



メタバース生活者から学ぶ

デジタル社会のこれから

- 私を豊かにする、もうひとりの私 -

メタバース 
生活者うぽ。

メタバース 生活者ラボ[®]

**私たちメタバース生活者ラボは、
メタバース生活者と常時接続しながら
「当事者目線」で、デジタル社会の
これからを考える研究コミュニティです。**



私たちの考える「メタバース」

インターネット上に構築された**3D空間**

自ら選んだ、**アバターや名前**で活動できる場所

空間内で**コミュニケーション**を行える場所

メタバース生活者研究の意義

デジタルとアナログのどちらも「リアル」であり、両者のキワが溶け合っている現在。

デジタル世界の「もうひとりの私」を / 「もうひとりの私」と 生きる
メタバース生活者の研究は、未来の先行指標を得ることに他ならない。
それが、メタバース生活者ラボを設立した大きな目的の一つです。

しかし、メタバース生活者研究の意義はそれだけにとどまりません。

コミュニケーションに関するテクノロジーは、ますます充実し多様化しています。
一方で、社会には分断と不寛容が蔓延し、デジタル上での承認への希求は、その強さと早さから、
ときに私たちを「何者か」にならなければ世界に存在できないかのように錯覚させます。

メタバースは、そこに新たな可能性の光を灯します。

「現実世界で人にやさしくできるようになった」（アンケートより）

「この（メタバース上の自分の）可愛い姿から暴言が出るなんてとんでもない」（メタバース生活者の声）

「メタバースは技術の話に見えるけど、人の居場所・人のあり方という側面が一番重要」、

「社会の心のインフラ、多くの人が誰かと繋がっている感覚を持てる居場所になっていくと思う」（外部研究員の声）

こうしたメタバース生活者の声（本レポートで詳しくご紹介します）からは、

人が集まって存在すること、それにより創られる時間と空間（＝社会）の、そして、
「私」が「私」のままで、他者とともにいられる世界への示唆と可能性が感じられます。
よりよい未来の探索と共創の一步として、メタバース生活者研究を推進していきます。



博報堂 生活者発想技術研究所 所長 竹内慶

「メタバーズ生活者」と考えられる未来

メタバーズ生活者は、一部の限られた生活者ではなく、
デジタル上で活動する人の延長線上にいる存在です。

だからこそ、彼らを通して、
デジタル世界の未来を見通すことができると考えます。

本レポートでは、メタバーズ生活者ならではの目線で
メタバーズの本質的価値を見つめながら、
デジタル世界の変革の兆しや、
新たな生活者の価値を見つけていきます。

メタバース生活者の現在地



メタバース生活者は一部の限られた生活者ではなく、
これからのデジタル生活者の在り方を映し出す存在。

これから多くの生活者が
持ちうる一面

メタバース生活者

アバターを伴う人格

デジタル生活者

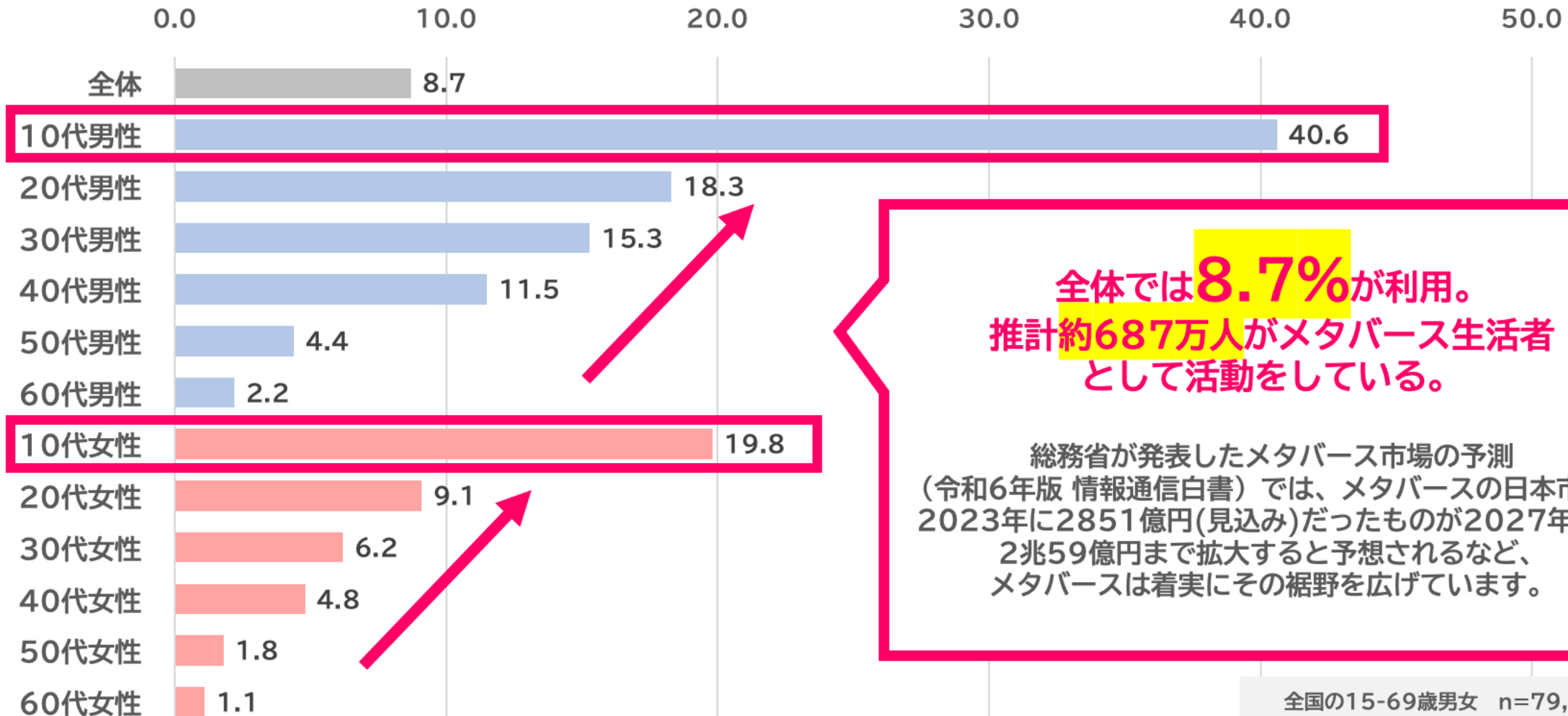
デジタルならではの自分の人格を持っている人
(現実世界とは切り離れた、SNSアカウントを使っている人など)

今、多くの生活者が
当たりまえに持つ一面

【参考】次世代にとって、あたりまえの接点に



2-3ヶ月に一度以上いずれかのメタバース関連サービスを利用している割合
(博報堂D Yホールディングス実施「メタバース生活者定点調査2024」より)



全体では**8.7%**が利用。
推計約**687万人**がメタバース生活者
として活動をしている。

総務省が発表したメタバース市場の予測
(令和6年版 情報通信白書)では、メタバースの日本市場は
2023年に2851億円(見込み)だったものが2027年には
2兆59億円まで拡大すると予想されるなど、
メタバースは着実にその裾野を広げています。

全国の15-69歳男女 n=79,982



メタバース生活者から学ぶために、定量/定性調査をそれぞれ行いました。

定量調査

<対象者>

事前調査：15-69歳男女 10,000s

本調査：指定の「アバターやキャラクターを通して遊んだり、コミュニケーションをとったり、様々な体験を行うことができるゲームやメタバースプラットフォーム」を1か月以内に利用したことがある15-69歳男女 200s

<調査期間>

2025年2月14日(金)～2025年2月16日(日)

<調査手法>

WEBアンケート

<調査実施機関>

株式会社マーケティングアンドアソシエイツ

定性調査

<メタバース空間での座談会>

メタバース生活者ラボ 外部研究員4名（2025年7月実施）

<個別インタビュー>

4名（2025年2月～7月実施）

※うち3名がメタバース生活者ラボ 外部研究員

<テキストベースでのアンケート/ディスカッション>

外部研究員メンバーに対し、Discordコミュニティでのテキストベースでのアンケート/ディスカッションを実施。

（外部研究員の参加メンバーについては、別頁に記載）



- 1. 私たちが考える「メタバース生活者」**
- 2. 私を豊かにしてくれる「メタバース生活者」としての私**
- ～ コラム：「SNSとメタバースは何が違うのか？」～**
- 3. 企業が「メタバース」を活用するために必要なこと**
- 4. まとめ**

1

私たちが考える 「メタバーース生活者」

メタバーース生活者は、一部の限られた生活者なのか

こんな声をよく耳にしますが… そんなことはありません！

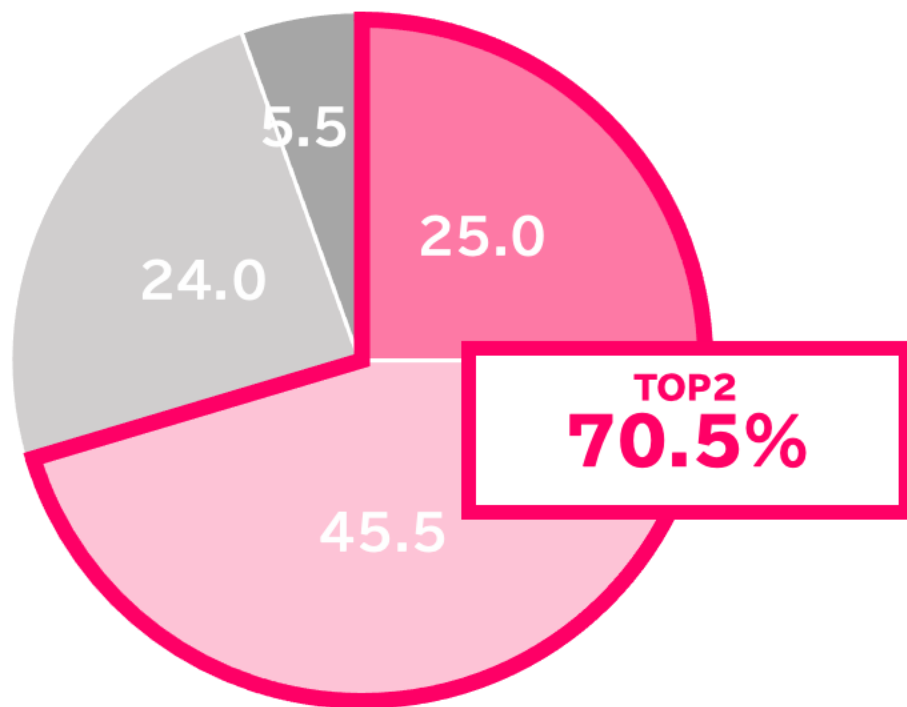
メタバース生活者は、
一部の限られた人たちなんですよ？

「メタバース」の流行は、
もう終わったんじゃないの？

現実世界とは異なる新しい、もう一人の「私」



普段暮らしている自分とは違う人格だと感じている



※※メタバース利用者 n=200

■ あてはまる ■ どちらかというにあてはまる ■ どちらかというにあてはまらない ■ あてはまらない

アバターは「自分自身」でありながらも**現実世界とは異なる「自分」**

「うちの子」という感覚。アバターを、自分に似た別の存在と見なしている。「うちの子」だから、可愛い服やアクセサリを買って着せたり、遊び場（ワールド）を作ったりする。

(メタバース生活者ラボ外部研究員 ユジ.リン)



アバターを作っている時は**「うちの子」という意識**なんですけれど、メタバース上で自分が使う時は、**「着ぐるみ」を着る感覚**です。

(メタバース生活者ラボ外部研究員 ながる)



(アバターの存在は) **自分自身が1番近い**かなと思います。とは言え、リアルでできない髪色や服装、行動(イベント開催とかVTuberとか)をしているので**「リアルの自分ができないことを実現する時の媒体」**みたいな感じ…です。

(メタバース生活者ラボ外部研究員 メタらいおん)



現実世界とは異なる新しい「人格」



単なる現実世界の拡張に留まらない、新しい「人格」で活動する生活者

外部研究員
浅田カズラ

現実世界での
プロフィール：
30代 男性
職業：
フリーランス
(ライター、編集)



メタバース世界の出来事を取材し、
記事として発信しています！

外部研究員
ユジ.リン

現実世界での
プロフィール：
30代
職業：
自由業



メタバースでいろいろなイベントに
スタッフとして参加した

外部研究員
ぼえる

現実世界での
プロフィール：
20代 女性
職業：
フリーランス



現実の楽しいことをメタバースで
一気食いたい！！家から出ずに！！

外部研究員
メタ
らいおん

現実世界での
プロフィール：
30代 女性
職業：
専業主婦



2児の母です！子育て奮闘中！

外部研究員
アール

現実世界での
プロフィール：
50代 男性
職業：
メディア関連



週末の深夜は飲みながら新規ワールドを巡り、
朝になってから英語圏のclubイベントに行って、
ふらふらと踊るのが好きです。若いころに飲み会や
clubをハシゴしていた気持ちが蘇ります

外部研究員
周防周音

現実世界での
プロフィール：
20代
職業：
XRエンジニア



お仕事でメタバースに触れたら、お仕事以上に
家でメタバースに入り浸るようになりました。
でも最近はUnityとお友達です。

外部研究員
M (仮名)

現実世界での
プロフィール：
60代 男性
職業：
自営業



現実の世界では、歳をとると新しく友達をつくる機会が減って
きます。でも、メタバースでは、小学生に戻った気分であげに
友達をつくることができます。個性的なワールドがたくさんあ
るので、出会う世界もいろいろです。そして、ときどき、
知り合った仲間とワールドツアーしています！

外部研究員
スナ

現実世界での
プロフィール：
50代 男性
職業：
一般社団法人
代表理事



現実世界では文化的なサードプレイス。大阪でフリーペーパー
専門店『はっち』、京都で『図書室27』を運営しています。
メタバースでは、上記の現実世界の拠点に様々な事情で来れな
い方を主な対象に『cluster読書会』『メタバース芸大』
といった定期イベントを開催しています。

外部研究員
DrNyao

現実世界での
プロフィール：
50代 男性
職業：
研究職

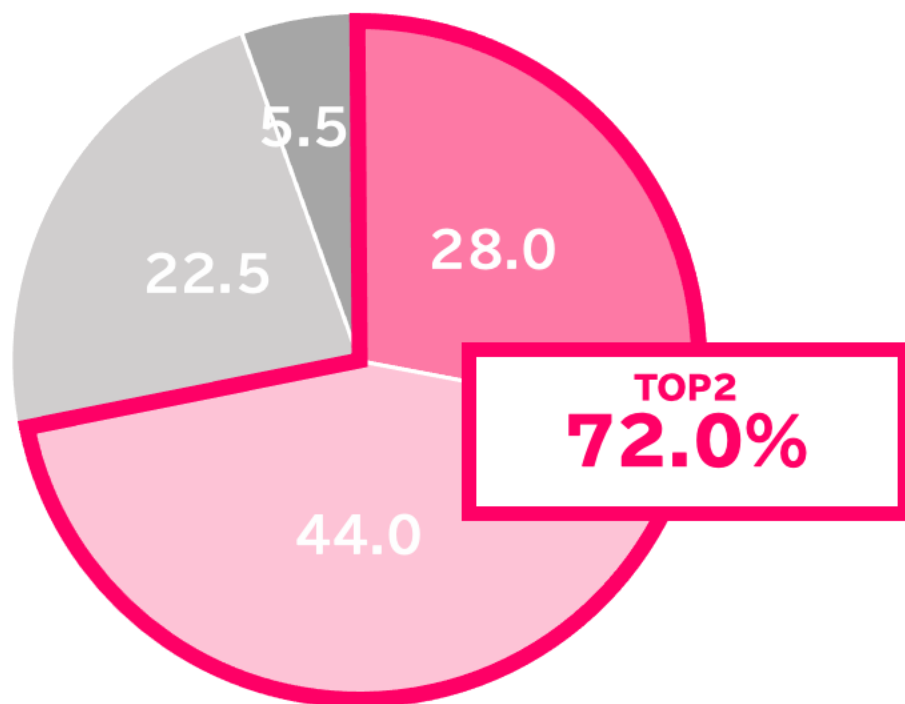


みたいものをみたい！
(を、自分でもつくれる！！)

相手の素性も気にならない、魂同士での交流をしている



交流している人の、リアルな性別や年齢などの素性は気にならない



※メタバース利用者 n=200

■ あてはまる ■ どちらかというにあてはまる ■ どちらかというにあてはまらない ■ あてはまらない

HAKUHODO INC., ALL RIGHTS RESERVED, 2025

バーチャルにいても、あまりバーチャルの
“ガワ（見た目など）”を重視しない。

内面の方の「魂」と言われているものが大事
だと思っているので、

男女関係なく年齢も関係なく、交流されている方と
か見ると、やっぱり素晴らしいなあ、私も真似しよう、
私もこうやっていこう…みたいなモチベーションにも
つながる。



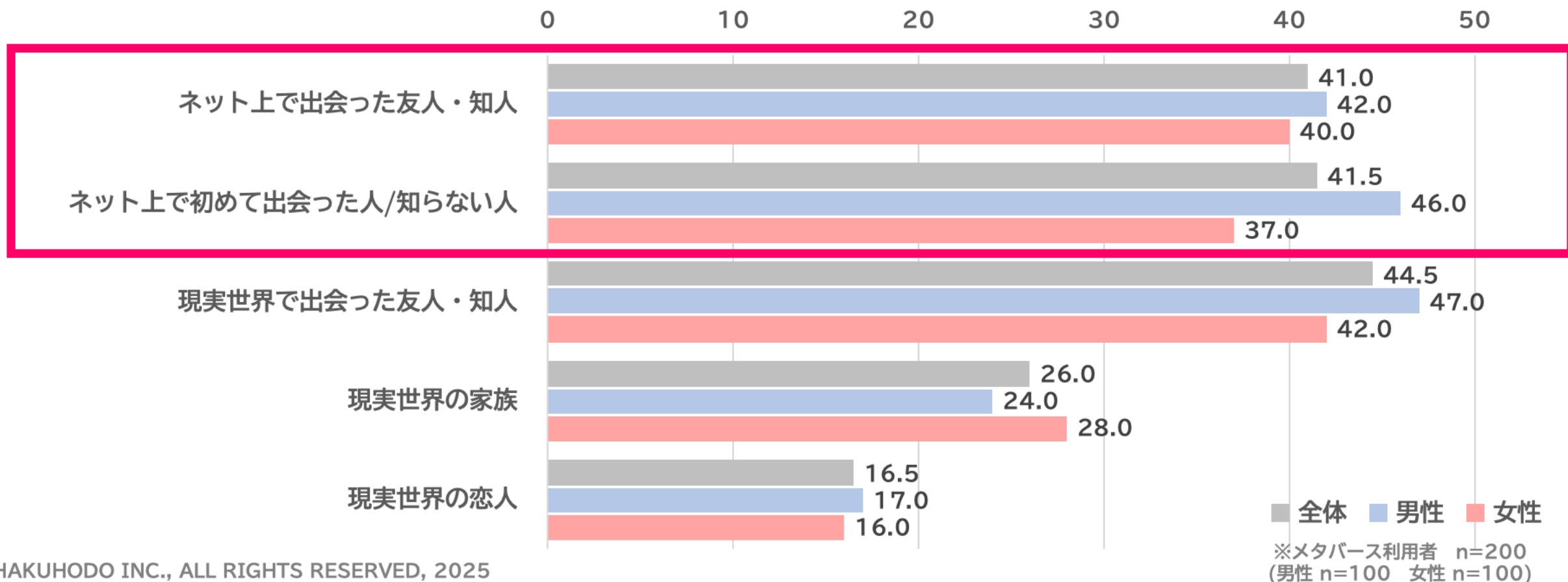
外部研究員
でんでんむし

メタバー스는、新しいコミュニティが生まれる場所



インターネット上で出会った人たちとの交流が当たり前に行われている。

Q.あなたはアバター・キャラクターを通して、どのような人と遊んだり、コミュニケーションを取ったりしていますか。
あてはまるものをすべてお答えください。



自分自身の一部を反映しつつも、
自分そのものではない、アバターとしての自分



この「自分」は、現実世界の拡張にとどまらない**新しい可能性に満ちた存在**。
だからこそ、相手の性別や年齢、肩書きも気にせず、インターネット上で
出会った人たちと気軽に交流し、新しいコミュニティが誕生している。

2

私を豊かにしてくれる 「メタバース生活者」としての私

現実とは違う人格であるメタバース世界は、現実世界と無関係なのか？

こんな声をよく耳にしますが… そんなことはありません！

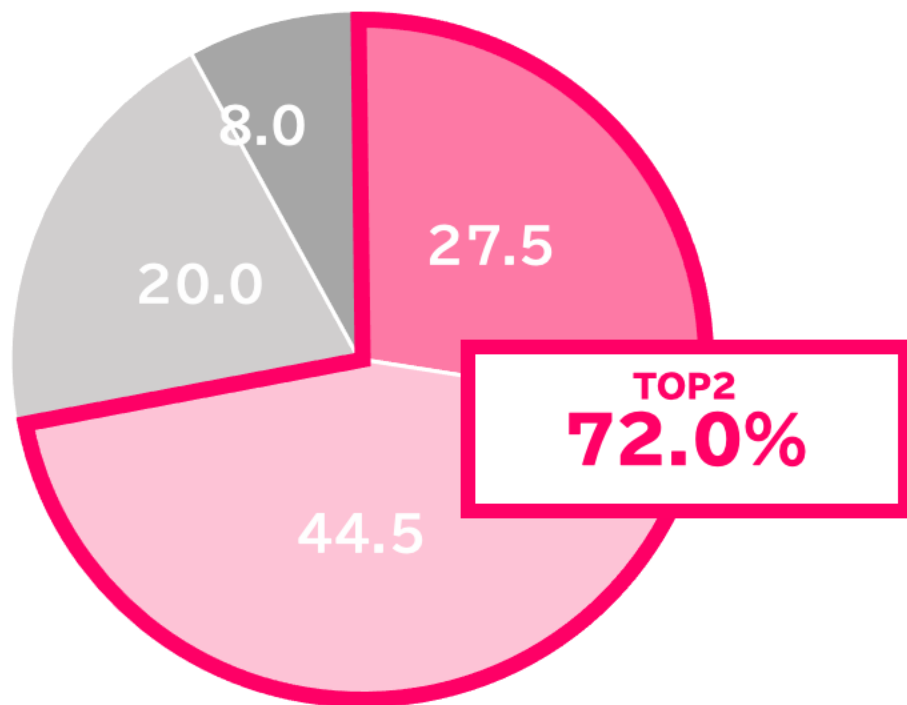
メタバースに行く理由って、
「現実逃避」みたいな感じ？

メタバースで生活していると
現実に戻れなくなりそう…

メタバースにいる自分は、リアルよりも“素”の自分



現実世界で過ごしている時の自分よりも、
素の自分でいられていると思う

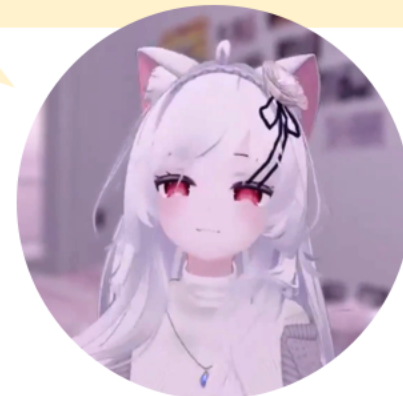


■ あてはまる ■ どちらかというにあてはまる ■ どちらかというにあてはまらない ■ あてはまらない

現実の肩書きから解放された自分は、
現実世界よりも、「素」でいられる

リアルの方はロールしている(演じている)
ところがある。

バーチャルは肩書きもないし、
愚痴なども含めて思ったことを話せるから、
本当の自分はこっちだと思う。



メタバース生活者
陽咲さん

「リアルよりも素でいられる」という声は多い



自分自身の『内面』はリアルと変わっていなくても、
外見や年齢、性別、所属といった『外面』が意図しなくても
相手にプレッシャーをかけてしまうリアルと違って、
よりフラットにコミュニケーションがとれている感触がある

(外部研究員 スナ)



リアルではどこか遠慮しながら生きているけど、バーチャルでは
裏も表も出しているから、あくまでこっちが本当の自分。
解放されているんだと思う。それで嫌われることもあるけど
来てくれる人もいる、自分のままでいられる場所

(外部研究員 でんでんむし)



やはりメタバースでの活動が
プライベートで「やりたいからしていること」であって、
「しなきゃならないこと」ではないので気負いが少ないのだと思う

(外部研究員 ながる)



リアルでは自分の趣味嗜好や考え方を
あまり理解してもらえない環境にいるので、
奈落ゆいとして発信した時に共感してくれたり
応援してもらえると、この私でいいんだ、と思える

(外部研究員 奈落ゆい)



正直になれる友人には現実／仮想を問わず素の自分が出せる
感覚があるが、メタバースは短期間で密度の濃い
コミュニケーションができるのでなんでも話せると感じられる
友人を作りやすい

(外部研究員 アール)



メタバース上でもコミュニティによって役割は発生すると思うが、
年齢や立場、上下関係などをあまり気にする必要がない分、
学校や職場ほど「良いとされる振る舞い」をする必要がないので
羽を広げて振舞えると感じる人が多いのでは

(外部研究員 周防周音)

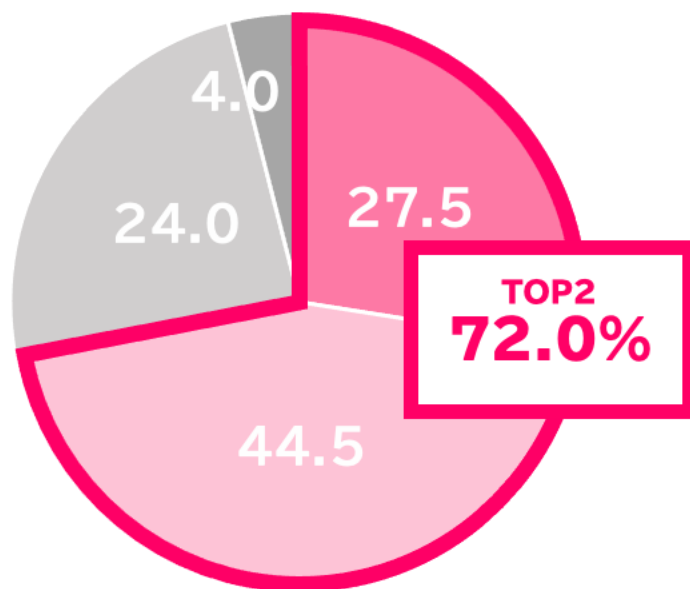


メタバースの経験を通して、自身の成長を実感できる

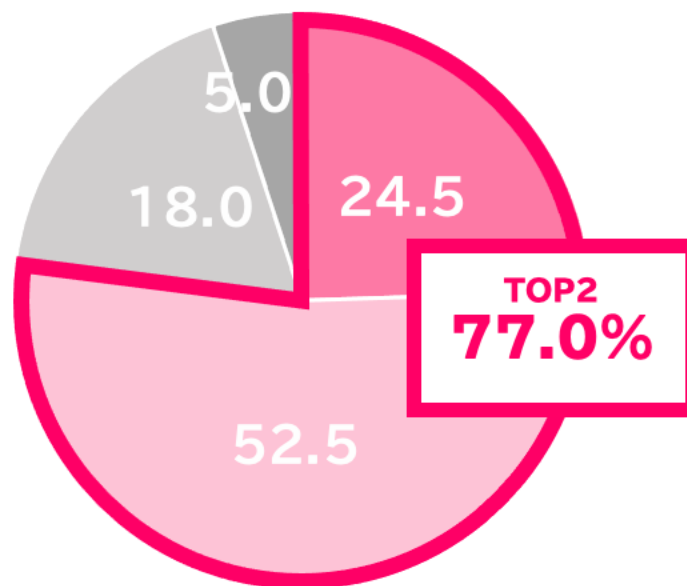


メタバース生活者として過ごす時間が、自分自身を成長させてくれる。
現実世界での自分にも良い影響を与えてくれる存在となっている。

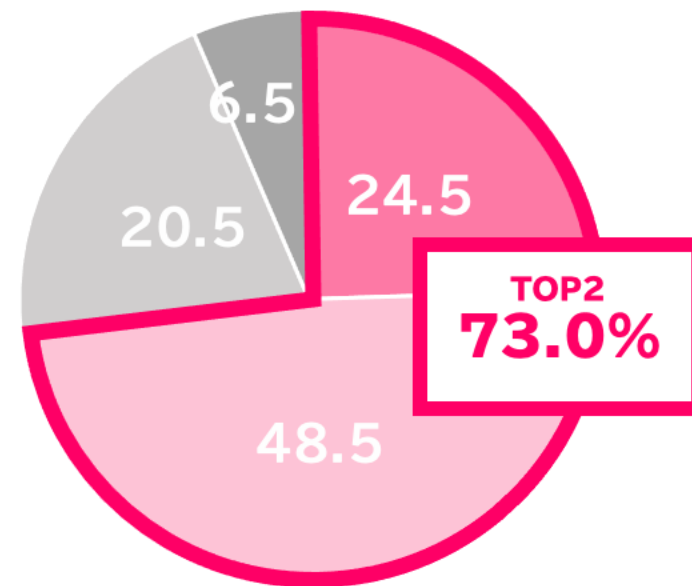
自分に自信が持てるようになった



自分のことを大切に
できるようになった



メンタルが強くなった



バーチャルの影響はリアルに広がり、相互作用を生み出す



姿が可愛かったり綺麗だったりで

**「この可愛い姿から暴言が
出るなんてとんでもない」**

という気持ちから、自然ときれいな言葉
を使うように。そのうちリアルでも優しい
気持ちになれるようになった。

(メタバース生活者 陽咲さん)

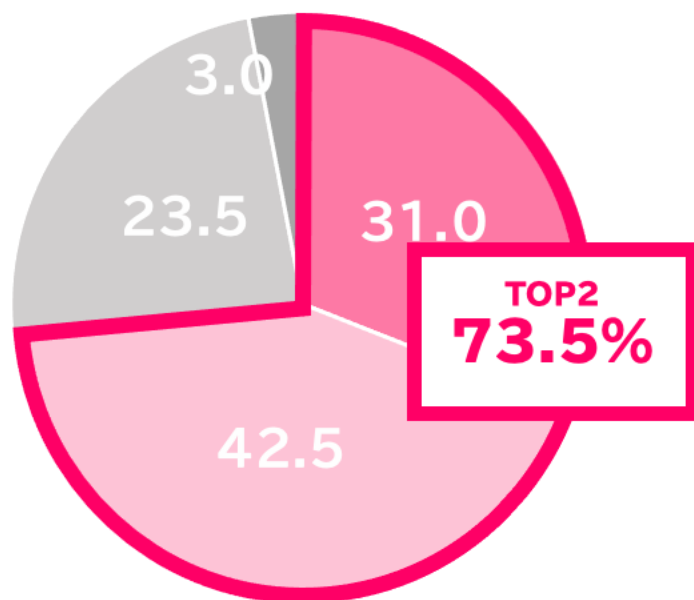


メタバースの経験を通して、人を思う気持ちも育まれる

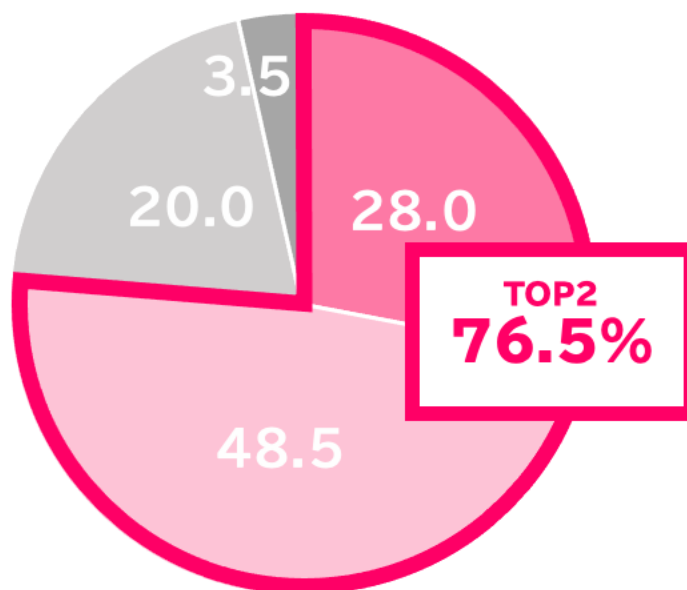


特に、メタバース空間での交流を通して、
他者との繋がりを大切に思う機会が生まれている。

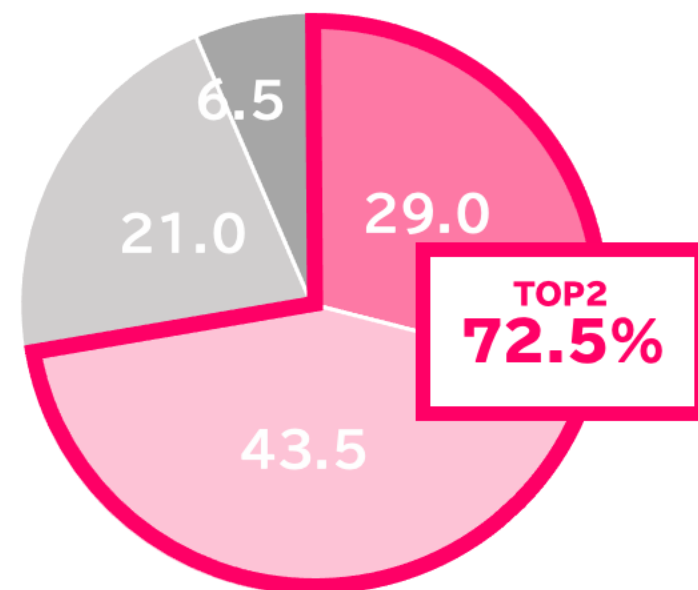
現実世界でのコミュニケーション
能力が上がった



現実世界で人に
優しくできるようになった



現実世界での人とのつながりや、
コミュニティを大切にしたい
と思うようになった



メタバースの経験が、自分自身の様々な可能性を拡張する



写真をいっぱい撮ることがメタバース内で増えてきたので、リアルで写真とか見たりするとこういう構図あるんだって思ったりする。写真撮る時に、衣装が色々あるので、こういう衣装可愛いなっていうのを感じる。

リアルで全然服に興味がなかったんですけど、最近「この服かわいい！」とか思う。リアルだとあまり（衣装に）近づけないので、可愛いと思った衣装がメタバース内に来ないかなって思ったりすることはありますね。

（メタバース生活者 陽咲さん）

「でんこ」というハンドルネームで活動するようになったことで、大きな変化がありました。以前は（現実世界の）本名でゲームライターとして記事を書いていましたが、数多くいるゲームライターの中に埋もれてしまい、特に目立つ存在ではありませんでした。

それが、「でんこ」という“完全に新しい人格”を持つことで、自分のキャラクターを明確に打ち出せるようになりました。

バーチャルの世界にはもともとキャラクター性があり、それを前面に押し出すことで、その他大勢のゲームライターとは異なる個性を確立でき、自分の存在感を高めることができたのです。

（外部研究員 咲文でんこ）



自分の可能性が広がることで、成長にもつながっている



スキル面に加え「自己肯定感」「人への感謝」「視野の広がり」などの内面的な成長も



以前は人前で話すのが苦手だったけど、
バーチャルイベントで講師をするうちに
苦手意識が減り、**現実でもうまく話せるようになった**

(外部研究員 星野うえあ)



自分で作ったアバターは見せたいと思った自分なので、
アバターを褒めてもらうことを通じて
自己肯定感が高まった

(外部研究員 ぐら)



バーチャルイベントの運営を通じて、
人を頼りながらひとつのものを形にしていく
社会的なスキルが身に着いた

(外部研究員 メタらいおん)



バーチャルでは気軽に集まれる一方、
ちょっとしたことで二度と会えなくなってしまうので、
誰かと一緒に過ごせる一瞬一瞬を大事にしたい・
周りの人に感謝したいと思うようになった

(外部研究員 紅花)



リアルだと遠慮して行けない技術系のイベントにも
背伸びして参加してみたり、やってみようという
ちょっとした挑戦や成長のきっかけになった

(外部研究員 toMo)



最初は絶対に着ないと思っていた
かわいいアバターを着てみたら楽しくなり、
現実でも性別や年齢に対する見方がフラットになった

(外部研究員 DrNyao)

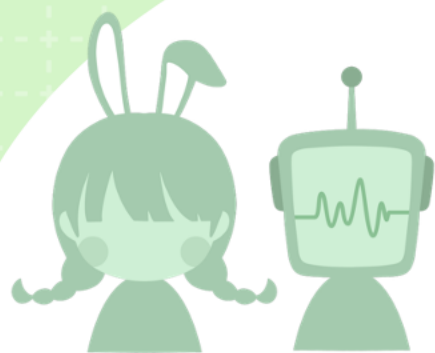
ここまでのまとめ

1. 私たちが考える「メタバーズ生活者」

メタバーズ生活者は、現実世界のさまざまな肩書きから解放された、現実世界とは異なる人格を持つ。

2. 私を豊かにしてくれる「メタバーズ生活者」としての私

- メタバーズ生活者としての人格は、現実よりも「素」の自分を感じることも多い。
- メタバーズの経験が自分自身を成長させるだけでなく、人を思う気持ちも育む。
- 他にも、新たな関心や興味が生まれたり、自分自身の様々な可能性をも広げる。



コラム 座談会



テーマ：「SNSとメタバースは何が違うのか？」

メタバース生活者ラボの外部研究員4名との対談を
メタバースプラットフォームclusterにて実施

SNSは、パブリックで一方向的な「情報発信の場」 メタバースは、クローズドで相手がいる「リアルの延長線上の場」

ーメタバースとSNS(X、Instagramなど)の違いはどこにあると思いますか？

犬山ぼえる | SNSはネット上の掲示板とか、ブログと似たようなものというか。でもメタバースだと顔と顔を突き合わせて肉声で会話したり、握手みたいなリアルな触れ合いもあるから、現実の延長線上なのかなって思います。

でんでんむし | そうですね。SNSはまさに「つぶやき」と言われるような返事を期待しない壁打ちの場なので、全世界に向けて発信してるっていう感覚を忘れて発信したり、受け取る方も見出しだけで条件反射する人が多い印象があります。でもメタバースは相手が見えて、肉声でのコミュニケーションやボディランゲージもあるので、その人がそこにいて反応してくれているという信頼感があるんですね。相手の方も興味を持って話しかけてくれているから、ちゃんと言葉のキャッチボールができるということも含めて、SNSより居心地がいいです。

星野うえあ | 活動者でもある側からすると、「イベントやります」というような告知や情報発信はSNSのほうが便利という側面はあります。

慕狼ゆに | 確かに広く発信する意味ではそうですね。最近はメタバースでつながった人とXでもつながるということが増え、SNSに近づいている面はありますが、それでもSNSはよりパブリックに開かれた場所で、メタバースはもっとクローズドな空間だと思いますし、SNSのように数字のために自分を飾る必要がない（フォロワー数などの概念がないので、飾るメリットがない）点も違うなと思います。



【参加者】左から（敬称略）

十河（博報堂研究員） / 星野うえあ / でんでんむし /
慕狼ゆに / 犬山ぼえる / 瀧崎（博報堂研究員）



仲良くなった人とだけ、Discordでつながる

ーメタバースで知り合った方と次につながるのSNSですか？それともDiscordですか？

犬山ぼえる | Xが先です。メディア欄を見て合う人か確認します。

でんでんむし | 私もどちらかというとXからです。

慕狼ゆに | 私もVRChatで初めましてをしたたら、Xでフォローしに行きます。とりあえずプロフィールは見ますし、clusterのハンドルネームをXで検索してみたりしてます。

ーまず普段の発言を確認してからSNSでつながって、Discordは最後なのですね。

慕狼ゆに | Discordは本当に仲の良い友達だけですね。（一同同意）

星野うえあ | 過去の発言なども、やり取りの参考にはありますね。

パブリックな場所に疲れ、「村」でコミュニケーションしたい

ーSNSよりメタバースはクローズドな場ということを、どう受け止めていますか。

慕狼ゆに | これは私が最近感じていることなのですが、みんな自分の発信をパブリックにすることに疲れてきていて、内々に籠る方向に力が働いているんじゃないかと思っています。DiscordやVRChat、cluster、バーチャルキャストっていうのは「村」なんですよ。Xで鍵垢にする（非公開にする）のもそれに近いと思います。「村」がないと、自分がそうしたいかしたくないかに関係なく、自分の発言が強制的にパブリックな場に公開されてしまうんです。そういう状況に疲れてしまって、村の中の居心地のよさや、村の中でのコミュニケーションを求めるようになってきているのではないのでしょうか。



【参加者】

十河（博報堂研究員） / 星野うえあ / でんでんむし /
慕狼ゆに / 犬山ぼえる / 瀧崎（博報堂研究員）



承認欲求とは違う、「一緒にいる価値」

ーメタバースの価値はどんなところにあると思いますか。

星野うえあ | 私はカウンセラーでもあるので、心理面から考えるのが好きなのですが、SNSはよく言われるように承認欲求や自己表現欲求がベースにある、切り取った自分を見せてリアクションをもらう場所だと思います。でもメタバースはもう少し上位の欲求というか、「なりたい自分になれる」という自己実現欲求や「好きな人に出会える」といった所属・共感の欲求に刺さるものだと思います。

でんでんむし | 人肌恋しい時、SNSではどうにもならないけど、メタバースだとちょっと解消できますね。お砂糖（メタバース内でのカップル・パートナー関係）とかも含めて。

星野うえあ | そうですね。メタバースでやっていることを見られることに価値があるSNSに持ち出すと承認欲求に流れちゃうことはありますが、メタバースは一緒にいることが価値なんだと思います。

慕狼ゆに | 確かに、一緒にいること自体が価値になるっていうのは、SNSではあまりないですね。

星野うえあ | 今皆さんとこうやって話していると、もうすでに仲良くなった感じがあります。これもメタバースならではの価値だと思います。

でんでんむし | 確かに確かに。

星野うえあ | SNSだとこういうことは難しいですね。

慕狼ゆに | SNSで一回リップをつけられたからといって、すぐ仲良しにはならないですね。

ー15分話ただけの人と「あの時の●●さん!」と気楽に話せるのは、メタバースならではの価値ですね。

星野うえあ | 本当にそう思います。



【参加者】左から（敬称略）

十河（博報堂研究員） / 星野うえあ / でんでんむし / 慕狼ゆに / 犬山ぼえる / 瀧崎（博報堂研究員）



座談会まとめ

相手の顔が見えにくいSNSに対して、
メタバー스는相手の顔が見える感覚があるので、
精神的な価値が強い場所になっている

仲良くなった人とだけ、Discordでつながる

パブリックな場所に疲れ、「村」でコミュニケーションしたい

SNSは、パブリックで一方向的な「情報発信の場」
メタバー스는、クローズドで相手がいる「リアルの延長線上の場」

承認欲求とは違う、「一緒にいる価値」

【参考】現実世界-SNS-メタバースの関係

現実世界

- ・与えられた肩書（性別等）で生きなくてはならない、不自由さを伴う場所
- ・フィジカルな場で、相手と即時的なコミュニケーションを求められる場所

切り離された人格になることが多い

承認・自己表現を求めて…

自己の成長が現実世界へ影響

自己実現・共感を求めて…

補完/影響し合う

SNS

- 【価値】 情報発信/情報収集が主な価値
- 【匿名性】 文字/画像等でのコミュニケーションになることで、匿名性が高く、目の前に「人がいる」実感に伴いにくい
- 【愛着】 情報収集専用等、愛着が薄いアカウントも存在
- 【特徴】 他者と気軽な交流も発生するが、自分の気持ちを一方的に発信すること多い

メタバース

- 【価値】 誰かと一緒にいること/仲良くなることが主な価値
- 【匿名性】 身振り手振りのあるアバターを通じたリアルタイムのコミュニケーションなので、目の前に「人がいる」実感を伴う
- 【愛着】 自ら選択した人格・アバターとして愛着が強い
- 【特徴】 アバターという身体を通し、相手とのリアルなコミュニケーションができる場所

3

企業が「メタバース」を 活用するために必要なこと

企業がメタバースを活用する意味は何なのか？

こんな声をよく耳にしますが… そんなことはありません！

メタバースだと多くの生活者に
リーチができないのでは？

企業がメタバースを活用しても
今はもう話題にならないのでは？

なぜ今、メタバースを理解・活用すべきなのか



メタバースは技術の話に見えるけど、**人の居場所・人の在り方**という側面が一番重要。

スペースを作るにも、どう美しい空間を作るかじゃなく“そこで「おかえり」って言ってくれる人をどう増やすのか”ということが大事。

メタバースはもう流行というフェーズではなく、社会の心のインフラ、多くの人が誰かと繋がっている感覚を持てる居場所になっていくと思う。

(外部研究員 星野うえあ)

なぜ今、メタバースを理解・活用すべきなのか



メタバースは今や「流行のテクノロジー」ではなく、
強い共感をもって繋がる「コミュニティ」として定着しつつあり、
信頼できる人との間で情報が交換される場になっている。

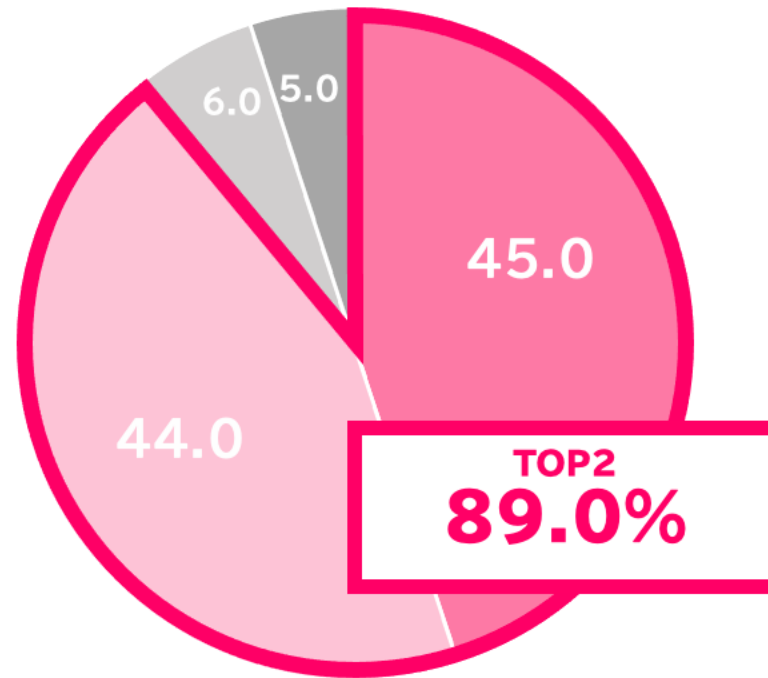
メタバースというコミュニティからの信頼を得ることは、
企業活動のさらなる拡大にもつながる。

大前提：大切な「メタバース生活者」としての自分



メタバース上の自分は、使い捨ての人格ではない大切な存在。

あなたがアバター・キャラクターを通して様々な体験をしている時間は、あなたの人生や生活の中で大切な時間だと感じますか。



※メタバース利用者 n=200

■ 大切な時間だと思う ■ どちらかという大切な時間だと思う ■ どちらかという大切な時間だと思わない ■ 大切な時間だと思わない

活用のポイント①生活者と目線を合わせ、馴染んでいく



メタバース生活者と目線を合わせ、違和感のない形で接点を持ち続けることが大事

企業アカウントが一回限りで急にメタバース空間内に
現れるとかではなく、**非日常の空間を
演出するようなイベントの定期運用が大事。**
メタバースを特別なものととらえず、
リアルと同じ視点でどうすればいいかを考えると自然と
コミュニティに馴染んでいくと思う



外部研究員
慕狼ゆに

突然仲間内で話しているところに企業の
スタッフさんが声をかけてきたら「何？」って
思うけど、clusterのロビーみたいに
スタッフさんがそこにいて、話しかけてきても
おかしくない場所があれば
公私混同みたいに感じないと思う



外部研究員
犬山ぼえる

活用のポイント②生活者理解の深い人の知見を借りる



メタバース生活者ならではのニーズを理解している人と協力することが大事

生活者視点で考えることが大事だし、
(技術としてというより、文化・コミュニティとしての)
メタバースを“分かっている”人と
タッグを組むといいと思う



外部研究員
星野うえあ

ある企業の公式キャラクターは、
メタバースの住人でないとできない自然な振る舞いで
とても愛されていたし、その企業への親近感もわいた。
「この人は本当にわかっている人だ」と
思いながら見ていた



外部研究員
慕狼ゆに

活用のポイント③生活者の「こうしたい」を形にする



メタバース生活者がひそかに思っている願望を形にすることが大事

メタバースではリアルの話がしにくいので、
企業さんが、以前私の欲しいと思っていた
「主婦の井戸端会議の場」を作ってくれたときは
嬉しかった。

コミュニティを自分で作るのは大変なので、
旗振り役になってもらえて安心感を感じた



外部研究員
ながる

現実で服を見ていて「もっとこういう色があれば
いいのに」と思っている時に店員さんが
おすすめしてくれたりすると、
仲良くなった気がして買いたくなる。

同じように、VRでも会話しているうちに仲良くなって
買うというのはあり得ると思う



外部研究員
犬山ぼえる

企業がメタバースを活用するために重要な3つの視点

メタバース生活者と**目線**を合わせ、**馴染んでいく**

メタバース生活者の**理解**が深い人の知見を借りる

メタバース生活者の「**こうしたい**」を形にする

さいごに

これからのデジタル世界への兆し

SNSの普及や、テレワークなどの浸透により、リアルでの人間関係もより複雑化している現代社会。

これからメタバースのような、デジタルコミュニティがさらに一般化していくと、

デジタル世界での“つながり”が、より、人間関係の本質的なものに近づいていく。

一時的な関係ではなく、相手の肩書きも関係なく、人生にとって大きな影響を受けることがあるかもしれない。

たとえば、仕事で悩んだとき、オンラインゲームにログインしたら周りの仲間が「おかえり」と言ってくれて救われた話

たとえば、就職活動で悩んでいるとき、SNSで頑張っている見ず知らずの同世代の投稿を見て、モチベーションが上がったという話

このような形でリアル以上に、デジタル空間上に存在する“遠くはないが近すぎもしない誰か”の存在にモチベートされていく時代になっていくのではないのでしょうか。



メタバース生活者ラボがお手伝いできること



手段としての活用

メタバース空間の価値
を活かした取り組み

メタバースを活用した、企業内ワークショップ

肩書きを意識せずに匿名でも活発なコミュニケーションを行えるメタバース空間で、チームビルディングやダイアログなどを目的とした交流やワークショップを実施できます。

メタバース生活者へのインタビュー

メタバース生活者ラボ所属の外部研究員を含むメタバース生活者に生の声を聞くことができます。メタバース空間内でのデプスインタビューやグループインタビューなども実施可能です。

メタバース体験会実施&メタバース勉強会（講演）

本レポートの内容を含むメタバース生活者やメタバースを取り巻く環境についての勉強会や、メタバース世界に触れてみる体験会を実施できます。

メタバースを活用したサービス開発/キャンペーンのプランニングサポート

メタバース生活者の当事者目線をふまえ、企業様のメタバースを活用したサービス開発やキャンペーンプランニングのサポートを行います。

メタバースを活用したアイデア発想ワークショップ

メタバースを活用したサービス開発やキャンペーンなどのアイデア発想を行うワークショップを実施可能です。ワークショップにはメタバース生活者である外部研究員の方への参加のお声かけも可能です。

目的としての活用

メタバース空間を
活用した施策

メンバー



瀧崎 絵里香

株式会社博報堂 生活者発想技術研究所 上席研究員

メタバース生活者ラボ リーダー、若者研究所 研究員、メディア環境研究所 上席研究員としても従事。バーチャル空間を中心とする自らのデジタル生活体験・交流経験を生かした「当事者研究」の視点を大切にしながら、「デジタル生活者発想」をキーワードに、SNSやメタバース等のデジタル空間ならではの生活者の意識・行動を研究中。デジタル接点やコンテンツツIPを活かした、若年層向けのサービス開発やコミュニケーション戦略立案にも従事。



十河 瑠璃

株式会社博報堂 生活者発想技術研究所 上席研究員

管理部門を経て、生活総合研究所で消費行動を中心とした生活者研究に従事。その後、マーケティングプランナー・ディレクターとして自動車や商業施設・消費財などの様々な領域のマーケティングを担当、2024年より現研究所設立に伴い現職。メタバース生活者ラボのほか、界隈マーケティングプロジェクトを主幹、行動デザイン研究所にも参画。新しい潮流・消費行動に関する研究やソリューション化に取り組んでいる。

表紙絵/イラスト

佐野めい（博報堂生活者発想技術研究所）

編集

佐野めい/前田彩花（博報堂生活者発想技術研究所）

研究協力

メタバース生活者ラボ研究員・外部研究員

調査協力

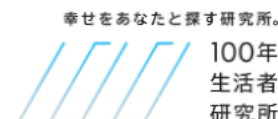
株式会社マーケティングアンドアソシエイツ



生活者発想技術研究所



新しい大人文化研究所



博報堂
行動デザイン
研究所



Humanity
Lab

メタバース
生活者ラボ



クライアント企業の生活者発想を推進するための研究開発を目的に設立された専門組織です。

「未来生活者発想」をコンセプトに、「生活者発想経営」「フォーカス型生活者洞察」「生活者心理・行動」「ウェルビーイング社会の共創」「生活者発想に基づく創造性」等に関する、研究・開発・教育・発信を行っていきます。

主要な研究開発領域：

- 生活者発想経営に関する研究開発 — 生活者発想研究／次世代ブランド研究 など
- フォーカス型生活者研究開発 — 若者研究／シニア世代研究 など
- 生活者心理・行動に関する研究開発 — クロスモーダル研究／行動デザイン／買物行動研究 など
- ウェルビーイング社会共創に関する研究開発 — 未来洞察研究／生活者課題解決研究 など
- 生活者発想に基づく創造性に関する研究開発 — アートシンキング研究／組織の創造性研究 など

ご協力 クラスター株式会社

誰もがバーチャル上で音楽ライブ、カンファレンスなどのイベントに参加したり、
友達と常設ワールド（バーチャル空間）やゲームで遊ぶことのできる
メタバースプラットフォームを展開しています。

スマホやPC、VRといった好きなデバイスから数万人が同時に接続することができ、
これにより大規模イベントの開催や人気IPコンテンツの常設化を可能にしています。

「バーチャル大阪」のほか、渋谷区公認の「バーチャル渋谷」、ポケモンのバーチャル遊園地
「ポケモンバーチャルフェスト」の制作運営など、メタバースを実現し、
全く新しいエンタメと熱狂体験を提供し続けています。
クラスター株式会社では多くのメタバースイベント事業を実施しています。

<https://corp.cluster.mu/>

記事を転載・ご共有される場合は、
出典の明記をお願いいたします。

【出典表記】

メタバース生活者ラボ

『メタバース生活者から学ぶ デジタル社会のこれから
-私を豊かにする、もうひとりの私-』

お問い合わせはこちらまで
info@metaverse-seikatsusha-lab.com