



Playful Welcome!

**PLAYABLE CITY TOKYO 2016
プログラムレポート**



rhugamatks



WATERSHED

What TOKYO wants?

ボール遊びができない公園
路上ライブができない道
花火をしてはいけない海岸

気が付けば都市にあふれているさまざまな制約が
時として人々のクリエイティブな営みを
阻んではいけないだろうか？

Playable City Tokyo はそんな東京の街を
違う角度から見る素晴らしい機会だと思います。



株式会社ライゾマティクス 代表取締役
齋藤 精一
2015年9月8日

今の東京が求めているものは何？

はじめに

本レポートでは 2016 年 12 月 4 日から 11 日に開催された、Playable City Tokyo 2016 クリエイティブラボとフォーラムの取り組みを紹介する。

Playable City®¹は英国を代表するメディアセンター、ウォーターシェッド(Watershed)が 2012 年に立ち上げたグローバルイノベーションプラットフォーム。技術革新が実現する効率化を謳い、シームレスな世界を描く未来都市のビジョンにももの寂しさを感じ、むしろテクノロジーが人の新しい体験を創造することで都市に豊かさが生まれる未来を提示する。市民、研究者、クリエイター、行政関係者、開発関係者、テクノロジストなど、未来の都市形成に携わるさまざまな人を巻き込むプログラムを英国内外で展開。創造的にテクノロジーを活用する仕掛けで人の遊び心と呼び覚まし、人と人、人と都市をつなげるアイデアを創出して公共空間の役割を拡張している。

技術や政策中心に都市の未来ビジョンを描くのではなく、「遊び」をキーワードに、人の体験に焦点をあてた Playable City のアプローチは世界中で共感を呼んでいる。2015 年には、ウォーターシェッドと英国の公的な国際文化交流機関であるブリティッシュ・カウンシルのパートナーシップに、日本を代表するクリエイティブ集団ライゾマティクスの齋藤精一が加わり、Playable City Tokyo がスタートした。アーティスト、デザイナー、テクノロジスト、建築家など、多様な人と日英で知識やアイデアを共有するプラットフォームを構築している。ワークショップやトーク、英国で実装された Playable City アイデアを日本で展開するなど、Playable City のアプローチを広め、国境やセクターの壁を超えた創造的なコラボレーションの種を蒔いている。

¹ Playable City は Watershed の登録商標。

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²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後押しするリサーチを行った。

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の創出につながるよう、プログラムの過程と学びを纏める。

Playable City Tokyo 2016 クリエイティブラボ及びフォーラムは、『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』として、内閣官房オリンピック・パラリンピック推進本部事務局の委託により、平成 28 年度オリンピック・パラリンピック基本方針推進調査として実施。

² 2016 年 3 月に発表された 2020 年の訪日外国人観光客の政府目標。

Playable City puts people and play
at the heart of the future city.
Re-using city infrastructure and re-appropriating
smart city technologies to create connections
– person to person and person to city.



Playable City は「人」と「遊び」を
未来の都市ビジョンの中核に据える。
都市インフラやスマートシティテクノロジーの
ひねりを加えた活用で
人と人、人と都市をつなぐ仕掛けを創出する。

目次

SECTION 1: テーマ	P6
SECTION 2: クリエイティブラボ	P7
SECTION 3: フォーラム	P15
SECTION 4: 学び	P17
SECTION 5: まとめ	P22



SECTION 1 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³もの人が、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)」をテーマに Playable City Tokyo 2016 クリエイティブラボとフォーラムを実施した。

「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創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、日本人の視点と海外の人が日本を見る視点の両方を意識しながら、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。



³ 2012 年のロンドン、2016 年のリオ大会の実績に基く。

SECTION 2 クリエイティブラボ

【開催概要】

日 程 : 2016年12月4日(日)~11日(日)
(11月24日(木)に事前顔合わせオンラインセッション)

会 場 : WIRED Lab.

主 催 : 株式会社ライゾマティクス、ブリティッシュ・カウンシル

企画協力 : ウォーターシェッド

メディア協力 : 『WIRED』日本版

※『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』として、内閣官房オリンピック・パラリンピック推進本部事務局の委託により、平成28年度オリンピック・パラリンピック基本方針推進調査として実施。



【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

【参加者プロフィール】（敬称略、五十音順）

Playable City Tokyo 2016 クリエイティブラボには日本から 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。



石川 志保 広告代理店アサツー ディ・ケイ(ADK)勤務

アートディレクター・CM プランナーとして主に TVCM、WEB ムービー、デジタルコンテンツなどの企画制作を行うかたわら、個人でアート活動を展開し、絵本出版、参加型のアート・コンテンツの開発、美術館などでのワークショップを実施。海外でもワークショップを実施していく中で、日本文化と西欧との融合や言葉を超えたコミュニケーションに興味を持ち、作品を制作。日本文化の折り紙とアルファベットを融合した知育工作絵本 Alphapet は、2010 年にグッドデザイン賞受賞し、世界 5 カ国で発売。世界共通の記号「数字」で、世界のみinnで時計を作ろう！ という実験作品、Tick tack studio は現在アプリを制作中。また、美術館などで進めているワークショップ・プロジェクト The other me では、子供の「型」をとって、もう一人の自分を作るワークショップをデジタル・コンテンツ化できないか検討するなど、アナログにベースを置く作品とデジタルの融合を進めている。アート活動では、参加者が自分で考えること、その人の個性を生かすこと、想像力を引き出すことを大切にしている。



石林 典飛 建築デザイナー(一級建築士)

都市開発、住宅、オフィス、商業施設、公共空間など、さまざまな案件を請ける建築設計事務所にて勤務後、独立。建築のみならず、多角的なアプローチによりアイデアを形にするクリエイションを展開するクリエイティブユニット「アイカム」を発足する。街の持つ魅力に惹かれており、その魅力を開拓するために様々な創作活動にチャレンジしており、街の映画館化という想いから「シブヤガワ映画祭」の企画運営に従事したり、街を音で埋め尽くしたいという想いから「渋谷ズンチャカ！」の企画運営に参画したりしている。



井上 紗彩 森ビル株式会社所属

入社して 8 年程は、六本木ヒルズのブランディングに携わり、六本木アートナイトの立ち上げ、六本木ヒルズの 10 周年プロジェクトを推進。その後、語学力向上に一念発起し、会社の研修プログラムに参加して、シンガポールに半年、上海で 9 ヶ月を過ごす。現在は、他社と協業し、虎ノ門ヒルズに近い古いビルをリノベーションしたオフィスで、海外企業が使えるシェアオフィスの運営、海外の文化を虎ノ門に誘致してエリアを盛り上げるプロジェクトを仕掛けている。アートやデザイン、街づくりを基軸に活動し、プライベートでは、趣味で友人の演劇の舞台美術を担当。



井上 裕太 Startup Studio 事業責任者、株式会社 QUANTUM

マッキンゼーで日米欧の顧客へのプロジェクトに従事。復興支援財団の創設・経営を経て、独立。フィールド・マネージメント社等で航空・教育・人材・デジタルマーケ・不動産等の新事業支援、スタートアップの経営支援を実施。WIRED 誌の北米特派員、文部科学省プロジェクト・オフィサーも兼任。2014 年 QUANTUM 立ち上げに参画し、現在はコーポレート・アクセラレータープログラムの企画運営、新規事業コンサルティング、他社との共同事業開発プロジェクトを統括。Startup Leadership Program メンター、Startup Weekend コーチ、Incubate Fund フェロー。いつもバスケットボール仲間を探している。



河 吉成 (株)ネストエッグ代表取締役

電気通信大学大学院でメカトロニクスを専攻し、回路設計から機構設計まで幅広く学ぶ。旧石川島播磨重工の技術開発部で計測機器の開発、大型機器の計測について様々な経験を積んだ後、自身で製品開発を行いたいとの思いから 2009 年に(株)ネストエッグを設立。設立時からマイコン回路の受託開発を行い、大学やベンチャー企業、中小企業の回路設計を請け負っている。度重なる仕様変更と短期納期の現場を数々経験し、ハードエンジニアでなくてもハードウェア開発ができればより多くの製品が開発できると思い、自社製品を考案。ソフトエンジニアでもハードウェアの設計が簡単にできるようにと、2014 年に自動回路図生成ツール「mille-feuille(ミルフィーユ)」を発明。国際特許を取得した。得意分野はマイコン、電子回路の設計と制御。レーザーカッター、真空成型、3D プリンターを使いロボット制作や機構設計を行うことが最近の関心ごと。



佐藤 大地 東京工業大学建築学科卒、同大学院在学中

スウェーデン王立工科大建築スクールへの留学を経て Rhizomatiks に所属し、主に Rhizomatiks Architecture のプロジェクトに携わる。Playable City Tokyo プログラムには 2015 年より関与。ヒトの体験を設計することや、少し先の未来に起こるであろうことに関心がある。



竹澤 ひさみ UI/UX デザイナー、アートディレクター

美術大学でプロダクトデザイン、ユニバーサルデザインを学び、広告会社と飲料メーカーで CM プランナー、デザイナーとして稼働。現在フリーランスでプロジェクトごとに企業に常駐契約し、テクノロジーと社会をつなぐサービスデザインや、それを伝える映像制作、UI/UX デザインを行う。現実的なものと将来性が混在したお話に触れている。興味関心ごととして、パフォーマンス・アーツ、日本地域のポテンシャルを発見するような現代美術を日々リサーチ。ダンス公演や美術展覧会の裏方として仕事をしたり、建築家や美術家とのチームで展覧会やワークショップを実行したりしている。東京にいながら地方の活動ばかりしていた時期もある。デジタルファブ리케이션周りでアナログな電子工作も楽しんでいる。



藪内 善久 NEC 新事業推進本部所属

2014 年より新規事業の企画・マーケットリサーチ、グループ内のリソースを活かした提案などを担当。流通、製造、行政と幅広い業界をスマートシティや CSV (Creating Shared Value) という業種横断視点で、リサーチや営業支援を行う。2016 年からは、横浜市政策局共創推進室に出向し、公民連携を担う為のスキーム作りや対話の制度設計、庁内向け教育、案件の企画や対応を行っている。大規模な都市開発が相次ぐ東京で、効率の重視や画一化していく都市の在り方に疑問を感じている頃、遊び心とテクノロジーによって、都市という公共空間を舞台に人と人、人と都市をつなぐアイデアを発掘することがコンセプトである Playable City Tokyo 2015 に関心を持ち参加。2016 年の International Playable City Award に PCT チームとして参画し、提出したアイデア Mischievous Footprints はショートリスト入りを果たした。



吉岡 純希 デジタルホスピタルアーティスト、看護師

救急救命センターでの経験を経て、訪問看護師として在宅ケアを行う傍ら、デジタルアートの活動やものづくりの研究をしている。白塗りの壁、なんとなく閉塞的といった暗いイメージが強い病院に、デジタルアートという魔法を届けることで、患者さんに夢を描いてほしいという願いから「デジタルホスピタルアート」の活動をはじめ。身体可動性に合わせたセンシングをベースにシステム開発を行い、医療スタッフとともに病院でのインタラクティブなデジタルアートを制作・実施してきた。また、3D プリンタをはじめとしたデジタルファブリケーションを看護として応用する研究、「看護 FAB」の研究も行う。個人の疾患や環境に合わせた患者・家族を支えるテクノロジーのあり方や、医療、アート、デザイン、エンジニアリングなどが他の領域と協働していくコミュニティについて関心があり、誰もが自由に選択・表現できる世界が当たり前になってほしいという思いがある。



フレッド・ディーキン (Fred Deakin) ミュージシャン、デザイナー、アーティスト、エドゥケーター (フレッド &カンパニー代表)

多様な人々の共同や、社会的価値を生み出すインタラクティブなプロジェクトを専門とするクリエイティブ・スタジオ Fred & Company 代表。音楽デュオ、レモン・ジェリーのメンバーでもあり、マーキュリー賞とブリット・アワードにノミネートされ、500,000 枚を超えるアルバムを販売。グラストンベリーやベスティバルのヘッドラインをつとめた。ロンドンを拠点とする革新的なデジタル・デザイン・エージェンシー Airside の共同設立者兼ディレクターとしても知られ、BAFTA、D&AD、ウェビー賞など数々の賞にノミネートされ、受賞している。現在はロンドン芸術大学でインタラクティブ・デジタル・アートの教授をつとめる。



ニッキー・ピュー (Nikki Pugh) アーティスト、デザイナー、エドゥケーター

人が周囲の環境をいかに認識し、そのなかを動きまわり、かかわりを持つかに関心を持ち、ウォーキングやガイドツアー、物理的コンピューティング、G 空間情報、参加型ゲーム、インスタレーション、コラボレーションなどの技術や手法を用いて活動している。参加型イベントの場など、多様な人が集まる場で人々の間に対話を促し、さまざまな可能性を共同で探る手助けをする作品を制作する。2016 年はアート、テクノロジー、科学にまたがる実践的リサーチを支援する Birmingham Open Media のフェローに選出されたほか、デジタル・アートのショーケース、Right

Here, Right Now に出展。最新の G 空間技術の活用について特集した学術誌、Leonardo Electronic Almanac で活動が取り上げられた。また、同分野で活躍するアーティストのメンターをつとめるほか、2015~16 年にかけてはウルヴァーハンプトン芸術学校でレジデンスを行うなど、活動は多岐にわたる。



ヴァハカン・マトシアン (Vahakn Matossian) デザイナー(ヴァハカン・アート & デザインスタジオ代表)

英国ロンドンを拠点に、インタラクティブなパブリックアート・プロジェクトを手がける。遊び心、探究心、そしてイマジネーションを活動に中心に置き、「現実」にひとひねり加えることで、世界を見る新たな視点を提案している。ブライトン大学で 3D デザインを専攻し、2009 年にロンドンのロイヤル・カレッジ・オブ・アートのデザイン・プロダクト修士号を取得している。長年インタラクティブ・アートとデザインにかかわり、2013 年にはアクセシブルな音楽のテクノロジー(さまざまな障害のある人のための楽器など)を開発する Human Instruments を設立した。クライアントにはヤマハ、DESIGNTIDE TOKYO、グラストンベリー・フェスティバル、英国映画協会などが含まれる。



ベッカ・ローズ (Becca Rose) アーティスト、デザイナー、エドゥケーター

人形演劇と教育プログラムを専門としていたが、2012 年より人形創作にスマートテキスタイルや Arduino を取り入れはじめたことをきっかけに、クリエイティブ・プログラミングの指導や、Ideo、Intel など多くの企業とのデザイン・プロジェクトに携わるようになる。参加型創作活動や他者との交流を通じた学習プロセスに関心を持ち、相互作用する学習体験のデザインについてロンドン大学ゴールドスミス校の修士課程でリサーチを行った。現在は工芸、民芸、ストーリーテリング、教育、クリエイティブ・テクノロジーなどの幅広い領域を横断・融合しながら、導電ペイント・導電糸などのスマート素材や、アニメーション、参加型イベントやその他のインタラクティブな手法を用いてストーリーに息を吹き込む活動を展開。そこにはさまざまな人が楽しみながらストーリーを共有し、学べる場を創出したいという思いがある。

【ファシリテーター】



クレア・レディントン (Clare Reddington) ウォーターシェッド、クリエイティブ・ディレクター

ウォーターシェッドのシネマ部門を含む全事業を統括するほか、クリエイティブな現場と最先端の研究、最新のテクノロジーをつなぎ、モバイルテクノロジーやワイヤレスメディアの未来の可能性を探求する R&D ラボ、パーベイシブ・メディア・スタジオをリード。ビジネス、高等教育、クリエイティブ産業と連携し、クリエイティブ人材の育成や新たなアイデアを創出するプロジェクトを多く手がける。2012 年からは Playable City のクリエイティブ・ディレクターとして国内外でプロジェクトを展開。また、英国リサーチカウンシル(RCUK)や、英国芸術・人文科学研究会議(AHRC)などのデジタル分野の顧問委員も務め、ザ・ウェスト・オブ・イングランド大学の客員教授でもある。最新テクノロジーの新たな社会的、文化的価値や可能性を、セクターの壁を超えたクリエイティブなコラボレーションを通して生み出すアプローチが注目され、2010 年から 3 年連続で英国 Wired 誌が選ぶ、デジタル時代の『今最も影響力を持つ 100 人』に選出された。



ヒラリー・オショネシー (Hilary O' Shaughnessy) ウォーターシェッド、Playable City プロデューサー
アイルランド、コーク出身。アーティスト兼プロデューサーとして劇場、ゲーム、インタラクティブ・デザインを専門とする。最近ではデザイナーや技術者とともに、ダブリンをより「遊び心」ある街にするためのアイデアを出し合う「Prototype Festival of Play and Interaction」をスタートさせた。

【リサーチ・評価】



ジョー・ランズドン (Jo Landsdowne) ウォーターシェッド、クリエイティブ・プログラム・マネージャー
スタジオ部門、シネマ部門、エンゲージメント部門と横断的に連携し、ウォーターシェッドの創造性を最大限に引き出す役割を担う。ウォーターシェッドではもともとクリエイティブ企業と学術研究者をつなぐ 4 年間のプロジェクト「REACT」のプロデューサーを担当しており、そのなかで新しいプロトタイプの開発と実験を推進する研究開発プログラム Sandbox のデザインと運営をリードした。

【主催・運営】

齋藤 精一 株式会社ライゾマティクス、代表取締役

湯浅 真奈美 ブリティッシュ・カウンシル、アーツ部長

秋元 七生 ブリティッシュ・カウンシル、プロジェクトマネージャー(アーツ)



【実施目的】

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。

【プログラム】

多様な背景を持つ日本と英国のアーティスト、クリエイターが参加するプログラム。まずはオープンな共同の環境を形成することから始まった。それぞれの視点を引き出しながら、自由な発言を促し、互いに刺激を与え合うことで発想を膨らませ、アイデアへと発展させた 8 日間のプログラムを紹介する。



Day 1

有意義なコラボレーションを実現するために、まずは参加者、ファシリテーター、主催者全員がお互いのことを知り、理解して信頼関係を築くワークショップ。



Day 2

都市の公共空間における人の体験を考えた。日々そこを行き交う人の視点と、観光客として訪れる人の視点の対比を通して、空間の本質的な部分を探し、逆に空間の設計や環境が、使われ方や体験に与える影響に注目したフィールドワークとワークショップ。



Day 3

都市の公共空間における体験の広がりを感じ取るため、全く違った目的意識や、普段と違う視点で街の中を「探検」することで、都市空間の心理的地理を体験したワークショップ。



Day 4

「遊び心のある歓迎」のプレストを始める前に、まず「歓迎」について考えたワークショップ。歓迎されていると感じるのはどんな時？ あまり歓迎を感じないのはどんな時？



Day 5

各々が東京の街を探索・観察するフィールドワーク。街で目についたものや、疑問に思ったことなどを持ち寄ってアイデアを発展させる材料とした。



Day 6

3つのチームに分かれ、「遊び心のある歓迎」のアイデアを発展させるワークショップ。



Day 7

街の中で各チームのアイデアをテスト。得られた気づきをもとにアイデアを更に発展するワークショップ。



Day 8

フォーラムでチームのアイデアを発表。⁴



⁴各チームのアイデアは本レポートの SECTION 4 で紹介。

SECTION 3 フォーラム: Playful Welcome! —アートとテクノロジーで東京と世界をつなぐ

【開催概要】

日 時 : 2016年12月11日(日)15:00-17:30
会 場 : アークヒルズカフェ
主 催 : 株式会社ライゾマティクス、ブリティッシュ・カウンシル
企画協力 : ウォーターシェッド
メディア協力 : 『WIRED』日本版
スピーカー : 有坂 庄一 (TechShop Japan、代表取締役社長)
(パネル) 齋藤 精一 (株式会社ライゾマティクス、代表取締役)
クレア・レディントン
(ウォーターシェッド、クリエイティブディレクター)
若林 恵 (『WIRED』日本版、編集長)
※敬称略、五十音順

【プログラム】

- 挨拶
- Playful Welcome アイスブレイク
- Playable City の紹介
- Playable City Tokyo の紹介
- Playable City Tokyo 2016
クリエイティブラボの紹介
- クリエイティブラボ参加者による
チームプレゼンテーション
- パネルトーク



参加者全員で遊ぶアイスブレイクゲームで幕を開けたフォーラム。初めて Playable City の活動に触れる人が多いなか、まずは「Playful Welcome!」をテーマに設定した Playable City Tokyo 2016 クリエイティブラボの趣意を、人と人、人と都市の間につながりを生む「遊び」の可能性を体感することで伝えた。続けて英国を代表するメディアセンター、ウォーターシェッドのクレア・レディントンが Playable City を立ち上げの背景を紹介。ライゾマティクスの齋藤精一は日本を代表するクリエイターとして、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⁵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。

⁵ 国連「World Urbanization Prospects」2014 年版より。

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チームで発表。⁶ 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を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。



フォーラム後は WIRED Lab.を開放し、クリエイティブラボでのコラボレーションの様子を共有する展示、フォーラム参加者とのネットワーキングの時間が設けられた。また、クリエイティブラボ参加クリエイターが準備した、普段街を歩くときと視線の高さを変えて空間を感じる遊びへの招待があった。



⁶ チームのアイデアは本レポートの SECTION 4 で紹介。



SECTION 4 学び



日本の魅力を世界に発信する体験のアイデアを、日本人の視点だけでなく、海外から訪れる外国人観光客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をリサーチした Playable City Tokyo 2016 クリエイティブラボ。日英のアーティスト、クリエイター13名が参加した8日間のプログラムの観察、参加者へのインタビューなどを通して得た学びを共有する。

【アイデア創出促進のヒント・課題】

◇ 日本の魅力の理解

- 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の部分に興味を持ち、魅力を感じるかについて理解を深める必要がある。例えば、「日本らしさ」に魅力を感じる外国人観光客の興味は、表面的でわかりやすい部分にとどまらず、日本人が自分では特定できない「らしさ」を形成する日本独自の言葉や文化慣習、考え方など、目には見えない部分にまで及ぶ。
- 「見る」だけの観光では知ることができない日本の「心」や「考え方」には、人と人、人と都市がつながる体験を通して触れることができる。
- 日本人にとって「当たり前」で意識すらしていないようなことも、外国人観光客には、貴重な文化体験として喜びを与えること、逆に理解できないと不快感を与えてしまうこともあると意識する必要がある。

◇ 伝え方

- 言語や文化が違う人ときちんと理解し合うには、一つ一つの言葉の意味や使う表現までも意識した、丁寧なコミュニケーションが重要。
- 日本文化には日本人が自然と培う「暗黙知」を共有していないと理解できないものがあるが、日本人にとっては当たり前のことなので、「暗黙知」を共有していることを把握していないことが多い。外国人観光客とコミュニケーションをとる時には、全体像をきちんと相手が理解できる伝え方を考えなくてはならない。



◇ アイデアが生まれる環境

- 多様な背景を持つ人が協働し、互いに刺激を与え合う環境の方が、単独で創作するより発想が広がり、新しいアイデアが生まれる。
- コラボレーションの価値である、自由な意見やアイデアの共有を促すには、信頼関係の構築が鍵となる。
- 初めからゴール(アイデアの形)を指定しないことが、自由な発想を引き出し、クリエイティブなアイデアを数多く創出する。
- 日本人だけだと、共通する社会通念などが自然と考えを狭めてしまうことがある。アイデアを膨らませ続けるには、海外のクリエイターとのコラボレーションなど、他の視点から「なぜ?」と問うきっかけを作ることが必要。
- クリエイティブな発想を助長する環境として、レイアウトを容易に変えることができ、壁や床を自由に使える空間が大きく貢献した。8日間同じ空間を使い、アイデア創出の過程が常に見えるところに蓄積されることで、前後の思考プロセスを振り返ったり、別々の場所で生まれたアイデアをか

け合わせたりでき、クリエイティブな活動を邪魔することなく、次々と発想を膨らませることができた。

◇ 都市の公共空間の役割

- アーティストやクリエイターの社会通念にとられないクリエイティブな視点は、都市の公共空間の活用可能性を広げ、活動分野や作風の違いから、一つの公共空間でも百人百様のアイデアが生まれる。
- 日本と海外では「公共空間」に対する市民の考え方に違いがある。日本の都市の公共空間は「私有」されていることが多く、利用者の体験よりも所有者の都合が優先された設計になっていることが多い。
- 制約が多く、できることが限られる都市の公共空間をよりクリエイティブに活用するには、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り、良好な信頼関係を築く必要がある。

◇ クリエイティブな日本の発信

- 日本のクリエイターが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には、国際コラボレーションの機会が増えることが望まれる。
- 日本のクリエイターが参加する国際コラボレーションプログラムは、海外



のクリエイターが言語や文化の壁を越えて日本のクリエイターを知る機会でもあり、将来的に日本人とのコラボレーションを前向きに検討するきっかけをつくる。



【創出されたアイデアの種】

チーム①: Gokoro / ごころ

着目した日本文化: 人の列、箸休め

東京の街中の至る所で見える、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の光景が、

海外の人の目にはその列が何かのフォームだったり、振付けられた動きだったり、或いは不思議な儀式のように映る。そんな外国人の視点で街を見ると、並んでいる時間の振る舞いを含め、日本の列は特徴的で、列の存在は都市の風景の一部であるとわかった。

新しい体験のアイデア

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。都市のあちこちに現れる共有の合間時間を活用できないか。ブレストの過程で、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。



街に出たアイデアテストの調査・観察項目

- 列はどんな場所に行けるか。
- 列に並ぶ人はどう時間を過ごしているか。
- 列に並ぶ人は他の人と交流しているか。
- 交流は何をきっかけに生まれているか。
- 列に並ぶ人の間に交流を起こせるか。
- 列に並ぶ人の行動を変えられるか。
- どんな仕掛けで「箸休め」に誘うか。
- どこにできる列に「箸休め」のきっかけを作るのが良さそうか。
- 列に並ぶ合間時間に新しい役割を持たせることができるか。



チーム②: Big Flush Little Flush Cactus Square / ビッグフラッシュ・リトルフラッシュ・キャクタス・スクウェア⁷



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話になった。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られることは、海外の人からすると不思議でしかないという。恐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着けた術だが、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。

新しい体験のアイデア

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



⁷ 海外の方が日本に来て初めて覚える漢字(大流=Big Flush、小流=Little Flush、出口=Cactus Square)について英国の参加者が共有した体験談をもとに命名。



「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。

街に出たアイデアテストの調査・観察項目

- 人はどんな遊びのきっかけに反応するか。
 - 人はどの程度遊びの誘いに応じるか。
 - 何が参加を促すか。
- 言語や文化的背景が違う多数の人が理解、参加できる遊びはどんなものか。
 - 一緒に遊ぶ体験を通して、どの程度の交流や関係性が生まれるか。



チーム③: Machi-Machi Tankentai / まちまち探検隊

着目した日本文化: のれん



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、文化的背景が違くと、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。

新しい体験のアイデア

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、何か困った時は「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。



街に出たアイデアテストの調査・観察項目

- シンボルやマークが標識の役割を果たすか。
- シンボルが伝えようとしていることが、言語や文化的背景が違う多数の人に正しく伝わるか。
- シンボルやマークを見せるだけの簡単なアクションに人は反応するか。
- どんなアクションが人と人の交流を生むか。
- どんなアクションが楽しいか。



SECTION 5 まとめ



本レポートでは、2016年12月4日～11日に実施した Playable City Tokyo 2016 プログラムの過程と学びを紹介してきた。日英のアーティスト、クリエイター13名のクリエイティブな視点を取り入れて展開した8日間の国際コラボレーションプログラム。2020年に向け世界の日本への関心が高まるなか、日本を訪れた外国人観光客に日本の魅力を伝える体験のアイデアを創出し、都市の公共空間で実現するためのヒントや課題を抽出した。

◇ アーティスト、クリエイターの参加、協働

クリエイティブな発想で、普段気がつかない都市の魅力や特徴的な表情を捉えることができた。こうした発見は、公共空間の可能性を拡大するだけでなく、その場所を利用する人の体験をより豊かにする。また、分野横断の交流機会が少ないアーティスト、クリエイターにとっては、活動エリアや作風が異なる同業の人との協働は、創造活動の幅を広げる価値のある体験だった。

◇ 国際コラボレーション

日本人の視点に加え、海外から見た日本を意識することで、「日本の魅力」の理解が深まった。社会通念や暗黙知を共有する日本人だけのコラボレーションと比べ、より多くの、そして自由に大胆なアイデアが生まれた。当たり前となってしまっている仕組みやルールにとらわれず、どうしてそうなのかを丁寧に考え、説明する必要性に気づき、できないことは何故できないのかを問うようになった。また、コラボレーションを経て、日本のアーティストやクリエイターが世界で活躍し、日本の魅力を発信していくために語学力以上に大切な、「聞く」コミュニケーションスキルや信頼関係を築くスキルが育成された。海外のアーティスト、クリエイターも、人や文化への理解が深まり、将来的な協働のパートナーとして日本を強く意識するようになった。

◇ Playable City Tokyo 今後の展開

人の体験に焦点をあて、都市の未来の姿をさまざまなステークホルダーと描く Playable City。日本でのネットワークを規模、多様性ともに拡大しながら、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。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を実装し、クリエイティブなアプローチが都市における人の行動や体験を変える力を発揮できるかをリサーチしながら、都市の公共空間で、人と人、人と都市のつながりを生む事例を国内外に発信。日本の魅力や創造性を世界と共有し、観光誘客だけでなく、日本人クリエイターの海外進出を後押しする。



主催団体概要

■ 株式会社ライゾマティクス

2006年に設立。Web から空間におけるインタラクティブ・デザインまで、幅広いメディアをカバーする高い技術力と表現力を併せ持った少数精鋭のクリエイター集団。メディアアート、エンジニアリング、建築、音楽など、様々なバックグラウンドを持つ個性豊かなクリエイター達が、デザイン/アート/エンターテインメントの枠組みを行き来しながら行う実験には、既存メディアとは異なる新たなフォーマットが生み出される可能性に溢れている。アルスエレクトロニカ、文化庁メディア芸術祭、カンヌライオンズ 国際クリエイティビティ・フェスティバルなど受賞歴多数。

ウェブサイト: <https://rhizomatiks.com/>

■ ブリティッシュ・カウンシル

ブリティッシュ・カウンシルは、1934年に設立された英国の公的な国際文化交流機関です。世界 100 以上の国と地域で英国と諸外国の文化交流活動を推進しています。日本では 60 年以上の歴史を誇り、教育と文化を通じて、英国と日本を結ぶ架け橋になることを目指しています。

ウェブサイト: www.britishcouncil.or.jp

■ ウォーターシェッド (Watershed)

英国で最もクリエイティブな都市のひとつとも言われるブリストル市を拠点にするメディアセンター、ウォーターシェッド。多様なアートフォームを横断的につなぎ、新しいアイデアの共有や発展を促進しています。120 以上のアーティスト、クリエイティブ企業、テクノロジスト、研究者が集まるパーベイシブ・メディア・スタジオ (Pervasive Media Studio) を併設し、クリエイティブな実践と最先端の研究、最新のテクノロジーをつなぐコラボレーションにも力を入れています。

ウェブサイト: <http://www.watershed.co.uk/>

Playable City Tokyo 2016 クリエイティブラボ及びフォーラムは、『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』として、内閣官房オリンピック・パラリンピック推進本部事務局の委託により、平成 28 年度オリンピック・パラリンピック基本方針推進調査として実施した。



Let's Play!

本レポート内の写真のコピーライト： © British Council, Photo by Kenichi Aikawa

Playable City Tokyo 2016 プログラムレポート

発行： ブリティッシュ・カウンシル 〒162-0825 東京都新宿区神楽坂 1-2 www.britishcouncil.or.jp