

メタバースの進化は 人々の生活や仕事をどう変える?

取材・文/伊藤敬太郎 イラスト/桔川 伸

3次元空間でのリアルな体験が 近い将来「当たり前」になる!?

3次元空間にアバターを介して参加する「メタバース」。このキーワードは目にしたことがある人も多いはず。既にゲームなどでメタバース、あるいはそれに近いサービスを経験した人も多いだろう。メタバースが当たり前になると予測される近い将来、私たちの生活や消費行動はどう変わるのだろうか。

メタバースとは?

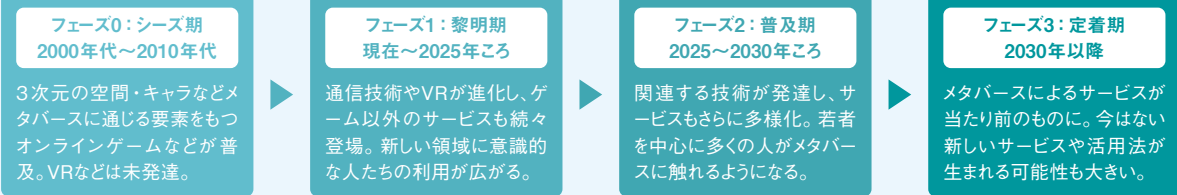
アバターを通して体験する 3次元の仮想空間

メタバースとは、コンピュータの世界に構築された3次元仮想空間やそれを利用したサービスのこと。ユーザーは自分の分身であるアバターを作って、その仮想空間に参加する。VR（バーチャル・リアリティ）のヘッドセットなどを着用することで、アバターが自分自身であるかのように、3次元仮想空間でリアルな、あるいは現実を超えるような体験ができる。2次元のサービスにはない没入感が大きな魅力だ。

メタバース普及 4つのフェーズ

2025年ころには一気に一般の人々に普及する可能性も!

『メタバース未来戦略』（久保田 瞬・石村尚也著/日経BP）では、メタバースは以下の4つのフェーズを経て、普及・浸透していくと予測されている。同書によれば、現在は、フェーズ0のシーズ期を過ぎて、一般の人たちも関心を抱くようになるフェーズ1の黎明期の真っ只中。そして、ほんの数年前の2025年ころには、多くの人がメタバースの世界に触れるようになるフェーズ2の普及期に入る可能性が示唆されている。



メタバースは多様な分野・業種に活用が広がっている!

今はまだ想像もされていない サービスが生まれる可能性も

現在は、ゲームや音楽ライブなどのエンターテインメント分野を中心に普及し始めているメタバース。しかし、今後は、その場にいるような体験ができるメリットを活かし、買い物、観光、医療、教育などより幅広い領域で活用が広がっていく。既に先行するサービスが次々にスタートしており、今後はまだ想像もされていない新しいサービスが続々と登場する可能性も大きい。



[ゲーム]

メタバースが先行して普及

多くの人とリアルタイムにつながりながら、3DCGの世界で没入感を味わうことができるオンラインVRゲームは、メタバースが先行して普及している分野。ゲーム以外のイベントなども楽しむことができる。

[SNS]

アバターで友達と会話

顔のパーツや髪型、服装などを自分の好みにアレンジしたアバターを作って参加するSNS。3次元空間の自分の部屋や公園などで、アバター同士でコミュニケーションするこのタイプのSNSが将来は主流になるかも!

[広告]

3次元空間で 商品を体験

広告の領域では国内大手企業を中心に既にメタバースの活用が始まっており、普及期・定着期にはさらに拡大していくと予測される。バーチャルでの新商品発表会、アバターを介した商品体験など、多様なアプローチが可能。

[不動産・建設]

現実の街を 3DCGで再現

現実にあるものを仮想空間に構築する（デジタルツインといわれる）のもメタバースの活用法の一つ。不動産・建設業界では、現実の街を3DCGで再現する試みも既に行われている。解体する建物をデジタルで残すことも可能。

[旅行・観光]

部屋にいながら 名所を巡れる

観光名所を3DCGで精巧に再現し、アバターを通してそこにいるかのような観光体験ができるサービスも増えてきている。移動が大変な外国であっても手軽にアクセスでき、実際の旅行・観光の動機付けにもつながる。

[医療]

アバターを介して リハビリ

ITを活用したオンライン診療などは既に広がりつつあるが、ここにメタバースを導入する動きもある。例えば、米国ではメタバースでアバターを介して行う遠隔リハビリなどが始まっており、今後の動向が注目される。

[教育]

バーチャルキャンパス 構想も!

コロナ禍で活用が広がったオンライン授業。ここにメタバースを導入する取組も始まっている。アバターを通して3次元空間の教室で授業を受けることで没入感はアップ。バーチャルキャンパス構想を打ち出している大学も。



専門家に聞く /

若者の創造力がメタバースの新しい世界を切り拓く

クリエイターの活躍の場が広がり これまでにない職業も生まれる!

メタバースをひと言で説明するなら、「3次元のインターネット」です。従来のインターネットはWebサイトにしても動画にしても2次元のサービスが基本でしたが、メタバースの世界では、3次元の仮想空間でその場にいるような体験ができます。買い物や例に挙げると、実際に店舗を訪れたときのように、品物を見て回ったり、手に取ったりできるわけです。つまり、「ネットで買い物をする」という体験の質が変わるということですね。それに加えて、データを登録しておけば、例えば、男性であれば店舗内をウロウロすることなくメンズの売り場に行くことも

ども可能。リアルな買い物より便利になるというメリットも大きいですね。

このような利点があるため、通信やVRのヘッドセットなど関連する技術が今後さらに進化していけば、メタバースはかつてインターネットやスマートフォンが普及したときのように、人々の行動や生活を変えながら急速に普及していく可能性が高いといえます。上に挙げた普及期、定着期の年代は、あくまで現時点での予測に過ぎませんが、今の高校生が社会に出るころには、メタバースを使ったサービスがさまざまな分野で当たり前になっていることも十分考えられます。

今の高校生は、この先もちろんユーザーとしてメタバースを使う機会が増えていくことになるでしょうが、同時

にメタバースのサービスの作り手の役割も担うことになるでしょう。メタバースを活用した新しいビジネスを企画する人材、関連する技術の開発に携わる人材など多様な人材が求められるでしょうが、なかでも注目されるのは3DCGでものづくりを行うクリエイターです。若い感性が活かせる分野ですし、実際にメタバースのクリエイターとして活躍している現役高校生もいるんです。

興味があるならまずは自分で「創る」ことを体験してみたいと思います。例えば、人気のオンラインゲーム「FORTNITE」には「クリエイティブモード」があって、自分でゲームの舞台である3次元の世界を創ることができます。高価なソフトや機材がなくても、チャレンジできる環境は既に整っているんです。



株式会社Mogura 代表取締役
久保田 瞬さん

Profile

くぼたしゅん ●「Mogura VR」編集長、XRジャーナリスト。慶應義塾大学法学部政治学科卒業後、環境省入省。2015年にVR、AR、メタバースの専門メディア「Mogura VR」を立ち上げ、株式会社Moguraを創業。一般社団法人XRコンソーシアム事務局長、一般社団法人VRMコンソーシアム理事なども務める。

