

Sony AIプロジェクトに 「ガストロノミー」を掲げた理由を聞く

ソニー株式会社は昨年11月、「人間のクリエイティビティの拡張」を掲げて、「人工知能 (AI) の研究開発を加速」を目的とする新組織「Sony AI」を、日米欧グローバルのそれぞれに拠点を設けると発表した。そのフラッグシップ・プロジェクトにゲームとイメージング&センシングというソニーの事業ドメインのほか、「ガストロノミー」を加えた3つを掲げた。その「ガストロノミーのAIアプローチ」を担当する藤田雅博氏に聞いた。

(構成・写真：吉井 勇・本誌編集部)



新組織「Sony AI」メンバーの藤田雅博氏

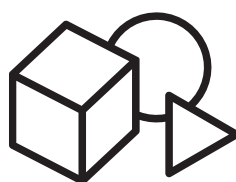
ソニーと「ガストロノミー」

ソニーは期待を裏切ってくれる、しかも見事なぐらいに。ソニーの新組織であるSony AIのフラッグシップ・プロジェクトのうち、ゲームとイメージング&センシングの2つのジャンルはソニーが誇るもので納得できるが、ガストロノミーには「なぜ」が浮かぶ。この「予想外」という疑問を藤田氏にぶつけると、「ソニーは食に関心を持つ企業風土があるのです。井深大氏はソニーの前身時代に電気炊飯器を発明して失敗作となっていますし(笑)、盛田昭夫氏は1966年にパリのレストラン・マキシムを銀座に开店させています。食や料理と文化、技術を意識していたと思うのです」と説明するが、すんなりとは呑み込めない。なぜ、ガストロノミーをフラッグシップの1つに位置づけたのか。

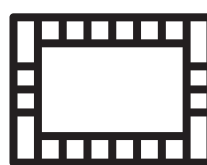
藤田氏に踏み込んで聞くと、「ソニーは2018年にガストロノミーがAIと重なっていくという着想を持ち、映画や音楽、ゲームなどのエンタテインメントと同じようにクリエイターがエンドユーザーに感動を与えるというコンセプトでアプローチしています。クリエイターをシェフ、パティシエと考え、彼らのクリエイティビティをエンハンスするのがAIやロボティクスと発想したのです」と説明する。

この分野では、スペイン・バスク地方のサン・セバスチャンの町が「食のデジタル革命」を標榜する。推進母体としてBCC (バス

【図】 動き出すSony AIのフラッグシップ・プロジェクト



Gaming



Imaging & Sensing



Gastronomy

ク・クリナリー・センター) という4年制料理大学を設立し、バスク地方で活躍するシェフや料理関係者が「料理がほかの学術研究のような社会的な地位をもち、医学や建築学のような大学資格にしたい」という理想を追いかけるが、ソニーのチャレンジと重なる。

藤田氏はSony AIガストロノミーの活動をミュージシャンのジミ・ヘンドリックスに例えた。エレキギターを根底から覆し、ポテンシャルを最大限に引き出した彼の奏法や音の世界のように、料理がAIやロボティクスと出会うことで、これまでにな



スペイン・バスク地方のデジタル・ガストロノミー研究の拠点であるユニークな外観デザインのBCC (2019年撮影)

い調理法を生み出し、一人ひとりの食文化を拡張していくというのである。

味覚が得るデジタル化 という創造力

このデジタル・ガストロノミーについて、本誌は2019年3月に米オースティン市で開催のSXSWレポートで、「スシ・テレポーション」というパフォーマンスを行った電通のアート・ディレクターである榊良祐氏取材している。「展示は食情報をデータ化し、食感や味、栄養素までを3Dプリンタで出力して再現するというフードの提案」と伝えた。さらに榊氏は昨年、「SUSHI SINGULARITY」として「『食』をデータ化し、食に革命を起こすことを目指して、OPEN MEALS (オープンミールズ) というプロジェクトを立ち上げました」という動きにつながっている。この時、ソニーもSXSWブース「WOW Studio」で、「New