



憧れの
選手が
目の前に
現れる

PROLOGUE

VR元年 胎動する市場

6月25日、土曜日。横浜スタジアム（横浜市）は、横浜DeNAベイスターズと読売ジャイアンツの試合を見にきた客で超満員だった。

試合開始直前、始球式でボールを投げるため1人の男性がグラウンドに現れた。彼はマウンドに立つや否や、黒いゴーグルを頭に装着する。すると、球場の大型スクリーンにも映像が映し出された。この男性が見ている映像だ。

男性の視線の先にいたのは、横浜ベイスターズの石田健大投手と井納翔一投手。「今日は始球式のために（投球の）レクチャーをします」。2万8000人

超の観客は、思わずその映像に目がくぎ付けになった。

これは、韓国サムスン電子の日本人、サムスン電子ジャパンが主催したバーチャルリアリティー（VR＝仮想現実）普及イベントの一コマ。サムスンのVR端末「ギアVR」を使い、抽選で選ばれたファンが投球直前にプロの投手からボールの投げ方を教えてもらうというものだ。

「目の前」に現れた石田投手と井納投手は、ボールの握り方や投げる時のフォームなどを丁寧に教えてくれる。憧れのプロ野球選手が、あたかも自分の

目の前にいるような錯覚に陥る。それこそが、VRの最大の魅力だ。「映像がリアルで自分のためだけに指導してくれているようだった」。始球式の終了後、男性は興奮気味にこう振り返った。

目の前に広がる仮想空間

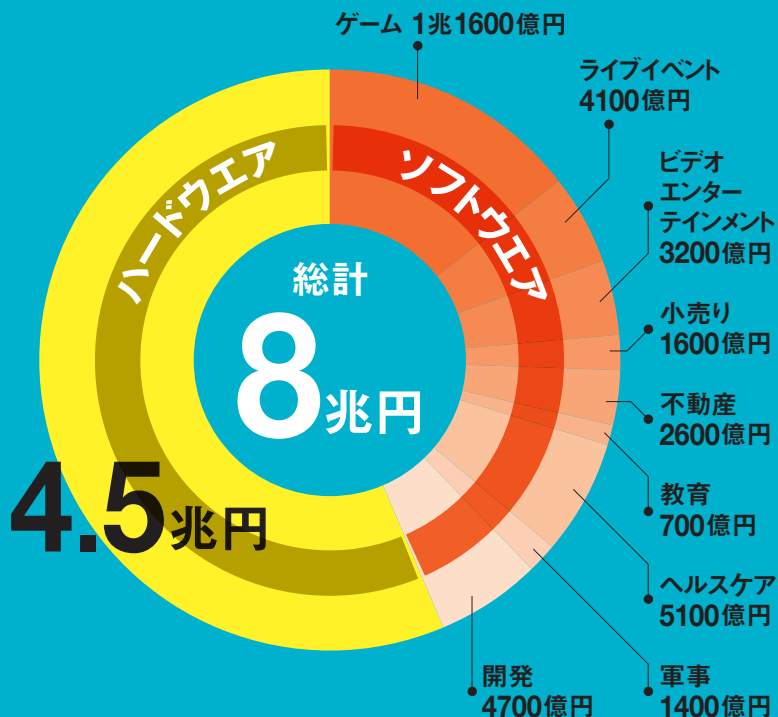
コンピューターが描き出した、3次元の仮想空間。その中を自由に歩き回ったり見渡したり、現実世界と同じような感覚が体験できるのがVRだ。プロジェクターと専用眼鏡を組み合わせる方式のほか、「HMD（ヘッドマウントディスプレイ）」と呼ぶ専用端末



VRを使って投球イメージをつかもうとする男性(左)。スタンドの観客60人にもHMDが配られた(右)

VRはエンターテインメントにとどまらない

●VRの市場規模予測(2025年)



出所:米ゴールドマン・サックス証券

を頭に装着することで、現実には存在しない仮想空間に入り込める。

例えばサムスンのイベントでは、事前に360度カメラで撮影しておいたプロ野球投手の映像を使用。HMDを装着し、頭を上下左右に動かして視線を変えれば、足の動きや肘の位置など、自分が見たいところだけを見られる。

この日、スタンド席では60人の観客にもギアVRが貸し出された。「僕が野球をやっていた高校時代にこんなツールがあればよかったな」。体験した人からはそんな感想もあった。

VRの活用範囲は広い。例えば主審が見ている景色をHMDで映し出せば、観客席に居ながら投手が投げる豪速球を間近に感じることもできる。

2016年は、まさに「VR元年」と呼ぶにふさわしい。一部のゲームマニアが熱狂していたVRが、いよいよ一般消費

者にも身近な存在となってきたからだ。VRを楽しむためのHMDが豊富にそろってきただけが最大の要因。大手からベンチャー企業まで、様々な企業がVR市場へと雪崩を打って参入してきた。

第3のデジタル革命がVR

VRと聞くと「どうせゲームだけ」と敬遠する人も多いかもしれない。しかし、ゲームはVRの一側面にすぎない。

例えば、病気などで家や病院から出られない人がVRを使えば、まるでその場にいるかのようにコンサートやスポーツを見られる。テレビで見るとは桁違いの臨場感を味わえるに違いない。ドローンに360度カメラを取り付け、その映像をリアルタイムにHMDに映し出せば、空を自由に飛び回る体験を提供することもできる。

米ゴールドマン・サックス証券によ

ると、2025年にVRの世界市場は800億ドル(約8兆円)規模に成長する。エンターテインメントだけではなく、開発や教育、ヘルスケアなど企業における利活用が広がっていくと期待できる。

1995年に米マイクロソフトが「ウィンドウズ95」を発売。1人が1台のパソコンを使う時代が訪れ、企業の業務効率が大幅に向上した。2007年、米アップルが「iPhone」を発売したことで、どこでもインターネットにつながるスマートフォン(スマホ)時代が幕を開けた。私たちの生活や仕事の仕方がこれらデジタル革命によって大きく変わったことは言うまでもない。

そして、2016年。VRの登場は第3のデジタル革命として人々の日常を抜本的に変えようとしている。その可能性に着目し、既に製造や営業の現場が動き出している。