



『メタバース未来戦略』

久保田 瞬, 石村尚也

日経BP (2022/6/16)

1,550円

【感想】

慶應義塾大学法学部政治学科卒業後、環境省入省。2015年にVRやAR、メタバースの専門メディア『Mogura VR』を立ち上げ、株式会社Moguraを創業した久保田瞬さんと、東京大学で経営学・金融政策を専攻し、日本政策投資銀行で、金融商品運用・日米マクロ経済分析・日米ベンチャー企業分析に従事。現在は、日本政策投資銀行でデジタル戦略を、DBJキャピタルでスタートアップ投資を担当する石村尚也さんの共著。

メタバースは大きな注目を集めたものの、現状では期待されたほどの普及を見せていません。主要な事業者やプラットフォームが様々な取り組みを展開していますが、一般社会への浸透は限定的です。ただ、現在のメタバースとWeb3の状況は、インターネット黎明期と多くの類似点を感じます。日本でインターネットが一般に普及し始めた2000年頃、そのコンテンツの大半は文字主体のホームページで、オンラインショッピングやチャットサービスがわずかに使われる程度でした。それから約25年を経て、今ではスマートフォンやタブレットを通じて、いつでもどこでもインターネットにアクセスできる環境「ユビキタス」が実現しています。現在のメタバースとWeb3は、ちょうどインターネット黎明期にあるように感じます。今後の発展速度を正確に予測することは難しいですが、10年から20年後には、これらの技術が新たな社会基盤として普及している可能性があります。インターネットが現代の重要なビジネスプラットフォームへと成長したように、メタバースとWeb3への早期参入は、将来的な競争優位性を確保する上で重要な意味を持つと考えています。

【以下、引用】

企業がメタバースにかかわると言ったときに、多くの企業担当者がまず思い浮かべるのは「メタバースで何かをする」ことだろう。メタバースがどういうものなのか情報を集め、既存のプラットフォームを比較し、何をやるか企画を考え、実施する。

これら一連の流れはメタバースに限らず、DXの実践やAI活用など、あらゆるテーマで散々繰り返されてきたことだろう。では、メタバースは同じやり方で通用するのだろうか。正直、成功率は低い。

.....

歴史的なゲームチェンジが起こると考えたプレーヤーたちは、「仕込み」に入るのである。Metaのように新たなプラットフォームづくりやメタバースを支える仕組みの開発に動き始めたり、・・・あらたな世界であるメタバースで自社のビジネスをさらに拡大できる時が将来やってくるのではないかと備えに動いている。

.....

この仕込みの時期に企業がメタバースにかかわろうと考えたとき、「メタバースで何かをする」は間違いではないが、メタバースで短期的にビジネスを成功させるのはあまりに難しいだろう。・・・来るべくメタバース時代に向けて、「どんな産業変化が起こり得るのか」、その中で「将来、自社は何をするべきか」と思考実験を繰り返しながら、中長期の視点で腰を据えたチャレンジを始めてほしい。