

2019 年度第 1 回

vol.253 物学研究会レポート

これからのクリエイション、デザインの地平を探る

齋藤精一 氏

ライゾマティクス、クリエイティブディレクター、テクニカルディレクター

2019 年 4 月 24 日

物学研究会
BUTSUGAKU Research Institute

第1回 物学研究会レポート

2019年4月24日

2019年度のテーマは「世界は激変する」。第1回目は、ライゾマティクスの代表である斎藤精一さんにご登壇いただきました。ライゾマティクスは先進のクリエイター・アーティストの集団で、物学では2014年に同じく代表である真鍋大度さんにもご登壇いただき、メディアアートや広告プロジェクトとその背景について語っていただきました。同社のその後の活躍は目覚ましく、現在では研究開発とメディアアート、建築と都市、広告とデザイン戦略という3つを軸に、既成概念を超えた作品や提案を多数世に送り出しています。激変する世界の最前線に立つ斎藤さんに、これからのデザインとその行く先について語って頂きました。

以下、サマリーです。

これからのクリエイション、デザインの地平を探る

講師

斎藤精一 氏

ライゾマティクス

クリエイティブディレクター、テクニカルディレクター



01：斎藤精一 氏

SDGs はビジネスの的ではなく種

斎藤：本日は、お呼びいただき、ありがとうございます。物学研究会については真鍋からも聞いておりましたが、改めて20年も継続されている、すばらしい取り組みだと感じます。通常、こういう機会ですポートフォリオについてお話することが多いのですが、今日は僕があるいはライゾマが今何を考えているかについて、お話させていただきたいと思います。

すでに世界は激変し始めています。よく耳にするキーワードにIoT、AI、ICT、キャッシュレス、ライフテック、メディテックなどがありますが、いずれ

もこれから起こることではなくすでに起こっていることです。ところが日本の大企業はまったくこれについてこられていません。それはなぜか。

国連の持続可能な開発目標SDGs (Sustainable Development Goals) には17項目ありますが、これはビジネスの種なのです。ところが日本の企業は、国連が言った的だと思っています。僕はグッドデザイン賞の副委員長をやらせていただいています。2018年度は子どもの貧困問題をサポートする「おてらおやつクラブ」が受賞しました。デザインの領域は、すでに物理的なモノのデザインから、コトのデザイン、仕組みのデザインへと変化しています。顕在化した問題をどうやって解決するかがデザ

インの領域になってきています。ものをつくる人が今やらなければならないのは、もっと大きなコトなのです。深く考えなければならない時代になっています。

そのなかで、僕が着目するのは、超複雑系構造です。今の時代はすべてが複雑に関連しています。例えば、クルマメーカーはクルマ業界だけで完結しているわけではありません。移動のサービス化 MaaS (Mobility as a Service) が叫ばれていますが、サービスにはオンラインは必須で、IoT、AI、ICTなどは当たり前にするべきことですが、それができていない。クルマ業界はクルマを、家電業界は家電ばかり考えがちです。総合力を駆使すればスマートシティが実現できますが、日本で実装はほぼ無理ではないかと僕は推測しています。

でもそれが実現し、BRTなどでの自動運転が可能になると、東京都内の駅前の土地の価値は低くなると予測されます。通勤における負担が軽減し、人間としての暮らしやウェルネスの視点から、都心から離れて自然の豊かな郊外を選ぶようになると考えられるからです。

地下で複雑な関係性をつないでいく

幼ライゾマの社名は、リゾーム「地下茎」から名付けています。フランスの哲学者ジル・ドゥルーズがガタリとの共著で著した概念です。表面ではなく地下で超複雑系のもものが関係性を脈々とつないでいくというのに感銘を受けて、社名としました。

僕は東京理科大の工学部を卒業後、コロンビア大学の建築学部で理論を学び、大学ではコンピュータを用いたアルゴリズム・アートなどをやっていました。卒業後はニューヨークの建築事務所に所属していましたが、2001年の同時多発テロの影響で仕事が頓挫し、広告代理店に勤務します。でもリゾームを含め、大学で理論を一杯詰め込んでいたので、広告の目指す大量消費主義に疑問を抱くようになり、退社したのです。その頃、北川フラムさんとの出会い、2003年、アーティストとして越後妻有トリエンナーレに作品を出品させてもらいました。

立体映像や音楽インスタレーションなどもやりました。でもアーティストでは、ほぼ食べていくことはできません。建築家のニール・ディナーリに憧れてパースもやっていたので、当時はCIAのシー・ユーチェンにパースを描くなどして、食いつないでいました。その後、IAMASにいた真鍋を誘い、2006年にライゾマティクスを設立しました。

さて、複雑系がどうからまっているか、それを最初に言い当てたのは、「非分野主義」という言葉でした。これはMITメディアラボ所長の伊藤穰一さんが言った「Anti-disciplinary」という言葉を僕が勝手に訳したものです。今では非分野主義の権化みたいになっていますが、そもそも僕は時間という概念に興味があり、哲学にも興味があり、そこからいろいろつくっていったのです。

影響を受けた建築家は、バーナード・チュミです。僕が在籍していたときのコロンビア大の学部長でした。パリのラヴィレット公園が代表作として知られています。フォリーと呼ばれるオブジェが今はリノベーションされているので、機会があったらぜひご覧ください。イギリスの建築家集団のアーキグラムも好きでした。足の付いた巨大な都市「ウォーキング・シティ」や着脱可能なユニットの「プラグイン・シティ」などの作品はグラフィックとして見ていました。日本ではメタボリズム、イタリアの建築家集団であるスーパースタジオ、あるいはバックミンスター・フラーや磯崎新さんの空中都市にも影響を受けました。

アートとビジネスは使う脳が違う

会社を設立し、アートをどうビジネス化するかというのが僕らの最初のミッションでした。パソコン1台あればいろいろなことができるし、つくる力も持っていたので、モノ的なデザインを当初はやっていました。アートとコマースを大きな柱にしていました。

でもアートとビジネスは、使う脳が全然違います。人を分けないとできないということに行き着いたのです。人間的な側面で、クライアントがいるような

仕事をアーティストはできないし、その体制では突拍子もないアイデアはできません。アート風デザイナーは増えていますが、純然たるアートにはなりえない。

そこで10周年となる2016年、研究開発とメディアアートの「Research」、建築と都市の「Architecture」、広告とデザイン戦略の「Design」の3つの部門に分けることにしました。

ライゾマティクスはこれまで、デジタルのさまざまな仕事をしてきました。デジタルアート作品や国内外さまざまなアーティストのパフォーマンス演出、フェンシングのヴィジュアルライゼーション、ミラノサローネでのレクサス展、エルメスの展覧会、広告制作など多岐にわたります。作品の詳細はウェブサイト

を参照いただければと思います (<https://rhizomatiks.com>)。僕の仕事は商業アートで、真鍋やResearchのメンバーの仕事はピュアアートに近いと言えるのではないのでしょうか。

オールジャパンで考える時代

僕自身はこの数年で行政の仕事を手掛ける機会が多くなりました。また、現在は、仕事の半分以上を都市開発関連が占めています。有識者会議に呼ばれ始めたのは4年ほど前でしたが、それからは、経団連から落ちてきた予見をどう落とし込むかなどに取り組むようになりました。文化庁のメディア芸術祭や2020年のドバイ万博に参画し、2025年の大阪万博の検討ワーキンググループ、議員連盟のナイトタイムエコノミー振興に向けたアドバイザーボードメンバーなどを務めています。内閣官房のプログラムとして行った、夜の新宿御苑を開放する「夜歩き」プロジェクトでは、公開空地の活用と利用者の属性を分析しました。

基本的に、僕はいろいろなものに疑問を持ってしまうのです。なぜ椅子の形はこれなのか、なぜこのキャッチコピーなのか。「なぜなのか」という視点が大事だと思います。既得権益、忖度とも言いますが、世の中には事情の産物がついてまわります。あの部長がこのデザインを好きだからこれにしよう

か、カスタマーにとってはどうでもいいことが、企業内やチーム内、デザイン業界内に起きてしまう。これをぶっ壊していくのが、僕らがやろうとしていることなのです。

非分野主義で言うと、すべての分野にプロフェッションがあるわけではありません。でも専門ではないからこそ、見えてくることはたくさんあります。映像業界は、使っている機材はほぼ同じになってきているのに、テレビ、映画、CMとそれぞれの業界はまったく会話しません。同じように、ディベロッパーに対しては、A社、B社、C社のやっていることはNDA（秘密保持契約）に則り、情報開示できませんが、はたから観ていると、全員失敗する時限爆弾を仕込んでいるようなものです。競争原理が働いてうまくいくこともありますが、今はどちらかというと、オールジャパンでどういうことをつくりうかと、考えられる時代だと思うのです。

実は、具体的には言えませんが、皆がほぼ同じようなものをつくりようとしている現状があります。そこに危険があるのです。情報をシェアできる場所はすべきだと考えます。都市計画に関しても同様で、2002年の特措法により、マスタープランを行政から出すことを止め、ディベロッパー同士で競い合う方式となりましたが、マスタープラン方式に戻してもよいのではないかと思います。

平成元年は世界の大企業時価総額ランキングトップ10のうち7社が日本企業でした。30年経った今年、平成最終年に発表された日本最上位は42位のトヨタでした。それが悪いわけではありません。でもUberやAirbnbなどスタートアップが5兆円という動きの速い今の時代だからこそ、一緒になってつくれるものがたくさんあるのではないのでしょうか。

分野間の溝を埋めるのがデザイン

特にデザインにはその可能性があります。すべてをつなぎ合わせていくのです。例えばビー玉が入っている花瓶を想像してみてください。ビー玉を一個一個、線でつなぐのが従来でしたが、そこに水を入れ

れば全部がつながります。それがデザインだと僕は思っています。建築、プロダクト、インフラ、仕組み、行政など、デザインにはさまざまな分野がありますが、そこには共通するデザインの言語があります。ですからさまざまな分野のデザインの人材が集まって横につながれば、分野間の溝を埋められるのです。でも残念ながらそれができていません。

テクノロジーという魔法のようなワードがあります。テクノロジーはつながっていなかったものをつなげてくれますが、ミレニアムといわれるデジタルネイティブの世代にとっては、テクノロジーは空気のようなものになっています。実際に、いろいろなものがデジタルで安くなり、小さくなりました。だからこそ今、榮久庵憲司さんの『道具論』が心に響きます。デジタルにあてはめて読み返すと、いろいろな示唆に気付くのです。また、日本は、ITの情報共有をしていなかったの、日本独自のものがまだまだ残されています。論文もひと昔前は日本語だけで書かれたものが多く、査読件数が少ないので、広まっていません。そういう技術が日本にはまだまだたくさんあるのです。日本にしかない、日本人にしか考えられない道具は、多く残されていると考えます。

国立新美術館で行われた須藤玲子さんとアドリアン・ガルドールの「こいのぼりなう！」展に協力した経験から、もう一度、工芸から学ぶ可能性も感じました。テキスタイルは紡織機から生まれます。トヨタも日産も、紡織機の技術からスタートしました。須藤さんのテキスタイルを織る工房を訪ねましたが、古い織機のローテクに見えてハイテクである様子に心打たれました。日本にはすばらしい工芸があるのです。それをほかと融合できないかと考えています。一方でファッションデザイナーと新しい素材や科学技術をつなげるなどの新旧のエマージングにも興味があります。

新旧のエマージングとしては、消えゆくもののIoT化を進めています。紙焼きの写真をデジタルにおこし、たくさん集めて立体化せるプロジェクトで、1964年のタイムシンプロジェクトと題しています。今のテクノロジーと昔のメディアをあわせて新

しいものはできないかと、写真から3次元をつくっています。

パワーポイントなんか知らない

人間の欲望は変わらないものです。日本人は50年後もひじきを食べているでしょう。つまり50年後もひじきを採る人がいて、ひじきの匂いがして、料理があるわけです。どこでどういう恰好で、どう食べているのかが問題なだけです。人間が中心であるというのは、みんな気づき始めています。深いところは人間が中心なのです。それを忘れるとデザインは崩壊します。未来すぎるものを語るのはやめましょう。本当にこれで幸せなのかと問うべきなのです。

一分野から見るとではなく、全体として、社会のうねりはどうなっているかを見るべきです。いいデザインができるのは当たり前で、それをつなぎあわせると建築や経済や欲望はどうなるのか。また世の中はどうあるべきか、と考えていくのです。ある産業が駄目になったら、その素材の二次利用を上空から考えればよいのです。

ディベロッパーや行政は超現実的にマーケティングや経済などをとらえ、アーティストやクリエイターはエモーションや文化として考えます。その両者には大きな乖離があります。しかもエモーションを握る建築家やデザイナーは、最後の最後にプロジェクトに入るケースが多い。本流の社会や文化をつくるならば、双方の事情がわからなければ駄目なのです。

高いところから俯瞰して見る。その上で行動して、社会に道筋をつくる。パワーポイントなんかは知りません。それよりもまずつくってみよう。上司の判子がなければつけれないならば、そんな会社は辞めちまえ。そうできないから日本企業は勝てないのだと言わざるを得ません。本当に悔しいことです。

昨日、世界初の衣類折り畳みロボ「laundroid」を開発していたセブン・ドリーマーズ・ラボラトリーが倒産してしまいました。大きな可能性を秘めてい

たのに、それがわかっていない人に邪魔された恰好です。これは日本ではスタートアップが不可能なことを示しています。日本のインベスターは、期日までにモノを納めることを重視します。でも実際に重要なのは、自分たちの理想でモノを出すことだということがわかっていない。そして日本の企業には、インベスターは来ません。それは日本だけの現象です。

オリンピックはスポーツの祭典であるとともに文化の祭典でもあります。日本は文化に投じている予算と規模が極めて少ない。恥ずかしいことだと思います。文化をつくれるぐらいデザイン業界がひとつになって、ひとつのものに向かっていってほしいと切に願います。人を忘れず、世の中のために。SDGsは答え合わせとして活用すべきもの。デザインシンキングは、まずつくることから。つくる人の邪魔をしないこと。これらを心に刻んでいただければと思います。

Q&A

関：「世界は激変する」の第1回にふさわしいお話をありがとうございます。では質問を受けたいと思います。

Q1：SDGsの話が最初と最後にあったので伺います。サステナブルであるためのジレンマはありますか。一つひとつのイベントをサステナブルにする仕組みや文化を考えるうえで、ジレンマを感じることはありますか。

斎藤：素晴らしい質問ですね。僕がやっている仕事の80%が調整です。ジレンマだらけです。こういう場ではきれいな話ばかりしますが、現実にはドバイ万博をやると言っても誰もスポンサーしてくれません。みなさん志は高いけれど、泥にはまみれない。今は、直接的に手を差し出せる時代です。でもその意識が足りない。人ごとすぎるのです。邪魔をするならどいてくれ、なんです。でも邪魔をするんです。SDGsそのものにもジレンマがあります。日本では多くの方が脱原発を目指していますが、そうすると火力発電に頼らざるを得ず、Co2の排出が増

えます。実際にそれで日本は、SDGsのランキングでは11位から15位に落ちています。凸凹があることを理解して、政策を深く理解しないとイケません。

Q2：360度の視点をお持ちだと感じました。日本人の強み、ネガティブなところはよく聞きますが、この次の時代、アイデンティティとして日本人の強みが見えていच्छるのでしたら、ぜひ伺いたい。

斎藤：人間中心で考えるのは一番、日本人の強みだと思っています。海外の人が劣っているわけではないですが、どちらかという最初に器を考える傾向があります。日本人は建築でも道具でも、人間は何だろうというところから入る。ヒューマノイドが日本でこれほど発達したのも、宗教感が強くないから。キリストやイスラムでは、人と同じものはつくるべからずという観念があります。日本人は人間を中心に見ることができます。それもスケール感や温度もある状態で見えています。それは大きな強みで、そこを發揮できなければ、どこかと統合していった方がいいと思うほどです。日本はまだ超ドメスティックですが、日本人のためにということが、実はユニバーサルデザインであり、佇まいを含め日本のよいところが入っているのだと感じます。スタンダード化するのは、どこでもつくれること。あなたのためのコンサルテーションというのが、日本の得意とするところで、そこに勝機があると考えます。

黒川：ありがとうございます。何が成功の秘密だろうと考えながら聞いていました。頭の中で考えがちですが、すぐに足が動き、手が動き、人間と人間の会話や都市を体中で発想するというのが、斎藤さんのノウハウなのですね。そのためのアドバイスをいただけますでしょうか。

斎藤：とにかく興味本位で右往左往しているだけなんです。大事なのは、自分の直感を信じること。それは仕事やデザインに大事なことです。その前に理論武装は必要ですが、100%のデザインが150%、200%になるのは、自分の哲学が入ったときだと思います。いわば自分の直感で哲学が入る。そこを信じています。でもビジネスにはなりません。直感を

信じて、まず足を一步出してみることが大事だと思います。

黒川：巨大な好奇心が出発点ですね。

関：直感力は、経験、体験のなかで育まれるといえるかもしれません。本日はすばらしいお話をありがとうございました。

以上。

2019年度 第1回物学研究会レポート

齋藤精一 氏

(ライゾマティクス、クリエイティブディレクター、テクニカルディレクター)

写真・図版提供

01；物学研究会

編集=物学研究会事務局

文責=関 康子

- [物学研究会レポート] に記載の全てのブランド名および商品名、会社名は、各社・各所有者の登録商標または商標です。
- [物学研究会レポート] に収録されている全てのコンテンツの無断転載を禁じます。

(C)Copyright 1998~2019 BUTSUGAKU Research Institute.