

3D元年到来か！ 各業界の動向を振り返る

西川 善司

● 3Dブームの火付け役はテレビだった

今世代の3Dブームはテレビ(TV)から始まったといわれている。仕掛け人はパナソニックだ。HDMI 1.4仕様の策定に3D伝送仕様を盛り込んだ立役者だったといわれる同社は、大型TVの方式であるプラズマの活路を3Dに求めたのだ。

2010年2月、同社は3DプラズマTV「3Dビエラ・VT2シリーズ」を発表する(写真1)。VT2シリーズは42/46/50/54/58/65インチというラインナップで提供され、3D TVの本命としてもてはやされた。この3Dビエラ・シリーズの発表を皮切りに、TVの3Dブームは一気に加熱することになる。

呼応したのが液晶TV陣営で、シャープがAQUOS LV3シリーズ、ソニーがBRAVIA HX900シリーズと、矢継ぎ早に3D液晶TVを発表する。3D TVにおいても、「パナソニックのプラズマ」vs「液晶陣営」の構図が勃発することになった。

プラズマ、液晶、共に主流となった3D方式は、眼鏡を掛けて視聴するアクティブ液晶シャッタ方式である(第2章で解説)。これは、他方式では難しいフルHD(1920ドット×1080ドット)解像度の3D映像表示を実現しやすい方式だったためだ。左右の映像を交互に表示し、これをシャッタが開いているときに片目ずつ見ることになる。液晶シャッタには偏光板が配されるため、目に届く光量は映像表示面の1/4に低下してしまう。液晶陣営はこの方式の弱点を逆手に取り、「3D映像は表示映像が明るい液晶こそが本命」という訴求を開始する。プラズマは原理的にピーク輝度が暗く、過去、パナソニックなどは「プラズ

マはまぶしすぎない」というCMを打っていたこともあり、プラズマは3Dブームを作り出すも、液晶陣営に痛いところを突かれることになってしまう。

中でも、シャープは、世界で初めて量産技術に実用化した光配向技術 UV2A(Ultraviolet induced multi-domain Vertical Alignment)により、液晶素子を配向させるためのリブやスリットを廃絶して液晶パネルを構成することに成功し、従来品よりも20%も高開口率となったUV2A液晶パネルを3Dテレビ製品に採用する(写真2)。なお、ソニーのブラビアも、3D対応モデルにおいては、このシャープのUV2Aパネルを採用している。

3Dテレビに対してはやや消極的だった東芝や三菱電機も、後発ながら3D液晶テレビを発表しており、液晶陣営の猛追が2010年後期から加熱している(写真3)。

現状、多くの液晶テレビ製品の液晶パネル自体は3D表示に追従できる応答速度を持っていることから、2011年以降では、立体視眼鏡や立体視用トランスミッタなどを別売扱いにして3D対応を謳う「3D READY」の液晶テレビが増加している。社団法人 電子情報産業協会(JEITA)の2010年4月～9月の累計出荷台数調査によれば、37インチ以上の薄型テレビにおいて、3Dテレビ(3D READY製品を含む)の構成割合は4.12%だが、筆者の幾つかのメーカーへの取材では、業界としてはこれを2011年には10%以上にしたいと考えているとのことであった。

● ゲーム機に波及した3Dブーム

今世代の3Dブームのもう一つの立役者として忘れてならないのはゲーム分野だ(写真4)。

ゲームの立体視対応は、さかのぼれば、古くはファミコン時代から存在する。今世代の3Dブームの盛り立て役として活躍したのはソニー・コンピュータエンタテインメント(SCE)のプ



写真1 火付け役はパナソニックのプラズマ・ビエラだった

写真2
4原色パネル「QUATTRON」
QUATTRONもUV2Aパネルを採用している。



写真3 東芝の裸眼立体視対応3Dテレビ
東芝は裸眼立体視に対応した3Dテレビ、12インチ「12GL1」と20インチ「20GL1」をCEATEC 2010にて発表した。