

六本木未来会議

デザインとアートと人をつなぐ街に

富永勇亮 プロデューサー/CEO
Yusuke Tominaga / Producer/CEO



CREATOR^{No} INTERVIEW 120

富永勇亮 Yusuke Tominaga

立命館大学在学中の2000年にAID-DCC Inc. 設立に参画、COOとして在籍、2014年4月dot by dotを設立。2018年からPARTY New Yorkのプロデューサーを兼務、2019年1月に同社と合併、Whateverを設立、代表に就任。2019年8月に東北新社と共同出資しWTFCを設立、CSOに就任。

広告、インスタレーション、ミュージックビデオ、IoT、ファッション、TV などメディアを横断したプロデュース活動を行い、カンヌライオンズ、SXSW、文化庁メディア芸術祭、The Webby Awardsなどを受賞。

Lyric Speakerを開発するCOTODAMAへの出資、機械学習×ブラインドテイスティングで好みの日本酒がわかるサービス"YUMMY SAKE"への出資、テクニカルディレクター集団BASSDRUMへ出資、社外取締役を兼務、クリエイティブシェアオフィスHOLSTERを共同運営するなど、クリエイター同士のゆるやかなネットワークをつくる事がライフワーク。2020年7月28日にFemtechグッズなど「未来の日用品」をコンセプトにしたセレクトショップNew Stand Tokyoを乃木坂にオープンした。

No

120

富永勇亮 プロデューサー/CEO
YUSUKE TOMINAGA / Producer/CEO

クリエイターインタビュー

『ミューラルアートの街を自走型ロボットが動き回る』



六本木に毛色の違うカルチャーを持ち込んでみる。

published_2020.09.16 / photo_yoshikuni nakagawa / text_ikuko hyodo

2019 年秋に渋谷からオフィスを移転し、六本木の“住民”となったクリエイティブ・スタジオ Whatever Inc. の CEO 富永勇亮さん。新天地でもユニークなアイデアを次々と実現させていますが、そのベースとなっているのが、スタジオのメンバーだけでなくフリーランスのクリエイターやアーティストが集まる WHEREVER という場所と、流動的なチームのスタイル。CEO そしてプロデューサーとして、クリエイターの力をどう引き出しているのか、“なんでもあり”な企画力と実現力の秘密を探ります。

大規模な開発が続く渋谷から、新天地・六本木へ。

僕たちの会社 Whatever はもともと渋谷にオフィスがあって、宮下公園の近くで HOLSTER というシェアオフィスを運営していました。昨年乃木坂に移ってきた直接的なきっかけは、渋谷の大規模な再開発。渋谷はクリエイターが集まる街で、当時 60 名ほどがシェアオフィスを借りてくれていました。ギャラリーもあったのでアーティストが展示をしたり、毎月いろんなゲストを呼ぶ「月刊スナック」というイベントを開催したりなど、面白い場所ができていたのですが、そのビルが取り壊されることになったんです。



HOLSTER

2014 年、Whatever と東京ピストルによってオープンしたクリエイターのためのシェアオフィス。入居するビルには、カフェ「ON THE CORNER」などもあり、渋谷のクリエイティブシーンを代表するひとつのスポットとなっていた。

当初は渋谷で移転先を探していたのですが、シェアオフィスを運営できるような広さの物件を、今までのような賃料で借りることが本当に難しくなっていて。大手グローバル IT 企業が渋谷にオフィスを構えたことからわかる通り、いわゆるお金のある大企業しかいられないような場所になってきているのです。1 年ほど渋谷で探したのですが結局見つからず、もう少し範囲を広げてみたところ、現在のビルが一棟丸ごと空いていることを知り、こちらに移って WHEREVER をオープンさせました。



WHEREVER

乃木坂駅から徒歩 1 分の好立地にある、8 階建てのコワーキングビル。約 900 ㎡のビル一棟に 70 人ほどの個人クリエイターやチームが入居。2 階にはキッチンと完備したラウンジがあり、入居者の交流やイベントスペースとして活用されている。

入居したのは竹山聖さんという建築家が手がけた素敵なビルで、竣工は平成元年。ファサードがユニークで、内部は 3F まで吹き抜けになっていて、平米数を重視するような現代のデベロッパーさんだったら、まあ絶対につくらないような物件（笑）。その大胆さに惹かれました。今の六本木はアートの聖地のようにっていますが、どちらかというと高級なアートが多い印象があります。その点、僕たちは渋谷カルチャーで育ってきましたし、Whatever はニューヨーク、ベルリン、台北にもオフィスがあるので、毛色の違うカルチャーをこの街に持ち込めたら面白いのではないかと考えています。

今、リアル店舗を持つことの意味。

7 月末、WHEREVER の 1 階に New Stand Tokyo というセレクトショップがオープンしました。New Stand はニューヨーク発のショップなのですが、うちの CCO 川村真司が、ニューヨークで PARTY NY を 6 年前に立ち上げて以来、New Stand の創設者アンドリュー・ダイヒマンと友人だったんです。街角や地下鉄構内にある新聞や日用品などを販売している店舗を Newsstand というのですが、老朽化した Newsstand をリノベーションしたのが New Stand。1 号店はユニオン・スクエア駅構内にあって、現在はニューヨークを中心に全米で 40 店舗ほど展開していて、「A day improvement」というコンセプトで生活に新しいものを取り入れる提案をしています。



New Stand Tokyo

次世代を意識した「未来の日用品」を取り扱うセレクトショップとして2020年7月28日、WHEREVER1階にオープン。本国 New Stand は2015年、ユニオンスクエアに1号店をオープン後、ニューヨーク市全体に店舗を拡大している。

New Stand Tokyo はアメリカ国外では初となるショップで、なぜここに持ってきたかという、このビルの1階がもともとお店として使われていたのと、僕たちがつくってきたものをお見せできるような、コンシューマーと接点になる場所を持ちたいと以前から思っていたからです。これまで自社プロダクトとして、Lyric Speaker という歌詞が出るスピーカーやリモートワーカー用部屋着 WFH Jammies などを手がけ、Kickstarter などのクラウドファンディングで、様々なプロダクトづくりに挑戦してきました。自分たちや周りの仲間がつくったモノのショーケースのような場所なのですが、自分たちがつくったものだけだと "文化祭" 的な感じがしてしまうので、もっと魅力的なコンセプトが必要だと思っていました。それで New Stand のことを思い出して、六本木にオフィスを引っ越す話を彼らにしたら、トントン拍子で話が進んで。実際にこのビルも内見に来てもらい、正式にアジア展開のライセンス契約をすることになったんです。



Lyric Speaker

2015年のSXSWで、BEST BOOTSTRAP COMPANYを受賞後に製品化。音楽と同期して歌詞が表示され、お気に入りのレコードジャケットを飾るように歌詞を部屋に美しく飾る、次世代のスピーカー。SIXなどと共同出資して設立したCOTODAMAから発売中。



WFH Jammies

新型コロナウイルス感染拡大下に企画・制作された、リモートワーカー用部屋着。上下のスウェットスタイルをベースにしつつ、胸から上のWEBカメラに映る部分がシャツ生地に切り替わっている。ファッションブランドLOKITHOのデザイナー・木村晶彦氏がデザイン・製造を担当し、アイデアとしての面白さだけでなくデザイン性や縫製にもこだわっている。ちなみにWFHは、"Work From Home"の略。

富永勇亮 プロデューサー/CEO

YUSUKE TOMINAGA / Producer/CEO



published_2020.09.16 / photo_yoshikuni nakagawa / text_ikuko hyodo

想像のきっかけを与える「未来の日用品」。

とはいえ、ニューヨークのショップをそのまま東京に持ってくるだけだと面白みに欠けるので、New Stand Tokyo では「未来の日用品」というコンセプトを掲げています。たとえば Lyric Speaker だったら、本来のスピーカーは音が出るだけのものですが、そこに歌詞も出るのは未来的といえますよね。最近「エシカル」をキーワードにいろんなプロダクトが生まれていますが、その多くはまだ日用品と呼べるほど身近になっていないのが現状です。でもこの先、日用品としてみんなの家にあったら素敵ですよね。

New Stand Tokyo は、そういう意味でトライアルな商品を置ける場所にしたいのですが、その代表が Femtech（フェムテック）プロダクトです。女性（female）と技術（technology）を組み合わせた造語で、女性特有の悩みや課題に向き合って開発されたプロダクトやデバイスを意味します。妊娠中の女性がお腹につけて赤ちゃんのバイタルをチェックできるデバイスなどハイテクなものから、月経カップという医療用シリコンを折りたたんで膈内に挿入し、経血をためて使用する昔からあったが知られていない生理用品まで、幅広いです。

なぜこれが「未来の日用品」なのかというと、例えば月経問題のソリューションって、日本の市場だと圧倒的にナプキンだと思いますが、吸水性生理パンツや月経カップのような、別の選択肢が出てくれば、人によってはそちらを選ぶ可能性も生まれる。そしてそれは市場を寡占する商品ではなく、まだ日用品になっていない実験的な商品であると言えますよね。未来の日用品というコンセプトで探していた時にまさにこれだと思いました。Femtechという言葉は今、バズワードのように注目されていますが、世の中にとって当たり前になって、未来の日用品から普通の日用品になって、ドラッグストアやコンビニにも並ぶようになったら、女性のウェルネス課題が少し減るように思います。そうなったら、Femtechプロダクトは New Stand Tokyo から卒業し、また新たなプロダクトを考えます。



Femtech

月経や不妊治療など女性が抱える健康課題を解決するために開発された、テクノロジーを用いたサービス、ソフトウェア、プロダクトなど。欧米を中心に市場が拡大し、今後はアジア、アフリカでも急成長が期待される新たな産業。

画像：©Bloomlife

ロボットが美術館を飛び出して、六本木を街ブラ。

リアル店舗は僕たちにとって初めての試みで、難しいことがたくさんありました。最初は商品配置の正解がまったくわからなくて、集めた商品を開封した後に「これ、どうすればいいんだ？」とフリーズしてしまったくらい（笑）。今も日々少しずつレイアウトを変えて、試行錯誤しています。それに今は、コロナ禍で来店していただくことがなかなか難しかったりするので、リアル店舗にテクノロジーも導入しています。Robot Viewing という自走型ロボットを使用した新しいシステムなのですが、ウェブカメラがついていてインターネット上からログインして、遠隔でロボットをコントロールしながら店内を見ることができるのです。



Robot Viewing

コロナ禍でいろんな場所へ直接行くことが難しい中、自宅からオンラインで現地のロボットを操作することで、その場にいるような感覚を味わえるシステム。最大 5 人までログイン可能なので、家族や友人と一緒に場を楽しむことができ、ロボットのスピーカーを通じて現地の人とコミュニケーションをとることも。

Robot Viewing は「あるがままのアート - 人知れず表現し続ける者たち -」という展覧会でも運用したソフトウェアなのですが、昨今は美術館も人数制限をするなど人を集めたくてもできない状況が続いていますよね。なので美術館に直接足を運べない人も鑑賞できるようなシステムを考えました。元々のロボットのシステムだとひとつのロボットに一人しかログインできないんですけど、これは最大 5 人が同時にログインできて、しかもチャットをしながら一緒に鑑賞できる。車の相乗りのようなイメージです。一般的に美術鑑賞は、ひとつひとつの作品と向き合って、集中して観ていくような体験だと思うのですが、このソフトウェアを使うと「あっちに行ってみようよ」とか「この作品はこうだね」などと会話も楽しむことができます。美術鑑賞だけでなく、新しい買い物体験も可能になると思うし、それこそ六本木を街ブラするのも楽しそうですね。リアル店舗をつくることには無知な僕たちですが、テクノロジーに関してさまざまな知識があるので、それらをうまく活用しながらインタラクティブな仕掛けを生み出していきたいと思っています。



富永勇亮 プロデューサー/CEO

YUSUKE TOMINAGA / Producer/CEO

published_2020.09.16 / photo_yoshikuni nakagawa / text_ikuko hyodo

個が強くなりつつあるからこそ、緩やかな連携を。

Whatever を運営するうえで、根本にあるのが Creative Commune という思想です。通常の社員がいる他、Co-creator 制度というのを設けていて、個人のアーティストやフリーランス活動をしながら、我々の会社にも所属するハイブリッドな働き方をしている人がいます。さらに国内外のさまざまなネットワークを通じた仲間も含め、クリエイター同士の緩やかな連携を Creative Commune と呼んでいます。これまでは個人が会社にも所属して、会社が取ってきた仕事を個人に与えるのが、働き方の基本だったと思うんです。でも今はそれが変わりつつあって、個人がより強くなってきています。クリエイターの場合は特に「この人をお願いしたい」と指名されたり、SNS などでも会社以上に発言力を持っていたりする。そうになると会社にも所属する意味が、ほとんどないと言ってもいいですね。

一方で、仕事は複雑化しているので、個人だけでは出来ないこともたくさんあります。なので、強い個性が集まり、組織をうまく使えるようになれば最強です。「あの人がいるからここにいたい」と思える個人がたくさん存在する場所にしたい。そうすると、会社への所属の方法を正社員だけに限定するのではなく、より幅広い関わり方があったほうがいい。会社との関係性の深さを階層別にして関わる方法の事を、僕は " 関係性のレイヤー " と呼んでいるのですが、会社のコアになっている社長や役員たちは、個人と会社の関係性が一番強いですよ。その次に正社員がいて、さらに複数の会社に正社員として所属するパラレルワーカーがいる。そして、自身のフリーランス活動と Whatever の仕事を両立している Co-creator がいる。もうひとつのレイヤーとして、会社は違うけど場所を共有しているシェアオフィスに入居しているクリエイターたち。逆に拠点にしている国は違うけれども、日本に来た時は、僕たちのオフィスで創作活動をするメンバーもいます。会社との関係性の濃さはレイヤーごとに違うけど、同じつくり手として共感できて、クオリティの高いものを目指す人であれば、みんな仲間だと思っています。WHEREVER はそういう人たちが集まることのできる場所にしたいです。

この思想に行き着いたのは、渋谷でシェアオフィスを運営して、いろんなつくり手が集まると新しいものが生まれることを実感できたからこそ。WHEREVER はスペースが広がった分、さらに幅広い人が集まれるようになっていきます。3階、6階には出資先の会社が入居しています。3階は WTFC というプロデューサー集団の会社で、僕らの思想に共感してもらい東北新社と Whatever で共同出資して設立した会社。このビル（WHEREVER）は WTFC の事業として運営しています。6階の BASSDRUM は、エンジニアやテクニカルディレクターのみで構成された会社です。つくり手としての仲間が各階にいて、共有スペースで一緒にイベントやワークショップを開催したり、普段からごはんを食べたりもする。渋谷の時から進化した場所になっていますね。

場所の価値は減っても、ものづくりには場所が必要。

仕事をする際も緩やかな関係性がいいと思っているので、明確なルールはあえて設けていません。契約書などもそうですが、決められた箱にクリエイターを入れてしまうと、その箱を超えることはないと思うんです。だったら可能な限り境界線を排除して、思想と気持ちだけつながってほしい。そういう意味では管理をしないのが、代表として僕のモットーといえます。ただし " 管理をしない管理 " の基本は、個がしっかりしていなければいけないので、最初のセクションがとても重要。会社のメンバーはもちろん、実はこのシェアオフィスに入居するのにもセクションがあって、ポートフォリオを提出してもらっています。一定のクオリティでものづくりをしていて、空気感が合う人だけに入ってもらっているんです。クリエイティブ面接があるシェアオフィスはたぶん他にないと思いますが、つくっているものを尊敬できないと一緒にものづくりをするのは難しいし、こちらも常にワクワクしたいので。

コロナ禍もあって、場所の価値は僕たちがここに移ってきた時よりもどんどん減っていると思います。実際、シェアオフィス入居直前にキャンセルになったりもしています。それでも、やっぱり大事なものは人のつながりだと思っています。すべてをオンラインで済ませることは難しいので、ある程度の場所はやはり今後も必要でしょう。仲間が今ここにいるから自分も行くというような、接点を持つための場所として WHEREVER がある意味は大きいですね。

富永勇亮 プロデューサー/CEO

YUSUKE TOMINAGA / Producer/CEO



published_2020.09.16 / photo_yoshikuni nakagawa / text_ikuko hyodo

暮らしに溶け込む都市のアイデンティティ。

六本木の街をデザインやアートという観点で面白くするとしたら、このビルの壁面が大きいのでミューラルアート（壁画）を描いてみたいです。渋谷から来た僕たちが、六本木のちょっと高級なアートのイメージを変えたいというのもあるし、同じような建物が多いので街の風景をもっと楽しくしたい。そして自走型ロボットが街を動き回る。僕たちはインタラクティブな仕掛けが得意なので、六本木の美術館と一緒に面白いことができそうな気がします。

街の話でいうと、世界で一番好きな都市は京都です。生まれも育ちも京都ですが、外に出てみて本当に恵まれた場所なのだと気づきました。京都には 300 年続いているような会社がざらにあって、変わらないことをよしとしているから都市のアイデンティティがしっかりある。日本は特にそういう街がほかにはないですね。しかも都市のアイデンティティが、生活に浸透しているところもいい。たとえば有名な五山送り火はなぜやっているかという、お盆にそれぞれの家に帰ってきたご先祖様が、迷わずに戻っていけるように山に火を灯すんです。花火などとは違う宗教儀式といえますが、そういったものが普通に暮らしに根付いているし、都市の一大イベントにもなっている。その感覚が素敵だなと思います。

"なんでもあり" は、個人のモチベーションが大事だから。

僕の活動のモチベーションになっているのは、自分でつくった会社を辞めた経験かもしれません。大学生の時、兄たちと AID-DCC Inc. という会社を立ち上げました。そこで 14 年間働き、自分でもかなりの人を面接して、いい仲間もできたのですが、個人がより輝いて組織とのバランスがいい会社を新しくつくりたいというアイデアが浮かんで。でもその時、「14 年間命がけでやってきた会社を辞めることになるのだ」と実感したらすごくさびしくなったんですよ。だからこそ、これからは "辞める" という状態がない関係性をつくりたいと思ったんです。もちろん会社から独立して次のステージに行くという考え方もありますが、関係性のレイヤーのように、時期によって密になったり疎遠になったりしても関係性が続いているのが理想的だなと。

ベルリンにオフィスがあるのも、実を言うと積極的に決めたわけではないんです。一緒に働いていたエンジニアが、子どもが保育園にまったく入れなくて日本が嫌になったからベルリンに移住したいと言うので、だったらオフィスを出すかって、そういう経緯なんです。台北オフィスも、台湾人と結婚したニューヨークのメンバーが台北に移住するのを機につくりました。

会社が個人のわがままを聞いてあげられる組織になっていると、素敵ですよ。というのも、ベルリンに行くと自分で決めるのはモチベーションやエネルギーが想像以上にいることなので。もしそれが会社命令で「明日からベルリンに行ってください!」と一方的に言われたら「なんで!?!」って思うじゃないですか。人のモチベーションをコントロールするのはとても難しいことだけど、モチベーションのある人に会社が場所や仕事を与えるのは、それほど難しくない。だから僕はいつも「楽しめてる? 嫌じゃない?」と社員や仲間にしつこく聞いてしまうんです。嫌だと思っている人がいることが嫌なので。ふざけた社長ですよ (笑)。もちろん嫌なこと、つらいことは仕事をしていればありますよ。それでもそこに楽しみや成長できる何かがあると思えることが大切だし、やりたいと思うから乗り越えられる。いつでも個人のモチベーションが最優先なんです。

取材を終えて

優れたアウトプットとチームワークは必ずしもイコールではないものの、関わった人みんなが幸せになれるのは、やはりそれらがイコールになること。Whateverのクリエイティビティの高さは、プロデューサーである富永さんがこだわるCreative Communeありきなのだと感じました。「辞める状態のない関係性をつくりたい」と思い、積み重ねてきたレイヤー。緩やかな連携はクリエイティブの領域に限らず、今の世の中が必要としていることなのかもしれません。(text_ikuko hyodo)