



【資料2】高級家電のARサンプル。スマホで、実際に部屋に置いたイメージを確認することができる。



【資料3】bestatが制作した「スニーカー」の3Dコンテンツ。QRコードを読み込むと実物を確認できる。光沢やしわ、質感など、細部まで忠実に再現されている。



「人の目はとても敏感です。光沢など、ディテールが再現できていないと、リアルに見えません。キラキラさせたり、シズル感を出したり、『本物らしさ』を補強するひと手間や工夫は、人の手で行っています」

**制作を自動化してより手軽に近くサービスの公開も視野**

「3D.ai」の最大の特長は、3D制作の工程を自動化したことにある。他社のサービスでは、3Dコンテンツを主に人力で制作するのが一般的だった。そのため価格は高額で、製作時間もかかり、供給不足につながる。また、「3D.ai」を利用する場合には、まず同社にコンタクトをとる必要があるが、将来的にはサービスを開発し、個人でも手軽に利用できるという。このように、入力から出力までを一貫してダッシュボードで管理する3Dコンテンツ制作サービスは、国内初だ。

「これまで、小売業や製造業、施工業など、さまざまな業種のクライアントとともに3Dコンテンツの制作や運用に携わってきました。3D表示、VR、AR、YouTube、メタバース、3D NFT、3D 広告など、その活用チャネルも多彩です」

3Dコンテンツの世界的な市場規模は年率約140%で成長している。同社への発注や問い合わせも、年々増加しているという。「メタバースの認知度が向上しているのに加えスマホや3Dディスプレイなどハードウェアの普及が向上したことにより、3Dコンテンツを表示することも容易になりました。今後、3Dコンテンツはもっと身近で、なくてはならない存在になると予想しています」

**理性よりも感情に働きかける3Dコンテンツの特長**

3Dコンテンツの特長は、「感情

特定しやすい。宝石や貴金属は、動かしたときの「輝き方」を再現することで、その品質をリモートでも伝えることができる。購入に迷うことも多い高級家電は、大きさやデザインなどを忠実に模したARにより、その場に置いた雰囲気まで正確に再現することができる（資料3）参照。また、食品は「おいしそう」に見せる演出と3Dのインパクトにより、印象に残りやすい。

こうした3Dコンテンツのメリットを実現するためには、対象を単に3D化するだけでは十分でない。細部を調整することが重要だという。

「人の目はとても敏感です。光沢など、ディテールが再現できていないと、リアルに見えません。キラキラさせたり、シズル感を出したり、『本物らしさ』を補強するひと手間や工夫は、人の手で行っています」

**制作を自動化してより手軽に近くサービスの公開も視野**

「3D.ai」の最大の特長は、3D制作の工程を自動化したことにある。他社のサービスでは、3Dコンテンツを主に人力で制作するのが一般的だった。そのため価格は高額で、製作時間もかかり、供給不足につながる。また、「3D.ai」を利用する場合には、まず同社にコンタクトをとる必要があるが、将来的にはサービスを開発し、個人でも手軽に利用できるという。このように、入力から出力までを一貫してダッシュボードで管理する3Dコンテンツ制作サービスは、国内初だ。

「これまで、小売業や製造業、施工業など、さまざまな業種のクライアントとともに3Dコンテンツの制作や運用に携わってきました。3D表示、VR、AR、YouTube、メタバース、3D NFT、3D 広告など、その活用チャネルも多彩です」

3Dコンテンツの世界的な市場規模は年率約140%で成長している。同社への発注や問い合わせも、年々増加しているという。「メタバースの認知度が向上しているのに加えスマホや3Dディスプレイなどハードウェアの普及が向上したことにより、3Dコンテンツを表示することも容易になりました。今後、3Dコンテンツはもっと身近で、なくてはならない存在になると予想しています」

**理性よりも感情に働きかける3Dコンテンツの特長**

3Dコンテンツの特長は、「感情

るような環境を整える予定という。

「私たちのミッションは、高品質なデジタルコンテンツの数を増やし、誰もが毎日楽しめる世界を実現すること。1年以内といった近い将来には、このサービスを一般公開し、より手軽に使えるような形にしたいと考えています。3Dテクノロジーに関しては、アジアでもナンバーワンの自信があります。弊社の強みであるこの技術力を生かし、3Dコンテンツの発展と普及に貢献していきます」

## 「TOKYO GAME SHOW 2023」に出展

bestatは、2023年9月21日(木)～24日(日)に行われる「TOKYO GAME SHOW 2023」に出展する。会場では、同社で制作した3Dコンテンツを展示。「3D.ai」のサービスも紹介し、顧客開拓につなげるねらいがあるという。そもそもゲーム業界と3Dコンテンツは親和性が高い。同社で制作した3Dコンテンツを、ゲームの世界観や雰囲気に合わせてデザインに修正することも可能だとい、将来的には、例えば自分が現実にもっているアイテムを3Dコンテンツ化し、ゲーム内に取り込むといった活用法も想定されている。

## 3Dコンテンツの半自動制作を実現 誰もが、より身近に、楽しくをめざす

3Dコンテンツ制作を主な事業として展開するbestat。

同社では、高い画像処理の技術力を生かし、3Dコンテンツを半自動で制作するクラウドサービスの提供を行っている。3Dコンテンツの活用事例や同社の強みについてうかがった。



【資料1】「3D.ai」のダッシュボードイメージ。写真や動画など、必要なデータを入力すると、3Dモデルが出力される。活用チャネルに合わせて、URLやQRなどへの仕様変更も可能。

### 3Dコンテンツが身近にある未来が間近に

2018年に設立されたbestatでは、「コンピュータサイエンスの力で世界の感動の絶対数を増やす」をミッションに、画像処理をコアテクノロジーとして、3Dコンテンツの制作を行っている。

同社が展開する3Dコンテンツ制作クラウドサービスが、「3D.ai」だ。ダッシュボード（資料1）参照）に写真、動画、CAD（図面をデジタル化し、コンピュータ上で再現したもの）などをアップロードすると、3Dモデル、3Dモデルが見られるURL、QRコード、Web広告仕様変更などとして出力がされる。写真は、専用アプリからアップロードするが、一般ユーザーが撮影した写真でも十分に事足り

るという。このように、入力から出力までを一貫してダッシュボードで管理する3Dコンテンツ制作サービスは、国内初だ。

同社の創業者で代表取締役を務める松田氏は、3Dコンテンツの活用領域と事例は多岐にわたると話す。

「これまで、小売業や製造業、施工業など、さまざまな業種のクライアントとともに3Dコンテンツの制作や運用に携わってきました。3D表示、VR、AR、YouTube、メタバース、3D NFT、3D 広告など、その活用チャネルも多彩です」

3Dコンテンツの世界的な市場規模は年率約140%で成長している。同社への発注や問い合わせも、年々増加しているという。「メタバースの認知度が向上しているのに加えスマホや3Dディスプレイなどハードウェアの普及が向上したことにより、3Dコンテンツを表示することも容易になりました。今後、3Dコンテンツはもっと身近で、なくてはならない存在になると予想しています」

### 理性よりも感情に働きかける3Dコンテンツの特長

3Dコンテンツの特長は、「感情



松田尚子氏  
bestat  
創業者／代表取締役

に働きかける」力があることだという。実際に同社が制作を手がけた3Dコンテンツを確認すると、「見る」「動かす」という行為そのものを楽しむことができる（資料2）参照。

「ショッピングサイトなどで、2Dで商品情報を見る際には、価格やスペックといった情報に目がいきがちで、理性が優位に働きます。一方の3Dコンテンツは、理性より『感情』が優位に動くことが脳科学でも証明されています。記憶に残りやすく、見たものに愛着がわくなど、高い広告効果が見込めます。現に3D広告のクリック率を比較すると、2Dの5～7倍という数字が出るんです」

ほかにも、3Dコンテンツを活用するメリットはある。例えば製造業では、部品が多く、複雑な構造の機械を3Dで再現することにより、インターネット上でも交換部品などを