ケモノファブリック＝トーキョー

モグモ Artworks

ILLUSTRATIONS, DRAWING AND
INTERVIEW BY MOGUMO

KEMONO FABRIC TOKYO


ケモノファブリック＝トーキョー
モグモ Artworks
KEMONO
FABRIC
TOKYO

KEMONO FABRIC TOKYO

MORI MIE ARTWORKS

Virtual Tokyo in Kemono Fabric World
---Hack the Future

① ② ③ ④ ⑤ ⑥

6 virtual wear styles in Kemono Fabric:
Street, Cross Border, Culture & Art, Craft, Underground, and Sports

獣的服飾誌
〈東京〉

KEMONO FABRIC TOKYO

モグモ Artworks

ILLUSTRATION BY MOGUMO AND TEXT BY HISADAKE

KMN. FBRC. TKY.

VR x Fashion

獣的服飾誌〈東京〉

KEMONO FABRIC TOKYO

モグモ Artworks

ILLUSTRATION BY MOGUMO AND
TEXT BY HISADAKE

CONTENTS

ケモノファブリックとは？ ——1

WHAT'S THE KEMONO FABRIC?

複製される現実世界
ケモノ・トーキョーの誕生

少し先の未来。
実在の都市を模した仮想現実空間が数えきれないほど生まれ、
バーチャルの世界に拓かれた新たな経済圏は現実に大きな影響を与え始めていた。

「ケモノ・トーキョー」もそんな仮想現実空間の一つ。
東京の街をモデルにした大規模商業ワールドだ。

他の仮想現実空間と違うのは、そこはケモノ系アバターが集まる若者たちの街ということ。
個性的なケモノアバターで街を歩きたいという需要に応えるように、
クリエイターたちは競うように斬新なケモノファッションを作り出していく。

ケモノファブリックとは？ ——2

WHAT'S THE KEMONO FABRIC?

服が文化を作る
加速するケモノカルチャー

ケモノ・トーキョーで発表される個性的なケモノ服は、各所で大きな注目を集め、
新時代の流行ファッションとして現実に影響を与え始めた。

この街には莫大な富と名誉を手に入れるチャンスも、
本能のまま自分を表現する自由もある。
そのことに気付いた若いクリエイターや企業は次々とこの街に集い、
ケモノ・トーキョーは更に深化していく。

夢と欲望の最前線には新しいカルチャーが生まれる。
ケモノ・トーキョーはそうやって本物の「街」になったのだ。

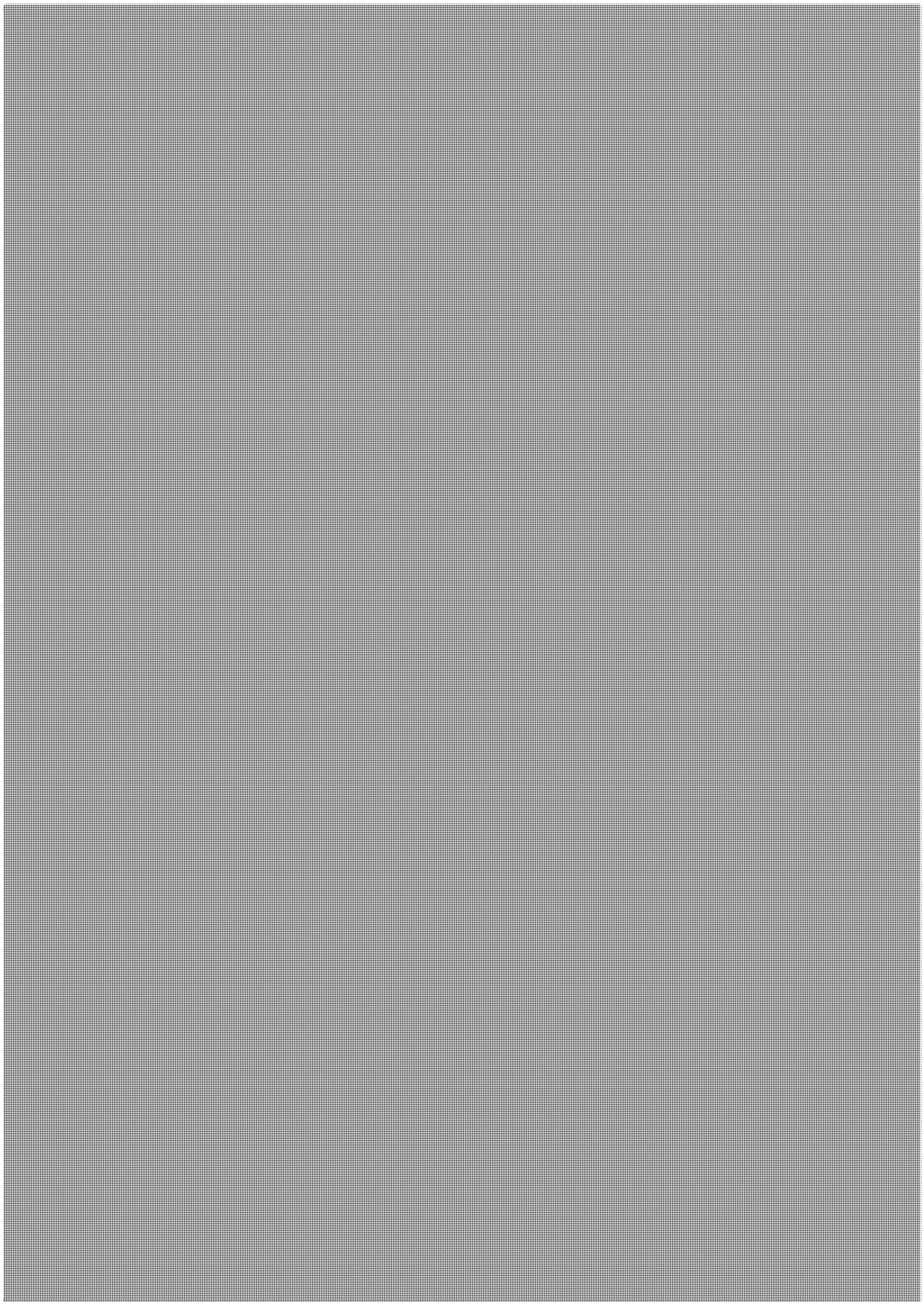
上京(ログイン)して君は何を叶える？
ケモノ・トーキョーに爪痕を残せ。

拡大(アップデート)していく都市計画。
競売で場所が決められる出発地点(ゼロポイント)は一等地として扱われ、
大企業が争うように自社前に誘致を狙う。

多くのエコノミストが「ケモノ・トーキョー」は企業や投資家たちが注目し、
若いクリエイターが自らのセンスを試すことができる、
世界でも類を見ない成功した商業仮想現実空間だと語る。

しかし、それは現実(リアル)からの視点でしかない。
この街には隠された秘密があるのだ。
秘密に辿り着くには、この街で自由に歩くためのケモノ(アバター)の身体、
街の変化に敏感な耳と鼻が必ず必要となる。

夢と欲望が複雑に絡み、紡がれてできた街「ケモノ・トーキョー」。
この街で生き残ることができれば、
君もその秘密を知ることができるかもしれない。



①

VIRTUAL WEAR STYLES / STREET

バーチャルウェアスタイル
（ストリート）

メタバースの路上から生まれる新しいカルチャー

現実(リアル)との分岐はとっくに始まっている

個性的なケモノ服の多くが、モデルになった動物の特徴を活かした造形、
テクスチャー素材を使用してデザインされている。
路上に出ればそのアイデアと多様性に驚かされるはず。
クリエイターや企業にとっても路上はユーザーの反応を見るプロモーションと
実験の場としても使われており、ゲリラ的に新作が発表されることも。
ケモノ・トーキョーのストリートは、
常に何が起きるかわからない刺激的な場所なのだ。

ストリートウェア ブランド

STREET WEAR BRANDS

>> Brand Name

KRONOS

クロノス

ケモノ・トーキョーに作られたVR学園の入学特典として与えられる制服ブランドだったが、人気に応えて一般販売されることになった。ケモノアバターの耳、角の有無に合わせて細かく調整が可能で、この制服を目当てに入学を決める生徒も多い。放課後は学校に内緒で制服を改変してストリートに繰り出す子もいるとか。

>> Designer's Comment

アバターのイメージは、「クールだがどこか抜けていてドジな一面もあり、トラブルにも巻き込まれやすい女子生徒」。オレンジのパーカーが目を引くが、その他の部分はシックな色合いでまとめて、包帯やガーゼといったアイテムも彼女のキャラクター性をユーザーが各々に想像してもらえるようなデザインを目指した。素体のモチーフはトナカイ。

>>Brand Name

WANDERCHICK

ワンダーチック

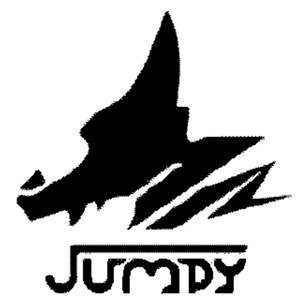
獣耳をモチーフにしたファッションセーラー制服。友達とペアルックで合わせて街を歩いたりするのが流行っているらしい。スニーカーには好きな足音を任意で設定することができ、複数人が揃えばステップを踏むことで演奏することも可能。踊れを作ることで街歩きも楽しくなるように作られた服なのだ。

>>Brand Name

チワワ

CHI HUA HUA

現実の東京にインスピレーションを受けた外国のユーザーが立ち上げたストリートファッションブランド。カタカナのブランドロゴは海外でも人気がある。大胆な縫製、ビビッドな色使いは街中でも目立つこと間違いなし。バッグや帽子などのラインナップも豊富で、他のブランドとのコラボアイテムも積極的にリリースしている。



>>Brand Name

JUMPY

ジャンピー

「ケモノ・ハラジュク」エリアに低確率で入り口が現れる別階層「裏面原宿」のショップで販売されている幻のケモノ風。その入手難度により凄まじいプレミアがついており、現実世界では海賊版のTシャツが出回るほど。デザイナーはケモノ・トーキョーの管理者権限を持っている人物ではないかと噂されている。

>>Designer's Comment

ケモノ・トーキョーにおいて最初期にデザインしたブランド。
口調がモチーフで、ごくありふれたストリートファッション風だが、人間の衣装をケモノに合わせる楽しさを知ったのはこのあたりからだ。
キャップには耳を通す穴があるだろうし、パンツには大きな尻尾を通すためのスリットがあるはずだ。ケモノ（器体）自身が持つ特徴とファッションが化学反応を生み、新しいブランドが生まれる瞬間はいつだって楽しい。

>> Brand Name

FRAGILE SPARKY

フラジャイル・スパーキー

ケモノ・トーキョーに残されたアート・グラフティ（一部の路上で許可されている）をもとに、AIが自動生成したテクスチャーを使用したケモノ服ブランド。同じ服の柄が存在しないところも人気の一つ。毎年クリスマスに発売される有名グラフティアーティストとの限定コラボ商品は、即完売の人気アイテムとなっている。

>> Designer's Comment

サイケデリック・パンクをテーマにエッジの効いた衣装を展開するブランドとしてデザインした。
制作当初は機械学習によるアート生成やプロシージャルデザインに強く惹かれていた時期で、服の柄はコンピュータがユーザーの行動から読み取って独自に計算したアート、というイメージで考えていた。人間が見ても全く理解できない柄なのに、それは全て計算によって緻密に作られた模様であるというところに恐ろしさを感じるが、なんとなくサイケデリックアートにそれと近いものを感じたのかもしれない。

>>Brand Name

KUMANEKO

クマネコ

中華街初のケモノ服ブランド。元々は飲食店のPR用に作られた服だったが、ケモノ・トーキョーの路上でコマーシャルソングに合わせて踊る動画が世界中で人気になり、ファッションブランドとして販売されるようになった。小物などのグッズも人気で、現実の店舗でも同じデザインのものが販売されている。

>>Brand Name

OBDURA

オブドゥーラ

自分が周る地域の天候設定に合わせてインタラクティブに色が変わる雨具を中心に販売しているケモノ服ブランド。ケモノ・トーキョーでの気象は現実の季節感を表現するために運営によって操作されているが、同時に「天候と相互作用させる服」という新しいジャンルを生み出したのだ。

COLUMN 1

コラム1

ケモノアバターが切り拓く新しい公私領域

現実とバーチャルの境界を横断するDJ RIOの系譜

バーチャルのキャラクターをタレント的に演じるのではなく、あくまでも自分の一部としてアバターを所有し、自己を表現する生活スタイルは、巨大な商業的意味合いを帯びて、個人でもまた一歩にも踏み込み始めていた。現実とバーチャルの境目は曖昧な(薄くなっている)。

DJ RIOはそんな時代の象徴に、現実とバーチャルの境界はアバターを用いれば自由に横断できるということを証明した人物である。グラデーションのように存在するメタバース(プライベートな場の集合)、DJ RIOはケモノアバターを介することでその境界を新しい活動領域として再定義するものだった。

Brand Name

FOR FOX

フォー・フォックス

DJ RIOが愛用しているケモノ服。服を愛してやまない建築出身のデザイナーが立ち上げたブランドで、アバター開発が始まったきっかけは、動い頃に日本に住む建築アバターの創父にVR空間で組んでもらった服装が大きい。「FOR NEST」出身が立ち上げた服装ブランド。

FUR NEST

Brand Name

FUR NEST

ファーネスト

「熊」をテーマとした「TOKI FOX」の新規ブランド。主に小動物タイプのファー用の服を展開している。季節毎に少しずつ雰囲気が変化していく手間のトラベルバッグは人気商品で、様々な消費期限期限表示機能で展開している。アッターデータを簡単に取り付けることができる。

DJ RIO デザイン案

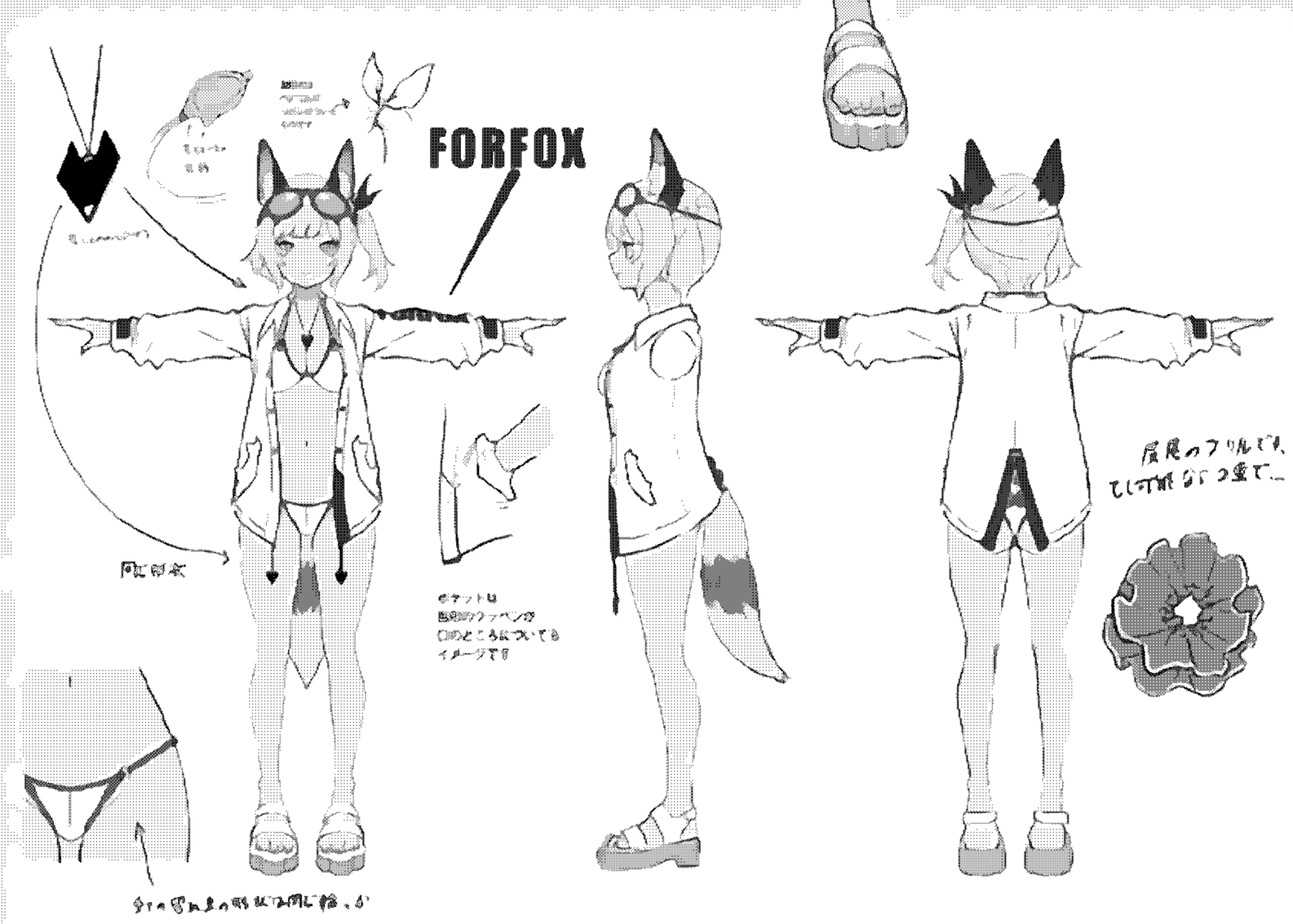
Designer's Comment

DJ、ケイ、ミキュアラネチーフというキーワードが最初にあり、あまり擬人化されていない動物として提案したのがアラチナキツネだった。
白い体毛に耳としっぽにある黒色が特徴的でデザインにも活かしやすく、最初のケモノキャラとも差別化が図れそうだと思ったのも決定した理由の一つ。サブ案として提案したチンチラも好評だったが、クライアントのイメージにより近かったアラチナキツネベースが採用された。

DJ RIO 水着ver.

>>Designer's Comment

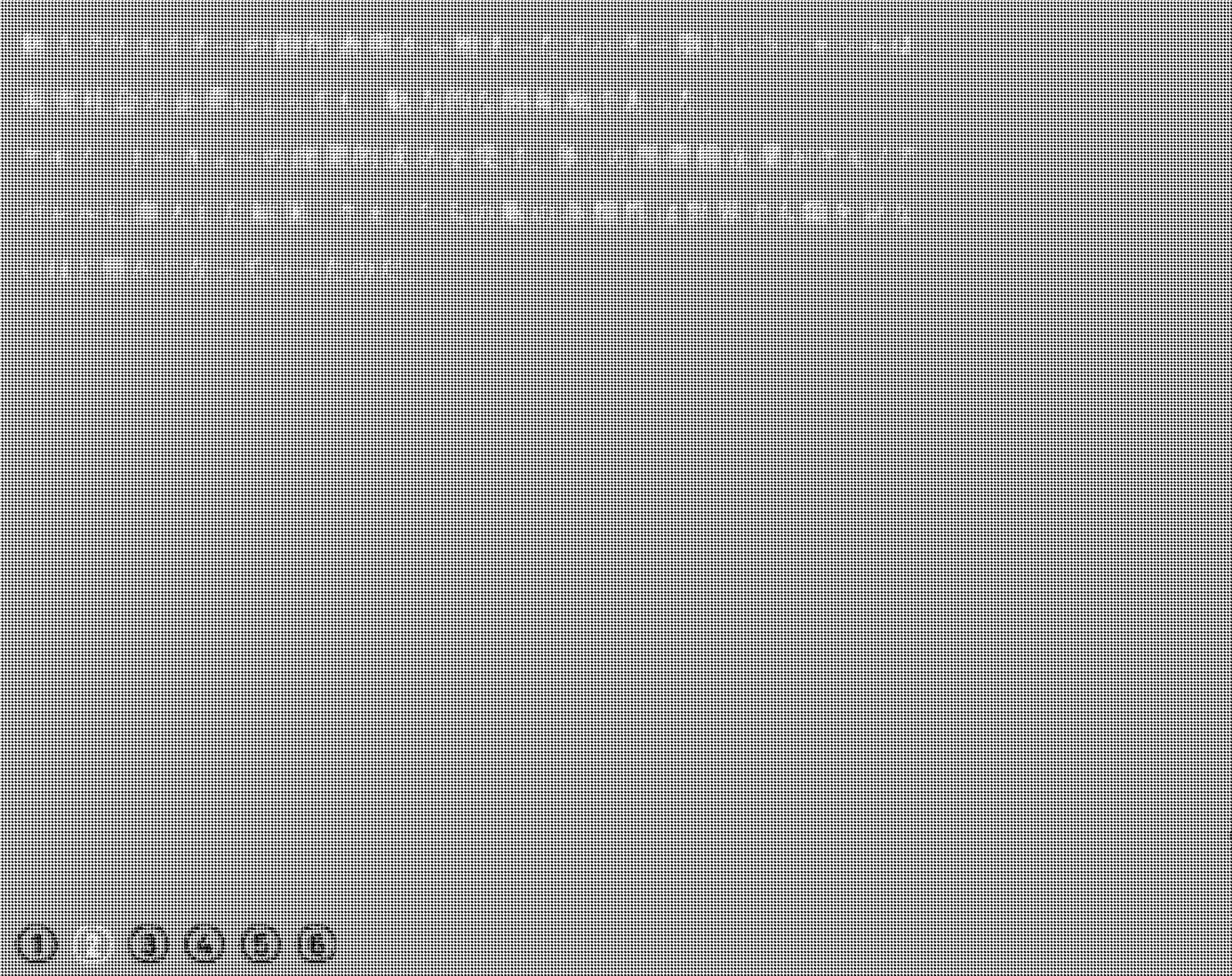
ナイトプール（94ページ）に遊びにいける感じ、というイメージでオーダーがあり、デザイン。
オリジナルのRIOのイメージを損なわず、かつ目新しさを感じてもらえるようにジャケット＋ブラの構成を引き継ぎつつ、白ベースで夏らしい爽やかな印象にまとめている。
サングラス、タグ、制帽帽、ポケットなど必要以上にキツネのシルエットを入れ込んでいる気もするが、野暮ったさはあまりないので良しとした。



VIRTUAL WEAR STYLES / CROSS BORDER

バーチャルウェアスタイル

（クロスボーダー）



クロスボーダーウェア ブランド

CROSS BORDER WEAR BRANDS

>>Brand Name

fille ange

フィル・アンジェ

記号としてのメイド服に本来のメイドの所作を与えるためにアバターモーションに調教がかけられた特殊なケモノ服。メイド服を愛する愛好家のみに頒布されており一般には流通していない特注品で、手に入れるには、高難度のテストを乗り越えた者のみ入ることができるサロンに入会しなければならない。

>>Brand Name

caldera wild cafe

野生喫茶カルデラ

床材に砂、土、岩、草などの触感テクスチャーが設定されている『野生喫茶カルデラ』の店員制服。触感対応したアバターで歩くことで大地の土を裸足で歩いているような感触を体験することができるコンセプトカフェで、店員のアバターも靴は履いていない。五感を刺激したいと望むクリエイターたちの作業場所として人気。

>>Brand Name

LONE PRIDE

ローン・プライド

「都市を生き抜く」がコンセプト。街を走るフードデリバリー業者から着想を得た新しいケモノ服ブランドで、背中のバックパックは提携している広告媒体を表示させることが可能。街を歩くだけで少額の報酬を得ることができ、報酬ランクを上げると限定スニーカーなどのアイテムも購入可能になるなど、ゲーム的な遊びも組み込まれている。

>>Brand Name

KIBA

キバ

老舗の皮革卸メーカーがケモノ・トーキョーに進出。会社がコレクションしていた美しい革をテクスチャ素材に変換し、新進気鋭のデザイナーとクッグを組み、数々の名作服を作り上げた。現実では不可能だったワニ革とアウトドアファッションの組み合わせなど、野心的な服が毎年販売される。

>>Brand Name

imiut

イミウト

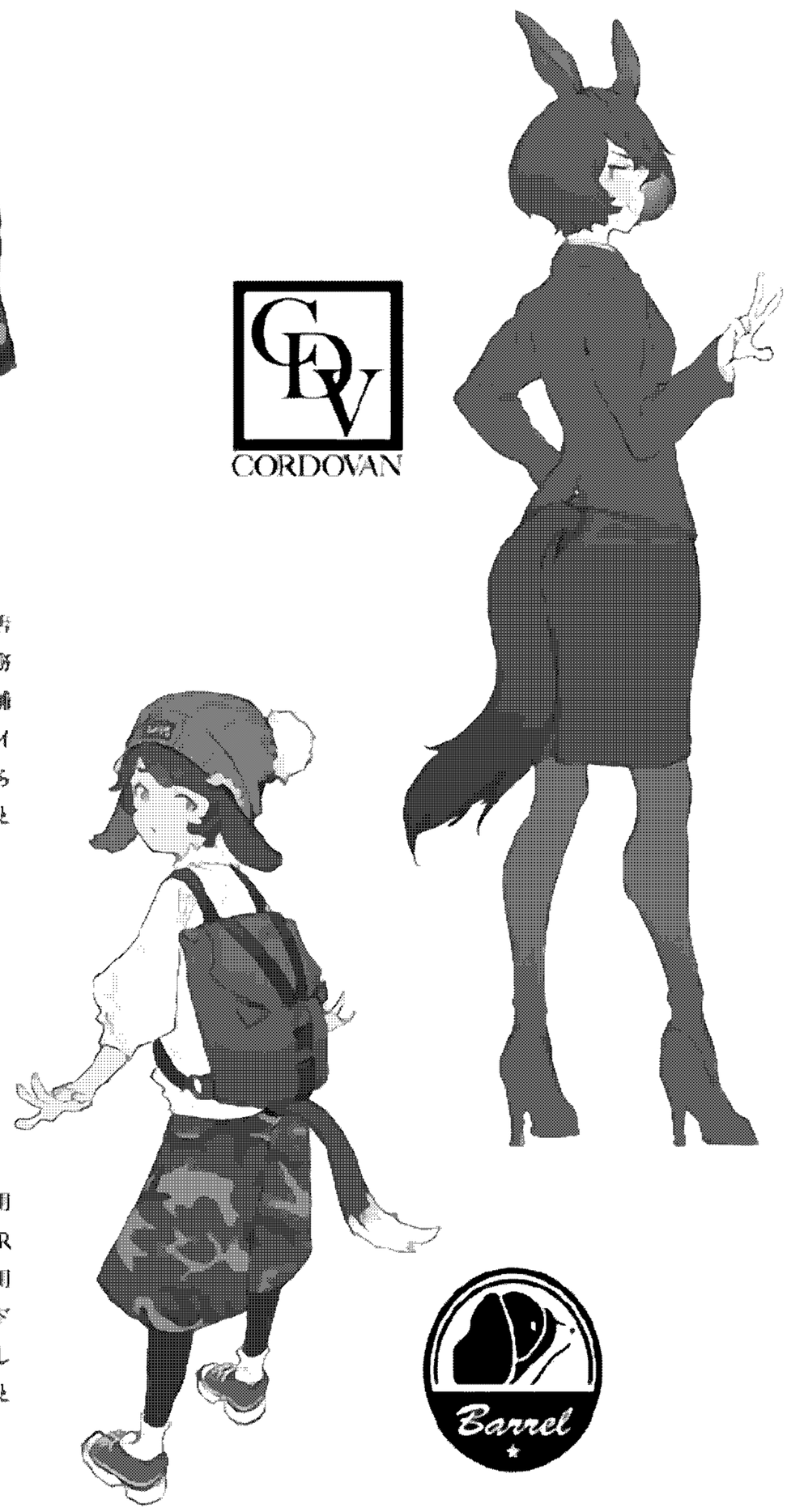
老舗高級子供服メーカーが創立100周年を記念してケモノ・トーキョー用に展開したブランド。実際に販売している現実の子供服同様、丁寧な縫製で仕上げられており、プレゼントとしても人気。保守的と思われていた老舗企業がバーチャル・ウェア業界に参入したニュースは当時大きな話題となった。

>>Brand Name

Happiece

ハッピース

玩具メーカーがケモノ・トーキョーで立ち上げたアパレルブランド。数千以上もの種類の色や形のピースを組み合わせて自分だけの服を作ることができる。形もカスタマイズできるので、ケモノアバターの種類に関係なくオリジナル服を作ることが可能。様々なイベントで限定のピースが販売されており、交換会や品評会なども活発に開かれている。



>>Brand Name

CDV

シー・ディー・ヴィー

美しく上品な光沢を持つ生地感が特徴で、高級店舗や百貨店の制服として採用されることが多い業務用ケモノ服。一般販売はされておらず、着用も店舗内のみという厳しいルールで使用されている。デザイナーの名前は明かされていないが、縫製の特徴から某マニア向けブランドを手掛けた人物ではないかと噂されている。

>>Brand Name

Barrel

バレル

サーバー管理会社が運営しているケモノアバター用の靴ブランド。サービス利用者のみ購入が可能。VR空間では実用性を持たないアイテムだった靴に専用の外部ストレージ機能を持たせており、アップロードの容量制限以上のデータを持ち込むことを可能にした。現在は自社ブランドだけでなく、様々なブランドとサービス提携をしている。

>>Brand Name

飛猫

トビネコ

ケモノ・トーキョーの構造物チェックを行うデバッグチームに与えられた専職人制服の名称。怪しい事動箇所、レギュレーション違反物にマーキングを行い管理チームに報告する。管理者権限の一部が与えられており、ワイヤーを使用して建物から建物へ自由自在に渡り歩くことができる。

>>Brand Name

CONTAINER

コンテナ

自然保護運動を目的として作られた秘密発のカジュアル服ブランド。ランダムで可愛い動物のぬいぐるみモデルデークが服に収納されている。種類は数百以上存在し、ぬいぐるみ目当てで購入するユーザーも多い。収益の一部は自然環境や野生動物を守る活動に寄付されている。

ケモノファブリック・ストーリー
パート1
——プロローグ

KEMONO FABRIC STORY PART 1
PROLOGUE

ケモノ・トーキョー。

それはVR空間に作られた獣人アバターのユーザーが集うもう一つの東京。
拡張を繰り返し、世界でも類を見ないほどに成長した仮想現実空間。

この街に私は今日、上京（ログイン）する。

やりたいこともない、なりたいものも見つからない。強いていうなら、服が好き、というぐらい。私は脇役のまま人生を終えるんだろう、と漠然と思い続けてきた。
あの街を知るまでは――。

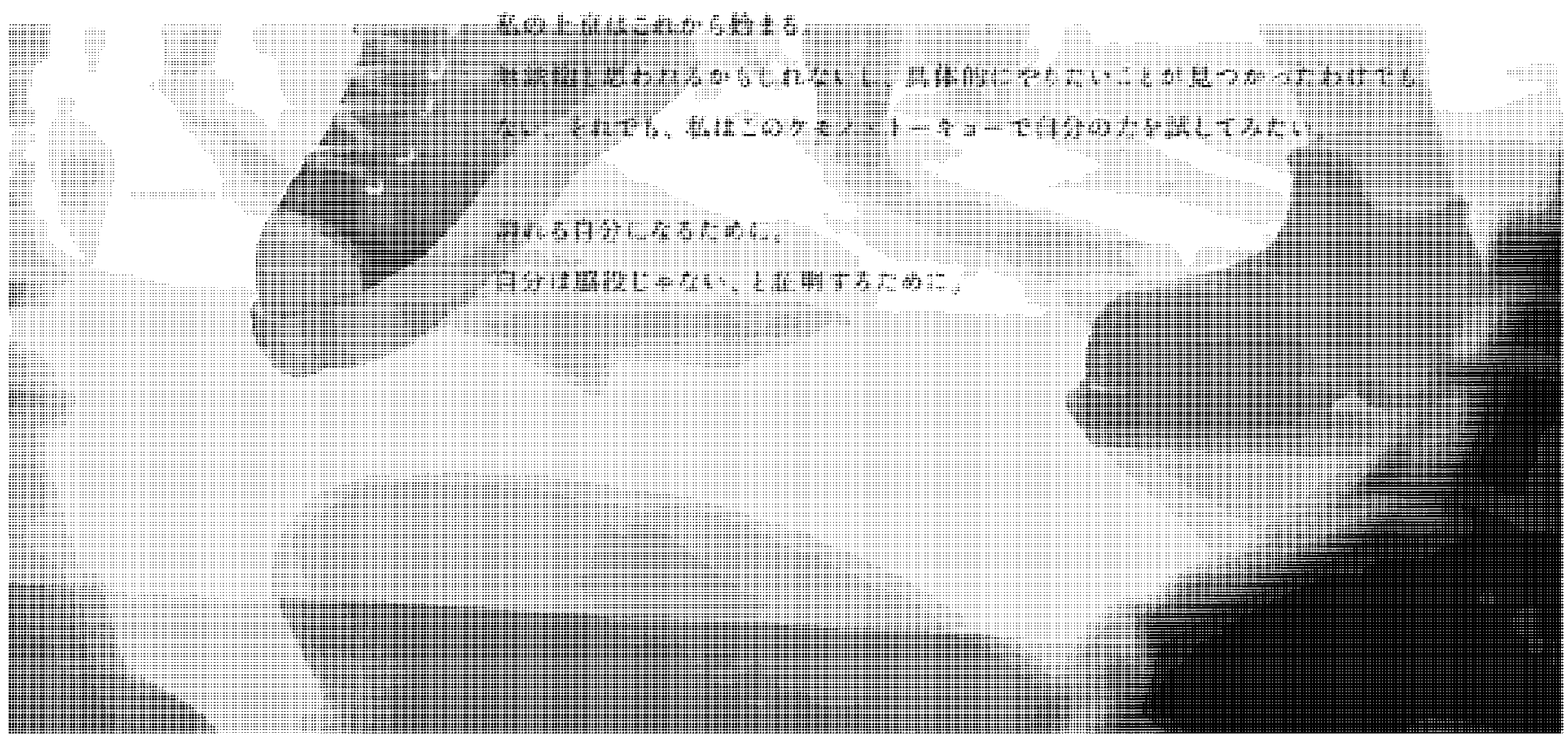
ケモノ・トーキョーのことを調べ始めたのは、好きなファッションモデルが配信で着ていたTシャツが気になったからだ。狼をモチーフにした見たことのないブランドロゴ。その服の正体はある仮想現実空間で販売されていたアバター用の服だった。現実世界でレプリカ（海賊版）Tシャツが作られるほど人気らしい。

その仮想現実空間の名前は「ケモノ・トーキョー」。
名前の通り、ケモノアバターが集う巨大なVRワールドで、商業仮想現実空間としては世界でも類を見ない規模に成長した場所だという。そこでは様々なバーチャルファッションブランドや新しい文化が生まれ、とんでもない富と名声を得たクリエイターも多数存在するという話だった。

私の知らない場所。私の知らない価値基準。
そこは思ってるような楽園じゃないかもしれない。それでも、私にも主役になれるチャンスがその街にあるというなら、私はその場所に行かなくちゃならない。

まずはアバターが必要だ。
散々悩んだ挙句、私が購入したケモノアバターは「カコミスル」という小動物をモデルにしたものだった。他の人があまり知らない動物の方が通っぽくていいなと思ったのだ。友人にそのことを話すと、その考え方自体が田舎者っぽいと言われたが気にすることはない。ケモノ・トーキョーの住民になってしまえばこっちのものなのだから。

私の人生はこれから始まる。
世迷言と思われるかもしれないし、具体的にやりたいことが見つかったわけでもない。でも、私はこのケモノ・トーキョーで自分の力を試してみたい。



初めて歩くケモノ・トーキョー。

この街は私を受け入れてくれるだろうか。
服を着替えれば、どんな姿にだって変身できる。

でもどうやらそれだけでは、
この街で「何か」を
成し遂げたことにはならないらしい。

ケモノ・トーキョーに初めてログインしたユーザーは、
ランダムで選ばれた大きな商業エリアの中心地に飛ばされる。
初めて上京したときの緊張感を
楽しんで欲しいという運営の方針らしい。

この街で出会うケモノ服は、自分のスタイルを貫き通す強い意志そのもの。
強い気持ちが込められた服は着る者を縛るけど、
同時に迷っているあなたを護ってくれる大切な鎧にもなるのよ。

ユーザーたちの中には、スカウトを受けケモノアパレルブランドと
専属モデル契約を結んでいる者もいる。
選ばれたケモノはブランドが掲げるコンセプトを体現し、
相応の振る舞いを求められる。

やりたいことが見つからないなら、見つかるまで走り続ければいいだけ。
このケモノ・トーキョーには、競い合う相手(ライバル)も、
夢を実現するバトンもたくさん存在するんだから。

広大なケモノ・トーキョーの運動広場には、世界中からアスリートたちが集まる。
スポーツ用のケモノ服は現実のマシンと連動しており、自宅にいながらランニングや、
走りの癖を見直すためのモーション記録を収集することが可能だ。

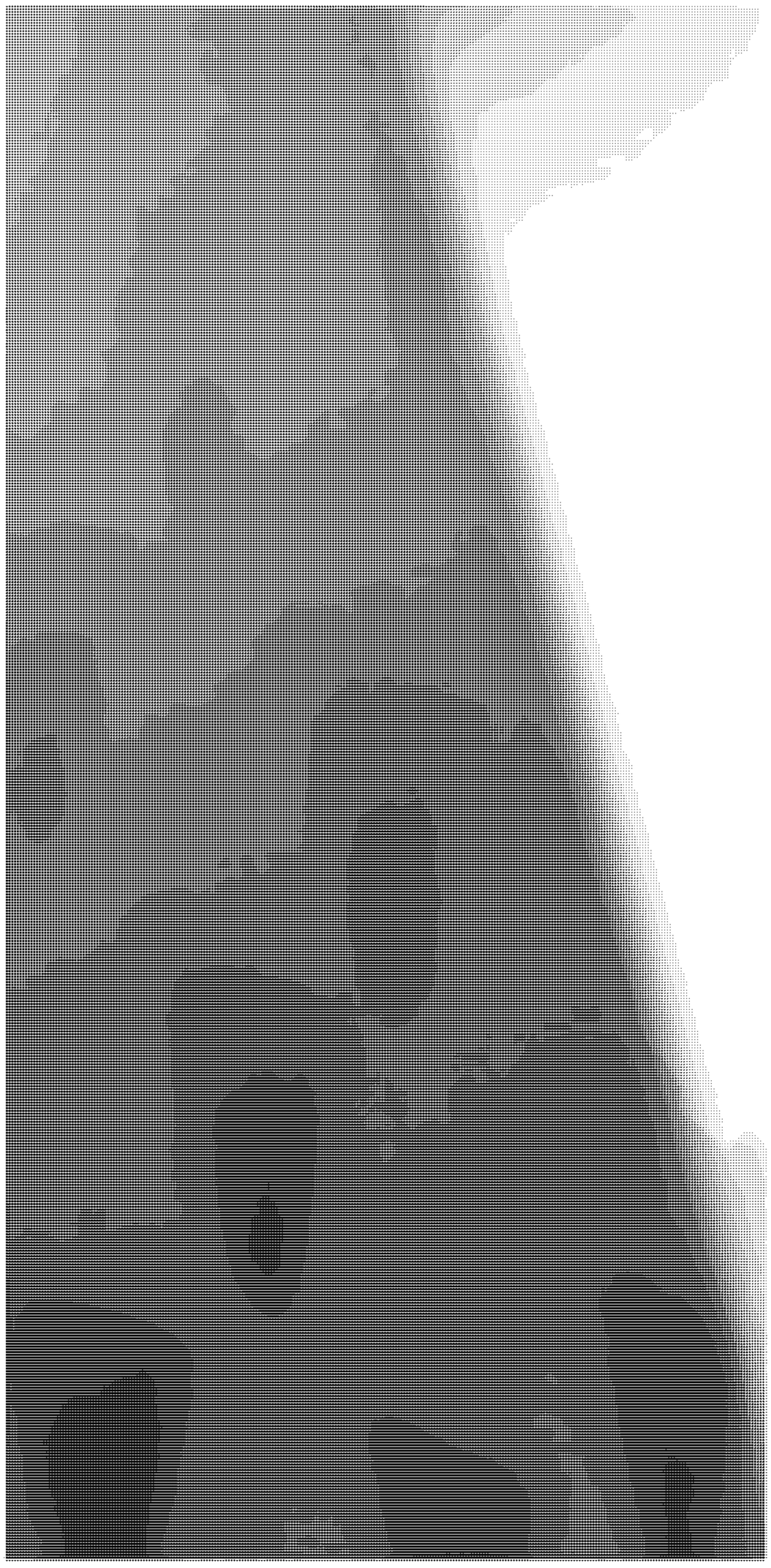

ファッションとアートの境界はこの空間では限りなく曖昧なの。
何かを表現するには最高の場所だと思う。
自分の「スキ」を自覚する。
それがこの街で生き残るために一番大切なことだよ。


VR内で再現するケモノ風に迫真な表現を用いることが可能。
新しいエフェクトを組みたち、エリアを通過して服の形状を変化させることも可能だ。
クエン・トーキョーで活動するアーティストにとって、
最も大切な方法の一つとして選ばれている。

ただの自分探しのために上京してきたのなら、
すぐに帰った方がいいと思う。

ケモノ・トーキョーが優しい場所だと思ってた？
曖昧な気持ちで、何かを成し遂げられるわけないじゃない。

多くのユーザーが訪れるケモノ・トーキョーは、
商業的にも表現の場としても魅力的な仮想現実空間だが、
土地の値段は年々高騰しており、
大通りにショップやギャラリーを開設するには
かなりの資金や実績が求められている。



どうしたの暗い顔して。キミ、初心者でしょ。

何悩んでるのかは知らないけれど、神頼みすれば大丈夫。

え、VR空間に神様がいるのかって？

まぁ、まぁ。大事なのは信じる気持ちだよ。

ケモノ・トーキョーには、現実の神社から正式な手続きを経て
勧請された分社が存在する。
神社が建てられた当初は仮想現実空間に分霊は可能なのか？ という声もあったが、
正月の圧倒的な初詣人数が議論を押し流してしまった。

この広いケモノ・トーキョーには、無数の答えがあります。
まだ全てを見て回ったわけじゃないでしょう？

もし、それでも探して見つからないのならば
あなたが作るしかない、ということです。

ケモノ・アキハバラは、昭和時代から存在する歴史あるエリア。
発展とともに街は変わり、当初の面影はほとんど残っていない。
怪しい雰囲気が再現されていた高架下も、
現在はファッションショーも行われる人気スペースになっている。

ケモノファブリック・ストーリー
パート1
——エピローグ

KEMONO FABRIC STORY PART 1
EPILOGUE

初めての上京は決して甘いものではなかったけれど、
様々な出会いがあった。

自分らしさを貫くケモノたちの姿は、私が憧れる「主役」そのもの。
私もこんな風になれるのだろうか。

もっと知りたい、このケモノ・トーキョーのことを。

仮想現実の世界で私は、
初めて血が熱くなるのを感じた。

To be continued in
Kemono Fabric Story Part 2

③

VIRTUAL WEAR STYLES / CULTURE & ART

バーチャルウェアスタイル
（カルチャー＆アート）

① ② ③ ④ ⑤ ⑥

カルチャーウェア ブランド

CULTURE WEAR BRANDS

>>Brand Name

黄昏牡丹

タソガレボタン

ある貴族家の令嬢がケモノ・トーキョーで行われた成人式に参加する際に一部の国で縁起が良いとされている曼陀羅をモチーフにした服装を特注したものが話題になって生まれた着物ブランド。上品でありながら映える造形美が人気。販売数が限定されており、毎年予約争奪戦が起きている。

黄昏牡丹

>>Brand Name

福籠寿

フクロウジュ

猛禽類を溺愛していた呉服屋の主人が制作したケモノアパレル用の着物。木兎のような凛とした立ち姿を再現するために徹底的に計算されたフォルムは、優美かつ洗練された印象を与えると評判。着付けという概念がないため普段使いとして使用するユーザーも多く、着物はケモノ・トーキョーでも人気のジャンルとなっている。

>> Brand Name

Undone Kittens

アンドーン・キッテンズ

数字の神秘を織り込んだゴシック＆ロリータケモノ服。複雑な構造でありながらアバター服のデータ数量は意味のある数字に定められており、それを着るボディアバターも規定の決められた数値であることを求められる。数字の羅列で美しさを表現するという極めて珍しく、そして着こなしが難しいケモノ服であるが、その魔力に惹せられて愛用するファンは多い。

>> Brand Name

Runamill

ルナミル

ツノを持つケモノ向けに作られたロリータ服を中心に取り扱い、『Undone Kittens』と双璧をなすケモノ服として有名。ツノを彩るリボンはブランドを象徴するアイテムで、細やかなレース刺繍が施されている。ショップでは服の販売だけでなくヘアスタイルの相談も受け付けており、コーデに合わせたカットやカラーチェンジも可能。

>> Brand Name

pigggy

ピギー

プチプライスのファッション化粧品やお菓子を販売していたメーカーがケモノ・トーキョーで展開した服。バラエティ豊富なアクセサリも低価格帯で揃う。現実のショップでお菓子を購買いするとケモノ服と引き換えできるクーポンがもらえるというキャンペーンが度々行われており、好評を博している。

消えるアートとファッションの境界

一着の服が世界を変えていく

物理制限を無視できるバーチャルウェアは、
現実では難しかった特殊な表現を服単体で行うことを可能にした。
服にはブランドの思想やアイデアをダイレクトに機能として
組み込むことができるため、アーティストは表現媒体として服を扱い始めていた。
蜜月関係であったアートとファッションの関係はVRの世界でさらに進み、
これからも世界の常識を塗り替えていくだろう。

アートウェア ブランド

ART WEAR BRANDS

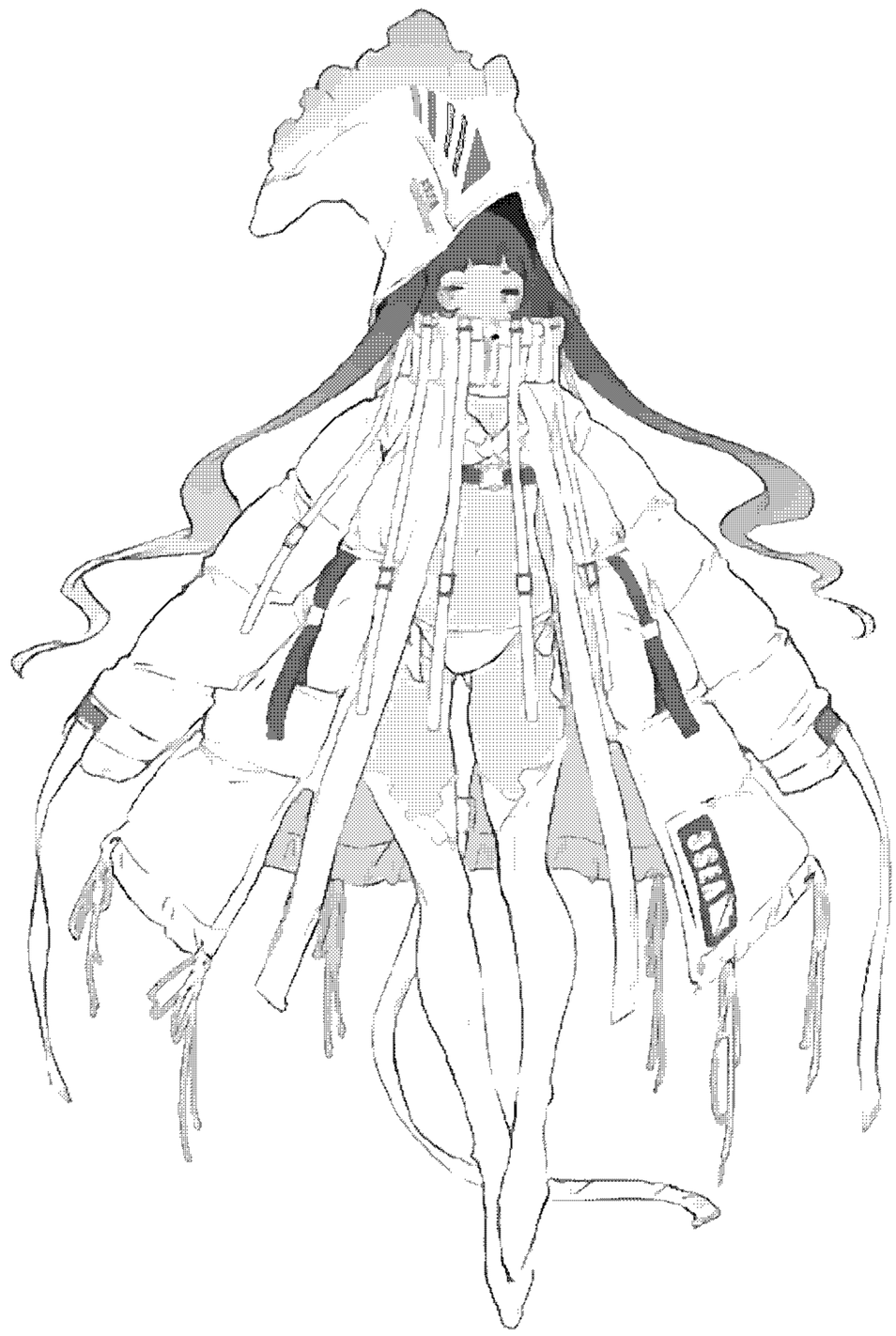
>> Brand Name

PINKY HEDGEHOG

ピンキー・ヘッジホッグ

VR入眠用に作られたケモノ服。視覚的な「柔らかそう」を追求したデザインと素材感は周りのユーザーもリラックスさせる効果が得られるという。愛好者の間でふわふわやコモコの服で出社して何が悪いと主張が始まり、ビジネスの場でも堂々と使用する強者も現れた。

PINKY HEDGEHOG

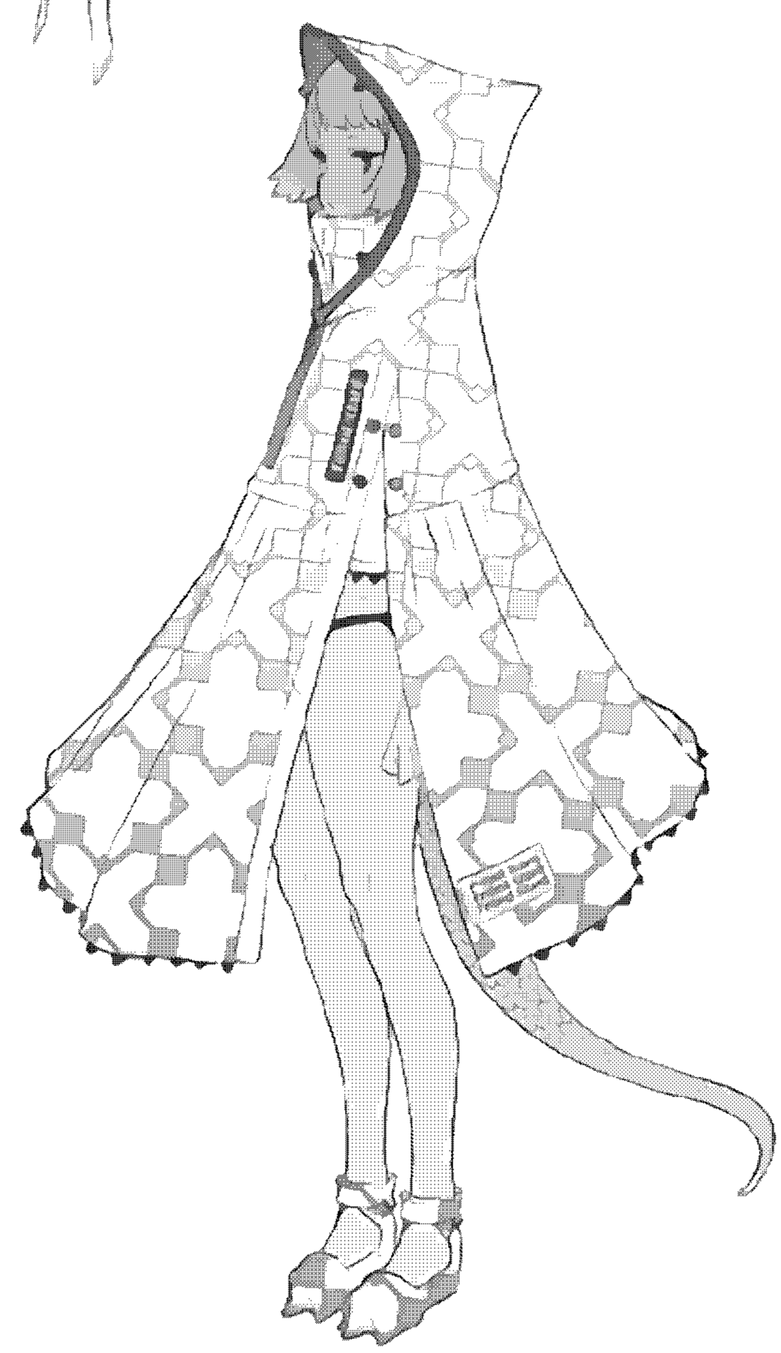


>>Brand Name

PENETRATE

ペニトレート

あるテック企業がインスタレーションアート表現のために開発したカツオノエボシをモデルにした服。アバターの周囲に海中のうねりのような磁場を発生させてフワフワ漂うような浮遊感を体験することができる。ケモノ・トーキョーの物理演算に干渉するため、現段階ではまだ一部の地域でしか着用を認められていない。



>>Brand Name

SMILE REPTILES

スマイル・レプタイルズ

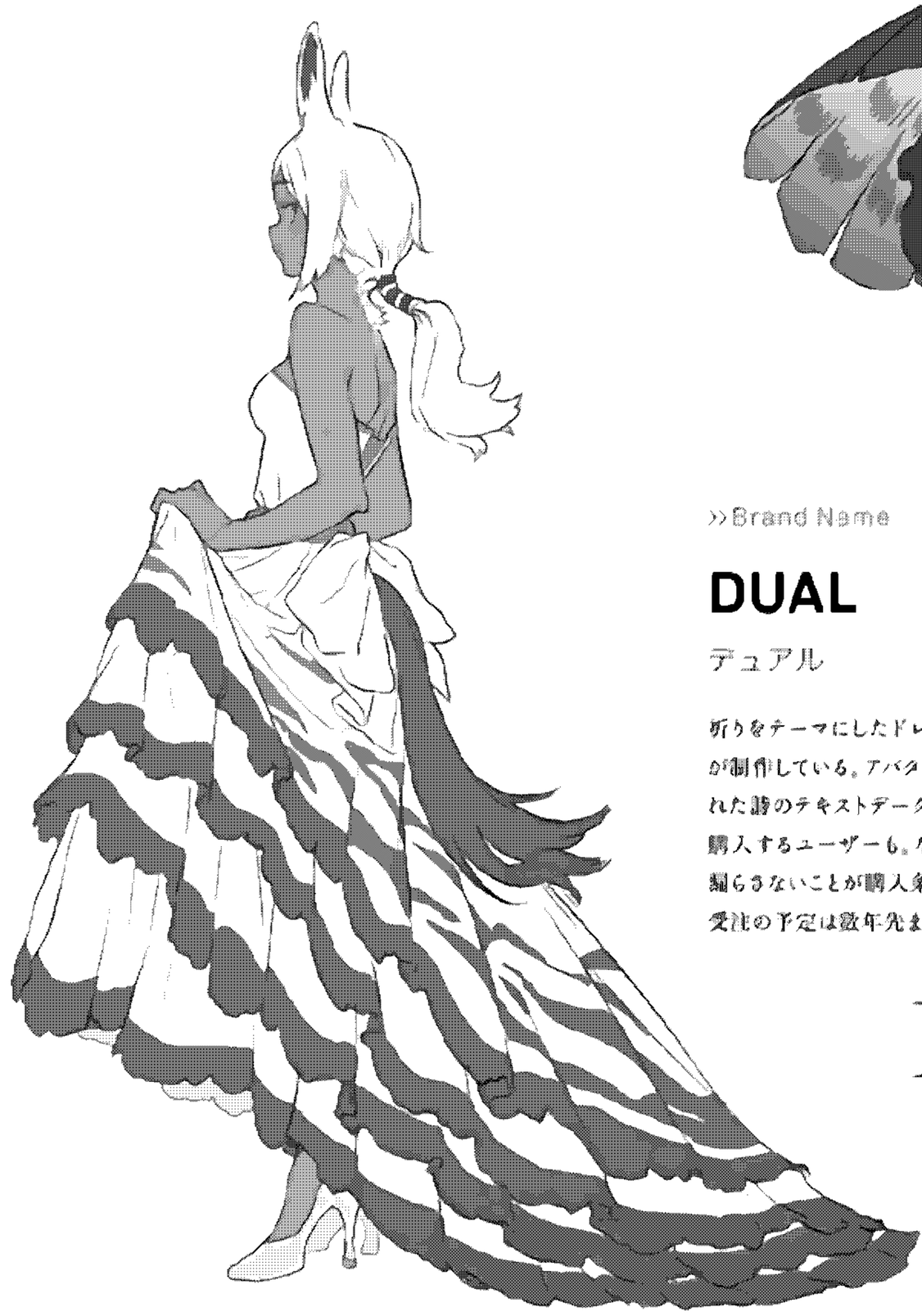
世界中の爬虫類をこよなく愛する芸術家が立ち上げたアート表現としてのケモノ服ブランド。年々暑くなる異常気象への憂いとトカゲの変温を表現するために、指定した地域の気温と連動して服の色味をグラデーションで変化させることができるギミックが随所として仕掛けられている。

>>Brand Name

PRAYER

プレイヤー

仮想現実空間を祈りの場とし、AIによる神託を守ることでVR空間の安寧秩序を図るケモノ・トーキョーで生まれた宗教の信者にのみに与えられるアバター服。元々は社会実験としてVR上に作られた宗教だったものがそのまま定着した。



>>Brand Name

DUAL

デュアル

祈りをテーマにしたドレス。詩人でありデザイナーである人物が制作している。アバターデータに購入したユーザーに宛てられた詩のテキストデータが埋め込まれており、それを目当てで購入するユーザーも。なお、埋め込まれた詩は決して外部に漏らさないことが購入条件。ウェディングドレスとしても人気で受注の予定は数年先まで予約で埋まっているらしい。

>> Brand Name

MEI SHIZUKU

メイ シズク

元ダンサーという経歴を持つ孤高のデザイナーが作る完全一点物の鳥系ケモノ服。徹底的に計算された羽の可動構造と、細部まで作り込まれた羽毛が特徴（それでいてデータ量は恐ろし（低い）。羽を展開して歩くときに一番美しく見えるようにデザインされており、ファッションショーでは毎年一着しか発表しないにもかかわらず、大きな注目を集めている。

MEI SHIZUKU

COLUMN 2

コラム2

ケモノ服の歴史についての証言1

今、君と僕が話している場所……そうケモノ・シオドメ。今度、ここに本格的な劇場が建てられるらしいよ。

一流の有名役者による演目、現実では不可能な空間演出。VR空間ならではのショービズって感じだね。

え？　寂しそうな顔してる？　僕が？　そんなことないって。

まぁ、街の風景が現実よりはるかに早いスピードで節操なく変わるのは、確かに少し情緒ないなとは思うけどさ。

この土地で商売やってる身としては、ケモノ・トーキョーが盛り上がるのは大賛成だよ。

あ、ごめんごめん。ケモノ服の歴史についての取材だったよね。僕、すぐに話が脱線しちゃうんだよね。

ケモノ・トーキョーが生まれた初期の頃はさ、秋葉原を模した街のエリアが一つあるだけで、今と比べると考えられないくらいユーザー数も少なかった。よくあるケモノアバターが集う小さな仮想現実空間だったんだ。アバターの服をファッションブランドみたいに売っている人もほとんどいなかった。最初にそういう服を販売したのは『NEXT TRIBE』だったはず。

β版のケモノ・トーキョーを作るのを手伝っていた創設者の関係者が、面白がって作って売ってたんだよね。

今は凄いプレミアついてるあの時代の服だけど、最初はそういう遊びから始まったんだよ。ちなみに僕は一着持ってるよ。

あ、これ自慢ね。それから他のユーザーがどんどん真似し始めて、自分のブランドを作り出し始めた。

最初は空間演出に使用されていた美しいパーティクルエフェクトを纏ったり、派手なギミックの服が多かったけど、「美しい」や「便利」だけだとすぐに消費されて終わりだからね。次第に自身のブランドの理念とかフェティッシュにこだわるデザイナーが増えてきたんだ。

機能は後からいくらでもアップデートできる。君の着ている服だってver.〇〇って書いてあるだろ？

重要なのはやっぱりデザイナーのこだわりや理念に共感できるかだと思う。それは単純な消費じゃないからね。

そうやって、アバター用の個性的なバーチャルウェアが買える仮想現実空間ってことで当時すいぶん話題になったよ。

それが今のケモノ・トーキョーの発展に繋がったのはまぁ、間違いないと思うよ。

4

VIRTUAL WEAR STYLES / CRAFT

バーチャルウェアスタイル

（クラフト）

① ② ③ ④ ⑤ ⑥

クラフトウェア ブランド

CRAFT WEAR BRANDS

>>Brand Name

harmonie

アルモニー

harmonie

天然皮革の艶しを取り扱う老舗工場が認めた革テクスチャーのみを素材として使う高級ケモノブランド。服データには現実のレザーの美しさと質感を再現したことを認める証明書が添付される。現実の生地メーカーがバーチャルウェア業界で成功した例となり、以降、多くの素材メーカーが参入するきっかけとなった。

>>Brand Name

CABRIOLE

カブリオール

CABRIOLE

立ち姿にこだわったケモノブランド。しなやかな野生動物の脚を模した高級靴のコレクションは、軽やかで上品な印象を与えるだけでなく、付属する職人によって作り込まれた極上の足音SEを設定して響かせることが可能。この音データ欲しさに靴を購入するユーザーも多い。

>>Brand Name

Tiny Oasis

タイニー・オアシス

小動物系のケモノアバターでも綺麗に着こなせる服が欲しいという要望を叶えるために作られたブランド。デザイナーによって細かい箇所まで妥協なく丁寧に作られた上質なアバター服は、小動物系＝可愛いのイメージからユーザーを開放する。

MIRUKI

>>Brand Name

MIRUKI

ミルキ

艶のある柔らかな毛糸を表現したナチュラルな色合いのテクスチャーを使った服が密かな人気を集めているケモノアパレルブランド。大企業からのテナント誘致も断り、路地裏の小さな工房で客のアバターのサイズに合わせた服をオーダーメイドで丁寧に仕立てている。

>>Brand Name

ASTRONAUTS

アストロノーツ

かつて存在していたアウトドア用ケモノ服。自身も山登りを愛する職人がケモノ・トーキョー内で楽しめる山岳レジャースポーツゲームのために、徹底的に機能やディティールを作り込んでいる。ゲーム用の服にそこまでのこだわりは要らないと主張するブランド運営者と意見がぶつかり、作られたのは結局この一着のみとなっている。

>>Brand Name

NEXT TRIBE

ネクスト・トライブ

まだ3歳だった時代のケモノ・トーキョーで生まれた初期のアパレルブランド。創業者の友人であった服飾デザイナーが作ったといわれている。現在は販売されておらず、この服を持っているユーザーは古参の利用者として扱われるため、とんでもない価格で取引されている。

COLUMN 3

コラム3

職人とケモノ服の関係

追求される
バーチャルウェアの着心地

今では考えられないが、昔はアバターやバーチャルウェアと服飾の職人の技術は関係ないと思っている人はたくさんいた。アバターは見た目だけの3Dモデルのアイコンでしかなく、服飾の技術とは関係ないとされていた。
もちろんそれは間違いで、生地の質感へのこだわり、美しいシルエットの見せ方、厳しい修業を積んだ職人の技術とセンスはバーチャルウェアに応用できる。
一流のテーラーが作るケモノ服を見た人も多いだろう。本物の職人がないとあの曲線美を作り出すことはできない。職人たちは貪欲だ。3Dモデラーと呼ばれていた職人は服飾を学び、服飾の職人たちは3Dモデル造形の技術を習得していく。こうしてバーチャルウェアは現実の服飾の技術と歴史を飲み込むことに成功し、アパレル産業はアバターのファッションという大きな市場を得た。

職人が追求するバーチャルウェアにおける着心地とは何か。以前は、ユーザーとアバターのズレから生まれる違和感をなくすことが重要だとされていた。どんなに格好の良い服を着たアバターでも、姿勢が悪く見えてしまえば台無しになってしまう。現実との体形の違いに関係なく綺麗に着こなせるバーチャルウェアが上質な服という認識が一般的だったのだ。
だが、現在のユーザーはそれだけでは満足しない。他人から美しく見られるのは当たり前、現実と同じく着ていて気持ちいいバーチャルウェアが求められている。

職人たちはその要望に応えるためにユーザーがVR内で使用している触感フィードバックに目をつけた。服自体にその機能を導入し始めた。ビロードのような滑らかな触感を衣擦れした瞬間にほんの少し、気付くかどうかわからないぐらいの微値分だけユーザーに感じさせる。それでいて服のデータ容量はできるだけ少なくして快適に動けるように配慮する。そんな細やかな職人技が今のケモノ服をはじめとするバーチャルウェアにはいくつも使用されているのだ。

ある ユーザーがケモノ・トーキョーに初めて上京した際に
貯金を入れて購入した「カコミスル」アバターとケモノ服のセット。
マイナーなケモノ種族は高価な場合が多い。

ケモノファブリック・ストーリー
パート2
——プロローグ

KEMONO FABRIC STORY PART 2
PROLOGUE

巨大な商業仮想現実空間「ケモノ・トーキョー」。
その始まりは一人のクリエイターが趣味で作り上げた、小さな空間（ワールド）だったらしい。
個人によって作られたその架空の街が、
今では経済の一部を担う本物の街になり、夢も希望もその残骸も、
全ての想いを受け入れて大きくなっている。

この街の作者の夢は叶ったのだろうか。
その人は ——— 今も街のどこかにいるのだろうか。

ケモノ・トーキョーを歩き回り、いろんなケモノに出会った。私は外から見るのと体験するのとでは天と地ほどの差があることを知った。研ぎ澄まされたクリエイティブと目まぐるしい経済活動が両立したこの街の熱量の前では、半端な夢は燃え尽きてしまう。

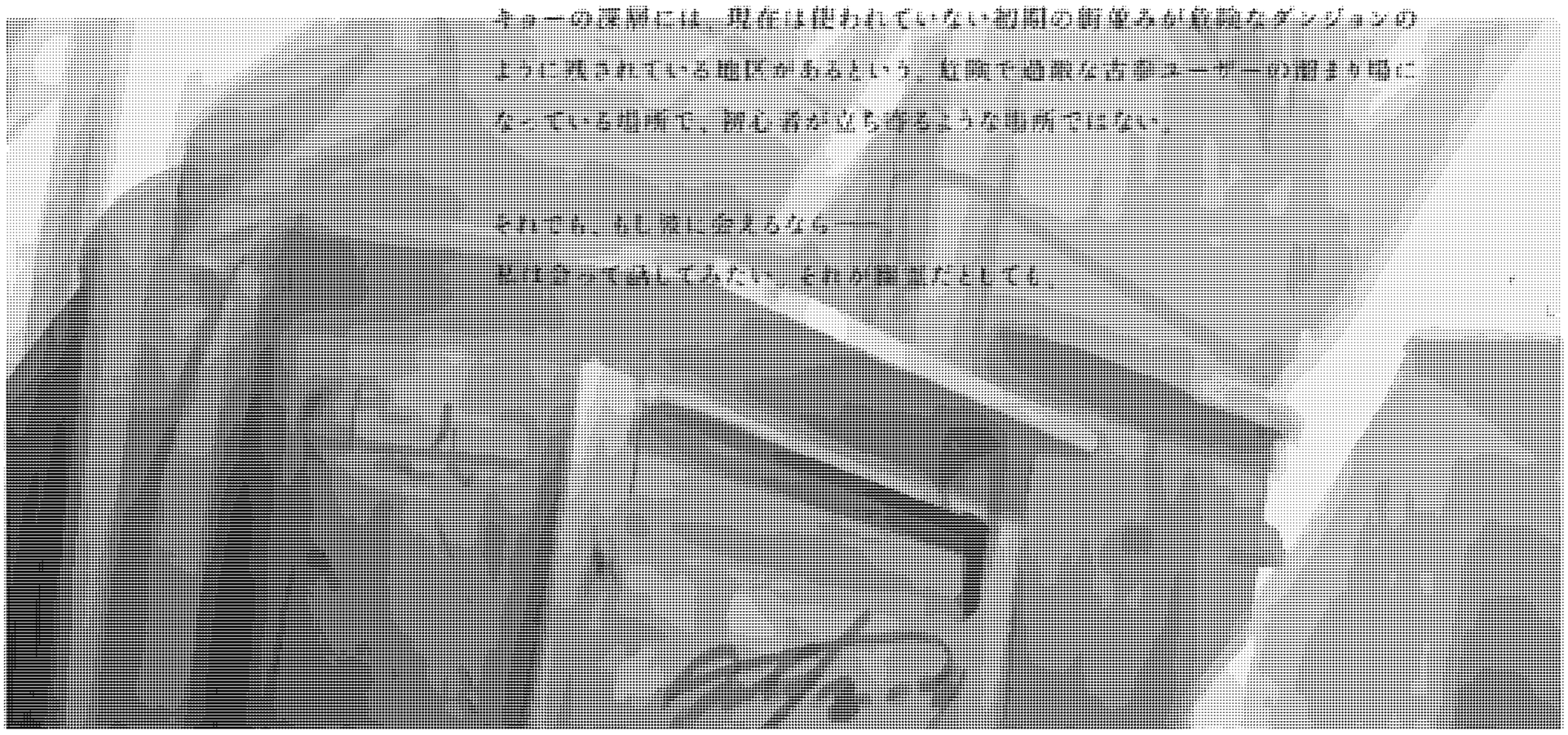
「トーキョーはそんなに甘くないよ」
若者に浴びせかけられるお決まりの文句まで仮想現実空間で複製されているとは思わなかったけど、大丈夫。私の心はまだ折れてはいない。手と頭を動かせ。鍛錬も渇望も燃料にして。何かを創造しないとこの街ではただの観光客でしかない。「なりたい私」は「私」が作らないといけないのだ。これはこの街を作った人が残した言葉。

ケモノ・トーキョーだって最初は個人の空想から始まった街だ。
創設者は私の悪あがきを笑わないはず。
――彼は今もこの街にいるのだろうか。

名前も年齢も公開されていないこの街の創設者は2030年に起きた大災に巻き込まれて消息不明になっており、現在は彼の友人たちがこの街の運営を引き継いでいる。だが、ケモノ・トーキョーに存在する都市伝説の中では彼は今も存在しているらしい。

「デジタル複製された魂がケモノの身体で幽霊のようにこの街を彷徨っている」
「彼が残したプライベートルームを見つけた者には隠し財産が与えられる」
「ケモノ・トーキョーの深層エリアで創設者を見た」

さすがに私もこんな信憑性のない噂話をそのまま信じてはいない。ケモノ・トーキョーの深層には、現在は使われていない初期の街並みが巨大なダンジョンのように残されている地区があるという。危険で過酷な古参ユーザーが集まる場に



噂話と警告を聞いた。

ケモノ・トーキョーの深層には秘密の街が存在するという。
入り口の手がかりは光る足跡のみ。

だが気を付けろ。
うっかり足跡を辿った先が楽しい場所だとは限らない。

初心者がこんな危ない場所で
ウロウロしてると喰われちゃうぞ。

この先には何にもない。
あるのは死んだ街と、
過去に囚われたケモノがいるだけ。

お前はそこに、
何をしに行くつもりなのかな。

ケモノ・トーキョーの創設者？

大昔に会ったことあるけど、そんな立派な奴じゃない。

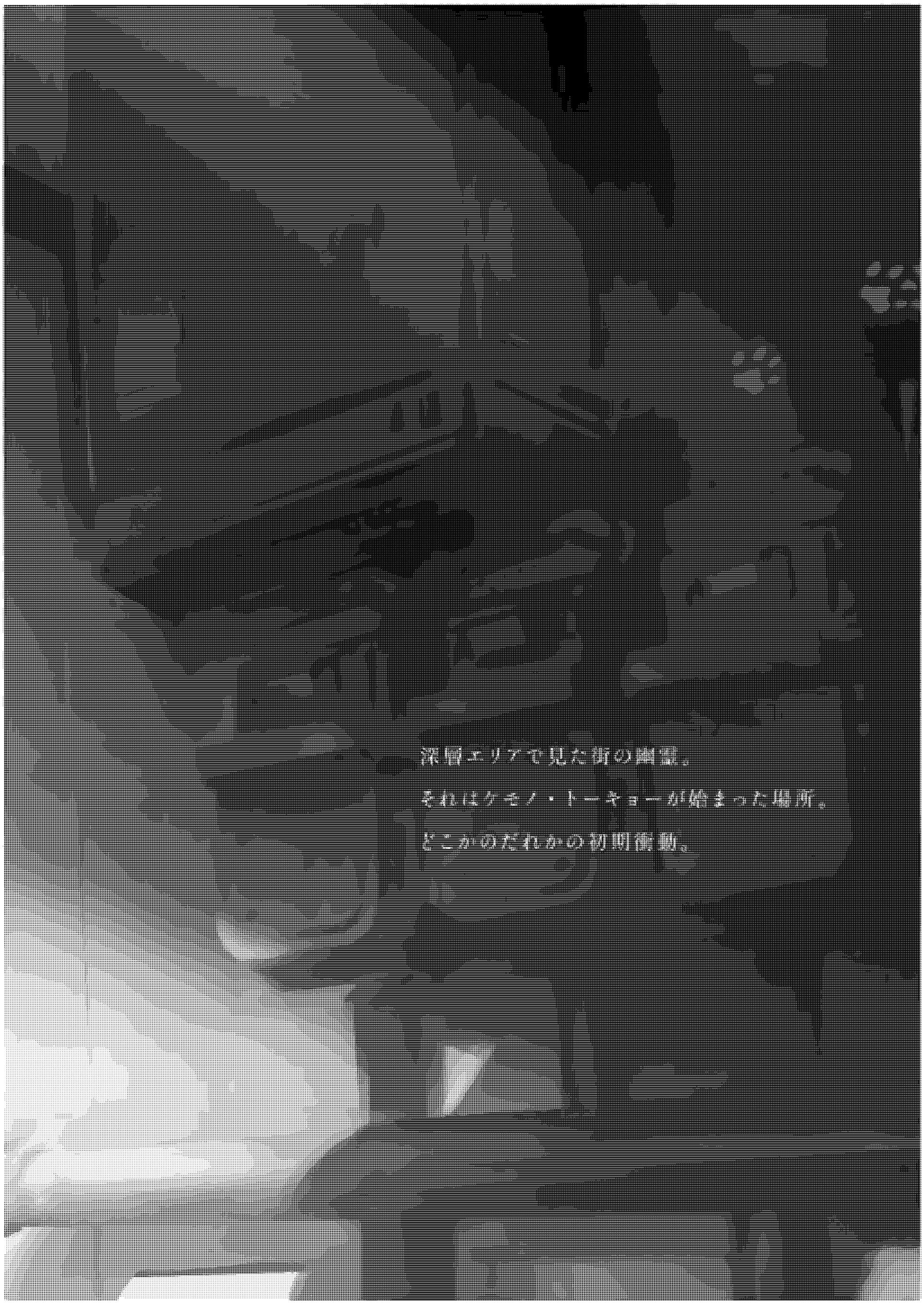
元々この街は、人間社会でやりたいことも
見つけることができなかった奴が作ったネクラの巣だ。

夢を見るのは勝手だけど ———

……なんで嬉しそうなんだよ、お前。


DARK CAT

深層エリアに広がる初期ケモノ・トーキョーの光景。
もうケモノたちはいないのに街だけが動いている。
その寂しい光景に私は心を奪われていた。


深層エリアで見た街の幽霊。
それはケモノ・トーキョーが終わった場所。
どこかのだれかの初期衝動。

ケモノファブリック・ストーリー
パート2
——エピローグ

KEMONO FABRIC STORY PART 2
EPILOGUE

はじめの一歩は誰だって怖い。できるわけがない、と思ってしまう。

それを踏み越えるのは綺麗な言葉ではなく、
本能に従った利己的な願望なのかもしれない。

深層エリアで見た光景は、私にとって忘れられないものになった。
誰かの衝動が世界を変えることもある。

私はあの日、それを言葉でなく身体で知ったのだ。

深層エリアから戻った日から私は毎日のようにケモノ・トーキョーと現実の行き来を慌ただしく繰り返していた。服飾の勉強を一から始め、暇を見てはケモノ・トーキョーを歩き回って、気になるケモノ服をチェックするのが私の日課になっている。

誇れる自分になれるかどうかは正直わからないが、小さなことで迷っている暇がない分、以前より気持ちは楽になっていた。
ケモノ・トーキョーの深層エリアには、あれから一度も訪問できていない。一時期、入り口を捜して回った時期もあったが、再び私の前に現れることはなかった。

私を助けてくれた口の悪い猫アバターのケモノは、今頃何をしているのかな。
あの場所には過去に囚われたケモノしかいないと言っていたが、彼女もそうなのだろうか。住人がいないまま動き続けるあの街は、今も寂しく輝いているはずだ。

ケモノ・トーキョーの設立者があの古いエリアを消さずに残しておいた理由はなんだろう。本人に確認しようがないので本当のところはわからないけど、私は消したくても消せなかったんだと思っている。
初期衝動で作ってしまった拙い作品だったとしても、大切な場所としてユーザーの記憶に残り続けているあの街を、消すなんてことはできなかったのではないだろうか。

自分の欲望から生まれたものが他人の一部になっていく。
クリエイターは孤独だと思っていたけれど、考えてみればこんなに多くの他人と繋がれる仕事は他にない。

自分が主役であるとか脇役であるとか、そんなことはどうでもよくなっていた。
それより———。

私も残せるだろうか。
他人の人生を変えてしまうような何かを。この街に爪痕を残せるような何かを。

私は作り続けていきたい。

Kemono Fabric Story　The End

COLUMN 4

コラム4

靴とマーキング

世界に足跡を残せ、ケモノスニーカー争奪戦

最近ケモノ・トーキョーを歩いていると道に奇妙な足跡が残っているのを見たことはないだろうか。あれはケモノたちによるマーキングだ。街を管理するケモノ・トーキョー運営に多額の広告料を支払っているメーカーが発売している高級スニーカーには、街にマーキングと呼ばれる足跡のようなスタンプを残すことができる機能が付いているのだ。

新しいタイプのブランド広告として実現されたマーキングは足跡自体は数秒から数分で消え、流通させる数も限定するなど、景観を汚さないように配慮されている。世界に文字通り足跡を残せるレアな限定スニーカーは所有感と顕示欲を満たすことができる最高のアイテム。情報戦を勝ち抜き入手困難な最新のスニーカーを手に入れ、誰よりも早く目立つ場所にマーキングを残す、それこそが最高にクールな行為なのだ。

流行に敏感な若いケモノたちは、今日もレアな足跡を求めケモノ・トーキョーを飛び回っているはずだ。

5

VIRTUAL WEAR STYLES / UNDERGROUND

バーチャルウェアスタイル
（アンダーグラウンド）

胸騒ぎはいつだって

アンダーグラウンドから始まる

大通りにショップを構えているブランドだけがケモノ服ではない。
一般ルートでは手に入らない刺激的な服や、マニア心をくすぐるレア服、
レギュレーションが厳しい特定の深層エリアでのみ販売される服など、
アンダーグラウンドに存在する服は無数にある。
それはβ版時代のケモノ・トーキョーの服の特徴を色濃く継いだ服ともいえる。

アンダーグラウンドウェア ブランド

UNDERGROUND WEAR BRANDS

>>Brand Name

DARK CAT

ダーク・キャット

名前の由来は過去に発売されたカルト的人気があったインディーズRPGのタイトルで、服のデザインはその世界観をイメージしたもの。続編が出ると噂されていたが、その情報も音沙汰がなくなり、グッズ扱いだったアバターの方が有名になってしまった。「DARK CAT」を愛する熱狂的なゲームファン＝通称「病み厨」たちは、今も強く続編を待ち望んでいる。

>>Designer's Comment

クールな印象を持ちながらどこかガーリィな甘さを感じるファッションを目指している。
魔女帽はデザイナーのM氏が好んで使うモチーフだが、ケモノ・トーキョーにおいては現実世界のコスプレのような位置づけではなく、おしゃれなファッションアイテムの一つとして受け入れてもらえるのではと考えた。
何をファッションとしようが自由だと思うし、現実世界のファッションの概念を前向きに壊せるのがVRファッションという場だと思っている。
そしていつか、魔女帽が現実に「逆輸入」されてほしい。スーツに魔女帽被って出勤する人とか出てこないかな……(願望)。

>>Brand Name

OCT FLAPPERS

オクト・フラッパーズ

ケモノ・アキハバラにあるマニア向けのショップで限定販売されているケモノ服。アバターの姿を完全に透明にする、許可されていないログを取得する、などのレギュレーションスレスレの実験的な機能がアップデートされる度に実装されており、規制とのイタチごっこを常に続けている。

>>Brand Name

Scar Echoes

スカー・エコーズ

初期のケモノ・トーキョーからケモノ服の違いにより分派した別のVRワールドから輸入された服。ルールも世界観もまるで違う場所で生まれたケモノブランドだが、そこに魅力を感じて愛用するユーザーも多い。現在では個光客としてお互い行き来するほどまでワールド同士の関係は修復されている。

Scar Echoes

>>Brand Name

CGR

シー・ジー・アール

フェティッシュなこだわりが細部に織り込まれたバニースタイルの服を、ストリートファッションに落とし込んだ高級ケモノアパレル。特徴的なシースルーの羽織は不透明度を自由に変更できる。購入者の紹介がないと買えないルールになっており、入手難易度はかなり高い。

3TIGER

>>Brand Name

3TIGER

スリータイガー

大胆なダメージ加工と未来的なテクスチャー素材を活かしたデザインが人気の新進気鋭のケモノブランド。アバター同士の戦闘が許された深層で行われているストリートファイトで、圧倒的な強さを見せたユーザーがこの服を使用していたことから、人気に火がついた。

COLUMN 5

コラム5

ケモノ服の歴史についての証言II

昔のケモノ・トーキョーのことを知りたいだなんて、君も物好きだねと、みんな新しい物にしか興味ないんじゃない？

本当にこのインタビュー必要ある？

まぁ、いいけど。

――確かに僕はβ版時代のケモノ・トーキョーの管理を創設者のアイツに頼まれて手伝っていた。僕が担当していたのは街のデザインの一部と空間演出。デフォルトのケモノアバターの制作も少しやったかな。あと、これは遊びでやったことだけどアバターに着せる服をファッションブランドとして販売したりしてた。

今？　今のケモノ・トーキョーの運営に頼まれてたまに助言したり、トラブル解決で呼ばれたりすることはあるけど、基本的には現実でブラブラしてる。ケモノ・トーキョー創設メンバーってことで株を少しもらってたからお金だけは勝手に入ってくるんだよ。アイツは個別なくせにそういうところは義理堅いんだよね。

ケモノ・トーキョーにはたまにログインしてるよ。友達に会いに行くとかじゃなくて、新規アカウントで街を少くだけで、暇も潰せる。

今のケモノ・トーキョーは僕らが運営していた頃に比べると規模は桁違いだし、のんびりさい現実の企業とも対等に付き合ってる。凄いよね。本当に立派にやってる。

でも……。古参の戯言として聞いてほしいんだけど、死ぬほど大変だったβ版時代の頃の方が僕はやっぱり楽しかったんだよね。街のどうでもいいところに課金入れてこだわったり、勝手に故郷の街の画像を勝れ込ませて他のメンバーに怒られたり、たくさん売った服のお金で豪遊したり……まぁ、青春だったんだと思う。

ケモノ・トーキョーを作ったアイツは大変に巻き込まれて消息不明ってことになってるけど、もしかしたらどこかで生きてて、身分隠してこの街にログインしてるんじゃないかって、たまに妄想するよ。アイツはそういうことをやる性格なの。

本当に個別で……いい奴だったよ。

6

VIRTUAL WEAR STYLES / SPORTS

バーチャルウェアスタイル
（スポーツ）

スポーツウェア ブランド

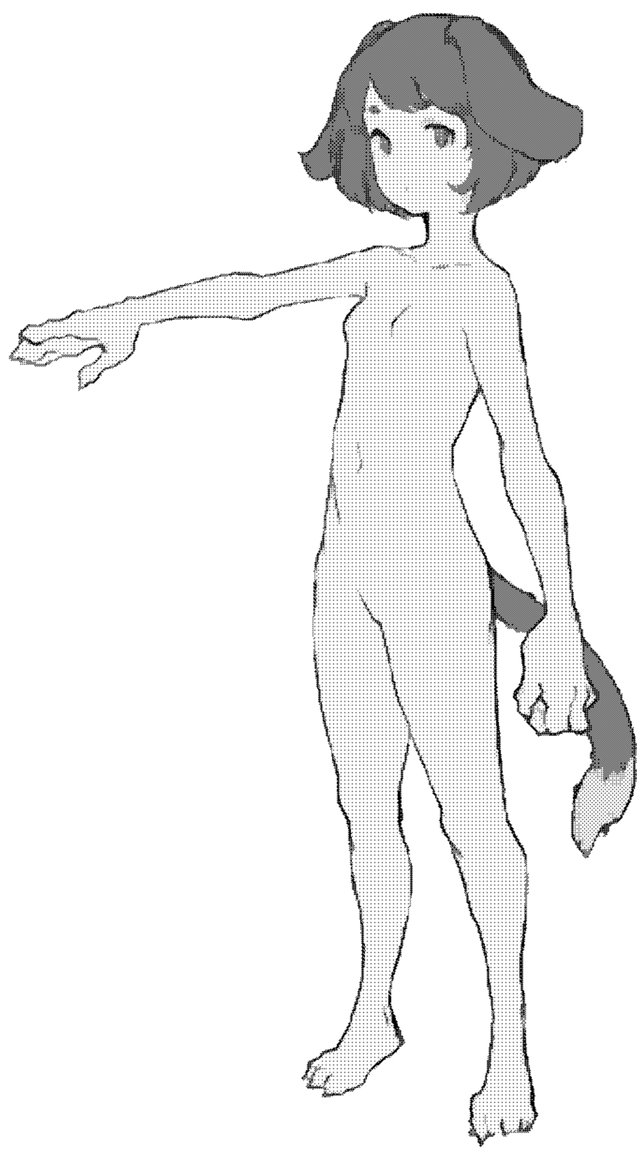
SPORTS WEAR BRANDS

>>Brand Name

MI・MI

ミミ

インディーズ音楽レーベル「MI・MI」の物販部門から独立したケモノブランド。フェス向きのアイテムも多く作られており、アクトドア用の服としても人気。デザイナー自身もDJとして毎年参加している音楽フェスでは、海外ミュージシャンとのコラボTシャツが限定発売されており、毎回即完売する人気商品となっている。



>>Designer's Comment

元々兎狩りの狩猟犬であったビーグルがデザインのベースで、その活発さを表現するためにライトグリーンのアクター、黒いレギンスでスポーティな印象に仕上げた。街中を耳と尻尾を揺らしながらランニングするイメージ。VR空間でランニングってあるのだろうか。脚の運動をVRに反映できるデバイスを用意すれば、ケモノ・トーキョーを観光しつつダイエットもできるかもしれないし、いつか実現してほしい。

>>Brand Name

Z-ACRO

ザクロ

ヘルスケアデバイスを開発しているメーカーとVRスポーツ競技を運営している企業が共同で製造しているケモノアパレル。Z-ACRO専用に作られた加圧タイプのスポーツタイツ型デバイスを使用することでVR空間上のアバターの動きをダイレクトに感じることができる。

>>Brand Name

MR.HUMP

ミスターハンプ

現実の天候とリアルタイムで同期させた山岳ステージの登頂を目指すVRトレッキングゲームに登場するケモノアパレル。アバター用のファッションとしても使用可能で、アウトドア好きのケモノたちから絶大な人気を集めている。大晦日には特別な山頂ステージがこのブランドのユーザーに解放され、山頂からの初日の出を楽しむことができる。

>>Brand Name

SORA

ソラ

ケモノ・トーキョーの山頂や許可されたビルの屋上から翼を広げて滑空を楽しむことができるスカイスポーツ用に作られたケモノ服。飛び歩き用のポンチョとしても人気。翼タイプのケモノ服は風をよりリアルに楽しむことができるだけでなく、空を飛ぶ際に世界観を崩さないのでスカイスポーツでは使用を推奨されている。

>>Brand Name

D.U.C.A.

デュカ

ケモノ・トーキョーのFPSプロチーム「D.U.C.A」が立ち上げたミリタリーファッションブランド。「戦場と日常をシームレスに移動する」をコンセプトに作られた服は、ゲーム内でも使用可能。世界大会で優勝した際にチームの服も特集され一躍有名となった。

>>Brand Name

川中島商店

カワナカジマショウテン

たった一人で強豪FPSチーム「D.U.C.A」と渡り合ったという逸話を持つ伝説のプレイヤー「川中島商店」が、引退後に二人の孫に頼まれて制作したアバター服。どんな試合レギュレーションにも対応できるように作られており、戦場に合わせて様々なカスタマイズが可能。FPSの才能と装備を受け継いだ孫たちはその後プロ契約するまでに成長し、ケモノ服は「川中島商店」モデルとして販売されている。

川中島商店

SHOP KAWANAKAJIMA

加速するVR身体拡張技術

解き放たれたケモノたち

身体のモーションキャプチャと触感フィードバックの性能向上により
ケモノ・トーキョーでは現実に近い動きが再現できる。
多くのVRスポーツもそれに従い次々と進化していった。
他の仮想現実空間と違うところは、アバターは皆ケモノ。
人間にはない尻尾や翼もある。
身体機能は拡張され、より自由度の高いスポーツが作られると、
大手スポーツメーカーによって
その親族に特化した新しいケモノ服が開発され始めた。

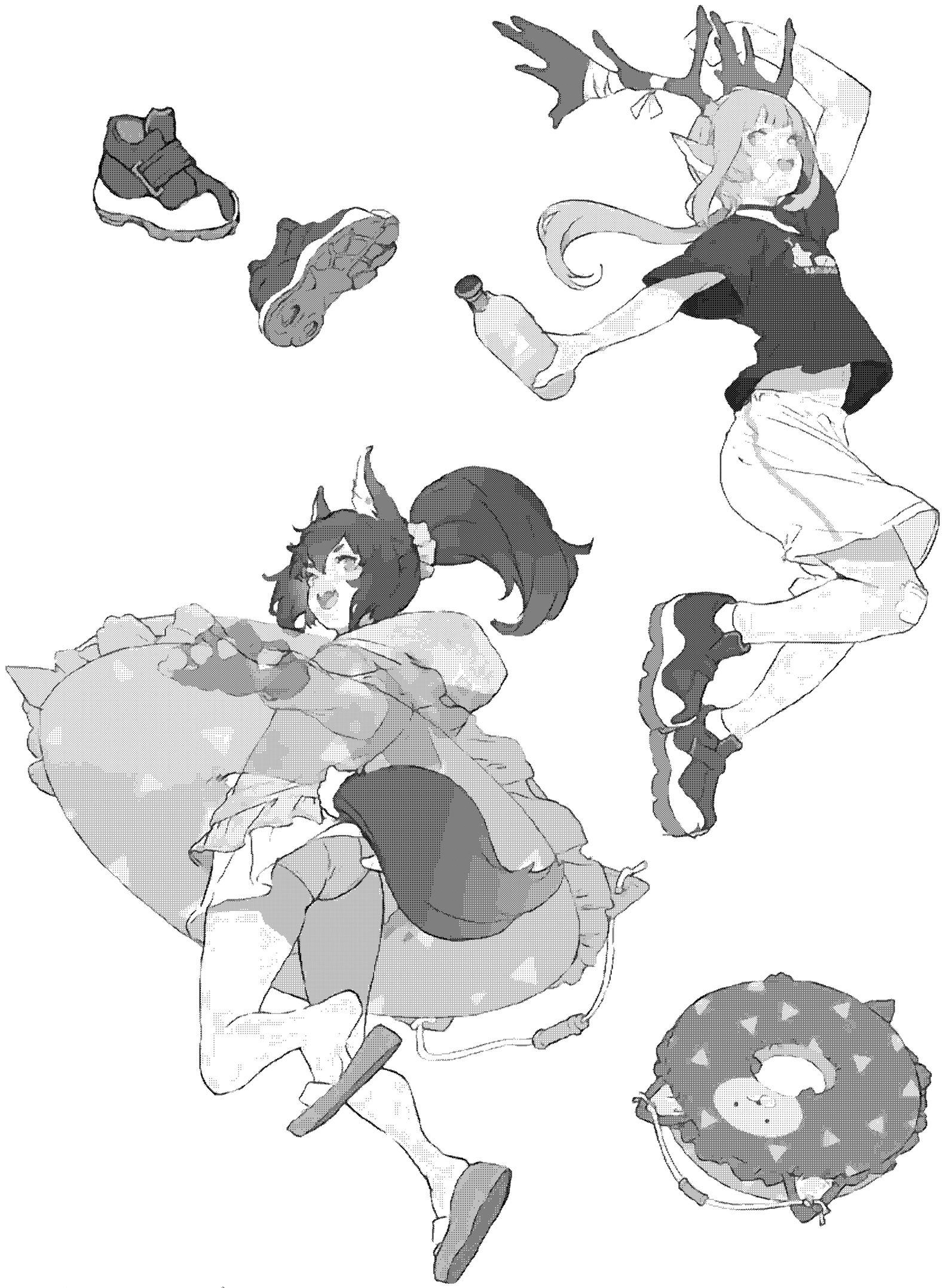
>>Brand Name

SAND BLAST

サンド・ブラスト

ネコ科のケモノたちに人気の水着ブランド。アバター素体の美しさを生かすシンプルでキュートなデザインが特徴。毎年夏に行われるナイトプールイベントで新作が発表される。アバター用の水着はどのブランドも濡れ表現の強度が細かく設定されており、行動範囲が設定値によって細かく規制されている。

SAND
BLAST



サマースタイル

〈KRONOS & imiut〉

VIRTUAL WEAR STYLES / SUMMER

>>Brand Name

KRONOS Active wear

クロノス（アクティブウェア）

「KRONOS」の制服とともに与えられるスポーツ用の体操服。集団で激しい動きを行ってもタグが怪きないように徹底的に軽いデータ量で仕立てられている。「KRONOS」がスポンサーになっているダンス大会では毎年熱い戦いが繰り広げられている。

>>Brand Name

imiut Swimwear

イミウト（スイムウェア）

「imiut」が夏限定で販売している大人気の水着＆ラッシュガード。購入特典として巨大なオリジナル浮き輪と尻尾シュシュが付属する。漏れ表現レベルは最低限に抑えられているので街中でも着用可能。あくまで「子供服」というブランディングが多くのユーザーから信用を得ることに成功している。

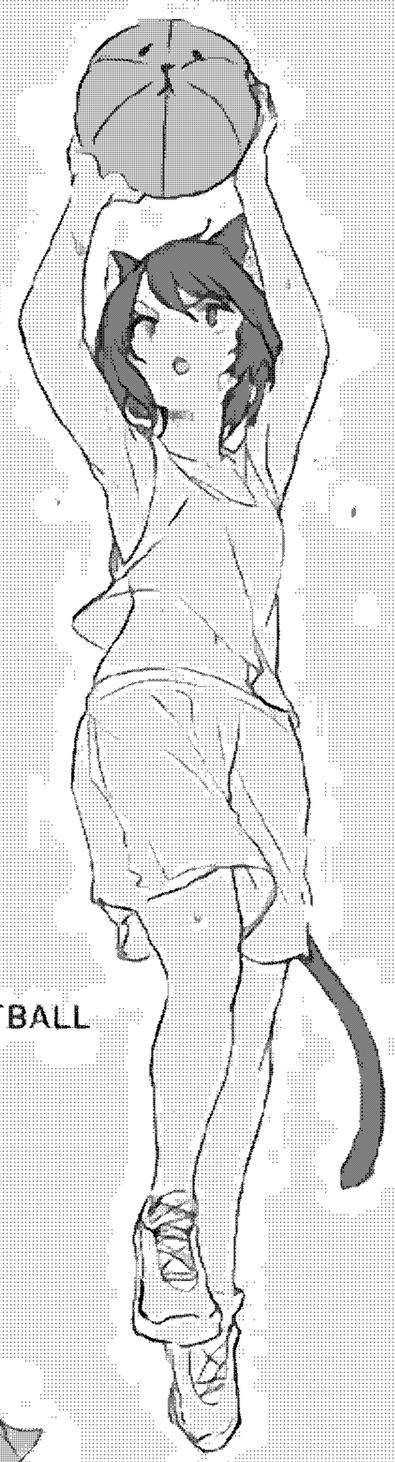
COLUMN 6

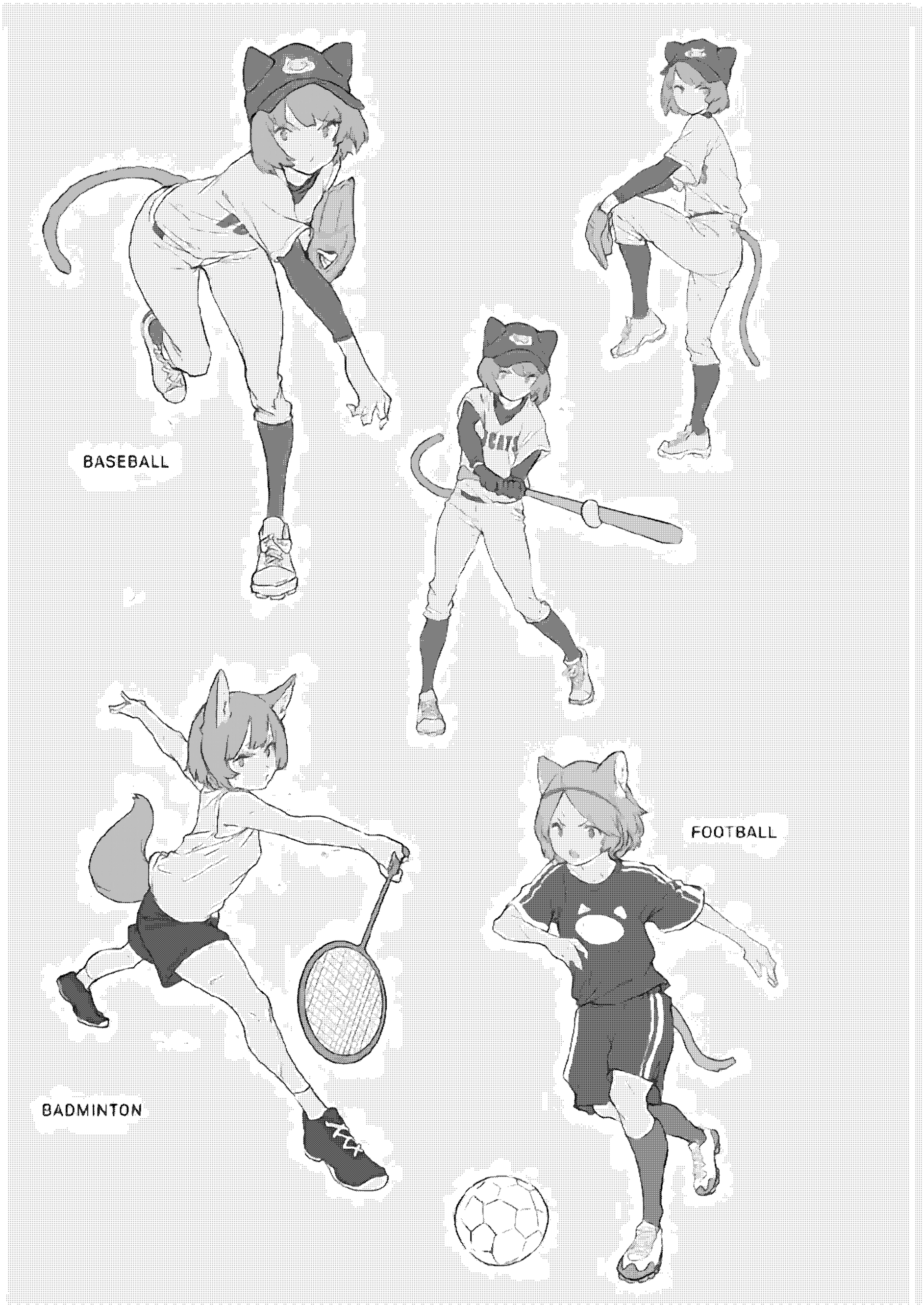
コラム6

エスカレートするVR競技

誰のためのスポーツ？
選手とスポンサーの関係

仮想現実空間で行われているVRスポーツの試合で活躍するスタープレイヤーには現実と同じく巨大資本のスポンサーがつくのが普通だ。しかしそこはVRの世界。服に企業名を入れるだけで際ひはずもなくスポーツ広告戦略はエスカレートしていく。企業は選手に試合中は用意した自社アバターに着替えることを要求するのが当たり前になっていき、中には商品のマスコットキャラのアバターで試合をさせた会社まで現れ始めた。
それを受け、ケモノ・トーキョーで行われるスポーツ興業は試合中のアバターレギュレーションを厳しく設定し、改変できるのは服のみと定められた。




BASEBALL
CATS
FOOTBALL
BADMINTON


TENNIS
VOLLEYBALL


SKATEBOARD
PARKOUR
KICKBOXING
TRACK AND FIELD


BOULDERING
SURFING
FIGURE SKATING
RHYTHMIC GYMNASTICS

バーチャルライフスタイル
〈プライベートルーム〉

VIRTUAL LIFESTYLES / PRIVATE ROOM

深化していくVRライフスタイル

物理制限から解き放たれた今、ケモノたちは欲望を止めない。

ケモノ・トーキョーなどの商業仮想現実空間の成功により、
プライベートの時間をVR上で過ごすユーザーが増加。
VR内で快適に過ごすための技術研究や出資が行われたため、
コミュニケーションAIの導入や、リアルタイムで収集された
現実のデータを使用する、より体感的なコンテンツが次々にリリースされていった。
その結果、高度な自律NPCとの会話を楽しむユーザーや、
現実の自然環境をそのまま反映したアクティビティエリアで生まれた
VRスポーツに没頭するユーザーが、新しいムーブメントを作り始めた。

物理的制限から開放され、VR上の自分の部屋(マイルーム)を
世界で一番リラックスできる快適な調度品に変えていくケモノたち。

趣味を極める。最高の癒しを求める。自らの業に溺れる。
この場所では全てが自由なのだ。

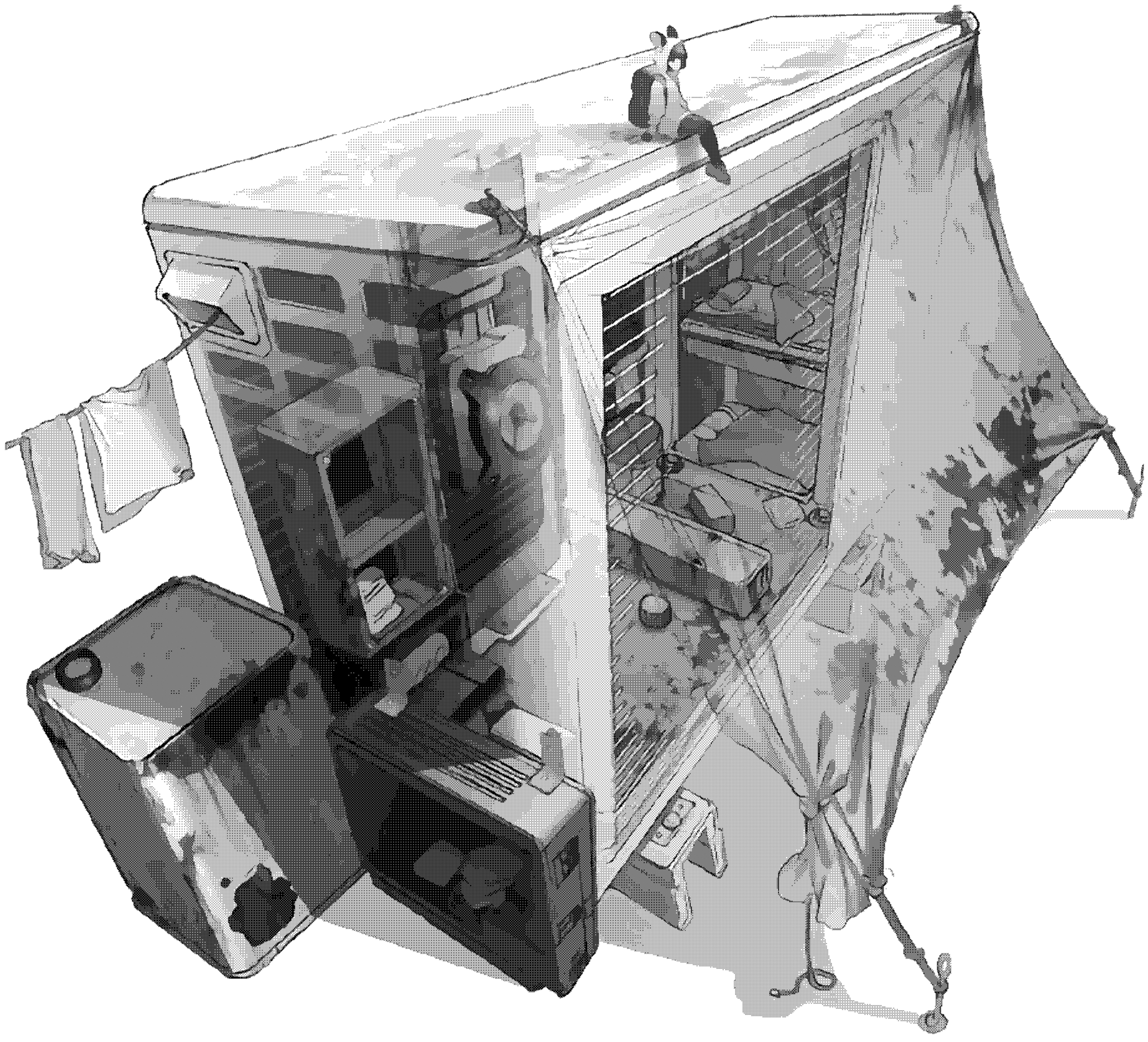
冒険の準備はマイルームから
VR登山で世界の名峰を攻略（アタック）
トロフィーコンプを目指せ

現実から収集したリアルタイムデータは様々なサービスに
利用されたが、その中でも人気なのが登山である。
険しい山岳と気象をデータ化してケモノ・トーキョーに
再現し、現実と同じ天候や気温まで同期させることで、
リアルな登山体験を可能にしている。
様々なステータス数値が設けられた装備を揃えて
危険な山頂へアタックするゲームモードが特に人気で、
アウトドア系ケモノアパレルメーカーは競って
世界の名峰をデジタル復製し、登山大会を開いている。

KEMONO FABRIC TOKYO MOGUMO ARTWORKS
VIRTUAL LIFESTYLES / PRIVATE ROOM

川の流れに身をまかせ
圧倒的な自然（ネーチャー）に漂う
ディープ・リラックス体験

リアルタイムの自然環境情報を仮想現実空間に再現する技術は、
自宅の部屋に居ながら世界中の山や川を
体験することを可能にし、プロのネイチャーガイドが
VR上で様々な解説をしながら安全に案内するという
新しい観光スタイルを確立させた。
気に入った場所の空間情報を自分のプライベートルームに
持ち込むことも可能なため、環境を整えれば
美しい水中での睡眠を楽しんだりすることもできる。



究極のファングッズ

ゲームの世界観を購入する

多くのユーザーが仮想現実空間にプライベートルームを持ち、
家具や内装のモデルを購入するのが一般的になった時代。
ゲームメーカーは熱狂的なファンのために、作品に登場したアイテムや建物、
NPC（ノンプレイヤーキャラクター）をファングッズとして販売。
ゲーム用に作られた素材そのものが商品として流通し、
マイルームを飾ることが可能になった。

無限の空間で部屋作り

そこはクリエイティブ沼の入り口

玩具メーカーが展開しているケモノアパレル『Hoppiece』は服だけでなく、
VR上のプライベートルームを自由に建築できるブロックを販売している。
ブロックは質感、色、触れたときのアクションなど様々な設定を選択することが可能で、
子供たちの創造性を高める知育ゲームとしても人気。
親子で遊ぶユーザーも増えている。

AIドールたちの箱庭

完璧な世界を構築せよ

VR生活を補助する「ドール」と呼ばれる様々な性格を持つキャラクター型の
アシスタントAIが販売されたが、一部のユーザーたちはドールたちの性格を計算した上で、
主人不在の物語世界を構築することに夢中になっていた。
ドールたちの日常生活、複雑な関係性をマイルームに構築する遊びは、
メーカーの意図しないものだったが、多くのマニアが自らの世界観を競う
一大ジャンルへと成長した。

開放された宇宙への道

部屋の窓から見つめる地球の姿

観測衛星からのリアルタイムの高解像度観測データを利用し、
宇宙ステーションの一室をマイルームに再現するユーザーが出現。
重力レベルを調整し、無重力の浮遊感を楽しむことも、
部屋の窓からリアルタイムの地球を眺めることも可能になった今、
宇宙をレジャーとして楽しむことは一部の富裕層だけのものではなくなったのだ。

ケモノファブリック＝トーキョー

KEMONO FABRIC TOKYO

服と世界は繋がっている
VRと現実、
日常が織り成す人生

ケモノ・トーキョーで過ごす日常、現実で過ごす日常、
二つの世界での体験は、縦糸と横糸のように人生に織り込まれていく。
君がケモノの姿で体験した出会いや感動は、ゲームの中の物語ではない。
現実と同じく、君が紡いだオリジナルの物語だ。
君が作り上げた物語は、また何処かの誰かに影響を与えていくだろう。

世界は色彩豊かな物語の糸で織られた一枚のファブリックだ。
君が着ているその服もまた誰かの物語で作られているんだよ。

創設者が最後に残した言葉

ENDING NOTE

この街が消えても
僕たちのミームは必ず残る

僕がこのケモノ・トーキョーに現実の大企業を誘致しようとしたとき、
古参のユーザーからはかなり文句を言われたよ。
「金儲けに走った」とか、「クリエイターでもない奴にここで商売をさせるな」とか、
まぁ散々だったね。このことで離れたユーザーもけっこういたと思う。

でもさ、頑なになって世界観を守るより
大企業が競ってケモノ服を作ってる方が絶対面白いと思ってたんだよね。
新しい価値観を作って、未踏の地を切り拓いた自負はもちろんあるよ。
でも、後から参入してくる大資本に勝てるとは思っていない。
新天地だったはずのVR空間はあっという間に現実と変わらなくなるはずだ。

だから彼らを自ら受け入れたんだ。僕たちのミームを残すために。
そしてそれは成功したと思う。
彼らはケモノの遺伝子を受け入れ、耳と尻尾を生やしてしまった。
市場も文化もここで作り上げてしまった。僕たちは未来の姿に影響を与えたんだ。

それは財産や名誉を得るより愉快なことだと、思っているよ。
君はそう思わないかい？

（著者・イラスト）

モグモ

MOGUMO

モリオン航空全帯の一人。
「KEMONO FABRIC TOKYO」、「永久×パレット」など、
オリジナル作品をメインに制作活動を展開。
本作が初の作品集。

Twitter: @m_o_g_m_o_g_555

（文）

HISADAKE

ヒサダケ

モリオン航空全帯の一人。
モリオン航空名義で『永久×パレット』シリーズ（講談社
「週刊ヤングマガジン」「good!アフタヌーン」）の漫画
原作を担当の他、児童向け図鑑作などを手がける。

Twitter: @morion_airline

ブックデザイン ═ 永井智大、晋堂彩菜

ブランドロゴデザイン ═ モグモ、永井智大、晋堂彩菜

協力 ═ DJ RIO

校正 ═ 中島 薫

営業 ═ 谷 聡一

進行 ═ 武田 慎

編集 ═ 若月孝士

PROFILE

EYE

HISADAKE

KEMONO FABRIC TOKYO

KEMONO FABRIC TOKYO

ケモノファブリックトーキョー


KRONOS
JUPITER
POS
FUR NEST
KEA
Piggy


RPTLS
SMALL PARTICLES
DUAL
MIRUKI
NEXT
TRIBE
CGR
TIGER
MI MI
MR. HUMP
KADOKAWA

KEMONO FABRIC TOKYO
モグモ Artworks

著者・イラスト　モグモ
文　HISADAKE(ヒサダケ)

2021年1月20日　発行
ver.001

本電子書籍は下記にもとづいて制作しました
『KEMONO FABRIC TOKYO　モグモ Artworks』
2021年1月20日　初版発行

発行者　青柳昌行
発行　株式会社KADOKAWA
https://www.kadokawa.co.jp/

●お問い合わせ
https://www.kadokawa.co.jp/　(「お問い合わせ」へお進みください)
※内容によっては、お答えできない場合があります。
※サポートは日本国内のみとさせていただきます。
※Japanese text only