

北海道札幌市
トランスメディアとしての創造都市
ーメディア・アーツ都市の創造経済

武邑 光裕(札幌メディア・アーツ・ラボ所長)

はじめに

札幌市（上田文雄市長）は、ユネスコ創造都市ネットワーク¹に「メディア・アーツ²都市（City of Media Arts）」として加盟する意向を表明³し、現在、ユネスコ本部への審査申請を準備中である。このネットワークは、主にクリエイティブ産業の振興を強調し、「クリエイティブ・ハブ」を通じて先進国と発展途上世界双方のクリエイティブ産業⁴の社会経済的及び文化的発展を促進させ、「社会文化クラスターが健全に機能する都市環境を作り、多様な地域社会をつなぐ」ことを目的としている。

都市がこのネットワークに認定されると、創造的な経済概念に基づいた活動、経験を共有し、グローバルなプラットフォーム上で、他都市との新たな連携機会を創出することができるというインセンティブが魅力となっている。

本稿の目的は、札幌がなぜ「メディア・アーツ」というクリエイティブ産業領域に焦点を絞り、それを都市経営にどう反映させていくかを展望することである。2007年から「創造都市さっぽろ」⁵施策と関わってきた立場から、その展開を時系列的にふり返り、メディア・アーツの創造性を持続可能な都市運営に組み込むことの具体的な可能性や、市民主導の創造経済の展望についても考察する。

¹ 創造都市ネットワークは、ユネスコ第170理事会による決定後、2004年10月に開始された。世界の都市間で、クリエイティブ産業と都市開発の経験・アイデアを共有、実行するためプラットフォーム。文化多様性と持続可能な都市開発のための共通の使命に向かうネットワークと定義されている。

² 多様なメディア表現によって開拓されるクリエイティブ産業領域。現代アートにおける「メディアアート」に特定せず、ヴィジュアルアーツ、パフォーマンスアーツ、デジタルアーツなど、多様な媒体を通しての表現「技芸」であり、クリエイティブ産業にアウトリーチする概念。

<http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-industries/creative-cities-network/media-arts/>

³ 2011年11月16日から17日まで、ソウル市で開催されたユネスコ創造都市ネットワーク会議において、上田市長自らが立候補のプレゼンテーションを行った。

[http://www.unesco.org/new/en/unesco/events/programme-meetings/?tx_browser_pi1\[showUid\]=4270&Hash=d305db4720](http://www.unesco.org/new/en/unesco/events/programme-meetings/?tx_browser_pi1[showUid]=4270&Hash=d305db4720)

⁴ <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-industries/>

⁵ <http://www.city.sapporo.jp/kikaku/creativecity/index.html>

1. 「創造都市さっぽろ Creative City Sapporo」への歩み

札幌における創造都市の取り組みは、2006年3月、上田文雄札幌市長による「創造都市さっぽろ Sapporo-Ideas City」宣言⁶にさかのぼる。これは、「創造性に富む市民が暮らし、外部との交流によって生み出された知恵が新しい産業や文化を育み、新しいコト、モノ、情報を絶えず発信していく街」を目指すという意味を表現したものだ。 「創造都市さっぽろ」は、札幌市内部や関連機関において、現在でも Sapporo-Ideas City と表記されることも多く、これが札幌の特有語だとすれば、混乱は免れないとの指摘もある。ユネスコの公式表記も創造都市は” Creative City” であり、世界中で、創造都市を Ideas City と表記している都市はどこにもない。札幌における創造都市の歩みをたどる上で、この Ideas City = 創造都市という前景に触れておく必要がある。

2005年2月、札幌市と商工会議所は、英国のクリエイティブ企業を札幌に誘致するという目的で、「Sapporo-Ideas City クリエイティブ会合」を、当時の経済産業省とJETRO（日本貿易機構）からの支援を受け実施した⁷。当時の札幌市は、国際競争力を持つ地域のコンテンツ産業の育成をめざし、英国のデザイン企業関係者をコンサルタントとして起用、海外のクリエイターたちが移住を望む都市ビジョンを示す取り組みを行った。海外からのクリエイティブ産業誘致のため、札幌の都市ブランドを「アイデア・シティ (Ideas City)」と命名し、札幌は新たなアイデアを生み出すにふさわしい都市として、この都市ブランド名を、当時我が国でも注目されていた「創造都市」と重ねて宣言したのである。

このプロジェクトにより、英国からの企業誘致は実現しなかったが、現在でも、「創造都市さっぽろ」とこの「アイデア・シティ」⁸が重なって見えるのは、上記の理由によるものである。この他にも、現在札幌市では「魅力都市さっぽろ」⁹をスローガンに、「SAPPORO スマイル」をコンセプトとするシティ・プロモートに取り組んでおり、これら個別の取り組みが、「創造都市さっぽろ」と密な横連携となることが望まれる。なぜなら、創造都市は行政組織の横断的連携を自明とするからである。

2007年、上田市長は、現MITメディア・ラボ所長の伊藤穰一氏とインターネット時代における著作権の運用モデルであるクリエイティブ・コモンズ(Creative Commons)の提唱者で、スタンフォード大学のローレンス・レッシング教授と出会い、創造経済の動向に関しての意見交換を開始した。札幌が「創造都市」としての存在感を内外に示すことになったのは、2008年、札幌市がアジア初の開催都市として選定された iSummit¹⁰の開催だった。次代のクリエイティブ産業の可能性を探求する端緒に、クリエイティブ・コモンズをめぐる

⁶ <http://www.city.sapporo.jp/kikaku/creativecity/creativecity/index.html>

⁷ 2005年2月の札幌商工会議所メールマガジン
<http://www.sapporo-cci.or.jp/form/mail/mem-084.txt>

⁸ <http://www.sapporoideascity.jp/>

⁹ <http://www.city.sapporo.jp/kikaku/citypromote/plan.html>

¹⁰ <http://creativecommons.jp/isummit08/#about>

国際的で活発な議論が始まったことは、札幌地域のクリエイティブ産業人材に多大な刺激を与えた。当時、地元からこの会議に積極的な参加を表明したクリプトン・フューチャー・メディア株式会社の伊藤博之（代表取締役）氏は、発売当初だった音声ボーカロイド「初音ミク」のCGM（Consumer Generated Media:消費者生成メディア）環境の生成に、クリエイティブ・コモンズの理念を反映したユーザー共有型の著作権運用の仕組みを取り入れ、後に世界的な「初音ミク」旋風を形成する基本インフラ「ピアプロ」¹¹を構築する。こうした地元のクリエイティブ産業への直接的な影響を実現したこの会議は、創造都市理念の具体的な影響や、それが市民の創造性や経済活動をどのように刺激したかを検証する上でも重要な意味を持っていたのである。

2. ユネスコ創造都市ネットワーク(CCN)

ユネスコ創造都市ネットワーク加盟をめざす検討は、2008年の「創造都市さっぽろ推進会議」において提言され、申請に向けた準備段階は、2009年の「創造都市さっぽろ推進会議」の提言にさかのぼる。この会議報告書の中で、札幌の新たな公共空間である札幌駅前通地下歩行空間に、市民の情報発信を支援するパブリックアクセス環境＝CGM デジタルサイネージの設置（2011年3月）や、札幌の地下歩行空間をメディア・アーツや現代アートの展示を可能とする空間として整備することなどが提言された。冬の積雪期、交通の利便性を約束する札幌の地下歩行空間は、現在、文化芸術をはじめ、多彩なコミュニケーション・メディア空間としての役割も担っている。

都心部に位置する大通り公園を中心に、毎年開催される「さっぽろ雪まつり」や「YOSAKOIソーラン祭り」など、札幌の伝統的な都市祝祭は、内外の市民参加による都市のメディア・アーツ空間といえる。伝統的な都市の祝祭をメディア・アーツによって活性化する計画は、2013年の第64回札幌雪まつりの大雪像への3Dプロジェクション・マッピング¹²によって実現し、広く市民に、メディア・アーツと創造都市の関係性を平易に伝える成果となった。

2014年に開催を予定している札幌国際芸術祭¹³の基本開催計画でも、札幌の将来の都市経営に、創造都市やメディア・アーツが果たす可能性が具体的に示されていた。

我が国における創造都市論の第一人者である大阪市立大学大学院創造都市研究科教授佐々木雅幸氏をアドバイザーに迎えて、2010年に組織された「創造都市さっぽろ市民会議」では、創造都市をめざす市民の文化芸術への民主的なアクセス権などが議論され、この会議提言はその後の創造都市政策の骨格を示すものだった。そして2012年7月、札幌市役所市

¹¹ <http://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%83%94%E3%82%A2%E3%83%97%E3%83%AD>

¹² http://www.youtube.com/watch?v=ETN_Psm2GSQ

¹³ 2012年9月、音楽家坂本龍一氏をゲスト・ディレクターとして選任し、「都市と自然」という開催テーマのもと、現在準備が進んでいるところである。

長政策室や札幌のクリエイティブ産業界、札幌商工会議所など、広域な産業界と市民の参加によって、ユネスコ申請の母体となる「創造都市さっぽろ・国際芸術祭実行委員会」¹⁴が組織されたのである。

3. メディア・アーツ都市

これに先立つ2010年10月、札幌市南区の芸術の森で開催された「文化庁メディア芸術祭札幌巡回展」¹⁵では、日本のメディア芸術の進展に関わる札幌出身のアーティストを中心とした作品展示、レクチャー、ワークショップ、シンポジウムなどによって構成された多面的な「メディア芸術展」が実現した。札幌出身で、世界的なゲーム・プロデューサーである水口哲也氏や、先述した「初音ミク」のメタ・クリエイター伊藤博之氏、日本の代表的アニメ映画監督である細田守氏らが集結したシンポジウムでは、札幌のメディア・アーツの基盤と可能性が確認された。

ユネスコの創造都市ネットワークは、音楽、文学、デザイン、クラフト、映画、ガストロノミー（食文化）、メディア・アーツの7分野から、世界の特色ある都市を認定するもので、すでに我が国では、金沢市（クラフト）、神戸市（デザイン）、名古屋市（デザイン）が選定されている。札幌はこの7つの分野から、「メディア・アーツ都市」に焦点をあてた。ユネスコ創造都市ネットワークにおける「メディア・アーツ都市」の定義¹⁶には、およそ以下のような展開事例が示されている。

- ・ デジタル技術によって引き起こされる文化的、クリエイティブ産業の開発
- ・ 都市生活の向上につながる効果的なメディア・アーツの統合
- ・ 市民社会の参加を促す電子的な芸術形式の成長
- ・ デジタル技術の開発を通じての、文化へのより広いアクセス

メディア・アーツが、都市のメディア化（Urban Mediatization）や札幌市の将来ビジョンにとって、重要なクリエイティブ産業領域であるとの認識は、上記の創造都市さっぽろ市民会議においても議論され、「メディア・アーツの応用による持続可能な都市創成」として札幌を位置づけ、これを機に、メディア・アーツ都市としての具体的な計画が示されていくことになる。

主な要点は、札幌市が保有する文化芸術の既存の社会資産を創造的資本として再認識することで、メディア・アーツに焦点をあてた将来計画の実現努力を明確化し、世界の様々な創造都市に、メディア・アーツを応用する都市開発やクリエイティブ産業振興の先駆的な事例を提供するという目標の共有だった。

¹⁴ <http://www.city.sapporo.jp/shimin/bunka/sapporokokusaigeijutsusai/>

¹⁵ <http://www.smf.vc/maf-sapporo/event.html>

¹⁶

<http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-industries/creative-cities-network/media-arts/>

4. 札幌メディア・アーツ・ラボ(Sapporo Media Arts Lab: SMAL)の設置

メディア・アーツ都市を推進する母体として、2012年7月に、「札幌メディア・アーツ・ラボ(SMAL)」¹⁷が設置された。これは、2014年に開催される「都市と自然」をテーマとする「札幌国際芸術祭」(ゲスト・ディレクター:坂本龍一氏)の開催支援と創造都市さっぽろ施策のドラインピング・フォースとして、「創造都市さっぽろ・国際芸術祭実行委員会」(上田文雄実行委員長)のメディア・アーツ部会として位置づけられた産官学協働組織である。2012年後半期から、このSMALの活動は本格化し、創造都市さっぽろの研究開発、人材育成、メディア・アーツの振興に関わる具体的な事業がスタートした。札幌の創造都市理念を具体的な事業成果へと結実し、メディア・アーツがいかに都市経営の重要なリソースであるかを、世界の創造都市に示すことであるとの認識が、このラボの使命となった。以下、2012年度のSMALの事業実績である。

○SMAL 受託事業

創造都市さっぽろメディア・アーツ・トライアル Vol.1 「創成川公園 3D プロジェクション・マッピング SYNCHRO FIELD—生命の誕生」

デジタル技術による先進的なアート表現(メディア・アート)の一つであるプロジェクション・マッピングを、都心部のにぎわいづくりやストーリー創出の一環で、札幌市の創成川公園の川面や土手を利用し、世界でも事例が少ない川面など動きのある自然物へ投影する3Dプロジェクション・マッピングとして実施した。

- 平成24年8月31日～9月1日 於札幌・創成川公園

<http://www.smal.jp/projects/page.php?id=33>

<http://www.youtube.com/watch?v=xK4lr5Jif7Q>



¹⁷ <http://www.smal.jp/> 設置の経緯、ミッションは以下。
<http://www.smal.jp/about/>

○SMAL 連携事業

創造都市さっぽろメディア・アーツ・トライアル VOL.2

北海道大学大学院情報科学研究科長谷山研究室 次世代情報アクセスシステム実験プロジェクト「QIY2012 (Query is You!2012)」

http://www.mcip.hokudai.ac.jp/information/post_168.html

- 平成 24 年 9 月 22 日～28 日 於／札幌駅前通地下歩行空間北 2 条広場デジタルサイネージ

○SMAL 開設記念事業

「ステファン・ベック氏 特別講演+シンポジウム」

ビデオ・アート、メディアアートのパイオニアの一人、ステファン・ベック氏を招き、メディア・アーツの原点と現代社会におけるメディア・アーツの役割を検証したシンポジウム。

- 平成 24 年 10 月 5 日 於／PORTO(北方圏学術情報センター)

「水口哲也氏 特別レクチャー&対談」

日本のゲーム・プロデューサーとして数々の話題作を世に出した水口哲也氏を招き、現代における「メディア美学」の必要性を論じた。

- 平成 24 年 10 月 15 日 於／PORTO(北方圏学術情報センター)

<http://www.smal.jp/news/page.php?id=20>



○SMAL 特別上映会

「THE SPACE BACK OF YOU 札幌プレミア」

- 平成 24 年 11 月 10 日 於／シアターキノ

「世界、舞台、時代を飛び越え語り継がれた一人のダンサー、花柳寿々紫（はなやぎ ずずし）の物語。「海辺のアインシュタイン」などで世界的な舞台演出家として知られるロバート・ウィルソン。彼の 15 作品の振り付け師としてその才能を存分に発揮し、ロバートに大きな影響を与え続けた寿々紫。そんな彼女を、ウィルソンはただシンプルに「先生」と呼びつづけた。」

<http://www.smal.jp/news/page.php?id=31>

○SMAL 主催事業

SMAL 国際会議

「デジタルの裏庭 (Digital Backyards JAPAN)」



ベルリンを本拠とするオンライン新聞「ベルリン・ガゼット」誌- berlinergazette.de (創設者クリスチャン・ウォズニキ) と札幌メディア・アーツ・ラボ- smal.jp との協働企画。デジタル社会における「裏庭」で展開される次代の知的生産やネットワーキングの展開、会議参加者たちの多様性に注目し、支配的(文化)となりつつあるものや、所与なもの(インフラストラクチャー)を越えるイノベーションのあり方を考える3日間の会議。上記写真は、MIT メディア・ラボ所長伊藤穰一氏のスカイプによるキーノート。

■ 平成 25 年 1 月 10 日～12 日 於／PORTO(北方圏学術情報センター)

<http://www.smal.jp/news/page.php?id=65>

会議報告：

<http://www.smal.jp/projects/page.php?id=79>

SMAL 国際シンポジウム

「トランスメディアとしての都市—その新たな美学」



■ 平成 25 年 2 月 22 日 於/PORTO(北方圏学術情報センター)

シドニーの「VIVID Sydney 2012」で、メイン会場となったオペラハウスの 3D プロジェクション・マッピングを担当したドイツ、ブレーメンの URBANSCREEN のアート・ディレクターである Daniel Rossa 氏の基調講演。

「VIVID Sydney」や先進的な都市のメディア化の事例や課題を検証し、横断的メディアによるストーリーテリングとして注目されているトランスメディアと創造都市との関係構築をテーマとしたシンポジウムを開催した。あわせてアート・フェスティバルなどの都市間交流を議論した。

<http://www.smal.jp/news/page.php?id=78>

○SMAL 連携・監修事業

大雪像「豊平館」& プロジェクション・マッピング

■ 平成 25 年 2 月 5 日～2 月 11 日 於/大通 5 丁目



第 64 回 さっぽろ雪まつり 5 丁目環境ひろば

SMAL 雪まつり AR 実証実験～大雪像インタラクティブ・プロモーション共同研究事業
「ホッキョクグマとあなたをつなぐ「絆」プロジェクト」

2013 年 2 月 5 日（火）～11 日（月・祝）、札幌メディア・アーツ・ラボ（創造都市さっぽろ・国際芸術祭実行委員会）監修の【大雪像「豊平館」& プロジェクション・マッピング】と北海道コカ・コーラボトリング株式会社、札幌メディア・アーツ・ラボ（創造都市さっぽろ・国際芸術祭実行委員会）主催の【ホッキョクグマとあなたをつなぐ「絆」プロジェクト<大雪像インタラクティブ・プロモーション共同研究事業>】を実施。

「白クマの親子がつむぐ北の大地の物語」をテーマに、世界でも類を見ない<大雪像へのプロジェクション・マッピング>を実施。雪まつりの新たな魅力を発信し、スマートフォンと AR (Augmented Reality: 拡張現実感) を活用したインタラクティブプロモーションプロモーションを実施。

AR により出現する「ホッキョクグマ」が、「双子の子グマ親子」が待つ札幌市円山動物園へと案内するトランスメディアの実験もあわせて実施した。

■ 平成 25 年 2 月 5 日～2 月 11 日 於/大通 5 丁目

<http://www.smal.jp/projects/page.php?id=77>

○SMAL 連携事業

雪まつり期間中における地下歩行空間「創造都市さっぽろブース」

創造都市さっぽろメディア・アーツ・トライアル VOL.3

北海道大学大学院情報科学研究科長谷山研究室 次世代情報アクセスシステム

「QIY2013 (Query is You!2013)」

■ 平成 25 年 2 月 5 日～2 月 11 日 於/札幌駅前通地下歩行空間北 2 条広場デジタルサイネージ

<http://www.sapporo-north2.com/information/2013/01/20130131.html>

5. 創造経済への観点

音楽、出版、放送など、既存のメディア表現技術の基盤は、現在、デジタルメディアの民主化によって広く市民に開かれている。都市の文化的な豊かさを創出するのは、創造的なプロシューマー（生産消費一体）型市民の存在であり、彼らは、新たなソーシャルメディアの活用に関しても意欲的であり、高い品質のデジタル文化製品を創出する。市民の創造的な経済活動は、従来の供給経済から需要型の経済活動へのシフトを意味し、それはまた、市民の創造活動の活性によって生じる経済活動＝創造経済を意味しており、札幌はそうした経済活力の中心地のひとつとして注目を集めている。札幌は、先述した「初音ミク」やユーザー生成コンテンツを中心とした斬新なビジネスの土壌としても、さらに雪と氷の

文化的ノウハウ（Snowhow）を有し、クリエイティブ産業においては、プロシューマーの創造性を様々な形で支援するデマンド型のビジネスを活性させている。

「メディア・アーツを実装する都市」として、札幌は市民が生成するコンテンツやメディアの成長、都市生活の向上につながる効果的なメディア・アーツの統合＝都市の景観から都市の情感、そして都市のドラマに関わる市民のストーリーテリングに留意している。

メディア・アーツを地域のクリエイティブ産業、環境、観光、文化のプラットフォームとして位置づければ、そこには文化的多様性を促進する可能性だけではなく、都市の共同体をリンクして、地域の創造性や文化開発を促進する重要な役割が生まれていく。札幌がメディア・アーツ都市として機能するとすれば、それは以下の方向性を十分に認識することにある。

- ・ 次代の都市経営に有益かつ効果的なメディア・アーツを探索し、それらを 21 世紀の文化と経済との新たな有機的な関係構築に活用する。
- ・ 都市経営に必須となるメディア・アーツの応用事例を不断に検証、開拓しようという明確なビジョンの共有。

札幌としてのメディア・アーツの概念は、現代アートのカテゴリーに留まることなく、現代のソーシャルメディアの動向にも見られる「市民生成メディア」を促進し、都市に集中するメディア産業のノウハウ、経験、および専門的技術の交流を通して、地域の創造的起業家を支持し、メディア技術の新開発を促進し、メディア・アーツを創造的な地域経済と社会開発のための結合力とすることである。そこには当然、世界的な CGM 製品を開発し、旅行者のためのアトラクティブネスとして、観光分野におけるメディア・アーツの応用開発も含まれている。

そのため、札幌における取り組みは、国際的なプラットフォームの中での知識共有から、都市の文化的・芸術的なリソースをオープン化し、さまざまな文化的な製品の開発を促進することで、国際的な文化市場において、メディア・アーツ都市のモデルとなるような可能性を示すことである。

ルーマニアの「OTAKU Magazine: SAPPORO Edition」の表紙



さらにメディア・アーツが、世界のメディア文化の動力であるという認識に立てば、「クール・ジャパン」ナルシズムや日本的「メディア芸術」との差異も明確になる。その上で、世界の若者を魅了する日本の CGM (Consumer Generated Media) 文化の主要な発信源が、札幌におけるクリエイティブ産業群の成長と同期していることは強調しておきたい¹⁸。

メディア・アーツ都市は、CGM や UGC (User Generated Content) を支援するビジネスとして、ウォンツ (提供者によって作り出されるもの) から、ニーズ (消費者の求めるもの) へ、つまり、専門製品の受動消費から DIY (自分自身でつくる) の経済活動に焦点を置くことで、市民ひとりひとりが、メディアとなって経済活動を展開するという将来像を予測する。そうした「表現する経済」における起業家の成功経験を共有し、札幌における創造経済の先導性が、他の様々な産業分野の価値創造を支援し、創造的な人材育成に好循環を与える環境をめざしている。

6. 札幌国際芸術祭 2014

世界が狭くなるとき、地域の価値は増大し、世界の人々は新たな都市の魅力を求め続けていく。メディア・アーツ都市としての札幌は、都市のメディア技術を洗練させ、次代の創造都市に貢献するメディア・アーツの先行価値を積極的に引き出す努力に集中する。ここからは、都市のフェスティバル経済や、メディア・アーツ都市の明確な姿が生まれる筈である。そのための創造資本たるインフラ整備は、何より次代の文化芸術投資の基盤となるものである。

2014 年夏、札幌では、メディア・アーツを包含する国際芸術祭が開催される。音楽家・坂本龍一氏をゲスト・ディレクターに招き、「都市と自然」をテーマとし、サブテーマには、「自然・都市・経済・地域・ライフ」¹⁹という地域課題に、アートによる「社会彫刻」²⁰がいかにか可能かという斬新なテーマが設定された。これまで我が国の多地域で開催されてきた芸術祭との差異化という観点以上に、地域における社会実験的な芸術祭として、さらに創造都市さっぽろのシンボル・イベントとしても、この芸術祭への関心は日増しに高まっている。

産学官が横断的に連携して次代のメディア・アーツを研究開発する「札幌メディア・アーツ・ラボ」は、単に映像や音楽、デジタルコンテンツだけの分離的なクラスターに焦点を絞るのではなく、農業や漁業、食や観光分野、さらには若者の起業支援や暮らし方など

¹⁸ 2013 年 1 月、ルーマニアのブカレストで出版されている高品質なサブカルチャー雑誌「OTAKU Magazine」が「札幌特別版」を発刊し、札幌に端を発する「初音ミク」現象や札幌が生み出す次代のオタク文化、サブカルチャーなどを特集した。<http://www.otakumag.com/en/#>

¹⁹ <http://www.smal.jp/news/page.php?id=68>

²⁰ ドイツの現代アーティスト、ヨーゼフ・ボイスの提唱した概念で、あらゆる人間は自らの創造性によって社会の幸福に寄与し、誰でも未来に向けて社会を彫刻しなければならない、という呼びかけ。それは、「芸術こそ進化にとっての唯一の可能性、世界の可能性を変える唯一の可能性」というボイスの信念から発している。創造都市理念の核心ともいえる。

に関わる包括的で有機的な連携を模索し、札幌市へのさまざまな提言に反映すべきだと考えている。そして、多彩なクリエイティブ産業に新たなアイデアを吹き込む芸術文化こそ、先行する美的、創造的価値であり、メディア・アーツは21世紀の主要なクリエイティブ産業の動力なのである。その意味でも、現代アートを美術館やギャラリーから発想することなく、地域課題との果敢な対話を生み出す札幌国際芸術祭は、創造都市さっぽろの大きなターニングポイントを生成する重要なイベントなのである。

7. 芸術と経済—メディア・アーツとクリエイティブ産業

芸術の経済的な役割を強調することに不快を表明し、芸術作品は経済価値ではなく、精神的な価値だと主張する人々がいる。さらに国や地域は、文化芸術といった悠長な投資より、喫緊の経済対策や公共福祉事業などを優先すべきだと考える人々もいる。

芸術は、本当に経済産業活動と無縁なのか？世界銀行やユネスコのコンサルタントを務めたオーストラリアの文化経済学者デヴィッド・スロスビー²¹は、現代の経済活動と芸術との密接な関係を説明してきたことで知られている。彼の理論的な核心は、芸術からの経済的な利益が、多様な産業に及んでいることを明快に示したことである。

文学、音楽、視覚芸術、演劇といった伝統的芸術を中心（コア）に、映画、美術館、図書館、写真という文化産業がその周囲にあり、次に文化遺産や出版、テレビ、ラジオ、録音、ビデオ、コンピュータゲームといった広域の文化産業が位置し、さらにその外延には、広告、建築、デザイン、ファッションなどの関連産業が続く。芸術は、同心円状に多層な産業への経済的貢献を行っているという理論である。当然、広告やデザインなどが、第一次から第三次産業に至る付加価値の形成や販売促進に重要な役割を担っていることは述べるまでもない。

スロスビーが指摘する芸術が及ぼす多様な経済的波及効果において、同心円状の周縁に発生する現代の産業とは、まさにメディア・アーツを中心とするクリエイティブ産業であると言っても過言ではない。我が国の「メディア芸術」の実質的な概念も、コアとなる芸術から広告やファッションに至るクリエイティブな文化経済活動全域をカバーする広域な文化創造を意味しているとも言える。メディア産業、メディアビジネスの動力に、広範囲なメディアを表現領域とするメディア・アーツの技芸や創造性が重要な役割を担っているのだ。

²¹ スロスビーの翻訳書としては、『文化経済学入門：創造性の探求から都市再生まで』日本経済新聞社、中谷武雄・後藤和子監訳（2002年）がある。

8. 都市景観とメディア・アーツ

近年、都市のメディア化（Mediatization）に伴い、メディア・アーツの役割が日々増大している。第5のスクリーン²²として、消費経済を反映する広告掲示板がデジタルサイネージとなり、近年では、既存の建造物への3Dプロジェクション・マッピングなどが世界中で増殖している。とりわけ、メディア・アーツの先端表現であったビデオマッピングが、商業利用されていく展開は、メディア・アーツとクリエイティブ産業の関係や、その可能性を広く一般の人々に明快に説明できるトレンドである。

Premiered on 25th of May 2012 in the context of Vivid Sydney - Lighting The Sails.



2012年5月、オーストラリアのシドニーで開催されているヴィヴィッド・シドニー音楽祭のメイン会場であるオペラハウスの屋根に、ドイツ、ブレーメン市に本拠を置く3Dプロジェクションの専門企業「アーバン・スクリーン(URBANSCREEN)」²³社が世界中を驚かせた映像投影を実現したことで、都市建築のスクリーン化、都市のメディア化が、従来の商業広告的な試みを超えて、新たな芸術的アプローチの対象となっていることを実感させたのである²⁴。さらに世界の創造都市間では、各地のクリエイティブ人材が、都市を超えて世界各地で協働している状況が鮮明となっている。

²² 第1のスクリーンは映画館、第2はテレビ、第3はPC、第4はモバイルやタブレット、そして第5のスクリーンがデジタルサイネージや都市建造物をビデオマッピングする都市スクリーンの動向である。

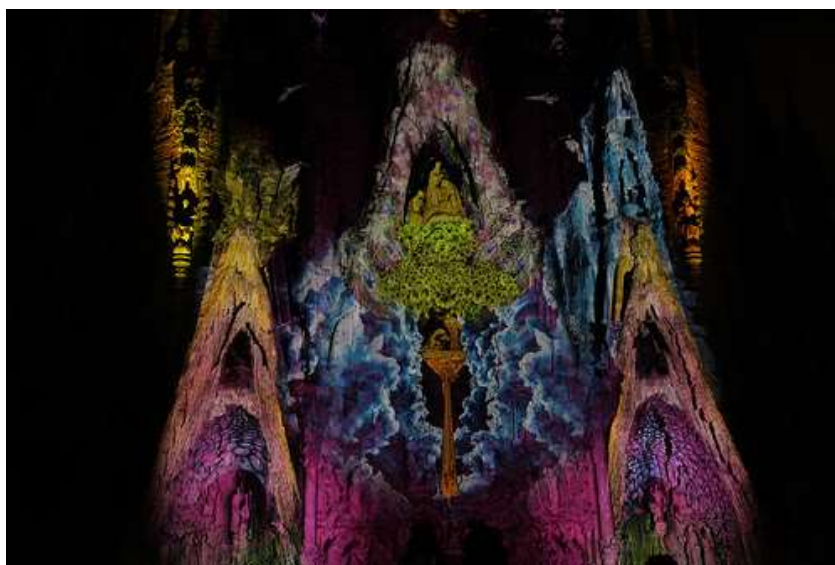
²³ <http://www.urbanscreen.com/>

²⁴ 札幌メディア・アーツ・ラボ(SMAL)では、2013年2月22日、アーバンスクリーン社のダニエル・ロッサ氏を招いた国際シンポジウム「トランスメディアとしての都市—その新たな美学」を開催した。

<http://www.smal.jp/news/page.php?id=78>

カナダのデザイン創造都市、モントリオール市にある 3D プロジェクションの専門企業である「モメント・ファクトリー(MOMENT FACTORY)」²⁵は、2012 年 9 月、スペイン・バルセロナのサクラダ・ファミリア教会に大規模な 3D プロジェクション²⁶を実行し、創造都市間におけるメディア・アーツの技術的、芸術的な交流を実現させた。いわばモントリオール市がバルセロナ市に映像マッピングの高度な技術とコンテンツを提供し、両都市間の創造的協働が実現した事例として記憶に新しい。

Image du spectacle Montréal signe l'Ode à la vie, By Ville de Montréal 2012



サクラダ・ファミリア教会のファサードは、ガウディの細部にわたる有機的な意匠建築で知られ、その表面を正確にマッピングすることは極めて困難と思われた。しかし、モメント・ファクトリーは、そのファサードの上に、壮大な滝が流れ、無数の花々が乱舞するという映像マッピングを実現し、約 3 万人の観衆を歓喜させたばかりか、その記録映像は YouTube などを通じて世界中で視聴され、バルセロナ市の都市ブランディングや観光産業の振興に多大な貢献を行ったのである。

しかし、こうしたメディア技術を基盤とした都市スクリーン化の動向には、いくつかの課題が浮上していることも留意すべきである。再生した東京駅や札幌雪まつりを祝祭する 3D プロジェクション²⁷が、増えすぎた観客の安全を確保するために中止となった事例も、メディア・アーツを基盤とする都市のメディア化の影響の大きさを表している。しかし、欧州では、建造物のメディア化をめぐり、住民が不満を表明し、建造物の所有者を相手取った訴訟問題に発展しているケースもある。

²⁵ <http://www.momentfactory.com/en>

²⁶ Sagrada Familia (Ode à la vie) - Démo official <http://vimeo.com/49960413>

²⁷ <http://www.smal.jp/projects/page.php?id=77>

都市建造物へのプロジェクション・マッピングは、それを巨大な動画広告として認識した瞬間に、さまざまな課題と向かい合う。現代のメディア技術が劇場やコンサートホールから出て、都市空間をスクリーンに変容できる時代だからこそ、都市や建築のアイデンティティに深く関与し、オリジナルや市民の情感を損なわない配慮が必須である。これはある意味で、都市や建造物の二次創作という刺激的なテーマでもあり、いわば都市や建築を自在に変容させることの、責任の所在を明確にする観点も重要となっている。都市が持つ本来の時間の流れや空間から切り離され、映像の驚きだけを提供してしまうリスクは、ある意味でオリジナル建造物や都市そのもののアイデンティティを侵食する恐れがある。

こうした都市のメディア化に関するさまざまな課題²⁸を抽出し、適切かつ芸術的なアプローチから、都市のデジタル・アイデンティティを生成していく責任を誰が担うのか？こうした観点こそ、次代のメディア・アーツ都市が探求する課題であり、そういった課題を乗り越えることで、都市のメディア化に一定のルールを共有できれば、都市スクリーンの可能性はメディア・アーツのさらなる進化につながるといえよう。

芸術は、社会の課題を先取りし、広範囲な文化的な利益に寄与している。それと同時に、芸術は GDP に貢献する強力な経済セクターであり、それらは経済全体における直接的な成果を担っている。この双方の利益の共有をどのように調整していくかも大きな課題である。こうした将来課題を先取りし、世界的なメディア・アーツの動向と即時にリンクしていくためには、地域のクリエイティブ人材のより一層の育成が急務であろう。その意味でも、芸術が、独創的な発想、技能、才能の源として機能していることを忘れてはならない。

9. トランスメディアとしての創造都市

これまで、映像や書籍、ゲームなどは、それ自体で完結した物語であり、視聴できるメディアも限られていた。しかし、ひとつのメディアだけに物語を閉じ込めるのではなく、複数のメディアを並行活用し、各メディアに即した連携コンテンツを消費者に提供しようという「トランスメディア (Transmedia)」²⁹が、世界のメディア産業界のトレンドとして注目されている。文学から映画という従来の流れだけでなく、一枚の絵画から文学へ、あるいは音楽から建築へ、更には都市の景観から文学へ、そして市民へと。それらは同時に、

²⁸ この問題に関する歴史的概観は、以下の論文を参照。

MESSAGES ON THE WALL: AN ARCHAEOLOGY OF PUBLIC MEDIA DISPLAYS. by ERKKI HUHTAMO.

URBAN SCREENS Reader: HISTORY, TECHNOLOGY, POLITICS 15p-28p Institute of Network Culture, Amsterdam 2009

<http://networkcultures.org/wpmu/portal/publications/inc-readers/urbanscreens/>

²⁹ 「トランスメディア・ストーリーテリングは、世界を造るアートである。フル・フィクションの世界を経験するために、消費者はハンターと採集者の役割を引き受けなければならない。そして、メディア・チャンネルを超えて物語の断片を追いつめ、類似のグループと比較しながら、時間と努力に投資する。誰もが、より豊かなエンターテインメント経験を確実なものとするために、共同で働くのだ。」 Henry Jenkins.!

"Convergence Culture: Where Old and New Media Collide", NYU Press 2006.

幾つものメディアの間で、ストーリーを広げ、深めていくことが可能となる。

24 時間、私たちはどこにいてもスマートフォンに代表される携帯メディアと接触している。コンテンツ系企業にとっては、今やテレビやパソコン画面よりも、消費者との緊密な関係構築を実現できるモバイル画面に大きな関心が集まるのは当然である。

トランスメディアは、次世代のコンテンツ・パワーであり、その中心は、異なる複数の物語を多メディアに配信するための新たな手法の開発である。例えば、映画やテレビドラマ、そしてゲームなどの形でさまざまな物語を複数のメディアに即して横断配信する。その過程で、複数のコンテンツの背景に共通する物語世界が明らかになるにつれ、ユーザーや観客自身が「物語の語り手」となり、進行する物語に参加、その物語の評価は、SNS などを通じて活性していくといった仕組みである。

消費者の情報発信力と物語を駆動する力を最大化することで、最終的なメディアは消費者、市民、読者、観客自身となる。創造都市とトランスメディアの果敢な関係構築という観点からも、メディア・アーツ都市をめざす札幌が、このトランスメディアに注目する理由がある。

メディアが連結され、絡み合う中で、市民の心の内部で湧き上がる、「物語る」欲求を担う人々の無数のマイクロ・コンテンツこそ、「社交する物語」を生み出し続ける創造都市の核心である。それは札幌という都市自体が、地域に閉じることなく、北海道や他地域、世界とつながり、市民が創造都市を「我がコト化(relevance)」する触媒(メディア)となることを示唆している。