

サイバーとフィジカルの狭間 Society 5.0時代の空間づくり



株式会社 CMIセンター
空間メディアプロデュース室 室長

鈴木 朗裕

ICTや演出技術などを活かした「空間演出のプロフェッショナル集団」である丹青社CMIセンターに所属。あらゆる分野の空間に、感動体験を創造するために、プロデューサーとしてさまざまなプロジェクトに取り組んでいる。

つくづく、どこでも仕事ができるようになったなあと感じる。今日は休日に息子と釣りに出かけた後、自宅でこの原稿を書いている。働き方改革に向けた様々な取り組みがされているなか、必要があればHangoutで打合せだってできる。携帯電話で傍若無人に話されると少し困惑するけれど、今は必要な情報を様々なツールを使って自分のところに集め、どこにいても自分だけの空間を作ることができる。私たちは空間を選ばなくなった。選ぶ必要がなくなった。

フィジカル空間は役割を終えていくのか—

2016年に示された『Society 5.0』。狩猟社会 (1.0)、農耕社会 (2.0)、工業社会 (3.0)、情報社会 (4.0) に続く第五形態の未来社会のことで、サイバー空間 (仮想空間) とフィジカル空間 (現実空間) が高度に融合した社会システムのもと、IoTやAIなどのテクノロジーによって新しいサービスを生み出し、豊かな社会を実現すると同時に、地球規模の課題として示されるSDGs (Sustainable Development Goals; 世界を変革するための17の目標) の達成も両立させようという、気合の入った提言である。

確かに、身近なところでももうすでに、オフィスに行かなくても仕事はできるし (む

しろ撈る)、お店に行かなくても欲しいものは手に入る。さらにビッグデータに基づいて常におすすめの商品を教えてくれるし、比較検討の選択肢も増えて利便性は上がり、わざわざ空間を訪れなくても目的は達成できる。フィジカル空間でしか享受できなかったサービスが、サイバー空間でいつでもどこでも享受できるようになることで、リアル空間の必要性・必然性は低下し、そこに投資するコストや資材、さらには時間も削減され、利便性と効率性の両面で高いメリットがあるように思える。

これまで多くのフィジカル空間を、デザインやアイデアという付加価値をつけて創ってきた私たちにとっては、脅威だといわざるを得ない。

サイバー空間とフィジカル空間が高度に融合した社会システムでは、情報社会 (4.0) におけるアナログからデジタルへのシフトのように、フィジカル空間は役割を終えていくのだろうか。Society 5.0の登場からすでに3年が経過した。「2018年日本の広告費 (株電通)」によれば、展示・映像分野への投資は前年比105.8%の伸び率で、2年連続で増加傾向にある (2017年度は106.1%)。これは主要項目のうちインターネット広告の伸び率 (116.5%) に次いで二番目に高い伸び率である。また日本最大級のフェスイベントであるFUJI ROCK FESTIVALでは、昨年からライブ配信を

はじめた。無料でのライブ配信であり、集客数にどのような影響があるのか注目されたが、2017年と同じ12万5,000人で過去最高を記録している。この事実が示すように、実際には空間を使ったコミュニケーションはまだ減少傾向にはないといえる。

Society 5.0時代の到来にあわせ、テクノロジーはさらに進化を続け、サイバー空間とフィジカル空間の融合は加速度的に広まっていくものと予測できる。このSociety 5.0時代、私たちはどんな空間を創ればよいのだろうか。空間づくりはどのように変化していくのだろうか。

サイバー空間とフィジカル空間の融合とは

私は、フィジカル空間は体験のメディアであると考えている。フィジカル空間では体験を通じて様々なメッセージや情報、知識や価値が伝達される。体験は訪れる人の限られた時間と、特定された空間でのみ創造することができ、時間と空間によって生み出された体験が、五感を通じて感覚や感情を呼び覚まし、訪れる人の心を動かす。時間と空間を限定するため、伝えられる情報量は多くはないが、感覚や感情に直接働きかけることができるフィジカル空間は、訪れる人の心を直接揺さぶることができる。

サイバー空間の場合、時間と空間を



ZOZO「ZOZOCOLLE 2012A/W」:「ZOZOTOWN」の世界観をリアル空間に再現 (撮影:馬場 祥光)

選ばないため、現時点での最新テクノロジーを活用したとしてもフィジカル空間と同様・同等の五感を通じた体験の提供は難しいが、いつでもどこにいてもサイバー空間上では同じサービスを受けることができる。また、世界中の誰もが様々なデバイスを通じて、いつでもどこでもネットワーク上に情報発信し受信することができ、あらゆるメディアのなかで圧倒的な情報量を誇る。サイバー空間上では、大量の情報やサービスが、時間と場所を超えて世界中で共有される。

Society 5.0がいうサイバー空間とフィジカル空間の融合とは、この2つの両極にある、圧倒的な情報量を誇るメディアと、直接的に人の心を動かす体験のメディアを、テクノロジーによってつなぐことだと考える。また、そもそもフィジカル空間において感覚や感情を呼び覚ますための表現に制限はなく、これまでも様々な展示体験、映像表現、グラフィック表現が生み出されてきた。ここにサイバー空間が育んだ新しいテクノロジーが融合し、時間と場所を超えていくのだ。テクノロジーによってフィジカル空間のコミュニケーションはサイバー化され、私たちの生活は利便性が高まる。一方で、サイバー空間のコミュニケーションもフィジカル化されることで、いままでにない新しい空間が生まれる。これらの事例をいくつかの事例を交えて考察してみたいと思う。

サイバー空間のフィジカル化

サイバー空間のフィジカル化を私が最初に経験したのは、2012年に(株)スタートトゥデイ(現・(株)ZOZO)が主催した『ZOZOCOLLE 2012 A/W』というイベントである。当時すさまじい勢いで会員数を伸ばしていたファッションECサイトが、ユーザー向けに1度だけ行なったリアルイベントである。主目的は、在庫リスクを減らし無駄な生産も削減できる先行予約販売という画期的な販売フォーマットを世間に広めるために実施したイベントであったが、普段はZOZOTOWNというサイバー空間でしか対面しないメーカーやプラットフォーム側とユーザーが、リアルイベントというフィジカル空間で直接顔を合わせる貴重な機会でもあり、まさにZOZOTOWNというサイバー空間での体験の延長線上に『ZOZOCOLLE 2012 A/W』というフィジカル空間が出現したのである。その空間はサイトの世界観をリアル空間に再現したトーン&マナーに基づいてデザインし、サイトと同じように商品のランキングなどが直感的に感じられる大型スクリーンを中心に会場を演出した。

『ZOZOCOLLE 2012 A/W』が開催された2010年代前半は、スマホの普及やIT技術の進化にともない、動画配信サービスやソーシャルゲームが普及・発

展し、ネットワーク上のコンテンツ制作・流通が大きな市場となった時期である。IP (Intellectual Property; 知的財産) と呼ばれるようになったそれらは、ネットワーク上のサイバー空間で様々な形で消費されるようになり、フィジカル空間でも特別企画展やイベント、フェスなどで多くのファンを集客するようになった。また、これまでテレビや紙面を中心に展開されていたアニメや漫画などもその流れに呼応して、視聴覚中心のメディアからフィジカル空間へ展開されていった。例えば『ONE PIECE展(2012年)』は51万人以上を集客し、その後、海外でも展開された。昨年開催された『荒木飛呂彦原画展JOJO 冒険の波紋(2018年)』(漫画『ジョジョの奇妙な冒険』の展覧会)も、約1か月という短期間の開催にもかかわらず、14万人以上が来場した。IPコンテンツのフィジカル化は、現在もコンテンツ展開の一つのフォーマットとして、商業的にも成功しているようである。

これらサイバー空間のフィジカル化においては、いくつかの共通点があるように思える。一つ目は、サイバー空間とフィジカル空間がひとつのストーリーとしてつながっていることだ。普段日常的に触れているサイバー空間の延長線上に現れる、その日だけの特別なフィジカル空間でのストーリーを来場者は楽しみにして訪れる。IPコンテンツのサイバー空間とフィジカル



集英社「荒木飛呂彦原画展 JOJO 冒険の波紋」：
ファッションデザイナーの森永邦彦氏とのコラボレーションを実現「JOJO's Design」
©荒木飛呂彦&LUCKY LAND COMMUNICATIONS/集英社 / ©ANREALAGE (撮影:ナカサアンドパートナーズ)



集英社「荒木飛呂彦原画展 JOJO 冒険の波紋」：
作品がもつアーティスティックな世界観をフィジカル空間に展開「JOJO Road」
©荒木飛呂彦&LUCKY LAND COMMUNICATIONS/集英社 (撮影:ナカサアンドパートナーズ)

空間が一つのストーリーでつながっていることはわかりやすいが、『ZOZOCOLLE』も来場者にとっては購買体験という一つのストーリーとしてつながっている。サイバー空間での日常的な購買体験の延長線上に、先行予約販売という特別なストーリーがつながり、ユーザーは商品の到着までを楽しみにして過ごすことができる。

もう一つは、サイバー空間の世界観がフィジカル空間に具現化されていることである。仮想が現実になる、実際にはなかったものがそこにある、造形や映像など展示・演出の技術だけでなく、XR技術やセンシング、インタラクションなどのテクノロジーによって、デジタルコンテンツがフィジカル空間で疑似体験化・実体化することで、サイバー空間にはないライブ感が生まれる。この二つのポイントを含め、サイバー空間がフィジカル化した空間にはそこだけでしか体験できないこと、手に入らないものがあるから、多くの人が訪れるのである。

コンテンツの可視化・体験化

サイバー上の仮想空間だけでなく、テクノロジーの進化は、目に見えない様々な価値や知識も、視聴覚を中心とした情報という形以外にも、フィジカル空間での体験という形で表現できるようになったと思う。

2018年3月から2019年1月まで開催され224万人以上が訪れた『肥前さが幕末維新博覧会』のメインパビリオンである『幕末維新記念館』のプロデュースを私が担当した。ことさら歴史好きでもない自分が歴史博物館的な展示をプロデュースできるとは到底思っていなかったが、幸いにして本博覧会は、明治維新150年を契機に先人たちの志を今につなぎ、未来へと活かすことがテーマとなっており、幅広い層へのアプローチが求められたため、まずは歴史好きも、そうでない人もすべての人が楽しめるパビリオンを目指した。そしてパビリオン内を大きく4つの空間に分け、歴史を切り拓いた先人たちの志をストーリーの軸としながら、来場者にとっては過去・現在・未来が一続きの物語になるような構成とした。来場者にはこのストーリーに没入してもらうため、ガイドランスとなる大型シアターやテーマを深掘りするライブショーなど、4つの空間ごとにテーマと表現手法を変え、ヴィジュアルイズだけでなくライティングやオペレーションのテクノロジーも活用しながら、飽きさせることなくストーリーを体感してもらい、最後の部屋ではここで芽生えた自分の志をメッセージにしたためてもらいアナログな体験で締める仕立てとした。

また、ここ佐賀でも歴史が動きかけが生まれていたのだという事実が、いま同じ場所に立つ来場者と、先人たちの

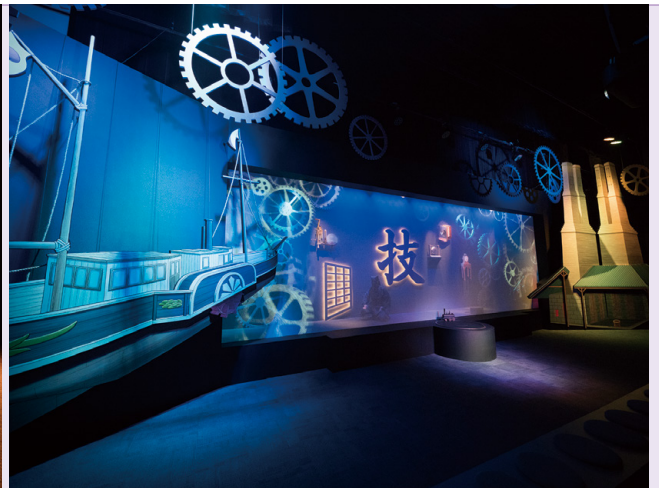
志とのシンクロ率を高め、より一層ストーリーに没入していただくことができたのではないと思う。歴史という、現代では実体として見えない過去のコンテンツを、それが実際に積み重ねられてきた地で、テクノロジーを活用してフィジカル空間に体験化し、改めてその価値や意味を見直し、次の世代へとつなごうという新しい試みであった。

サイバー空間とフィジカル空間の融合が進むなかでは、サイバー空間上や長らく蓄積されてきた大量の情報をフィジカル空間でどう処理するかということも、新しい空間づくりには大きなポイントの一つではないかと考えている。

2019年5月にリニューアルオープンした「横手市増田まんが美術館」ではマンガ原画の収蔵とアーカイブ化に事業として取り組んでおり、20万枚以上の漫画の原画が保存されている。原画そのものの収蔵・アーカイブ化の過程が展示空間として可視化・体験化されているほか、デジタル化された原画をデータベース化し、ヴィジュアルイズのテクノロジーを使って来場者が自由に原画を閲覧・観察できるシステムを導入。データベースを単なる“リスト”として公開するのではなく、来場者が自分の意志で直感的に体験できる仕組みとしたことで、作家ごとに異なる繊細なタッチやその原画が描かれた当時の熱量を肌で感じることができるようになった。これまで情報や展示物として



肥前さが幕末維新博推進協議会「肥前さが幕末維新博覧会 幕末維新記念館」：「幕末維新」体感シアター：来場者を幕末維新の世界へ一気に惹き込む（撮影：御園生 大地）



肥前さが幕末維新博推進協議会「肥前さが幕末維新博覧会 幕末維新記念館」：「技」からくり劇場：映像と演者によるパフォーマンスを融合させたライブショー（撮影：御園生 大地）

しか提供されてこなかったコンテンツをテクノロジーによって体験化することで、これまで見えなかった価値が可視化され、新たな発見を来場者に提供することができるようになった。

これからの空間づくりに必要なこと

以上の考察からみえてくることは、これからのフィジカル空間づくりで重要になるポイントは、①：空間そのものの、または空間に至るまでのストーリー性、②：世界観などのイメージや情報、知識、価値の可視化、③：①②も踏まえ、その時その場だけでしか味わうことのできない体験性ということだろう。この3つのポイントは、サイバー空間上での情報や単なる展示物として触れるだけではみえてこない価値や感覚・感情を、ストーリーや可視化、それらを含む体験としてフィジカル空間上で具現化することで、来場者に新たな発見を促し、心を動かすことにある。これらのポイントを押さえ空間設計や演出ノウハウとクロスし、来場者の時間と場所をデザインしていくことで、これからの新しいフィジカル空間の形が見えてくるのではないだろうか。

SDGsが採択されたのが2015年、それに呼応して2016年に示されたのがSociety 5.0。さらにそれから2年後の2018年11月に2025年の大阪・関西

万博が決まった。2030年にSDGsをSociety 5.0で達成する社会の姿、その途中経過を日本から世界に向けて発信する機会となる。それはサイバー空間とフィジカル空間が高度に融合した日本のシステムのもと、ワクワクする未来の姿を、サイバー空間からだけではなく、体験をともしフィジカル空間からも、世界中に向けて発信する機会でもある。

個人的には日本、関西、大阪という場所と、そこに流れてきた時間を踏まえたストーリーテリングを大事にしていきたいと思う。その場所で育まれた様々な歴史や文化が今、そして未来の社会にどう活かされて、つながっていくのか。テクノロジーがみせてくれる未来の姿だけではなく、伝統や風土など、過去の営みや発見、経験の価値がどう蓄積されて、どう可視化され、未来へと活かされるのかということ、そしてそれらが2025年に言葉や文化の壁を越え、さらには場所をも超えて地球規模でどう発信されるのか、ということも、サイバー空間とフィジカル空間が高度に融合したSociety 5.0社会においては、共有されるべき価値なのではないだろうか。

Society 5.0が示すサイバー空間とフィジカル空間の高度な融合をみせるためには、サイバー空間を構築できるだけでは不十分で、もちろんフィジカル空間を設計し制作・施工できるだけでも、様々なテクノロジー分野に長けているだけでも足

りない。サイバーとフィジカルを融合させ、テクノロジーを活用して空間に確かな体験を創造し、そこでこれまでみえなかったものを肌で感じさせて、心を動かさなければならない。体験がないと人はフィジカル空間を訪れない。それもただの体験ではなく、そこだけでしかできない体験であり、またそこにあることに意味がある体験である。時間と空間によって体験を創造し、その体験によって感覚や感情を呼び覚まし、心を動かす。情報や展示物だけではなく、目に見えない価値や感覚・感情を豊かな体験として可視化するには、サイバー空間とフィジカル空間の狭間でそのひとつつながりのストーリーを意識しながら、デジタルとアナログ、ヴァーチャルとリアル、サイバーとフィジカルを、テクノロジーを活用して最適な形で融合させ、その空間を訪れる来場者のマインドを的確に捉えたプランニングとプロデュースを実行していくことが求められる。

サイバー空間の構築、フィジカル空間づくり、または個々のテクノロジー分野それぞれにおいては素晴らしいスペシャリストたちがそれぞれの能力を高めている。Society 5.0時代を迎えるにあたっては、そのスペシャリストたちの先頭に立ち、サイバーとフィジカルを目的に沿って融合させた新しい空間を創造するプランナー、プロデューサーが必要なのではないだろうか。私たちはこの期待を意識しながら今後もチャレンジを続けていきたい。