

ICT 2022 トレンド

“仮想空間「メタバース」が導くパラダイムシフト

近年、注目されるトレンドの1つに「メタバース」がある。インターネット上の仮想空間を意味するが、ゲームなどエンターテインメントの世界にとどまらず、産業社会、ひいてはスマートシティなど今後の社会づくりにも、大きな可能性をもたらすことが期待されている。そこで今回は、有識者のコメントも交えつつ、メタバースの定義や意義、価値創造の仕組みなどについて解説していく。



Ridgelinez株式会社
メタバース創造プロジェクト
佐藤 浩之 氏
Principal

Innovation and Business
Creation Practice

約25年にわたり、通信業界において放送と通信の融合や、アジアでのJV運営などの様々な新規事業立ち上げに関わる。2009年にDocomo Deutschland GmbH (ドイツ) CEOに就任し、数々のM&Aにより欧州におけるグローバル基盤構築を牽引。2016年よりDocomo Digital(ロンドン)CEOとして、Google・Amazon等のOTT/各国のモバイルキャリアと連携したモバイルペイメントPF事業をグローバルに展開。2019年よりNTTドコモのマネージング・ディレクター、グローバルパートナーシップ&イノベーション責任者を経て、現職。

なぜ今、メタバースが注目されるのか

メタバースとは、「超越／高次」などを意味する「メタ」と、「世界／宇宙」などを意味する「ユニバース」を組み合わせた造語で、インターネット上の仮想空間を表現したものだ。

その起源は意外に古く、米国のSF作家ニール・スティーブンソンが、今から30年前の1992年に発表した小説『スノウ・クラッシュ』で描かれたものが元祖とされている。発想自体は決して目新しいものではなく、すでに2000年代には現実化している。例えば、2003年にリリースされた『セカンドライフ』は、イン

ターネット上で自由度の高いコミュニケーションを楽しめ、土地の所有など経済活動も可能なことから話題を集めた。2007年には日本でもブームとなったので、覚えている人もいるだろう。

当時は定着しなかったメタバースが、近年、あらためて注目されている理由はどこにあるのだろうか。よく挙げられるのが、MMORPG (多人数同時参加型オンラインロールプレイングゲーム) の普及や、コロナ禍によるオンライン活動の拡大、Facebook社が「Meta」に社名を変更したことなどだが、いずれもきっかけにすぎない。現在のメタバースには、私たちの社会に大きな変革をもたらす可能性があり、そこにビジネス界も含めた多くの人々が気付いたからこそ脚光を



浴びているのだ。次項からは、富士通グループのDXコンサルティングファーム、Ridgelinez株式会社(リッジラインズ)でメタバース創造プロジェクトを率いる佐藤浩之氏の言葉も借りつつ、メタバースの可能性を紐解いていこう。

単なる仮想空間とは異なる、メタバースならではの特徴

インターネット上の仮想空間であるメタバース内では、参加者が「アバター」と呼ばれる分身を動かし、他の参加者と自由にコミュニケーションを取ることができる。こう説明しても「SNSなど従来からあるネット上のコミュニケーションとどう違うのか?」と疑問に思う人も少なくないだろう。佐藤氏は、メタバースを「現実世界とシームレスにつながった仮想現実による共有

空間」と定義する。

メタバースにはゲームなどと違いリセットや終了といった概念がなく、現実世界と同期し、かつ同じ時間軸で永続的に過ごすことができる。加えて参加する人数に制限がなく、誰もが自由に仮想空間内のコミュニケーションが可能だ。こうした特徴は、ICT分野の技術革新によってもたらされたものと佐藤氏は指摘する。「セカンドライフが定着しなかった2000年代と比較して、ICTの進化は目覚ましいものがあります。スマートフォンをはじめとしたモバイル端末が急激に普及し、無線通信は3G、4Gを経て5Gとなり、通信容量を気にせず、高速通信を常時接続で楽しめるようになりました。さらに、VRゴーグルなどデバイスの進化・普及が、仮想世界での体験をよりリアルなものとしています」。

ICTの進化は、メタバース内で共有できる体験を

も拡大させている。仮想通貨技術であるNFT(非代替性トークン)の導入により、仮想空間においても現実世界と同様に販売や購入、所有、投資などが可能になり、新たな経済圏が誕生している(コラム参照)。「いまやメタバースに参加するユーザー間では、音声や画像、映像といった情報だけでなく、体験や感動なども共有でき、さらには同じ価値観を持つユーザー同士による価値の創造・販売など経済活動も可能となっている。それが今日的なメタバースの大きな特徴です」(佐藤氏)。

「ゲームの世界」にとどまらない、メタバースの大きな可能性

メタバースについて「ゲームの世界の話では」と思っている人も少なくないだろう。確かに、現在あるメタバースの多くは、ゲーム上のプラットフォームとしての仮想空間だが、そこで楽しめているのは必ずしも運営側が用意したゲームだけではない。そうした楽しみ方の広がりこそがメタバースの可能性と言えるので、いくつか具体例を挙げてみよう。

最初の例が、2017年にリリースされた『Fortnite(フォートナイト)』。本来はユーザー同士で戦闘や共闘を楽しむゲームだが、ゲーム空間内で様々なイベントも用意されているほか、プレイヤー自身が新たな楽しみ方を生み出せるのが魅力だ。2020年に米国の人気ラッパー、トラヴィス・スコットがフォートナイト内でバーチャルライブを開催したところ、何と2,700万人以上の観客を集め、2,000万ドル(約21億円)もの売上を記録。世界中の人々が無制限に参加可能なバーチャル空間は、現実世界よりも大きなビジネスチャン



非代替性トークン

メタバースにおける経済活動を支えるNFT

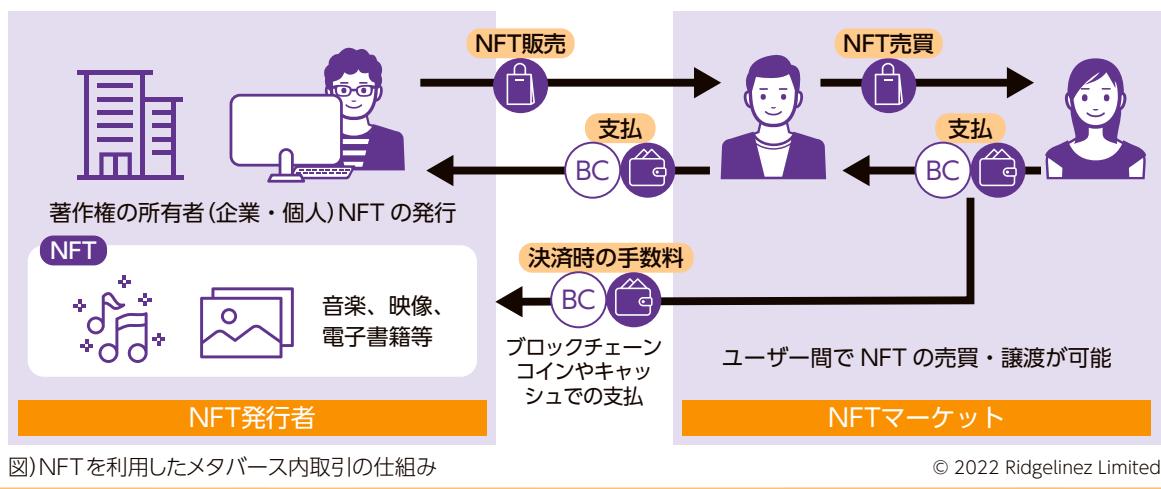
昨今、目や耳にする機会が増えた「NFT (Non-Fungible Token: 非代替性トークン)」だが、トークンに様々な意味があるせいか、容易に理解しづらいキーワードと言える。

トークンを辞書で引くと「しるし、象徴、証拠」などが並ぶが、プログラム用語では「最小単位の文字列 (字句)」を意味する。ICTの世界では何らかの証や印になるデータや、そのための装置を指し、ブロックチェーンを用いて所有者を確認・証明するために発行するデータや証書も「トークン」と呼ばれている。中でもNFTは非代替性、すなわち替

えの効かない唯一無二のものであることを証明するためのものだ。

暗号資産 (仮想通貨) の場合、同一のトークン (代替可能トークン) が大量に発行され、通貨として流通するが、メタバース内で画像や動画などのコンテンツを流通させる場合は、唯一無二のものであることが証明できないと、デジタルコピーされたものが大量に出回る恐れがある。そこで、コンテンツにNFTを発行して「唯一性」や「稀少性」を証明することで、メタバース上の所有・取引が可能になるというわけだ。

仮想通貨NFTとは？



スを生むことが証明され、大きな話題を呼んだ。

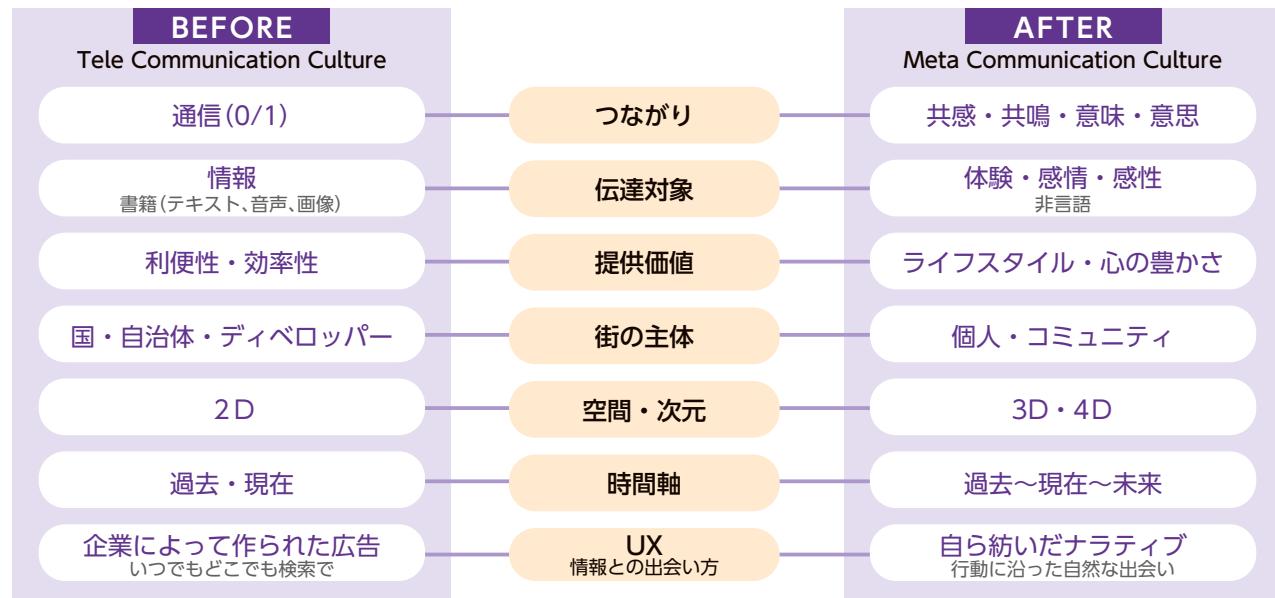
もう1つの例が、2006年にゲーム開発プラットフォームとしてリリースされた『Roblox (ロブロックス)』。ロブロックス内でユーザーが開発したゲームは、他のユーザーが楽しむことができるが、その際に支払われる仮想通貨がリアルマネーと紐づけられると、新たな経済圏として注目されるようになる。中には10歳の子どもが開発したゲームが10億円もの売上を記録した例もあり、ロブロックスでの起業ブームを呼んだ。

この2つの例から分かるように、仮想空間をプラットフォームとして参加者が自ら新たなコンテンツを創造し、他のユーザーに提供できることが、メタバースの可能性の1つであり、これは「UGC (ユーザー・ジェネレイテッド・コンテンツ)」と呼ばれている。「UGCによる価値創造は、現実空間にも新たな可能性をもたらします」と佐藤氏は指摘する。「メタバース内で参加者Aが発想したアイデアを、設計技術を持つ参加者Bが具体化し、さらに現実世界に工場を持つ参加者Cが生産・販売して、その利益は3者で分け合うといったことも絵空事ではありません。つまり、メタバースという場を活用することで、企業に属さない人や資本力を持たない人でも、新たな価値創造や起業が可能になるのです」。

メタバース×スマートシティで、 新たな社会を創造する

産業界がメタバースの可能性に着目したことで、昨今、メタバースを活用した新たなビジネスモデルが次々と登場している。小売業界では仮想空間でショッ

図)従来型のテレコミュニケーションとメタコミュニケーションの違い



© 2022 Ridgelinez Limited

日本では数年後の2025年に、ミレニアル世代以降が労働力人口の半数を超えるとされる。

では、間もなく訪れるメタバース社会に、私たちはどう向き合えばいいのだろう。「メタバースの弊害として、ネット依存になるといった意見もありますが、それはメタバースを現実世界とは別物として捉えているから。メタバースは現実と地続きの世界であり、互いに連動しながら発展していくという認識が必要になります」と佐藤氏は語る。

「従来、個人で解決できないレベルの課題は政府や自治体任せにするほかありませんでしたが、相次ぐ震災やコロナ禍を機に、ネットを通じて個人レベルで助け合う動きが広がりつつあります。メタバースでのコミュニケーションは、こうした空間を越えた相互扶助を加速させるとともに、脱炭素化や災害対策、地方の過疎化といった社会課題をUGCによって解決することも期待できます」。

こう佐藤氏が語るように、メタバースには、社会を構成する1人ひとりができるることを表明・実行し、それらがメタバース内で融合され、ソリューションとして現実社会に還元される「分散型の社会課題解決」を導く可能性がある。デジタルネイティブかどうかを問わず、誰もがメタバースの価値を理解し、よりよい社会づくりに向けて自分に何ができるかを考えてみる時期が到来しているのかもしれない。

監修：編集委員
山宿 信也 株式会社マルハン

ピングを楽しめるバーチャルショップが注目を集め、観光業界ではバーチャル観光体験がウィズコロナ時代の楽しみ方を提案。仮想空間でのイベントや展示会の開催なども広がっている。ビジネスシーンにおいても、Web会議をメタバース上で行うことで、スクリーン越しの対話よりもコミュニケーションが取りやすくなり、意思決定のスピードアップに寄与するといった意見もある。

このように、産業界でメタバースへの取り組みが広がる中、リッジラインズが注力しているのがスマートシティ分野での活用だという。「スマートシティとは、都市の計画や整備、管理・運営にICTやAIなど先端技術を適用し、様々な課題解決を図るもの。そこにメタバースの要素を取り入れることで、新たな価値創出が期待できます」と佐藤氏は語る。「スマートシティ

は公共主導で進められてきたため、インフラ整備などハードウェアが重視されがちでした。私たちは、メタバースならではのメタコミュニケーション、すなわちリアルとバーチャルのシームレスなコミュニケーションによって、既存のレガシーから切り離された、ソフト中心の新たなまちづくりを進めていきたいと考えています」。

メタバースが導く新しい社会の在り方とは

メタバースを活用した新しい社会づくりの担い手となるのは、2000年代初頭に成年を迎えた「ミレニアル世代」、それに続く「Z世代」といったデジタルネイティブ世代と見られている。まだ先のことと思がちだが、