

2021 年 4 月

SoC1221

## The Expanding Reality of Virtuality

By Martin Schwirn (Send us [feedback](#))

# リアリティを増して広がる「仮想」の世界

バーチャルの世界と現実の世界は、それぞれ独自の現実感をもった空間を切り開いてきた。おそらく予想もされなかった形で、バーチャルな要素が現実の世界に流れ込みつつある。もしくは、現実がバーチャル化していると言うべきだろうか。いずれにせよ、現実の世界で行われる交流や活動のなかに組み込まれたバーチャルな物や要素が増えつつある。

2011 年 1 月の『SoC487: [バーチャルな生き方が公の場へ](#)』では、日本のクリプトン・フューチャー・メディアが開発した、音声合成技術を利用するバーチャル歌手「初音ミク」のホログラフィー表現についてレポートした。このキャラクターは人間のバンドを従え、数千人のファンの前でライブ・パフォーマンスを行っている。さらに 2011 年 9 月、『P0246: [本物、偽物、そしてその間](#)』では、日本のパフォーマンス・グループAKB48 の当時の最新メンバー「江口愛実」を採り上げた。この 16 歳の新人はさまざまなメディアで紹介されたが、実際には江口はAKB48 に所属する人間のメンバーの特徴をコンピューターで合成して作られた人物である。2012 年 11 月の『P0417: [増殖する人格と法的課題](#)』では、今は亡きラッパー、2 パック(Tupac Shakur)の 2 次元ホログラフィー表現による「パフォーマンス」を採り上げ、このパフォーマンスが現状の法律的、倫理的判断に投げかける新たな課題について論じた。2016 年 1 月の『P0865: [誰の知的財産なのか](#)』では、新しいテクノロジーにより亡くなった有名人の「復活」が可能になることで潜在的に起こりうる知的財産の問題に注目している。その当時、米国のHologram USAが、すでに他界したポップ・ミュージシャン、ホイットニー・ヒューストンのバーチャル・コンサート・ツアーを企画中だった。2018 年、中国の検索エンジン企業であるSogou(搜狗:ソゴウ)と国営の新華社通信が、新華社のウェブサイトおよび中国のソーシャル・メディア・プラットフォーム上でニュース原稿を読み上げる 2 人のバ

ーチャル・ニュースキャスターを共同開発した。さらに 2021 年 2 月、イスラエルの家系図サービス企業MyHeritage(またはYehuda)が、亡くなった家族の(古い白黒写真を含む)画像をアニメーション化することのできるオンライン・ツールを公開した。結果は生きていると見紛うほどであり、故人の「生き返り」を目的とするテクノロジーが非常に現実感のあるエクスペリエンスを作り出す未来が暗示されている。

2020 年末、米国の Microsoft が、特定の人物に関するデータ(たとえばソーシャル・メディアへの書き込み、コミュニケーション文書、電子的メッセージ、音声記録など)を利用して、その知識や見解さえも織り交ぜながら本人そっくりに会話ができるチャットボットを作成するシステムの特許(米国特許 10,853,717 B2)を取得した。この特許は、チャットボットで擬人化する人物の 2D または 3D モデル用の音声も、テクノロジーで作れる可能性を示唆するものでもある。2021 年前半、韓国の放送会社SBS(SBS メディア・ホールディングスの子会社)が、歌手キム・ボムスにより 2002 年にリリースされたバラード「会いたい」を、1996 年に死去した韓国の有名なフォーク・ロック歌手キム・グァンソクが新しくカバーして歌う歌声として発表した。韓国の Supertone が開発した AI ベースの歌声合成システムに、700 曲以上の韓国語の曲を用いるトレーニング・ツールを使ってキムの歌の記録を学習させ、システムの精度を高めたのである。こうしてキムが生前に録音していない楽曲でも、キムの歌唱法によるボーカル・パフォーマンスを生成することに成功した。

コンピューターで生成した架空の人物の利用が広がりを見せている。2019 年 1 月の『P1297: [何でも捏造](#)』では、ソーシャル・メディアで人気を博し、売れっ子モデルとして頭角を現しているShudu GramやMiquela Sousaなどのコンピューター生成キャラクター

**バーチャル世界と物理的世界は、互いに機能を強化し合う互恵的な関係を築きつつある。**

を紹介した。Shudu Gramは、ファッション写真家 Cameron-James Wilson の創作物である。Miquela Sousaを作り出したのは、米国の「トランスメディア・スタジオ」Brud の共同設立者 Sara DeCou と Trevor McFedries である。Shudu Gram も Miquela Sousa もバーチャルな創作物だが、人間のインフルエンサーやモデルと競合するようになり、現実の世界にインパクトを与えている。Shudu Gram は歌手リアーナがプロデュースする化粧品ブランド Fenty Beauty (フランスの LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton の子会社) のモデルを務めた。Miquela Sousa が歌曲「Not Mine」は、ビデオ共有サイト、Youtube (米国の Alphabet の子会社) で 2017 年にリリースされて以来 100 万回近く再生されている。また、写真共有サイトの Instagram (米国の Facebook の子会社) における彼女のスポンサー付き投稿は、1 回あたり数千ドルの利益を生み出し、Brud の手元送り込んでいる。一方、Brud が創作した男性のコンピューター生成キャラクター Blawko は、ラッパーのカニエ・ウェストとドイツのスポーツウェア企業 Adidas のコラボレーションによるファッション・ブランド Adidas Yeezy のスニーカーの広告に起用されている。さらに、日本の ModelingCafe (Cafegroup の子会社) が作り出したコンピューター生成モデル兼インフルエンサー Imma は、ドイツの Porsche (Volkswagen グループの子会社) やオランダの IKEA やなどの企業とのコラボレーション実績がある。すでにバーチャル・モデルを専門とするエージェンシーが少なくとも 1 つ出現し、HUM.ALN (<https://humain.life>) が独自のバーチャル・モデル集団を紹介している。

バーチャル・モデルはファッション業界に見られる新たな展開の 1 つにすぎない。バーチャル・ファッション・アイテムも出現している。たとえば英国の RTFKT は、米国 Tesla の 2018 年の発表イベントにおける CEO イーロン・マスクの写真を加工して未来的なスニーカーを着用させた画像が、2020 年前半、インターネットで拡散されるようになってから一躍有名になった。イベントは現実のものだが、マスクが着用しているスニーカーは現実ではない。実際にはマスクは普通のドレス・シューズを履いて発表イベントに出

席していたのだが、イベントで撮影されたマスクの写真に RTFKT のデザイナーがデジタル加工を施してハイテク・スニーカーを書き加え、その画像を RTFKT のインスタグラム・ページ\*1 に掲載した。このデジタル加工画像の靴は、それが完全にバーチャルだということを知ったうえで入札した人に 15,000 ドルで売り渡された。RTFKT は奇抜なバーチャル・ファッション・アイテム (ほとんどは靴だが、ジャケットもある) をデザインし、最高金額で入札した人に、そのアイテムの排他的使用権を販売するビジネスを創出している。自社で制作したバーチャル・ファッション・アイテムをオークションで売りに出し、製品のバーチャルな性質に合わせて、消費者が暗号通貨で入札するという仕組みである。落札した人は各種ソーシャル・メディア・プラットフォーム上で、自分が購入したバーチャル・アイテムを「着用」しているように見せかける拡張現実フィルターを独占的に使用する権利を与えられる。同社は現在、バーチャル製品を手頃な価格で提供することによる市場の拡大を狙っている。こうしたアイテムは一点物ではなく、数量限定のバーチャルな「プロダクション」ランで生産される。RTFKT はさらに、購入した人が自分のゲーム内アバターにバーチャル・アイテムを装着できるよう、ビデオゲーム・エンジンのメーカーとの共同作業も進めている。

\*1: [www.instagram.com/rtfktstudios](https://www.instagram.com/rtfktstudios)

現実世界に入り込んだバーチャルな要素は、その他にもある。2019 年末、日本のソニーが同社のロボット犬「Aibo」用の仮想ドッグフードの提供を開始した。ユーザーはこの仮想ドッグフードをモバイル・アプリにダウンロードし、物理的な付属品である食器に転送する。現実の食器は空のままだが、Aibo は仮想ドッグフードの存在に反応して食器に近付き、噛むようなしぐさをする ([www.youtube.com/watch?v=gKGqiUUHsdY&t=33s](https://www.youtube.com/watch?v=gKGqiUUHsdY&t=33s))。この場合、バーチャルな製品は、消費者がすでに購入した物理的な製品の機能を拡張するサービスとしての役割を果たしている。バーチャル世界と物理的世界は、互いに機能を強化し合う互恵的な関係を築きつつある。

**SoC1221**

#### 本トピックスに関連する Signals of Change

- SoC1030 [新しい拡張現実と仮想現実](#)
- SoC1001 [現実の中の拡張現実](#)
- SoC487 [バーチャルな生き方が公の場へ](#)

#### 関連する Patterns

- P1597 [パンデミックが誘発するエンターテインメ...](#)
- P1297 [何でも捏造](#)
- P0865 [誰の知的財産なのか](#)