

## エンターテインメントの最前線は、宇宙へ

日本テレビ放送網株式会社 社長室宇宙ビジネス事務局長 加藤 友規

東京大学大学院工学系研究科 教授 中須賀 真一

株式会社バスキュール 代表取締役 朴 正義

宇宙航空研究開発機構(JAXA) 第一宇宙技術部門 地球観測プログラム戦略室 参事  
村木 祐介

日本テレビ 宇宙アナウンサー 辻岡 義堂

### 会議概要

本セッションは「宇宙×エンタメ」の最新動向を、技術と体験／共感とライフスタイル／ビジネスとエコシステム／日本から世界へ、の4軸で進捗共有・課題整理・次アクション合意を行い、各プロジェクトの連携強化と文化醸成に向けた方向性を確認した。

### 技術と体験

#### ● KIBO 宇宙放送局(バスキュール)

現状と実績:

- 2020年開始、ISS「きぼう」スタジオの有償利用で10回超の番組・ライブを実施し、宇宙エンタメの代表的ユースケースを確立。
- 既存IP(例:ピカチュウ、ドラえもん等)や国内大型イベント(大阪・関西万博)と連携し、宇宙からの中継×AR×デジタルツインで新規体験を提供。
- 年中行事化の狙いとして「宇宙の初日の出」など、毎年の宇宙接続イベントを提案。市場創出の起点とする。

技術 R&D:

- TDRS での連続中継を活用しつつ、静止衛星(ひまわり)映像の11K合成、可視光／赤外のシームレス接続、昼夜遷移や積乱雲の発達の見え方の可視化に挑戦中。
- ひまわりに加え GOES、Meteosat の統合で「地球一周」の雲・海流などグローバル動態の高精細可視化を目指す。
- AI での「見どころ」自動抽出(プランクトン群発色、台風の急発達等)や、報道向け時系列ダイジェスト自動生成の可能性を検討。

体験価値:

- 子どもから大人までの直感的学習・没入・癒やし効果を確認。天気予報枠での活用は、日常的に宇宙を感じる導線として有望。

- 超高臨場体験の事例
  - ラスベガス Sphere における ISS から見た 16K 地球映像の大規模没入体験は、世界水準での宇宙体験需要を証明。トップエンタメと同土俵で競争・協業する戦略の重要性を確認。

## 共感とライフスタイル

- CONSEO/JAXA のアウトリーチ  
取り組み：
  - 油井宇宙飛行士をアンバサダーに、宇宙写真と衛星データを掛け合わせて「人間の感性×データ」で地球を味わうコンテンツを展開(Web、3D 地図「アースダイアリー」)。
  - 高校向け授業(入門講義／直感体験／自分ごと化／味わい方)を実施し、興味喚起・視点拡張・感性育成・データリテラシー統合の効果を確認(2/11 の交流イベントは油井宇宙飛行士の早期帰還により延期)。

学校教育との接続：

- 教科書・授業でのリモセン画像活用を提唱(地理の気候帯や日食、至点・分点の実写可視化など)。理科に限らず、国語(短歌)・道徳・探究学習への横断展開を構想。
- 日本テレビの宇宙を身近に感じる取組
  - 汐留サマースクール
  - 3年継続、直近は2日間で4万人超動員。多様な「好き」の体験群に宇宙を混ぜ込む設計で、非宇宙層に自然接触を実現。
  - 次回は7月に第4弾を予定、出展企業を広く募集。

## ビジネスとエコシステム

現状課題：

- 視聴・体験満足度は高い一方、認知獲得がボトルネック。点在する良企画を「点→線→面」へと束ね、コミュニティ／ファンクラブで需要側を組成する必要。
- ビジネスモデルの成立と社会的意義(ロマン)を両立。生成 AI 時代における効率志向偏重からの転換も示唆。

機会と方針：

- メディアの役割拡大：衛星データの報道・天気での即時活用、業界コンソーシアム参画による学習・共創、必要に応じ自社小型衛星保有の検討。
- グローバル前提の企画設計：トップエンタメとの協業、年間文化儀礼(例：宇宙初日の出)の創出により大規模市場を狙う。

## 日本から世界へ

- ISS 2030 トランジション
  - 前提: 2030 年頃に ISS 退役・南太平洋落下予定。有人運用制約の緩む無人期に新体験の余地。
  - 提案: 無人期に AI 搭載ロボットを「最後の乗組員／特派員」として滞在させ、地球観測・未実施実験・船内記録を継続。大気圏再突入の内側映像取得は科学的価値と物語性を両立し、次世代商業ステーションへの橋渡しとなる。
- Green×EXPO 2027(横浜)との連携
  - 「希望の種」プロジェクト: トウクントウクのぬいぐるみに収めた種を ISS へ送り、帰還後に会場花壇として開花させる長期物語を進行。年越しの ISS ライブ通信を実施し、協力者を広く募集。誰もが参加しやすい宇宙プロジェクトとして国際連携を志向。

## まとめ

- KIBO 宇宙放送局は 2030 年まで継続しつつ、商業宇宙ステーション等の次舞台での拠点化を視野にレガシー形成を進める。
- 日本テレビは衛星データの報道・天気への導入を加速し、クリエイティブメディアハッカソンを開催して宇宙・衛星画像・表現技術の新規アイデアを公募する。
- 宇宙エンタメの社会浸透は、年中行事化(宇宙の初日の出等)とコミュニティ構築により「文化」へ定着させる方針を共有。
- 教育分野では、理科に留まらない教科横断・教科書連携を推進し、早期からの視点・感性・データ活用力の育成を図っていきたい。