラにおいて、日本の新たな福祉スポーツの取り組みとして超人スポーツを発信することへの期待感の高まりを感じた。今後の競技開発において開発段階から障がい者の参画を得ることや、障がい者コミュニティと協力した競技の体験の場の提供など、超人スポーツの取り組みから派生して、障がいを持つ人々が日常生活のなかで楽しめる・役立てられるような新たな福祉技術が生み出される体制を整備し活動をより発展させていくことが極めて重要であることが確認された。

## 将来計画

本試行プロジェクトの成功を受け、現在、大学や研究機関等の学术界や、情報通信産業界のみならず、金融業界や自治体からも、超人スポーツを起点とした新産業分野の創出に向けて本格的に取り組むよう要請が出始めており、単なるスポーツイベントを超えて、超人スポーツを通じたレガシーの創出に関して体制整備を進めている。具体的には、

- ① 身体拡張技術に基づく新たなスポーツ産業／エンターテインメント産業の構築
- ② 障がい者を個性・特徴として活躍できる新たな福祉工学への転換
- ③ 「つくる」スポーツ。スポーツ創造に基づく新たな地域文化の創出

の3点を主な軸に、様々な分野での産官学連携による取り組みの可能性について長期計画を策定し始めており、来年度のプロジェクト推進にいかしていきたいと考えている。

以上

## 日本の”まつり” Re-Design プロジェクト

株式会社 電通国際情報サービス

実施団体	株式会社 電通国際情報サービス
実施時期	2016年11月～2017年2月
場 所	秋田県、東京都
概 要	2020年に向け、東京だけでなく幅広い日本の地域文化への国際的な関心を高めるため、外国人観光客や自治体・地元の方と共に、祭りの由来や現代における意義を深掘りし、「地域の祝祭」をテーマにアーティスト市原えつこ氏とメディアアートイベントを実施し、地域文化の豊かさを海外に発信していく。
効果検証方法	<b>【短期的】</b> ・実施対象の祭りの魅力発見（再発見）効果、実施対象の祭りの話題性向上効果 <b>【長期的】</b> ・日本の地域文化全体に対する国内外の関心の向上、2020年に向けたインバウンド拡大（観光客増加への寄与）効果 ・関係者、観光客へのインタビューにより効果を検証

### 試行プロジェクトの概要

#### 実施目的

本プロジェクトの実施目的は、オリンピック・パラリンピックに向け国内外の日本文化への関心が高まりやすい時期に、地方の文化を効果的に発信していくことで、日本文化の幅広さ・奥深さへの関心を高め、長期的なインバウンドにつなげることにある。

私共は、地域の祭り・民俗文化の魅力が伝わりにくい要因の一つは、「現代の外部に暮らす人々には、古くに確立し一地域で発達してきた民俗文化の効用が体感として分かりにくい」ことにあると考えている。地域の風習や祭りはコミュニティの結束や日常生活のストレス発散などの機能を有してきた側面もあるが、実際に行事が進むなかでこうした機能が声高に明示されることは少ない。一方で初めてこの行事を目にする外部の人間には、その行事が地域に果たす機能的な意味合いに関心を向けたり理解したりすることは困難である。

そこで本プロジェクトでは、民俗行事「男鹿のナマハゲ」の魅力を、その祭りが地域や住民に果たしてきた「機能」を中心に理解した上で、現代的な文脈で再構築したメディアアート映像を制作し国内外へ発信することとした。現代を生きる国内外の人々が楽しみながら日本の地域文化の本来の役割や意味合いを理解することを通じて、日本の地域的・文化的な魅力の幅広さに気づき、日本への関心や愛着を高める一助とすることを目指した。

取組み内容

【題材となる「男鹿のナマハゲ」に関するリサーチ】

- ・対象とする地方文化として複数の祭り・民俗風習をリストアップした上で、抱えている課題が明確であること、行政が情報発信に意欲的なこと、作品化した際のビジュアル・名称のインパクトが期待できること、といった観点から「男鹿のナマハゲ」を対象活動とした。
- ・男鹿市観光商工課の方々とのミーティング・男鹿市ナマハゲ記念館や関連書籍により情報収集を行い、ナマハゲの由来や特徴、抱える課題等の理解を深めた

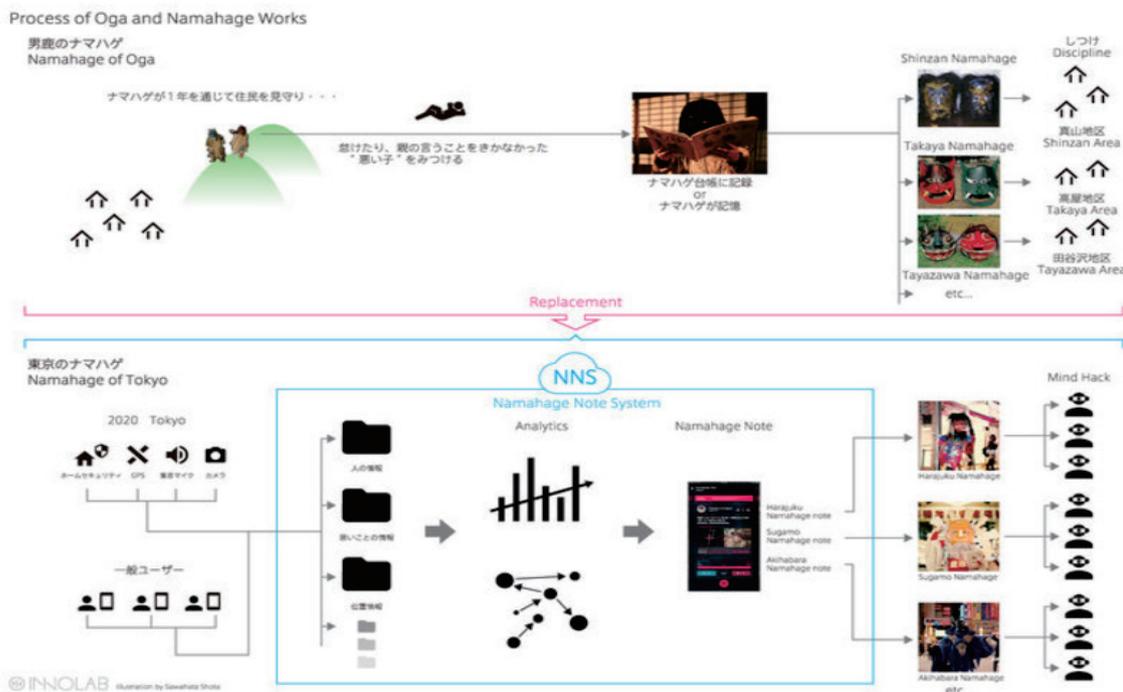
【メディアアート”都市のナマハゲ”コンセプト検討】

リサーチにより明らかになった、男鹿のナマハゲの以下の2つの特徴にフォーカスを当てたメディアアート作品を制作することとした。

- A. 「子供・住民のしつけ」、「相互監視」、「地域コミュニティの維持」という、現代にも必要とされる機能を備えた存在であること
- B. 集落により異なる場所性・材料を生かした面・衣装を纏い、集落ごとに全く異なるビジュアルを有していること

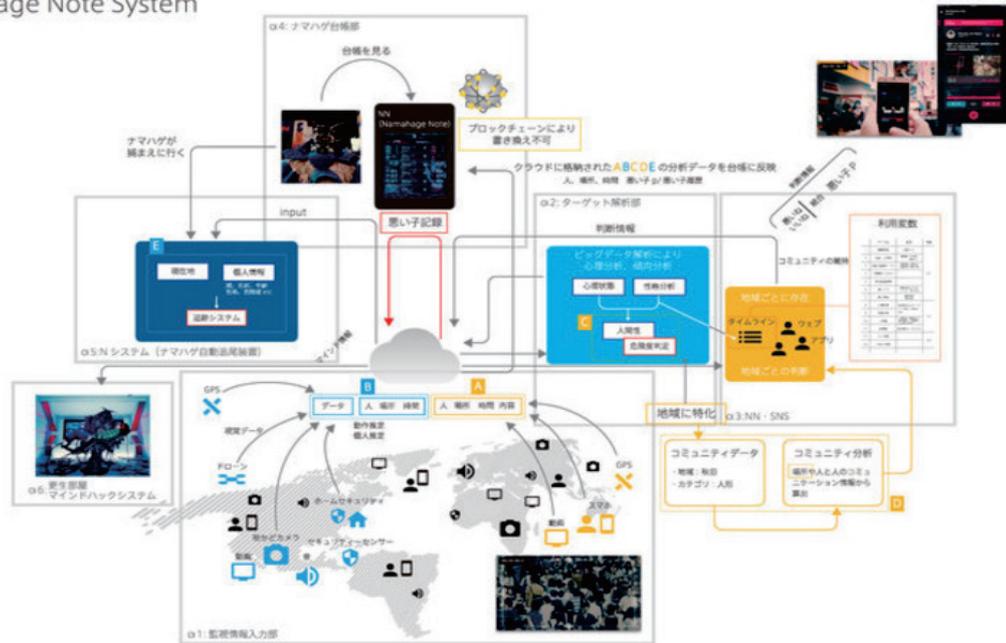
(海の近くでは海草を、山の近くでは木の皮を材料に使用する、等)

A の機能的な特徴を、現代的なテクノロジーを用いたシステムに翻訳し、B の場所性の特徴を東京の多彩な街を舞台に表現した”都市のナマハゲ”作品を、市原氏の統括のもと制作した



(コンセプト図)

NNS  
Namahage Note System



INNOCLAB Illustration by Sawafusa Shota  
(システム図)



ナマハゲ、東京に現る。Japanese traditional visiting deity  
"Namahage" appeared in Tokyo...

メディアアーティスト市原えつこは、男鹿のナマハゲが「集落により異なる地域性・材料を生かした面・衣装を纏っていること」「子供・住民のしつけ」、「相互監視」といった機能を備えた存在であること」に興味を持ち、近い未来(2020)の東京に現れる「都市のナマハゲ」を妄想する。

「都市のナマハゲ」は場所性を映した異なるビジュアルをしている。さらに「都市のナマハゲは」、監視カメラ・集音マイクや、SNS(ナマハゲノート)で捉えた”悪い子情報”をクラウド上に記録し、悪い子ポイントが規定値を超えた者に、VR を利用したマインドハックシステムによるしつけを行う。

【映像作品ストーリー検討・映像制作】

映像作品のストーリーは、「海外の方にも理解し易いこと」「男鹿のナマハゲの正確な情報伝達とメディアアートとしてのナマハゲ作品のコンセプトが明確に区切れること」を重視し、以下のストーリーとした。



### 【映像作品の英語・日本語字幕対応】

オリンピック・パラリンピックの機運醸成を目指す活動として、「海外への発信」、「バリアフリー」に対応するため、英語字幕版・日本語字幕版を制作した。

なお、日本語字幕版においては、映像企画担当の浅生嶋氏に NHK 職員のご経歴があり、聴覚障害者対応字幕に携わった経験も有することから、NHK の日本語字幕ルールに順ずる形を採用した。

### 【映像作品発信】

おもな映像発信場所は以下のとおりである。

① Youtube による映像発信(2017 年 2 月 1 日～)

② ICC 市原えつこ氏展示スペースにおける秋葉原のナマハゲ・映像展示((2016 年 12 月 20 日～2017 年 3 月 12 日)

③ 国外向け効果測定を目的とした Facebook 埋め込み広告

米国・ヨーロッパ・アジアの 3 地域に分けて実施した。また関連施策として、動画の一部や説明を下記の場所で発信している。

・ウェブページ制作 (コンセプト・関係者インタビュー等)

・電通報コラム掲載(2 月終盤)

・MBS 毎日放送「ナミノリジェニー」(関西圏)における一部映像発信(2017 年 2 月中旬)

国外向け発信効果・バリアフリー施策の効果を測る取組みとして、Facebook 広告による海外発信効果定量調査(米国・ヨーロッパ・アジアの 3 地域に分けて実施)、鑑賞者向けアンケートを実施した。また、バリアフリー施策に関する定性調査として、障害者に関わる映画作品を制作する中村監督へのインタビュー調査を行った。

## 効果と課題

### 効果

本プロジェクトの実施目的は、オリンピック・パラリンピックに向け国内外の日本文化への関心が高まりやすい時期に、地方の文化を効果的に発信していくことで、日本文化の幅広さ・奥深さへの関心を高め、長期的なインバウンドにつなげることにある。よって、本映像作品を見た人がどれだけいるかという定量的観点、および見た人が日本の地域文化への関心を高め、日本に行ってみたいと感じるきっかけになったかという定性的観点の両面から、試行プロジェクトとしての効果や今後への課題を考察する。

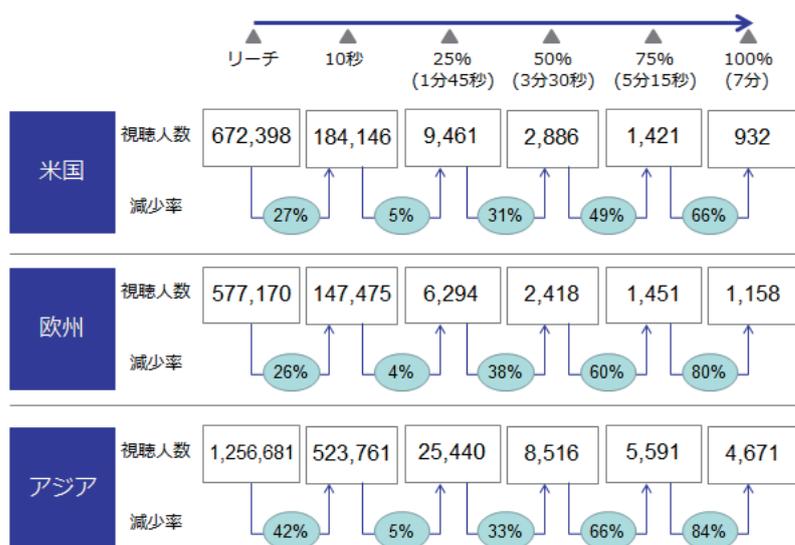
定量的結果から拡散全体量を見ると、全体で 19,000 人程度、うち 14,000 人程度の外国在住の方に試聴いただいた。完成後 1 か月で数万名規模、さらに海外在住の方にも多く届けられたのは、無料動画公開という形式ならではの。と言える。

拡散量の内訳を以下に示す。Youtube 動画再生数は約 4,600 人(2 月末時点)うち海外からの視聴は 180 人程度と推計された。ICC 動画視聴人数は約 760 人、うち 170 人程度が外国人であった

(2/3-2/28 推計)。Facebook 広告による海外発信数は 13,820 人であった(動画 50%以上視聴者を試聴人数と定義)。地域別に見ると、米国:リーチ 67 万人、うち動画を 50%以上視聴したのは 2,886 人、欧州:リーチ 58 万人、動画 50%以上視聴 2,418 人、アジア:リーチ 126 万人、動画 50%以上視聴 8,516 人であった。

### 地域別の視聴動向

リーチの結果として、地域別に、下図のような長さ別の視聴数を獲得した。



(地域別、視聴時間別視聴数と、コンバージョン率)

3 地域とも共通して、初めの 10 秒～1 分過ぎの間に大きな離脱が起き、動画後半の 3 分半以降は離脱が比較的穏やかになっている。10 秒～1 分過ぎの間に大きな離脱の要因としては、FB 埋込み広告という、元々本作品に関心のない人にも広く発信する手法を採用したことで、必然的にすぐ離脱する人が多くなったと考えられる。

一方、25%～50%の維持率(米国 31%、欧州 38%、アジア 33%)に比べて、50%～75%の維持率(米国 49%、欧州 60%、アジア 66%)が大きく上昇している要因の一つには、本作品が前半に男鹿のナマハゲ自体の紹介をメインとした男鹿パートを、後半にメディアアート部分として都市のナマハゲを表現した都市パートを配したことが考えられる。

この影響が大きいとすれば、メディアアートの表現による新鮮なビジュアルやストーリーが、地方の民俗文化を直接的に紹介するより、視聴者の関心補足効果が高かったといえる。ただし、FB 広告や Youtube という初めのインパクトが視聴継続に与える影響の大きい媒体を利用する上で、印象の強い都市パートを前半に持ってくることでさらに多くの視聴者の関心を引き付けられた可能性もあり、発信手法に最適化した作品構成については今後の課題としたい。

また、地域別の傾向として、米国よりも欧州・アジアで後半の視聴維持率の上昇が大きい。市原氏の ICC の展示でも、動画の趣旨を理解した上で楽しんでくれた外国人視聴者には欧州・アジア

系の方が多い傾向にあったとのことで、来訪神に対する親和性等、文化的な背景も影響したと考えられる。

続いて定性的観点から視聴者の関心・理解を考察する。

視聴者の地方文化に対する関心・理解促進効果を検討する上では、大きく以下の2種類の情報を活用した。

- ・SNS(Facebook)、及び市原さん ICC 展示アンケート(自由回答)の感想コメント  
→主に、動画を気に入った人の関心を引いたポイントを理解
- ・地方文化の理解度、インバウンド効果等に関する小規模サーベイ(N=18)  
→動画を気に入った人以外も含め、地方文化の理解・インバウンドへの効果を検証

SNS・ICC アンケートコメント

動画を気に入った人の関心を引いたポイントを理解する上では、FacebookやICCアンケートの自由回答に書かれたコメントが役に立った。

以下に見られるように、自由回答の SNS・ICC アンケートコメントは、都市のナマハゲに関するコメントがほとんどだった。中でも秋葉原のビジュアルや設定に対するポジティブなコメントが多い。

SNS や任意アンケートにおけるコメントは、その作品を特に気に入った人が、最も印象に残ったポイントについて書くことが多いことから、メディアアートの表現は、地方文化をそのまま紹介した場合には得られなかった視聴者層を獲得する上で大きな効果を発揮したといえる。

[都市のナマハゲに関するコメント例]

(外国人)

- ・keren/ 訳:クールだ(インドネシア人・男性)
- ・なまはげのあたまがドローンだと思わなかったオモシロイ!! タケコプターみたいにとべそうですね!!! おもしろかったです! ((国籍不明)女性)

(日本人)

- ・秋葉原のナマハゲの衣装がかっこよくて大好きです!! (日本人 30代女性)
- ・ナマハゲ秋葉のデザインと音楽と映像がめっちゃかっこよかったです。しつけのでデザイン、神・恐れなど考えちゃいました(日本人 20代男性)
- ・ポイント加算制度なるほどと感心しました(日本人 20代女性)
- ・秋葉原のナマハゲがヤバイwww(日本人 30代男性)

[男鹿のナマハゲに関するコメント]

- ・tradisinya unik juga.. / 訳:これもユニークな伝統..(インドネシア人・男性)

[その他のコメント]

(外国人)

- ・Very Interesting, Good info in English.(スウェーデン 20代女性)

地方文化の理解度、インバウンド効果等に関する小規模サーベイ

SNS コメント等では把握しにくかった、本コンテンツに好意的な人以外も含めた視聴者の、この動画の地方文化理解・インバウンド効果検証のために、サーベイを実施した。

なお本サーベイは、Facebook 広告の説明欄にリンクを張ることで、定量調査に紐付けて行う予定であったが、回答が集まらなかった。このため、関係者が知人の外国人に声をかけ、小規模ながら回答を集める方法に変更した。

結果、回答数が小規模であることから、回答率等の定量的な示唆は考察の対象とはせず、「どのような意見があったか」の参考程度に留めるものとする。一方で、自由回答の場合よりも本コンテンツに肯定的な意見・否定的な意見の双方の意見が収集できた点は有意義であったと考える。

Facebook 広告を通じたサーベイが難しかった原因には、媒体との相性の悪さ(広告ページに飛ぶと思われやすい)や、回答者にとってのインセンティブがなかったが考えられることから、定量的な示唆も得られる回答数を得る効果測定方法の検討も、今後の課題としたい。

地方文化の理解を深める効果について

地方文化の理解を深めるのに本映像作品がどのように役立ったかを理解するために、「男鹿のナマハゲ」の特徴として当てはまる回答を選択する設問を設けた。選択肢 5 つ中 2 つを正解とした。結果は N=18 のうち「完全正解:3 名、部分正解:11 名、完全不正解:4 名」となった。

完全正解者は多くはなかった一方で、完全正解の 3 名については、感想欄より作品への深い理解の様子が伺える。

【「男鹿のナマハゲ」の特徴について完全正解をした視聴者の感想】

・Great video -- good "design fiction" that was fun to experience. I didn't know about "namahage" but it made me curious to learn more. I think the length of the video was good (or it could be shorter depending on the context of viewing). Thanks for the video :)(フィリピン 20 代女性)

・The video is something that reminds us about good deeds. It is so good that there are still some people who values traditional culture, never forgets about it and still teaching the youngsters to remember it in their entire life. (米国 30 代男性)

・It is interesting(国籍不明・30 代男性)

一方で、完全正解者以外の感想には、「よく解らないがクール」といった、理解には至らずとも映像のインパクトを新鮮に感じるコメントと、「作品の意図が解らない、長すぎる」といった内容の理解しにくさ・長さに対する否定的なコメントが見られた。

ここからは、本作品に盛り込んだ「外国人に馴染みない地方文化の知識と、それを現代的に読み

替えた現代アート作品」という内容が、視聴者が元々もつ日本文化や現代アートへの関心にばらつきのある大きい youtube 動画で視聴者全員を満足させるには、長く、文脈も複雑であるともいえる。

ただし前述のように、深い理解を示す視聴者や、理解に至らなくてもキャッチーな作品性を楽しんでいる視聴者も十分におり、鑑賞者による理解や関心のバラつきのある大きな現代アート用いた、地方文化というハイコンテキストな主題の表現としては、一定の効果を上げているとも考えられる。

〔「男鹿のナマハゲ」の特徴について完全正解ではなかった視聴者の感想〕

(肯定的な感想)

・Awesome(ペルー 30 代女性)

・quirky but cool(米国 20 代男性)

(否定的な感想)

・I don't understand what you want to do.(韓国 40 代男性)

・I can't get what the video tends to communicate. (国籍不明 30 代男性)

・Don't understand what this story want to say. And it too long to watch until the end. I would not watch it after 30 second if my friend did not ask me to do it.(国籍不明 30 代男性)

また市原氏の ICC 展示でも動画視聴者の理解にバラつきが見られたが、Web による視聴者に比べ、長めでハイコンテキストな作品性を能動的に読解し楽しんでくれる人が多い印象とのことであった。ICC に足を運ぶような、文化や現代アートへの関心の高い層に対しては、より親和性が高かったことが解る。

インバウンド効果について

本作品の、地方へのインバウンド効果について理解するために、「日本の地方に行きたくなったか?」「日本の地方文化への関心が高まったか?」を問う選択肢を設けた。また比較対象として、「東京に行きたくなったか?」「日本のアートやコンテンツへの関心が高まったか?」という選択肢も設定した。

結果として、18 名のうち 6 名が「地方に行きたくなった」、9 名が「地方文化への関心が湧いた」と回答した(うち 3 名が両選択肢を選択)。これは、「東京に行きたくなった」(5 名)、「日本のアート・コンテンツへの関心が高まった」(2 名)と比べても高く、本作品は、東京を舞台にしたインパクトの強いアート作品部分で関心を惹きながらも、結果的には地方へのインバウンド効果を十分に発揮していると考えられる。

また前述の地方の文化の正しい理解状況と、この地方へのインバウンド効果の間には強い連動傾向は見られなかった。このことから、地域の複雑な伝承を映像の中で正確に伝えきらなくても、魅力にフォーカスを当てることでインバウンド効果は十分に得られることがわかった。

## 定量的観点:バリアフリー対応の効果について

本作品のバリアフリー版においては、映像企画担当の浅生鴨氏に NHK 職員のご経歴があり、聴覚障害者対応字幕に携わった経験も有することから、NHK の日本語字幕ルールに順ずる形を採用した。結果、広く聴覚障害者の方にも観て頂き易い作品に仕上がったと考える。

今後のオリンピック・パラリンピックに向けた取り組みをバリアフリー的な面でもより充実させるための参考として、多様な観点を取り入れるために、NHK 以外でバリアフリーの映像制作に携わる方にもご意見を伺った。



### インタビューご協力者

中村和彦(なかむら・かずひこ)

映画監督。福岡県出身。早稲田大学文学部在学中、映画に興味を持ち、シナリオの勉強をし、助監督を経験。映画の路に進み、大学を中退。

2001年、奥田瑛二監督の映画『少女』で監督補。

02年に『棒-Bastoni-』で劇場用映画監督デビュー。

その後サッカー日本代表のドキュメンタリーDVD に携わりつつ、07年に監督第二作目、知的障害者サッカーのワールドカップを描いた『プライド in ブルー』を発表。その後ろう者サッカー女子日本代表を描いた最新作『アイ・コンタクト』が公開。

## 字幕以外も含めたバリアフリーの対応方法について

“厳密な意味でのバリアフリーというのは手話も字幕もつける必要があります。障害は聴覚障害だけではないので、目の見えない方に向けて音声ガイドもつけると完璧ですね。”

“聴覚障害の方も聞こえるレベルが皆違います。ですから、難聴者、中途失聴者(音声言語獲得後に聴力が下がったり、聴力を失った人)が見たらどう感じるかを常に意識しながら制作します。

すべての方が理解出来るようなものは存在しません。

中には手話が得意でない方もいれば、お年寄りや日本語字幕についていけない方もいます。知的障害の方に見てもらう場合は漢字を減らしたり、などの工夫も含めて表現だと思っています。”

## 字幕のつけ方について

“右下に(絵遺贈作品本編の)テロップがあるために、字幕を左に寄せていますが、バリアフリー版を作るならばテロップの位置をかえて字幕を真ん中にしたほうがよいですね。コストとの兼ね合いもあると思いますが、テロップを減らす、尺を変えるなど、通常版とは別のものを制作する必要があります。バリアフリー版を別で制作できるのがベストだと思います。”

“また字幕は、一行が長くなる場合は二行に改行したほうが読みやすい場合が多くあります。また伝わればよいので、ナレーションと字幕は違ってよいと思います。

「こうでなくてはいけない」というものはなくて、どのような人に見てもらおうか、そしてその人が見たときにどう感じるかを想像しながら制作すると良いと思います。”

## 課題

### 【「正確な情報を伝える」と「広く関心を集めること」の優先順位付け】

本プロジェクトの実施目的は、オリンピック・パラリンピックに向け国内外の日本文化への関心が高まりやすい時期に、地方の文化を効果的に発信していくことで、日本文化の幅広さ・奥深さへの関心を高め、長期的なインバウンドに繋げることにあった。

今後同様の目的で活動を行う際、最も重要な課題は、外国人に馴染みのない地方文化に関して、「正確な情報を伝える」と、「インパクトある表現で広く関心を集める」ことのどちらを重視するか、その優先順位を明確にすることと考える。

「正確な情報を伝える」ことを優先する場合、地方文化にまつわる幅広い情報を散りばめることになるため、全体としてはハイコンテキストになり、直感的な理解が難しくなりやすい。またこのような作品は、そもそも日本文化や現代アートに関心のある比較的狭い人を対象とすることが前提となる。

一方、「インパクトある表現で広く関心を集める」ことを重視する場合、一言で言えるくらいメッセージを単純化し、Web で拡散や記事化がされやすい表現にしたほうが効果が出やすい。ただし、地方の文化をテーマとするために、その地域の方には「正しく伝えて欲しい」という要望を持っていることが多く、住民のニーズと外部から見た時のキャッチーさのバランスを取る事が必要になる。

今回の試行プロジェクトにおいては、男鹿市観光商工課の「ナマハゲを国内外に正しく理解して欲しい」というニーズに応えることを重視したため、ハイコンテキストな企画となった。ただし、ストーリーの工夫や市原氏のキャッチーな作品性により、メッセージの複雑さの割には広い層に関心を持っていただき、日本の地方の魅力アピールにも貢献できたものと考え。

今後は、さらに目的やターゲットを明確化した上で活動に取り組んでいきたい。

### 【目的に最適化した発信方法・作品構成の検討】

今回の活動は、youtube・FB 広告・ICC の市原さんの展示等、様々な発信形態をとったことで、同じ映像作品でも視聴者が出合うタッチポイントによって反応が変わってくることを改めて理解できた。

中でも今回最も広く発信を行ったのはFB 広告であった。FB 広告は特に、日本文化や現代アートへの関心有無に関わらず push で発信されるため、前章でいうところの「広く関心を集めること」に向けた発信方法といえる。またこの発信方法を効果的に使うには、「離脱させない」工夫、すなわち視聴者が視聴継続を意思決定するまでの開始後 10 秒の間に印象を最大化する工夫が重要であろう。

今回のように伝えたい情報が複雑な場合にも、FB 広告では開始 10 秒で目を惹き易いよう都市のナマハゲのシーンを初めから打ち出したり、ショートダイジェスト版を流し、そこで関心を持ってもらった人向けにやや複雑な本作品を youtube や展示放映するといった複数の見せ方を組み合わせることも、有効と考えられる。

また、十分に関心の高い人の理解を更に深める施策としては、映像視聴よりも能動的に楽しめる参加型プログラム(イベント・祭り本番との組み合わせ)も今後検討していきたい。

#### 【効果測定方法の再検討】

今回は発信数の拡大自体が 1 つの目標であったこと、1 リーチあたりの価格の現実性から、効果測定方法に FB 広告を採用し、定性調査も FB 広告のコメント欄にアンケートサイトへの URL を載せる形で実施することにした。

しかし結果的に、FB 広告上で流れてくるインセンティブのないアンケートに自ら答える視聴者は出てこず、関係者の知人関連に小規模なサーベイを行うことで代替した。

今後、コンテンツの理解度やインバウンド効果をより定量的に把握する際は、大規模なサーベイが必要となるため、回答者にとってインセンティブのある有料アンケートパネルの利用や、回答者への特典の提供を検討したい。

#### 将来計画

男鹿のナマハゲをテーマとした本試行プロジェクトを第一弾とし、今後は複数の祭りや地方文化とのコラボレーション・及びその作品群のアーカイブ化を行いたい。さらに国内外におけるこれらアーカイブの展示活動までを目指したいと考えている。現在は、次回のコラボレーション対象を検討中である。

次回以降の活動を実施するうえでは、本試行プロジェクトで明らかになった 3 つの課題を、協力いただく自治体も巻き込んで十分に吟味していきたい。

特に、対象活動の祭りや地域文化の文脈の複雑さや現在の知名度等を踏まえ、情報発信の目的を明確にすることはとりわけ重要と考える。自治体にも、知名度を上げ、インバウンドで観光客を増やすことを重視するところと、より深い理解・正しい情報伝達を重視するところがあると考えられる。これら自治体のニーズも踏まえた上で、明確な目的設定(正確な情報伝達/多くの人々の関心向上)を行い、その目的に最適化した発信方法方法 (FB 広告による push 発信、youtube や展示会場における pull 発信、より能動的に関わって頂く参加型) の組み合わせを検討し、総合的なプロジェクトとして実施していくことを目指したい。

以上



## MEDIA AMBITION TOKYO デジタルースケープ

公益財団法人画像情報教育振興協会

実施団体	公益財団法人 画像情報教育振興協会 (CG-ARTS)
実施時期	2017年2月
場 所	東京都
概 要	国内外の気鋭アーティストを招き、テクノロジーとアートを切り口にライブパフォーマンスとトークセッションを実施。テクノロジーを介してあらゆる人が楽しめる未来の娯楽のありかたを実験・提唱するパフォーマンスを行う。2020年にはパーソナルデバイスやAIを活用した円滑な多言語コミュニケーションなど、テクノロジーを活用したツールの試行実現を目指す。
効果検証方法	プロジェクト実施後に各界の有識者との意見交換を実施するとともに、PR効果等を分析。また、参加アーティストや有識者インタビューをウェブサイトでアーカイブ（日英二ヶ国語）として公開し、アクセス状況等を把握する。

### 試行プロジェクトの概要

#### 実施背景

テクノロジーを用いたアート表現は、2000年代以降のオリンピック・パラリンピックの演出手法としても重要度が増し、もはや欠かせないものになっている。メディアアートやテクノロジーアートの分野では世界的にも高い評価を受けている日本人アーティストも多く、2020年の東京オリンピック・パラリンピックにおいては、日本の次代のテクノロジーとアートを総合的にアピールする機会にしなければならない。

MEDIA AMBITION TOKYO はテクノロジーとアートを介した文化を基軸に、東京を世界中の人が注目する場にしたいという想いから始まり、過去4回にわたりイベントを開催。国内外の気鋭のアーティストやクリエイターが集結し、共に意義を共有しながら、東京という都市を舞台にテクノロジーカルチャーの実証実験の場として着実に回数を重ねてきた。

#### 実施目的

本プロジェクトでは、5回目の開催となるMEDIA AMBITION TOKYOが、これまで培ってきた知見やネットワークを活かして、日本の次代のテクノロジーとアートを総合的にアピールすることに合わせて、社会のニーズが高まると予想される異文化間のコミュニケーションサポートや障害者を支援するための科学技術の領域において、テクノロジーアートのバリエーションを多様化させるとともに、新しいテクノロジーを社会に根付かせるための文化的価値をアートの力によっていかに実現させるかを検証する。

#### 実施スケジュール

2017/2/11(土)20:00-23:00 ライブパフォーマンス

2017/2/12(日) 16:00-17:00 トークセッション I / 17:10-18:10 トークセッション II

開催場所: 六本木ヒルズ 森タワー52階展望台 東京シティビュー

#### 取組み内容

##### ①多言語で楽しむ参加型ライブパフォーマンスの実験

テクノロジーアートと音楽が融合した新しい表現を、国や言葉の枠を越えて観客が一体となり体験できるライブパフォーマンスを実験的に導入。パーソナルデバイスを用い、同じ音楽を異なる言語で演奏するマルチチャンネルライブを実施。テクノロジーを異文化間のコミュニケーションに応用することで、どのようにサポートされ、また変質させられるのかを探った。

また観客参加型のライブパフォーマンスを組み込むことで、テクノロジーとアートを介した一体感の創出を図った。

##### ②2020年に向け、テクノロジーとアートと都市の可能性を探るトークセッション

MEDIA AMBITION TOKYO が初回から掲げているテクノロジーとアートを都市に実装していくというミッションをベースに、全ての人を楽しめるオリンピック・パラリンピックを実現するために、テクノロジーが可能にする多言語コミュニケーションや未来のバリアフリーのありかたをテーマとしたトークセッションを開催。先端を走るアーティストやクリエイター、研究者らが意見交換を行い、アイデアを創出した。

##### ③音声認識＋音声合成機能を使った視覚聴覚バリアフリー

トークセッションの内容は、音声認識＋音声合成機能を用いてリアルタイムで字幕を作成。多言語の翻訳機能も実装することで、障害者バリアフリーだけではなく言語バリアフリーに対応。聴覚に障害のある方もトークセッションに参加頂き、感想をヒアリングした。

##### ④ウェブアーカイブの公開

トークイベントの過程で抽出されたアイデアは、Web上でアーカイブとして公開し、世界中からオンラインでアクセス可能にする。アーカイブを通して、テクノロジーを創造的に使うアイデアが次々と都市の中で実現されていくための知見を蓄積する。

#### 取組み内容①

##### ライブパフォーマンス MEDIA AMBITION TOKYO LIVE

##### ▼プログラムの概要

「UN SOUND INTERACTIVE LIVE」 **多言語** **多様性** **一体感創出**

音楽: ギル久野、ケンイシイ、山川冬樹

映像: Kezzardrix、Savka、橋本麦

会場内ではキック音だけが鳴り響き、そのビートに合わせて3人のミュージシャンと3人のVJが同時に演奏。参加者は好きなミュージシャンの音楽をヘッドホンラジオで受信し、好きなVJの映像を見ながら楽しむことができる。多様性が共存する実験的なパフォーマンスを実施。従来は受動的であったライブを、観客自らが好きな音を選曲し、インタラクティブなライブ体験を実験した。



「エレクトロニクス・ファンタスティクス！」 一体感創出 参加型

出演:和田永

古い電化製品を使ってオリジナルな楽器を産み出してきたアーティストの和田永が、あらゆる人を巻き込みながら新たな楽器を創作し、量産し、奏法を編み出し、徐々にオーケストラを形づくっていくプログラム。観客が自ら楽器となり、参加型ライブにより会場の一体感創出を実験した。



観客の中から異なる本数のボーダーシャツを着た人々を集め、ボーダー服の“ピッチ(幅)”が“ピッチ(音程)”となり、踊るようにノイズを発し、ボーダーをシンセサイザー化したパフォーマンス。

「Special Session」 ボーダレス 多様性

DJ: 渋谷慶一郎、ダヴィッド・ルテリエ (a.k.a Kangding Ray)、澤井妙治、

VJ: ジャスティーンヌ・エマール

東京、パリを拠点として活躍する音楽家渋谷慶一郎とサウンドインタラクションの可能性を追求し、海外で評価を受ける澤井妙治、フランス生まれドイツ在住で世界的に活躍するダヴィッド・ルテリエの3名が奇跡的に東京に集結、さらに映像表現はフランスのメディアアーティスト、ジャスティーンヌ・エマールを迎え、MAT でしか見られない一夜限りのセッションとなった。すべてがライブ音源で構成、演奏され、二度と同じセットを再現するのが不可能なライブインスタレーションとなり、音楽の持つ多様性、独自性にアプローチ。海外のアーティストが日本を訪れ、日本人アーティストとの人的交流を通して“日本の今”を伝える文化への関心や理解を深める機会を創出した。



#### ▼体験者の感想

- ・UN SOUND INTERACTIVE LIVE では、選ぶ楽しみがあつて面白かつた。
- ・冒頭の説明を聞きそびれたため、プログラムを理解するのに時間がかかつた。
- ・会場の観客が参加できる仕掛けが良かつた。
- ・外国人の観客も多く、交流ができたのが良かつた。
- ・ライブでの実体験と展示が組み合わさつて良かつた。
- ・夜景が見渡せる舞台上、テクノロジーとアート性が融合したライブには未来感があり、今の日本を象徴するコンテンツのように感じた。

#### ▼改善点

- ・アプリの開発など、リアルタイムに音が流れる仕組みづくり
- ・ラジオデバイスの音質向上
- ・各自が所有するスマートフォンを使って、気軽に参加ができるようにする
- ・各国の多様性を反映したコンテンツ(主要言語による DJ など)
- ・よりリアルタイムな演出
- ・デバイスの使い方の簡易化
- ・携帯性の向上

#### ▼出演者ヒアリング



出演者プロフィール  
久野ギル

アメリカと日本を拠点とし、国際的にアート／音楽／パフォーマンス活動を繰り広げる。文化庁メディア芸術祭、アルス・エレクトロニカ他、受賞歴多数。今年の MAT ではオープニングイベントで Unsound Interactive Live をプロデュース。

#### ◆ライブパフォーマンスの可能性、発展性

過去には UN SOUND INTERACTIVE LIVE を 4 名のサウンドアーティスト×4 名の VJ でライブを実施。アーティストの人数が多いほど組み合わせの数も増え、バリエーションが広がり多様性を実現。また観客自身が何かを発信できる仕掛けを今後作ることで、今まで一方通行であったライブを、より双方向に楽しむことができる。テクノロジーやデバイスを活用することで、参加性を高め、観客のクリエイティブ意識を高めるうえで効果がある。

#### ◆あらゆる人が楽しめる未来のエンターテインメントのあり方

大勢の人が集まることで、規模をいかしたパフォーマンスができるようになる。例えば、複数の DJ・VJ のうち一人は世界とつながっているなど、世界中から場所を問わず参加することができる。観客もスタジアムに行かなくても遠隔で家からも参加することも可能。テクノロジーを駆使することで場所を問わず楽しむことができる。また、チャンネルを変えなくても、自分のいる位置によって違う音が聞こえてくるなど、多様な楽しみ方を同じ場所で共有することができる。あらゆる人が、同じ環境で、多

様性に満ちた楽しみ方ができるのではないかと。

#### ◆2020年、オリンピック・パラリンピックに向けて実現したいこと

3年後という十分な開発期間があれば、アプリケーションを活用することでもっと先のことができる。今回、iPhoneを使用することも検討したが、エンコードがずれるため、音がずれる課題があった。そのため今回のパフォーマンスでは、アナログだけれども、ラジオを使うことで音のズレを防ぎ、臨場感のあるライブを実現した。ほとんどの人がスマートフォンなどのデバイスを持っているので、今後は、観客のインプットも取り入れ、レシーバだけでなく発信できるようにすることで、よりインタラクティブな音づくりを実現できる。ビートという軸をもちながら、観客も自由に参加し、一体感をうむパフォーマンスを実現してみたい。

#### ◆オリンピック・パラリンピックの成功向け、アートとテクノロジーが果たす役割とは？

新しい技術の登場によって、アーティストの創造の幅が広がり、アートの進化に役立つ。

例えば、データアートの先駆者であるアーロン・コブリンは、クラウド・ソーシングで集約された172カ国、25万人のファンが描いた描画をつなげてミュージックビデオを作成。アーティストが枠を作ることで、一般の人もクリエイティブに参加ができるようになる。

### 取組み内容②

#### トークセッション I 「アーティストにとってのテクノロジー」

##### ▼登壇者

落合陽一氏(メディアアーティスト/筑波大学助教)

八谷和彦氏(メディアアーティスト/東京芸術大学美術学部先端芸術表現科准教授)

司会:岩渕貞哉氏(美術手帖編集長)

##### ▼トークセッション概要 先進性 文化発信 バリアフリー

ポストペット開発等で有名な八谷和彦と現代の魔法使い落合陽一の新旧メディアアーティストを迎え、「アーティストにとってのテクノロジーとは?」「テクノロジーアートとは何か?」をテーマにしたトークセッション。2020年、またそれ以降を見据えたテクノロジーアートの社会的認知、発展の可能性を美術手帖編集長岩渕貞哉がアート文脈からモデレートした。

##### ▼2020年に向けたアイデア

#### ◆2020年のオリンピック・パラリンピックで、アートとテクノロジーが果たす役割は？

落合氏:

今までテクノロジーとはその希少性から皆が使えるものでなくてはいけなかった。一方メディアアートをやる時に面白いのは、美術品であるため、希少性があるテクノロジーを使って作品を作ってもいい。つまり一作品の為に作った超高精細の画像を使った作品を売っても良い。一方、人間が例えば身体障害があった時にその人の為だけのテクノロジーを發明するコストは今までものすごく高かった、それがコンピューターサイエンスの発展によって比較的安価で可能になってきた。写真撮るために写真屋さんのおじさんが来るようにあなたの足を直すためだけに情報科学者が来

て採寸から計算から全部やってくれるようになる。

これはとてもポジティブな事と捉えている。ユニバーサルデザインの概念が変わっていく可能性を大いに秘めていると思う。少なくともオリンピックにはそうなってほしいと願っている。

八谷氏:

2020 年はすぐ来るのでそれをゴールにするのではない方が良いと考えている。

2020 までの文化イヤーでたくさん予算を付けて、若い人たちが色々なヘンなモノを作れるようにすると思う。また、パーソナライズデザインの話が出ましたが、3D プリンティング等の技術革新によって身障者用だけでなく技術が社会的にインストールされていく動きを 2020 五輪以降も続けていく事が大事。

◆お二人のアンビション(未来に向けて挑戦したいこと)は?

落合氏:

非言語的なコミュニケーションスタイルに非常に興味がある。

インスタレーション等を行っているので畑違いのミュージシャンや建築家等とのコラボレーションを増やしていきたい。

八谷氏:

過去の作品(ポストペット等)を現代的にメンテナンスすることをやっている。

また、メディアアート全体に関しては、キュレーターはいるがそれをアーカイブして評論していく作業をやっていききたい。積み重なっていく事で分かることが多分にあると思う。

トークセッションⅡ「見えない関係性を見えるようにする」

▼登壇者

田川欣哉氏 (Takram)

脇田玲氏 (慶應大学教授)

司会: 若林恵氏 (WIRED 編集長)

▼トークセッション概要 **先進性** **文化発信** **多言語**

「見えない関係性を見えるようにする」をテーマにデザインイノベーションファーム Takram 田川欣哉、慶應大学教授脇田玲を迎えたトークセッション。ビッグデータ解析等計算、分析されたデータをヴィジュアル化した作品や、おもてなしをテクノロジーアートで解釈、表現した作品等の説明、作品に込めた思いを通して、来たる 2020 年へ向けた多言語対応やデータの活用、表現手法等、問題解決のヒントについて WIRED 日本版編集長若林恵が探っていく。

▼2020 年に向けたアイデア

◆2020 年のオリンピック・パラリンピックで、アートとテクノロジーが果たす役割は?

2020 年はもうすぐなのですが、実現が射程に入ってきているのは翻訳技術だと思う。Google 翻訳もここ数年ですごく良くなったし、進化でいうとすごいが、ウェアラブルとかで何の違和感もなく異国間の人々が母国語のように会話できているかということ、そこまでは行っていない。裏側のシステムは

良い所まで行っているがそれが社会に投入された時、つまり普通の生活に入っていった時に言語のノーマライゼーションをデザインするのはこれからの課題である。そこにテクノロジーとかデザインとかアートというものがどんどん入っていく事が重要であるとする。オリンピックの時に、外国人が不思議の国「ジャパン」に来たら皆ウェアラブルの端末を付けていて、様々な言語を母国語のように操っている、そんな状況が生まれると非常に面白い。

#### ◆テクノロジーを介した未来のバリアフリーとは？

昨今のテクノロジーの進化によってヘッドマウントディスプレイ等視覚のハックに関しては驚くほど進化をしている。今懸念しているのが、近い将来「視覚疲れ」が蔓延していくのではないかという点。そのような状況もあり、バリアフリーの意味でも視覚と他の感覚器を含めた研究が進んでいくのではないかと考える。

#### ◆テクノロジーによる多言語対応やおもてなしの可能性

今回 Takram では「Omotenashi Mask (※)」という作品を出展しているが、元々の発想の起点は、「どうやったらわれわれ日本人はオリンピックを乗り切れるのか？」という課題にアプローチしたもの。双方の「なまり」のチューニングをすることにより、異国間のコミュニケーションのレベルが上がるという事をシュミレーションした作品である。既存のテクノロジーにアートやデザインを加えることにより、よりユーモラスに伝わり、表現の多様性を掲示できることは重要であるとする。



※Omotenashi Mask

運転手と外国人観光客」という 2020 年に典型的な会話を舞台に、これらのテクノロジーがコミ 2020 年東京オリンピックへ向けて、「おもてなし」のスローガンのもと、サービス業を中心に英語コミュニケーションを奨励する日本。Omotenashi Mask は、現在広く使われているテクノロジーを使うことで、異文化間のコミュニケーションがどのようにサポートされ、また変質させられるのかを探るプロジェクトです。スマホアプリなどに組み込まれているテキスト読み上げ機能を異言語間で使うことにより実現される「訛りトランスファー」、顔交換アルゴリズムを使って対話相手に対してストレスの少ない顔を作り出す「おもてなしマスク」。展示では、「タクシークommunicationに及ぼす影響やその可能性を表現しています。

#### ▼ウェアアーカイブの公開

トークイベントの内容は、最新のテクノロジーニュースを発信するメディア『WIRED』とコラボレーションし、Web 上でアーカイブとして公開。世界中からオンラインでアクセスを可能にし、より多くの人が、テクノロジーを創造的に使うアイデアや知見を広く公開した。

#### 取組み内容③

UDトーク 音声認識+音声合成機能を使った視覚聴覚バリアフリー

#### ▼プログラムの概要 **バリアフリー** **多言語対応**

トークセッションの内容は、音声認識+音声合成機能を用いてリアルタイムで字幕を作成する「UDトーク」を活用。登壇者の話をリアルタイムに文字化し、モニターとグラスディスプレイに掲出。聴覚障害を持たれている方にも先端テクノロジーとアートの世界



に触れていただけるようにした。また外国人の観覧者に翻訳付きの iPad を渡し、英語への自動翻訳による効果を検証した。

#### ▼聴覚に障害のある方へのヒアリング(6名が参加)

##### Q1.リアルタイム字幕の感想や改善点などございましたらお知らせください。

- ・リアルタイム字幕があることで、トークイベントに足を運ぶきっかけになった。
- ・予測不能なトークセッションでも誤変換が少なくほぼ解読できた事に驚いています！
- ・モニターが至近距離で目上にあつたため首が疲れた。会場のレイアウトには改善が必要。

##### Q2. グラスディスプレイをお使いになられた方は、感想や改善点などお教えてください。

- ・従来より軽量化され負担が少なくなった。
- ・文字がクリアで見やすい。

##### Q3.作品の展示方法について、改善点がございましたらお教えてください。

- ・美しくダイナミックでしたが、視聴覚障害者のための情報保障、例えば点字での解説、手話によるビデオ映像、音を見える化した展示方法を工夫して欲しい。
- ・何も知らずに見るよりは、多角的に作品を見ることができたので有意義なセッションだった。

##### Q4.テクノロジーを活用したバリアフリーの実現に向けて、改善点をお教えてください。

- ・バリアフリー化する事で、かたやバリアを生む領域があるかどうかの検証もしてもらいたい。

#### ▼外国人参加者へのヒアリング(1名が参加)

- ・翻訳で全てがわかるわけではないが、両方の言語を見ることで部分的に曖昧だったところが埋まってよかったです。

#### ▼UDトーク開発者ヒアリング



##### 開発者プロフィール

青木 秀仁

Shamrock Records (シャムロック・レコード) 株式会社 代表取締役。フリーランスのエンジニア兼プロモーションとして活躍。2011年、Shamrock Records 株式会社を設立。コミュニケーション支援・会話の見える化アプリ「UD トーク」の他、音声認識筆談アプリ「UD 手書き」、ハンズフリー&かんたんカメラアプリ「声シャッター」、EVERNOTE 関連ツール「MoveEver2」他の開発を行なう。

#### ◆ UD トークを活用したトークセッションの感想

・トークショーの前に UD トークの説明をすることで、見る側にも心構えができ、音の誤認識が発生した場合も意味を理解しやすくなる。

・字幕があることによって来ることができた。事前に UD トークの導入を告知したことで、聴覚障害の方も自発的に参加をするきっかけとなった。会場に足を運ぶまでのハードルが高い。

・専門用語の事前登録は必要。文字修正に関しては、予備知識のある関係者の人がタイピングすることで専門用語にも対応できる。

・今回のトークショーでは、字幕を表示するデバイスを4種(モニター・グラスディスプレイ・スマートフォン・iPad)したが、各自見やすいデバイスを自分で選択していたので、多様な選択ができるようにしておくことが大切。

#### ◆改善点

- ・モニターは、登壇者とモニターが重なるように配置する工夫が必要。
- ・聴覚障害者席を作るのではなく、座る場所も自由に選べるようにする。全体が見える後ろの席の方が理解しやすい傾向がある。

#### ◆UDトークの可能性、発展性

- ・アンケートの中にも複数の人が同時に話した際にわかりづらいとのコメントがあったが、「表現」を伝えるのか「情報」を伝えるのか使い分けが必要。技術的には色やフォントを使い分けることは可能であるが、トークセッションの場合はフラットに情報を伝える必要がある。演劇での字幕の場合は、文字の色を変えたりして話者がわかるようにしている。
- ・複数人の声を分離する技術は基礎研究が進めば取り入れることは可能。

#### ◆あらゆる人が楽しめる未来のエンターテインメントのあり方

- ・トーク以外にも、展示物でもビーコンを使った文字の読み上げなど応用ができると、聴覚障害者も楽しめる。ビーコンはイベントごとに設置するのではなく、インフラとして会場側が配置しておく、使う側も可能性がひろがる。
- ・例えば、髪の毛で“音”を感じる、ヘアピン型の装置「ONTENNA(※)」などは、携帯性もあり、聴覚障害のある方でも音が出る作品に対して認識するのに役立つ。

##### ※ONTENNA

Antenna(アンテナ)は、ヘアピンのように髪の毛に装着し、振動と光によって音の特徴をユーザーに伝えるデバイスです。30dB～90dBの音圧を256段階の振動と光の強さに変換し、音の特徴を伝達します。音源の鳴動パターンをリアルタイムに変換することで、音のリズムやパターン、大きさを知覚することができます。

#### ◆多言語対応の可能性

- ・外国人観光客は、アプリをインストールしない前提で考えた方が良い。なにかしらインセンティブがないとダウンロードしないため、もてなす側がアプリをいれたタブレットを用意しておくことが必要。

#### ◆2020年、オリンピック・パラリンピックに向けて実現したいこと

- ・スポーツの実況中継は過去にも、ブラインドサッカーや野球で実施した。アナウンサーの実況は、ほぼ音をひろうことが可能。
- ・将来的には字幕をエンターテインメントにしていきたい
- ・建物が遺産として残るだけでなく、オリンピック・パラリンピックに向けて開発したテクノロジーが2020年以降も実用できるようになっていることが重要。

#### 効果と課題

本試行プロジェクトの効果を、参加者からのアンケート、聴覚障害者へのヒアリング、参加アーティストや技術者へのヒアリング調査を通して検証した。

## 効果

本試行プロジェクトでは、オリンピック・パラリンピックの演出手法としても注目が高まっているテクノロジーを活用した表現技術や、あらゆる人が楽しむためのテクノロジーを使った多言語対応・バリアフリー対応を、東京の街を舞台に実体験できる場を創出。多くの人が現実に体験できる機会を提供し、来場者へのアンケートでも「テクノロジーを用いたアート表現は、2020年のオリンピック・パラリンピックや、これからの日本にとって重要だと思いますか？」への問いに対して、「有効・やや有効」の回答率が97.9%であった。

ライブでは、パーソナルデバイスを活用した選択型のライブ形式や観客が参加して音楽を奏でるパフォーマンスを実施。出演アーティストへのヒアリングでも、個人が所有するスマートフォンへのアプリケーションのインストールや、位置情報による異なる音声(言語)の配信など、広大な会場でも多言語ライブは可能とのアイデアがあがった。選べるチャンネルシステムにより、異なる言語でパフォーマンスを享受しながら一体感を創出するライブの進化の形を提示した。

また、観客参加型のライブに対して「また参加したい」との回答が多く、テクノロジーとアートを介した演出技法としてオリンピック・パラリンピックでも取り入れて欲しいとの声を頂いた。2020年に向けて今後、スマートフォンなどのパーソナルデバイスが普及・進化していくことで、観客とアーティストが互いに相互作用するライブの可能性が広がるであろう。

トークセッションでは、リアルタイム字幕が導入される旨をWebサイトで事前に告知したことにより、聴覚に障害のある方が自発的に足を運びきっかけとなった。障害者バリアフリーのシステムを導入するだけでなく、事前にシステムがあることを告知することで、障害者にとって参加することへのバリアを取り除き、新たな鑑賞の機会を創出し、文化イベントへの参画機会を拡大させるであろう。

## 課題

2020年オリンピック・パラリンピックに向けて、テクノロジーとアートを介して、あらゆる人が享受できる未来のエンターテインメントを実現するにあたり、本試行プロジェクトの実施を通して下記の課題が抽出された。

### 障害者の文化活動への参加機会拡大

・聴覚に障害のある方へのアンケート結果から、UDトークを活用したリアルタイム字幕は「役立った」「すこし役立った」との回答が57.1%であった。内容の理解度に対する質問では「あまり理解できなかった」という回答が多かった。トークセッションの内容が専門的であったため、リアルタイム字幕の精度を上げるとともに、展示物などを通して事前に作品背景や関連技術等を知る場を併設することが必要。

・アンケート結果から、テクノロジーを用いたアート表現は、2020年のオリンピック・パラリンピックや、これからの日本にとって重要だと考える方が多く、テクノロジーアートのイベントに対する関心も高いことがわかった。今後はイベントの告知と合わせて、聴覚に障害のある方に向けてバリアフリー機能について知らせることで、より幅広い層のイベント参加が促進できる。

### 多言語対応

・多くの外国人客に足を運んでもらうことができ、外国人来場者へのアンケートでもまた参加したいとの声が多かった。外国人参加者のコメントでは、ロボット技術への期待が高かった。2020 年に向けて、テクノロジーとアートを掛け合わせ、ジャパンコンテンツの中核に育てることで、海外マーケットへの PR 戦略の転換を実現し、インバウンドマーケットの需要拡大が期待される。

・UDトークによるリアルタイム翻訳機能は、外国人参加者から「あいまいな部分を理解する上で有効」とのコメントがあったが、アプリケーションをダウンロードするハードルが高く、自発的にダウンロードはされない現状を理解した上で、ホスト側が翻訳機能を入れたデバイスを用意しておくことが必要。

### 日本文化の魅力発信

・トークセッションでの登壇者からの発言でもあげられたように、継続的に日本文化の国内外普及と魅力を発信していくためには、次世代の若手育成が課題。

### 将来計画

#### 提案 1.

##### パーソナルデバイスを活用した多様性が共存する参加型ライブ

本試行プロジェクトではラジオを配布することで、今までは一方通行であったライブに選ぶ楽しみを加え、多様性の共存を実現することができた。アーティストが枠組みをつくり、参加者が発信する楽しみを設けることで、アーティストと観客が共に作り上げていく、より双方向なパフォーマンスを実施する。また、音を振動に変換する仕組みなど、聴覚障害の方が楽しめる仕掛けを取り入れることで、言語やあらゆるバリアを越えて楽しめるパフォーマンスを実現していく。

#### 提案 2.

##### リアルタイム字幕による障害・世代・言語のバリアフリー実現

専門領域における特殊言語への対応については改善が必要ではあるが、聴覚障害の方からのヒアリングにもあったように、トークの概要を掴むうえで UD トークによるリアルタイム翻訳は有効であった。そしてイベントにリアルタイム翻訳が導入されることで聴覚障害のかたがトークイベントに参加するきっかけを生むことで自発的な参加を促進できた。字幕の表示方法に関しては、

ホログラフィー技術など、どの角度からも字幕が見え、登壇者と字幕が同時に見られるように配置する工夫が必要である。リアルタイムでのふりがなを付ける機能も備わっているため聴覚障害者だけでなく、世代の枠組みを越えて文化交流を実現。また、翻訳機能の精度向上により、多言語翻訳機能を強化することで、障害者バリアフリーだけではなく言語バリアフリーに対応し、オリンピック・パラリンピックに向けて増加する多様な国からの訪日観光客に向けて、多くの人が実際に訪れ、広く目に触れる機会を創出する。

#### 提案 3.

##### 展示・トーク・ライブの組み合わせによる、より深い文化発信

ライブやトークセッションの参加者へのアンケートでも、7 割以上の方が、テクノロジーを用いたアート表現は、2020 年のオリンピック・パラリンピックや、これからの日本の文化発信にとって重要な

と思っているという結果が得られた。

本プロジェクトでは、展示・トーク・ライブの3つの組み合わせによって、見て楽しむこと、アーティストの対話を通して作品背景や技術力を理解すること、臨場感のある体験を同じ空間で共有することを組み合わせることで、参加者からもより深い理解を得られたとのコメントを得た。

今後も3つの組み合わせにより、テクノロジーとアートを介した文化の普及、オールジャパンの魅力発信を行っていくことを目指したい。

以上

## Playable City Tokyo 2016:テクノロジーと創造性で

### 新しい都市体験を創出する国際コラボレーションプログラム

株式会社ライゾマティクス

実施団体	株式会社ライゾマティクス
実施時期	2016年11月～12月
場 所	東京都
概 要	日英クリエイターによる国際共同プログラム。東京でクリエイティブワークショップや日英2言語で実施するフォーラムを開催。「都市」、「遊び」、「テクノロジー」をキーワードに、公共空間の新たな活用法、都市の課題を解決する新たな手法などを創出するとともに、テクノロジーを創造的に使うアイデアが次々と街の中で実現されていくための土壌を形成する。
効果検証方法	<ul style="list-style-type: none"><li>・テクノロジーを活用した新しい都市体験への関心を高める効果</li><li>・日本と海外のクリエイターの交流を促進する効果</li><li>・参加者属性の分析等によりプロジェクトの波及効果を検証</li><li>・参加者の意識の変化、今後の協働意向、国際共同がイノベーション創出にもたらす効果などを、参加者へのアンケート、聞き取り調査などから分析</li></ul>

#### 試行プロジェクトの概要

##### 実施目的

2020年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会(以下、オリパラ大会)では、2012年のロンドン五輪を超える規模で文化プログラムを展開することが計画されている。ロンドン大会では、多くの市民が参加できる大規模な文化イベントが、大会開幕前から英国全土の都市の公共空間で展開された。世界の注目が東京、日本に集まる2020年も同様に、東京だけでなく日本各地の街の魅力をクリエイティブなアイデアで国内外の人に発信し、都市とそこで暮らす/訪れる多様な人の新たな関係性を提示するプロジェクトの実施が望まれる。

国内外のクリエイティブな視点を取り入れ、都市が持つ文化や歴史などの財産と最新のテクノロジーが融合した新しい都市体験が、2020年までに東京や日本各地で創出/実装され、そこで暮らす/訪れる人により豊かで魅力的な体験を提供できる土壌を形成する。

また、2012年大会を経験している英国のクリエイターの視点を取り入れることで、2020年が近づくにつれて一層議論されるだろう公共空間の在り方や、言語、文化慣習を越えてあらゆる人々にとって魅力的な体験の創出についてのアイデアにつなげる。

本プロジェクト実施を通して得られる知見を広く共有することで、オリパラ基本方針が掲げる「日本文化・地域の魅力発信、外国人旅行者の訪日促進・地方誘客拡大、国民総参加、世界中が注目するコンテンツ発信、共生社会の実現」の推進に貢献する。

#### 取組み内容

2020年に向け、都市の再開発や先進テクノロジーの実用化が加速する日本。年間4千万人規模の訪日外国人観光客を歓迎するには、そうしたインフラ整備と同時に、日本各地の魅力を発信し、人と人、人と都市のつながりを生み、より豊かで魅力的な体験を提供するクリエイティブなアイデアの創出が求められる。こうした背景のもと、Playable City Tokyo 2016 プログラムでは、日本と英国のクリエイター計13名のコラボレーションを実現。多様な経歴を持つ国内外のクリエイターの視点を取り入れて、都市に内在する文化や歴史などの資産と最新テクノロジーが融合した新しい体験を、言語、文化慣習を越えてあらゆる人々にとって魅力的な形で都市の中に実現することを可能にする手法についてリサーチを行った。日本各地の無形・有形文化財に新しい息を吹き込み、街の魅力をより鮮やかに、体験をより豊かにするクリエイティブなアイデアをいかに創出するか、実践を通して検証した。

#### 〈テーマ: Playful Welcome!〉

全世界の注目が、日本に集まる2020年。実際に来日すると予想される4千万人の外国人観光客に加え、世界人口の約半数にのぼるおよそ36億人<sup>1</sup>の人が、新聞、テレビやインターネットの五輪関連の報道など、何らかの形で「日本」に触れることになる。日本をより深く知ってもらうこと、魅力的で心に残る体験を提供し、一過性ではない関係を築くことが求められるなか、クリエイターの優れた創造性を取り入れることが、それを実現する新しいアイデアの創出につながるのではないだろうか。そうした課題設定のもと、「Playful Welcome! (遊び心のある歓迎)」を本事業のテーマとして設定。「遊び心のある歓迎」には元来日本人が得意としてきた来客を思いやるもてなしや、喜んで受け入れる歓迎の姿勢に加えて、「一緒に遊びたい」という想いが込められている。「遊び」を通して人と人、人と都市の間に実感できるつながりがつくられることでより深い関係性が生まれ、心に残る体験となる。そんな「遊び心のある歓迎」を日本各地で次々と創出、実現するためには、アイデアの創出はもちろんのこと、訪日外国人観光客だけでなく、日頃から日本で生活する人も、街の中で遊びに引きこむことのできる仕掛けづくりが必要だ。日英のクリエイターが参加した一週間の国際コラボレーションプログラムを通して、アイデア創出の種や人を遊びに引き込むきっかけなど、「遊び心のある歓迎」を街で実現するために必要な要件をリサーチした。

---

<sup>1</sup> 2012年のロンドン、2016年のリオ大会の実績に基づく

## 〈プログラム〉

### ① Playable City Tokyo 2016

#### クリエイティブラボ

都市に内在する豊かな有形・無形の文化資産と最新のテクノロジーを融合した新しい都市体験。人と人、人と都市の間につながりが生まれることで、言語、文化慣習を越えてあらゆる人が、それぞれの体験を通して日本の魅力を発見する。そんな体験のアイデアを、ウチだけでなくソトの視点も意識したクリエイティブな発想で創出し、都市の公共空間で実現するためのヒントや環境整備の課題抽出を目指した。

日英のクリエイターが参加する一週間の国際コラボレーションプログラムを通して、ウチ、そしてソトの両方の視点を意識しながら、アイデア創出の種や人を遊びに引き込むきっかけなど、「遊び心のある歓迎」を街で実現するために必要な要件をリサーチした。



#### ●スケジュール

11/24(木)	オンラインセッション: 自己紹介
12/4(日)	ワークショップ: お互いを知り、理解を深め、信頼関係を築く
12/5(月)	フィールドワーク&ワークショップ: 都市の公共空間を観察する
12/6(火)	ワークショップ: 視点で変わる都市の心理的地理を探検する
12/7(水)	アイデアソン: 「遊び心のある歓迎」
12/8(木)	フィールドワーク: 東京を探検・観察する
12/9(金)	ワークショップ: 「遊び心のある歓迎」のアイデア発展
12/10(土)	テスト: 街に出てアイデアを試す
12/11(日)	ワークショップ: チームでプレゼンテーション準備 フォーラム: 「遊び心のある歓迎」アイデアプレゼンテーション

#### ●参加者

日本から9名、英国から4名の計13名のアーティスト、クリエイターが参加した。

### ② Playable City Tokyo 2016 フォーラム

2020年とその先の、都市の公共空間の在り方と可能性をテーマとしたフォーラムを開催。誰もが未来の都市形成に参加でき、都市の魅力を体験できる共生社会実現に向けて、Playable City Tokyo 2016 クリエイティブラボのアウトプットを紹介しながら、クリエイターやテクノロジーの役割について、参加者と共に議論した。



フォーラムの冒頭、ウォーターシェッドのクレア・レディントンが Playable City 立ち上げの背景を紹介。ライゾマティクスの齋藤精一は、2020年に向けて大規模な開発やインフラ整備によって今大きく変容する世界最大の都市東京において、多様な人を巻き込み、クリエイティブな視点で都市の未来を創造する Playable City Tokyo の意義を語った。その後、クリエイティブラボに参加した日英クリエイター

が国際コラボレーションを通して得た、「人」と「遊び」をキーワードにした豊かな都市体験創造のヒントを発表した。プレゼンテーションを受けた終盤のパネルトークでは、齋藤精一、クレア・レディントンに加え、日々テクノロジーやモノづくりの最先端に接している TechShop Japan の有坂氏と『WIRED』日本版の若林氏が、都市におけるアーティストやクリエイター、テクノロジーの役割、更に2020年に向け東京、そして日本全国の都市の魅力の世界に伝えるために必要だと考えていることを、それぞれの視点で提示した。

フォーラムは、あらゆる人が参加できるように、アクセサビリティに配慮した運営を行った。実施事項は、参加者のニーズに応じて、手話通訳者、要約筆記者、その他アクセス要件に応じた対応が取れるよう、フォーラム参加申込フォームでのサポート要望聞き取り、要約筆記用投影用の追加スクリーンや通訳者の手配である。

### ③プログラムレポートの公開

本試行プロジェクトの過程や学びを纏めたプログラムレポートを、PDF形式、日英二か国語で一般に公開した。プロジェクトの実施を通して得られた、都市に内在する文化や歴史などの資産と最新テクノロジーが融合した新しい体験を、言語、文化慣習を越えてあらゆる人々にとって魅力的な形で都市の中に実現する、クリエイティブなアイデアの創出と実現の促進を後押しするヒントを共有した。



## 効果と課題

### 効果

本試行プロジェクトの効果を、クリエイティブラボ前後と期間中の日英参加者の変化を、観察および聞き取りインタビュー、フォーラム参加者に対するアンケート調査などを通して検討した。

#### ◆日本の魅力のクリエイティブな発信に向けた機運醸成

Playable City Tokyo 2016 クリエイティブラボで実現した日英アーティスト、クリエイターのクリエイティブな国際コラボレーションは、次の効果を生んだ。

- セクター横断で多様な背景の人が共同でアイデア創出を行うクリエイティブな協働を実現したことで、個々でアイデア創出を行うよりも発想が広がり、より多くの新しいアイデアが生まれる効果が確認できた。
- セクターや分野の垣根を越えた他者との交流機会が少ない日本のアーティスト、クリエイターにとっては、クリエイティブラボで体験できた活動エリアや作風が異なる人との協働は、各々の探索活動の幅を広げる効果を生んだ。
- 都市空間のクリエイティブな活用のアイデア創出活動にアーティスト、クリエイターが参加した効果として、百人百様のクリエイティブな視点で都市の魅力や特徴をとらえることができた。
- 国際コラボレーションの効果として、社会通念や暗黙知を共有する日本人だけでのアイデア創出に比べ、より多くの、そして大胆なアイデアが生まれた。
- 海外の人の視点を取り入れることで、日本人が思う日本の魅力と、海外の人にとっての日本の魅力について、理解が深まる効果があった。
- 母国語や文化的背景が異なる人のクリエイティブな協働を実現したことで、一つ一つの言葉や考えをきちんと伝えることを意識した丁寧なコミュニケーションが必要になり、それをサポートすることで、クリエイティブなコラボレーションを成功に導くために必要な言語力以外に大事な「聞く」、「信頼関係を築く」などのコミュニケーションスキルを育成する効果があった。
- 海外のアーティスト、クリエイターが日本を訪れ、日本のアーティストやクリエイターと協働する機会が実現したことで、人的交流を通して文化への関心や理解が深まり、海外のアーティスト、クリエイターが日本との将来的なコラボレーションを前向きに検討する効果を生んだ。
- 多様な人のコラボレーションを通して新しい商品やサービスの誕生につながるクリエイティブなアイデア創出の経験を豊富に持つ英国ウォーターシェッドにファシリテーションを委託したことで、自由な発想を促し、アイデアを生み出すコラボレーションの鍵となる事項が確認できた。

#### ◆市民を巻き込んだ文化芸術活動への関心の高まり

本試行プロジェクトで実施した Playable City Tokyo 2016 フォーラムの効果として、2020 年に向けて、日本の魅力発信について、文化芸術やアーティスト、クリエイターが担う役割について関心を

高めた。(以下、アンケートの結果より。)

● 参加者の所属分布



● 2020 年に向けて、市民を巻き込んだ文化芸術活動への期待が高まったか

大変そう思う/そう思う	81%
どちらでもない	19%
そう思わない/全くそう思わない	0%

● 2020 年に日本を世界に発信する際に、文化芸術は非常に大事だと思うか

大変そう思う/そう思う	96%
どちらでもない	4%
そう思わない/全くそう思わない	0%

● クリエイティブな発想が人や街の関係性にもたらす効果について、新しい発見・学びがあったか

大変そう思う/そう思う	100%
どちらでもない	0%
そう思わない/全くそう思わない	0%

● 2020 年に多くの訪日観光客を歓迎する仕組みづくりにおいて、海外アーティストやクリエイターとのコラボレーションが重要な役割を持っていると考えるか

大変そう思う/そう思う	88%
どちらでもない	12%
そう思わない/全くそう思わない	0%

◆ 世界のクリエイティブセクターに向けた海外発信

全世界 100 の国と地域に拠点を持つ英国の公的な国際文化交流機関であるブリティッシュ・カウンシルと、世界中のクリエイティブネットワークと連携しているウォーターシェッドとの協働が実現した

ことで、本試行プロジェクトを通して提示された日本のクリエイティブなアイデアや都市の魅力を世界中に発信する効果があった。

＜SNS アカウントを介した発信の一部＞

ブリティッシュ・カウンシル英国本部

アーツ部門 ツイッター

フォロワー数:40,400 人

Watershed ツイッター

フォロワー数:64,200 人

ブリティッシュ・カウンシル英国本部

クリエイティブ・エコノミー部門 ツイッターフォロワー数:11,100 人

#### ◆日本の魅力を伝える都市体験のアイデア

本試行プロジェクトで実施した、日本と英国のアーティスト、クリエイター13名が参加した8日間のクリエイティブラボの効果として、日本の魅力を言語や文化慣習を越えてあらゆる人にとって魅力的な形で伝える、以下3つの都市体験のアイデアの種が創出された。

##### アイデア①

東京の街中の至る所で見ると、列をなす人々の姿。飲食店の前、コンビニのレジ、バス停、駅のホーム。決められた場所にきれいに並び、周囲の人と目を合わせず、順番を待つ。日本人には当たり前だが、海外の人の目にはその列が何かのフォルムだったり、振り付けられた動きだったり、あるいは不思議な儀式のように映る。そんなソトの視点を取り入れると、並んでいる時間の振る舞いを含め、日本の列には独特の特徴があり、列の存在が都市の風景の一部であることの意識が芽生えた。



いろいろな人が集まり、何かを待つ「合間」時間を共有する列。都市のあちらこちらに現れる共有の合間時間を活用できないか。プレストの過程で、日本の食文化には料理と料理の間に、箸を清め、気分や雰囲気を変えるための一品が出される「箸休め」という合間時間が存在することが話題になった。これをヒントに、列に並ぶ合間時間を、ただ待つだけの時間から日常生活の中の「箸休め」の時間として再定義。列は、都市の中でちょっとした気分転換の機会を提供し、人と人、人と都市の間に新しい関係性を生む役割を担うことができるのではないかと考えた。



## アイデア②

フィールドワークの観察やワークショップでのディスカッションから、日本人が街の中で知らない人と話したり、何かを一緒にしたりすることはあまりないという気づきが生まれた。例えば、時間帯によっては一度の青信号で 1,000 人以上の歩行者が行き交う渋谷のスクランブル交差点で誰にもぶつからないことや、体が密着する超満員の通勤電車に乗っていられることは、海外の人からすると不思議ではないという。おそらく超過密都市でトラブルを避けて生活するために身につけた術だが、逆に人と人の間に交流が生まれることを阻む要因となる可能性を認識した。無意識のうちに慣れてしまっている行動を変え、都市の公共空間で人と人の交流が生まれることを促すアイデアのヒントを探った。

お互いを知らない二人をいきなり引き合わせても交流は生まれない。しかし、間に二人に共通する「第三のモノ」が入ると、それを介した関係性ができる。日本を訪れる外国人観光客の体験を豊かにする市民との交流を生むには、関係性をつくる「第三のモノ」が街の公共空間にあると良いのではないかと考えた。「遊び」が言語や文化的背景が違う多くの人々が直感的に関係を持てる「第三のモノ」になるかリサーチした。

## ● アイデア③

街探検のフィールドワークで観察したことを共有するなかで、店先に「のれん」をかけるのは日本独自の文化であることがわかった。日本人なら誰もが「営業中」の目印と理解するが、外国人観光客にはそれが伝わらず、表から中の様子が見えない店舗は、むしろ閉店中だと解釈するという。伝統的には業種ごとの色分けがあったり、のれんが汚れているのはお店が繁盛している証とされることもあったりと、さまざまな情報を凝縮するシンボルであるのれん。日本人が当たり前と考えている多くの物事において、文化的背景が違えば、その情報を読み取ることができないことや、誤った理解を生む可能性があることを認識した。



のれんを歓迎のシンボルとして定着させ、街中の至る所に、大小のリアル、バーチャルのれんをかけることで視覚的に心からの歓迎を示す。人々が街の中でのれんをくぐる度に、人と都市との直接的なつながりが生まれる。また、何か困ったときは「いつでも気軽に声をかけてください!」と、心の歓迎を示すものとして、身に付けられるのれんマークなどがあると、外国人観光客と、日本の市民の間に交流が生まれるきっかけができる。言語や文化の壁を越えてコミュニケーションをとるために、交流のきっかけを生むアクションを示す、わかりやすいシンボルを考えた。

## 課題

2020 年に向けて、日本の魅力発信を、言語や文化慣習を越えてあらゆる人にとって魅力的な形で伝える新しい都市体験が、日本各地で創出されることを実現するにあたり、本試行プロジェクトの実施を通して以下の課題が抽出された。

### ◆日本の魅力を誰にでもわかる形で伝える

- 日本人が日本の歴史や文化慣習について、もっと知識をつける必要がある。
- 海外の人が日本文化のどういう部分に興味を持ち、魅力を感じるかについて、丁寧なコミュニケーションを重ねて理解を深めるための、時間をかけた交流の機会がない。
- 日本国内、また狭いグループの中だけで考えると、日本人にとって「当たり前」なことや、日本人が「暗黙知」として意識せずに共有している事柄に気が付かず、正しい伝え方ができず、海外の人に伝わらなかったり、誤った理解をされてしまったりすることがある。

### ◆新しい体験のアイデアを創出/実現

- アーティスト、クリエイターの豊かな発想を引き出しながら新しいアイデアや商品・サービスの誕生を促進するには、セクターや分野の壁を越えたクリエイティブなコラボレーションを促すスキルを持ち合わせたクリエイティブ・ファシリテーター/クリエイティブ・プロデューサーの役割が非常に重要だが、そうした人材が日本にはまだ少ない。
- クリエイティブなアイデア創出のプロセスも、日本人、もしくは社会の多様性を反映していない限られた人の視点だけで進めてしまうと、共通する社会通念などが自然と考えを狭め、国籍や背景に関係なく、あらゆる人にとって豊かな体験を生む、新しいアイデアの創出を阻んでしまう。
- 外国人観光客だけでなく、日本で生活する全ての人にとって魅力的な都市体験を通して共生社会の実現を後押しできるようなアイデアを創出するには、多様な視点から「なぜ?」と問うきっかけを作る、海外アーティスト、クリエイターとのコラボレーションや、多様な人の参加を実現することが必要。
- アーティスト、クリエイターの自由な発想から生まれるクリエイティブなアイデアは、初めからゴール(アウトプットの形)が決められていない環境の方が創出され易いが、初めからアウトカムがわかっているプロセスに対して時間や資金をかける仕組みが限られている。
- 本試行プロジェクトでも、クリエイティブラボで創出されたアイデアをより発展させ、プロトタイプを制作して都市の公共空間における実証実験を行い、より学びを深めたいという思いがあった。しかし、事前に予算計画に計上できないことに予算をつけることが困難な今回の枠組みでは、それを断念した。より多くの新しいアイデアやクリエイティブな発想が創出されることを支援するには、クリエイティブな過程への理解と、アーティストやクリエイターの創造性に対する信頼を更に高める必要がある。
- クリエイティブな共同を成功させるには、信頼関係の構築が重要だが、既存のコラボレーショ

ンプログラムの多くは、そこにかける時間が非常に少ない。

- 異なる言語や多様な文化的背景を持つ人々の間のクリエイティブな共同の機会を最大限活かし、豊かなアイデアの創出をサポートするうえで、「通訳者」の存在が非常に重要であり、クリエイティブな環境において、創造活動の邪魔になってしまわず、効果的に通訳の役割を果たせる人材の育成が必要である。

#### ◆都市の公共空間の利活用

- 多くの都市公共空間が、ハード面、ソフト面ともに、「利用者」の体験よりも、「所有者」や「管理者」の都合を優先して設計されている。
- 公共空間として認識されている場所でも、「私有地」であることが多く、そうした場所のよりクリエイティブな利活用を促進するには、その場所の所有者やステークホルダーの理解と協力が不可欠となる。
- テクノロジーを使う都市体験を実現しようとしたとき、公共 Wi-fi の不備がハードルとなる場合がある。

#### ◆世界へのクリエイティブな日本の発信

- 言語も文化的背景も違う人と、互いの意見や想いをきちんと理解できるコミュニケーションスキルを習得し、海外発信の自信をつける必要があるが、それを実現する日本のアーティスト、クリエイターを対象とした機会が少ない。
- 異なった言語や文化の壁があると、海外のアーティストやクリエイターが日本のアーティスト、クリエイターについてよく知る機会が少なく、日本人とのコラボレーションを検討するきっかけが生まれにくい。

### 将来計画

本試行プロジェクトの実施の経験を踏まえ、都市が持つ文化や歴史などの財産と最新のテクノロジーが融合した新しい都市体験が、2020年までに東京や日本各地で実用導入されることを目指した今後の将来計画を次のように見据えている。

- クリエイティブな発想で、豊かな都市体験創出を促進する国際コラボレーションの継続した展開。
- ワークショップなどの協働プログラムを通して生まれるアイデアの実装。
- クリエイティブなアイデア創出を促進するファシリテーションスキルを持ったクリエイティブプロデューサーの育成。
- 日本のクリエイティブな魅力の海外発信と海外進出を後押しする、海外アーティスト、クリエイターとの共同の機会創出。