

メタバースを体感してみよう

ぶぎん地域経済研究所 専務取締役／チーフエコノミスト 土田 浩

メタバースという言葉を目にすることが多くなった。昨年、米国 Facebook 社の“Meta”への社名変更も話題となった。メタバースとは、“meta”（超越した）と“universe”（宇宙、世界）を組み合わせた造語。よりリアルに近づいた仮想空間上で、アバターを使用して他者と交流する世界である。

ということで私も、自宅のパソコンでメタバースに入ってみた。一口にメタバースと言っても、“VRChat”、“Decentraland”など多数のプラットフォームがあるが、いくつか試した結果、日本人の初心者が馴染みやすい“cluster（クラスター）”というプラットフォームに落ち着いた。ユーザー登録は必要だが、クレジットカードなどは登録していない。アバターも無料のオプションで済ませている。

YouTube 動画を選択するのと同様の容易さで、ユーザーが制作した個性豊かな世界（“ワールド”）に移動できる。カフェや街角のような溜り場、宇宙や海底などの SF 映画的空間、ビーチや野山などの癒しの場、ゲームセンターやカジノ、音楽ライブのイベント会場など多彩である。

そのワールドに居合わせた人とコメント（文字）や音声会話でコミュニケーションを取るのも、一人で走り回るのも自由である。ワールドの景色を背景にして、記念写真を撮るのも簡単だ。共有の空間に他人がいて、気が向けば話し掛けられるというのが、現実世界に近い。アバター同士なので、年齢・性別・身体的特徴から解放される気楽さもある。

メタバースらしさを実感したのは、音楽ライブイベントで“YouTube ライブ”との同時配信を見比べたときだった。“YouTube ライブ”、“17Live”などのライブ配信は、コメントやギフト（投げ銭）を送ることで、演奏者とリアルタイムで交流し、場づくりに参加できることが画期的な魅力である。

それに加えて、メタバースでは、一緒に見ている観客のジャンプ、拍手、ペンライト応援などが、きめ細かく共有される。かつてアイドルグループのライブ会

場で行くわしたオタ芸（熱狂的ファンの踊り、掛け声）のような盛り上がりだ。プロ野球のスタンドでポツンと一人であるよりも、満席のファンと一緒に馴染みの応援をする楽しさ、と言えば伝わるだろうか。

VR ゴーグルを装着すれば没入感が高まるので、ジェットコースターやお化け屋敷などは一層楽しめるに違いない。胴体や足の動きをアバターに反映させるデバイスを装着すれば、身体動作が俄然繊細になるので、周囲の仲間への感情表現が豊かになる。

メタバースをバーチャルオフィスにする試みもある。コロナ禍のリモートワークで、“Zoom”などのオンライン会議は普及したが、事前の参加者招待など計画的な運用が求められる。これに対し、勤務時間中は皆がメタバース環境に緩く繋がってれば、いつでも隣人の様子を窺ったり、雑談の輪が広がったりするので、「入社時と同じクオリティで組織を運営できた」との声も聞かれる。

アバターや身の回り品の売買などは言うに及ばず、仮想空間内の土地まで高値で売買されるプラットフォームもあるなど、メタバース上での商取引も広範化している。当然ながら、多くの企業もメタバースを活用したビジネス開発に参入している。現実世界の商品を購入できるショッピングモールの運営やテナントの入居などが進んでいる。

ただし、現状、メタバースは未開の無法地帯だと言われる。SNS がそうであったように、革新的な技術を用いた新サービスの普及には、必ず負の側面が付きまとう。メタバースへの投資が、現実世界での収益化の手段となるにつれ、マネーロンダリング対策や税制上の扱いなどの整備も必要となる。

メタバースが、人々の暮らしを豊かにするものとして定着するのか、一過性のブームで終わるのか、まだ分からない。とは言え、遊び心を起点としたモチベーションは強力である。食わず嫌いは勿体ない。ちょっと立ち寄って体感してみる好奇心は持ち続けたい。