

世界初、動画による伝達ツール開発物語(上)

日本から、コミュニケーションの新時代を切り開く

北九州市で、印刷会社を継いだ娘が動画制作ソフトの創造に挑戦している。進取の気性と先進性にあふれた父の後を継ぎ、時代の変化に合わせて、コミュニケーションのツールを、印刷物から動画に変えるチャレンジである。自分の信念を実現すべく、世界初の商品を開発。ただ、真新しい商品の人々に理解してもらうことは難しい。信念を貫き、グーグルやフェイスブックを超える企業となり、社会を大きく変えるために挑戦を続けている。全国どこにいても、世界的な商品を開発できる時代は到来している。

(「地方で稼ごう」コーディネーター 松藤保孝・関西学院大経営戦略研究科教授)

1. 父の創業の精神を学び、第二創業に挑む

独自のAI(人工知能)技術で、どなたでも簡単・迅速に番組をつくって配信できたり、双方向のコミュニケーションを実現できたりするツールを世界で唯一開発し販売している会社をご存じでしょうか? それが私の会社「BOND」です。言語や画像から人の感情を解析し、その感情に合わせて自動的に、アニメキャラが表情やしぐさを自在に変えます。言葉を読み取らせるだけで、簡単に動画の総合演出ができます。

言語や画像が入力されると、キャラクターがおしゃべりしながら自動的に動きだす動画番組があ

つという間に仕上がります(このキャラクターを「スマートアバター®」と呼んでいます)。単に入力された文章を話すのではなく、伝えたい「感情」を、スマートアバター®のセリフ・動作・しぐさ・表情を使い、効果・演出にリンクさせて、人々とコミュニケーションします。

BONDは北九州市にある従業員数名の有限会社で、戦後独学で印刷会社を起業した父の死後、廃業寸前の中にもかかわらず、自己資金だけを頼りに革新的製品の開発・事業に挑んでいます。

私の父古川章は、戦前祖父が中国・旅順(遼寧省大連市)で起業した造船所を継ぐ予定で造船工学を学んだ後、紆余曲折を経て、「情報産業に不

古川ひろ美
有限会社BOND代表取締役
ふるかわ・ひろみ 北九州市出身。
九州産業大芸術学部卒業後、父親が1950年に創業した古川印刷工芸社に入社。2006年に社名をBONDに改名し代表取締役に就任。AIを組み込んだソフトウエアメーカーとして生まれ変わらせる。米国の情報産業規模を超える企業への成長と社会への貢献を目指す。会社ホームページ <http://f-bond.co.jp>

景気はない」と見極め、1950年印刷所を創業しました。活版手法が主流だった当時の印刷業界で、オフセット印刷という新技術の開発に挑み、全国のメーカーから技術者を呼び、現在では当たり前の技術を実現しました。

しかし、2000年になると、米国発ベンチャーたちによって伝え方が急速に変わり、新たな市場が誕生しました。分らないことがあれば、いつでもどこでも即、インターネット上の情報を検索できます。「動画で伝える」コミュニケーションも一般的になり始めました。そのような背景の中で、多くの印刷会社が倒産に追い込まれていったのです。

その頃、私は、通信環境や動画をストレスなく視聴できるデバイスの発展で、これからは紙媒体が中心ではなく、動画広告や動画によるコミュニケーションが一般的になり、そこから新たな「伝える事業」のチャンスが生まれると予測しました。私は、「紙で伝える」から「動画で伝える」へ「伝えるツール」のメーカーとして第二創業し、父が造船技師から転身して印刷会社を成功させたように、印刷会社のデザイナーから転身して社名をBONDに絆に変更し、伝達ツールのソフトウェアのメーカーへと発展させました。

私は、次のような時代を実現したいという思いから、勇気を出して、挑戦を続けています。

- (1)文字や画像を基に「紙で伝える」から「動画で伝える」を万人に開放する。
- (2)愛らしいキャラクターが人に代わって24時間寄り添い、対話役を務め、生活を支援する時代をつくる。
- (3)体にハンディがある人、コミュニケーションが上手でない人にツールを開放し、皆平等に社会で活躍できる時代をつくる(スターを誕生させる)。
- (4)漫画家や創作者の方々と共創し、印刷業界やものづくり業界の経済再生を図る。

2. 分かってもらひんどの難しさを

米国特許権取得へのこだわり

私は新たな信頼と新たな市場を創出するため、

また、期待し支えていただいている多くの方々に応えるためにも、情報産業のトップリーダーである企業がひしめく米国の特許権を取得することこだわってきました。

顧問弁理士から、権利の取得は一部だけにしてコストを掛けられないのが常道と助言されましたが妥協せず、米国の審査官にBONDの発想(日本の言葉に関わる伝達文化)を理解してもらうよう何度も努め、その本質を踏まえた審査をするよう求めました。海外を含めて特許権を取得するには少なくとも数百万円の費用が必要となり、精神的にも大変負担が大きくなりました。文字や画像を感じ、スマートフォンが感情・感性豊かに伝えるという発想は、私には理解が簡単に思えるのですが、なかなか他のの方々、ましてや文化的背景が異なる外国の方々に共有していただくのは難しいようです。

私は、逆に、米国の審査官に伝わらない概念こそが日本のチャンスであると考え、妥協することなく、貫き続けました。

1990年代に基本的なアイデア



創業当初の古川印刷工芸社(後のBOND)、右が創業者の古川章氏

を形にしました。しかし、このコミュニケーションツールが日本の方々に支持されるようになるまでも、長い年月と多くの苦難が続きました。今まで存在していない概念や道具について理解していただき、使いたいと思っていたら、実際に使っていたら、本当に難しいです。それでも、進取の精神で挑み、坂の上の雲を望む方が、私が生まれ落ちた意味を感じ取れるのです。

しかし、いざ新製品の販路拡大に努めると、番組制作・配信による効果の重要性に気付く人はいても、番組の制作そのものを広く万人ができるようにする重要性に着目する人は少ないように思いました。番組の制作は、専門家集団が行うのが一般的で、それが万人に開放できるとは考えもしないのでしょうか。私は、この新しいアイデアの価値を理解し、その使い途や新たな価値をさらに創造してくれる「企業の侍」に絶対に出会えると信じ、不屈の精神を堅持しました。

その理由は

(1)父(創業者)は、論理と道理を重視して、先陣に立つ「大将」であり「社長」とは呼ばせなかった。その父と、それを懸命に支えた母の姿、職人たちが父を慕う姿には双方の愛があった。父の進取の精神、それを支える母、従業員に、社会に、報い続けたい。そのバトンを今、私が持っている。

(2)私は、地球規模、自然規模を手本に創造するのが好き。言葉は異なっても、人間の普遍的な感情は世界に共通している。言葉を普遍的な感情で

補うことで、世界中のコミュニケーションシヨンギャップを補うことができる。

(3)問題を強みに変えそれを貫く力、そして笑顔をいつも大切にしていく。例えば社内では、社員を包み込む心配り、温かさや強みに。社外では、感謝・敬意を忘れず、絆を大事に。何気ないことではあるけれど、それを貫くことは至難。

諦めず頑張った
かにもあり、「番組制作・配信・双方向」が専門家から開放される瞬間は、日々近づいていると感じます。BONDが開発したソフトウェアは、世界中の人々のコミュニケーションギャップを補うものとして注目され始めています。

3. 他国にない製品(概念)



音声対話技術×BONDによる新UI



多言語案内板

BONDのアイデアは、ユーザーの指示が入力されると、その指示の本質が伝わるよう、スマートフォンが表情やしぐさをつけたり、ライティングやカメラワークなどの総合的な演出も行うもので、指示の本質を踏まえて、それを超える番組化を実現します。しかしながら、米国の審査官は「BONDのアイデアは単に、ユーザーの意図通りにキャラクターを動作させるものと同じであって、アニメーション作製などで一般的に使用されており、新しさが無い」と主張しました。米国の審査官に「ユーザーの指示通りではなく、ユーザーの指示を超える動画であること、さらにユーザーの意図が正確に聞き手に伝わることは、キャラクターの動作だけでなく、ライティングやカメラワークなどを含めた総合的な演出により可能となることを伝えることが困難でした。米国の審査官は「一部では権利を認める」としていたので、顧問弁護士からも審査官の意見に従うのが通常だと助言されました。

しかし私は、審査官の誤解を前提に特許権が取得できても、その前提が誤っていれば意味を持たないと考え、最後まで諦めませんでした。米国の現地代理人に直接連絡を取るなどして、弊社製品を直接見ってもらうなど、理解を深めました。米国の審査官とは基本的には文書でのやりとりなので、このツールの新規性・画期性を説明することは、本当に大変なことでした。しかし、悩み続けるうちに、弊社と米国審査官とは、そもそも「伝

える文化」が異なっているのではないかと気付きました。そして、日本と米国の文化的な違いを前提に議論を重ね、自分たちの製品への理解を違う角度から深めていくことができました。そして見事、弊社は米国の特許権を取得することができたのです。米国においても、これでスタートラインに立つ準備ができたということになります。

4. 紙で伝える印刷会社から

動画で伝えるツールのメーカーへ

(1)「スマートアバター」®「開発の経緯

人間のコミュニケーションは、言葉だけではなく、身振り手振りといったしぐさ、目や口などの表情、さらには背景となる場所やそのときに聞こえる音によって成り立っています。

スマートアバター®シリーズは、紙から動画へ、動画から人工知能へと、人間のコミュニケーションをより良いものにしたという気持ちから開発したものです。ここでいう人間とは、世界中のあらゆる人のことなのです。老若男女を問わずコミュニケーションは誰もがスムーズにできるとは限りません。肉体的ハンディ、性格、相手との関係、性別、そうしたものがあつて、上手くコミュニケーションができず悩みを持つ人が大多数のではありません。

私の父は博学な人で、禅の心も重んじていました。ですから、いつも「きょう一日、雪のように心清く。きょう一日、月のように心高く。きょう

一日、雪のように心美しく」と申しておりました。自然を愛した人であり、「雪月花」の美しさは普遍的なものだからでしょうか。

私も、地方都市で生まれ育ち、「雪月花」を感覚に取り込みながら、心清く・心高く・心美しくあろうと努力しました。世界中の人々が、分りやすく印象に残りやすい動画情報で伝え合っている、皆平等にコミュニケーションできることにより、「欲しい情報やデータに過不足がなくなるかもしれない」「情報の出し手の意図や受け手の理解の差がなくなるかもしれない」。こうした「かもしれない」が、いつしか「絶対にそうなる！」。「そのような時代を自分で切り開く！」という信念に変わり、常に変化する時代の中で、これからの「伝える」は何が重要になってくるのか、どのような絆とつながり拡張していくのかなど、今後インターネットに人々が集まることを前提に、技術者を巻き込みながらアイデアを突き進めてぶつかり合ってきました。

大抵の技術的な課題は、私のアイデアで解決できたため、技術者が私のようなデザイナーの意見でも尊重してくれるようになりました。一人のデザイナーが人の感情にこだわり、感情類型データベースの開発に挑み、おもてなしのコミュニケーションギャップの課題解決の糸口を見出そうと奮闘することで、巻き込まれていく技術者は開発のモチベーションが上がります。その結果、見事「情報技術×人の感情×Kawaii(表情・しぐさ・

演出)」を掛け合わせた「人の心を掴む」動画によるコミュニケーションツール Smartavatar® (スマートアバター) シリーズが誕生したのです。

(2) 動画コミュニケーションを万人に開放

その創造と試行錯誤は続きます。このソフトウェアは、言語に宿る感情を分析するところが大変難しく、地元高専の先生や多くの専門家の方々のご協力を頂いています。私にとって、表情やしぐさなど普段の人間観察がとても重要ですが、中小企業の喜怒哀楽の分かりやすい世界にいることは、それを学ぶために役立つものかもしれません。今もなお、開発過程ではデザイナーが主導であることを常に求め、感情の分析の仕方とその言語とのひも付けの性能を高めています。お手本もない中で、従業員数名の零細企業では困難を極めました。社内の課題や問題をいち早くつかみ、方向性を決めることが私の力量で、相談力や共感力の高い従業員を思いつきり褒めています。自身も、課題や問題にぶつかると、即行動し、相談、人から人を尋ね続けています。気付けば「七転び八起き」になっているのです。今、この通過点にいられるのも、巻き込まれたことに気付きながらも笑顔でご支援助けださる皆さまのおかげです。

(3) 九州から全国へ、そして世界へ

今まで、動画コンテンツは、情報量・発信力が高いにもかかわらず、専門家が独占していた市場です。番組制作も専門的知識のある人が、時間をかけなければできません。しかし、私たちの発明

により、動画コンテンツは、事前学習なく万人が簡単・迅速につくれ、発信することができます。リアルタイムですから、相手からの反応に応じてコンテンツを繰り返し作製し、双方向のコミュニケーションも実現できます。利用者のアイデア次第で、動画によるコミュニケーションのビジネスモデルは無限です。特に、ホームページなどWEB上への掲載などにより動画広告に大きなインパクトがあるのはもちろん、コミュニケーション弱者(ハンディのある人、英語のできない人、シャイな人など)を助けるという社会インフラの側面も持っています。ですから、世界中の各所に新事業を生み出せるチャンスがあるのです(47カ国語機械翻訳連携・多言語文字表示)。

弊社の製品は、これまで世の中になかっただけに、その価値を理解いただくのに時間がかかりました。また、銀行評価は高いのに、リサーチ会社の評価は低く大手と取引ができなかったり、大企業技術者の評価は良いのに経営陣が新しいことをしたがらなかつたり、お客さまや国民のためではない行動を目的にしたりします。この製品が、世界中の人々のコミュニケーションにも影響することや、普遍性を持つていることが理解されないなど、受け入れられるには課題も多く、引き続きBONDの大きなチャレンジとなっています。

今回は、開発の詳しい内容と、商品の価値を分かっていたりするための取り組みについて、お話しさせていただきます。