

NABSHOW の本命である機材展示（エキジビション）の前に開催されている分科会的な数々のカンファレンスに関しては既に触れたので、今回は月曜日から始まるエキジビション周りのレポートを行いたい。

もちろん、最近の NAB では月曜日以降もエキジビションと同時に様々なカンファレンスが開かれているのだが、新製品の発表絡みであったり、入門的な HowTo であったりと若干緩くなってしまうケースが多い。

キーノートやスペシャルイベントなど見所のあるカンファレンスも存在するが月曜日以降は単発で 1～2 時間で終わる物が多いのである。

月曜日からエキジビションとバッテリーしているカンファレンスが面白いラインナップだと展示場を回る時間が限られてきて大変なのであるが今年は大粒だった。時間を取って出席してみても VR 系は初歩的なものが多く残念な感じだった、今年の展示会場は昨年よりほんの少し縮んだ様な感じはあるが、昨年が近年では最大級に拡張していた事を考えると相変らずの広さだった。

特にノース・ホールは随分入れ替わりがあり非常に見易くなっていた、特に昨年まで散らばりがちだった VR 関係の出展者がノース・ホールに一同に集められ「Virtual and Augmented Reality Pavilion」として専用スペースを与えられていた。

今年のエキジビション会場全体の雰囲気は活況なイメージではあるのだが、3 年前ぐらいと比べると流れている風が明らかに違う感じである。

放送専用機材と思われるものは、殆ど姿

を消し始め廉価な放送兼用の半業務用機材が幅を利かせている感じなのだが、この表現もなんだか的を得ていない。

既に業務用であるとか放送用であるとかの区別そのものが無い感じである、安くてコンパクトな製品であっても放送用機材のスペックの遥か上に行く機材も存在しており、サイズや価格での差別化ではなくスペックのみで選択される時代のようなのである。

見るところ特にドローンとクレーンの競合は激しいらしく、クレーンで撮れるショットをドローンで撮るデモンストレーションやドローンでは撮れないショットのクレーンでのデモンストレーションなどと、それぞれの弱点を突くような展示が相次いでいた。

自由度の高いクレーン的ショットはドローンの方が可能性が大きい事は明らかだが、ドローンの今までのデメリットは大きなカメラが積みにくい事であった。しかし現在では小型のドローンに搭載する小型のカメラも性能が向上し十分な解像度と画質が担保される様になってきた。

つまり、ドローンの中でも放送機材クラスのカメラを搭載できるものもあれば、小型で放送機材並みの性能を持つものも有ると言う不思議な状態が今日なのである。

NAB のエキジビション会場ではこの様な放送機器イコール、プロ用や安物イコール、個人のおもちゃと言った定型の概念は溶けてしまっており全ての機材が性能上では同一線上で比べる様な形になっていた。これが不思議な違和感の正体だった。

もちろん、別格の存在として映画業界で用達の機材たちは相変らずの姿で君臨しているのだが、こちらもデジタル化で大きな

変革の波を超えてきたばかりなので新製品はさほど見当たらず、コストで勝負を仕掛けてきているメーカーがやはり入り込んでいた。日本もコストで勝負しているとは言えないが多くの新しいチャレンジをしているメーカーは目立った。

特に SIGMA のデジタルシネマ向けの PL マウントレンズは人だかりが出来ていた、同様にフジフィルムの PL マウントレンズも評判が良いようである。

この辺りは少量でも品質が良ければ高い値づけが可能なデジタルシネマ分野に特化した方法論で非常に良いやり方だと思う。

それ以外の日本メーカーは若干元気が無かったように感じたが、Panasonic と SONY は数年前の元気に戻っていた様で、色々吹っ切れている感じが好意が持てた。

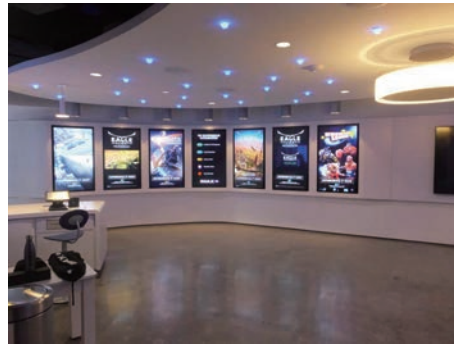
この様に通常のブースはじんわりとした変化が感じられただけであるが前出の「Virtual and Augmented Reality Pavilion」は中々壮観であった。

数多くの VR カメラメーカーが 360 度カメラを展示し花盛りだった、クラウドファンディングを受けたスタートアップ企業から最早老舗感が漂う NOKIA まで非常に多くの VR カメラメーカーと付随するソフトウェアメーカーで熱気が凄かった。

一頃の 3D 映像ブームを思わせる傾向だが、映像商売に貪欲であると言う事は、この様な事だろう。

これからのアメリカ映像業界の VR へのアプローチが楽しみになって来た。

Yoshishige Matsuno
VFX スーパーバイザー



用語解説

「IMAX VR」 (アイマックス・ブイアール)

言わずと知れた IMAX、現在の映画業界ではシアターの規格として有名であり日本全国にも普及が進んでいる劇場フォーマットである。

この IMAX 社は過去には多くの劇場フォーマットを持っていた、ドーム型シアターのオムニマックス、巨大スクリーンで縦方向にも広い面積を持つ旧型アイマックス、3D 映画用の IMAX3D などである。それらのスペシャルなスクリーンフォーマットでコンテンツを作成する為の各スクリーンフォーマット専用のオリジナルカメラまでを自社で規格し開発してきた珍しい映画関係企業である。

本社はカナダで従来までは博物館や科学館などに IMAX の特殊フォーマットの劇場を提供していた。

しかし、1990 年代にシネマコンプレックスの目玉の客寄せパンダとして巨大スクリーンが呼び物となると、急速に一般劇場への普及が進んだのである。

これ以降、シネマコンプレックスでは一般的となり映画業界の中では一定のシェアを持つようになってきている。

日本では 109 シネマズと組んで IMAX スクリーンの普及が進んでおり、ユナイテッドシネマ系列でも IMAX スクリーンの導入が始まっている。

しかし近年では映画館への客寄せ効果は限定的になりつつあり、新たなフォーマットが模索していたようである。

その様な状態の中、IMAX 社は VR コンテンツをシネマコンプレックスのように体験できる施設をロサンゼルスに開設した。

ロサンゼルスハリウッド近郊のショッピングモールに隣接した場所に VR を体験できるブースを十数個持つ施設である。

そのブースには各社の HMD (ヘッドマウントディスプレイ) に混じって、IMAX オリジナルの 4K づつ両眼に対応している超高解像度の HMD も設置されていた。

この 4K パネルが 2 枚の HMD は北欧のスタートアップ企業開発していたもので IMAX が買収して専用 HMD を開発させているようである。

どうやら IMAX の名に恥じないハイクオリティの映像体験を VR の HMD でも体験させたいと言う事らしい。

この施設には実際に赴き、4K ヘッドマウントディスプレイを含めて様々なコンテンツを体験してみたのだが、一言で語ると個別ブースが広く清潔感のある VR 体験施設で、日本にあるものより進んでいる雰囲気なのであるが実は内容はそう変わらない。

特にコンテンツは HMD 各社が出しているお勤めのコンテンツが動作しているだけなので特別感はない。

ただ、4K ヘッドマウントディスプレイ用のコンテンツだけはオリジナルで映像クオリティも高かった、とは言え万人が好むものともいえず今後の課題が垣間見れた。

VR の施設としてはきれいで体験し易いが、日本と同様に休日は回転率の悪さから随分込んで着るとの情報もあり、VR の劇場展開は道半ばと言った所だろう、だがアミューズメント施設として VR 体験施設が開設されている日本と違い、映画業界で劇場として展開しようとしているハリウッドの商魂には敬意を払いたい。

果たして日本の劇場や映画業界はキワモノとは言えハリウッドの VR コンテンツへの挑戦をどの様に見ているのだろうか、興味は尽きないのである。