

報道関係各位

 2022年9月8日
 株式会社クロス・マーケティング

メタバースの認知は61%、詳細認知はわずか5% 4人に1人は関心あり、連想されるワードは「仮想」

-メタバースに関する調査（2022年）浸透状況編-

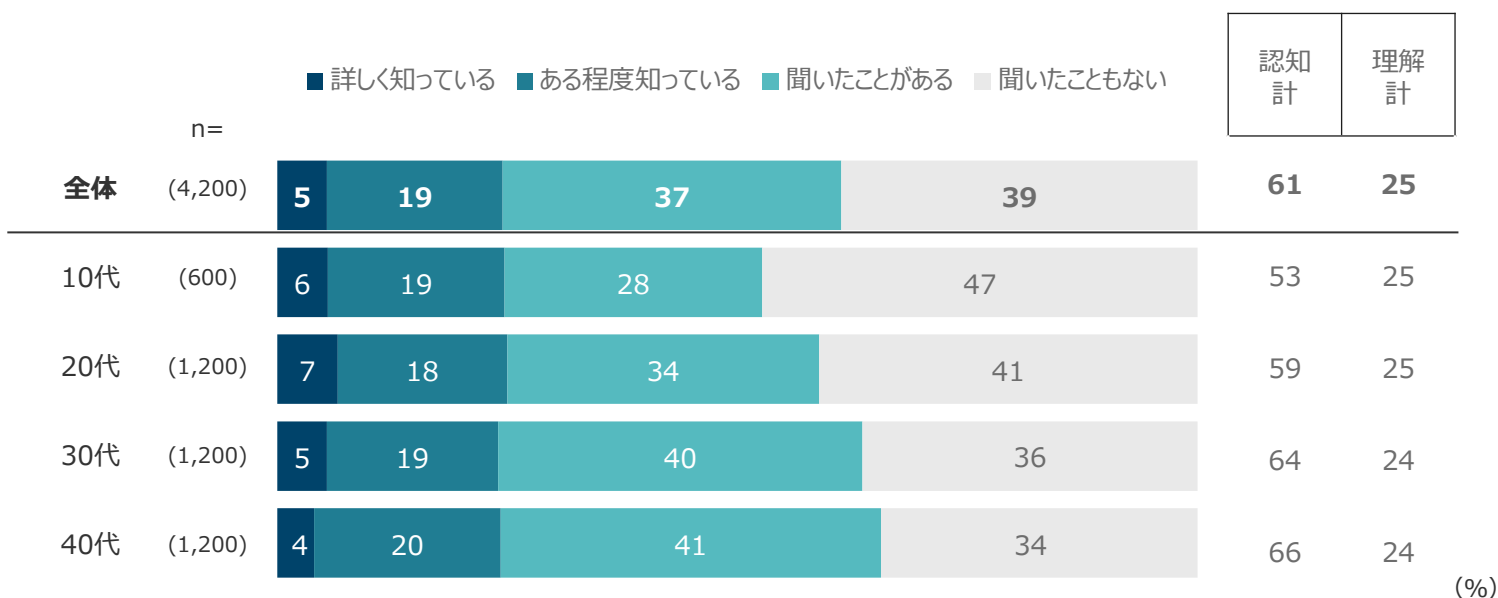
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2022年8月、全国15～49歳の男女4,200人を対象に「メタバースに関する調査（2022年）」を行いました。「Meta」と「Universe」を組み合わせた造語の「Metaverse（メタバース）」を耳にする機会も増えてきています。今回は、浸透状況編として、メタバースの認知状況、思い浮かぶワード、関心度、関連サービス・体験への関心度、暗号通貨/NFTの認知状況などを聴取し分析いたしました。

■ 調査結果（一部抜粋）

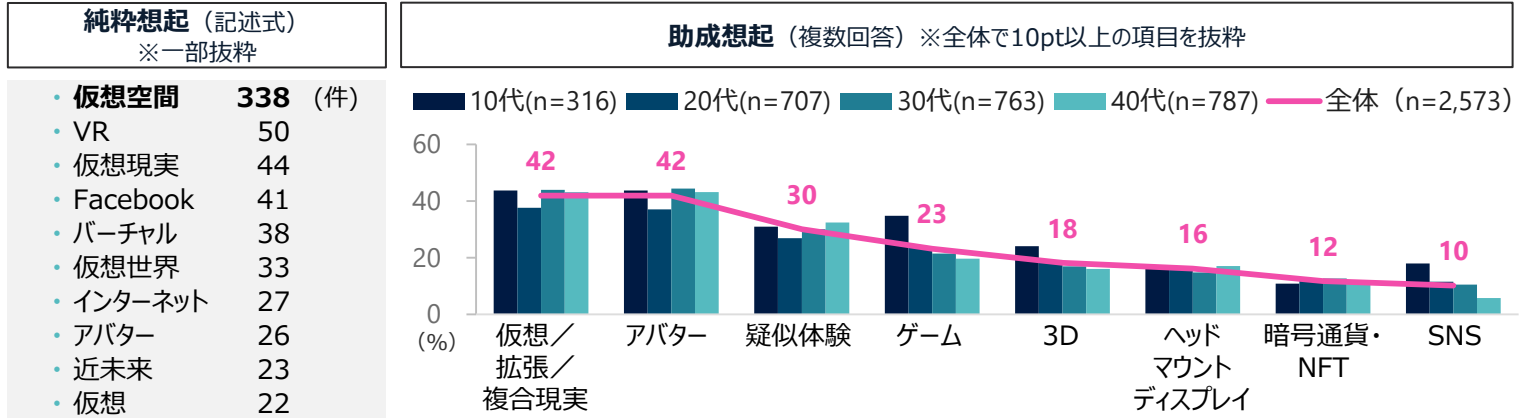
- ✓ **【メタバースの認知】** “メタバース”という言葉に「詳しく知っている」は5%、「ある程度知っている」は19%、「聞いたことがある」は37%と合わせて61%の認知率。理解度（詳しく+ある程度知っている）は年代による差はないが、「聞いたことがある」は年代が上がるほど高くなる。＜図1＞メタバースから思い浮かぶワードは、純粹想起では「仮想空間」が特に多く、次いで「VR」「仮想現実」など“仮想”という言葉が目立った。助成想起は「仮想／拡張／複合現実」と「アバター」が42%、「疑似体験」が30%。15～19歳は「ゲーム」の想起が38%と高い。＜図2＞
- ✓ **【全般的な関心度】** メタバースの説明文を提示し関心度を聴取した。「とても関心がある」は5%、「やや関心がある」は19%、合わせて24%はメタバースへの関心を示した。若い世代ほど関心度は高いものの、最も高い15～19歳で31%程度であった。＜図3＞
- ✓ **【サービス・体験への関心度】** メタバースに関心のある人に対し、4つのサービスや体験の関心度を確認した。最も高かったのは、「VR機器を使って、仮想空間で現実ではできない先鋭的な体験をする」で77%、次いで「仮想空間内で暗号通貨・NFTを使って、お買い物をしたり、働いたりする」と「オンライン上の3D仮想空間で人と交流しながらゲームで遊ぶ」が68%、「仮想空間内のアバターコミュニティに参加して人と交流する」は66%であった。30代は、VR機器を使った仮想空間での体験、仮想空間内での暗号通貨・NFT利用、メタバース要素をもつゲームの関心度が他世代より高かった。＜図4＞
- ✓ **【暗号通貨/NFT認知状況】** 「暗号通貨」の認知率は61%、「NFT（非代替性トークン）」は39%。理解度は、20代～30代において、「暗号通貨」「NFT」ともに高い。＜図5＞

◆ 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/20220908metaverse/>

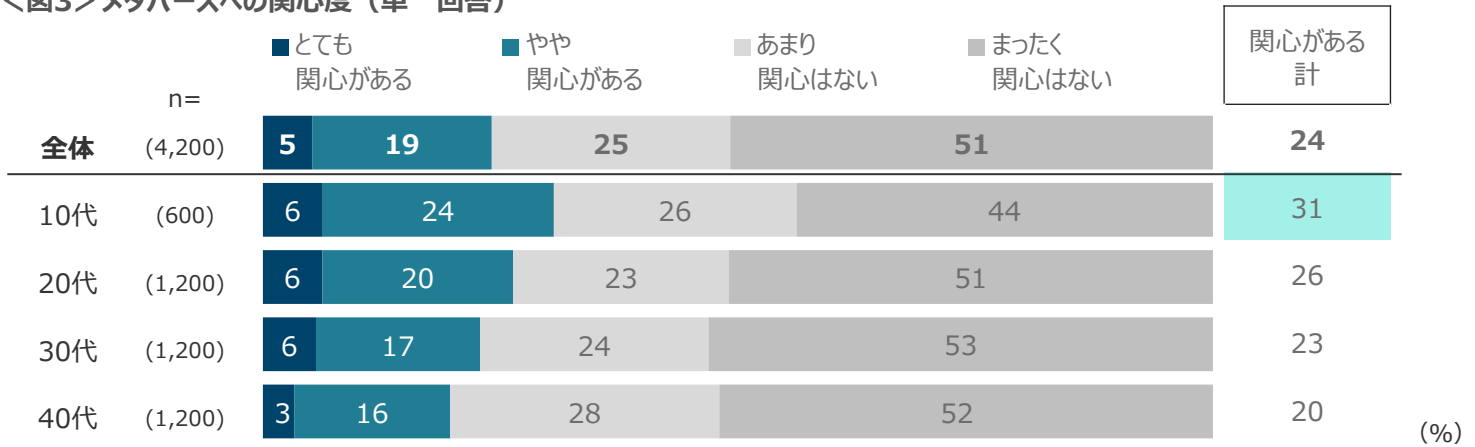
＜図1＞メタバース認知状況（単一回答）



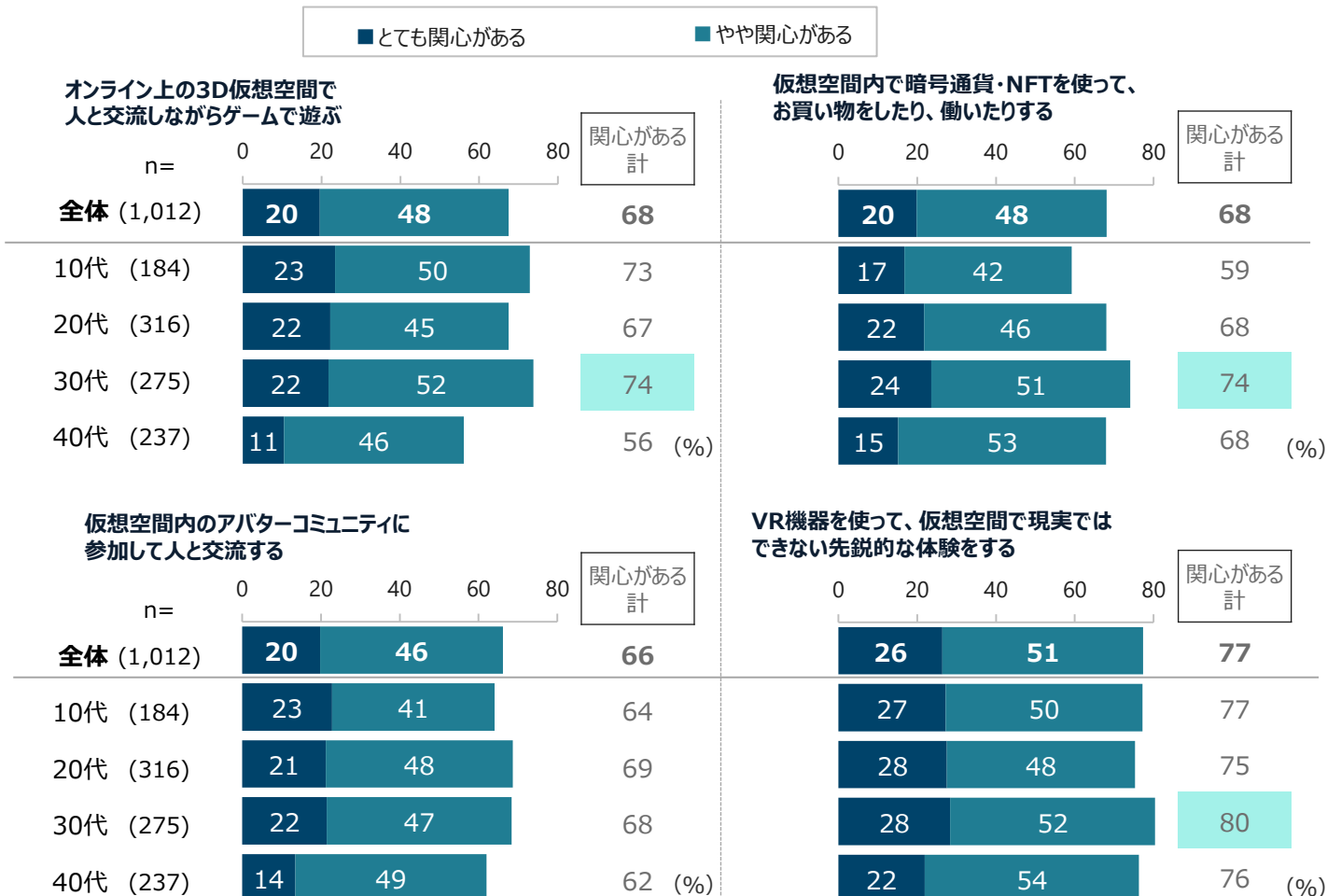
<図2> メタバースから思い浮かぶワード ※ベース：メタバース認知者



<図3> メタバースへの関心度 (単一回答)



<図4> メタバースに関連するサービス・体験への関心度 (単一回答) ※ベース：メタバースへの関心がある者



<図5> 暗号通貨/NFT（非代替性トークン）認知状況（各単一回答）

■ 詳しく知っている ■ ある程度知っている ■ 聞いたことがある ■ 聞いたこともない

n=	暗号通貨				認知計		NFT（非代替性トークン）				認知計	
	6	14	42	39	61	20	4	9	26	62	39	13
全体 (4,200)	6	14	42	39	61	20	4	9	26	62	39	13
10代 (600)	4	10	38	49	52	14	3	8	21	68	32	11
20代 (1,200)	7	13	37	43	57	20	5	10	24	62	38	15
30代 (1,200)	7	16	42	35	65	23	5	9	29	58	42	14
40代 (1,200)	5	14	48	33	67	19	3	9	26	62	38	12

■ 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）

▼ 調査結果詳細

- メタバースの認知
- 「メタバース」からの連想ワード（純粹想起/助成想起）
- 所有デバイス
- デバイス別利用頻度
- メタバース要素のあるゲームプレイ経験
- 暗号通貨/NFTの認知・理解
- 暗号通貨・NFTについて既に行っていること
- 暗号通貨・NFTについてこれからやってみたいと思うこと
- メタバースへの関心度
- メタバースに関連するサービス・体験への関心度
（メタバース要素を持つゲーム/仮想空間内での暗号通貨・NFT利用/
オンラインアバターコミュニティでの交流/VR機器を使った仮想空間での体験）
- 可処分時間（仕事がある日/休みの日）
- 可処分所得
- 可処分時間の使い方
- 各コミュニケーションツールの使用頻度

◆ 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/20220908metaverse/>

■ 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
 調査期間 : 2022年8月26日（金）～28日（日）
 有効回答数 : 4,200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・・・」

