

韓国企業が注目するメタバース

仮想空間で遊んで経済活動も



text: 趙章恩 (チョウ・チャンウン) ITジャーナリスト、KDDI総合研究所 特別研究員

官民協力体制がスタート

韓国ではこの頃、政府機関、自治体、通信キャリア、コンテンツ業界、小売業界などいたるところで「メタバース」がキーワードになっている。「メタバース始めました」と宣伝する企業が増え、官民メタバースアライアンスも発足した。韓国企業は5Gならではのサービスであり、コロナ禍を乗り越えるO2O (Online to Offline) 戦略として、現実世界を反映した仮想空間の中で人々が交流し経済活動もするメタバースを注目している。

科学技術情報通信部(部は省にあたる)の「無線通信サービス加入者統計」によると、4月末時点で5G加入者は全移動通信加入者の21%を超えた。5Gを利用できるエリアも広がり、5G対応スマートフォンも安くなっている。データトラフィックを比較すると、LTE加入者は月35万3,502TB、5G加入者は38万481TBと、21%に過ぎない5G加入者の方がより多くデータを使っていた。5GだとVR、ARなど容量の大きいコンテンツも負担なく利用できることが理由のようだ。そのため仮想空間の中に自分の3Dアバターを置いて着せ替えしたり、好きなアイドルのアバターを追いかけて、一緒にゲームをしたりするメタバースが5Gならではのサービスとして加入者の人気を集めている。

2021年5月から活動を開始した官民協力体制である「メタバースアライアンス」は、科学技術情報通信部、通信キャリア3社、ポータルサイト、地上波放送局、有料放送チャンネル、コンテンツ制作会社、大学病院、自動車、テーマパーク、政府系研究機関が参加している。このアライアンスを発足したのは科学技術情報通信部が2020年12月発表した「仮想融合経済発展戦略」の一環である。アライアンスはメタバース技術動向を共有し、多様な企業が参加してサービスを提案できるメタバースプラットフォームを企

画するプロジェクトも立ち上げた。

メタバースに関心を持つ自治体も多く、科学技術情報通信部の公募で選ばれた仁川市が第1号となり、6月からアライアンスに参加している企業と一緒に仁川空港・仁川港・埋め立て地であるソンド新都市から順に3次元マップを構築、仮想の仁川市を作るデジタルツインで市の課題解決に生かすと同時に、仁川市にあるメタバース関連企業が利用できるようにするとした。ソウル市は5月、NAVERの子会社が運営、世界で2億人以上が利用するメタバース「ZEPETO」の中に、市が運営する起業支援センターをオープンした。建物を見学したり実際に入居しているスタートアップを訪問したりできる。「ZEPETO」は仮想空間のマップやソーシャルゲーム、アバターの着せ替えアイテムなどを誰でも制作・販売できるようにしたことから、自治体も宣伝を兼ねてZEPETOに自分たちの空間を作り始めた。

通信キャリアや小売業界も参入

長年VR・ARコンテンツを開発してきた韓国の通信キャリア3社(KT、SK Telecom、LGU+)のメタバース競争も激化している。

KTはXR制作会社9社と「メタバースワンチーム」を結成、技術交流と新たなビジネスモデルの模索を始めた。テレフォンショッピング利用者向けに商品を3Dで360度見られる「ARショールーム」、3Dアバターを出席させ英会話授業を受ける「VR語学研修」も人気である。

SKTは6月10日「メタバースゴルフ生中継」を行った。SKTが主催する男子ゴルフ大会の生中継で、スクリーンゴルフの画面のようにコースを3Dで再現し、ボールの落下地点、軌跡、飛距離などの選手の各種データを表示、AIがリアルタイム自動編集したハイライト場面、超高速カメラより高画質なAIによるスイングのスローモーション画面も提供する中継だった。1年間テス



SKTのソーシャルゲームプラットフォーム「クレイジーワールドVR」を楽しむ様子(写真提供:SKT)

トを行っていたソーシャルゲームプラットフォーム「クレイジーワールドVR」も正式に始めた。複数のユーザーがVRの中で一緒にゲームをプレイ、チャットもできる。SKTによると、「人気ゲームをVRにしたグラフィックの変化が重要なのではなく、時空間を越えて人々が一緒にゲームを楽しめるようになったところに意味がある」そうだ。SKTは採用説明会もメタバースで社員と応募者の3Dアバターを集めて実施したほどである。

LGU+はKDDIも参加している5Gコンテンツ連合「Global XR Content Telco Alliance」の議長として提携先を拡大、ファイルの受け渡しができてボディーランゲージも通じる3Dアバターが出席する遠隔会議システムを年内に公開するという。キャリア3社は安定したメタバース具現のためインターネットデータセンターにも大規模な投資をしている。

またコロナの影響もあってか20~30代を中心に非接触型サービスを好み、全てをオンラインで解決、オフライン店舗にはほとんど足を運ばない人が増えていることから、小売業界もメタバースに積極的だ。ロッテデパートは特設売り場のみVRで観られるようにしていたのを全家具売り場に拡大、VRで観てオンラインで注文できるようになった。コンビニチェーンのCUはZEPETOの中にCUコンビニを再現、韓国ドラマによく登場するインスタントラーメン調理器をアバター達が体験できるようにした。