平成29年度卒業研究中間報告書

VRを導入したオンラインショッピングの研究

平成29年8月8日

日本工業大学　工学部　情報工学科

山地研究室

1145119 稲星　卓

1145446 山崎孝太

1. 背景  
   　現在、人工的に作り出した空間に、いるかの様な感覚を体験できるVirtual Reality（以下VR）という技術が、さまざまな分野に活用できるのではないかと注目されている。  
   　例として、安全講習・危険認知教育といった高所作業や機械密集地など、実際に学習することが難しい現場を体験できるシステム（図１）がある。日常生活に起こりうるが現実には体験しづらい事故を、VRを使って体験してもらい、その仕事と事故に対する危険性を理解してもらうことが目的である。  
     
   　自動車ディーラーの例では、実店舗における車の展示スペースは限られているため、すべての車でカラー・オプション・内装を用意することはできない。そこで、VRの仮想空間内でカラー・オプション・内装など、様々なセッティングをして実際に試乗体験をするような技術（図２）がある。これにより、展示スペースの問題に加え、用意していない車を顧客に売り込むことも可能となる。  
     
     
     
   　オンラインショッピングでのVR導入事例としては、株式会社パルコが試験的に導入した「VR PARCO」というシステム（図３）がある。視線の中心をフォーカスさせることにより、商品の選択・移動・購入が行える。

図１：VR高所作業のイメージ

図２：VRでのショールーム体験

図３：VR PARCOのイメージ

1. 問題点  
   　前節で挙げた例に対していくつか問題点がある。安全講習・危険認知教育の例では、「トラウマになる」、「逆に仕事をしたくなる」、「VR酔い」などが挙げられている。自動車ディーラーの例では、「パソコンの要求スペックが高くなってしまう」、「VR酔い」が挙がっている。オンラインショッピングの例では、視点を利用したUI操作、空間内の移動、VR酔いなど解決できていない問題が多い。
2. 目的  
   　本研究では、オンラインショッピングへのVR導入を研究する。さらにヘッドマウントディスプレイに加えモーションコントローラーを使用し、前節で見つかった問題の解決策を探す。
3. 新規性  
   　類似の研究にモーションコントローラーを使用したものがないことから、新規性があるものと考える。
4. 有用性  
   　従来のオンラインショッピングでは実際に商品を見ることが出来なかったが、VRを導入することによって、商品を仮想空間で見ることができる。それにより家を出なくても実店舗で商品見ているような感覚になり、購買意欲の促進や、商品を間違って購入してしまう事を防ぐ可能性がある。
5. スケジュール  
   ５月 ：類似のシステム、VRについて詳しく調べる  
   ６～８月 ：システムの開発、オープンキャンパスでの展示  
   ９～１２月 ：動作テスト、評価及び修正  
   １月 ：発表準備
6. 成果  
   　現在、システムのプロトタイプが完成している。機能としては、商品を出す・掴む・360度から見ることができる。これをベースに先程挙がった問題点の解決方法を探す。
7. 参考文献  
   バーチャルリアリティ – Wikipedia  
   <https://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%83%90%E3%83%BC%E3%83%81%E3%83%A3%E3%83%AB%E3%83%AA%E3%82%A2%E3%83%AA%E3%83%86%E3%82%A3>  
   VR PARCO  
   <https://vr-parco.jp/>  
   仮想現実はゲームだけではない--VRを活用する9の業界 - ZDNet Japan  
   <https://japan.zdnet.com/article/35062193/>  
   アウディがVRで購買意欲をかきたてる | NVIDIA  
   <https://blogs.nvidia.co.jp/2016/05/17/audi-harnessing-vr/>  
   体感検証VRシミュレータ: これまでの成果: 研究開発 | NECソリューションイノベータ  
   <http://www.nec-solutioninnovators.co.jp/rd/vr.html>