

2023年3月

メタバースの認知・利用状況に関するアンケート結果（抜粋）

株式会社三菱総合研究所
先進技術センター

当社は2022年12月にメタバースの認知・利用状況に関する10,000名へのアンケート調査を実施いたしました。この調査結果並びに当社の「生活者市場予測システム（mif）」等の情報、更に他社により公開された過去のアンケート結果などを利用して、2022年12月時点での国内の認知状況・利用状況について各種分析を行いました。結果の概要を公開いたします。

【実施概要】

- 対象：三菱総合研究所「生活者市場予測システム（mif）」アンケートパネル参加登録者
- 実施方法：インターネット調査
- 回答者年齢：16歳から89歳
- 回答者数：10,000名（男性5,000名、女性5,000名）
- 実施期間：2022年12月22日～12月23日（インターネット調査）

【主要結果】

国内におけるメタバースの認知・利用に関わる状況は以下の通りです（2022年12月時点）。

- メタバースを何らかの意味で知っている回答者（認知者）は全体の8割強。
- 他者に説明できるほどよく知っているとの回答者（理解者）は全体の12%弱（2022年6月時点では5%未満）。
- メタバースを実際に利用したことのある回答者（利用者）は全体の5.5%弱（546名）。
- 利用者のうち、月1回以上利用している回答者の全利用者に対する比率は約1/3。
- 他者に説明できるほどメタバースを知っている回答者、利用者ともに女性の割合は男性の1/3程度。
- メタバースへの主要アクセス手段はスマホ・タブレット（6割）、PC等平面ディスプレイ（2割）。「視聴型」のアクセスが中心。VR-デバイスのような「没入型」でのアクセスは、簡易型を含めても2割に留まる。

【調査結果のご紹介】

(1) アンケート調査結果の概要

表1に本調査の主要成果（概要）を示します。なお、メタバースに対する認知状況に関してはMRI「生活者市場予測システム（mif）」（2022年6月実施）内でアンケートを実施していますので、この結果についても併せて示します（グレーのハッチ部分）。この表から、以下が見てとれます。

表1 調査結果の概要

| 項目 | | 男性(%) | 女性(%) | 回答者平均 (%) | 回答者数 (男女計) | |
|-------------------------|-------------|--------------|-------|-----------|------------|-------|
| 認知状況 (2022年6月) | 知っている | 他者に説明できるレベル | 6.3 | 2.5 | 4.5 | 1594 |
| | | 他者に説明できないレベル | 62.8 | 53.4 | 58.2 | 20860 |
| | 知らない | 30.9 | 44.1 | 37.3 | 13373 | |
| 認知状況 (2022年12月) | 知っている | 他者に説明できるレベル | 16.5 | 6.7 | 11.6 | 1162 |
| | | 他者に説明できないレベル | 70.8 | 72.6 | 71.7 | 7170 |
| | 知らない | 12.7 | 20.7 | 16.7 | 1668 | |
| 利用状況 (2022年12月) | 利用経験あり | 1回/月以上 | 2.3 | 1.1 | 1.7 | 172 |
| | | 1回/月未満 | 2.8 | 0.9 | 1.9 | 185 |
| | | 過去に利用経験 | 2.7 | 1.1 | 1.9 | 189 |
| | 利用経験なし | 92.2 | 96.9 | 94.5 | 9454 | |
| 主要なアクセス手段 (2022年12月) | スマホ・タブレット | | 59.2 | 61.7 | 59.9 | 327 |
| | PC・ゲーム機（2D） | | 17.4 | 19.5 | 18 | 98 |
| | VR-HMD | 簡易VR | 7.1 | 10.4 | 8.1 | 44 |
| | | ゲーム機接続HMD | 6.6 | 2 | 5.3 | 29 |
| | | スタンドアロンHMD | 3.1 | 2.6 | 2.9 | 16 |
| | | PC接続本格HMD | 4.9 | 0.7 | 3.7 | 20 |
| 施設利用 | | 1.8 | 3.3 | 2.2 | 12 | |

出所：三菱総合研究所

【メタバースの認知状況】

認知状況については2022年6月と2022年12月で比較ができます。この両者を比較すると、他者に説明できるレベルで知っている回答者割合（回答者平均で4.5%から11.6%）も

他者に説明できないレベルで知っている回答者の割合（回答者平均で 58.2%から 71.7%）も、ともに増加していることが分かります。

特に、前者については、この半年間で 2.5 倍以上にまで増加しています。

また、他者に説明できないレベルで知っている回答者の割合は男女で大差ないのに対し、人に説明できるレベルで知っている回答者の割合は女性(6.7%)が男性(16.5%)の 4 割程度です。

【メタバースの利用状況】

2022 年 12 月時点で、何らかの形でメタバースを利用したことがある回答者の割合は全体の 5.5%でした（546 名）。

このうち月に 1 回以上アクセスしている人の割合は 1/3 程度となります。なお、メタバースの利用経験者割合も、男性が女性の約 2.5 倍大きくなっています。

【メタバースへの主要アクセス手段】

メタバースを利用したことがあると回答した方（546 名）に対し、メタバースへの主要アクセス手段について尋ねたところ、スマホ・タブレットが 6 割、PC やゲーム機等の 2D ディスプレイが 2 割、残りの 2 割が VR HMD 等であるとの結果になりました。主要アクセス手段に関しては、男女差は見られません。

（2）詳細分析（抜粋）

【認知状況・利用状況の推移（他社結果等との比較）】

幾つかの機関でメタバースの認知・利用に関するアンケート調査結果が公開されています。今回、これら公開された情報と併せて、メタバースの認知状況、利用状況の経時変化を概観しました。

公開情報として、以下を活用しました。

表 2 活用した公開情報

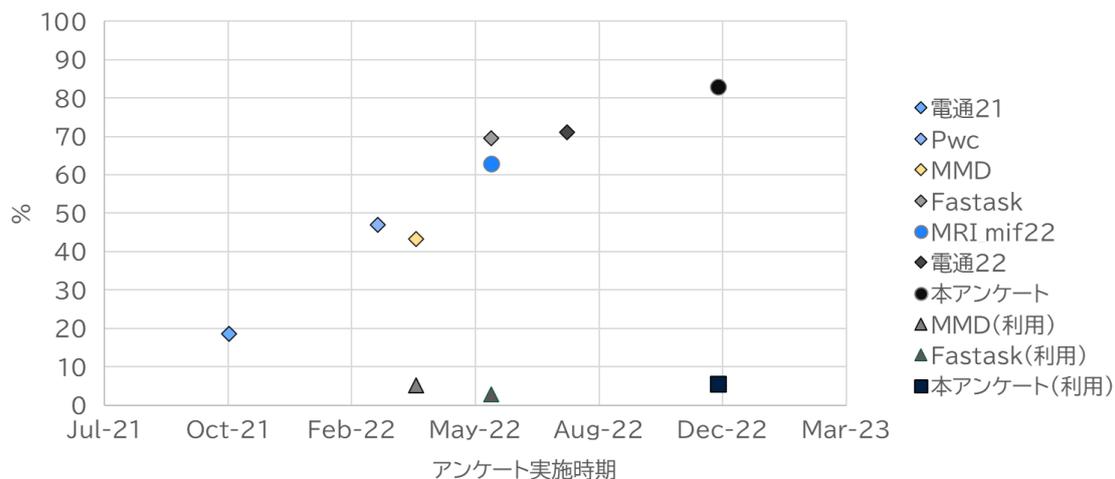
| 機関名 | アンケート実施時期 | N 数（認知・利用部分） | 年齢範囲 |
|--------------------------------|-----------------------------------------------------|--------------|-----------|
| 電通 ⁱⁱ | 2021 年 11 月 2 日~11 月 4 日 2022 年 8 月 30 日~9 月 2 日 | 2,000 名 | 15-59 歳 |
| PwC コンサルティング ⁱⁱⁱ | 2022 年 3 月 10 日~3 月 18 日 | 1,085 社（名） | （企業パネル） |
| MMD 研究所 ^{iv} | 2022 年 4 月 14 日~4 月 26 日 | 7,255 名 | 18 歳~69 歳 |
| ジャストシステム（Fastask） ^v | 2022 年 6 月 24 日~6 月 30 日 | 12,000 サンプル | 20 歳~69 歳 |

図 1 に、横軸にアンケート実施時期を、縦軸に結果（認知率・利用率）をプロットした結果を示します。

認知率：認知率は、全体から、メタバースについて知らないと回答した人の数の割合を引いた値として計算しています（何らかの意味でメタバースを知っているか、知らないかの2択として処理）。

図から明らかなように、時間の経過とともにメタバースの認知率は増加し、2022年12月時点では回答者の8割を超えています。各社のアンケートは、それぞれ回答者の属性やN数が異なっていますが、全体を通じ、アンケート実施時期と認知率との関係はかなり高い相関にあります。

利用率：実際にメタバースを利用したか否かを示す利用率は3社のアンケートで公開されています（MMD研究所：5.1%、Fastask：2.9%以上（推定）、本アンケート：5.5%）。図より明らかなように、少なくとも2022年4月、6月、12月で利用率は事実上変化していません。



出所：各社の公表資料に基づき三菱総合研究所作成

図 1 メタバースの認知率・利用率の推移

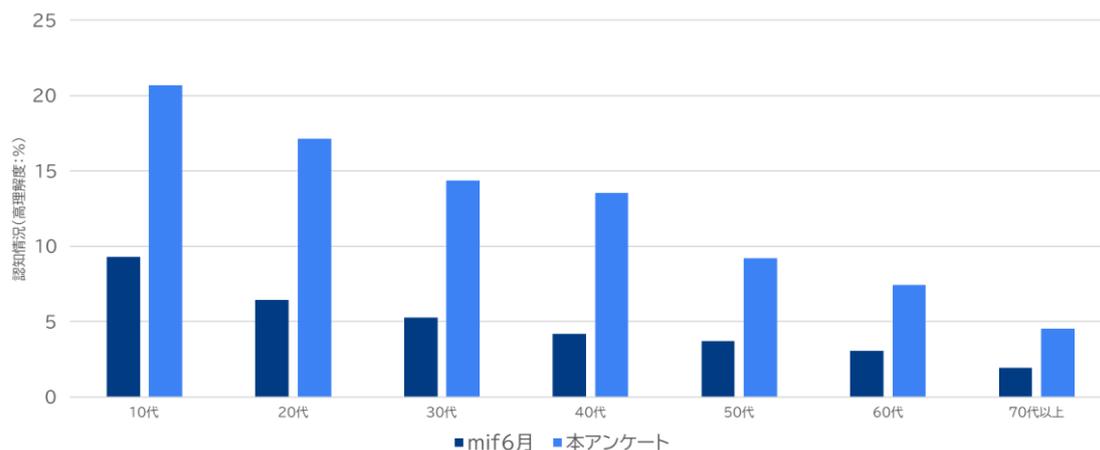
【メタバース理解率の年齢階級別比率】

MRI「生活者市場予測システム (mif)」と本アンケートの結果を使い、認知率および理解率の年齢階級別の変化を調べました。

メタバースを単に知っているか知らないかという認知で見た場合、2022年6月と12月で認知率の向上が見られましたが、回答者年齢階級ごとの差異は明確ではありませんでした。一方、「人に説明できるほどメタバースを知っている」レベルの認知（以後、このレベルの認知を「理解」とします）には回答者年齢階級による影響が見られます。

図2は回答者の年齢階級ごとの理解率を示したものです。

2022年6月（mif6月）時点と2022年12月時点ともに、若年層ほど理解率が高いという結果が得られました。また、この半年でいずれの年齢階級でも、2倍以上の理解率増加という、顕著な伸びになっています。

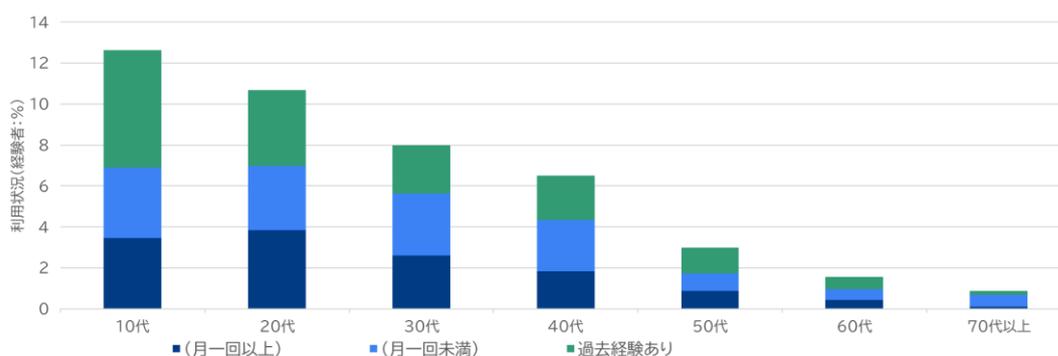


出所：三菱総合研究所

図2 2022年6月と12月におけるメタバース理解率の年齢階級別推移

【メタバースの利用率の年齢階級別比率】

メタバースの利用率について、年齢階級ごとにプロットしました。図3に結果を示します。利用率についても年齢の影響が顕著に表れており、若年層ほど利用率が高い傾向が見てとれます。なお、全年齢階級において、利用者のうち、月1回以上利用している人の割合は全年齢階級で全体の1/3程度、月1回未満の利用者が1/3、残りは過去利用していたが現在では使っていない人となります。



出所：三菱総合研究所

図3 2022年12月における年齢階級別のメタバース利用率

【メタバースへのアクセス手段（年齢階級別）】

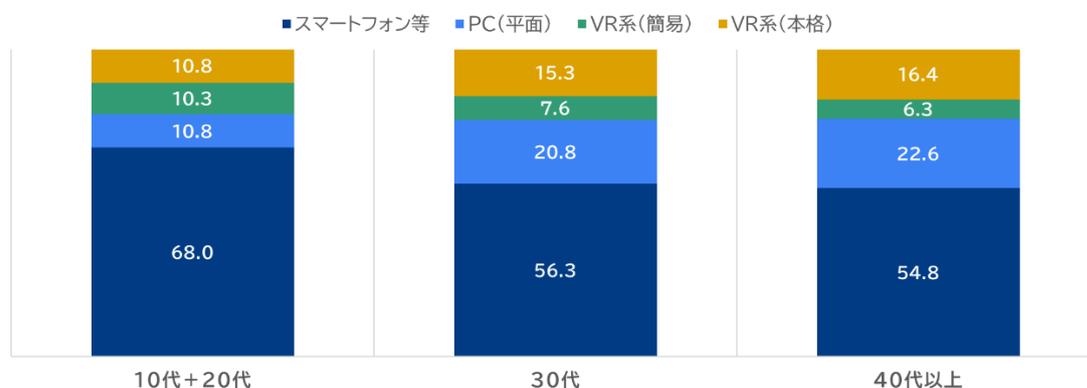
メタバースを利用したことがあると回した 546 名について、メタバースへのアクセス手段を尋ねました。利用した回答者数が少ないことから、年齢範囲を以下のように 3 つに分けて、その傾向を調べました。

表 3 メタバース利用者の年齢による 3 区分

| 区分 | 対象人数 | 備考 |
|---------|------|-------------|
| 10代+20代 | 194名 | 10代は16歳以上 |
| 30代 | 144名 | — |
| 40代以上 | 208名 | うち60代以上は37名 |

出所：三菱総合研究所

図4に、メタバースへの主要アクセス手段をこの3区分毎に類型化して示します。30代および40代以後では、アクセス手段に明確な差異は見られませんが、10代+20代では、スマートフォン・タブレットの比率が高く、PC・ゲーム機の比率が低いことが分かります。VR機器の利用比率も多少低めになっていますがPC・ゲーム機ほどの顕著な差は見られません。



出所：三菱総合研究所

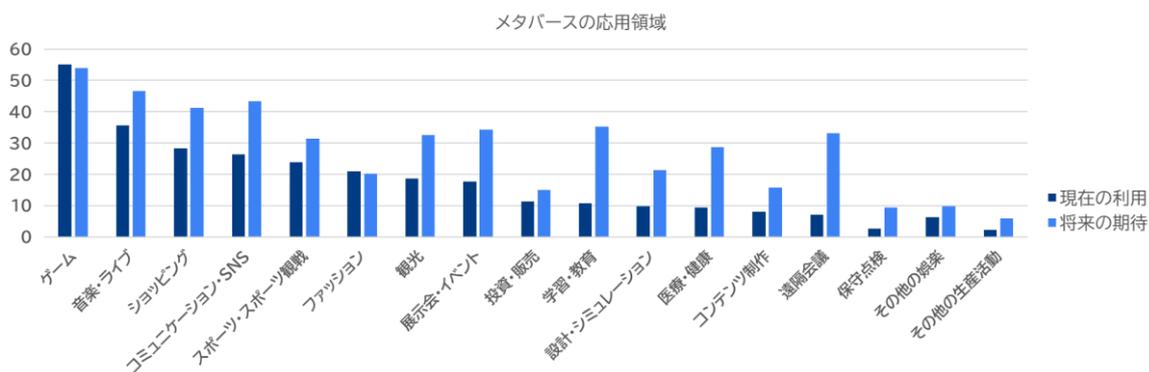
図 4 メタバースへの主要アクセス手段（年齢階級 3 区分）

【メタバースの応用領域】

メタバースの応用領域について、現在の利用状況（左棒）と 10 年程度後を想定した将来（右棒）への期待を複数回答で挙げてもらいました。図5に結果を示します。

現在、将来ともにゲームへの期待が高いことが分かります。また、全体的に余暇・娯楽に関する応用への期待は高いですが、将来への期待として、ビジネス応用を挙げた回答比率が相対的に高くなっていることが分かります。特に、教育・学習、医療・健康、遠隔会議への期

待の高さが目につきます。



出所：三菱総合研究所

図 5 メタバースの応用領域（現在の応用領域：左と将来の応用が期待される領域：右）

以上

三菱総合研究所「生活者市場予測システム（mif）」アンケートの概要

1) 生活者市場予測システム（mif）アンケートパネルについて

生活者市場予測システム（Market Intelligence & Forecast：mif）アンケートパネルは、三菱総合研究所とエム・アール・アイ リサーチアソシエイツが運用する国内最大級の生活者向けアンケートです。2011年より毎年6月に約2,000問の調査を実施しています。全国47都道府県20～69歳の男女について、性・年代別・地域別インターネット利用人口の構成比に合わせて割り付けており、ティーンズ調査（16歳～19歳）、並びに70歳以上のシニア調査データも保有しています。

2022年調査から、新規の技術キーワードの1つとして、「メタバース」を追加し、認知状況を調べています。今回はこのデータも併せて分析を行いました。

2) 10,000人アンケートについて

生活者市場予測システム（mif）回答者の中から10,000名に対し、今回アンケート調査を実施しました。回答者年齢は10代（16歳以上）～70代以上（89歳以下）となっており、男女比は50：50です。地域ブロック毎の比率は令和2年の国勢調査による人口分布と類似したものになっています。

3) アンケート設問の処理方法について（認知・利用）

2022年の生活者市場予測システム（mif）アンケートパネルでのメタバースの認知状況と、今回の10,000人アンケートの認知状況を比較するため、以下のように回答結果を加工処理して活用しています。

生活者市場予測システム(mif)データの加工処理方法

| 元の回答区分（4区分） | 認知 | 理解 |
|----------------------------|----------------------|-------------------|
| 1) 人に説明できるほど、よく理解している | 認知している (1+2+3の合計) | 理解している(1) |
| 2) 意味は知っているが、人に教えられるほどではない | | 理解していない(2+3+4の合計) |
| 3) 聞いたことはあるが、意味は知らない | | |
| 4) 知らない | 認知していない (4) | |

10,000名アンケート（本アンケート）データの加工・処理方法

| 元回答（7区分） | 認知 | 理解 | 利用 |
|------------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------------|
| 1）人に説明できるほどよく理解しており、頻繁に利用している（月一回以上） | 認知している （1 + 2 + 3 + 4 + 5 + 6の合 計） | 理解している （1 + 2 + 3 + 4の合計） | 月1回以上 利用（1） |
| 2）人に説明できるほどよく理解しており、利用している（月一回未満） | | | 月1回未満 利用（2） |
| 3）人に説明できるほどよく理解しており、利用した経験があるが現在は利用していない | | | 過去利用し たことがあ る（3） |
| 4）人に説明できるほどよく理解できているが、利用したことはない | | 理解していな い（5 + 6 + 7の合計） | 利用したこ とはない （4 + 5 + 6 + 7の合 計） |
| 5）意味は知っているが人に説明できるほどではない | | | |
| 6）聞いたことはあるが意味は分からない | | | |
| 7）聞いたことはない、知らない | 認知していない （7） | | |

以上

参考資料

- i 株式会社三菱総合研究所 生活者市場予測システム(mif)、<https://mif.mri.co.jp/>
(2023年3月13日閲覧)
- ii 電通 (2022年12月22日)、「電通、「メタバースに関する意識調査 2022」を実施」、<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2022/1222-010573.html> (2023年3月13日閲覧)
- iii Pwc コンサルティング、「メタバースは「ゲーム・エンタテインメントのための仮想空間」からビジネス活用のフェーズへ」、<https://www.pwc.com/jp/ja/knowledge/thoughtleadership/metaverse-business-survey.html>
(2023年3月13日閲覧)
- iv MMD 研究所 (2022年5月18日)、「メタバース（仮想空間）の利用経験は5.1%、認知は43.4% 利用経験者のうち、メタバース内で60.0%が買い物・課金をしたことがあると回答」、https://mmdlabo.jp/investigation/detail_2062.html (2023年3月13日閲覧)
- v Marketing Research Camp(Fastask)、「メタバース／NFTの両方を知る人の約3割が「メタバースの利用経験あり」」
https://www.justsystems.com/jp/marketing-research/report/fa_report-metaverse/ (2023年3月13日閲覧)