

2023年12月11日

電通グループ、「メタバースに関する意識調査 2023」を実施

－ 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 －

株式会社電通グループの社内組織「電通イノベーションイニシアティブ」と国内電通グループ5社^{※1}が共同で組成した、XR^{※2}テクノロジーに関するプロジェクトを推進する共創型組織「XRX STUDIO」は、全国の15～59歳の計2,000名を対象に、「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、2021年から毎年実施しており、日本におけるメタバースに関する「認知・理解」や「興味・関心」の現状を把握し、今後の浸透策や活用方法について検討することを目的としています。今回、新たにメタバースと親和性の高い「VTuber 応援者」とメタバースプラットフォーム^{※3}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。

【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世代は約4割（39.9%）。また、メタバースプラットフォーム現利用者の1日の平均利用時間は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世代の2倍以上。

ファインディングスの詳細については、XRX STUDIOに参加する株式会社電通の下記リリースをご参照ください。

電通、「メタバースに関する意識調査 2023」を実施

掲載 URL：<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2023/1211-010670.html>

※1：株式会社電通、株式会社電通デジタル、株式会社電通ライブ、株式会社電通プロモーションプラス、株式会社電通国際情報サービス(同社は、2024年1月1日より「株式会社電通総研」へ商号変更予定)。

※2：VRやARをはじめとするテクノロジー。

※3：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。

以上

dentsu

【本調査に関する問い合わせ先】

株式会社電通グループ

電通イノベーションイニシアティブ

URL : <https://innovation.dentsu.com/>

Email : innovation-initiative@dentsu.co.jp

【報道関係者 問い合わせ先】

株式会社電通グループ

グループコーポレートコミュニケーションオフィス 小嶋、島津、松永、沢田

Email : group-cc@dentsu-group.com