

報道関係各位

2022年9月15日
株式会社クロス・マーケティング

メタバース セキュリティ担保と世間への周知・理解を望む声 VR機器は低価格化と技術向上に期待 暗号通貨は懸念あり

－メタバースに関する調査（2022年）実態編－

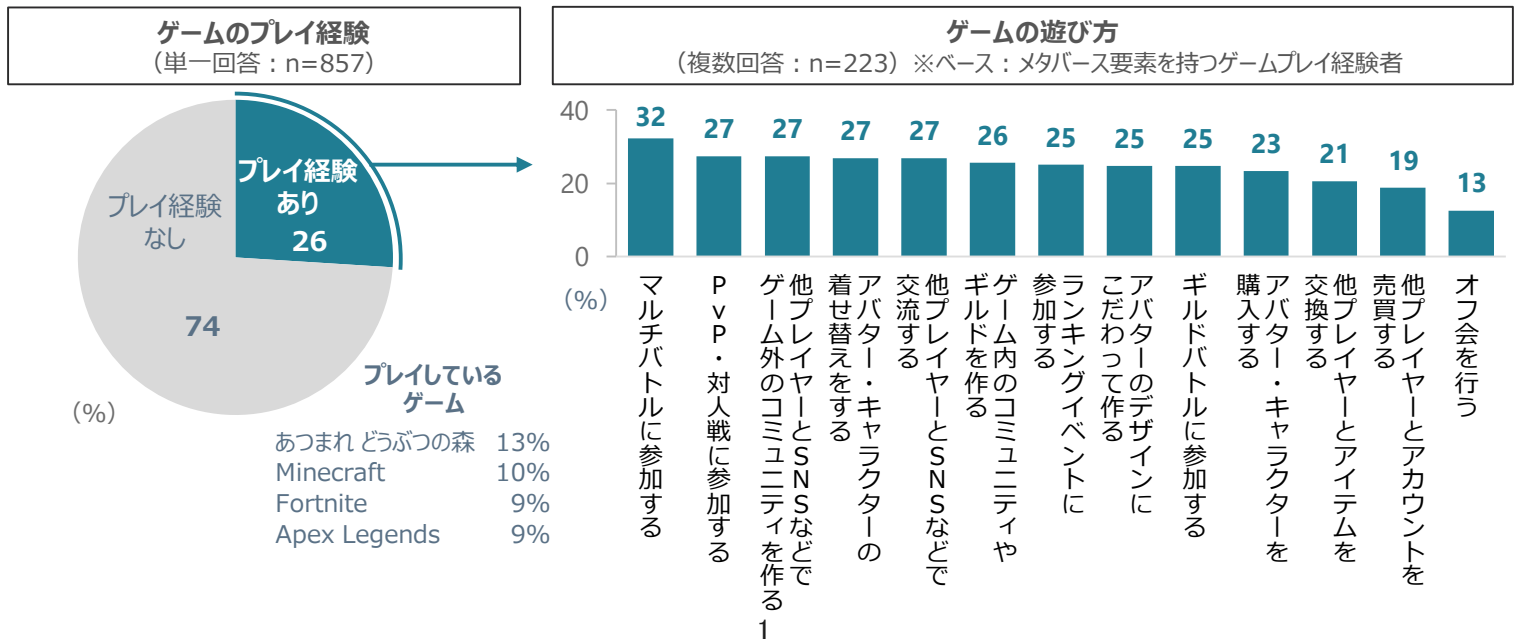
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2022年8月、全国15～49歳の男女を対象に「メタバースに関する調査（2022年）」を行いました。普段の生活でメタバースはどのように利用されているのでしょうか。今回は、メタバースを認知しており関心のある857人に対し、メタバース関連サービスの利用実態、イメージ、今後メタバースを始めるための条件、メタバースで実現してほしいことなどを聴取し分析いたしました。

■ 調査結果（一部抜粋）

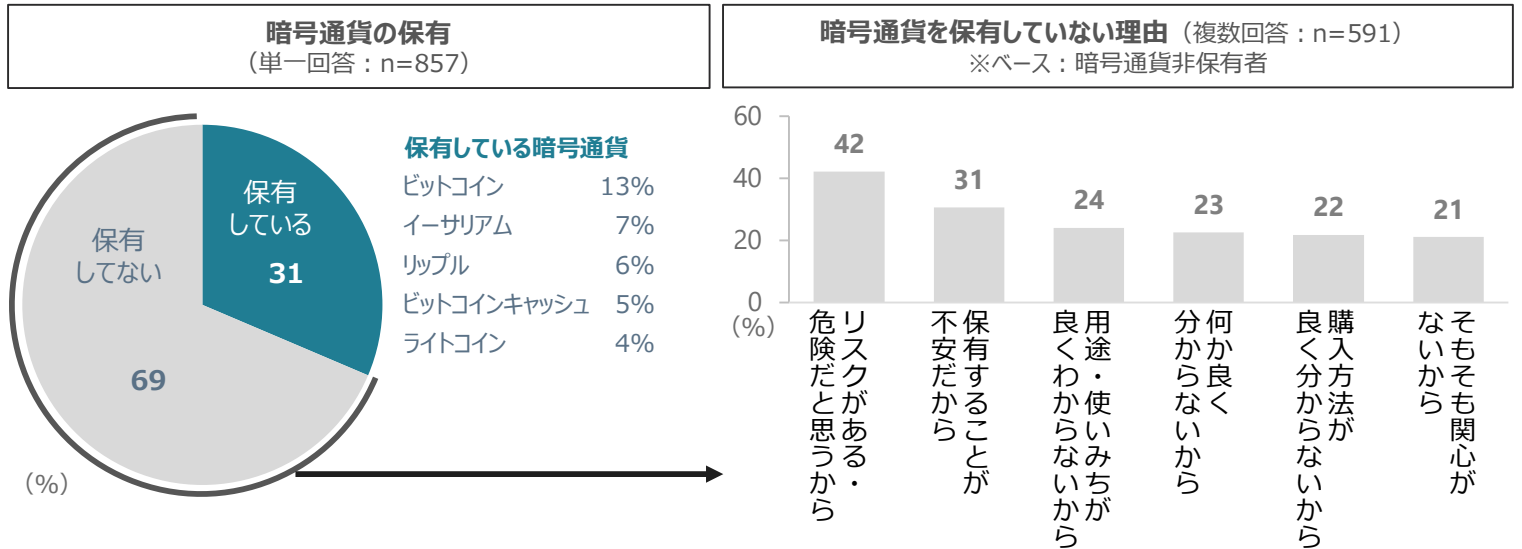
- ✓ **【メタバース要素を持つゲーム】** メタバースの言葉を認知し、かつ関心を持つ人に対し、メタバースの領域ごとの実態を聴取した。メタバース要素を持つゲームのプレイ経験者は26%であり、「あつまれ どうぶつの森」「Minecraft」などをプレイしていた。遊び方は、「マルチバトルの参加」「PvP・対人戦の参加」「他プレイヤーとゲーム内外でコミュニティを作る」「アバターの着せ替え」などが上位。バトル参加やコミュニティでの交流、アバターのカスタマイズやメイキングを中心に楽しんでいた。＜図1＞
- ✓ **【暗号通貨（仮想通貨）の保有】** NFT（非代替性トークン）の売買にも利用される暗号通貨を保有している人は31%である。保有している暗号通貨は「ビットコイン」が多く、次いで「イーサリアム」「リップル」など。一方、暗号通貨を保有していない人の理由は、「リスクがある・危険」が42%と高く、「保有することに不安」というネガティブな意見や「用途・使いみちがわからない」という声も聞かれた。＜図2＞
- ✓ **【アバターコミュニティの利用】** アバターコミュニティを利用している人は31%、「LINEプレイ」「VRChat」のプラットフォームの利用が高い。利用者は、「お気に入りのスペースやコミュニティを見つける」「ネット上での友達と一緒に遊ぶ」「イベントに参加する」「知らない人と知り合う」ことを楽しんでいる。＜図3＞
- ✓ **【VR機器の保有と購入意向】** VR機器の保有は10%、「PlayStation VR」「Oculus Quest 2」「Xperia View」などを所有していた。非保有者に購入意向とその理由を確認したところ、「購入意向あり」は60%で、「廉価」「自由に使えるお金が増えたら」「より軽量・コンパクト」など、金銭面や技術向上がクリアすれば購入したいとしている。一方、「購入意向なし」の人では、「高価すぎる」という声が多かった。＜図4＞
- ✓ **【イメージ、始めるための条件、実現してほしいこと】** メタバースは「先端的なテクノロジー」「世の中に浸透していない」「将来大きな影響を持つ」というイメージが強い。＜図5＞メタバース関連サービスを利用していない人では、「セキュリティの担保」「世間に広まる」「リスクを十分に理解する」ことができれば、本格的に始めたいとしている。＜図6＞また、メタバースで実現してほしいことは、「貧しい人や困っている人の相談事を解決する場に」「社会的ハンデを持つ方が健常者同様の体験ができるように」や「フィクションや現実の世界をメタバースで体験したい」という声があがった。＜図7＞

◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/it/20220915metaverse/>

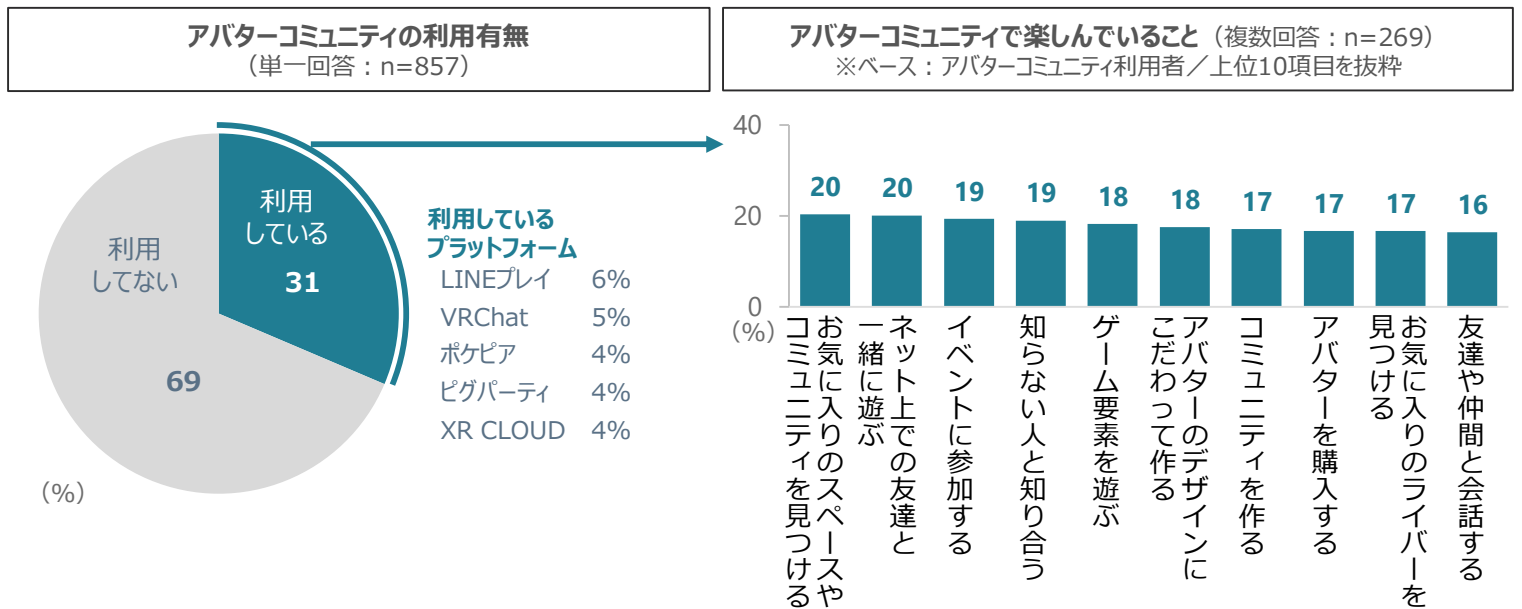
＜図1＞メタバース要素を持つゲームのプレイ経験と遊び方



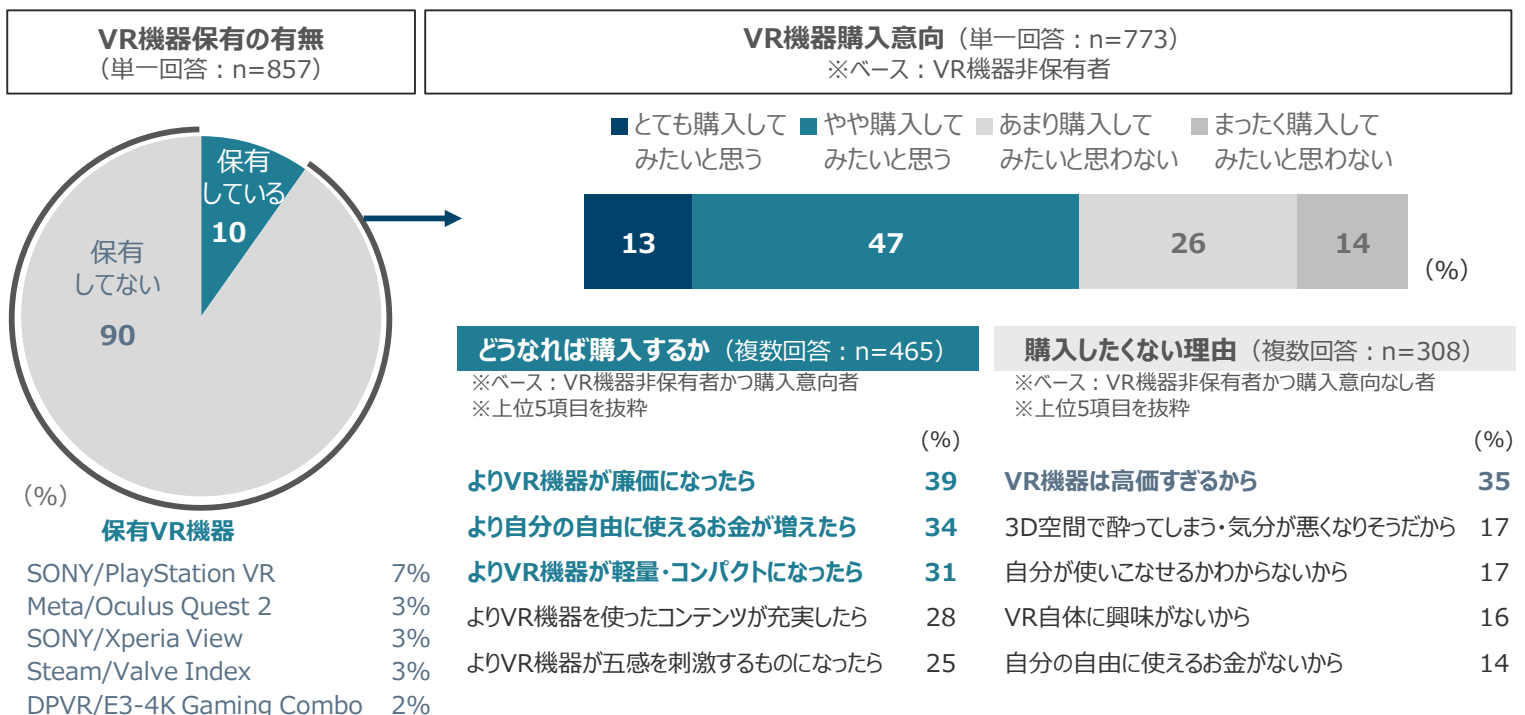
<図2> 暗号通貨（仮想通貨）の保有と保有していない理由



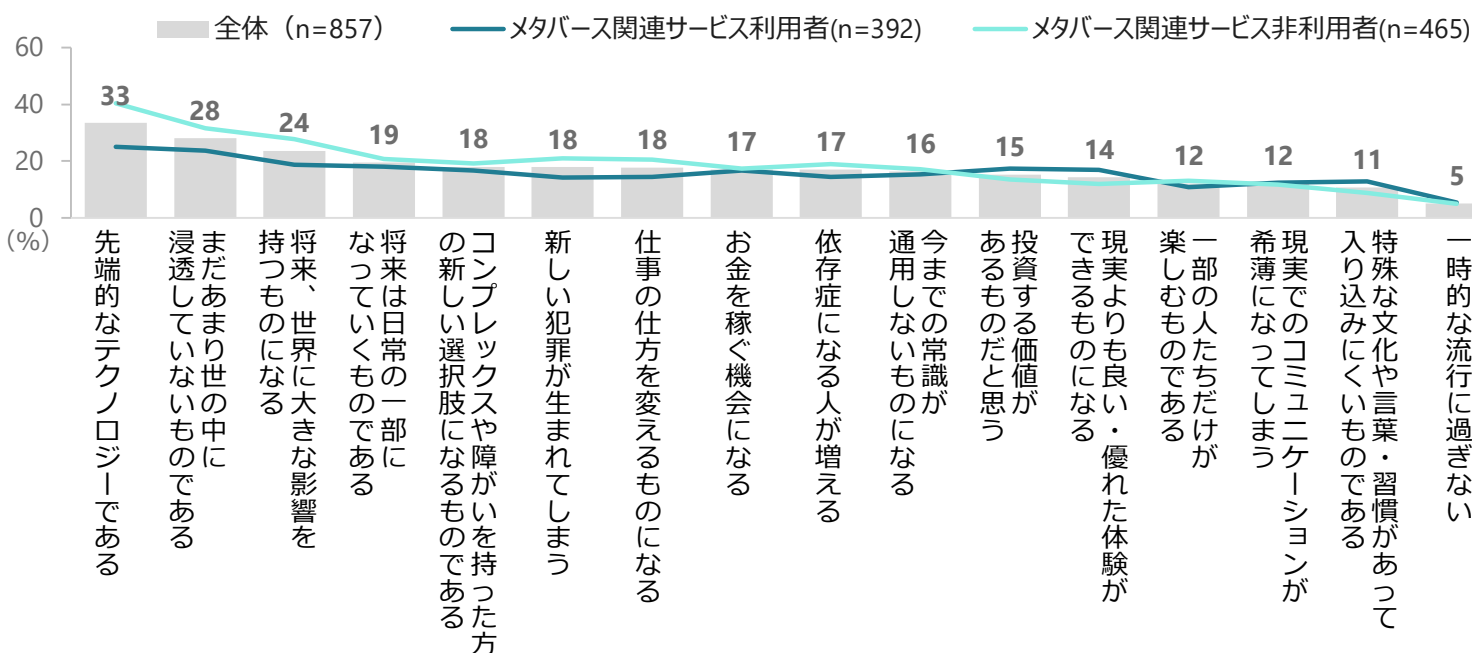
<図3> アバターコミュニティの利用と楽しんでいること



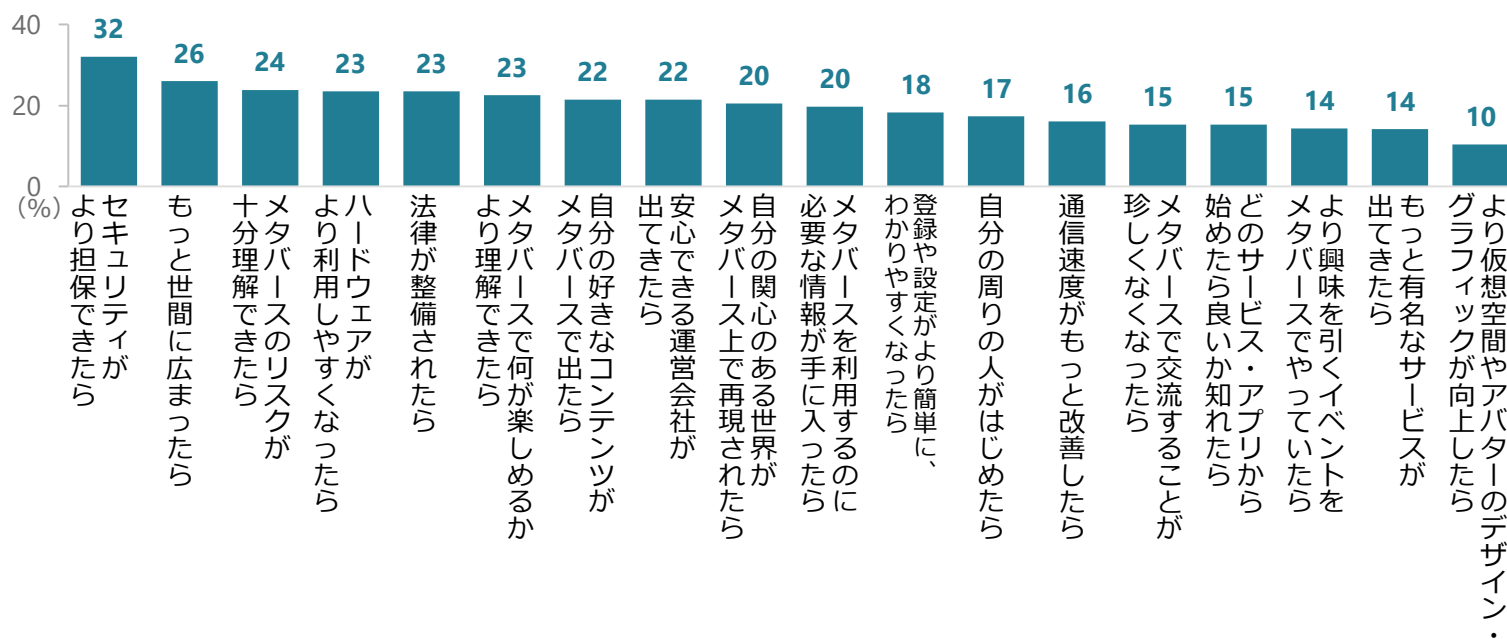
<図4> VR機器保有と購入意向とその理由



<図5> メタバースのイメージ（複数回答）



<図6> メタバースを始めるための条件（複数回答：n=465） ※ベース：メタバース関連サービス非利用者



<図7> メタバースで実現してほしいこと（自由回答） ※一部抜粋

<社会問題の解決>

- ・貧しい人や困っている人が、ちょっとした会話や相談ができて、困りごとを解決するきっかけになってほしい
- ・メタバースの普及により、精神疾患を持つ人や仕事に疲れた人の「心の癒し」になれば良い
- ・社会的にハンデのある人も健常者同様な体験ができるようになること
- ・遠くで暮らしている高齢の親の見守りや介護に利用したい

<フィクションの世界を体験する>

- ・好きなアニメのキャラクターに会えるなど、好きなアニメの世界に行ける
- ・これまではフィクションでしかなし得なかった体験をVRゴーグルひとつで誰もが得られること

<現実世界の代替やサービスの充実>

- ・離れている人同士が、まるで側にいるようなコミュニケーション(話すこと、一緒に楽しむこと)ができるようになってほしい
- ・メタバースにより、都道府県の街並みが忠実に再現され、そこで一人旅が出来るのができれば非常に嬉しいです
- ・仮想空間に出店ができ店員、客が現実で外出しなくても、営業とショッピングができる
- ・外に出なくても作品発表や販売がしやすくなってほしい

■レポート項目一覧

- 調査結果サマリー
- 属性設問
 - ・性別/年齢/性年代/居住地/世帯構成/職業
 - ・メタバースの理解・関心/関心の方向性/要素別関心

▼調査結果詳細1 メタバースの4領域別実態把握

- 4領域別利用実態

【メタバース要素を持つゲーム】

- 認知・離反・利用ファネル・認知未利用者の利用意向
- 現在プレイしているメタバース関連ゲーム
- ゲーム中でのアバター利用・他プレイヤーとの交流
- アバターへの支出状況（直近半年）

【仮想空間内での暗号通貨・NFT利用】

- 暗号通貨の認知・離反・利用ファネル・認知未利用者の利用意向
- 現在保有している暗号通貨
- 暗号通貨取引所の認知・離反・利用ファネル・認知未利用者の利用意向
- 現在利用している暗号通貨取引所・プラットフォーム
- 現在暗号通貨を保有していない理由
- NFTの理解内容
- 仮想空間上での暗号通貨・NFT利用状況

【アバターコミュニティでの交流】

- 認知・離反・利用ファネル・認知未利用者の利用意向
- 現在利用しているアバターコミュニティ
- アバターコミュニティ利用者の楽しみ方
- アバター購入・支出状況（直近半年）

【VR機器を使った先鋭的体験】

- 所有しているVR機器
- VR機器で実際にプレイしているコンテンツ（自由回答抜粋）
- VR機器非所有者の購入意向
- VR機器現在非所有・購入意向者の購入契機
- 購入意向がない理由

▼調査結果詳細2 メタバース全体のイメージ・障壁理解・展望

- インターネットで人とつながることへの反応
- インターネットで人とつながることへのイメージ
- メタバースとの距離の近さ
- メタバース上で楽しみたいコンテンツ（自由回答抜粋）
- メタバースのイメージ
- メタバースを始めるための条件
- メタバースで実現する・実現してほしいと思うこと（自由回答抜粋）

◆レポートのダウンロードはこちらから

<https://www.cross-m.co.jp/report/it/20220915metaverse/>

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ

調査地域 : 全国47都道府県

調査対象 : 15～49歳の男女
メタバースを認知し、なおかつ関心のある人

調査期間 : 2022年8月26日（金）～28日（日）

有効回答数 : 857サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>

所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F

設立 : 2003年4月1日

代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹

事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルテーション

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275

E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

«引用・転載時のクレジット表記のお願い»

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例>「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」