

1. コラム「論点提起」:「ふるさと」や如何

8月が終わった。日本の8月は日本らしさを感じる1ヶ月でもある。「夏休み」「お盆」「夏祭り」「帰省」「お墓参り」、さらには、「花火大会」「夏の甲子園」。これら全てが「ふるさと」に繋がる。今年はこれらが全てコロナ禍のおかげでなくなった。

コロナ禍は、経済学的意味における消費と需要の同時消滅・縮小だけでなく、ふるさとを感じる「リアル体験・体感・感動」の機会も奪った。スマホによる「ビデオ通話」が日常的に使用される時代に、「オンライン帰省」「オンライン夏祭り」「オンラインお墓参り」「オンライン法要」、さらには「オンライン飲み会」で、どこまで「ふるさと」を感じられるか。リアル・バーチャルとは何か、この先、一体どういう方向に進むのか。

▼『オンライン祭り』まとめ！祭り&花火&盆踊りを自宅で楽しもう！、お祭りジャパン
https://omatsurijapan.com/blog/onlinematsuri_2020/

▼動くマインドフルネス？ 若き起業家たちはなぜ「阿波踊り」に熱狂するのか、Forbes JAPAN、2020/08/27 12:00 <https://bit.ly/32B5Wpz>

このことを考えていくと、OMO (Online Merges with Offline:オンラインとオフラインの融合) や「XR」(Extended Reality)、さらには「デジタルネイチャー」と云った概念を想起する。事実、本年10月31日に開催が予定されている「三陸花火大会」はOMO型の花火大会になるとのこと。

▼ネットの未来は、リアルとバーチャルが融合する世界。落合陽一さんインタビュー、PreBell、2017.02.16 https://prebell.so-net.ne.jp/news/pre_17021601.html

▼「三陸花火大会」10月31日に開催決定。世界初となる高画質マルチアングルLIVE配信など新しい生活様式の時代に対応した、どこでも観覧できるOMO型(オフラインとオンラインの融合)の花火大会を開催。東北株式会社 2020年7月18日 09時56分
<https://prtnews.jp/main/html/rd/p/000000032.000053207.html>

▼ビービット藤井保文さんに聞くアフターコロナのデジタル戦略論「企業に問われるオンライン体験価値の向上」 2020.07.18 <https://dime.jp/genre/940353/>

リアルな体験を超えるあるいはリアルとは異なるオンラインの体験、リアルな場では見えなかったことがオンラインでは見ることができる。質量のないデジタルデータを介して、リアル・バーチャルの融合・包摂を超え、一体化していく「デジタルネイチャー」社会の到来。

これは、新たな「視座」の到来であり、爆発的な知の創造をもたらす。しかも、オンラインの土俵(市場、社会)はグローバルであり、リアルな移動(モビリティ)を要しない。従来型の資本力が左右する産業・ビジネス、ひいては社会のあり方を一新させる可能性を秘めている。

しかし、これらは今という時空間のリアル・バーチャルが中心であるが、「ふるさと」に代表される人の「記憶」(映像、音、味等)という時空を超えた世界はどういうことになるのだろうか。「ふるさと」は実は大いなる課題なのではないだろうか。