

基礎研 レター

イマーシブコンテンツの評価軸

如何に「没入感」を評価すべきなのか

生活研究部 研究員 廣瀬 涼
(03)3512-1776 hirose@nli-research.co.jp

本コラムのポイント

イマーシブコンテンツ…リアリティあふれる映像や音響といった演出によって、その世界に浸ることができるようなコンテンツ

傍観型イマーシブ…没入感を生み出す要素は技術革新(デジタルテクノロジー)で、体験者は能動性がなくとも没入体験をすることができるという特徴がある(ex:イマーシブミュージアム、VR、3Dシアター)

非傍観型イマーシブ…生のライブ性によって生み出される非再現性に自身が巻き込まれることで「歩く・走る・思考する・役を演じる」と言ったようにそのコンテンツを成立させる当事者となって能動性や主体性が必要とされるという特徴がある。(ex:イマーシブシアター、謎解き、コンセプトカフェ)

1—はじめに

3月1日にオープンした“完全没入型体験”のみで構成する世界初のイマーシブ・テーマパーク「イマーシブ・フォート東京」。12種類のアトラクション体験と、6つの物販・飲食店を備え、そのすべてで来園者は現実と非日常の境目を超え、最高級の「ハラハラ・ドキドキ」を体験することができる。筆者は2月29日に合同取材ツアーにて一足早く体験する機会を得た。

図1 イマーシブ・フォート東京ロゴ



画像提供:イマーシブ・フォート東京

現地で様々なジャンルのイマーシブコンテンツに触れ、同施設が「何を」提供しようとしているのか筆者なりに観察した。またオープン後、様々なメディアより「結局イマーシブとは何なのか」という問い合わせを数多く受けた。本稿では、イマーシブコンテンツ市場の現状を「傍観型」と「非傍観型」の2つに分類し、それぞれの特徴から「何が没入感を生み出す要素なのか」整理する。またイマーシブコンテンツを評価する上で、なにを軸に評価すべきなのか筆者なりの評価軸を提示する。

2——「傍観型」と「非傍観型」

まず前提として「イマーシブ」の説明をする必要がある。イマーシブは「没入感」と訳される言葉で、リアリティあふれる映像や音響といった演出によって、その世界に浸ることができるようなコンテンツをイマーシブコンテンツと呼ぶ。[以前のイマーシブに関するレポート](#)で論じた通り、従来から存在していた体験型・参加型エンタメ（コンテンツ）もイマーシブと呼ばれるようになったこともあり、様々な場面でイマーシブという言葉を目にするようになった。

図2 様々なイマーシブコンテンツ

謎解き/脱出ゲーム	設定された困難な状況を謎（暗号・パズル・言葉遊び・クロスワード）を解くことで突破するゲーム・イベント
XRコンテンツ	VRなどカメラ越しに見る現実世界に仮想世界のコンテンツを重ね、拡張された現実世界を体験できるコンテンツ
参加型推理ゲーム	自らが物語の登場人物となって、他の参加者と問題を解決していくゲームやイベント
イマーシブ・シアター	観客も自ら行動し、演者と同じ空間に同居しながら物語の一部として作品に参加する鑑賞型コンテンツ
ライブアクションRPG	現実世界で行われるロールプレイングゲーム
テーマパーク	文化や国、時代、キャラクターなど特定のテーマに合わせて演出された大規模な観光施設
イマーシブ・ミュージアム	屋内空間の壁面と床面全てを埋め尽くす没入映像と特別な音響体験を提供する新感覚体験型アートエキシビション
イマーシブ・テーマパーク	ゲストが当事者として世界や事件にのめり込んでしまう完全没入体験が提供されたテーマパーク
コンセプトカフェ	特定のコンセプトを持ち、店内装飾、メニュー、接客などがそのコンセプトを基に行われる飲食店（メイドカフェなど）

出所：筆者作成

そのコンテンツは幅広く、脱出ゲームやメイドカフェ、VRに至るまで、体験できる内容が大きく異なるが、現状では「イマーシブ」という言葉で一括りにしている。しかし、筆者はイマーシブコンテンツの没入感を生み出す要素は大きく分けて「傍観型」と「非傍観型」に分類できると考える。

「傍観型」とはVR体験や従来のミュージカルやコンサートのように自身が特に何もする必要がなく視覚的な情報で別世界に没入できるようなコンテンツを指す。傍観型コンテンツの特徴は、提供されるコンテンツが技術革新によって成立しているという点である。チームラボやイマーシブミュージアムは、映しだされるリアリティあふれる幻想的な映像によって非日常に身を置くことが出来たり、VRや3Dシアターなどはゴーグルなどのデバイスの効果によって自身がその場にいるかのような体験をすることができる。これらは作られるコンテンツ（映像）やそれを投影するデバイスの技術があって初めて成り立つものである。

特に昨年ラスベガスにオープンした「スフィア (Sphere) ¹⁾」と呼ばれるコンサート会場は顕著な例である。同会場は外側がLEDパネルで覆われた高さ約112メートルの巨大な球体型のコンサート会場で30階建てのビルの高さに相当すると言われている。スフィアの内部には解像度16KのLEDスクリーンと、16万7,000個のスピーカーが設置されており、デジタル映像などを使用して現実と仮想

世界を融合させ、現実にはないものも知覚できるデジタル環境を生み出している。また、18,600人分の座席が設置され、全席で高速インターネットに接続可能で、会場の1万席には利用者に力、振動、動きなどを与えることにより皮膚感覚で刺激を与える「ハプティック・テクノロジー（触覚技術）」が組み込まれている²。ここでコンサート参加者はアーティストの演奏だけではなく、ハード（スフィアのデジタル技術）によって実現した、より高次のアーティストの演出との融合を体感することができる。この流れは世界的な潮流となっており、イマーシブに特化したコンサート会場の建設や、そのような施設を擁していない国々においても没入感のある映像を用いたコンサート演出がスタンダードとなりつつあり、従来のステージ上でのアーティストのパフォーマンスのみのコンサートは今後はスタンダードではなくなっていくだろう。そもそも、ジャンルを問わず、新しい技術が生み導入することでより新しいコンテンツやエンターテインメントの提供に努めてきたのがエンタメ産業であり、あるアーティストがイマーシブな演出をして成功すれば、他のアーティストも追随していくというのは自然な流れである。世界的な目で見れば「傍観型イマーシブ」の導入はスタンダードクオリティになっていくだろう。

そして、この流れはエンターテインメント市場のみならず、企業のプロモーションや商業施設にも導入されている。アサヒビール株式会社は、茨城工場併設の「スーパードライ ミュージアム」を1月13日からリニューアルオープンしているが、ここでは「スーパードライ SKY ROAD」と呼ばれる試飲会場までの通路にプロジェクションマッピングを投影し、容器へ充填後、商品が運ばれ、国内外で「スーパードライ」が消費されている様が没入感のあるコンテンツとして展示している。また商業施設で言えばここ20年、大型ショッピングモールを始めとした「コト消費」が意識されたショッピング施設が建設されてきたが、昨今では角川武蔵野ミュージアムのように、商業施設（売り場）に没入感が付与され、買物をするだけでなく、消費者が体験価値を見出せるような取り組みも増えてきた。技術やハードに投資できればこのような没入感をもたらす技術は、どの業界でも導入することが可能であり、エンターテインメント市場のみならずその技術を享受していく業界は拡大し続けるだろう。

ここで留意したいのはこの「傍観型イマーシブコンテンツ」はどれも消費者や体験者は「観ているだけ」で没入感に浸ることができ、ある意味、能動性や主体性を擁さなくても体験できてしまうモノなのである。以上を整理すると「傍観型イマーシブ」が没入感を生み出す要素は技術革新（デジタルテクノロジー）で、体験者は能動性がなくとも没入体験をすることができるという特徴があるといえるだろう。

かたや、観客自身はその世界の登場人物・当事者として演出に巻き込まれ、物語に積極的に関わりをもつことができる「イマーシブシアター」や、「いらっしやいませご主人様」の一言で入店と同時に主とメイドという疑似的な関係性が構築される「メイドカフェ」などを始めとしたコンセプトカフェにおいて、非日常性や没入感を生み出しているのは「人」であり、俳優やキャストが生み出す「生のライブ感」がその源泉となっているわけだが、その場で生み出されるライブ性に消費者自身が巻き込まれ、ただ座っているだけではなく「何かをすること」を強いられることではじめて没入感に浸ることができるのが「非傍観型イマーシブ」である。従来のコンテンツで言えば「謎解き」や「脱出ゲーム」などもこれに当てはまるだろう。つまり「非傍観型イマーシブ」は生のライブ性によって生み出される非再現性に自身が巻き込まれることで「歩く・走る・思考する・役を演じる」と言ったように

そのコンテンツを成立させる当事者となって能動性や主体性が必要とされるという特徴を有している。

「傍観型」及び「非傍観型」それぞれ、没入感を生み出している要素が「デジタルテクノロジー」、「能動性」、とその要素が大きく異なる。我々は、「イマーシブ」と言う言葉を見た時に、その没入体験がどの要素によって生み出されているか見定める必要がある。そのため筆者は「何がイマーシブか判断するのが困難」な場合、コンテンツの内容ではなく、そのコンテンツを成立させている要素から読み解くことでイマーシブ議論を整理できると考える。

3—イマーシブコンテンツの評価軸

イマーシブ・フォート東京では様々な没入型アトラクションが提供されているが、それぞれのアトラクションで自由度と主体性の度合いが異なっている。例えばイマーシブシアター型のアトラクションであるイマーシブシアター「ザ・シャーロック・ベイカー街連続殺人事件-」は所謂ミュージカルや舞台のようにステージがあってお芝居が行われるのではなく、建物全体を使って登場人物が移動することで場面が切り替わるため、参加者は、ストーリーの流れを見るために、登場人物の後ろを追いかけしていく必要がある。

図3 「ザ・シャーロック・ベイカー街連続殺人事件-」イメージ図1



画像提供:イマーシブ・フォート東京

ザ・シャーロック HOLMES, DR. WATSON, and are trademarks of Conan Doyle Estate Ltd.®ク SHERLOCK

参加者はアトラクション体験中登場する 45 人以上のキャラクターから好きなキャラクターの後ろを追ってそのキャラクターの視点から物語を見ていくわけだが、追いかけるキャラクターを途中で代えることも、何も追いかけずに舞台を散策することもできるし、とにかく「自由度」が高く、高い「主体性」が求められる。「非傍観型イマーシブ」コンテンツの中でも高い能動性が必要なコンテンツなの

だ。

図4 「ザ・シャーロック・ベイカー街連続殺人事件」イメージ図2



画像提供:イマーシブ・フォート東京

ザ・シャーロック SHERLOCK HOLMES, DR. WATSON, and are trademarks of Conan Doyle Estate Ltd.®

一方で同施設には従来で言う「迷路」もしくは「おぼけ屋敷」のフォーマットのアトラクションがある。このタイプのアトラクションでは体験者は「歩く」ことは必要であるが、ルートが決まっているため「ザ・シャーロック・ベイカー街連続殺人事件」のように好き勝手に自分の意志で行動していい訳ではないため自由度は高くはない。

人気テレビ番組『逃走中』のように、生き残るためにいかに逃げ回りつづけるかを目的とした「鬼ごっこ」型のアトラクションにおいては、主体性が高い一方で、ゲーム内で「ミッション」が与えられているためそのミッションに沿って行動する必要があり自由度はそこまで高くはない。

従来のフォーマットで例えるのならディズニーランドやユニバーサルスタジオなどで行われている園内に於ける雰囲気盛り上げるために行われるアトモスフィア・ショー（小規模なショー）や一時期流行した「フラッシュモブ」のような突発的に開催されるエンターテインメントアトラクションにおいては、突然起こるシナリオのあるエンターテインメント（ショー）に自身も巻き込まれるという意味で「生のエンターテインメント性」に参加者の能動性が付与されている。しかし明確に役割が決められていたり、指示に沿って行動しなくてはいけないため、主体性および自由度は高くはない。

他にもウォークスルー型のアトラクションがあるのだが、従来のフォーマットで言えば「展示」と変わらない。しかし、展示の仕方が様々な「傍観的イマーシブ（デジタルテクノロジー）」の技術が駆使されており、物語が移り変わるごとに自分もその場にいるような感覚を得ることができる。これは他のアトラクションとは異なり、主体性や自由度はないが「傍観的イマーシブ（デジタルテクノロジー）」の要素によって十分に没入感を得ることができた。

筆者自身様々なイマーシブコンテンツを国内外で体験してきたが「ザ・シャーロック・ベイカー街連続殺人事件」以上に没入感のあるコンテンツを体験したことはなかった。まさにイマーシブコンテンツの現状における完成形であると評価している。そのため没入感という軸で「ザ・シャーロック・ベイカー街連続殺人事件」とその他のアトラクションを比較し、評価してしまうと、その他のアトラクションが見劣りしてしまうが、これは大きな間違いである。考えてほしい。「迷路」と「展示」で提供されている娯楽性は同じだろうか。「鬼ごっこ」と「フラッシュモブ」で当事者意識は同じだろうか。答えはNOだ。コンテンツの性質上自由度が効くモノがあれば、主体性を必要としないモノもある。同じイマーシブコンテンツだからと言って一括りで評価するのは適切ではないし、せっかくいい体験をしても、比較対象がずれている場合、正しい評価にならず「つまらない体験だった」「消費に失敗した」とネガティブな消費結果に繋がってしまいかねない。

我々が没入していると感じる瞬間は同じ個人であっても引き出される要素がその時々で異なる。すごい映像をみて没入することもあれば、なにか趣味や作成をしている時、楽しい時間を過ごしている時に時間を忘れて没頭（没入）することもあるだろう。同じ没入という言葉で表現される我々の感覚もその時々で性質が異なる。そのため前述した通り主体性と自由度の度合いで各々のコンテンツを評価すべきではないか。

筆者自身がイマーシブ・フォート東京で経験したアトラクションをここでは従来のコンテンツとなぞって「迷路」「鬼ごっこ」「アトモスフィア・ショー」「展示」と表現したが、消費者自身が今まで経験してきたジャンルのエンターテインメントとイマーシブ・フォート東京の同ジャンルのコンテンツとを比較することで初めて「そのジャンルにおける」コンテンツの没入具合を評価できるわけである。もちろん、筆者はどのイマーシブ・フォート東京のアトラクションも過去に経験したこれらのジャンルのコンテンツと比較しても勝るとも劣らないモノばかりであったと評価している。

[以前のレポート](#)で、イマーシブコンテンツを正しく消費する上で、「作られたものだから」と斜に構えてしまっただけでは、没入できるものも没入できないため、いかにそのつくられたモノを愛することができるかが、没入体験をより高次元のモノにできるエンジンであり、イマーシブ、没入型消費の本質であると論じたが、もちろん「イマーシブ」と称されているモノ全てにおいて正しく「没入感」が提供されている訳ではないのも事実だ。2024年2月26日にBBCによって報道されたニュースによれば³、映画『チャーリーとチョコレート工場』の世界を体験できるイベント「Willy's Chocolate Experience」は、その質の低さから入場者からのクレームが殺到し、警察沙汰にまで至ったという。このイベントの入場料は35ポンド（約6700円）で、全てを回るのに45分から1時間はかかるということだった。Willy's Chocolate Experienceの広告では、イベント会場の空間を描いた画像として、実際とはまったく違うAI生成の画像が使用されていたためその全容が広告からはわからなく、消費者の期待値は上がっていた。しかし、実際の会場は、廃屋のような倉庫の内部に、お城の形の空気の入ったトランポリンや手作り感いっぱいの虹のアーチ、カフェテリアのテーブルが適当に置かれているだけで、歩いて回るのに5分もかからないものだったという⁴。これは極端な例ではあるものの、イマーシブと語られている、もしくは没入感を想起させるような謳い文句であっても「傍観的イマーシブ」の視点から言えば高度なデジタルテクノロジーが使われておらずお世辞にも没入感を得られるクオリティではないモノもあるだろうし、「非傍観的イマーシブ」の側面から見れば思った以上に主体的な動きを求められないモノもあるだろう⁵。そのため、コンテンツ間で没入度合を比較す

ることは意味を有さないと論じたが、前向きにコンテンツを消費しようとしたにも拘らずまったく没入感を得なかった場合は「没入感がなかった」と評価すべきだし、「イマーシブコンテンツ」を謳っていてもそのクォリティはピンからキリまでであることは覚悟しておくべきである。

そうはいつても、今後益々、イマーシブコンテンツは市場で存在感を増していき、「イマーシブ」という言葉を耳にする機会も増えると思われるが、そのイマーシブ（没入感）が何によって見出されており、我々はその体験から何を期待するべきなのか検討する際には、本レポートで提示した「主体性」と「自由度」という評価軸を参考にいただければと思う。

¹ <https://www.thespherevegas.com/>

² <https://www.kandagaigo.ac.jp/kgcc/1200/>

³ BBC NEWS *Police called to Willy Wonka event after refunds demanded* 26/02/2024
<https://www.bbc.com/news/articles/czrlr3dw2x3o>

⁴ 「ウィリー・ウォンカの世界を体験できるイベント、実際の会場のあまりのひどさに入場者が警察に連絡する事態に」
2024/03/01 <https://news.yahoo.co.jp/articles/cf18ff27ab8270d8ff64f2a740c7dfe563a8369c>

⁵ 実際、イマーシブコンテンツが「傍観型」「非傍観型」と説明されている訳ではないし、多くの場合が「非傍観型＝主体性」と「傍観型＝デジタル技術革新」が融合し合い、コンテンツを成立させている。