

今日の焦点

3D 技術元年を迎えて

映像が立体的に飛び出して見える3D映像によるコンテンツが多く、映像分野で提供されつつある。その先鞭をつけたのは米国ジェームズ・キャメロン監督による3D映画「アバター」である。米国では、昨年12月18日に公開されたが、公開から39日目で、同監督の「タイタニック」を破って、世界興行収入記録を更新した。わが国でも140億円以上の興行収入を記録している。この3D映画の好成績に、3Dに対する注目度が一気に高まり、米国はもちろん、わが国を含めて各国で3D映画が製作されている。これらの3D映画は映像ソフトとして、BD（ブルーレイ・ディスク）による販売が進められており、ブルーレイ・ディスク市場の拡大も期待されている。

テレビの3D化も始まった。本年2月に、韓国のサムソン電子は世界初となるフルハイビジョン3Dテレビの発売を始め、3月にはパナソニックと韓国LG電子が販売を開始した。その後、ソニーが6月、シャープが7月、続いて東芝、三菱も発売を開始した。これらの3Dテレビは専用眼鏡を必要とするが、東芝は12月に専用眼鏡なしの裸眼で見ることのできる3Dテレビを発売することを発表している。

薄型テレビは、来年の地上デジタル放送完全移行を見込んだ買い換え需要に加え、昨年5月に導入したエコポイント制度の影響で売上げが急増し、2009年の国内出荷台数は前年比40.4%増の1,362万6千台と1千万台を初めて突破したが、エコポイント制度も今年12月からはポイントが削減

されるなど、今後の出荷は減少が見込まれており、各メーカーはテレビ市場の維持拡大に3Dテレビが不可欠と判断した模様である。

パソコンにも3D対応製品への関心が高まっている。本年4月には台湾アスース(ASUS)が3D対応ノートパソコンを発売し、続いて7月に東芝が発売を開始した。2D映像を3Dに変換する機能などをつけるなど、3D映画や3Dゲーム等を手軽に楽しめるよう、音質でも立体感を追求している点が特徴といえる。その後他のメーカーも3D対応ノートパソコンの提供を始めたが、まだ売上げは低調である。

ゲーム機各社も3D映像や体感型のゲームが楽しめる新製品を投入している。任天堂は裸眼で3D映像を楽しめる携帯型のゲーム機を発売することを発表した。

3D映像の配信サービスも具体化されつつある。ケーブルテレビ最大手のジュピターテレコムは本年4月に映画やスポーツの3D映像の提供を開始し、NTTぶららは「ひかりTV」で8月から3D対応番組の配信をオンデマンド方式によって開始した。米国ではソニーなど3社が3D映像番組専門の24時間テレビ放送会社を設立し、2011年からサービスを開始することを発表した。さらに米国以外の地域への展開も検討している。また、ウォルト・ディズニー傘下のスポーツ番組チャンネル「ESPN」も本年6月からサッカーのワールドカップなどを3Dで放送した。

以上のように、今年になって3D技術は映画、テレビ、パソコン、ゲームなどあらゆる映像分野に取り込まれるよ

うになった。まさしく、今年が3D技術元年といえることができる。しかし、3D技術の原理は古く、1800年代に始まっており、眼鏡を使って見る3D映像は昔からあったし、最近では各種の万博などで呼び物になっていた。また、裸眼で見る3D映像も1900年代初めには登場している。これは画面に細い縦縞を入れたり、光の干渉を利用している。おそらく、当面は映画などでは眼鏡方式が中心となろうが、携帯、ゲームなどの小さい画像は、裸眼方式が採用されることになろう。テレビは現在、眼鏡方式が中心であるが、比較的早い時期に裸眼方式が多くなることが予想される。

それでは、今年になって何故3D技術元年を迎えることになったのであろうか。それはデジタル技術に基づく、カメラ、メモリ、映像装置などを構成する各種部品が格段に進歩した結果である。これらを総合的に組み合わせることによって、かつては長時間見続けると目が疲れるとか、気持ちが悪くなるなどという欠点が目立ったが、ようやく快適なコンテンツを作ることができた時代を迎えたということである。

日本は電子技術の総合力では、他国を凌駕する実力を有している。撮影用のカメラ、映写装置、テレビ、コンテンツ収録のBD、ハイビジョン放送、ブロードバンド通信、これらを有機的に結合し、総合的な3D製品群を開発すれば、3Dの世界でナンバーワンの地位を確保することは難しくない。どうかこのような視点に基づいて、世界戦略をたてることを望みたい。