

メタバースと VR 技術がもたらす社会変化と技術課題

Societal Changes Brought About by Metaverse and VR Technology

(株)バーチャルキャスト 岩城 進之介

VirtualCast, Inc. Shinnosuke Iwaki

E-mail: miro@virtualcast.jp

1. はじめに

2021 年 10 月、ソーシャルメディア「Facebook」の運営会社が社名を「Meta」と変え、今後メタバース事業を主軸とすることを発表した。その発表を受けて世間ではメタバースというキーワードがもてはやされ、2022 年ユーキャン新語・流行語大賞のノミネート 30 語にも選出されるに至った。ここでは表層的なメタバースの定義にこだわらず、メタバース的な世界観や VR 技術が社会に与える影響や技術課題および今後の展望について概観する。

2. メタバースの役割

情報通信白書によると、10 代及び 20 代のソーシャルメディア平均利用時間はメール利用の利用時間を大幅に上回っている¹。これは人間関係がメール等の閉じたコミュニケーションではなくソーシャルメディア、つまりパブリックなサイバー空間（仮想空間）の上で構築されている、と言い換えることもできる。一方、人は所属するコミュニティによって自分の振るまいを意識的・無意識的に変容させている。会社の中の自分と家庭の中の自分が異なる振る舞いを見せるように、コミュニティによってペルソナを切り替えている。これを平野啓一郎は「分人」と呼び、個人からさらに分割された、コミュニティごとの人格であると定義している²。

メタバースはこういったサイバー空間上での分人にアバター、つまりペルソナごとに切り替え可能な身体性を与えるものということもできるだろう。ソーシャルメディア過多、つまり分人過多の現代において、メタバース的な存在は社会の要請があるとも言えるだろう。

3. VR 技術の展望

ヘッドマウントディスプレイのようなデバイスが日常的に使われていくかどうかは、技術だけではなくそれを使うことが一般消費者にとってどうメリットがあるかが理解される必要がある。この場合のメリットは「より良い体験」というものではなく、その製品を使うことでいかに生活が「便利」で「楽」になるか、である。この「便利で楽」を実現するためにはデバイス技術の開発だけではなくソフトウェアや必要なデータを揃えるための社会体制も重要になる。たとえば、静岡県は「VIRTUAL SHIZUOKA」として広域の点群データを収集し公開している³が、こういったデータが蓄積・公開されることでさまざまな応用例も出てくることが期待される。

4. サイバー空間に価値を置く社会へ

「Instagram 利用に関する意識調査（アライドアーキテクツ(株)、2017 年）」⁴によると、20 代女性の 67.0%が「インスタ映え」を気にして投稿したことがあると答えており、フィジカル（現実空間）よりも「インスタ」つまりサイバー空間上の自分を気にしている様子が垣間見える。すなわち「サイバー空間の自分」のために「物理空間の自分」の行動が変容しているのだが、当人はそういった意識がないまま自然とそうしているのが現代である。メタバース的な世界観とは、このような「仮想空間の自分」の価値が増大していく社会とすることができるだろう。

¹ 総務省、情報通信白書 令和 3 年, P. 309 (2021).

² 平野啓一郎、私とは何か ―「個人」から「分人」へ（講談社現代新書, 2012).

³ <https://www.geospatial.jp/ckan/dataset/shizuoka-2019-pointcloud> (2023.1.1 現在).

⁴ <https://www.aainc.co.jp/news-release/2017/01602.html> (2023.1.1 現在).