

2024年2月8日
株式会社 WE

プレスリリース

アートコレクティブ WE（代表 高松聡）は Axiom Space（米国ヒューストン）との重要なマイルストーンを発表します。

アートコレクティブ WE（代表 高松聡）は「宇宙から地球を見る体験」をすべての人に共有するために、軌道上に長期滞在（30日）を行い人間の視覚認識限界に迫る超高解像度の地球撮影を写真、動画、360度 VR 動画で実施する予定です。WE は本年1月、米国ヒューストンの Axiom Space 社と長期滞在宇宙飛行の座席予約契約を完了しました。

WE 代表の高松は第一回目の Axiom Space への支払いを完了し、今後世界中の個人、ブランド、財団等に協賛を依頼し必要経費のファンドレイジングを行います。

Axiom Space の Chief Revenue Officer である Tejpaul Bhatia は Axiom Space が将来のミッションで高松聡と協力することを楽しみにしていると述べました。「この契約を最初の基礎として、我々は協力して、すべての人の利益のために軌道上で画像撮影に特化した商業的宇宙飛行士活動をサポートする包括的なミッション計画を構築していく」。



国家宇宙機関が行う宇宙プロジェクトではなく「私達の、私達による、私達のための宇宙プロジェクト」である本ミッションを WE と名付け、また本ミッションを推進するコミュニティの名称も WE とすることにしました。

宇宙から地球を見ると「オーバービューエフェクト」と呼ばれる体験、マインドシフトが多く宇宙飛行士に起きると言われています。その体験は様々ですが、多くの宇宙飛行士が薄い大気に守られた脆い地球を見ることで地球の環境問題、サステナビリティの重要性を直感的に感じると言われています。また一つの惑星で国家間の戦争が続いている現実を宇宙から考え、戦争のない地球を強く希求するとも言われています。

したがって「宇宙から地球を見る体験を地上で再現する」WE のミッションは「地球のサステナビリティへの覚醒」と「戦争のない地球を希求するムーブメントを形成する」ことと言えます。WE は World Environment、War Ends の頭文字でもあります。地球環境を守りたい、地球から戦争を無くしたい、この2つのメッセージに共感してくれる方がアートコレクティブ WE のメンバーであると考えています。

宇宙に行かなくてもオーバービューエフェクトを起こすには限りなくリアルな「宇宙から地球を見る体験」を再現する必要があります。つまり人間の視覚能力の限界に挑戦する撮影と上映が必要です。

撮影には複数台の高性能カメラをスタックして同時運用し、静止画3億画素、動画24K、VRではHMD（ヘッドマウントディスプレイ）で60PPD(PPD Pixel per degree 画角一度あたりのピクセル数)を超える360度動画再生を実現する撮影を行います。さらに後処理でマシンラーニングさせたAI超解像を行い、出力としては静止画6億画素、動画48Kをターゲットとしています。

WE 代表の高松は2002年の日韓ワールドカップで世界初のFIFAパブリックビューイングを国立競技場で実現した経験から「非常に多くの人が見たいと思っている貴重なコンテンツは限定的な人数の方しか体験できない。そこで限りなくリアルなバーチャル体験を多くの方に提供することに大きな意味がある」と確信しました。今回のプロジェクトは「宇宙から地球を見る体験のパブリックビューイング」とも言えます。

また高松は世界初の宇宙ロケCMを2001年、ポカリスエットで実現し、2005年には日清カップヌードル「NO BOREDR」で平和を希求する2年間のキャンペーンを行いました。その国際宇宙ステーションでのCM撮影経験と、2015年にロシア星の街で8

ヶ月間行った宇宙飛行士訓練、その後の写真家・アーティストとしての経験を統合して今回の宇宙プロジェクト WE を推進します。

またこの度、デロイト トーマツ グループのデロイト トーマツ ファイナンシャルアドバイザー合同会社 (DTFA) (東京都千代田区、代表執行役社長：福島和宏) がプロジェクト推進プロフェッショナルパートナー／オフィシャルスポンサーとして、協賛や技術提供を行う民間のパートナー企業や団体と共に、プロジェクト全体の推進をサポートして頂くこととなりました。

本プロジェクトでは、その実現に向けて様々な専門領域における検討が必須であり、デロイト トーマツ が有する、財務・会計、税務、リスクなどのプロフェッショナルサービスに加え、宇宙、テクノロジー、生命科学などのビジネス分野の知見を活用させていただきます。

デロイト トーマツ ファイナンシャルアドバイザー合同会社
執行役 Deputy CSIO パートナー 伊東 真史氏コメント

DTFA が本プロジェクトに参画するのは、このプロジェクトが持つ意義そのものに強く共感したからです。当社はこれまで様々な企業課題、社会課題の解決を支援してまいりましたが、近年その肥大化・複雑化を感じております。このような状況だからこそ、我々は強い意思を持って、「平和」や「サステナビリティ」を希求することが必要だと思っています。高松聡氏とのパートナーシップのもと、その意義に賛同いただける数多くの民間企業、学術機関、専門機関、個人の方々などと連携し、プロジェクトを実現させてまいります。平和を前提として我々の幸福を語り、サステナビリティを単なる地球環境の延命措置とせず、人類のサステナビリティと捉え、月や火星といった次の宇宙開発に向かっていく、そのような未来を皆で創り出していきます。

WE 代表 高松聡コメント

これまで宇宙から地球を見た人間は約 600 人の各国の宇宙飛行士と僅かな数の宇宙旅行者のみである。漆黒の空間に浮かび、ゆっくりと回転する奇跡の青い惑星。

「地球という惑星を見る」ことで人の心は大きく変化する。
国籍、民族、文化、宗教を超えて「地球人」として覚醒する。

今日まで何百万枚という地球の写真が撮影されてきたが、心を震わせる写真は多くない。宇宙飛行士の視覚体験を精緻にキャプチャーし、地上で再現しようというミッションが今まで計画されなかったからだ。撮影は「再現」目的ではなく「記録」目的であった。

いま宇宙新時代が訪れるという機運に世界は湧いている。宇宙利用は急速に進む。10年後には民間人600人が宇宙を体験しているかもしれない。しかし、それは宇宙飛行士600人に超富裕層が600人加わるだけではないだろうか。素晴らしいことだが、それで「地球人の意識」が大きく変わるだろうか。

子供たちに「目を輝かせる夢」を与えられるだろうか。民間人と民間企業が協力して宇宙に行くのならば、政府や宇宙機関が注力してこなかった領域のテクノロジーで「宇宙から地球を見る」という夢を社会に還元するべきではないか。

「宇宙から地球を見る」ことで私達のホームプラネットを次世代に美しいまま残したいという思いが心に広がる。サステナビリティの本を読むことで、その重要性を理解することはできるが、地球という生命体を直感的に捉えることは難しい。「見る」ことで初めて地球を感じ、地球の未来を考えることができるのではないだろうか。本プロジェクトは映像体験によるサステナビリティの啓蒙プロジェクトでもある。そして私達の故郷である地球で戦争が無くなることを強く希求する平和プロジェクトでもある。

轟音を響かせ上昇するロケットで宇宙に行くという冒険は当分の間限られた人にしか体験できない。しかし、宇宙から地球を見る視覚体験は共有できる。

このプロジェクトは「宇宙から見る地球の視覚体験をキャプチャーし地上で再現する」という単一ミッションを持った宇宙飛行士によって実現可能となる。宇宙旅行者でもなく、NASA Astronautでも JAXA Astronautでもない。宇宙体験をすべての人と共有するミッションを遂行する WE Astronaut として活動したい。それが私にできる最大の社会貢献であり、最大の夢である。このプロジェクトが成功したならば、宇宙活動のフロンティア全てに同水準以上の撮影装置を設置し、有人・無人の撮影を行うことを計画したい。月へ、火星へ、太陽系の外へ。私達の宇宙視覚体験は広がっていくのだ。

WE 代表 高松 聡【WE 代表 高松聡プロフィール】

アーティスト・写真家 1963年生まれ。筑波大学基礎工学類を卒業後、株式会社電通に入社。05年クリエイティブエージェンシーGROUNDを設立し、代表取締役兼クリエイティブディレクターとして数多くのブランドを担当。カンヌ広告祭など国際広告賞で数多くのグランプリや金賞を受賞し、審査員、審査委員長を歴任。世界初のFIFA公認パブリックビューイングを2002年国立競技場で実現。また世界初の宇宙ロケCMの撮影を2001年にポカリスエットで実現。2回目の宇宙ロケCMでは「反戦」をテーマとしたカップヌードル「NO BORDER」を、さらに「地球のサステナビリティ」「未来の管理社会」をテーマにしたカップヌードル「FREEDOM」などを手掛け、広告作品でありながら社会性の強いキャンペーンを提示し続けた。2015年広告業界を離れ、ロシア「星の街」で8カ月に及ぶ宇宙飛行士訓練を終了。株式会社SPACE FILMS代表、写真家・アーティストとして活動する。2014年東京都現代美術館 「ミッション [宇宙×芸術]-コスモロジーを超えて」に出展。2020年個展「FAILURE」。2024年アートコレクティブWEを設立。