



(財) 関西文化学術研究都市推進機構

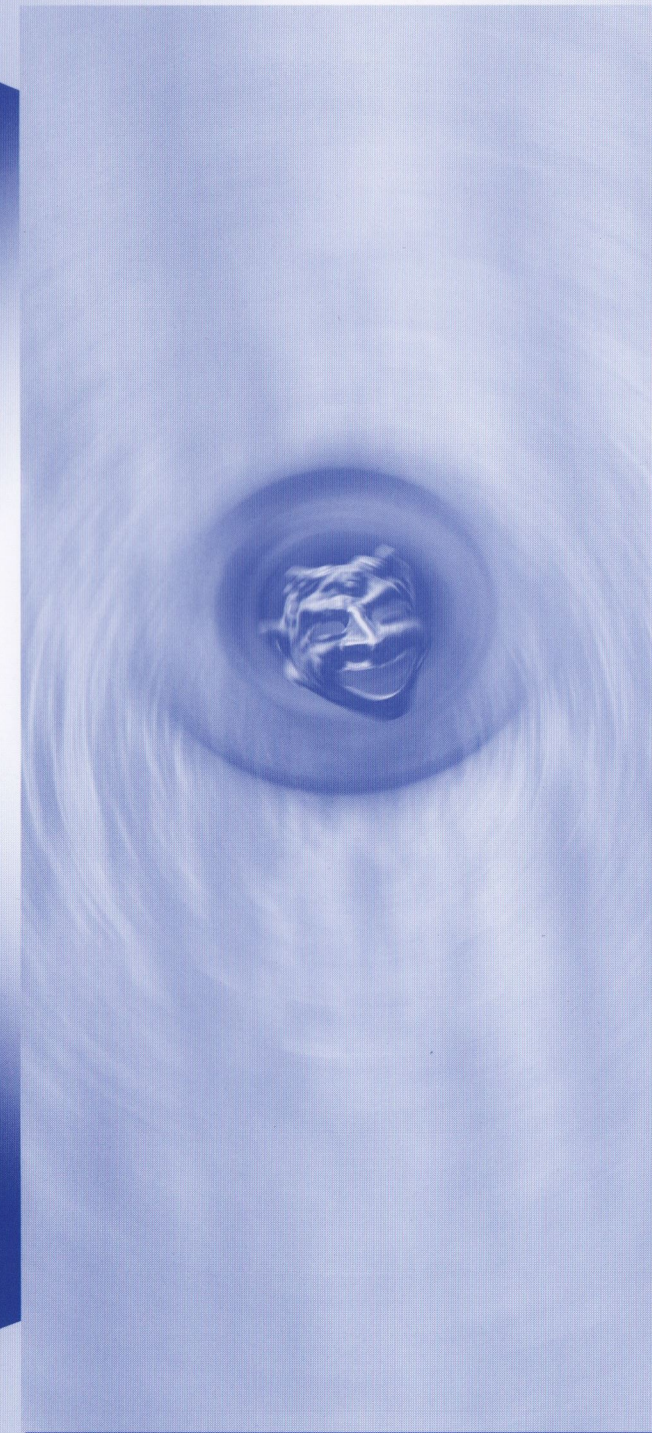
〒619-0237 京都府相楽郡精華町光台1丁目7 けいはんなプラザ 交流棟3F
Tel: 0774-95-5105 Fax: 0774-95-5104 <http://www.keihanna-plaza.co.jp/KRI/>

Foundation of the Kansai Research Institute

Keihanna Plaza 3F, 1-7 Hikaridai Seika-cho, Souraku-gun, Kyoto 619-0237, JAPAN
Tel: 0774-95-5105 Fax: 0774-95-5104 <http://www.keihanna-plaza.co.jp/KRI/>

第3回 デジタル・ルネッサンス@けいはんな

IT時代のアート&テクノロジー・ベンチャー 『創造力に投資する』



PROGRAM

3rd Digital Renaissance @ Keihanna

Venture Business in the Age of IT - Investing in Creativity!

Greetings

Program Organizer's Address

主催者挨拶



立石 義雄

(財)関西文化学術研究都市推進機構 理事長
(社)関西経済連合会 副会長

Yoshio Tateisi

President of the Foundation of
the Kansai Research Institute
Vice Chairman of the Kansai
Economic Federation

関西経済再生シナリオにおける「強い産業をつくる」重点アクションプランの一つとして「デジタル・ルネッサンス@けいはんな」を開催して、今回で3回目となります。第1回目は、アート&テクノロジーについて総論的に学び、2回目はそのビジネスへの可能性を探りました。これらをホップ、ステップと位置づけ、今回はまさに新産業につながる「ジャンプ」の時とするべく講師陣をお招きしました。

1990年代以降、米国では市場主義をベースにITを活用した経済再建に成功し、続々と生み出される新しいビジネスモデルが世界中に波及するなど、「一人勝ち」とも言える好調さを見せております。一方関西は、この点で大きく出遅れて来たことは否めません。このような状況を打開し、地域経済の自律的・持続的な発展を続けていくためには、独自の産業振興策を推し進め、地域の競争力を強化することが急務となっております。

このシンポジウムを契機に、ここ「けいはんな都市」から新たなビジネスモデルが生まれるよう、皆様方の活発な議論と次なる行動を期待しております。

The "Digital Renaissance @ Keihanna" successfully celebrates the third symposium this time. The symposium initially started as a part of our special action plans to "build strong industries", which is called for "The Kansai Revitalization Plan" at Kankeiren. As we planned, the first symposium broadly dealt with art and technology, and the second symposium explored an opportunity of integrating art and technology with business. We regard the two former forums as a run-up to the full blooming of the digital renaissance; in other words, they represented preparatory stages of "hop" and "step". And now we are in the final stage of "jump", which hopefully become a turning point leading to new industries. With that goal in mind, we invited prominent guest speakers with brilliant track records to our symposium.

The U.S.A. has stood unchallenged in the global economy since the 1990s, after it successfully reconstructed the economy by applying the market-based IT. American companies are nowadays enjoying lucrative business, with their new business models prevailing in the world. On the other hand, we can't deny the fact that the counterparts in Kansai have largely lagged behind in this respect. The situation needs our immediate actions, if we wish to find a way out of difficulties and to promote an autonomous and sustainable development of our regional economy. Our urgent task is to boost industries of Kansai region, thus to enhance regional competitiveness.

It is our sincere hope that by taking the occasion of this symposium, new business models will be given birth to here in "Kansai Science City-Keihanna". We are looking forward to your active discussion and further actions.

Message from a program planner

企画者の言葉



土佐 尚子

ATR知能映像通信研究所
芸術家/客員研究員

Naoko Tosa

Artist/Senior Researcher
ATR Media Integration and
Communication Laboratory

IT時代のアート&テクノロジー・ベンチャー「創造力に投資する」

IT全盛時代は、創造力こそ人間がコンピューターと共存するカギだ。創造性は、芸術やフィクションの世界だけのものではない。移り変わりの速い社会を生き残って行くためには、すべての企業がもっていなければならないものだ。20世紀、マルチメディアの登場と共にテクノロジーとアートは結婚した。それはインタラクティブ技術やペットロボット、あるいはメディアアートとして、姿を現わし、それらを発表する国際会議や展覧会が登場した。批評したり、教える専門家が現われ、情報デザインは「文系」と「理系」の学際学科として大学や世界中の研究機関に設置された。そろそろ研究成果も人間も育ち、未来への展望、産業化が望まれる頃である。米国では、すでにクリエイティブ&テクノロジーベンチャーの展開を、大学などを中心に若手が実現している。

日本ががんばってくれ。日本固有な文化を武器に展開できるのではない。例えば、吉本興業がコンピューターとの掛け合いの「インタラクティブ漫才」や、「お笑いヒーリング(癒し)」を作り、家庭で楽しむことなどもできるわけだ。日本では、長い間、産業と教育、研究が分離していた。IT全盛時代に生き残る術とは、この3つがお互いに協力しあって成長していくことなのだ。

Venture Business in the Age of IT - Investing in creativity!

In this era when information technology (IT) is on everyone's lips, creativity is key to attaining harmony between humans and computers. If you think "creativity" is a term that only applies to art and fiction, you are wrong. Indeed, it is a quality that every entrepreneur needs to survive in this fast-changing world. The last century witnessed the wedding of technology to the arts, with multimedia acting as the matchmaker. That marriage was embodied in interactive technology, robot pets and media arts, all announced and discussed at international conferences and exhibitions. Critics and specialist instructors in this field were born, and information design found a place on the faculties of universities and research institutes around the world, providing a link between the liberal arts and science courses. Now that we have a good stock of research and human resources, it is about time for us to look to future developments and seek possibilities for commercialization. In the United States, young researchers at educational institutions have already embarked on creative & technology ventures.

Hurray, Japan! This is where we can take advantage of the unique elements of our culture. Yoshimoto Kogyo might develop an "Interactive Manzai" program, for instance, or a title like "Healing through Laughter," so people can enjoy them at home. For too many years, industry, academia and research institutions in Japan have walked paths that were isolated from one another. Here is where we can find a key to surviving the contemporary IT era: the three joining forces in greater cooperation.

Program

Program

プログラム

3rd Digital Renaissance @ Keihanna

第3回デジタル・ルネッサンス @ けいはんな

August 1 (Wed), 2001

2001年8月1日(水)

Keihanna Plaza

けいはんなプラザ

10:30~10:50 開 会
主催者挨拶

10:50~12:30 招 待 講 演
アート&テクノロジーベンチャービジネスの
成功例 ~MITメディアラボ卒の若手社長~
ロバート・シルバース(ラナウェイ・テクノロジー社長兼CEO)
ジョナサン・クレイン(アイロボット・コーポレーション
インタラクティブ玩具部門担当副社長)

12:30~14:00
昼食・作品展示/研究デモ/企業展示

14:00~15:30 講 演
インタラクティブアートビジネスへの展開と事例
土佐 尚子(ATR知能映像通信研究所)

事 例 紹 介

- 1) 作品部門
WWWコンテンツ/インタラクティブアート/CG映像作品
- 2) 技術部門
インタラクティブ技術/CG/マルチメディア

作品/研究シーズに対して、
事業化に興味のある企業からのコメント

15:30~17:30 パネルディスカッション
「アート&テクノロジービジネスが
成功するためには何が必要か」
「地域における展開と活性化の道を探る」

パネリスト
スティーブ・ベントン (MIT高等視覚研究所(CAVS)所長)
今井 賢一 (スタンフォード日本センター理事長)
ロバート・シルバース
ジョナサン・クレイン
竹中 功 (吉本興業株式会社、チーフプロデューサー)
福岡 俊弘 (週刊アスキー編集長)
モデレーター 土佐 尚子

17:40~19:30 パ ー テ ィ

10:30~10:50 Opening
Remarks by the organizer

10:50~12:30 Addresses by guest lectures
Case Study: Successful Ventures in Arts & Technology
- Young CEOs from MIT Media Laboratory -
Robert Silvers, President, Runaway Technology Co., Ltd.
Jonathan Klein, Vice President, Director of Interactive Toys,
iRobot Corporation

12:30~14:00
Lunch, exhibits / demonstrations of research findings
/ exhibits by private enterprises

14:00~15:30 Lecture
Developing into an Interactive Art Business - Case Study
Naoko Tosa, ATR Media Integration & Communications Research Laboratories

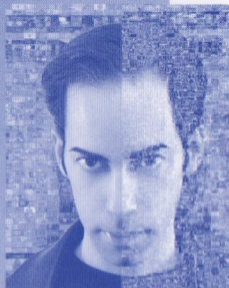
Case Study

- 1) Products:
WWW content / interactive arts / CG examples
 - 2) Technology:
Interactive technology / CG / Multimedia
- Comments on the work and seeds of research from
private enterprises interested in their commercialization

15:30~17:30 Panel discussions
Prerequisites for Success in an Arts & Technology Business
In Search of the Way of Development
and Revitalization of the Region

Panelists
Stephen A. Benton, Director of MIT's Center for Advanced Visual Studies (CAVS)
Ken'ichi Imai, Chairman and Director of Research, Stanford Japan Center
Robert Silvers
Jonathan Klein
Isao Takenaka, Producer, Yoshimoto Kogyo Co., Ltd.
Toshihiro Fukuoka, Chief Editor, Weekly Ascii
Moderator Naoko Tosa

17:40~19:30 Party



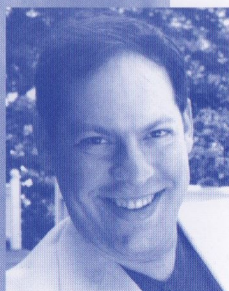
ロバート・シルバース

ラナウェイ・テクノロジー社長兼CEO
フォトモザイクの創作者

氏はフォトモザイクの技術を、MITメディアラボに学生として在籍中の26歳のときに発明、1996年6月の卒業後まもなく、ラナウェイ・テクノロジー社を創立。この新しいメディアは、商業グラフィックやアートの世界を魅了し、IBM、マスターカード、ディズニーといった様々なクライアントを引きつけることになり、ライフ、ニューズウィーク、プレイボーイといった雑誌の表紙製作や、アル・ゴア副大統領、ヨルダンのH.M.フセイン国王、マイクロソフト社会長ビル・ゲイツ氏のポートレート製作を委託される。

主要数カ国で特許によって保護されている(米国特許6,137,498号)、氏のソフトウェアは、数百の映像の細部を巧みに精査し、美しいモザイク映像に組み上げていく。

フォトモザイクは様々な形で応用できるようカスタム化され、雑誌、ポスター、インスタレーションなどに活用されている。また、ミュージック・ビデオやTVコマーシャルのムービング・タイトルにも使われている。さらに詳しく知りたい方はwww.photomosaic.comにアクセスしてください。



ジョナサン・クレイン

アイロボット・コーポレーション
インタラクティブ玩具部門担当副社長

1998年からiRobotに籍を置く。ヒューマン・コンピュータ・インタラクション、2D、3Dデザイン、教育工学、アフェクティブ・コンピューティングの知識を活かし、Hasbro Inc.との共同プロジェクト、「マイ・リアル・ベビー(2000年秋に全米で発売)」のデザイン、開発を手がける。同社玩具部門の立ち上げに携わり、現在はエンジニア、デザイナーのチームを率い、ユーザーの年齢を問わない、安全、画期的かつ魅力溢れる応答型玩具の発案、デザイン、製作を行っている。2002年にはタイガー・エレクトロニクスから同社開発の歩行型ペット恐竜「ヴェロキラプトル(高さ4フィート)」の発売が予定されている。MITメディア・ラボラトリーで理学修士、ミシガン大学(アンアバー)では首席で理学士の学位を取得。既婚。子供は二人。

Robert Silvers

Runaway Technology Co., Ltd
creator of Photomosaics

Robert Silvers is the creator of Photomosaics™. He invented the technology at the age of 26 while a student at the MIT Media Lab and upon graduation in June of 1996 immediately founded Runaway Technology, Inc. His new medium dazzled the art world as well as the industry of commercial graphics, drawing diverse clients such as IBM, Mastercard, and Disney. He has been commissioned to create covers for Life, Newsweek and Playboy magazines, and to create portraits of Vice President Al Gore, H. M. King Hussein of Jordan, and Microsoft Chairman Bill Gates.

Silvers' proprietary software, protected by patents and Trademarks in several major countries (US Patent No. 6,137,498), expertly considers minute details in hundreds of individual images to create a beautiful mosaic arrangement. Customized to embrace a variety of applications, Photomosaics have appeared in magazines, posters, and installations, and with moving tiles in music videos and TV commercials. For more information, please visit www.photomosaic.com

Jonathan Klein

Vice President and Director,
Interactive Toy Division, iRobot Corporation

Jonathan Klein came to iRobot in 1998, where he led the design and development of My Real Baby, created in partnership with Hasbro, Inc. and released nationwide in fall 2000. Mr. Klein created and runs the Toy Group at iRobot, a team of engineers and designers conceiving, designing and building breakthrough, magical, responsive, and responsible toys for all ages. iRobot's next toy is a four-foot-long walking pet velociraptor, to be released by Tiger Electronics in 2002. Mr. Klein's background is in human-machine interaction, 2D and 3D design, educational technology, and affective computing. He holds an M.S. degree from the MIT Media Laboratory and a B.S. degree with highest honors from the University of Michigan in Ann Arbor. He is married with two children.



土佐 尚子

メディア・アーティスト、
MIT高等視覚研究所招聘アーティスト、
ATR知能映像通信研究所客員研究員、
芸術科学会副会長、神戸大学客員助
教授、武蔵野美術大学特別講師

東京大学大学院工学研究科にて博士号取得。専攻分野はアート&テクノロジー。特に、コミュニケーションを主なテーマとしコンピューター、ビデオ、デザインを使用した意識・無意識・感情の情報に関連したネットワークのデザインを行う。実験映画、ビデオ・アート、コンピューターグラフィックアニメーション、インタラクティブアートの製作に関わっている。彼女の作品はニューヨーク近代美術館、メトロポリタンミュージアム、SIGGRAPH(シーグラフ)、ロングビーチミュージアム他、の世界各地で展示されている。また、Japan Foundation(日本財団)、アメリカンフィルムアソシエーション、日本映像文化センター、名古屋市美術館、国立国際美術館、O美術館、富山県立近代美術館、高松市立美術館で収蔵されている。1996年IEEEインターナショナルマルチメディアコンファレンス'96ベストペーパーアワードを受賞。1997年、芸術と科学を統合した研究に贈られるロレアル賞大賞受賞。2000年、ARS ELECTRONICA(アルス エレクトロニカ) Interactive Art部門で表彰されるとともに、文化庁特別派遣を受けた。さらに作品に関してくわしく知りたい方は、<http://www.mic.atr.co.jp/~tosa/> にアクセスしてください。



スティーブン・ベントン

マサチューセッツ工科大学(MIT)メディア・アーツ・アンド・サイエンスE. Rudge('48)、ナンシー・アレン教授職、MIT高等視覚研究所(CAVS)所長

MITメディア・ラボラトリーの創立者の一人で、現在は同ラボラトリーで空間イメージング・グループを率いる。学部生の頃からアート、サイエンス、テクノロジーのコラボレーションの分野で活躍し、MITストロブ研究所のハロルド・エドガートン、ボラロイド社のエドウィン・ランドの下で活動。コラボレーション、単独制作を問わず世界各地の展覧会にホログラムを出展。現在、米国のハイテク企業二社で役員を、さらに二社で顧問を務める。

Naoko Tosa

Media Artist and senior researcher at ATR Media Integration & Communication Research Labs. Visiting Fellow Center for Advanced Visual Studies, M.I.T. She is a vice-chairperson of the Society for Art & science Japan. Also, she is invited professor for KOBE University and Musashino Art University.

She received Ph.D. of Engineering from the University of Tokyo. Her major research area is Art and Technology. In particular, she focused on the topic of communication and used computers, video and electronics to design artwork that relates to the intelligence of emotions, consciousness and unconsciousness. She is working on the creation of Experimental Film, Video Art, computer graphics animation, and interactive arts. Her work was exhibited at Museum of Modern Art (New York), Metropolitan Art Museum, SIGGRAPH, Ars Electronica, Long Beach Museum, and other locations worldwide. Also, her works are collected at The Japan Foundation, American Film Association, Japan Film Culture Center, Nagoya Prefecture Modern Art Museum Japan, the International Art Museum of Japan, the O Art Museum, the Toyama Prefecture Museum of Modern Art, and the Takamatsu City Art Museum. She received awards including Best Paper, IEEE International Conference on Multimedia (1996) and First Prize, L'Oreal-Grand Prix honors for research combining art and science (1997). Most recently, in 2000, She received prizes from Interactive Art section in Ars Electronica, as well as a special grant the agency for cultural affairs in Japan. If you are interested in learning more about her work, please visit <http://www.mic.atr.co.jp/~tosa/>

Stephen A. Benton

E. Rudge ('48) and Nancy Allen Professor of Media Arts and Sciences at the Massachusetts Institute of Technology (MIT), Director of MIT's Center for Advanced Visual Studies (CAVS)

Founding member of the Media Laboratory, where he heads the Spatial Imaging Group. He has been active in art-science-technology collaborations since his undergraduate days, working for both Harold Edgerton at the MIT Strobe Lab and Edwin Land at the Polaroid Corporation. His holograms, both collaborative and individual, have been exhibited around the world. He is a member of two Boards of Directors and two Advisory Boards for high-tech companies in the USA.



今井 賢一

スタンフォード日本センター理事長

<生年月日> 1931年8月7日

<学 歴>

昭和28年 一橋大学経済学部卒業

昭和31年 同大学経済学研究科修士課程終了

昭和47年 同大学で学位論文にて商学博士号取得

<職 歴>

昭和31年 (財)電力中央研究所研究員

昭和39年 一橋大学商学部助教授

昭和46年 一橋大学商学部教授

昭和54年 同学部付属産業経営研究所施設長

昭和55年 一橋大学情報処理センター長

昭和60年 一橋大学商学部長

平成3年 スタンフォード大学教授

スタンフォード日本センター研究所長

平成3年 スタンフォード日本センター理事長

<所属学会>

理論・計量経済学会会員、織学会会員、日本ベン

チャー学会

<社会における活動等>

平成9年 KSベンチャー・フォーラム事務総長

平成12年 IT戦略会議委員

<賞 罰>

平成7年 紫綬褒賞受賞

Ken-ichi Imai

Chairman, Stanford Japan Center

Born in August 7, 1931, Married

1953 Hitotsubashi University, BA

1956 Hitotsubashi University, MBA

1962 Hitotsubashi University, Ph.D

1956 Resercher, Central Reserch Institute of Electric Power Industry

1964 Associate Professor, Faculty of Commerce and Management, Hitotsubashi University

1971 Professeor, Faculty of Commerce and Management, Hitotsubashi University

1979 Director, Institute of Business Research, Hitotsubashi University

1980 Director, Computer Center, Hitotsubashi University

1985 Dean, Faculty of Commerce and Graduate School of Commerce, Hitotsubashi University

1991 Professeor, Stanford University

Director, Stanford Japan Center-Research

1990 Chairman, Stanford Japan Center

1956 The Japanese Association of Theoretical Economics

1956 The Japanese Association of Organizational Sciences

1997 The Japan Academic Society for Ventures and Entrepreneurs

1997 Secretary-General, Kansai Silicon Valley Venture Forum

2000 Member, IT Strategy Council, JAPAN

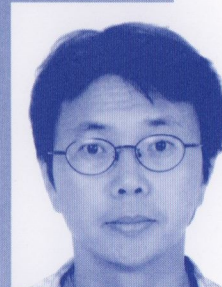
1995 National Prize of Purple Ribbon

Isao Takenaka

Producer, Yoshimoto Kogyo Co., Ltd.

Born in 1959 in Osaka. Joined Yoshimoto Kogyo, a renowned entertainment company, upon graduating from Doshisha University. Involved in many successful projects for theater comedies, both large and small, and produced Kawachiya Kikusuimaru, a Kawachi Ondo choral chant.

Also known for his work in a variety of media, including production of the motion pictures Nabbie's Love and No Problem, and work as chief editor of Monthly Yoshimoto. He is currently President of Yes Visions Corporation. Author of I Wanna Make People Laugh - The Orthodox Story of Shonosuke Hayashi According to Isao Takenaka, published by Kawadeshobo Shinsha.



福岡 俊弘

週刊アスキー編集長

1957年岡山県生まれ

1980年、早稲田大学商学部卒業。

広告制作会社などを経て、1989年に(株)アスキー入社。

パソコン雑誌「EYE・COM」(アイコン)の創刊に携わり、1992年より同雑誌編集長。

1995年、デジタルカルチャー誌「CAPE-X」(ケイブエックス) 入門者向けパソコン誌「Undo」を創刊。

1997年、週刊アスキー編集長に就任。

<おもな活動>

「週刊アスキー」編集長。

ミステリー小説のデジタル配信を手がけるWebサイト「e-NOVELS」の運営会社、(株)イーノベルズアソシエイト取締役

TBSラジオ「森本毅郎のスタンバイ」レギュラーゲスト、TBSラジオ「デジ虫」パーソナリティを務める。

Toshihiro Fukuoka

The Chief Editor, Weekly ASCII

1957 He was born in Okayama prefecture.

1980 He graduated from Waseda University.

B.A. in Commerce

1989 After working for an advertising agent and others, he entered ASCII Corporation. He was in charge of launching a PC magazine, EYE・ECOM.

1992 He became the Chief Editor of EYE・ECOM.

1995 He launched a digital culture magazine, CAPE-X, and a PC magazine, Undo, for beginners.

1996 He became the Chief Editor of Weekly ASCII.

<Major Activities>

the Chief Editor, Weekly ASCII

the Executive Director, e-NOVELS Corporation a regular guest for TBS radio program, Morimoto Takeo no Stand by the radio personality for TBS radio program, digimushi



竹中 功

吉本興業プロデューサー

1959(昭和34)年、大阪市生まれ。1981(昭和56)年、同志社大学卒業後、吉本興業(株)入社。心斎橋筋2丁目劇場、吉本新喜劇、河内家菊水丸のプロデュースなど数多くの企画のプロデュースを担当する。

映画「ナビの恋」「無問題」などの製作や、「マンスリーよしもと」編集長などメディア関連の仕事のプロデュースも多い。現在、(株)イエス・ビジョンズ代表取締役。著書に「わらわしたい・竹中版正調よしもと林正之助伝」(河出書房新社)がある。

主 催:(財)関西文化学術研究都市推進機構
(社)関西経済連合会
芸術科学会

後 援:国土交通省、文部科学省、総務省、経済産業省、京都府、大阪府、奈良県、(株)けいはんな(予定)

協 賛:都市基盤整備公団

特別協賛:オムロン(株)

Sponsored by: Foundation of the Kansai Research Institute
Kansai Economic Federation
The Society for Art and Science

Supported by: Ministry of Land, Infrastructure and Transport
Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology
Ministry of Public Management, Home Affairs, Posts and Telecommunications
Ministry of Economy, Trade and Industry
Kyoto Prefecture, Osaka Prefecture, Nara Prefecture,
Keihanna Interaction Plaza Incorporated (Tentative)

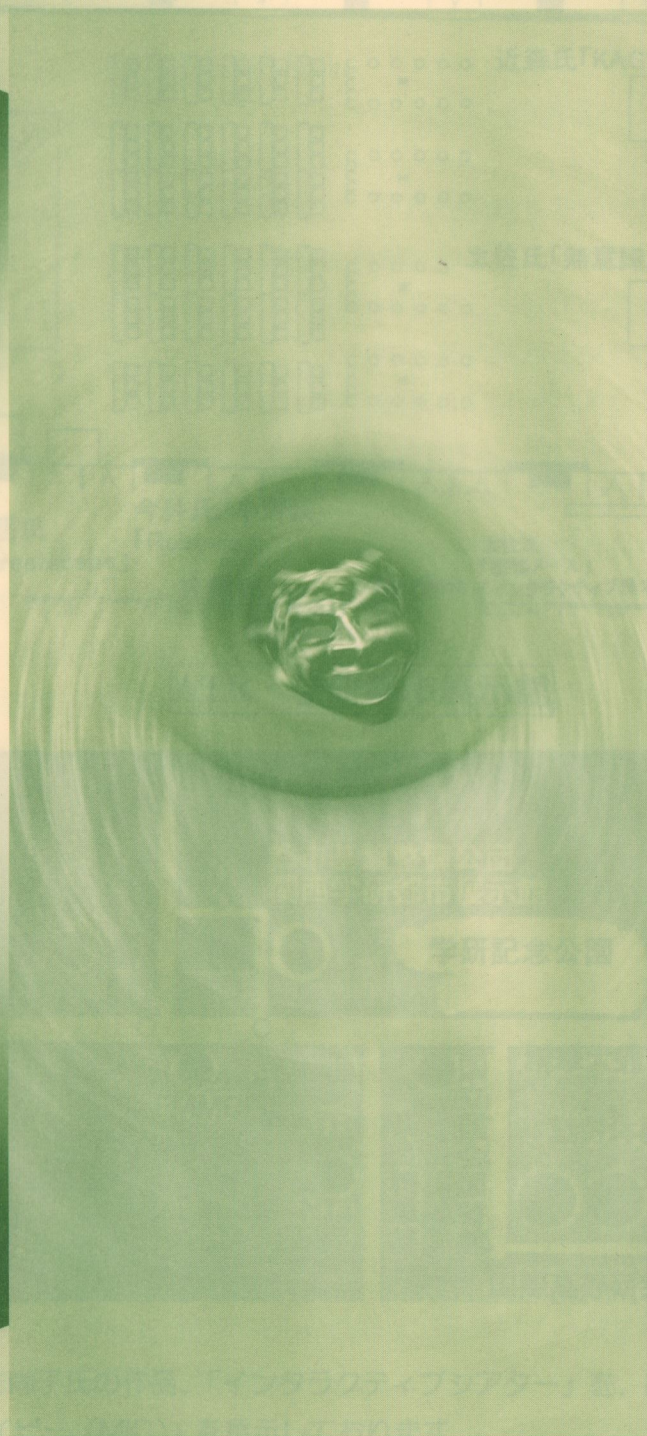
In cooperation with: Urban Development Corp.

Special support by: Omron Corp

運営・企画コーディネーション:(株)コンベンション・リンケージ
Coordination for planning and operation: Convention Linkage, Inc.

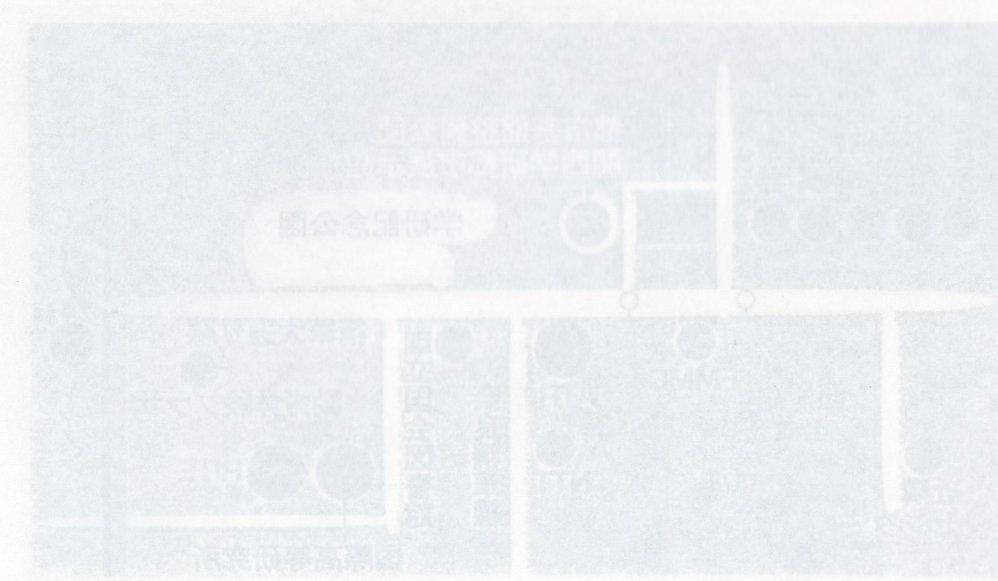
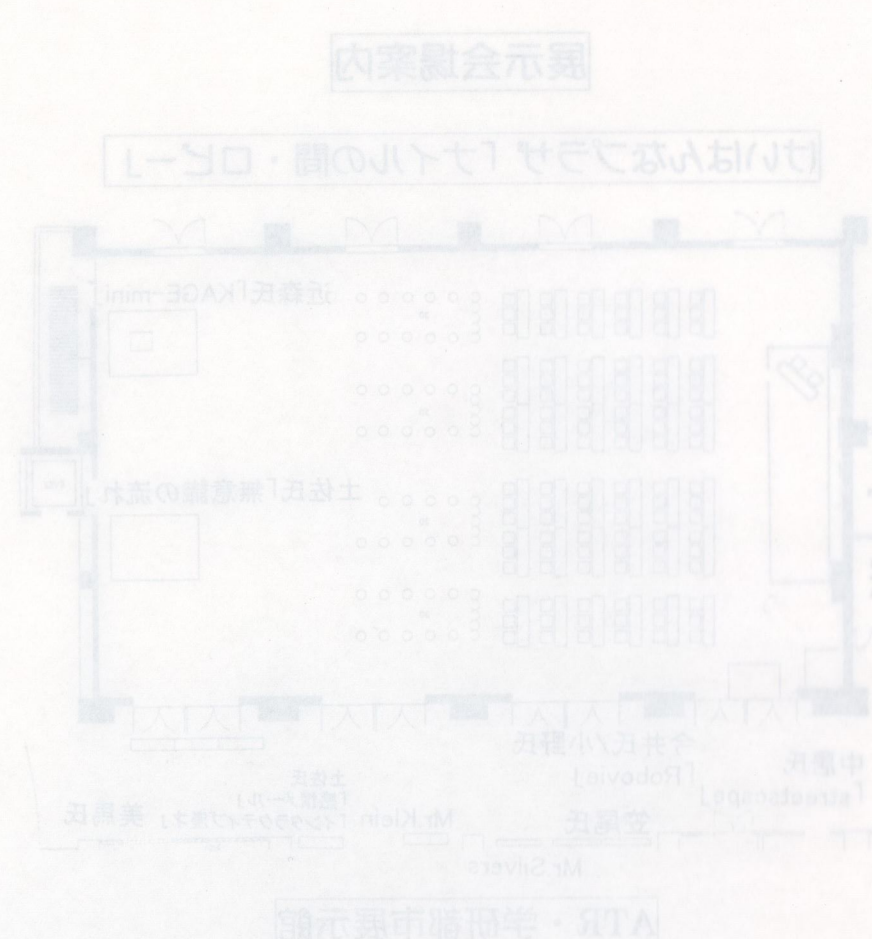
第3回 デジタル・ルネッサンス@けいはんな

IT時代のアート&テクノロジー・ベンチャー 『創造力に投資する』



3rd Digital Renaissance @ Keihanna

Venture Business in the Age of IT - Investing in Creativity!



ATP - 学研市立図書館 (ATP - Shikun City Library) の内装設計展示 (Interior Design Exhibition of ATP - Shikun City Library)

アブストラクト

著述でお金を稼ぐことがタブー視されています。しかし、インタラクティブアート、メディアアートと呼ばれるものは従来の芸術の範疇に留まりません。視点を変え、それはメディアを用いた感性コミュニケーション方法や新しいヒューマン・コンピュータインタラクションの新しい物の見方を提案しているのです。このような見方から、新しいベンチャービジネスの展開が見えてきます。

「徹底的に子供の視点に立った玩具の開発：子供の真のニーズを満たすためのアートとテクノロジーの融合」
ことが、自然に行なわれています。日本では、なかなかそれを行なうことができません。インタラクティブに楽しめる商品や装置は、それを設計する側がユーザーのニーズを第一に考えなかったり、あるいは製品の実現化や開発の過程でそのようなニーズを無視してしまうようなことが少しでもあれば、その時点ですでに失敗作となったも同然である。今日の企業社会においてデザインとテクノロジーをうまく融合させるためには、設計する側がデザインやテクノロジー自体を目的にしてはいけない。それよりも、重要なことはエンドユーザーに焦点をあてるということだ。成功の秘訣は、他の誰よりもよくエンドユーザーを理解すること。つまり、単に自分の欲するものをつくるのではなく、その製品がユーザーのニーズを真に満たすことが出来るよう他の誰よりも調査を重ねることが大切なのだ。開発者がユーザーのニーズを丹念に調査するために学際的な環境を整え、そのようなニーズを満たすことが出来る技術やデザインを創り出すことが出来るのなら、ユーザーにとってたまたま魅力的な製品が開発出来ることはまず間違いない。我々がこれまで対象としてきたのは子供たちだ。子供たちは（そして玩具で遊ぶ大人の私たちも実はそうなのだが）非常にユニークなニーズを持っている。つまり自分で何かを開発したり、探検したり、学んだり、育てたりしたいし、びっくりするような体験をしたり、夢中になったり、わくわくするような思いもしたいのだ。このようなニーズを知り、そしてそのようなニーズを満たすべくいかにアートとテクノロジーを融合させ、活用していくか、ということこそが次世代のインタラクティブ玩具を開発する上での成功の鍵なのだ。今回の講演では「徹底的に子供の視点に立った玩具の開発」とはどういう発想かということを説明し、これまで我々が開発してきたインタラクティブ玩具の例をいくつか紹介する。

土佐 尚子

「インタラクティブアートビジネスへの展開とパネルディスカッション」
くこれからは創造力に投資する時代>
今まで、世界中の様々な場所で、アート&テクノロジーの国際会議、展覧会は、行なわれ、そのことで啓蒙と教育に貢献してきましたが、このようなビジョンはありませんでした。

イノチイスト

福岡 俊弘

ヒロ・ヤマガタ氏

「我々の具材は立派な材料で、その味は素晴らしい。合戦の一品として、その味を伝えることが私たちの使命だ。」

「我々の具材は立派な材料で、その味は素晴らしい。合戦の一品として、その味を伝えることが私たちの使命だ。」

福岡 俊弘

「我々の具材は立派な材料で、その味は素晴らしい。合戦の一品として、その味を伝えることが私たちの使命だ。」

「我々の具材は立派な材料で、その味は素晴らしい。合戦の一品として、その味を伝えることが私たちの使命だ。」

芸術でお金を稼ぐことがタブー視されてきた由来もあります。しかし、インタラクティブアート、メディアアートと呼ばれるものは従来の芸術の範疇に留まりません。視点を変えると、それはメディアを用いた感性コミュニケーション方法や新しいヒューマンインターフェースや、メディアを用いた新しい物の見方を提案しているのです。このような見方から、新しいベンチャービジネスの展開が見えてきます。

また、米国では、優秀な学生は自分の研究や作品で成功し、会社を作り生計を立てていくことが、自然に行なわれています。日本では、なかなかそれを行なうことができません。かなり勇気がいります。

この会議では、それを閉ざしているのは何か、どうすればできるのか、アート&テクノロジービジネスの展開方法を探ります。現代はネットワークの時代です。日本では、米国では、という個別の国の問題ではなく、地球規模のグローバルスタンダードのアート&テクノロジービジネスの展開を探ることが主題です。日本では、多くの学生がメディア芸術、情報文化といった新しい学問を学んでいます。それらの若い学生さんが、社会にでて、従来の社会を変えていかなければなりません。しかし、これは大変なことです。ともすれば、疲れてしまって従来の社会にのまれて、自己矛盾を起こしてしまうかもしれません。その時に、どのように自分の学んだことを、役立てていけばよいのかという指針になれば、幸いです。

福岡 俊弘

「もっともキャピタリズム的なシステム」(ヒロ・ヤマガタ氏)。先日、ニューヨークのギャラリーで同氏にインタビューを行なった際、メディアアーティストのヒロ氏は、オークションのシステムなどを例に出して、「アート」について明確にそう述べられていました。これについてはまったく同意見なのですが、そのことよりも、ここでヒロ・ヤマガタ氏を「メディアアーティスト」と書いたことに、おそらく日本の多くの方は意外な感じをもつのではないのでしょうか。アートとビジネスという、不協和なようでいて実は古くから極めて親密な関係にあるこの2つの言葉をこの国で語る際、このことこそが今の日本のアートシーンの限界を象徴しているように思います。ご存知のように、ヒロ・ヤマガタ氏は、日本では大変よく知られた画家のひとりです。日本経済が好調だった、いわゆるバブルの時代に、彼のポップな画風の絵画が人気を呼び、爆発的なブームとなりました。が、78年より米ロサンゼルスに移住していた彼は、すでにその時期、いやもっと以前からメディアアーティストだったわけです。現在、氏は、「キューブ」をモチーフにしたイ

男女の人魚 CG は、観客2名の各々の分身(Agent)として働く。分身の人魚は、お互いの鎖骨に装着している電極から心拍数に同期して動いており、お互いの心拍数を PC で計算したシンクロ度インタラクションモデルによって、人魚達が観客2名のお互いに隠した次元のノンバーバルコミュニケーションの様子を表現することになる。例えば、お互い関心があるのだが、はずかしいので、無関心を装っている。しかし、心臓はドキドキしているなど。。。 (詳しくは、シンクロ度インタラクションモデルの章を参照) そして、二人の手の動きを設置されたカメラがとらえ、PCで画像解析を行ない、シンクロ度インタラクションモデルに応じて、シンクロ度の高い場合は体験者の手の動きにお互いの分身のCGが追従し、シンクロ度の低い場合は分身のCGが逃げていく。また、お互いの分身の人魚に触れた場合、バイブレータで擬似的に触感を感じることができる。環境音は、電子聴診器は体験者の心音をはかり、PCで心音を加工

ABSTRACT

Stephen A. Benton

"Education for ArtTech Entrepreneurship"

Successful entrepreneurs may be born, not made, but an appropriate education can help equip them with tools and understanding to help them succeed even more. All entrepreneurs need a basic knowledge of business planning, team building, financial matters, and so forth. But enterprises that bring together art, science and technology need a special set of skills and attitudes that do not come naturally to the traditional creative spirit, nor to the classical business planner. In the USA, it is graduate education that offers the freedom of format and curriculum, and the level of professional training, that is needed to accommodate such goals, even if they are only indirect goals of a general education in media arts and sciences. This discussion will outline some of the characteristics of the graduate programs at the Media Laboratory that have fostered such an unusually high level of art-and-technology entrepreneurship among its graduates.

Toshihiro Fukunaka

"Ultimate Capitalistic System" Hiro Yamagata

When I interviewed Hiro Yamagata at a New York gallery the other day, this was how the media artist clearly referred to "art", giving the auction system as an example. I completely agree with him on this point. But what many in Japan will probably find strange is my calling Yamagata a "media artist", here. When talking about art and business in Japan, two words which seem to conflict but have actually been related closely since long ago, this description of art indeed symbolizes the limits of the art scene in Japan today.

As you all know, Hiro Yamagata is a very famous artist in Japan. When Japan was enjoying steady economic growth, or the so-called bubble economy, his pop art became very popular and caused an explosive boom. Hiro who moved to LA in 1978 had already been a media artist during this time, or even from much earlier. Currently Hiro is exhibiting an art installation exploring the cube motif. This art will probably be something quite unimaginable to those who know Yamagata only for his paintings on Disneyland. Magnificent in scale and radical, what caused this gap? This panel discussion will attempt to outline the relationship between art and artist by first touching upon "Japanese limits", and then pinpointing the conditions for the commercial success of art.

Jonathan T. Klein

"Designing Radically Child-Centered Play:

Merging art and technology to support the true needs of children"

What have prevented students in Japan from displaying their challenging spirits? And how can we

Interactive products and experiences are doomed to failure if the designers do not consider the needs of the user first and foremost, or at least blindly stumble upon them during the course of product conceptualization or development. The secret to the successful merging of design and technology in the corporate world is to make sure that neither are the focus of the experience you are creating. Rather, one needs to make the end user the focus. A key to success is to understand the end user better than anyone else: One must dig deeper than others to make sure the experience is tailored to the needs of the user -- not just his or her desires. If you create an interdisciplinary work environment to perform an investigation of user needs, and then create technologies and designs to support those needs, you can develop a product that is irresistible to users. Our focus has been on children. They (and arguably the rest of us that play with toys) have a unique set of needs: To develop, to explore, to learn, to nurture, to be surprised, engaged, and delighted. Learning What those needs are, and how to create and use a unique intersection of art and technology to support them, are key elements in the success of building next-generation interactive toys. We present the notion of Radically Child-Centered Play, and show some examples of the interactive experiences we have made to date.

Naoko Tosa

"Exploring the Possibility of Interactive Art Business and Panel Discussion"

<It is the time for investing in creativity>

To date, a number of international conferences and exhibitions have been organized across the world on the subject of art & technology, and which have certainly contributed to enlightening and educating the public. Amazingly enough, though, we have found no event with such vision. It is partly because making a profit out of arts has been traditionally seen something as a taboo. However, it is also true that what is called interactive arts or media arts do not fall under the conventional category of arts. When looking at the issue from a different point of view, these newly emerging arts are suggesting brand-new possibilities: sensitivity-mediated communication methods by taking advantage of media; new human interfaces; and new perspectives using media. Such stance is sure to explore the possibility of new venture business.

Jonathan T. Klein

"Designing Radically Child-Centered Play:
Merging art and technology to support the true needs of children"

Interactive products and experiences are doomed to failure if the designers do not consider the needs of the user first and foremost, or at least blindly stumble upon them during the course of product conceptualization or development. The secret to the successful merging of design and technology in the corporate world is to make sure that neither are the focus of the experience you are creating. Rather, one needs to make the end user the focus. A key to success is to understand the end user better than anyone else: One must dig deeper than others to make sure the experience is tailored to the needs of the user -- not just his or her desires. If you create an interdisciplinary work environment to perform an investigation of user needs, and then create technologies and designs to support those needs, you can develop a product that is irresistible to users. Our focus has been on children. They (and arguably the rest of us that play with toys) have a unique set of needs: To develop, to explore, to learn, to nurture, to be surprised, engaged, and delighted. Learning what those needs are, and how to create and use a unique intersection of art and technology to support them, are key elements in the success of building next-generation interactive toys. We present the notion of Radically Child-Centered Play, and show some examples of the interactive experiences we have made to date.

Naoko Tosa

"Exploring the Possibility of Interactive Art Business and Panel Discussion"
<It is the time for investing in creativity>

To date, a number of international conferences and exhibitions have been organized across the world on the subject of art & technology, and which have certainly contributed to enlightening and educating the public. Amazingly enough, though, we have found no event with such vision. It is partly because making a profit out of arts has been traditionally seen something as a taboo. However, it is also true that what is called interactive arts or media arts do not fall under the conventional category of arts. When looking at the issue from a different point of view, these newly emerging arts are suggesting brand-new possibilities: sensitivity-mediated communication methods by taking advantage of media; new human interfaces; and new perspectives using media. Such stance is sure to explore the possibility of new venture business.

PROFILE

In the U.S.A., talented students who succeed in their research or works can easily set up a company and make their living as a natural result. In Japan, however, the society still does not allow them to do so. Japanese students have to summon up all their courage to challenge the society.

What have prevented students in Japan from displaying their challenging spirits? And how can we remove all the difficulties and enable them to get business chances? The symposium explores how art & technology business can be developed. We are now living in the age of the network. National borders or individual countries, regardless of whether it is Japan or U.S.A., are not the points any more. Rather, what is currently focused is how we can develop art & technology business at global scale and based on global standard.

In Japan, many students are now majoring in new arts, including media arts and information culture. Those young students are liable to change the existing society when they become members of the society. It is not an easy task however. Those who were initially full of hopes are likely to be worn out, overwhelmed by the existing society, and may end up being trapped by self-contradiction. I hope the symposium will be the principle that guides them to think how they could make the best use of what they have learnt at school.

Motoshi Chikamori

1971 Born in Tokyo, Japan

1998 University of Tsukuba: Master of Arts, Design (Plastic Arts and Mixed Media Dept.)

1998-0 Received a fellowship from POLA Art Foundation and studied at Staatliche

Hochschule fuer Gestaltung Karlsruhe (The State College of Design in Karlsruhe)

2001- Currently working as a Research Associate at Musashino Art University

Kyoko Kunoh

1972 Born in Tokyo, Japan

1997 Keio University: Master of Arts, Graduate School of Media and Governance

1997- Currently working at the Research Center for the Arts & Arts Administration, Keio University

Naoko Tosa in collaborated with Sony-Kihara Research Center, Inc.
<http://www.mic.atr.co.jp/~tosa>

Title: Unconscious Flow (SIGGRAPH'99 ART Show)

Art Description:

In face-to-face communication, the occasional need for intentional lies is something with which everyone can identify. For example, when we get mad, circumstances may force us to put on a big smile instead of expressing our anger; when we feel miserable, good manners may dictate that we greet others warmly. In short, to abide by social norms, we consciously lie. On the other hand, if we consider the signs that our bodies express as communication (body language), we can say that the body does not lie even while the mind does.

Considering this phenomenon, we propose a means of "touching the heart" in a somewhat Japanese way by measuring the heartbeat of the "honest" body and using other technologies to reveal a new code of non-verbal communication from a hidden dimension in society. We call this "techno-healing art."

Two computer-generated mermaids function as individual agents for two viewers. Each mermaid agent moves in sync with the heart rate detected by an electrode attached to the collarbone of its viewer. Then, using a synchronization interaction model that calculates the mutual heart rate on a personal computer, the two mermaids express hidden non-verbal communication. The data of relax-strain calculated from the heart rate and the interest calculated from the variation in the heart rate are mapped on the model. The synchronization interaction model reveals the communication codes in the hidden dimension that do not appear in our superficial communication. Then, using a camera to pick up hand gestures and a personal computer to analyze the images, the synchronization interaction model is applied to determine the mermaid's behavior. For a high degree of synchronism, the agents mimic the hand gestures of their subjects, but for a low degree of synchronism, the agents run away. In the event that one mermaid agent touches the other, a pseudo-touch can be felt through the use of a vibration device. As for background sound, the heart sound of the subjects are picked up by an electronic stethoscope and processed for output on a personal computer.