

2023年12月11日

電通、「メタバースに関する意識調査2023」を実施

ーメタバース認知は8割超、Z世代の約4割がメタバースプラットフォームを利用ー

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：榎谷 典洋）は、国内電通グループ横断でXR^{*1}テクノロジーに関するプロジェクトを推進する「XRX STUDIO」を調査主体として、全国15～59歳の2000人を対象に、「メタバースに関する意識調査2023」（以下「本調査」、調査期間：2023年9月25日～9月27日）を実施しました。

本調査は、日本におけるメタバースに関する「認知・理解」や「興味・関心」の現状把握および、今後の浸透策や活用方法の検討を目的に、2021年より毎年実施しています。今回、新たにメタバースと親和性の高い「VTuber応援者」のメタバースプラットフォーム^{*2}利用動向を調査しました。本調査で得られた主なファインディングスは次のとおりです。（詳細は次ページ以降を参照）

【主なファインディングス】

- ①「メタバース」という言葉の認知率は、2021年（18.6%）から4倍以上に増加し8割超（82.1%）。
- ②メタバースプラットフォームの利用経験率は18.0%、Z世代^{*3}は約4割（39.9%）。メタバースプラットフォーム現利用者の1日あたりの平均利用時間は68.8分。
- ③メタバースプラットフォームを一人で楽しむ人は39.6%。Z世代は「リアルでつながっている友達」（42.8%）と一緒に楽しむ人が、「オンラインでつながっている友達」（21.7%）の約2倍。
- ④「好き／応援しているVTuberがいる」Z世代は32.9%。メタバースプラットフォームの利用経験は「好き／応援しているVTuberはいない」Z世代（28.0%）の2倍以上。

注）本調査における構成比（%）は小数点第2位以下を四捨五入しているため、合計しても100%にならない場合があります。

※1：VR（仮想現実）・AR（拡張現実）・MR（複合現実）など現実世界と仮想世界を融合して、新しい体験を創り出す技術の総称。

※2：本調査では、海外・国内で主要なゲーム型・交流型など15個のメタバースプラットフォームを対象に聴取。

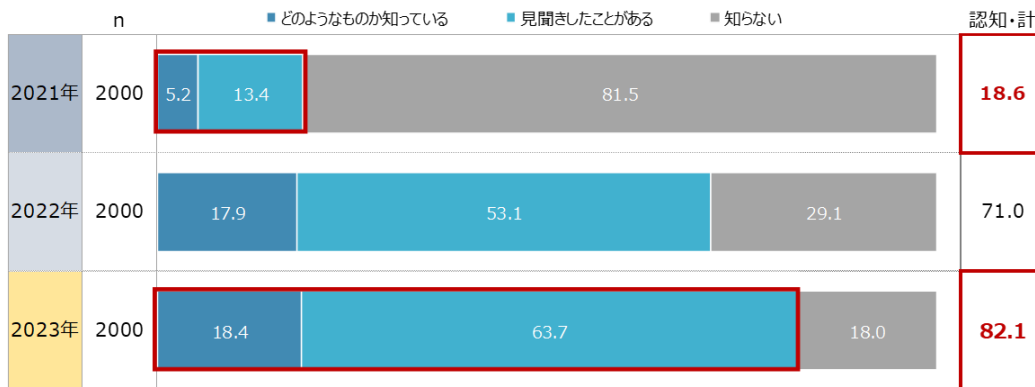
※3：本調査（2023年発表時点）では、15～27歳を「Z世代」、28～39歳を「ミレニアル世代」と定義し、「40～50代」を加えた3世代を分析。

【各ファインディングスの詳細】

- ① 「メタバース」という言葉の認知率は、2021年（18.6%）から4倍以上に増加し8割超（82.1%）。
- 「メタバース」という言葉の認知率（「どのようなものか知っている」「見聞きしたことがある」の合計）は、調査開始の2021年（18.6%）から4倍以上増加し8割超（82.1%）。世代別では、「40～50代」（83.7%）が最も高く、「Z世代」（81.7%）、「ミレニアル世代」（79.1%）と続く。「Z世代」の職業・所属別では、「中学生・高校生・高専生」（88.9%）が最も高い。【図表1】【図表2】

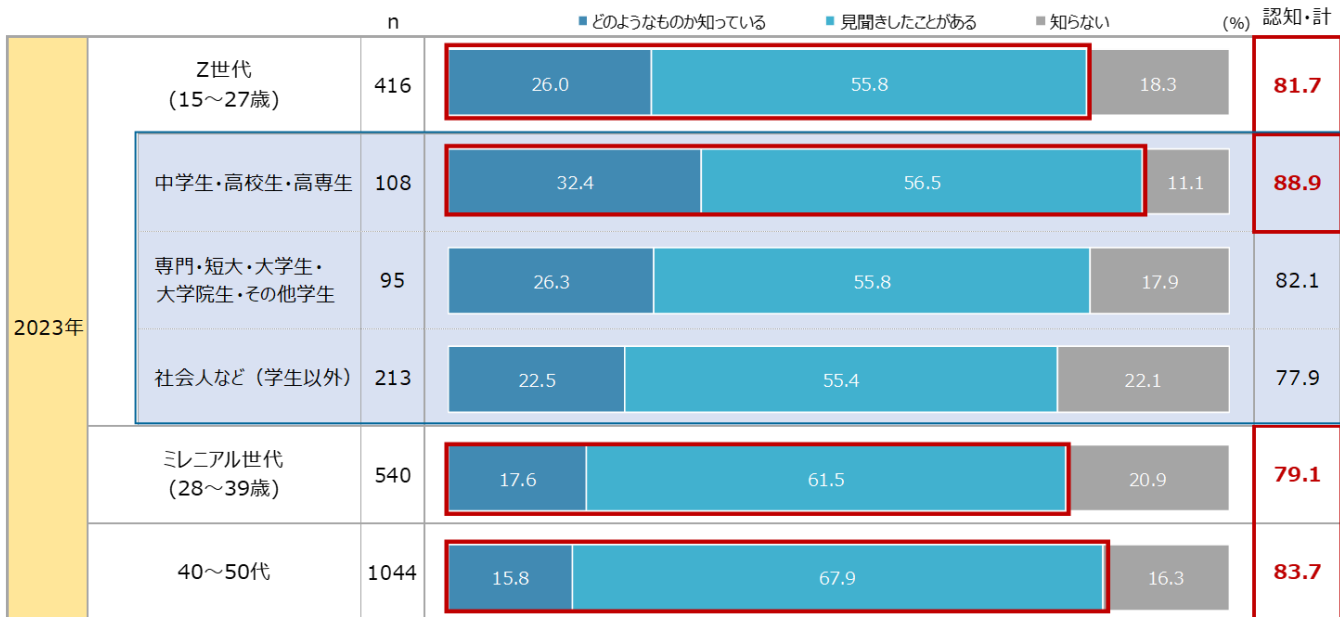
【図表1】

Q.あなたは、「メタバース」をご存じですか。



【図表2】

Q.あなたは、「メタバース」をご存じですか。



②メタバースプラットフォームの利用経験率は18.0%、Z世代は約4割（39.9%）。メタバースプラットフォーム現利用者の1日あたりの平均利用時間は68.8分。

- メタバースプラットフォームの利用経験率（いずれかのメタバースプラットフォームを「現在、利用／プレイすることがある」「これまでに、利用／プレイしたことはあるが、現在はしない」の合計）は18.0%。世代別では、「Z世代」（39.9%）が最も高く、「ミレニアル世代」（18.3%）、「40～50代」（9.0%）と続く。

【図表3】

- 「メタバースプラットフォームを現在、利用／プレイする人」の1日あたりの平均利用時間は68.8分。世代別では、「Z世代」（72.5分）が最も長く、「ミレニアル世代」（66.9分）、「40～50代」（62.7分）と続く。

【図表4】

【図表3】

Q.あなたは、「以下のゲーム型、交流型などのメタバースプラットフォーム」*を利用／プレイすることがありますか。（各項目単一回答）

- いずれかのメタバースプラットフォームを現在、利用／プレイすることがある
- いずれかのメタバースプラットフォームをこれまでに、利用／プレイしたことはあるが、現在はしない
- いずれかのメタバースプラットフォームについて内容まで知っているが、利用／プレイしたことはない
- いずれかのメタバースプラットフォームについて名前を見聞きしたことがある程度（利用／プレイしたことはない）
- いずれのメタバースプラットフォームも知らない

	n	(%)					利用経験あり・計
全体	2000	8.0	10.0	13.6	34.7	33.8	18.0
Z世代 (15～27歳)	416	19.2	20.7	14.9	28.4	16.8	39.9
ミレニアル世代 (28～39歳)	540	8.7	9.6	16.7	37.4	27.6	18.3
40～50代	1044	3.2	5.8	11.5	35.7	43.8	9.0

*本調査では、海外・国内で主要なゲーム型・交流型など15個のメタバースプラットフォームを対象に聴取。

【図表4】

Q. 「以下のあなたが現在利用／プレイすることのあるゲーム型・交流型などのメタバースプラットフォーム」※について、1日あたりの平均利用／プレイ時間をお知らせください。パソコンやスマホ／タブレット、家庭用ゲーム機など、利用／プレイする機器・デバイスは問わずにお知らせください。（各項目単一回答）

	n	1日あたりの メタバースプラットフォーム 平均利用時間（分）
メタバースプラットフォーム 現利用者	160	68.8
Z世代 (15～27歳)	80	72.5
ミレニアル世代 (28～39歳)	47	66.9
40～50代	33	62.7

※本調査では、海外・国内で主要なゲーム型・交流型など15個のメタバースプラットフォームを対象に聴取。

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
選択肢	5分未満	5分～ 10分未満	10分～ 30分未満	30分～ 1時間未満	1時間～ 2時間未満	2時間～ 3時間未満	3時間～ 4時間未満	4時間～ 5時間未満	5時間～ 6時間未満	6時間以上
ウェイト	2.5	7.5	20	45	90	150	210	270	330	360

※各プラットフォームを上記1～10の選択肢で聴取し、加重平均時間を算出。

③メタバースプラットフォームを一人で楽しむ人は39.6%。Z世代は「リアルでつながっている友達」(42.8%)と一緒に楽しむ人が、「オンラインでつながっている友達」(21.7%)の約2倍。

- メタバースプラットフォーム利用経験者(図表3: いずれかのメタバースプラットフォームを「現在、利用/プレイすることがある」「これまでに、利用/プレイしたことはあるが、現在はしない」の合計)では、「一人で楽しむ」(39.6%)人が最も多い。続いて、一緒に楽しむ相手は、「リアルでつながっている友達」(37.9%)、「家族」(29.0%)、「オンラインでつながっている友達」(28.4%)の順で多い。「Z世代」「40~50代」は「一人で楽しむ」(Z世代: 43.4%、40~50代: 42.6%)人が最も多いが、「ミレニアル世代」は「リアルでつながっている友達」(40.4%)と一緒に楽しむ人が最も多い。
- 「Z世代」と一緒にメタバースプラットフォームを楽しむ相手は、「リアルでつながっている友達」(42.8%)が「オンラインでつながっている友達」(21.7%)の約2倍。一方で「40~50代」は「リアルでつながっている友達」(26.6%)が「オンラインでつながっている友達」(33.0%)より6.4ポイント少ない。【図表5】

【図表5】

Q.あなたは、「以下のゲーム型、交流型などのメタバースプラットフォーム」※1をどなたと楽しんでいますか。楽しむことのある方をすべてお知らせください。(複数回答)



※1 本調査では、海外・国内で主要なゲーム型・交流型など15個のメタバースプラットフォームを対象に聴取。
 ※2 子育て経験者、離婚経験者、LGBTQ+当事者、コンテンツクリエイターなど。
 ※3 恋人、結婚相手を探している人など。

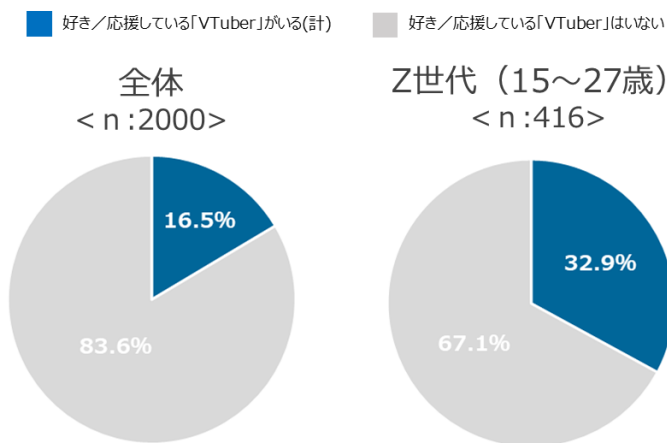
④「好き／応援しているVTuberがいる」Z世代は32.9%。メタバースプラットフォームの利用経験は「好き／応援しているVTuberはいない」Z世代（28.0%）の2倍以上。

- 「好き／応援しているVTuberがいる」Z世代の割合（32.9%）は、全体平均（16.5%）の約2倍。【図表6】
- 「好き／応援しているVTuberがいる」Z世代のメタバースプラットフォーム利用経験率（64.2%）は、「好き／応援しているVTuberはいない」Z世代（28.0%）の2倍以上。【図表7】

【図表6】

Q. あなたが、好き／応援している「VTuber」のために行っていることをすべてお知らせください。*（複数回答）

好き／応援している「VTuber」の有無



※回答選択肢は、①動画視聴、②チャンネル登録をしている、③SNSなどでいいねや投稿をする、④グッズや関連商品・コラボ商品の購入、⑤投げ銭・応援／スーパーチャット、⑥記事やコメント欄などで発信をする、⑦ファンアートの作成、⑧「VTuber」が参加するイベントへの参加、⑨ファンクラブに加入・参加している、⑩推しの動画・投稿の翻訳、⑪切り抜き動画の作成、⑫ファンブログ投稿、⑬その他の応援／推し活、⑭好き／応援している「VTuber」はいない。①～⑬を『好き／応援している「VTuber」がいる（計）』と定義。

【図表7】

Q.あなたは、「以下のゲーム型、交流型などのメタバースプラットフォーム」*を利用／プレイすることがありますか。（各項目単一回答）

- いずれかのメタバースプラットフォームを現在、利用／プレイすることがある
- いずれかのメタバースプラットフォームをこれまでに、利用／プレイしたことはあるが、現在はしない
- いずれかのメタバースプラットフォームについて内容まで知っているが、利用／プレイしたことはない
- いずれかのメタバースプラットフォームについて名前を見聞きしたことがある程度（利用／プレイしたことはない）
- いずれのメタバースプラットフォームも知らない

	n	利用経験あり・計 (%)					
Z世代 (15~27歳)	416	19.2	20.7	14.9	28.4	16.8	39.9
好き／応援しているVTuberがいる(計)	137	38.0	26.3	19.7	12.4	3.6	64.2
好き／応援しているVTuberはいない	279	10.0	17.9	12.5	36.2	23.3	28.0

*本調査では、海外・国内で主要なゲーム型・交流型など15個のメタバースプラットフォームを対象に聴取。

【調査概要】

- ・ 目的：日本におけるメタバースに関する「認知・理解」や「興味・関心」の現状把握および、今後の浸透策や活用方法の検討。
- ・ 対象エリア：日本全国
- ・ 対象者条件：15～59歳（性別回答選択肢「男性」「女性」「その他・わからない」「回答しない」）
- ・ サンプル数：2000 ※性年代、地域構成比を人口構成比（R2国勢調査）にあわせて回収
- ・ 調査手法：インターネット調査
- ・ 調査期間：2023年9月25日～9月27日
- ・ 調査機関：株式会社電通マクロミルインサイト

（参考）過去調査

- ・ 「メタバースに関する意識調査2022」（2022年12月22日発表、調査期間：2022年8月30日～9月2日）

<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2022/1222-010573.html>

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通コーポレートワン 広報オフィス 電通広報部
松島、李、前橋
Email : koho@dentsu.co.jp

【調査に関する問い合わせ先】

株式会社電通 XRX STUDIO
三邊、金林、名切、堤
Email : xrxstudio@dentsu.co.jp