

2.1.3 ビジネスの展開事例

大都市を中心に、ストレス・マネジメント事業関連で、バイオミュージックやバイオフィードバックの要素を中心にしたビジネスが発芽している。それらの多くは映像や香りなど他の幾つかの要素を合わせ持っている。以下はその取材内容である。

事例1 リラクティブクラブ・マザー（パイオニア（株）の例）

パイオニア(株)は、前節で取り上げた RELACTIVE - 1 を使用した会員制の「リラクティブクラブ・マザー」を平成3年の10月に東京の南青山に開業している。図2.1.9のように12個の RELACTIVE - 1 が設置され、そこに静かに横たわりヘッドセンサーを付けて音楽を聴き、体感する。メニューは下記の7種があり18分コースと30分コースがある。香りもレモン、ローズなど3種類が用意されている。

- | | |
|------------|-------------------|
| 1. ピアノ中心 | 4. 自然音 - 波 |
| 2. ギター中心 | 5. 自然音 - せせらぎ |
| 3. シンセサイザー | 6. 自然音 - 波 + 音楽 |
| | 7. 自然音 - せせらぎ + 音 |

“7. 自然音 - せせらぎ + 音楽”で18分コースを体験してみると、「頭がひと風呂浴びた」ような感覚になりかなり気持ちが良い。そのような感覚は2~3時間持続した。体験中の脳波、皮膚温度などはコミュニケーションルームのモニターで確認できる。実際に波が顕在化し皮膚温度が上昇していく様が確認できた。

パイオニアサイドの話では、9割方がストレスマネジメントという観点で興味を示し、労働省や厚生省も快適な職場ということで興味を持っているという。マザーはその体験場も兼ねている。既に昼夜のリズムが不規則な運送業にたずさわる運転手などには導入されている。(帝都タクシー、S-LINEなど)

結局のところ、RELACTIVE - 1 は“ストレスに対する考え方を売る”というスタンスであり、脳と心のジョギングみたいなものという捉え方をしている。そして、ストレスが社会から低減することは考えられず、将来的にはビジネスとして発展するだろうと捉えている。

現在は東邦大学の心療内科と協力し、軽い心身症の方々から協力を得て研究している。軽い心身症の方々が一リラックスすれば健常者にも効くであろうという観点である。しかし、音楽は個人の好みがあり何を聴いたらよいかで何時も困るという。

個人の入会金は1万円、月会費も1万円である。

近畿日本ツーリストが最近始めた企画であるストレス解消頭スッキリ“リラックス”ツアーにもマザーでの18分間の体験コースが組み込まれ、30代から40代の女性の参加が多いという。

一方、マザーに似た施設であるが東京・六本木にシンクロ・エナジャイザーを中心に設置した「ブレイン・マインド・ジム・PSY」があった。開店4~5年で延べ3500名の会員を擁し、日本におけるリラクゼーションビジネスを成功させたかに見えたが、平成4年の秋に閉

鎖された。このジムを運営しているエムエムインターナショナルによれば現在再編成中であるという。

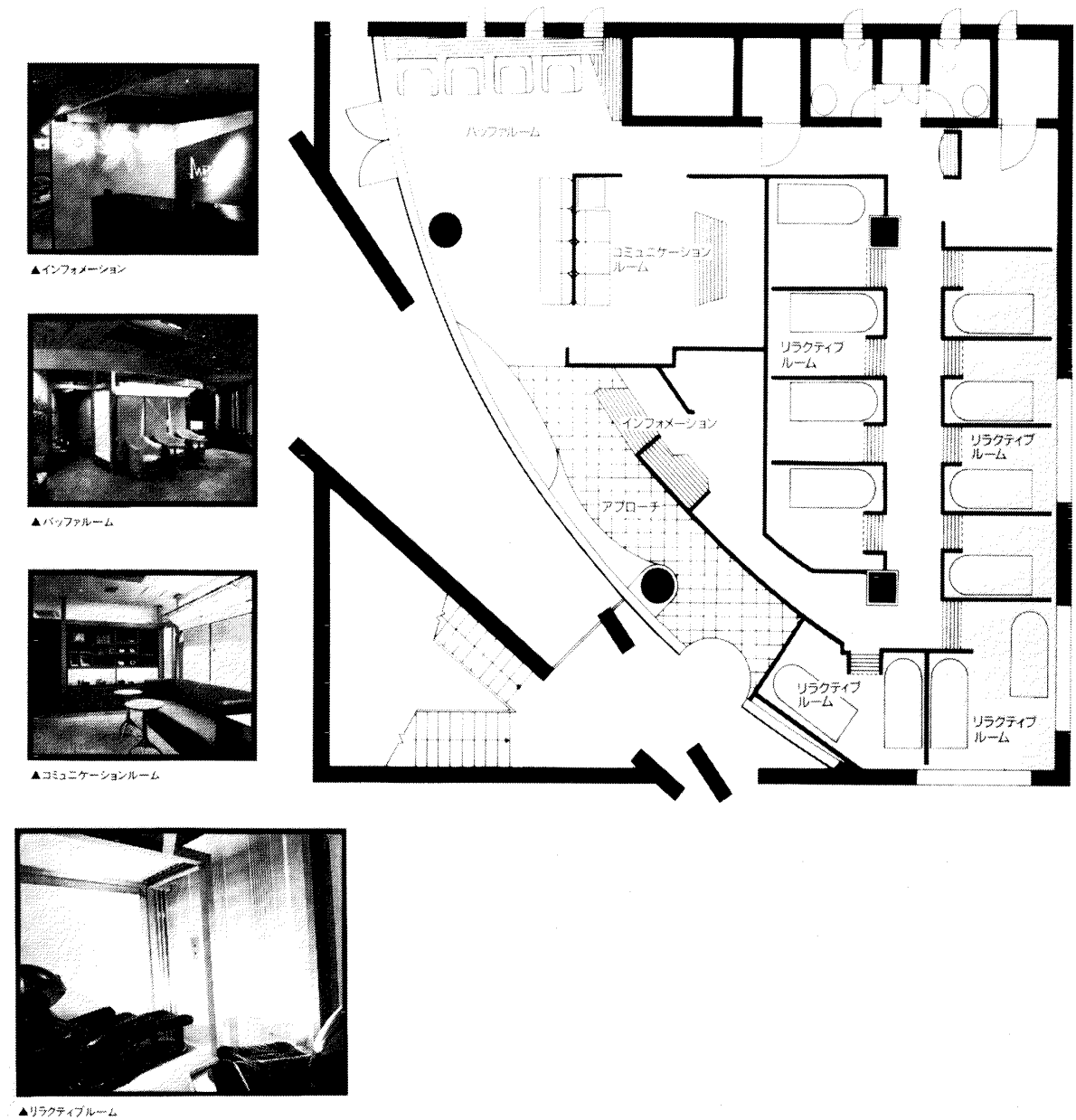


図 2.1.9 リラクティブクラブ・マザーの内部¹⁰⁾

事例 2 サイビック (エニアック・インターナショナルの例)

京都のベンチャー企業であるエニアック・インターナショナルは、CG (コンピュータグラフィックス) による幻想的な映像、バイノーラル立体音響、体感振動を組み合わせた特殊空間「サイビック」を開発している。音と映像はオリジナルでありストーリー性を持たないようにして超現実的な雰囲気を出している。プログラムは 15~20 分位で 4 分程度毎に雰囲気を変えて

いく。利用者は振動をプログラミングした専用の椅子に座り、体感振動を受けながら映像と音響の世界に浸ると瞑想・安静効果が引き起こされる。

100～200人に及ぶ体験者の意見は「覚醒と睡眠の間の中間的な感じでおもしろい」「意識して見ていると映像に意味がなく気が付いたときには終わっていた」という意見に二分される傾向にあり、一般には映像刺激が入ると波が弱くなるがこのシステムではそれはなかったという。ただ、人体への作用要素が沢山あるので何が効果を及ぼしているのか判然とはしていない。

又、バブル経済が崩壊して、このような実験的なシステムに金を掛けたがらない経済状況でもあるという。

何れにしても、システムとしては音、映像、体感を駆使して非日常空間を作り上げた特徴あるものになっている。「サイビック」の小形システムを次に取り上げた南青山のサイテック(株)に納入している。

事例3 APIS(サイテック(株)の例)

南青山のサイテック(株)はAPISというリラクゼーションシステムを開発している。ウイドー総合研究所会長の大道哲生氏は米国で研さんを積んだ心理学の知識をもとに、この対話型のシステムを構築している。

システムのステップとして、第1段階で利用者はCGを駆使した心理テストを受ける。その内容はロールシャハ的な画像や抽象的な画像の動きを見せた後、気になった数字、色などを答えさせるものである。それによって生まれつきの性格、後天的な性格、ストレスの種類などを判断する。第2段階ではその結果から最適な映像、音楽、体感のプログラムを選んで利用者に提供する。プログラムは数多くのテストデータをもとに割り出して製作されている。事例2で取り上げた「サイビック」のプログラムも大道氏の指導のもとで作ったものという。

大道氏によれば、現在のリラクゼーションシステムの殆どが、効果の程が明確でなくモードが先行した事業展開になっているが、APISは心理学及びテストデータをもとに開発された着実性のある内容という。ゲーム感覚でインタラクティブに楽しんでいる内にストレスが解消されるようなシステムも開発中とのことである。又、APISをマンションの三帖間程の空間に設置し、テレビゲームなども楽しむ空間とするアイデアが大手ゼネコンから持ち込まれているという。

ここに設置された「サイビック」は、六帖程の部屋に100インチ程のビデオプロジェクタ・スクリーン、油圧で上下に動いたり前後に傾くボディソニックの椅子、ヘッドホンから構成されている。ヘッドホンから幻想的な立体音響が鳴り、椅子から体感振動が伝わり、抽象的なCG映像や滝に打たれたり山を飛行するシーンに応じて椅子が動いて臨場感を盛り上げる。

実際に体験してみると「覚醒と睡眠の間の中間的な感じ」という事例2に記した体験者談に近い感じを受けた。

大道氏の長年の心理学における造詣と多くのテストを繰返して得たデータをもとに構築したシステムは、聴覚・視覚・体感を総合的に刺激してリラクゼーションに結びつけようとするものであり興味深いものがある。

事例4 瞑想ロボット（ミサワホーム総合研究所の例）

ミサワホーム総合研究所のホームロボット開発室は東京ガスと共同で瞑想ロボットを開発した。ロボットといっても10平方メートル程のカプセル状の部屋で、スクリーンに山のコースや海のコースといった環境ビデオを選んで映し、映像に合わせて音楽と天井のライティングを制御する。

最初画面には山や森がでてきて小鳥がさえずる。そして段々暗くなり呼吸を整えるような表示に変わってくる。頭部に取り付けたセンサーが波を検出すると、座っている椅子が上って来て浮遊体験もできる仕掛けになっている。ゲーム感覚で楽しんでもらうことを狙っており、グッドリビングショー'92に出品したところ評判は良かったという。

ホームロボット開発室はこの他に健康チェックロボ、パーティーロボ、カウチロボ、AVロボット、グルメロボといろいろな生活を楽しむロボットを開発している。

ロボット開発室長の広藤明人氏によれば、こういった機器は外国からの見学者や社長クラスの人が興味を示すという。バブル経済が崩壊して研究自体は経済的にやりにくくなっているが、生活を楽しむ機器は「モノよりも心の時代」というスタンスで将来重要視されるようになって見ている。¹¹⁾

ミサワ総合研究所は“住まいと人”という切口から快適な住空間を構成する要素のひとつとして音に着目し、1986年頃から環境音楽にも取り組み、ミサワレーベルでCDをリリースしていることも追記しておく。

事例5 快眠スタジオ（ロフター（株）の例）

寝装品製造卸のロフター（株）は、東京の日本橋にリラクゼーション環境シミュレータ<快眠スタジオ>を設置している。その内部を図2.1.10に示す。

このシステムは文部省放送教育開発センターの大橋力教授の「人の耳に聞こえない高周波音に聞き手の心地良さを高める効果がある」とする研究成果を利用している。（第3章の3.1.3を参照）



図2.1.10 快眠スタジオの内部¹²⁾

ブルガリアの民族合唱とインドネシアのガムランのような高周波音が含まれているという民族音楽や密林内の音を収録してシンセサイザーの音をバックに流すとともに、ビデオプロジェクタの映像を映す。ここで使用されているスピーカは最高 100KHz まで再生が可能でありパイオニア（株）が開発したものである。

又、スタジオの内壁面は木のタイルの凹凸で覆われている。これは 1/f ゆらぎ（第 3 章の 3.2.1 を参照）を凹凸で現わしたとのことで、東京理科大学教授の武者利光氏の設計による。森林や高原に似た香りの空調装置も設置されている。

我々が視聴したものは、音楽はガムランを主体にしたもので、映像はバリ鳥の日の出から日の入までの日常生活や自然を収録したものである。ロフターが開発したリクライニングチェア“リラス”にもたれ、20 分ゆっくりと過ごす。音楽やスタジオの雰囲気は大変良いが、やはりビデオプロジェクタの映像では不鮮明の感がある。ハイビジョン等の導入によりさらに雰囲気は良くなるであろう。

事例 6 インナークエスト（（株）ダブルアイティの例）

（株）ダブルアイティ（東京）は米国で開発された図 2.1.11 に示す「インナークエスト」というリラクゼーション・ツールを販売している。

ヘッドホンから出るパルス音に連動してサングラス状のゴーグルに埋めこんだ発光ダイオードが点滅し、脳波のバランスを整えてリフレッシュさせるものである。光とパルス音の周波数やパターン変化のプログラム数の違いにより 1 セット 29,800 円と 70,000 円のものがある。

短時間の体験ではその効果の程は判然とはしないが、「リラクティブクラブ・マザー」で経験したシステムの簡易型といった印象である。

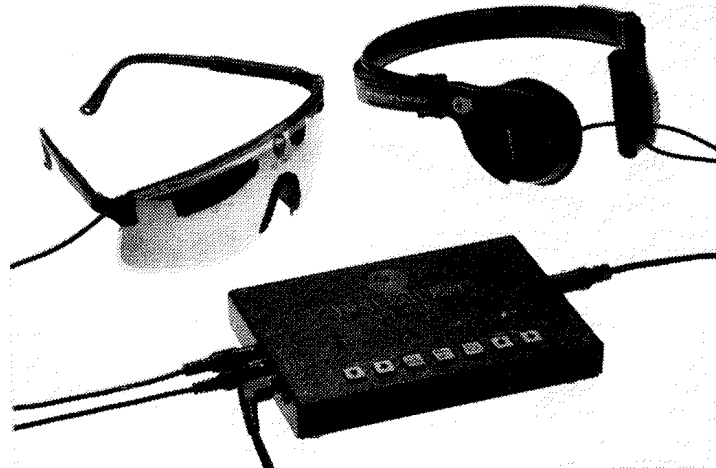


図 2.1.11 インナークエスト¹³⁾

以上のように“瞑想産業”はストレス解消を旗印に種々雑多のものが現れている。しかし、既述したように 波増強が心身にとって良いことかどうか結論づけられないのが現状である。又、光の点滅によりごくまれではあるが、けいれん発作を誘発することがあることも指摘されている。このような現状を踏まえ、この分野が今後どのように展開されていくか興味深いことではある。