

湘南総合研究所公募研究  
「茅ヶ崎北部丘陵地域の文化拠点シミュレーション」  
2003. 2.15

文教大学情報学部 広報学科教授 高田 哲雄

はじめに

戦後日本は高度成長と飛躍的な技術革新を達成したにもかかわらず、今日の経済、社会状況は最悪の低迷状態を呈しています。

未来社会学者アルビン・トフラー氏は彼の著書《未来の衝撃》、及び《第三の波》においてすでに数十年前から今日の変化と危機的状況を予測していました。

特に《第三の波》においては『工業社会』から『情報社会』への根本的な移行が詳しく述べられています。もっと多くの学者、政治家、企業家達がトフラー氏のような《Future Vision 未来の視座》に立って思考し行動したならば、おそらく今日ほどの経済的社会的混乱は避けられたのではないかと思われるのです。

研究や学問の世界においてさえもほとんどの領域で極端なまでの細分化が進んでおり、現実的な必要を迫られている新領域をのぞいては多くの領域がこれ以上前進することのできない壁の前で空転しているのが現状です。

一方、先端的分野においては、実社会からのニーズの波は驚くほどに高いのですが、それと同時に応用原理や方式の選択においてめまぐるしく変化しており、表向きな活況に反して安定した研究開発体制の姿勢を確立しにくいことも事実です。

学問や研究が細分化され、かつ消費構造の中の目先だけのニーズに応え、流されていたのでは研究者のみならず社会にとっても何も残りません。

このような歴史的視点に立って研究開発の現状を振り返るときに、全体テーマにおける重要な視座を今まで通りの『ハードからの発想』ではなく未来社会構想をベースとする『ソフトからの発想』に切り替えていかなければならないということなのです。

先端的分野を重視しながらも、細分化のみを押し進めるのではなく、研究領域全体にわたる柔軟性を前提としてインターディシプリナリーあるいはクロス・ディスプリナリーな視点から複合領域を模索していくことこそが未来の可能性をもたらすのです。

未来社会はどのような姿になっているのか、あるいは逆にどのような姿にすべきかが問われています。人類にとっての科学技術もその利用を誤れば、むしろ自滅へと転落しかねません。

今日まで大いに“生産の為の科学技術”が貢献してきたことそれ自体を否定するわけではありません。しかし今後はその技術レベルのシフトを“生存の為の科学技術”、あるいは“環境の為の科学技術”に向けていくという志向性をも大切にしなければならないと思います。人類自らの欲求に基づいて増大した20世紀の大量消費社会は、21世紀にどのように変貌していくのでしょうか、またマルチメディア、インターネット、光通信、画像圧縮技術、等々によるメディア社会の拡大は今後国際社会や経済をどのように変貌させていく可能性があるのでしょうか。

これらを大きな歴史の流れの中でとらえ、未来社会の姿を予測、ないしは構想することなしに唯テクノロジーのみが独走しても無意味な結果になってしまうのです。

本研究はそのような懸念をどのように方向是正するかを試案として提案するものです。

★表紙画像上段は本シミュレーションに出てくる“国際メディア会議場”の外観。表紙画像下段は茅ヶ崎市を中心とする湘南全域の俯瞰図である。(カシミール3Dを使用)

# 1.景観を損なわない地域活性化＝文化戦略の原点

東京大学大学院総合文化研究科教授の松原隆一朗氏は著書「失われた景観」PHP研究所発行の中で次のように言っている。

## 生活圏の景観問題

日本における景観の荒廃について考えてみたい。

とはいえ日本の景観が「荒廃」していると言うだけで、いきなり反論が返ってくるかもしれない。事実として荒廃してなどいないではないか、という反論である。ごみは放置されていないし、新しい看板など整然と並んでいる、駅前の再開発はそれなりに進んでいるのではないかと。けれども私は、清潔で新しくあっても秩序のないことにかけてこれほど突出している景観を持つ国は、世界に類を見ないと感じている。そもそもそうした感覚、つまり景観が荒廃しているという共通の認識がないこと自体についても、絶望的な気分させられてしまう。それ故景観に関する考察は、まずは私感から始めるしかない。アカデミックな景観論は汗牛充棟の感があるが、その大半は景観についての一般論をなぞるだけで、他にもないこの「私」が日々心曇らせている具体的な景観の荒廃について、ほとんど得心のいく説明をしてくれないからだ。

(P10) より引用、都市郊外地域の景観問題に関係する部分

まさに松原氏の指摘は切々たるものがある。

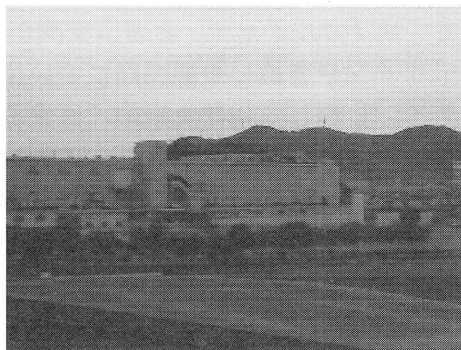
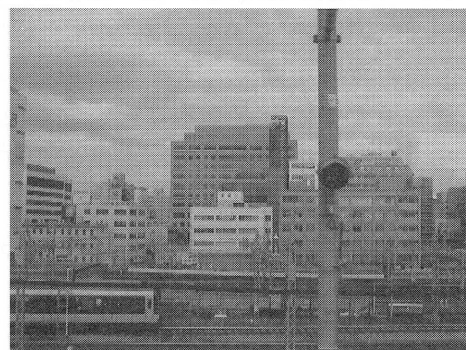
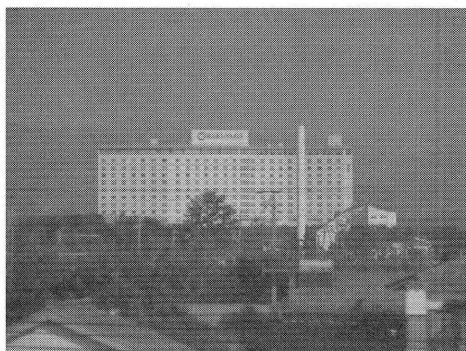
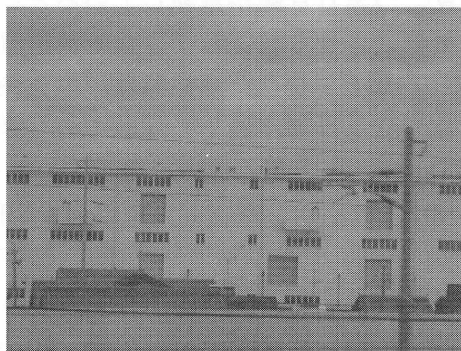
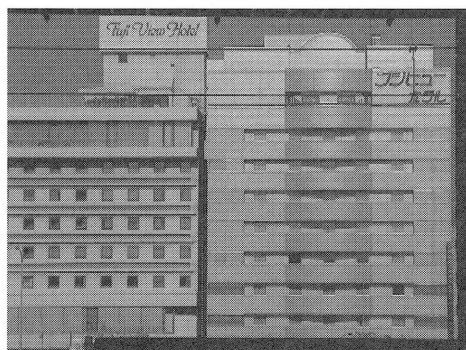
実際に戦後の日本は第一に“復興”があり、工場や簡易住宅の再建こそが最優先事項であった。今日のことさえ考えるのがやっとで、明日のことましてや他人のことなど考える余裕のないこの復興期に“景観”のことなど考える余裕などさらさらないのである。戦後の実情であろう。しかし1960年以降の日本は輸出産業の成長に伴い急速に経済力を拡大してきた。一方では“エコノミック・アニマル”と言われるように極端に言うなら“文化”や“伝統”をかなぐり捨ててまで“稼ぐ”ことに邁進したのである。

大衆文化の傾向を分析するとそのことがさらに明瞭になってくる。すなわち“文化を送り出す側”と“文化を受け取る側”の歴然たる分離はその時代の国民の“文化的自律性”の度合いを如実に示している。しかしいわゆる1970年代初頭に起きたヒッピー旋風は定立しない戦後社会の低迷文化に対するアンチテーゼとしての投石とはなったが、確固たる展望を持った市民文化とはなり得なかった。とはいえさすがに高度成長期としての1980年代に突入すると、様々な形での“個”の主張が始まる。様々な領域にわたって“サブカルチャー”と言う支流が怒涛のごとく押し寄せてくるのである。

建築デザインや環境の景観問題についても徐々に市民の意識が芽生えてくるのもこの時期である。しかし同時に大衆の“好奇心”や“欲望”はすでにとどまることを知らない“五里霧中”の有り様であった。これは新たな状況の違う“交通事故”が多数発生することによりやっと新たな“交通法規”ができてくるという現象に近いものがあるが、こと“景観問題”に至ってはさらに複雑であり“後手後手”に回るということは避けられない運命とさえいえる。

# 日本中どこへ行っても特徴のない環境と景観

(東海道沿線)



特に行政的目標と現実の市場経済のベクトルの交差の問題について松原氏は次のように述べている。

(P210) より引用

高度成長のもう一つの面は、富を求めて一大人口移動が生じたことである。人口移動が急であったため、住宅街の景観には時が熟するような秩序が伴わなかった。電線類なども架空を基本として張られていった。しかも周縁部の郊外が外にせり出すというドーナツ化現象が生じたため、農村地帯は60年代から急激に郊外に吸収されていった。こうして郊外は膨張する経済活動と景観秩序を維持する努力とが衝突する前線となった。1968年の都市計画法改正では「線引き」がおこなわれたが、それは市街化区域内でのみ開発を認め市街化調整区域では認めないことにより、無秩序な市街化を防止しようとした。ところが市街化区域内ではミニ開発が至るところで進められ、道路整備も進まないうちに農地がばらばらに小規模開発されていった。いわゆるスプロール化である。しかも市街化調整区域では開発が規制されるはずであったのに、市街化区域内の農地は予想ほど、手放されず住宅需要を満たすため大規模開発が進められた。こうして日本では地域の伝統や自然を消し去るような国土が形成されていった。つまり線引きでは、有効な景観維持は実現されなかったのである。その上郊外では、幹線道路沿いを埋め尽くす「ロードサイド商業」が花盛りとなった。多くはフランチャイズ・チェーンであり規格化された外観を持つため、どこでも同じような景観を作り上げ、日本を象徴する景観となった。

また東京工業大学教授中村良夫氏はNHK人間講座テキスト「風景を愉しむ 風景を創る」の中で景観を基盤とする生活文化の見直しの重要性についてこう述べている。

(P130) より引用

海外の戦略としてハードな軍事力に対し、日本のお家系である経済などのソフトパワーが挙げられる。ところが最近、時に軍事力をしのぐ力として文化力が急浮上しているようだ。

経済的・政治的権益の拡大を目指した帝国主義や、あるいはイデオロギー対立の冷戦時代は終わった。それにかわって、世界中で日常化したテロに象徴されるように文化と信念の入り組んだ怨念が最大の脅威となった今日、文化の多様性の尊重と相互交流や連帯こそ焦眉の急となった。

文化といえば、歌舞伎やお能の様な伝統芸能や美術、演劇といったいわゆる芸術文化が話題となることが多い。確かに海外旅行をする私達は、その国の劇場や美術館へ真っ先に足を運ぶかもしれない。だが、なんといっても、素晴らしい芸術を育ててきたその国の風土、つまり都市や国土の風景、あるいは料理やマンションなど人々の日々のなりわい、つまり肌で感じる生活文化こそもっとも訴える力の大きな文化力ではないだろうか。観光客数の動向はその文化力を正直に反映していないか。-中略-

今、私達は、文化としての都市や国土の風景表現について再考する時を迎えた。それは国や都市の文化戦略の一環を成す。

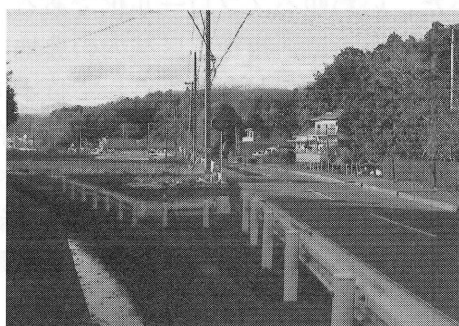
## 茅ヶ崎市北部地域の現在の景観



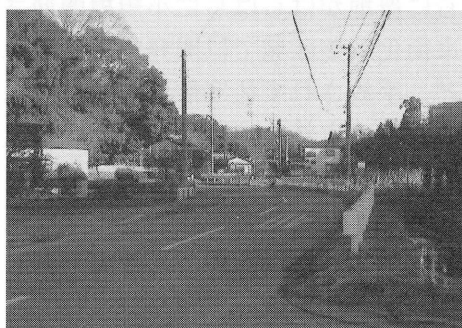
藤沢平塚線より富士山を望む



藤沢平塚線より北陵病院を望む



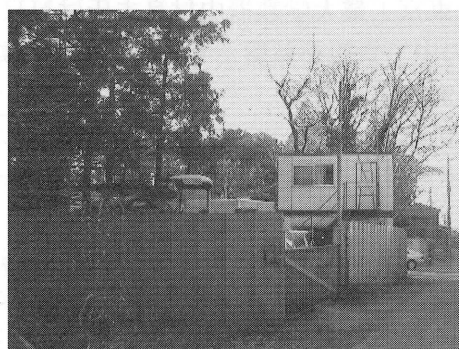
長久保の分岐点より西を望む



長久保の分岐点より東を望む



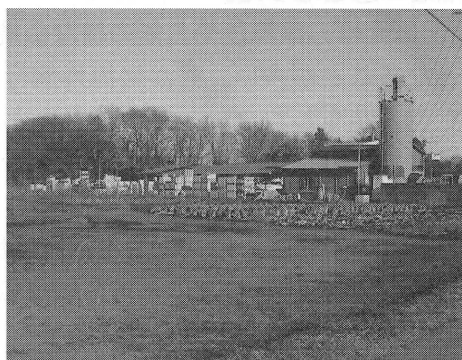
藤沢平塚線広町への分岐点



東方付近の作業管理所



北方付近の空き地に散在するショベルカ



東方付近の処理工場

負の遺産の反省など一般的問題点として総括されるものとして次の項目があげられる。

- ①グローバリズムによる固有文化の喪失
- ②経済効率、産業機能優先に基づく健全な文化、芸術の喪失
- ③マスメディアによる情報の偏重がもたらす個の価値の喪失
- ④様式の選択の混乱による町並み景観の不調和

本研究の目的は“歴史的保全”や“伝統の維持”だけに固執するものではなく少なくとも画一的なグローバリズムを鵜呑みにするのではなく21世紀を始点とする湘南地域固有の文化を再確認、ないしは模索し文化と経済の両立するバランスのよい未来像を描くことにある。そこでいよいよ文化戦略そのものの方向性について論じることしよう。

## 2. 新たな文化戦略の方向

かつて劣悪な大量生産による製品に危機を感じウィリアム・モーリスが提唱し実践した“工芸運動”のように、生活をめぐる新たな“ライフスタイルのデザイン”が求められていることは事実である。

しかし現代においては同時にそれ以外に多くの問題が山積しており、再び同じような“生活改善”の運動だけを取り入れればよいといったような単純な事態ではない。すなわち一方では製品における“高度な規格化”や“ITテクノロジー”の浸透といったいわゆる“高度情報化社会のフレーム”から後戻りすることは不可能であり、また一方では逆に“個性化”や“表現の自由”といった“文化の多様性”についてもその大きな枠組みから後退することはありえない。

したがって、これらを総括するなら“高度情報化社会のフレームを持った多様性のある文化戦略”と締めくくることができる。

だが、そのような概括的な結論に至る以前にもう少し“文化戦略”の様相について注意深く検討してみよう。

例えば“文化の多様性”を論じるときに、実際にどのような傾向が選択しうるのかといった問題について“建築様式の多様性”を例に考えてみることにする。

### 文化と総合芸術の方向をさぐる

芸術全体の方向や文化の行き先を予測することはそうたやすいことではない。しかしこれらに関する研究はかねてからそれぞれの領域でかつ様々な方法でおこなわれている。

ここではいくつかの参考になる領域の既説を取り上げることによってある程度確実に包括的な仮説を模索したいと思う。

最初に取り上げる資料は若松久雄、植野紉、森徹共著の「新世紀末感覚101」（鹿島出版会）である。題目の通りこの「新世紀末感覚101」は指向性を持った101のトレンド感覚が存在することを示している。全体としては建築および環境デザインの目指すトレンドについて述べたものが多いが、結局のところそれは前述した文学、絵画、デザイン等々とも深くかかわっており互いに感覚として共有される方向性を持っている場合が多い。

## 茅ヶ崎市北部地域の現在の景観（２）



広町西端より北部望む



行谷付近の一般的な住宅



行谷付近の一般的な住宅



行谷付近の廃棄物処理場



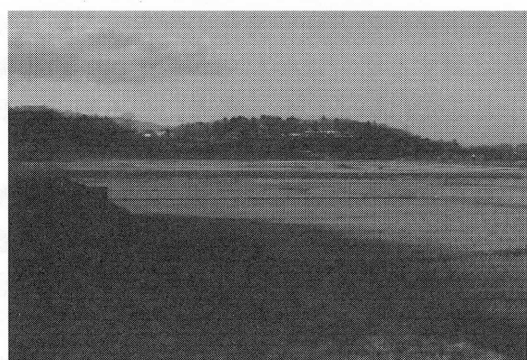
白久保付近よりカラスの林を望む



北方・長久保間の農家



北方から長久保へ下る林道



広町西北端より北西部望む

新世紀末感覚101」では次の代表的な感覚群を掲げて現代の潮流を説明している。

#### 祝祭感覚

アトリウム、エンターテイメント、世界劇場、博覧都市、パフォーマンス、インスタレーション、仮設、ビルボード、テント

#### 悦楽感覚

オペラティック、ミーイズム、ネオ・アールデコ、エクセル、ヴェルサイユ、放蕩、耽美、バロック

#### 異形感覚

フェイク、キッチュ、エスニック、イエロー、縄文、フィジカル、フリークス、ジャンク、ホラー

#### 廃墟感覚

ルーインカルト、ノーマンズランド、ネオ・ファッショ、リーピング、エイズ、パンク、タナトス、カタストロフ

#### 地球感覚

アーコロジー、パッシブエナジー、ジオグラフィック、オーバースケール、ピラミッド、バベル、神秘主義、ランドアート

#### 即物感覚

素材表現、シンプリシティ、無印良品、チープシック、ライト、モノクローム、コンテクト、クラフトマンシップ

#### 機械感覚

センチメンタルマシン、インバナ、アンダー・コンストラクション、ロシ・コン、ストリームライン、メタリック、ハイテック、メカニズム

#### 宇宙感覚

ハイパーテック、SFX、浮遊、G、球、エコスフェア、アンドロロボット、インテリジェント、エンクロージャー

#### 情報感覚

流行語、ファディッシュ、ヒーロー、コンペティション・賞、ビエンナーレ・展、アンカーマン、フィクサー、ブランド

#### 数奇感覚

エレクトリック、コラージュ、ハイブリッド、クロスオーバー、ミスマッチ、ディコンストラクション、ランダムアクセス、ホロン、リゾーム

#### 遊戯感覚

セミオロジー、シミュラクル、タイポロジー、レファレンス、エクリィチュール、マニピュレーション、メーキャップ、オーバーレイ、トロンプレイユ

#### 幼児感覚

プライマリー、ピーターパンシンドローム、アルカイック、プンクトゥム、マトリックス、アンドロジナス、レプリカント、デコラティヴィズム



## 茅ヶ崎市の全貌と北部地域の俯瞰



画像はカシミール3Dで作成



しかしながら、これらの意味ある“多様な展開”とは裏腹に現実にはむしろ“無意識の不調和”や“様式における混乱”が発生していることも事実である。

独自の様式を発見できない時に、伝統的様式とそれ以外のものとの中間のスタイルをとることによる過渡的手法をとるとき“折衷主義”という言葉はよく問題にされる。

特に現代の日本の建築様式を語るとき、それはおそらくどの地域においても全く同じ問題を指摘することができるであろう。それはもちろん“折衷主義”だけではなく前述した“無意味な不調和”や“様式における混乱”が明らかであるからだ。

これらの問題点を解決するときに、なぜこのような状況になったのかという原因論を展開することも意味がないわけではない。しかしながらこれらの混乱が発生した主な理由として少なくとも“文化におけるグローバリズム”を無視することはできないであろう。実際日本が戦後の国際社会の中で目指したものは“西洋民主主義への仲間入り”そのものであり、一方では政治的外交的な“開放姿勢”を多く示しながらも他方では“西洋型文化レベルへの同調と合体”を指し示す必要があったのである。むしろ戦後のマスメディアの拡大はラジオやテレビそして大量の印刷メディアを通して“西洋文化、特にアメリカ産文化”の大宣伝と大衆洗脳をもたらしたことは言うまでもない。

それは一方では“合理主義、機能主義”に基づく産業の合理化と大量生産による均一にしてかつ膨大な“グローバリズム文化”をもたらした。

この状況は日本にのみ特定されるものではないが建築における戦後の“機能主義”は確実に日本そのものの文化の固有性を“グレー”一色に塗り変えてしまった。

その中で“日本の伝統様式”はもちろんのこと“地域文化の特性”そのものも不明瞭になってしまったといえるであろう。これらの問題それ自体実に“文化における今日的危機”として重要な研究対象ではある。しかし今回の研究における本題となるべく密接に関連する部分か出発することが肝要であるように思われる所以にこの点に関してはあまり深入りした考察をすることを避けたい。

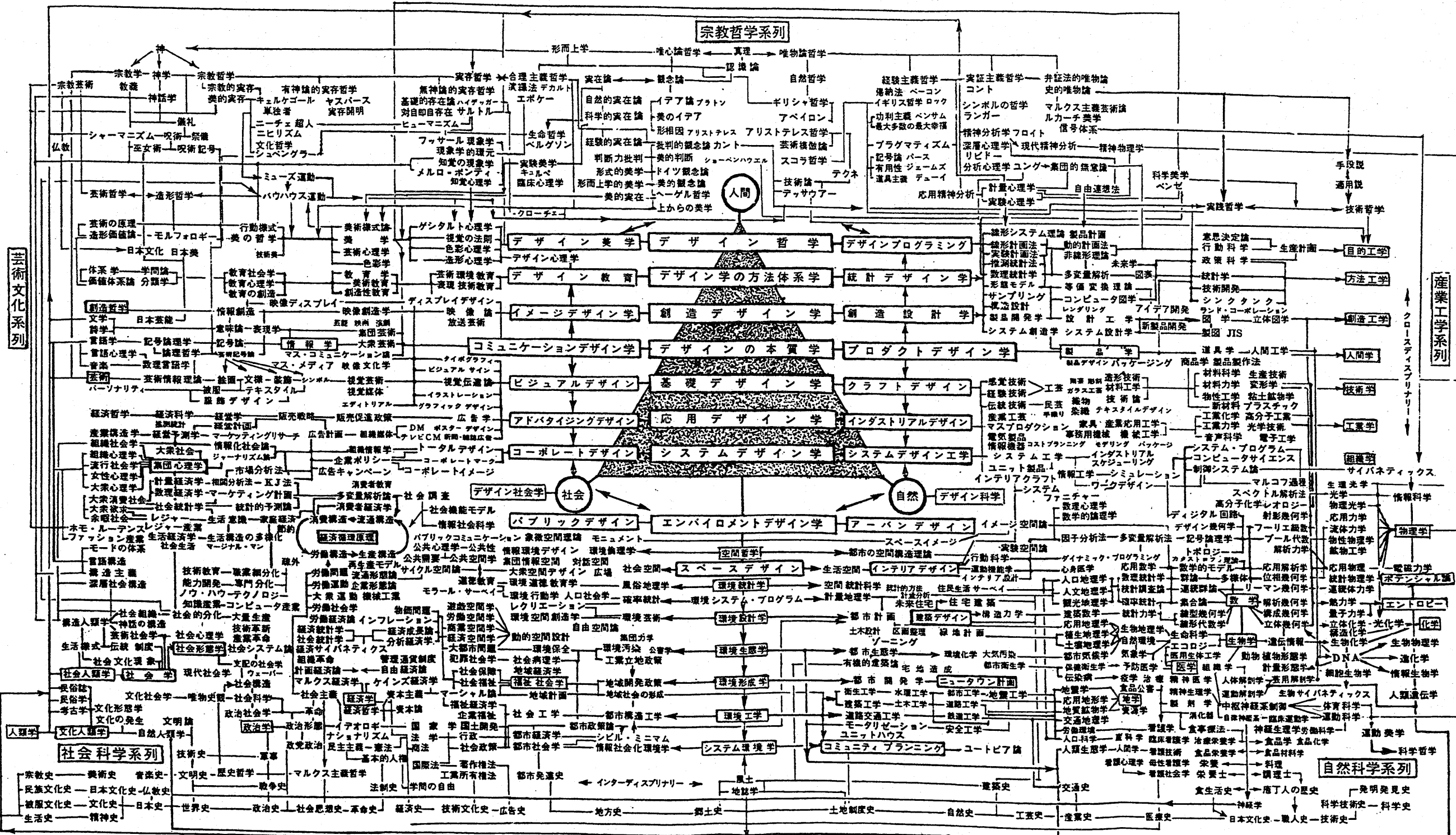
本研究は“いかにして21世紀の日本文化を取り戻し、地域における特有な将来像としての文化再生が可能かを模索することにある。これらの様々な表現スタイルにはすべて主張し得る”創造哲学”の裏付けがあり、同時にそれに対応する“美学”と“美観”がある。多くの人間がある種の愛着をもってこれらのうちの特定のスタイルに固執することになる。しかしまた同時に多くの人間が“同じスタイル”に飽きを感じ、やがては“別のスタイル”へと興味を移行させていくのである。マーケティングの世界で言うところの“シーズ”や“ニーズ”の変動と言うこともできる。極端に言うなら経済的視点から言うところの“商品的価値”の一形態とみなすこともできる。事実“製品開発”や“不動産開発”における魅力作りの原点として数多くのプランナーとデザイナーたちが“新たな創造哲学”を求めて死活の努力を続けているのはそのためである。

したがってこの問題は単に“純粋哲学”からのみ論ずることはできずいわば“経済哲学”や“社会心理学”の領域に踏み込むことも必要となってくる実に複合的な課題なのである。添付資料“デザイン学の体系と周辺学問領域との関連”は筆者が作成したものであるが三角構造の基本的フレームはバウハウスの哲学や川添登氏のデザイン構造の考え方をベースにしている。実際マーケティング・プランナーやアートディレクターの多くがこの複合的な課題に正面から取り組んでいることも事実である。ゆえに“地域の文化戦略”に取り組むということはそれ以上の多面的な課題であることを理解しなければならない。

# デザイン学の体系と周辺学問領域との関連 (試案)

planned by T. TAKADA

(この体系の中には学名だけでなく研究テーマ・著書名・実体名等が含まれています。)



### 3. 実際的问题と市民の要望

次に市民による様々の要望を列記する。

(市民および学生からのランダム・アンケートより、2002.10)

緑に含まれた自然は後世にも残したい。

公害発生型の大きな工場をこの地域に置きたくない。

これ以上、不要に交通量を増やしたくない。

大都市のための廃棄物処理やゴミ処理場にしたくない。

北部の田園風の景観は大切にしたい。

旧建築と新建築との混在による不調和を解決したい。

富士山に見える景観を美しく保ちたい。

架空の電線や電話回線などの見苦しさ解決したい。

道路における交通渋滞や安全性の問題を解決したい。

北部と中部および海岸部間の交通の便を改善してほしい。

寒川、藤沢間の交通渋滞を解決してほしい。

茅ヶ崎駅周辺の交通渋滞と過密化を解決してほしい。

車社会に見合った、駐車場完備の市民施設を作してほしい。

高齢者や子供たちが安全に暮らせる地域環境が欲しい。

患者が必要とする適切な医療施設どこにあるのか、情報を整理してほしい。

園芸・農産物に付加価値が生まれるような地域特有の売りが欲しい。

これらの環境の維持や環境改善に対する要望に対して一方では二律背反ともいえる要望が出ている。

それを次に列記したい。

“ロードサイド商業”に依存しなくても済む商業的活性化を図るにはどうしたらよいか。

同じ“ロードサイド商業”であっても他地域と違う独自性を出すにはどうしたらよいか。

地域負荷の大きい工場生産や大規模化経営といった方向でない事業での活性化はないか。

市民の文化レベルや生活レベルを向上することにつながる経済活動を育ててほしい。

現在の自然環境や地域の景観を維持したまま継続できる事業はないか。

東京や横浜のベッドタウン＝ゴーストタウンのイメージは払しょくしたい。

周辺地域からも関心を持たれるような文化的価値を持つ事業が望ましい。

伝統や地域特性を生かせるような文化的活動が経済活動に結びつけばよい。

国際的な視点から見ても魅力があるような観光資源を発掘してほしい。

市民が参加できる“生きがいのあるエンターテインメント”を広めてほしい。

市として魅力ある一貫性のあるまちの景観やスタイルを作してほしい。

東京や横浜などの大都市に依存しなくてもよい“文化拠点”を作してほしい。

グローバル化とは別の地域独自の“文化スタイル”を奨励してほしい。

もう一度“地域の伝統や庶民気質”の再発掘や奨励をしてほしい。

西洋文化一辺倒でない独自の文化の再生をしてほしい。

日本中どこにでも同じような街の顔なので、茅ヶ崎の顔を作してほしい。

ヨーロッパ旅行をして感動するような“地域の味わい”が茅ヶ崎にもあるのか疑問。

地域、郷土の魅力を堂々と外国の人にも語れるような地域カラーが欲しい。

## 4. メディア文化とメディア産業の拠点づくり

これまでの考察を総合的に満足しうる新たな文化戦略とは何か、それこそが促進すべき研究テーマであるわけだがあえてここで結論を言うならば”メディア文化とメディア産業の拠点づくり”という形になるのではないか？そしてその内容は次のようである。

- ①映画制作を中心に演劇、文学、絵画、デザイン、音楽、建築、環境デザイン等の総合的文化戦略を展開することである。
- ②ITコンサルティング事業をコアにIT、メディア関連企業支援活動の拠点を作る。
- ③メディア関連および総合文化を再生する研究機関（大学、研究所）等のリンクする充実拠点に。

そこで、次のようなメディア・ポリスを仮説としてシミュレートしてみた。

### 文化地域化構想 《メディア・ポリス茅ヶ崎》

メディア・ポリス構想を視座とする地域計画の仮説

メディア・ポリス、プロジェクト計画の項目（施設計画を含む）

Project-1

未来メディア・ラボラトリ 《Future Media Labo》

Project-2

メディア展示館 《Future Media Presentation Space》

Project-3

国際メディア会議場：コンGRES・ホール 《Future Media Hall》

Project-4

メディア歴史館 《Media Museum》

Project-5

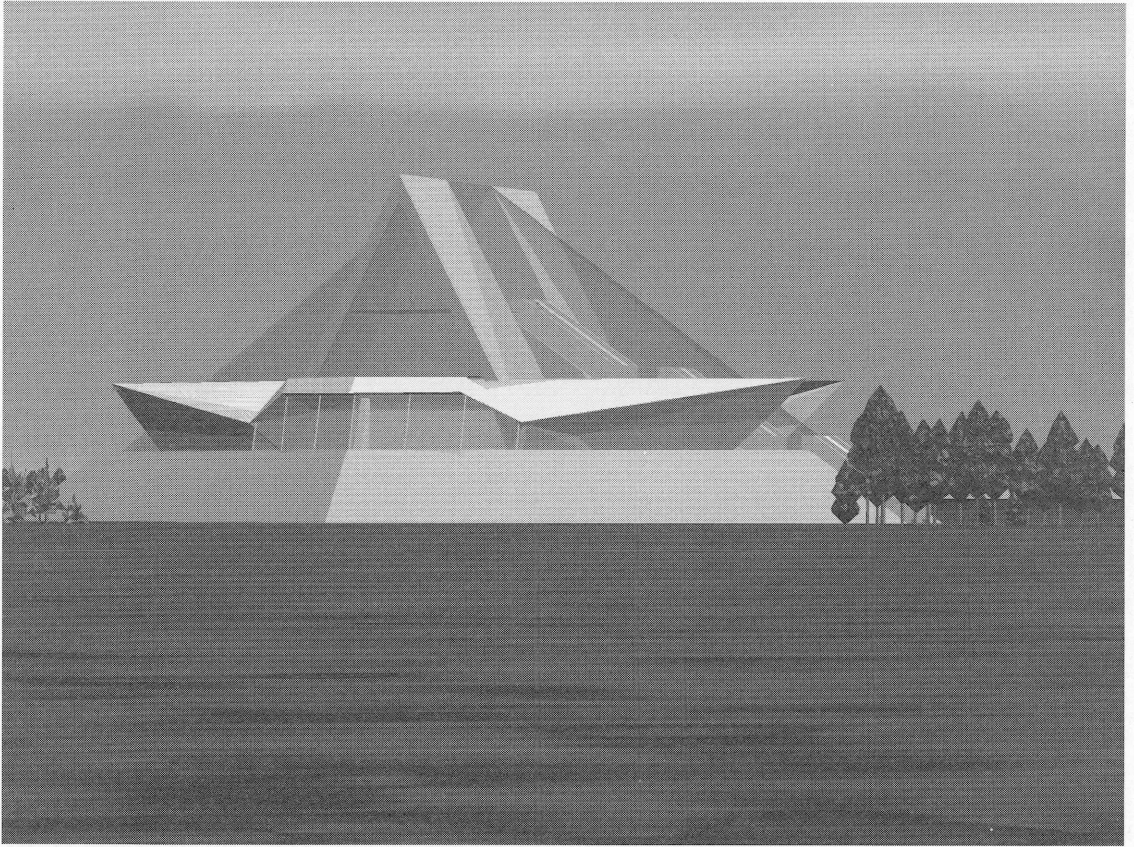
メディア実験文化村 《Village of Future Media Culture》

Project-6

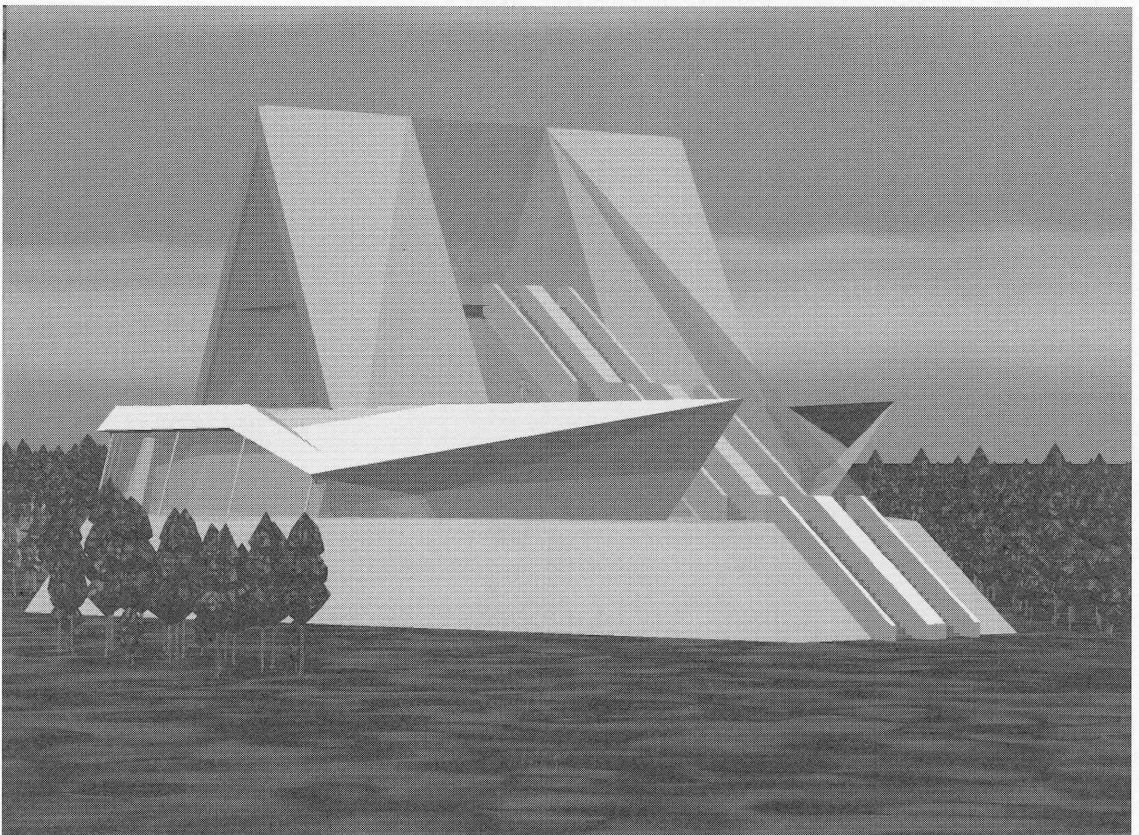
メディア・クリエーション 《Media Creation & Entertainmant》

Project-7

国際ゲストハウス 《Future Media Guesthouse》



国際メディア会議場： kongress・ホール 《Future Media Hall》



## 各試案の内容

### 【Project-1】

#### メディア構想ラボラトリ 《Future Media Labo》

このプロジェクトにおいては、未来社会学者（例としてアルビン・トフラー氏）等を顧問に招くと共に、一領域に限定することなく、地球環境学、人類学、経済学、都市工学、産業心理学、教育・芸術学等、多分野からの主要客員メンバーを迎え入れることによって21世紀と未来社会の構想を明確化していきます。“メディア未来社会構想”という目標設定こそアメリカのMITを超える積極的な集積力の動機づけとなるはずです。

### 施設内容

- ① 未来構想研究棟： フューチャ・ラボ  
メディア未来社会構想のシミュレーション研究
- ② 未来技術研究棟：
  - a) ヒューマン&AI・ラボ
  - b) インターメディア・ラボ
  - c) ソフトサイエンス・ラボ
  - d) マルチテクノロジー・ラボ
  - e) ライト&アート・ラボ
- ③ 未来交流館 《Future Exchange Hall》

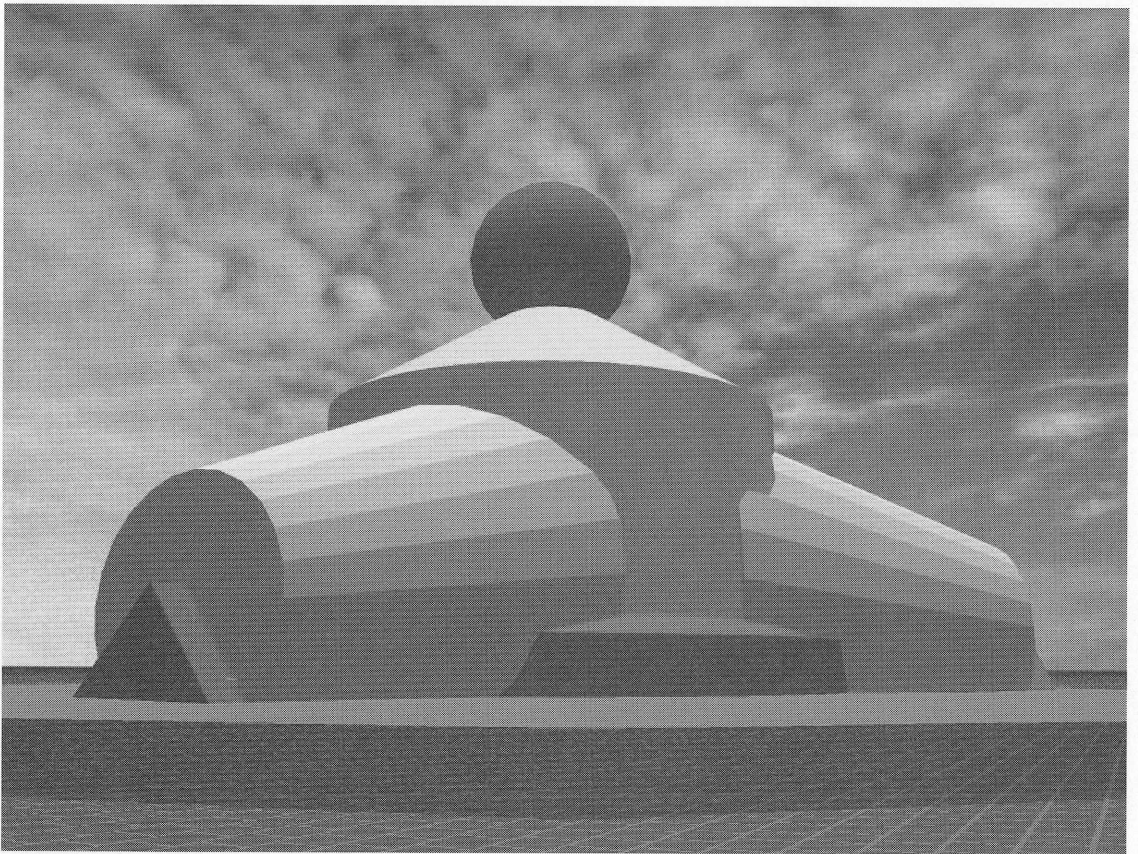
未来を語る技術者、研究者の交流

### 【Project-2】

#### メディア展示館 《Future Media Presentation Space》

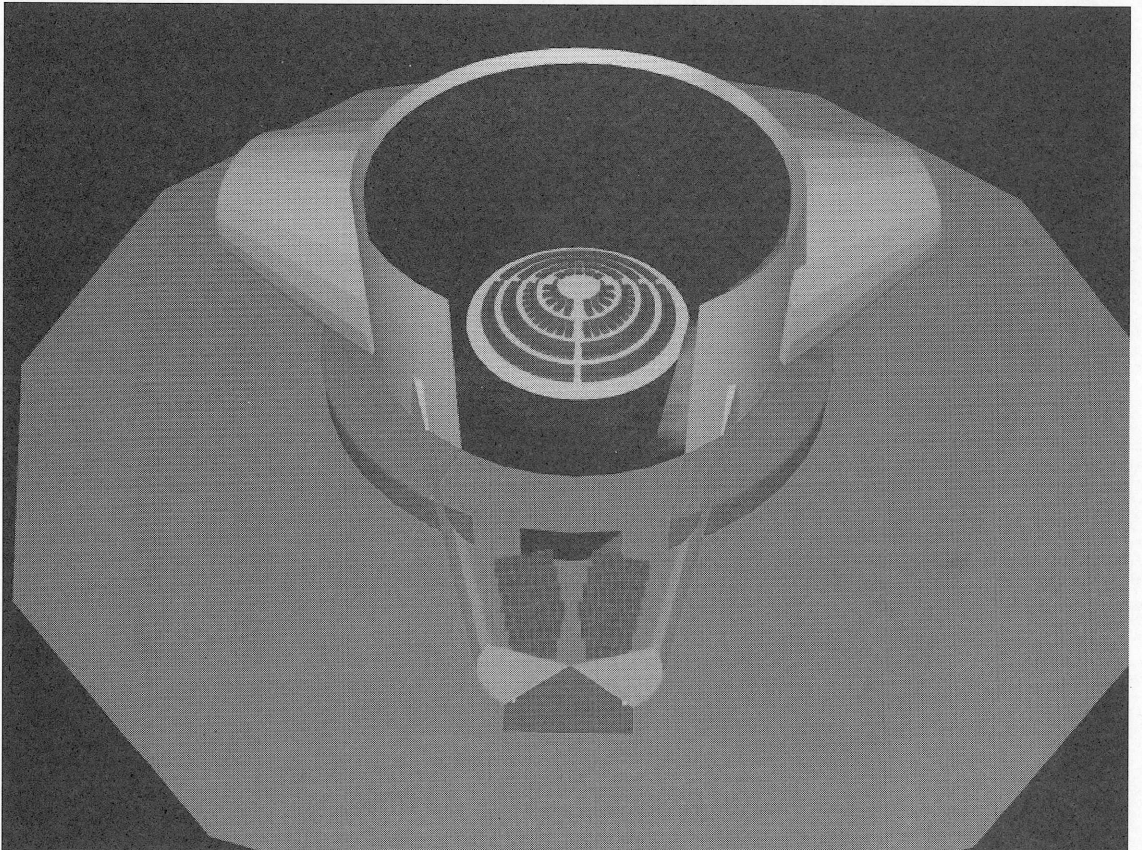
来るべき未来社会にたいする懸念、あるいはそれを解決するための技術、そして創造性に富む“未来への夢”、研究者、技術者、デザイナーいづれにしてもその構想を自己内部で深化させるだけでは何らの社会貢献にもなりません。メディア展示館は様々な立場の人達が参加でき、それぞれの未来構想を主張し、具体的なイメージとして世界に向けて展示発表できる場です。

- ① 三次元映像ホール
- ② シミュレーション・ホール
- ③ 特別展示室・スタジオ
- ④ WEB参加ルーム



メディア展示館

《Future Media Presenta





### 【Project-3】

国際メディア会議場： コングレス・ホール 《Future Media Hall》

これからの地球環境や未来予測は国内だけの問題として解決することは不可能とさえいえます。未来社会は特に国際的な相互関連によってはじめて成立するものでありすべての国との連携や共同研究が不可欠です。最新の科学的情報の交換や未来メディア・ヴィジョンの自由で積極的な交流の場が必要です。

- ① コングレス・ホール（大ホール）
- ② ミーティング・ルーム（小ホール）
- ③ メディアライブラリ・ルーム（資料室）
- ④ フリーダム・ガーデン（散策庭園）

### 【Project-4】

メディア歴史館 《Media Museum》

アメリカのスミソニアン博物館はその収集範囲の広さで有名ですが、基本的には“過去のモノの博物館”と言うことができます。このプロジェクトにおける“メディア歴史館”は、過去の情報技術に関することだけではなく“実際には実現されなかった構想や発想”までも展示します。言い換えるならソフト・ミュージアムなのです。

従って一例を挙げるとSFの世界や日本神話、童話の世界にまでその幅を広げることができるのです。また“形”として残っていないものでも推測される過去のことや未来のことまで映像や模型を通して具体化させるのです。演劇、音楽、祭りといった今までに博物館の対象とならなかったものを積極的にとりあげます。構想力や創造力の可能性の場を次世代に与えることこそ今必要なことだからなのです。

- ① ハイビジョン・ホール（情報の歴史）
- ② 三次元・VR・ホール（情報VR体験）
- ③ メディア・ジョイント・ホール（情報の実体験と交流）

### 【Project-5】

メディア実験文化村 《Village of Future Media Culture》

目的とする未来社会は理想論や設計図だけでは実現できません。仮説に基づきながらも住空間の中に積極的に身を投じて実体験する中から本当の改良や未来構想が生まれ確立していくものなのです。

私達が現在生活しているこの地域、また都市空間も、長い歴史の知恵の蓄積による便利さの恩恵を受けていることは事実ですが、所詮人間の能力の範囲で人為的に創作されたモノなのです。意識するとしないと関わらず、私達はこの生存技術を次世代に継承していくわけですが、21世紀の新しい出発に無点検、無意識、無責任な継承を一度しっかりと見直さなければなりません。それは従来のような、各専門領域に任せられた細分化された点検だけであってはならないのです。このメディア実験文化村においてこそ総合的な再点検を重ねることが可能であり、より安全で夢と調和のある未来社会を早く実現できるのです。



国際ゲストハウス《Future Media Guesthouse》上、とメディア実験工房下



- ①メディア実験工房（芸術工房、技術工房の密接なジョイント）
- ②アクション・ワールド（生活・文化における行動、習慣等の実験）
- ③ネイティブ・ワールド（人類の原始に立ち戻ってすべてのことを再考する。）
- ④フィクション・ワールド（架空の世界を想定してすべてのことを再考する。）
- ⑤フューチャ・ワールド（人類の未来社会を設定しすべてのことを再考する。）

## 【Project-6】

### メディア・エデュテイメント空間 《Media Education & Entertainment》

Education と Entertainment、言いかえるなら「教育」と「娯楽」を合わせもつ形態のことを「エデュテイメント」と呼び、最近その両機能を備えたコンテンツに期待が集まっています。

本来研究とは“研究のための研究”に終わることなく実社会の活性化に結びつく必要があります。現在わかっている限りにおいても、“未来社会”では限りなく“学問”と“遊戯”が接近し、“夢”と“現実”も限りなく接近するのです。“過去”と“現在”、そして“未来”までも限りなく接近します。“始まり”と“終わり”も接近してきます。それは時として時間の短縮となって我々の生活様式に変化を与えます。

“東洋の果ての日本”も“西洋の果てのアメリカ”も時間の“過去”と“未来”も超越し、太平洋を渡って文化が合流し、そこからは全く想像もしなかったような“未来空間”[Future Zone] が誕生するのです。

## 【Project-7】

### 国際ゲストハウス 《Future Media Guesthouse》

前述の“メディア構想ラボラトリ”《Future Media Labo》や“国際メディア会議場”《Future Media Hall》のイベントに参加した世界各国の研究者、技術者が本当に中味のある充実した成果をあげるためには、彼らが必要とする一定期間の滞在が必要となります。そのための快適な宿泊施設とサービス施設をこの“国際ゲストハウス”に完備する必要があります。

- ①宿泊施設 《Future Guests》
- ②レジャー、休養施設 《Future Rest》

## 5. メディア・IT コンサルティング・イベントの計画例

今、CG技術は映画、アニメ表現において主役的存在であると言っても過言ではない。新しい分野であるだけに種々の分野の技法や方法論が交錯し一見無秩序にさえ受けとめられがちだがきちんと系統化することによって、むしろ従来の表現技術や方法論を求心的に集約することのできる稀少な領域であると言ええる。以上の点からCG映像技術をベースにマルチ・メディアのノウハウやその制作技術をコーディネートのコア技術としさらにそのソフトをDVDメディアに集約する。映像教育はもちろんのこと義務教育や高等教育への利用や発展を考える。今後特に中小企業をめぐる重要な課題はいかにして大企業に劣らない「デザインセンス」、「ニューメディア」、「開発アイデア」を迅速に獲得、実行していくかに関わっている。ことに中小企業は市場における空白域をめざして新たな経営努力をすることこそ必要。現在市場を独占中のゲームソフトに対して、むしろそれによってできあがったインフラ、言い換えるなら「ゲーム・プラットフォーム」を逆に活用するという活路がある。そのプラットフォーム上に健全な教育メディアを興隆させてはどうか、という教育環境の再生、社会の健全化促進という一挙両得の目標が可能である。

メディア・コンサルティングの事業計画に関し、様々な案があるが、中長期計画をも視野にいれ、効果的につなげることのできる初年度計画が必要になってくる。

例えば次のようなイベント具体案を提示する。

### イベント組織名

《メディアコンタクト 21》Media Contact 21 仮名

意味 — メディアとあなたとの新たなる出会い —

### I. 上半期 イベント・テーマ(各月1回、上半期6回)

「ゲーム・プラットフォーム21世紀の変貌」

サブタイトル — “教育はメディア・プラットフォームを活かせるか” —

内容 — 教育等、潜在的メディアリーダーとゲーム業界を主とする現デジタル・メディア系企業とのコーディネーション

### II. 下半期 テーマ (各月1回、下半期6回)

「メディア・セキュリティ 21世紀への備え」

サブタイトル

— “インターネット・テロへの備え?メディア・ガード社会の到来だ!” —

内容 — デジタルが人間社会を守る時代が到来した。同時にデジタル・メディアそのものを守ることが人間社会存続の必要条件となる。

## メンバー制フォーラム：継続型イベント

イベントの主旨（主に上半期を中心に）

20世紀を飾るデジタル・メディアにおける主流がコンピュータであることに異論をはさむ人はいないだろう。

しかし、携帯電話等に代表されるように一方で20世紀型プラットフォームのダウンサイジングがはじまっている。少なくともメインフレームを母体にした大型イベントやフォーラムがここ数年間で縮小の一步をたどっていることは事実である。ここでもハード優先思考、ハード優先型イベントの敗北は明らかになりつつある。

確かにPCのメイン・ストリームは確固たるものとして拡大した。

しかし、ゲームのプラットフォームや携帯電話等、家電化への変貌を遂げた小型パソコンはこれまでとは異なるユーザー、市場を獲得しつつある。

このメンバー制フォーラムの目的は決して個々のメーカー間の“優劣”を討議の中心にすることではない。

21世紀社会における人間のあるべき姿を模索するなかで、参加するハード・メーカー、ソフト・メーカーに“未来哲学”を語っていただく。

同時にそれは各社が自らの“企業哲学”に賛同する“仲間を獲得する場”と化すわけである。

さらに、最も重要なのはこの場がまさに“メディア・プラットフォーム”と“教育”との出会いに象徴されるように、まさに『パラダイム・コーディネート』の場であるという歴史的シーズに起点があるという点である。これによって教育界もメディア・業界も啓発されおおいに変貌することが期待される。

尚、下半期 テーマ は「メディア・セキュリティ」をとりあげ、サイバーテロに対するセキュリティ、倫理問題、著作権問題、メディアの教育への影響等プラス、マイナスイ面の対策も考えていく。

むろんベンチャーをはじめ、個人のソフト開発者、研究者、独立希望者等の参加も可能とするメンバー制：継続型イベントであり、原則的にはすべてのジャンル、すべてのメンバーが発表の機会と新たな出会いも与えられる仕組みを準備する。

その理由は、いままでのあらゆるイベントがオピニオン・リーダーからの一方的なメッセージを聞くだけの受け身型イベントであり、そこにはトフラー流の“プロシューマ”（producer-consumerを短絡した造語）の意識は活かされていなかった。スペシャリストだけがものを造り、市場を一方的にデザインする時代だったからである。

いみじくも、デジタル・ハリウッド杉山知之校長が最近指摘するように21世紀はデジタル・メディアによる海面上昇があらゆる領域に及び、プロパーな牙城でさえ自ずと開城せられる時代に突入しているのである。

20世紀型“蓄積エネルギー”を健全な意味で21世紀型“創造エネルギー”に変換することのできる「開放の場」を市民にも提供することは、それ自体がビジネス・チャンスの可能性でもある。

## 6. まとめ

全体テーマに対しては当初かなり楽観的に考えていたが、実際にハードとソフトの両面から具体的な展望を見いだそうとすると、とても筆者一人では解決のできないボリュームであることに改めて思い知らされた。しかし本シミュレーションはたとえ一部の“仮説”に過ぎないかもしれないがこのような自由な“構想”を多数の研究者や市民が次々に提案すること自体が大切なのではないかと考える。

先週NHK、BS1の公開パネルディスカッション（セッション「日本経済の青写真」から“根本的な社会システムの変化を”）の中で日産社長のカルロス・ゴーン氏が日本に今足りないものとして『ビジョンと展望』を挙げていたことが印象深い。

日本は(1)コピー能力(2)製造能力は高いと言われる。しかしボトムアップはできるが、トップイメージを産み出せる人がいない。そしてキャラクターやトータルプランの出来る人が少ない。

だから日本にはイマジネーションを産み出す産業が少ない。そのためには単なる知識の詰め込みや、決まりきった解法に基づいた固定したパターンの人間だけではなく新たな創造的イメージを産み出せる能力を身につけた人材を育成する教育が必要であると思う。

ボトムアップも大切だがクリエイティブ戦略、イメージ戦略、ブランド戦略、マーケティング戦略の両方が出来る人を育てるべきである。もちろん大学も「文化創造」のできる人材育成を目指すべきであると思う。

本研究の進行はテーマを提出してやっと一年を経過したところである。今後さらにそれぞれの具体的なシミュレーションや方法論の掘り下げを行っていきたいと思う。なお引用した文書に関してはすべて本文中に付記してある。