

新たな

仮想空間として  
注目を集める

「メタバース」

その可能性を  
探る!

メタバースは、新たなビジネスチャンスを生む市場として国内外で注目を集めています。その概念、社会やビジネスに与える影響などを紹介します。

ガジェットライター

武者良太

新たなSNSの主戦場として  
注目されるメタバース

テレビの情報番組やネットのニュースで、「新しいビジネスチャンス到来!」と喧伝されることが増えてきたメタバース。

2021年10月、フェイスブック社がテキスト (Facebook、Twitter)、画像 (Instagram)、動画 (YouTube、TikTok) の次のSNS主戦場となるメタバースに本腰を入れて取り組むべく、社名をメタ社に変更して以来、注目のワードの1つとなり、Twitterのトレンドワードとしても頻繁に表示されるようになりました。

しかし、この「メタバース」とは何のことを指す言葉なのでしょう。

### メタバースの定義とは

まずメタバースとは、「超」を意味する meta (メタ) と、「宇宙」を意味する universe (ユニバース) を合わせた造語です。直訳すればユニバースを超越する場所という意味になりますが、これだけではメタバースがどのようなものかはわかりません。

メタバースという言葉を初めて使ったアメリカのSF小説『スノウ・クラッシュ』(ニール・ステ

イーヴンソン著/1992年発行)では、コンピューターがつくり出した3Dの仮想現実のことをメタバースと表現しています。

そこでは、VRヘッドセットを装着した人々がログインして歩き、話し、遊び、そして同じ時間軸を通じて働くことが可能です。小説のなかでニール・ステイーヴンソンが定義した「現実とは異なる仮想現実の空間内で、現実と同じようにボイスチャットやボディランゲージによるコミュニケーションを行ない、経済活動もできる」場所という概念が、1つの基準として考えられます。

また2020年1月にアメリカ

のベンチャー投資家、マシユー・ボールが公開した7か条をメタバースの条件だと定義する人や企業が増えていきます(図表1)。

マシユー・ボールは、メタバースⅡVRであるかどうかには言及していません。しかし、永久に持続し、複数のサービスマン間を自由に行き来できる相互運用性が必要であると記しています。『スノウ・クラッシュ』との共通点は、数千万人が同時アクセス可能で、社会生活が送れる経済システムが存在し、現実と仮想現実がリンクしていることです。

### すでに存在するメタバースのサービス

残念ながら、前述の定義を完全に満たすレベルのメタバースは、いまのところ存在しません。

半導体メーカーであるインテルは、「真に持続的で没入感のあるコンピューティングを、大規模かつ何十億人もの人間がリアルタイムで利用できるようにするには、プロセッサの計算効率を現在の1000倍に向上させる必要がある」と発言しており、理想のメタバースを実現するには、テクノロジーの進歩を待たねばならないよ

図表1 マシユー・ボールによるメタバースの定義 7か条

- ① リセットや終了がなく、永続的に続くもの
- ② メタバースの住民全員が同時性を持ち、ライブでつながるもの
- ③ 同時接続人数に制限なし
- ④ 他の人に認められる価値ある仕事が存在し、所有・投資・販売によって生活費を獲得できる
- ⑤ アナログの現実空間と、デジタルの仮想空間をまたぐ体験ができる
- ⑥ アバター、バーチャルファッションなど、複数のサービスをまたげるデータの運用性がある
- ⑦ 個人、またはグループ、企業がつくり出した多数のコンテンツが存在する

図表2 メタバースのサービスとユーザー数

サービス名	運営会社	月間アクティブユーザー数
ロブックス	Roblox Corporation	2億1000万人
マイクラフト	Mojang Studios	1億6000万人
フォートナイト	Epic Games	8000万人
Zepeto	NAVER Z Corporation	1300万人
Avakin Life	Lockwood Publishing	1200万人
IMVU	IMVU	700万人
Rec Room	Rec Room	500万人
VRChat	VRChat	400万人
Axie Infinity	SkyMavis	300万人
AltSpace VR	マイクロナフト	100万人
セカンドライフ	Linden Lab	100万人
Decentraland	Decentraland Foundation	50万人

出典: Linked in((2022年Q1))

このように、メタバースでは、ユーザー自らがコンテンツやデータを持って利益を得たり、リモートワークによる作業だけでなく多くの人を熱狂させることが可能です。実際に、年間100万ドルを超える収益を得ているクリエイターも誕生しています。

2020年4～5月に開催された「バーチャルマーケット4」では、個人クリエイターと企業出展を合わせて1104ものブースがワールド内に並び、続く2020年12月～2021年1月開催の「バーチャルマーケット5」では、アクセス数がのべ114万人と、VR展示会としては世界最大規模となりました。

ビームスや大丸松坂屋は3回連続で企業出展を行っており、メタバース内で使えるデータの販売だけでなく、実際に着られるTシャツや手に取れるフィギュア、お取り寄せグルメなども販売してい

うです。

しかし、現在の技術力でもメタバースといえるサービスはいくつも存在します(図表2)。

たとえば、アメリカのオンラインゲームの『フォートナイト』は、月間アクティブユーザーが8000万人で、ゲームに留まらずユーザー同士でさまざまな交流が可能です。

その『フォートナイト』で、コロナ禍の2020年4月に1つのセンセーショナルなイベントが開

催されました。ラッパであるトラヴィス・スコットのバーチャルコンサート『Astronomical』では、同時接続数が1230万人を記録し、仮想空間を用いたライブエンターテインメントの可能性の高さを示してくれました。

しかも、このバーチャルコンサートを手掛けたスタッフは、自宅からリモートワークで作業したというのです。さらに、マシユー・ボールは、『フォートナイト』におけるバーチャルファッションの

売上は年間30～50億ドルであり、世界最大のアパレル企業と言える」と指摘しています。

また、月間アクティブユーザーが2億1000万人のオンラインゲーミングプラットフォーム『ロブックス』では、ユーザーが自作のミニゲームを公開したり、ゲーム内で使える自作のデジタルファッションやアイテムを販売することでゲーム内で流通する通貨「Robux」を得られます。

ここからは、日本国内の事例も見てみましょう。

日本のVRベンチャー企業であるHIKARIは、主にVRヘッドセットを装着したユーザーが、SF映画のように仮想空間内にログインできるメタバースの1つの『VRChat』で、「バーチャルマーケット」という大型VR展示会を開催しています。

2020年4～5月に開催された「バーチャルマーケット4」では、個人クリエイターと企業出展を合わせて1104ものブースがワールド内に並び、続く2020年12月～2021年1月開催の「バーチャルマーケット5」では、アクセス数がのべ114万人と、VR展示会としては世界最大規模となりました。

## 国内でのメタバースサービスの活用事例



図表3 三越伊勢丹の仮想都市空間プラットフォーム『REV WORLDS』



ます。

実際の売上データは不明ですが、それでも連続して出展していることから手応えは感じているものと推測できます。

また、三越伊勢丹では、独自のメタバースプラットフォームである『REV WORLDS（レヴ・ワールドズ）』を展開しています（図表

3）。

新宿駅東口アルタ前から新宿三丁目交差点までを仮想空間内に再現し、仮想伊勢丹新宿店をオープン。24時間365日休みなく、訪れるユーザーに対して化粧品、雑貨、食品や、アバターを着飾るデジタルファッションなどを販売しています。

こちらも実際の売上データは公表されていないものの、同企画を立ち上げから担当するオンラインストアグループデジタル事業運営部の仲田朝彦氏は、メタバースを活用したコマースには、スマートフォンのPCのブラウザ画面で見ると別の価値があると言います。

アバターと自分がシンクロしている人であれば、バーチャル

であっても伊勢丹新宿店に行ったという実感があり、遠くに離れて住んでいる家族とメタバース空間内で一緒に買い物をしたような付加価値が得られるそうです。

### メタバースを利用した新しい働き方

前述したとおり、メタバースはテレワークとの相性がよく、これからはメタバース空間を利用したテレワークが広まっていくことが予想されます。

メタ社では、すでにメタバース空間で会議ができるサービス「Horizon Workrooms」の提供を始めています。

リモート会議は、現在Zoom会議が主流ですが、参加者は画像に映し出されるだけで、それぞれが別の場所での会議に参加しているという意識が強く、リアル会議のようない体感に欠けるという欠点があります。

メタバース空間の会議では、参加者がアバターとなつて1つのVR会議室に集まります。アバターが発言すれば、きちんとアバターのほうから音声が入りこみ、その音量も距離によって変わるといった現実感があります。気軽に近くの

アバターと雑談もできるので、従業員同士のコミュニケーション不足解消にも役立ちます。

また、VR内で自分のコンピュータを使ったり、共有のVRホワイトボードに書き込んだりすることも可能です。

ほかにも、メタバース空間内において、アバターの姿をして接客をする「アバターワーク」という働き方も生まれています。

アバターワークは、顧客はもちろん接客する従業員も働く場所を選びません。

身体が都合や家族の介護、幼児の子育て等で自宅を出るのが難しい人でも隙間時間に働くことができるので、リアル店舗からVR店舗への移行が進めば、企業の人材不足解消にも期待が持てます。

また、現時点におけるアバターの表現力は乏しく、視線、表情、手の所作などを活用する現実世界の接客術が活用しにくいのが実情ですが、絵文字を空間に浮かべるエモート機能や、ボイスチャット機能などバーチャルならではの機能があります。

今後、機能が拡張していくことで現実の接客以上のサービスも可能になるかもしれません。

むしろ、出版社勤務の後、フリーライター・カメラマンとして独立。スマートフォン、VR、メタバースなどガジェット・テクノロジー市場を構成する周辺領域の記事作成を担当している。