

# City's thought EXPLOSION

## ヒトや想い、創造が交差するメタバース都市：福岡

令和4年度市民まちづくり研究員 足立 兆玄

### はじめに

「まちづくり」という言葉の意味をどれくらいの人が理解しているだろうか。「まちづくり」という言葉は、急激な高度成長期に公害や生活環境の変化などの問題を解決する上で、問題を自治体に押し付けるのではなく住民自らが問題提起をし、声を上げるとの想いを込めて生まれた言葉である。「まちづくり」とは、自治体が市街地そのものを造る都市開発（計画）ではなく、住民を取り巻く環境の改善や、都市としての魅力や活力の創出を目的として住民自らが都市づくりに参画できる環境を構築することにあると考える。つまり、都市開発（計画）でピックアップされる施設や建物、構造物というようなハード面の整備だけでなく、一過性のものではなく長い時間をかけて創造してゆくソフト面の整備も、「まちづくり」には必要なのである。そこに生活をする住民に視点を置き、取り巻く環境や空間の整備、ルールやオペレーションの構築、喜びや楽しみを生み出す機会の創出、住民と都市とで行うコミュニケーション戦略の立案、住民が都市へ抱く愛着の喚起を促すことが「まちづくり」には必要不可欠なのではないだろうか。

誰も予想しなかった新型コロナウイルスが猛威を振るい、生活のあり方も仕事の仕方も何もかも一変してしまい、進化をせざるを得ない状況を突きつけられた。価値観すらも変わってしまったように感じる。これからどのように歩み、どのように物事を捉えてゆけばよいか誰からも明確な指針は示されておらず、我々を待つ未来がどのような世界なのか全く想像することができない。そもそも世の中とはそういうものと言えればそうなのかもしれないが、刹那的に世界が同時に未来を見据えることができなくなったことは**稀**であると言える。しかし、それは新たな価値の創造と人が向かうべき指針の変革を促すことができるチャンスであると同時に、人生に今まで見落としていた幸せを**彩**ることができるチャンスと言い換えることができるだろう。

市民まちづくり研究員を拝命するにあたり、私に与えられたミッションは都市計画を策定することではなく、進化せざるを得ない状況下に置かれてしまったからこそ住民に潜在的に眠る都市への願望を呼び覚まし未来へ繋がる希望と重なるように導く「まちづくり」を策定することであると強く感じた。また、今までの価値観や成功体験が通用しなくなった世界になったからこそ、都市に求められることは先進事例を真似ることでも足並みを揃えることでもなくて、そこで生活をする人の目線に立ち成功するかしないかの尺度で捉えない

取り組みを率先して実施できるかであると感じた。自発的に「まちづくり」に参画し未来の都市を住民自らの手で作り上げていけるように、そして「まちづくり」は論じ合うことが最も重要であると知ってもらうために、本論を結ぶ必要がある。小さな想いや考えが至る所で生まれ都市に集約されていくことで都市としての成長を促し、同時多発的に様々な想いや考えが生まれることが大きなうねりを起こし加速度的に都市としての変革を引き起こすと私は思う。一つの考えるきっかけになってもらうこと、新しい価値が生まれる予感をしてもらえることを信じて、“想像させること”を核として論じることとする。

## 1. OUR MISSION:「歩きたくなる福岡のまちづくり～居心地良く、アートあふれる空間～」

本年度の市民まちづくり研究員に課されたテーマは、「歩きたくなる福岡のまちづくり～居心地良く、アートあふれる空間～」である。初見では比較的容易なテーマに思えたが、テーマを見返せば見返すほど内容が難しく、“歩きたくなる”と“アートあふれる”という論点を組み合わせた答えを出すのは容易ではないと感じた。“歩きたくなる”と“アートあふれる”というそれぞれのキーワードには、様々な施策的な意図や背景があることはわかる。国が答えを求める課題を地方自治体が各々の答えを出して追随する必要があるのだろうが、この2つのキーワードはそれぞれ異なる機関が答えを求めたもので、この2つのキーワードを複合的に捉え何かしらの答えを出すのは困難であろうし、本来であれば、それぞれのキーワードごとに「まちづくり」に落とし込んだ答えを出す必要があると思う。よって、我々市民まちづくり研究員に課された本年度のミッションは非常に難問であることは間違いないだろう。私は、答えを突き詰めていく前に、“歩きたくなる”と“アートあふれる”というキーワードについてそれぞれ分析することが非常に重要であると感じた。

### (1) “歩きたくなる”まちとはどのようなまちなのか？

そもそも人はどのような状況やどのような状態の時に“歩きたくなる”のだろうか。また、都市としてなぜ人にまちを歩かせたいのだろうか。この2つのポイントを考えてみる必要がある。

まず、人が歩きたくなる動機としては、次のようなことが考えられる。

- ショッピングしたいとき
- 散歩したいとき（健康を維持したいときなども含む）
- 気分転換したいとき
- イベントなどが開催されるとき
- 寺社仏閣や景観、観光スポットを巡るとき

通勤や通学、仕事での外出、食品や日用品などの買い物のような日常的に必要な移動を除いて考えると、人はそれぞれの欲求に基づいた目的が生じた時や、他人に促されて目的が生じ

た時に“歩きたくなる”衝動が起こるといことがわかる。

次に、都市として人を歩かせたい理由としては、次のようなことが考えられる。

- 都市部で常に問題となる渋滞の緩和をさせたい
- 都市として軽減をさせなくてはならない二酸化炭素削減対策をしたい
- 台数に限りがある駐車場（コインパーキングも含む）対策をしたい
- 消費を促したい（ネット中心ではなくリアルな消費を促す）
- 消費を促すことでテナントの空室対策を行いたい（リーシングの強化を図りたい）

都市として突きつけられている課題を見ると、都市全体ではなく点在する商業エリアを中心として極力自家用車やタクシーなどの乗り入れを抑え公共交通機関を使用させること、通過させるだけでなく一定時間人を対流・回遊させることが必要であるとわかる。

これらのことを考慮すると、都市として商業エリアや商業施設だけでなくそれらを中心として（例えば、天神や博多をイメージしている）近隣もしくは近郊から人に**目的**を持たせるような仕掛けをしつつ歩かせて、**回遊・対流**できるような「まちづくり」が必要であると考える。

## （２）“アートあふれる”まちとはどのようなまちなのか？

アートというと、一般的には現代芸術であったり、おしゃれな絵やオブジェクトの様なものをイメージする人が多いかと思う。もしかしたら、パッケージデザインやアパレルの様なものをイメージする人もいるかもしれない。一般の人におけるアートとは、具体的に言葉で表現することができず漠然としたものとして捉えていると思うし、アートとは何かしらの物（≒制作物）と思っている人が多いのではなかろうか。

アート（≒芸術）とは、表現者あるいは表現物と、鑑賞者が相互に作用し合うことなどで精神的・感覚的な変動をしようとする活動と定義されている。また、表現者の能力を究極に本質的に突き詰めたものとも定義されている。

つまり、アートとはヒトやモノを通して人と人を繋ぐものであり、意図や思考、感情を伝達・循環させるものであると考える。さらに、内在する思考を爆発させ意図や感情を加味しながら人を巻き込んでいくことでもあると考える。

では、どのようにすればまちはアートであふれるようになるだろうか。単純に考えれば、

- アートを様々な場所で鑑賞できる（美術館の様な場所だけでなく身近にある）
- 表現者と対話する機会やチャンスが頻繁にある
- 表現者（アーティスト）に作品を発表できるチャンスが無数にある
- まちにアートが散りばめられている
- まち自体をアートと見立てることができる

ということでアートあふれるということを体現できるかもしれない。アートは、単なる物（≒制作物）ではなく人の意図や思考、感情を伝達・循環させるものとするのであれば、物（絵やオブジェクトの様な制作物）を並べてもあふれることにはならない。人を介してコミ

コミュニケーションや意思疎通が生まれなくてはならない。要は、発信するものと受けるものが常にあり、受け手が自然に感覚的に何かを感じる必要があるのである。

“アートあふれる”まちとは、日常の中で感覚的に何かを感じることができ、感性や意思を伝えあえることができることだと考える。都市は、ヒトやモノを通じて感覚的に人に何かを感じさせる仕掛けを常に作り、**感性や意思が循環し**、自ら作り上げていくような感覚にさせる「まちづくり」が必要であると考えます。

### (3) OUR MISSION を叶えるために必要なまちづくりとは

本年度のテーマを考える上で、“歩きたくなる”と“アートあふれる”という2つのキーワードについて考えてみた。“歩きたくなる”というキーワードからは、都市は、人に**目的**を持たせるような仕掛けをしつつ商業エリア(天神や博多の様なイメージ)内だけでなく商業エリア近郊から歩かせて、**回遊・対流**できるような「まちづくり」が必要であるという考えに至った。“アートあふれる”というキーワードからは、都市は、ヒトやモノを通じて感覚的に人に何かを感じさせる仕掛けを常に作り、**感性や意思が循環し**、自ら作り上げていくような感覚にさせる「まちづくり」が必要であるという考えに至った。これらのことから、日常的にかつ無意識に住民に**目的と感覚と自主性**を芽生えさせる仕組みづくりや環境づくりが根底になくてはならないと思う。“歩きたくなる”と“アートあふれる”を下記の様な「まちづくり」に再定義する。

- 誰でもどんな人でも自由に行ける(訪れる・行ってみたい)空間を創出する
- 創造性豊かで、想いや考えが付加されていく実感が得れる都市を演出する
- 都市自体にアート性があり、感覚的に常に人の創造性に触れる機会を創出する
- 感覚的に体験できる機会や環境の構築とコミュニケーションが常に取れる空間の創出をする

## 2. 福岡の現状分析と仮想世界の現実

冒頭で触れたが、新型コロナウイルスの影響で働く環境も生活様式も大きく変化した。今まで当たり前であったことが当たり前ではなくなり、価値観を変えざるを得なくなり世の中の動向を察知しながら進化せざるを得なくなったと言える。働く環境で言うと、必ず会社に出勤する必要がなくなったし、オンラインツールの発達により商圈は今までよりも広がり、営業や勤務のあり方が変化した。生活様式の変化で言うと、家にいる時間が増え、休日に行く場所が変わり、買い物をオンラインでするようになった。生活様式の変化で内に目が向くようになり、自分自身を見つめ人生の豊かさを求める傾向になったのではないだろうか。世の中が新しい住環境の提案をし、生活環境を充実させる商品がたくさん溢れ、新しいライフスタイルの確立を促す提案をするのだから人が内に目を向けて自分自身の豊かさを問うようになるのも頷ける。

コロナ禍における人の価値観の変化をさらに加速させたのは、コミュニケーションのあり方の変化であると言える。度重なる緊急事態宣言の影響で極端に人と触れ合う機会が減り、頻繁に意思疎通をはかることが困難になった。このコミュニケーションの希薄化がもたらす影響は計りしえないと思う。オンラインのコミュニケーションツールが急速に発達したと言っても、生身でコミュニケーションをはかることには勝てない。ただ、世の中がマイナスになったわけではなく様々なものがシステム化・機械化されていったことで便利になったものがたくさんある。新型コロナウイルスが収束し、元の世の中に戻すとされても一度変化・進化してしまったものを後退させることはないし、今の生活のあり方の延長線上でどう生きていくかを考えなくてはならない。今までと同様に「まちづくり」を推進していても世の中のニーズや動向に 대응することは難しい。新しい価値観や視点を適切に捉えて進めていく「まちづくり」が必要である。

これだけ今までの常識や価値観が変化した状況で、建物や施設などのハード面を拡充させていく「まちづくり」を行なってもそれだけでは市民のニーズや意思を満たすことは難しいと考える。さらに、我々に与えられたテーマであるまちを歩かせるということを実現するためには、なおのことハード面の拡充だけでは事足りないと考える。コロナ禍で変化・進化した働く環境や生活様式を尊重しながら、新しいコミュニケーションのあり方を考慮する必要がある。「まちづくり」にはある程度活発な都市と市民とのコミュニケーションがなくてはならない。よって、新しいコミュニケーションのあり方を考慮した施策やプラットフォームが必要となってくる。そこで、仮想世界（メタバース）の活用を盛り込んだ「まちづくり」を検討するのはどうだろうか。仮想世界（メタバース）を活用し都市と市民との新たなコミュニケーションの基盤を整えながら、仮想世界（メタバース）と現実世界を密接にリンクさせることができれば消費や回遊性を生むことが可能だと考える。また、古来より福岡はアジアとの玄関口としてその存在を示してきた背景がある。仮想世界（メタバース）を活用し新しい形での都市間の連携を生み出すことによって、新たなアジアの玄関口としての存在になれるだろうか。

この章では、福岡の現状を分析し、テーマの一つであるアートの部分にも触れながら、仮想世界の現状を覗いてみることにする。

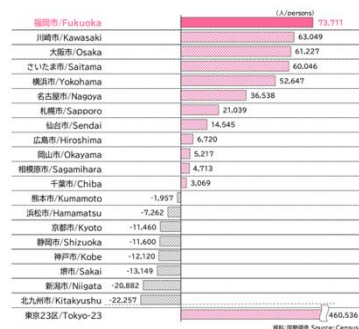
## （１）データから見る福岡市

福岡市は、日本において人口減少が続く中で人口が増加している珍しい都市であり（表1）、政令指定都市の中で最も人口増加率の高い都市でもある（表2）。福岡で生活をしている私はあまり実感することができないのだが、意外と流動人口が多く毎年人口の約3割以上が入替わる都市でもある。無意識に郷土愛のようなものを感じてしまうので人口の大半が長く福岡に住んでいるように錯覚してしまうのだが、長く住んでいる人も新しく移り住んできた人も口を揃えて住みやすい都市であると言い（表3、表4）、もはや郷土愛とい

う言葉では括れない市民に共通した都市に対する誇りのようなものを感じる不思議な雰囲気を纏った都市である。また、人口の密集度や空港までのアクセス時間が短い(表5)ことが示すように福岡はコンパクトなシティであるとと言える。食も豊かで、家賃も比較的安価であり、海も山も近いことなどから住みやすいまちとも認識されるのであろう。女性が多いのも特徴の一つである(表6)。このように、特徴豊かでコンパクトかつ繋がりを無意識に感じることができる都市であるからこそ、福岡で新たなコミュニケーションを生み出し都市と市民の繋がりを感じさせる取り組みをすることは国内外から注目されるケースとなるのではないだろうか。

表1 人口増加数

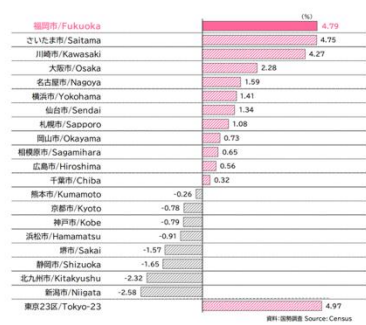
003 人口増加数[21大都市比較]  
Increase in the Number of Population, 21 Large Cities (2015-2020)



出典：フクオカグローブ

表2 人口増加率

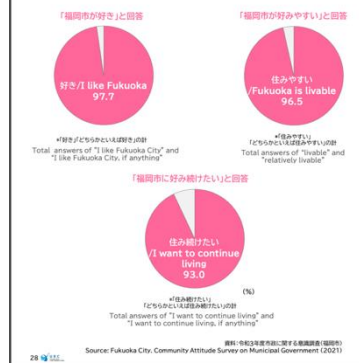
人口増加率[21大都市比較]  
Growth Rate of Population, 21 Large Cities (2015-2020) 004



出典：フクオカグローブ

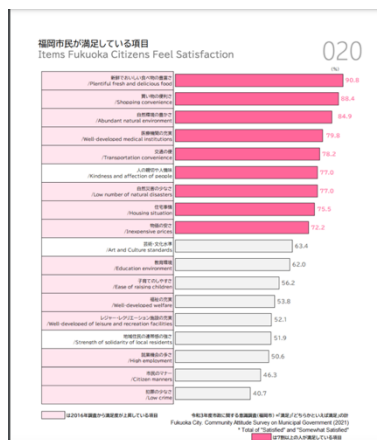
表3 市民の福岡市評価

019 福岡市民の福岡市評価  
Evaluation of Fukuoka City by Citizens (2021)



出典：フクオカグローブ

表4 福岡市民が満足している項目



出典：フクオカグローブ

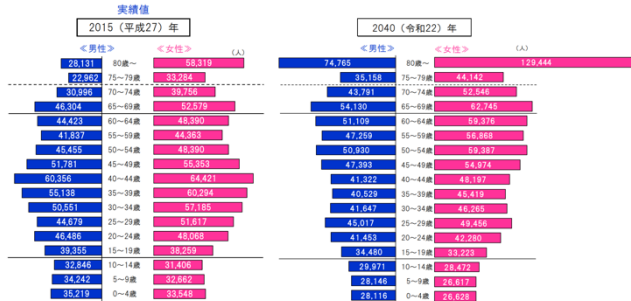
表5 空港からのアクセス時間



出典：フクオカグローブ

表6 福岡市の男女比率

▶ 今後20年で、80歳以上の高齢者層(特に女性)が大幅に増加すると見込まれる。



資料：平成27年国勢調査(総務省)、福岡市将来人口推計(平成24年)

出典：福岡市人口ビジョン

## (2) アートの世界とアーティストの今

前章で述べたように、人のアートに対する捉え方はとても漠然としていて誰もがアートだと認めるものはこれだと言うことは難しい。強いて言うなら、一般的には現代芸術(例えば、世界的に有名なバンクシーの壁面作品や、ジャン＝ミシェル・バスキアなどの絵画作品など)であったり、おしゃれな絵(例えば、日本を代表する現代美術家である村上隆の絵画作品など)やオブジェクト(例えば、福岡美術館のエントラースに設けられている日本を代表する現代美術家である草間彌生のカボチャをモチーフとした制作物など)の様なものをアートだと認める人が多いかと思う。もしかしたら、アートといえばパッケージデザイン(例えば、若手アーティスト代表のヴェルディとバドワイザーのコラボレーションパッケージなど)やアパレルの様なもの(例えば、アパレルブランド sacai とアート作家 madsaki のコラボレーションアパレル作品や、日本人女性で初めてメトロポリタン美術館で展示を行ったコム・デ・ギャルソンデザイナーの川久保玲のアパレル作品や展示方法など)をイメージする人もいるかもしれない。世界的なトレンドとしては、現代美術がアートとして捉えられていると言えるかもしれない。

では、日夜アート制作活動を行うアーティストを取り巻く環境はどのようになっているだろうか。今、世の中でアーティストとして認められているのはごく一部で、オークションなどで作品を取り扱ってもらえる人や大きなギャラリーや画廊で作品を取り扱ってもらえる人だけが、アーティストとして認められる。その他のアーティストは自称であって、制作活動や展示活動は行っているがアート制作活動で生計を立てられる人はほぼいないのが実情である。福岡市のようにアートが注目を集める以前からアートに着目しパブリックアート設置や美術館におけるアート作品の展示活動などに力を入れている都市は稀で、今も都市をあげてアート普及活動に力を入れるのは珍しい。それでも、都市として取り上げることができるアーティストは一握りで、都市が用意できる表舞台や表彰の制度にも限度があり、

その対象となるアーティストは限定的で相当ハードルが高いものとなっている。

アーティストが作品を知ってもらえる機会がたくさんあり、アート制作で生計を立てることができる方法があったり、都市だけでなく様々なジャンルの方々が活動を支えていく環境があればアートは身近な存在になるかもしれない。アートを自然に楽しむことができる人たちが増え、アートを通してコミュニケーションが生まれるようになれば、アートを至るところで楽しむことができる機会が増えるだろう。都市の至る所でアートを感じることができるようになるためには都市が新しい取り組みをリリースするべきだし、アートに関わるモノやヒトの受け皿となる新しい形のプラットフォームを構築しなければ、アートで溢れる「まちづくり」を実現することは困難であると言える。

### (3) 迫る！！仮想世界の実態

新しいコミュニケーションのあり方や、様々なヒトやモノの受け皿となる可能性として着目をした仮想世界（メタバース）とはどのようなものだろうか。2000年頃から囁かれるようになった仮想世界は、コンピューター上に構築された“現実”を模した世界のことであり、現実とは異なった法則を設定した世界を実現できるものと定義されている。

仮想世界を表現する上で、よく用いられる用語は下記のようなものがある。

- メタバース (Metaverse) : 仮想世界上に設定可能な個別空間
- アバター (Avatar) : 仮想世界上で設定する自分自身の“分身”
- A R (Augmented Reality) : 拡張現実、現実世界にデジタル情報を投影させる
- V R (Virtual Reality) : 仮想現実、実物と同等の物を仮想世界へ出現させる
- M R (Mixed Reality) : 複合現実、仮想世界と現実世界をよりリアルに融合させる
- N F T (Non-Fungible Token) : 非代替性トークン、デジタルデータに価値を持たせる

要は、無限に広がる仮想世界の中に小部屋のように無数に存在する空間をメタバースと呼び、V R技術を使用し人が仮想世界（メタバース）で活動し、A RやM R技術を使用し現実世界と仮想世界をリンクさせる（現実世界に仮想世界を落とし込む）。また、容易に複製できてしまうデジタルデータを仮想世界でN F T化することで価値を持たせ、仮想世界上でユーザー間での取引をできるようにする。このように、仮想世界にヒトやモノの受け皿であるプラットフォームを作り、仮想世界と現実世界を並行運用しながら密接にリンクさせることで、新たなコミュニケーションや人の動きをもたらすことができる。現実世界と仮想世界の双方かつ同時に消費や回遊性を生み出すことができれば、人を歩かせるということ、アートで溢れるということに繋がっていくものと考えられる。

仮想世界の構築やメタバース、V R、A Rなどの仮想化技術は発展途上にあり完璧なものではない。新型コロナウイルスの影響で急速に進化することになったが、これから必要な概念であることは間違いない。世界的に見てもこの仮想世界を活用したサービスの出現は見込まれるし、人類の進歩に寄与する概念であると期待がかかるのは見て取れる。発展途上にある概念であるからこそ視点を変えるべき今の「まちづくり」に取り入れる必要性があり、



市民に参画してほしい「まちづくり」を本質的に体现できるものと考えられる。

### 3. 先進事例の分析

「まちづくり」に仮想世界を活用する方法を考える上で、期待できる先進事例は世界を見渡してもほとんどない。発展途上にあるためか先進事例としてあげられるものは、概念や技術の一部に触れ存在しているだけのものか、概念や技術をイメージ化しただけのものとして存在しているか、これから大いに活用できるという期待や理想を掲げているだけものかに限定される。

フェイスブックを運営する会社が社名を“メタ”と変更するほどメタバースの活用に没頭していたり、仮想通貨（暗号資産）の保有率が世界一とされるタイ（バンコク）の不動産会社が仮想世界上に土地と建物を再現し新たな価値として販売したりと、仮想世界に大きな資金を投入しているのを見ることができる。こういった取り組みからも世界的に仮想世界での可能性に期待をし、人類発展のフィールドとして注目をしていることがわかる。

ただ、明確かつ有益な先進事例というものはほぼ存在しないし、仮想世界構築の参考にはならず模倣する必要性も全くないが、仮想世界に可能性を感じる情報として知っておく必要はある。また、先進事例を知ること、仮想世界上での問題点や課題、仮想世界を活用する目的を確認することはできると思う。先進事例に触れることで、福岡市が率先して仮想世界を活用する意義と可能性を探ることに繋がってほしい。

#### （1）バーチャル大阪

“バーチャル大阪”は、大阪府と大阪市が提供する都市連動型のメタバース（プラットフォーム）である。大阪の魅力を集約することと、エンターテインメントとしてユーザーが楽しめる形でメタバースを発信するところが特徴である。何よりも市民の参加と大阪以外の人への参加を強く求め、都市と市民とでこのメタバースを発展させていくことに重きを置いていて、大阪以外のヒトやモノを積極的に取り込んでいきたいという意思を感じる。また、2025年大阪・関西万博に向けて、世界に大阪の魅力を発信しさらに日本の魅力を発信していくツールとも位置付けている。

エンターテインメント性は高いが、消費を促したり回遊性を向上させたりする効果はあまり期待できない。

図1 バーチャル大阪イメージ図



出典：バーチャル大阪 HP

その反面、過去の大阪を表現することで歴史の保存の機能を有し、都市としての広告効果には期待ができる。リアル大阪とパスト大阪を融合させようとしていると考えられる。参考とすべき点は、エンターテインメント性に重きを置いているので、市民やその他の人たちが楽しい気持ちでメタバースに参加できる点である。積極的に仮想空間や都市への意見を吸い上げることで、ユーザーが自発的に「まちづくり」に参画しているという意識をスムーズに植え付けている点も評価したい。市民の声を聞くという意味で言えば、有意義なコミュニケーションツールの一つと言えるだろう。

## （２）バーチャル渋谷

“バーチャル渋谷”は、渋谷区公認の配信用のメタバース（プラットフォーム）である。“バーチャル大阪”と異なるのは、今と過去を投影した大阪に対し未来の渋谷をイメージできる点である。大阪とは異なったエンターテインメント性を持っており、参画企業の広告や、新商品、開催イベントなどのポップアップに重きを置いている。渋谷という都市の魅力を発信するというわけではないので「まちづくり」とは言えないが、渋谷の将来像をイメージできるという意味では少なからず「まちづくり」に貢献しているかもしれない。

市民へのサービスの一環というよりは、広く様々な人にメタバース空間を活用してもらうという意図があるので、都市と市民で生まれるコミュニケーションには大きく寄与しないが、企業と消費者を繋ぐプラットフォームとしては意義があり、新たな広告のあり方であると思うし、新しい形の集客方法の一つとも思える。“バーチャル大阪”にも見られるが、人を呼び込むためにはある程度のエンターテインメント性を有する必要があることがわかる。

また、“バーチャル大阪”と“バーチャル渋谷”は仮想世界上で、それぞれのメタバース（仮想空間）が繋がっており、ユーザーの行き来が可能である。それぞれのメタバースが発展しユーザーやコンテンツ、サービスが拡充されれば、メタバース間での往来も多くなるであろうし、様々な場所で都市主導のメタバースが誕生すれば新たな都市間の交流が生まれるだろう。都市がメタバースを通して市民に提供するものが優れていれば、現実世界でも人の往来や移住などが増える可能性もある。その点で、“バーチャル大阪”と“バーチャル渋谷”の繋がりや、新しい形の都市間の繋がりを感じさせてくれる。

図2 バーチャル渋谷イメージ図



出典：バーチャル渋谷 HP

### (3) バーチャル原宿

“バーチャル原宿”は、

都市が主導して誕生したメタバースではなく、“バーチャル渋谷”の拡張エリアという意味合いで誕生したメタバース（プラットフォーム）である。前述の2つの事例と異なるところは、集客や消費を促すことに重きを置いているということである。“バーチャル原宿”内には、商業施設やアパレルなどのショップが開設しており、新商品の紹介も含めて自社の主力となりうる商品紹介などが多く見られる。

原宿というまちから足が遠のいている人や原宿に行きたくても行くことができない人を意識したプラットフォームであり、原宿へ人を呼び込み、積極的に消費が行われることを期待したプラットフォームという感覚が強い。元々、原宿には様々な店が軒を連ね、流行を生み出すまちというイメージがあるからこそ人を呼び込むポテンシャルが高い訳であって、他都市が同じ仮想空間（メタバース）を作っても“バーチャル原宿”を追随するのは難しいだろう。ただ、“バーチャル原宿”で流行するものを扱うショップに、地方都市が着目して地方の現実世界におけるショップのリーシングに繋がることは可能だろうし、そういった意味での仮想世界と現実世界のリンクの仕方があっても良いかもしれない。

図3 バーチャル原宿イメージ図



出典：バーチャル原宿 HP

### (4) 糸島市の事例

福岡市の隣の都市“糸島市”では、

九州大学が中心となってデジタル技術を使った試みが始まっている。「糸島サイエンス・ヴィレッジ (S V I)」と名を打って、最先端のデジタル技術を統合しながら市民が参画して“より良い地域社会”を実現しようとしている。「糸島サイエンス・ヴィレッジ (S V I)」は、産学官が

共同して糸島にヒト、モノ、カネ、情報が集い、様々な人や企業、研究者や市民がつながり、新たな発見や技術、産業、ビジネス、価値を創り出す場所として発展していくとしている。地域にあるビックデータから AI が仮想世界（メタバースや VR 空間）を生成し、生成された仮想世界で様々なことをシミュレーションし、現実世界へ落とし込んでいく取り組みである。地域に散らばる情報を集め、市民の声を抽出し仮想世界と連動することによって市民参画を実現し、通信や電力の地産地消を目指す。そこから新しい産業が生まれ、社会インフ

図4 SVI イメージ図



出典：糸島市 HP

ラの再構築を進めていけば、これから目指すべき「まちづくり」像が見えてくるだろうし、“糸島モデル”として多くの都市が注目することとなるだろう。

今、世の中に仮想世界を構築していく上で明確なルールがないのが実態で、産業や公共インフラとして社会実装していくにはかなり技術的なハードルが高いのが現実だが、この“糸島モデル”も含めて、福岡市も率先して仮想世界と現実世界の並行運用と密接なリンクを目指して「まちづくり」をしていけば、世界に対して新たな門戸を開くことと新たなアジアの玄関口としての存在を示すことに繋がらないだろうか。仮想世界を活用した「まちづくり」を推進していくことは、新しいコミュニケーションの場の創出や人の集まる場の創出、消費や回遊性の創出、人の新たな活動の場の創出に繋がると考えられる。

#### 4. 提言「City's thought EXPLOSION ヒトや想い、創造が交差するメタバース都市：福岡」

ここで改めて本年度のテーマを振り返る。本年度の市民まちづくり研究員に課されたテーマは、「歩きたくなる福岡のまちづくり～居心地良く、アートあふれる空間～」である。本年度のテーマを解釈する上で、“歩きたくなる”と“アートあふれる”という2つのキーワードについて考える必要があった。

“歩きたくなる”というキーワードからは、都市は、人に**目的**を持たせるような仕掛けをしつつ商業エリア（天神や博多の様なイメージ）内だけでなく商業エリア近郊から歩かせて、人が**回遊・対流**できるような「まちづくり」が必要であるという考えに至った。ただし、物理的な側面だけを捉えていたら、新型コロナウイルスと上手に付き合っていかななくてはいけない状況下で納得のいく回遊性高い「まちづくり」は体現できないとわかる。さらに、これから新型コロナウイルスと同等の世の中に大きな影響を与える疫病や災害が発生する可能性も十分に考えられるため、どのような状況下に晒されても人の暮らしや経済が滞ることなく循環する状況を構築しておく必要があると考える。

“アートあふれる”というキーワードからは、都市は、ヒトやモノを通じて感覚的に人に何かを感じさせる仕掛けを常に作り、**感性や意思が循環**し、自ら作り上げていくような感覚にさせる「まちづくり」が必要であるという考えに至った。ただし、感覚的なことだけに注視すると、アートを制作するアーティストの活動の場が広がることなく、アートが大きく普及することもない。現状ではアーティストが作品を発表したり、作品が流通することはかなりハードルが高いので、新しい取り組みや受け皿となるプラットフォームが必要と思う。

これらのことから、日常的にかつ無意識に住民に**目的と感覚と自主性**を芽生えさせる仕組みづくりや環境づくりが根底になくってはならないと思う。常にワクワク感が漂い体験してみたいと思う空間があり、創造性が豊かで、自らが意見・行動すれば広がっていく世界があると感じさせる必要がある。アートのような世界であり、感覚的に豊かになれ自らの創造性も刺激されるそんな世界があれば良い。性別も年齢も気にすることなく自由にコミュニ

ケーションが取れ、そのコミュニケーションが人の繋がりを感じさせてくれるのであれば、救われる人も少なくないだろう。それが都市との対話であればなおのこと良い。本年度のテーマを体現した「まちづくり」は、福岡市が都市として仮想世界の基盤（プラットフォーム）を構築し、現実世界の福岡市と仮想世界の福岡市を密接にリンクしながら運営することに活路があると考え。

仮想世界を構築し産業や公共インフラとして社会実装していくにはかなり技術的なハードルが高いことが課題だが、明確なルールを作ることと行政が主導で基盤を作ることが大きな意味を持つ。これは決して民間企業（海外企業も含む）が運用するプラットフォームを活用し、取り組みなどを行っていくことを提案しているわけではない。福岡市が自ら基盤を整えることで、福岡市独自の価値を創造することができ、市民や企業がそれに参画することで自ら「まちづくり」をしていると感じるようになり、一緒に未来を創造していく機運を高めていくことが重要である。また、福岡市が主導することによって、仮想世界やインターネット空間での不透明になりがちなルールが明確すると考える。

この仮想世界の運用が新しいコミュニケーションを生み、様々なコミュニティができることで新しい発見や技術、産業、ビジネス、価値などが生まれるだろう。福岡が積み上げてきた歴史や技術の継承の場として活用することも可能かもしれない。未来（子供たち）を守るためのコミュニケーションや教育の場として、不登校やその他問題を抱える人たちの社会へ出ていけるきっかけとして活用できるかもしれない。福岡市が作る基盤（プラットフォーム：仮想世界）を通して世界との繋がりを構築することで、アジアの玄関口としての役割を再定義するのも良いだろう。それほど、仮想世界（メタバース）の活用は、“歩きたくなる”と“アートあふれる”というキーワードを解決するだけでなく、これからの新しい「まちづくり」の礎となり、閉塞感漂う今の世の中を照らす大きな道標になると考えられる。

以下、福岡市が仮想世界（メタバース）を活用した「まちづくり」の例を挙げる。

### （1）EXPLOSION 1 メタバース都市：福岡の創造と交差

仮想世界（メタバース）に現在の福岡市をトレースする。感覚的に操作が可能なアバター（メタバース上で設定する自分自身の“分身”を表現するキャラクター、意思表示や行動を行うことができる）を駆使して、仮想世界（メタバース）内を移動する。操者は、仮想世界上で必ずしも本来の自分を表現するアバターを使用する必要はなく、願望を込めた自分自身を表現することができ、自由に回遊することができる。仮想世界（メタバース）上で様々なことを体験し、操者同士でコミュニケーションを取ることで新しい発見や感覚を得ることができ、制限された現実世界では体現できないことを創造することが可能である。また、実際に行くことができない人が目的地に辿り着くことができ、これからの技術発展によっては身体が不自由な人が感覚的に回遊したり体験したりすることができるようになるかもしれない。これらによって、誰でも自由にコミュニケーションが取れ、回遊性が生まれることによって仮想世界（メタバース）上での“歩きたくなる”が体現可能となる。さらに、市



民の願望や意思を吸い上げて肉付けしていくことによってこれからの都市づくり≒「まちづくり」と交差することが可能である。

現実世界と並行して仮想世界を運用していくことで、現実世界での“歩きたくなる”も体験できると考える。実際に現実世界で現地へ赴き、その場から仮想世界（メタバース）へアクセスすることで、何かしらの特典を得れたり感覚的に体験を得ることができれば現実世界での回遊性も生まれる。現実世界と仮想世界（メタバース）を上手くリンクさせて目的を与えることによって、都市と市民とで新しい価値を生み出し対話を図ることが可能である。

Zoomなどのオンラインツールを頻繁に使用するようになって、オンラインツールでコミュニケーションを取った後に実際に会うと初めて会ったとしてもスムーズにコミュニケーションを取れた経験はないだろうか。事前にオンラインでコミュニケーションが取れたことで相手から受け入れられたと思える感覚が、誰も初対面で発現する見えない壁のようなものを取っ払い、初対面にも関わらず旧知の仲であったような感情を芽生えさせると思う。この不思議な現象・効果こそが、仮想世界（メタバース）を活用する最も重要な要素であると考えられる。

この不思議な現象・効果を期待し仮想世界（メタバース）を活用したコミュニケーションの確立によって、さらなる効果を得ることができると考える。新型コロナウイルス蔓延の影響で働き方が大きく変わった人たちの新しいコミュニケーションツール（リモートワークになった人たちが社内にいる感覚になれるデジタルオフィス、メタバース上に社屋を設けるとメタバース上で営業に行けるかもしれない）になると思うし、コロナ禍の影響でより繋がりが希薄化してしまった子育て中の親たちの新しいコミュニケーションや精神的なケアのツールになる可能性がある。不登校や学習環境の整っていない子供たちに社会との繋がりを作る場（コミュニケーションや社会復帰）として活用できるだろう。仮想世界（メタバース）は、内に閉じこもろうとする人たちにとって“歩きたくなる”まちから“歩きだしたくなる”まちへ変えてくれるかもしれない。

仮想世界（メタバース）を新しいコミュニケーションツールとして確立し、現実世界と密接にリンクするように「まちづくり」を推進していくと、都市と市民との創造や意思が交差し、都市としての希望が未来へと繋がっていくと考える。

## （２）EXPLOSION 2 メタバース都市：福岡で対流する消費

新型コロナウイルスの蔓延で行動規制が繰り返された影響で、実際に現地に行って消費する行動が圧倒的に減った。インターネット上で趣向品をショッピングし、日用品や食料品もインターネットで注文し自宅へ届けてもらうことが当たり前になってしまっている。もちろんこの変化によって日常生活においてさらに便利になったことは間違いない。居住している場所によって直接お店に行けない人は欲しいものがインターネットで気軽に買うことができるようになり、身体的な理由などにより実際に買い物に行くことが困難な人にとっては非常に有意義であることは理解できる。しかし、この便利さには危惧するところもあ

る。あまりにインターネットを介した消費が進み過ぎてしまうと、商売をする人たちにとって実店舗を構える必要性が薄れてしまい都市部の建物の空洞化が進んでしまうと、消費する人たちにとって実際に自らの五感（視覚、聴覚、嗅覚、触覚）で感じ選択をすることが乏しくなってしまうと感じる。自らの手で触れて、自らの目や鼻や耳で感じて選択することで、失敗や成功を体験し、様々なことを知ることができると思う。その場で体験することや感じる事が様々な影響を与え、知的好奇心を刺激し何かを工夫したり生み出したりすることに繋がっていくと考える。

仮想世界（メタバース）の活用は、その体験や選択を促すことと相反するように感じるかもしれない。決してそうではない。仮想世界（メタバース）上でも消費を促すことは重要である。しかし、工夫次第で仮想世界（メタバース）上でも、実際に五感に刺激を与える体験や五感を働かせて行う選択を体現することは可能である。アバターを操作する操者が仮想世界（メタバース）上のショップへ赴き、インターネットショッピングと同じように商品選択で買い物をするのではなく、VR化された店内や商品を体験し買い物を推進することは可能だ。現時点でも仮想世界（メタバース）上で視覚や聴覚を刺激することはできるし、近い将来、嗅覚や触覚を刺激する技術が確立されることは明確なので、現実世界で買い物をすると同等の感覚を得ることは可能であると考えられる。さらに、現実世界でそのショップへ直接赴き、その場で仮想世界（メタバース）へアクセスするとその場で購入する特典が得られたり、仮想世界（メタバース）上で使用できるアイテムが入手できるなどのアクションがあると、現実世界での消費も進むだろう。そうすると、現実世界において実店舗があることで商売をする人たちにとって有益になるように導くことができるかもしれない。

仮想世界（メタバース）と現実世界の双方で消費が進むことによって、現実世界にあるビジネスにさらなる価値が生まれる可能性もある。モノの売買（消費）だけでなく、不動産を仮想世界（メタバース）にデジタルトランスレシエンティフ化することによって新たな価値が生まれ仮想世界（メタバース）上で売買に繋がるだろうし、人の構想やデザイン、アートなど無形なものが仮想世界（メタバース）で同様にNFT化することで価値が生まれ新たなビジネスに発展すると考えられる。ビジネスプランやサービスも企業も淘汰され大手企業に集約されていく状況にある世の中だが、仮想世界（メタバース）を活用することによって中小企業が事業継続できる環境を整えると、都市として新たな税収を確保できるようになるかもしれない。その税収を都市や市民へ還元させ、新しい循環を生み出すことも未来へ繋がる一手だと考える。

### （3）EXPLOSION 3 メタバース都市：福岡をアートで彩る

仮想世界（メタバース）自体を一つのアートとして捉えることは可能である。そればかりか、仮想世界（メタバース）上でアートを取り扱う方法やアーティストに活動の場を与える方法は無数にあるのではないだろうか。

限りある大地とは異なり、無限とも捉えることができる仮想世界（メタバース）上に無数

のアートを散りばめて誰の目にも触れることができるように演出すれば良いだろうし、現実世界では限度があるウォールアートも仮想世界（メタバース）において限度はなく自由に設置できる。仮想世界（メタバース）上では、場所や時間に縛られることなくアーティストの発表の場となるイベントを開催することは可能であるし、“アートあふれる”と言える空間を体現することは容易ではなかろうか。アートをNFT化してアーティストの活躍（売れる）の場を創出・演出することで、アーティストとして生きてゆける活路が開かれるだろうし、新しいオークション（発表の場）を仮想世界（メタバース）上で運営することで、現実世界で高いハードルとなっている活躍の場を作り上げることが可能だろう。もちろん、現実世界と密接に仮想世界（メタバース）をリンクさせることで、アーティストの原画や原作を現実世界において幅広く流通させることができるようになることも重要な要素であり、幅広く様々な作品が流通することで本当の意味での“アートあふれる”まちに繋がるのではないだろうか。現実世界では建物をアートで彩ることは困難であるし物理的に不可能な状況が多々あるが、仮想世界（メタバース）においてはデジタルな建物をアートで彩ることは容易であることから、アーティストの活躍の場は飛躍的に広がるだろう。

このように、仮想世界（メタバース）で“アートあふれる”を体現することで、現実世界でも常に感覚的に何かを感じることができるようになり、市民の意識の中に“アートあふれる”を導くことができると考える。都市は、ヒトやモノを通じて感覚的に人に何かを感じさせる仕掛けを常に作ることで**感性や意思が循環する「まちづくり」**を可能とし、市民の感性が増幅し都市へ還元されることで、より創造性に富んだ都市を目指すことができるのではないだろうか。

#### （４）EXPLOSION 4 メタバース都市：福岡で繋がる過去と未来

仮想世界（メタバース）は他にも活用法があると考えられる。仮想世界（メタバース）と現実世界を密接にリンクさせ相互に作用させることで都市としての発展を目指すとしているが、仮想世界（メタバース）をより複雑にすることでさらなる価値が生まれる。前述した様に、無限に広がる仮想世界の中に小部屋のように無数に存在する空間をメタバースと呼ぶ。この仮想世界の中に複数存在する仮想世界（メタバース）に時間軸があるイメージをしてほしい。仮想世界の中に、現在のメタバース、未来のメタバース、過去のメタバースが存在したらどうだろうか（以下、各メタバースをレイヤーと呼ぶ。図5参照）。現在のレイヤーを標準として、層の様なイメージで未来のレイヤーや過去のレイヤーが重なり、各レイヤーを行き来できればさらに仮想世界（メタバース）の可能性が広がると考える。もちろん、未来も過去もレイヤーは一つでなくてよく、複数あることでさらに活用法は広がる。過去などは時代ごとや特徴のある年代ごとにレイヤーがあると面白い。昭和初期のレイヤーがあったり、江戸時代のレイヤー、極端な言い方をすると恐竜時代のレイヤーがあったりと、様々なメタバース空間が層の様に重なって存在している姿を想像してほしい。



未来の福岡レイヤーでは、市民や企業の希望や願望を吸い上げ都市として未来の福岡市を重ね合わせ、市民も企業も「まちづくり」に参画する感覚を醸成していきたい。福岡市が基盤として確立する仮想空間（メタバース）に積極的に関わり体験していくことで、自ら作り上げる都市としての感覚を培ってもらい、都市としてその希望や願望を市政や施策に落とし込んでいく。都市と様々な人や企業、研究者や市民がつながり、新たな発見や技術、産業、ビジネス、価値を創り出す場所として仮想世界（メタバース）を活用してほしい。

図5 メタバースイメージ図



出典：筆者作成

過去の福岡レイヤーは、複数存在してよい。周知されている歴史的事実だけでなく、その地域のみで伝承されている歴史の保存に活用することもできると考える。福岡は日本の歴史において中核であった時代もあり、重要な位置付けにあった時代も複数ある。また、秘された事実や周知されることなく伝承のみで託された歴史もたくさんある。有識者や研究者、寺社仏閣の方々、伝承者から様々な話を聞きながら徐々に過去の福岡レイヤーを構築したい。現実世界と仮想世界（メタバース）を密接にリンクさせることで、この過去の福岡レイヤーは教育の現場で活用することもできる。新しい教育手法の一つとして活用してもらいたい。例えば、現実世界である場所に行き、V R 技術や A R 技術を駆使しながら仮想世界（メタバース）へアクセスすると、目の前に過去の世界が広がり、過去の世界を知り体験することができるようになる。

このように、仮想世界（メタバース）を活用することで、過去と今と未来が交差し、新たな視野が広がる。過去の良いところを継承し、悪きところを改善しながら未来へ紡ぐ。進むということは、振り返り理解することだと思ふ。核家族化が進む現代で、新型コロナウイルスの影響でさらに人との繋がりが希薄化した。このような世の中だからこそ、都市が率先してヒトやモノなど様々なものが交差する機会を創出し、過去（祖父母や親）と未来（子供）を繋ぐ場として仮想世界（メタバース）を活用すべきと考える。人の想いや意思、歴史、技術、文化など様々なものが世代を超えて、仮想世界（メタバース）を通して現代と未来へクロスオーバーしていくことが都市の本望ではないだろうか。

## おわりに

今の小学校6年生の子供たちが30年後、今の私と同じ年齢になる。彼らは、訪れる30年後の福岡をどのような気持ちで、どのような状況で見つめるのだろうか。30年後の福岡は今と同じように住みやすく誇ることができる都市であるだろうか。今の子供たちは、新型コロナウイルス蔓延の影響で、本来は必ず体験することができる入学式や卒業式、運動会、文化祭、修学旅行などを制限下の中体験せざるをえず（体験できない子供たちもいたであろう）、閉塞的な社会で生きざるをえなくなった。人との繋がりや地域との繋がり、都市との繋がりを強く感じることはできず、私たち大人が体験することができたことを当然のように体験することはできなくなった。何をするにも我慢することが多くなった世の中で、子供たちは夢を描き大きく羽ばたいていくことはできるだろうか。

家族や友人の存在は、夢の追求や困難な状況に立ち向かう勇気を与えてくれ、人生の支えとなるはずである。地域や都市も本来であればそのような存在になり得る。夢やチャンスや救いが地域や都市によって得ることができ、地域や都市に受け入れられ居場所があると感ずることで、または他者との繋がりを感じることで、人は誇り高く豊かな人生を送ることができるだろう。今の子供たちにそう感じてほしいし、希望に満ちた未来を感じてほしいと切に願う。繋がりが希薄化し閉塞感を感じる今こそ、都市との密接な関係を持つことで、都市がかけがえのない存在となる必要があると思う。

私たち大人は、現世代に責任を持つ当事者として、世界の歴史の中でも稀な体験をしている世代の代表として、人生に今まで見落としていた幸せを彩ることができるチャンスと思いい次世代を担う子供たちのために力を尽くすべきである。今までの常識に固執せず、新しいコミュニケーションのあり方を確立し、子供たちが自らの足で歩き出せるよう後押しをしよう。アートのように鮮やかな笑顔があふれる都市を創造できるように、土台や受け皿を作ろう。一人一人が少しずつ想いや考え、知識や技術を持ち寄り共に歩むことが、今最も必要な「まちづくり」へ繋がると信じている。

### <参考文献>

公益財団法人福岡アジア都市研究所情報戦略室：「フクオカグロース 成長都市福岡市のデータブック」2022

福岡市：「福岡市人口ビジョン」2021及び「(改訂版) その後の推移」2021

糸島市：「糸島市広報紙<<いとしま>>」2023

福岡市ホームページ <https://www.city.fukuoka.lg.jp/>

バーチャル大阪ホームページ <https://www.virtualosaka.jp/>

バーチャル渋谷ホームページ <https://vcity.au5g.jp/shibuya>

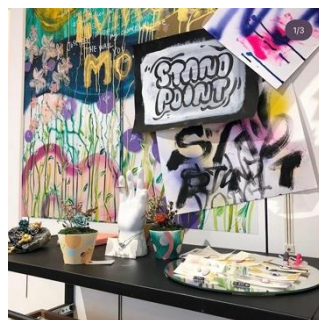
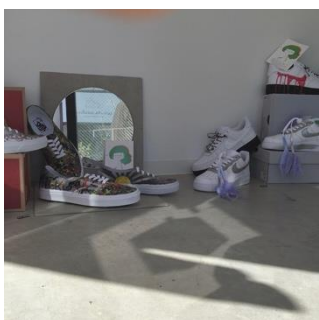
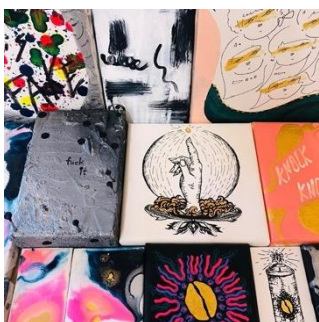
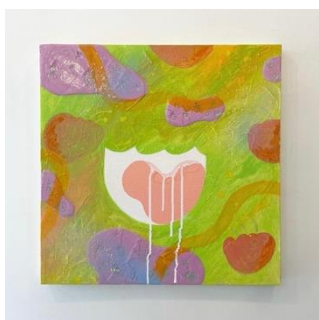
バーチャル原宿ホームページ <https://vcity.au5g.jp/harajuku>

糸島市ホームページ <https://www.city.itoshima.lg.jp/>

<<SPECIAL THANKS>>

有限会社アトリエ S N S 岡本恒之氏：メタバースにおける建築の可能性について  
株式会社 Sparkle vision 三代澤哲氏：現状の V R やメタバースにおける技術について  
The360 合同会社 平田瑞穂氏：現状のメタバースでの取り組みについて  
九州産業大学造形短期大学部一同：美大生とアーティストの今について  
タ・ナ・ゴゴロ株式会社 中川修一朗氏：地域創生の見通しと子ども食堂について  
アイデンティア 前田亮氏：福岡のメタバースイメージ図について  
スペクトラムアンドパートナーズ株式会社一同：アート作品協力と子育てについて  
アシタツクリエイツ合同会社一同：デザイン協力と都市構想について  
JYUGEM Japan 一同：アパレル作品協力及びファッション業界の今後の展望について

(スペクトラムアンドパートナーズ株式会社 アート作品)





(JYUGEM Japan アート作品及びアート演出)

