

このファイルについて

本稿は『WEB2.0の未来 ザ・シェアリングエコノミー』（伊藤穰一+デジタルガレージグループ 編著、インプレスR&D発行）に掲載している記事の本文テキストをクリエイティブ・コモンズ・ライセンスで配布するものです。



この作品はクリエイティブ・コモンズ・ライセンスの下で公開しています

バーチャルとリアルの 境界をとりはらった 「セカンドライフ」イノベーション

コーリー・オンドレイカ

リンデンラボ CTO

ゲームでもない、SNSでもない。これまでなかった仮想空間都市「セカンドライフ」が世界中の注目を集めている。バーチャルとリアルが融合して繰り広げられる新たな経済社会は、いったいどのようなしくみになっているのか？ いよいよ日本での本格上陸が迫る中で、その開発責任者が、「もう一つの世界」の実態を明らかにする。

私は以前、講演のために日本を訪れたとき、東京の築地市場を訪ねたことがある。日本中の、いや世界中の海産物が集まるその卸売市場を朝6時に訪ね、たらふく寿司を食べ、ビールも飲んだ。私が日頃いるサンフランシスコでは体験できない、「新しい文化」との出会いだった。

「セカンドライフ」も、そんな新しい文化との出会いを、ユーザーに体験してほしいと開発したものだ。私が体験した“築地体験”のようなインパクトがあればと願っているが、少なくとも、ネットを通じたビジネスのルールやカルチャーを変えうるものだと、私は確信している。

その「セカンドライフ」の話に入る前に、まず現在のオンラインゲーム市場についておさらいしておこう。

1961年に、効率的なデータ送信技術であるパケット通信*が実現されるや、またたく間にコンピュータを利用したオンラインゲームが登場した。いまのオンラ

インゲームに比べれば原始的なものだが、ネットワークを通じて、見えない相手とゲームをするなんて、まさに「新しい世界」との出会いだった。

やがて80年代に入ると、グラフィックつきのゲームが登場し、90年代には、大規模なネットワーク上でプレイするMMORPG*が人気を集めるようになった。

そして現在。オンラインゲームは、いまこの時も世界中で1000万~2000万人がプレイしていると考えられ、そのバーチャルなゲームの世界では、年間10億~20億ドルの取引が行われているといわれている。ゲームの世界で使用されるアイテムなどを現金で売買することが、当たり前のように行われているのだ。

バーチャル商業活動が リアルな貨幣とリンクしている

こうしたオンラインゲームのなかで、

パケット通信:データを送受信する際、データを小さなまとまり(パケット)にし、相手先の情報を付け加えて伝送する方式。

MMORPG:多人数同時参加型のオンラインRPGのこと。Massively Multiplayer Online Role Playing Gameの略。

「セカンドライフ」は、従来のオンラインゲームとはまったく異なる、ユニークな「仮想現実空間」をつくり上げている。バーチャルの世界で、リアル世界と同じような文化が生まれているのだ。

それは、バーチャル世界におけるEコマースの新しい可能性を示すものだ。たとえば、土地を買って家を建てたり、お店を開いてさまざまなプログラムやコンテンツを販売したり、あるいはサービスを提供する。およそ、現実世界と変わらない自由な商業活動が可能になっているのだ。まさに、「セカンドライフ」は町そのものといっている。

2003年に16台のコンピュータでスタートした「セカンドライフ」だが、いまは3500台のサーバーが稼働して、大仮想空間をシミュレートしている。そこにはユーザーが作成した30テラ（ギガの1000倍）バイトのデータを含む、何千万というオブジェクトがあり、それらをシミュレートするためには3テラフロップス*の演算能力が必要となっている。

「セカンドライフ」が従来のオンラインゲームと決定的に異なるのは、バーチャルワールド上の商業活動が、現実の商業活動とリンクしているという点だ。

「セカンドライフ」の中で流通する通貨「リンデンドル」は、いわば“変動相場制”で、現在のレートで約200リンデンドルが1ドルに相当している。現金との換金も可能だ。

2006年8月の時点で約20万人が「セカンドライフ」を利用し、1200万件の個人間取引があり、42万種類のアイテムが販売されている。各取引の平均金額は1ドル前後だが、合計して175万ドル相当の利益が発生していると考えられる。

「セカンドライフ」への参加は無料だが、ユーザーが提供し合うサービスを受けるためには、バーチャルな通貨である「リンデンドル」が必要となる。なかには、月に4万ドル以上を投資するユーザー

もいる。

従来のオンラインゲームの多くは、月額料金で課金するビジネスモデルを採用している。しかし、そのようなシステムでは、たまにしかアクセスしない人にとっては負担が大きすぎる。

ユーザーがデータの所有権を保有 それをもとに実収入を得る

では具体的に、「セカンドライフ」では、どのような商業活動が行われているのか。「セカンドライフ」では、それぞれ町中に存在しているサインボードからオブジェクト、アバター（「セカンドライフ」内でのキャラクター）が着ている洋服にいたるまで、ほとんどがすべてがユーザー自身によって作り出されており、現実世界と同じように売買の対象となっている。

たとえばあるユーザーは、実際のピアノからサンプリングした音を利用して、3Dグラフィックのピアノを生み出した。鍵盤を押せば演奏もできるし、もちろん作曲にも利用できる。重要なのは、こういったオブジェクトがすでに何千万も存在しており、どんどん新しいものが生み出されているということだ。「セカンドライフ」では、66パーセントのユーザーが何かを作り出している。これはきわめて大きな割合だ。

一般的に、ベースとなる技術が複雑であるほど、創作活動に携わる人の割合は減少する傾向にある。HTMLベースのコンテンツを作る人は、ウェブを利用するユーザーのうち10パーセント前後。これが「シムズ*」というオンラインゲームになると、1パーセント程度の人しか創作を行っていない。

Wikipedia*でコンテンツ作成に貢献しているのは0.2パーセント程度、Linuxのようなオープンソースソフトウェアにいたっては、0.0001パーセント程度だろう

フロップス：フロップスは、コンピュータが「浮動小数点演算」を1秒間に何回できるかを示す単位。

Sims シムズ：エレクトロニック・アーツ社が運営するオンラインゲーム。

Wikipedia ウィキペディア：誰でも書き込み編集が可能なオンライン百科事典。ウェブサーバー上のハイパーテキスト文書を書き換えるシステム「Wiki」を使用（Wikiはハワイ語で「速い」という意味）。

か。

「セカンドライフ」でのコーディングはけっして簡単ではないはずだが、ユーザーが作成したデータを合計すると、7700人のクリエイターを雇い、年間8億ドルを支払って完成できる規模になっている。これは驚くべきことだ。

もう一つ、「セカンドライフ」の大きな特徴は、ユーザーが作成したデータはすべてユーザー自身に所有権を帰属させているという点だ。「セカンドライフ」では、自分たちのイノベーションをお金にできるのだ。

たとえば、「セカンドライフ」で公開され人気を呼んだ「Tringo」と呼ばれるゲームは、ゲームボーイアドバンスへの展開が決定し、クリエイターはライセンス料を手にすることができた。また、あるユーザーは、アバターの洋服をデザインする仕事で得た収入で、「セカンドライフ」内でバーチャルな土地を買って、今は自分だけの町を作っている。さらに、「アンシェ」と呼ばれるアバターがいる。彼は、「セカンドライフ」内では有名な“不動産ブローカー”だが、もともとの投資額は5ドルだったのだが、今は商業不動産や賃貸の取り扱いで50万ドル以上の利益を出している。なんとアバターが『ビジネスウィーク』の表紙を飾るという事態にまでなっている。

情報や知識だけでなく すべてが現実世界と完全に融合

「セカンドライフ」そのものはゲームではないが、そのバーチャル世界では、ゴルフやテニス、野球のようなゲームプログラムが提供され、ホームラン競争なども開催されている。3Dのヨットでクルージングを楽しめる、ヨットクラブまである。

なかには「『セカンドライフ』に宇宙人を登場させよう」などと変わった考え

を持つ人も少なくない。彼が思いついたのは、UFOでやってきた宇宙人が、道行くアバターに謎の光線を発射し、アブダクション（誘拐）してしまうという仕組みだ。「セカンドライフ」にエイリアンが必要かという議論はさておき、ユーザー自身がやろうと思えば、宇宙人やUFOまで作り出すことは可能というわけだ。ちなみにこの宇宙人だが、アバターたちによる抗議デモの結果、退散せざるを得なかったようだ。

「セカンドライフ」の世界では、ゲームがただの「お遊び」ではないケースもある。たとえば「ショック・ブルーフ・アイランド」という、心臓発作を発症した人々によるエリアがあるのだが、ここでは「セカンドライフ」のさまざまな3Dインターフェイスを、リハビリに利用することが行われている。バーチャルな世界にありながら、リアル世界と同じ役割を果たすリハビリ施設でもあるのだ。

またアメリカのがん協会も、「リレー・フォー・ライフ*」（命のリレー）をセカンドライフ内で開催するという試みを行い、4万3000ドルもの募金を集めることに成功した。このように、バーチャルな世界でありながら、リアルな世界と結びついた活動も数多く行われている。

これまで、オンラインの世界は外部から完全に独立していなければならない、という先入観があった。いい換えると、それは、オンラインの世界に閉じこもっていなければならないという自己規制でもある。つまり、オンラインゲームのアイスホッケーの試合では、スティックで相手を殴っても罪には問われないが、そのルールを現実世界には持ち出す……というわけだ。

しかし我々は、むしろその逆だと考えている。バーチャルな世界とリアルな世界は、情報や知識、通貨が相互に行きかう状況になければならない。セカンドラ

リレー・フォー・ライフ：がん患者とその家族、一般の人が参加して行うがん患者支援イベント。1985年にアメリカ対がん協会のゴルディー・クラット医師が始めた。

ライフは、そういった可能性を秘めた場所なのだ。

ハーバード大学でブロードキャストに関する会議を行った際、「セカンドライフ」にもバーチャルな会場が用意され、実際の講演とリアルタイムにリンクしたプレゼンテーションの内容が表示された。これは、ウェブキャストで映像を配信するだけの場合と異なり、会場に集まったユーザーが講演の後で自由に討論できるメリットがある。

このハーバード大学の例と同様に、すでに60あまりの大学が何かしらの施設をセカンドライフ内で運営しており、実際に教育への利用が検討されているのだ。「セカンドライフ」ならば、物理学を教える場合に、バーチャルなロケットやロボットを組み立てたり、歴史上のさまざまな発明品を3Dオブジェクトで体験しながら、その構造を学ぶこともできるのだ。

大手企業によるマーケティングから 政治活動まで幅広い利用

また、世界トップクラスの広告代理店であるBBH (Bartle Bogle Hegarty) が「セカンドライフ」内での事業立ち上げを発表し、ワーナーミュージックがCDリリースに先行して、「セカンドライフ」で音楽の配信を行うなど、大企業の進出も目立っている。トヨタは「サイオン」(同社の北米向け自動車ブランド)のデザインコンテストを開催しており、面白いアイデアを実際に採用するなど、コミュニティ活用に積極的だ。また、モータウンレコードは、スザンヌ・ベガやデュラン・デュランのコンサートの開催も予定している。

さらに大手ホテルチェーンのスターウッドホテルは、「セカンドライフ」を利用して、ホテルロビーのデザインに関する意見を、オンラインのコミュニティ

から集めようとしている。

このように、企業が「セカンドライフ」を積極的に利用するのは、試験的なマーケティングやシミュレーションが、リアル世界に比べて、はるかに安くすみ、しかもさまざまな人からフィードバックを得られる利点があるからだ。しかも、通常のWeb2.0サイトにおけるデータの蓄積が、情報のポスティングとそれに対するレスポンスの組み合わせで構築されていくシーケンシャルなものであるのに対して、「セカンドライフ」での情報蓄積はあくまで同時発生的なものだ。

また一般企業だけでなく、マスメディアや政治家も「セカンドライフ」に注目している。BBCはすでにラジオ番組の放送を行い、元大統領候補のマーク・ワーナーも政治活動に利用している。

2005年までは、我々のスポンサーはたった2つだったが、いまや無数の会社がセカンドライフで活動を行い、その中にはバーチャルなコミュニティから発生した企業も多く含まれている。つまり、バーチャルな商業活動がリアルワールドでの利益を生むことを実証したわけだ。

ネット世界でのイノベーションには特殊な才能が必要であるとする人も多いが、それは間違いだ。「セカンドライフ」では、誰もがイノベーターになれる可能性を秘めている。もし、いまだに、バーチャルワールドがリアル世界とまったくかけはなれた別世界だと思っているならば、その考えを今日から改めていただきたい。それはすでに、「セカンドライフ」で実現していることなのだから。