

報道関係者各位

三宮ロトンドロンド

<PLAY with Mall>神戸三宮中心市街地の商店街 150m を埋め尽くす、鏡面風船アート×A I



商店街 × 最先端の建築家 & データアナリスト

癒しを感じられるまちづくりを目指し、神戸の中心市街地に位置する三宮本通商店街は、行政としての神戸市と協働し、これまで「都市の緑化」を推進してきました。それにより完成した大規模な壁面緑化「めぐみの壁」を踏まえ、次に目指す指標の一つ、アートとテクノロジーを掛け合わせた「Human×Smart」な都市づくりプロジェクトの一環として、「神戸三宮ロトンドロンド」～神戸三宮中心市街地の商店街 150m を埋め尽くす、鏡面風船アート×A I <PLAY with Mall>～ を、元年 12 月 20 日[金]～12 月 22 日[日] (各日午後 12:00～19:00) に開催致します。

記

企画概要

持続可能性の高い、商店街オープンバージョン

三宮本通商店街はこれまで、商店街＝「ストリート」を起点とした経済発展を目標に、都市商業空間でしか行えない、新規性の高い集客装置を模索してきました。それは持続可能性を意識した社会的意義の高いフォトジェニックなアートでありつつ、コミュニティのアイデンティとなり、販売促進にも繋がる装置が理想でした。それを模索する過程で、本年 2019 年 3 月に行われた、さんきたアモレ広場／サンキタ通り再整備コンペで最優秀賞を獲得した建築家：津川恵理氏とのディスカッションで、「世界に通用する未来都市、神戸へ」との想いが重なり、デザイン・アドバイザーとしての協力体制を結びました。私達は氏が米国 NY で行った都市実験 (※別紙資料参考) に着目し、これを原型として

「神戸三宮の中心市街地のポテンシャルを最大限に活用したプロジェクトの実施を」と合意しました。具体的な実施は商店街内部で形成した実行委員会が牽引し、津川恵理氏に加え、NYでの都市実験における共同作家である、在米データアナリスト：中川直美氏の両名にコンセプト・デザインを依頼しました。実際の現場での運用を商店街と共に行い、理論・クリエイティブ・運用・検証の一体で都市の再活性化を行う体制を確立しました。実施には、先進的な商店街の活動を支える神戸市：経済観光局との商店街活性化事業、そして同新産業部の課題解決策「Be Smart Kobe」と、街の中小規模店舗を応援するアメリカンエクスプレス/ICBのプログラム「SHOP LOCAL」からもサポートを頂いております。さらに本プログラム終了後には、得られた画像から（プライバシーに配慮した上で）AIによる来街者・通行者の動態解析プログラムの実装・分析をします。そして、「大都市中心市街地の商店街」という、これまでの「日本のまち」を支えてきた商業環境にとって有意なインサイトを得るべく、理化学研究所のスパコン「京」を用いて、超大規模データ処理アルゴリズムの処理性能を競う「Graph500」において世界一位を達成する等、先端的なコンピュータサイエンスを専門とする研究者、鈴木豊太郎博士に技術監修を委嘱しています。

企画目的

大量の球体風船が映し出す、人々の感性

このプロジェクトは、公共空間でアートを媒介（メディア）とした都市実験を行い「場の活性効果」を可視化する事を意図したものです。人々の行動・感情データから抽出される特徴を、機械学習（AI）による分析により、都市空間の設計における新しいデザイン・アプローチを探ります。最大の商業活性化面でのアピール・ポイントでもあり、アーティスティックな意味での訴求点は、球体の大型鏡面風船を三宮本通商店街アーケード内ほぼ全面（約150m）に設置し、日常空間に非日常を創出／挿入するということにあります。学術的な視点では、「都市＝マクロ視点でデザインされた公共空間に、個人の身体性・感性＝ミクロ視点を包含する、新しい都市空間デザインの設置および分析の一貫」と言えます。目的地までの最短距離を一方向に歩行していたのが、風船を避けて蛇行する人、滞留して風船に触れる人、すべての風船を小突いて通る人、フォトジェニックな空間を撮影する人など、道に風船が現れる事で、多岐に渡る主体的な行動が観察されます。風船は、風や歩行者の干渉でまた別の場所へと移動する為、常に予測不可能な動きを伴い、人と公共空間を繋ぐコミュニケーションツールになります。私たちはそこで引き出される市民の感性や豊かな感情を、行動・表情・人流データなどから人工知能を活用して解析していきます。

非日常体験、フォトジェニックの先にー

まず大きな目的として、先端技術とアートを融合させた本企画を通じて、これまでの商店街での体験性を向上し「場としての価値」を高めることを意図しています。それには、非言語コミュニケーションとしてのフォトジェニックな非日常空間を国内外問わず積極的にメディア発信し、集客増加および周辺店舗への経済効果を図ります。第二に、ただのパブリックアートで終わることなく、データ分析やAIというテクノロジーとの融合を図ることで、将来的に不動産・都市計画・建築などの幅広い事業分野との接点を「まち」が担うことを想定しております。

1. 名称… 三宮本通活性化 ART プロジェクト
2. 場所…三宮本通商店街（中央区）
3. 開催日…2019年12月20[金]～22[日]
4. 開催時間…各日 12:00～19:00
5. 主催団体…三宮本通商店街振興組合
6. 内容…商店街を埋め尽くす、風船アート×AI

<本件のお問い合わせ先>

- ・団体名：三宮本通商店街振興組合
 - ・担当者名：原田（理事長）／熊野（理事）
 - ・TEL：078-332-2950（直通：090-1010-1997）・
E-mail：contact@3midori.com
- ※別途資料 PDF/画像等が必要な場合はご用命下さい。

<別紙資料>

12/20_金
21_土
22_日

start- 浮遊開始 end- 風船撤収

12:00-19:00

場所：三宮本通商店街



人が集い、踊りだす、
商店街の魔法。



三宮ロトンドロンド

三宮と元町の商店街で、全てを映す球体の鏡が織りなす「魔法の3日間」

150mの商店街全域で
137の鏡面風船と
人々が織りなす魔法



津川 恵理 (建築家)
京都工芸繊維大学卒業。早稲田大学院修了。
後、組織設計事務所勤務。文化庁新選抜海外
研修生として Diller Scott dio + Renfro (NY)
勤務。経歴をトリエンターレ「大都会の芸術街」
出演。2019 年神戸市主催三宮駅前広場コンテ
ンツ発表。2021 年オープン予定。神戸市出身。



伊藤 直美 (クリエイティブディレクター)
関西学院大学卒業後、外資系広告代理店 (WPP)
の調査部門にて消費者データ分析やマーケティング
コンサルティング業務に従事。後、米国本社出
身。ビッグデータを活用した新しい広告表現の開
発やそれに伴う業務提携を担当。NY 在住。



ロトンドロンド実行委員会
神戸の中心市街地に位置する三宮本通商店街で、経営者・建築家・
データアナリスト、そして行政や企業が協働し思い、アートとテ
クノロジーを掛け合わせた「Human x Smart」な未来の都市づく
りを目指すプロジェクト。その期として今年初のイベントを行う。

三宮本通商店街



問い合わせ先
三宮本通商店街振興組合
Tel: 078-332-2950
contact@3midori.com

Play with Mall

- 人が集い、踊りだす、商店街の魔法 -

神戸三ノ宮で最古の歴史を持つ「三宮本通商店街」に分散型のパブリック・アートを設置し、アーケードを行き交う人々とお店とのあいだに非日常の体験を作り出す。
 本企画は ①滞在時間が延びることによる商店街への経済効果 ②新規顧客層の認知拡大/既存顧客層のロイヤリティ向上 ③非言語・視覚的なコンテンツ発信によるグローバル 効果と期待する。
 風の影響や前の人が発した連鎖で予測不可能な動きをするバルーンを媒介し、そこに集う人々の個性・感性を瞬時に引き出すための装置をつくる。

三宮本通商店街を愛する市民の感性が、市民同士の交流が、自然との調和が、偶発的なイベントを繰返す引き起こして場の種らぎを作り出す。タテカゲアートにズーム（戦略的都市計画）の一端を担う企画としても「パブリックスペースに非日常的な楽しさを介入することで市民を呼び込み、通り掛ける付けたった通路に対し、商店との繋がりやその場にいる人との連帯感を生み、文化拠点として場の価値を高めていきたい。また SNS などを活用してこの試みを発信し、SHOP LOCAL のテーマ「中小ビジネスや地域コミュニティ活性化」とも呼称するグローバルで先駆的な広告塔を打ち出すことを目的としている。

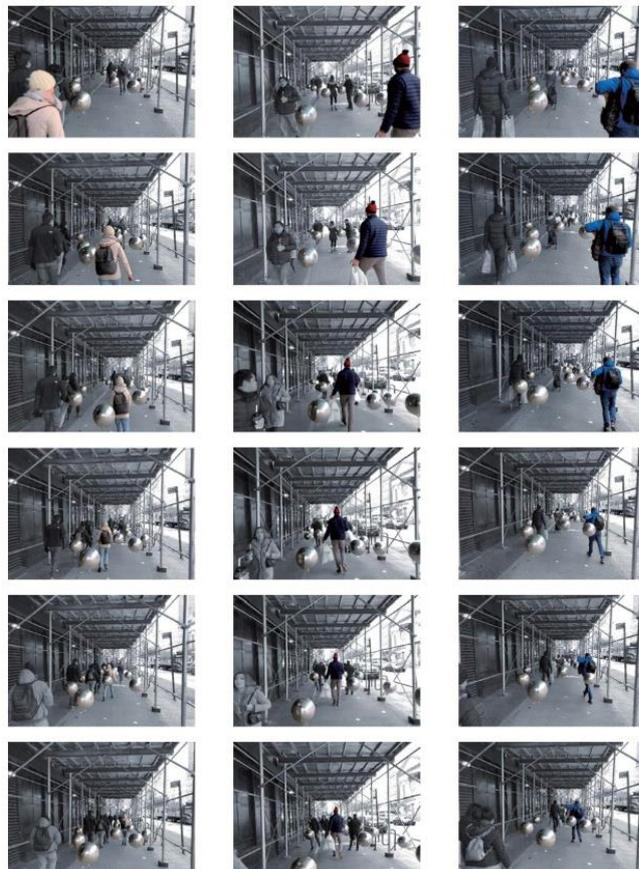


Tactical Urbanism vol.002

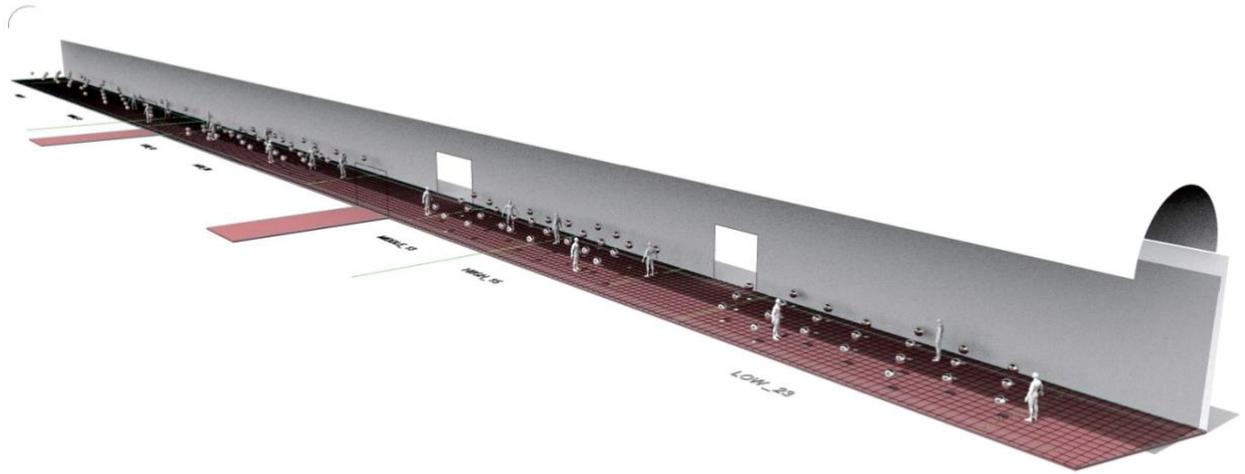
— New York での実践を通して —

Program: 都市実験
 Area: Scaffolding (23st b/w 6th & 7th ave)
 Year: 2018
 Twitter Impressions: 63,245

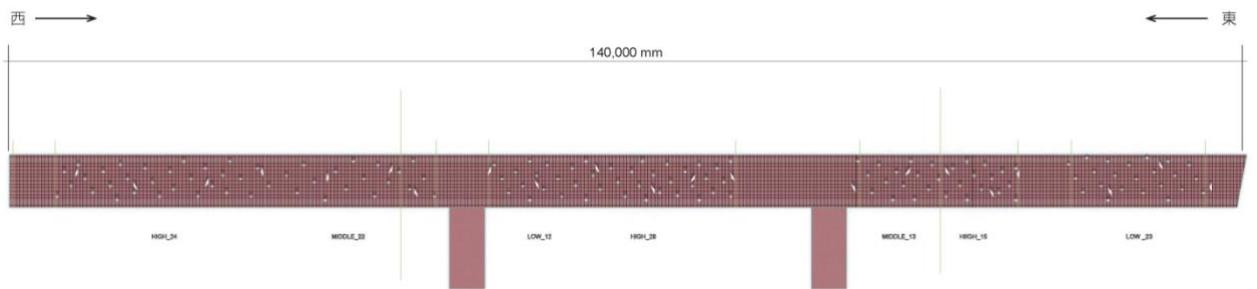
本企画は 2018 年 11 月に米国ニューヨーク・マンハッタンにて 2 人の日本人女性アーティストが実施した都市実験を原型としている。ニューヨークでは 2014 年の法改正後、老朽化した建物の補修工事から歩行者を守るための足場が大量に発生してしまった。公共空間は基本的に市が管轄するが、足場が架かっている場所は所有権がビルオーナーや管理会社など民間にある。暗くて無機質な場にインバージョンを起こして場の価値が高まる仕掛けが作れないかを模索した。その結果いつも見慣れた風景は、通行人が繰り返す瞬間的な自己表現の連続を捉えた。直径 1.7 inch の反射性のある鏡面素材で作られたバルーンは、風の影響や前の人が発した連鎖で予測不可能な動きをする。それらのオブジェクトに対して人々が自由に個性的なパフォーマンスを重ねる様子が観察された。公共空間における人の行動パターンを抽出する最も本質的な解法を探り、設計者と市民の両者によって場の「温度」が上がる仕組みを模索する重要な示唆を得た。この都市実験の様子はツイッターで 6 万以上再生され世界中から注目を浴びた。



PLAY with the Mall: 三宮本通商店街



実施期間：2019/12/20(Fri.)～12/22(Sun.)
12:00-19:00/ Each Day



PLAN S=1:350
TOTAL BALLONS : 137



SOUTH ELEVATION S=1:350

