



AI時代の

生活者をモチベートする

デジタル

ネイバー

はじめに：物理的な距離は、もう心の距離を縛らない。



『メタバーズで出会った人の方が 自分を理解してくれる気がする』

昨年度の研究で見えてきたのは、そんな生活者たちの切実な本音でした。
それは、直接会ったことがなくても、
時にリアルな家族や友人さえも超えるほど深い、デジタル上の「新しい絆」の形です。

こうした変化は、もはやメタバーズという特定の場に限った話ではありません。
SNSやあらゆるコミュニティを含め、デジタル空間が単なる「ツール」から、
体温を感じる「生活の場」へと進化しています。

その確かな兆しが、至るところで現れています。
私たちは、このデジタル空間に生まれる新しい絆を『**デジタルネイバー**』と名付けました。
本レポートでは、この兆しの正体と、その先に待つ未来を紐解いていきます。



デジタルネイバー

(デジタル空間上のご近所さん・お隣さん)

デジタル空間中心でつながり、
SNSやゲーム空間などでゆるやかな交流を続けている
「(デジタル空間上の)ご近所さん・お隣さん」
のような感覚を持っている相手のこと

※ゆるやかな交流とは、たまに遊んだり、チャットをしたり、タイムラインでよく見かけたり、チャットをしなくても「いいね」を送りあったりするくらいの、気軽なやり取りのこと。

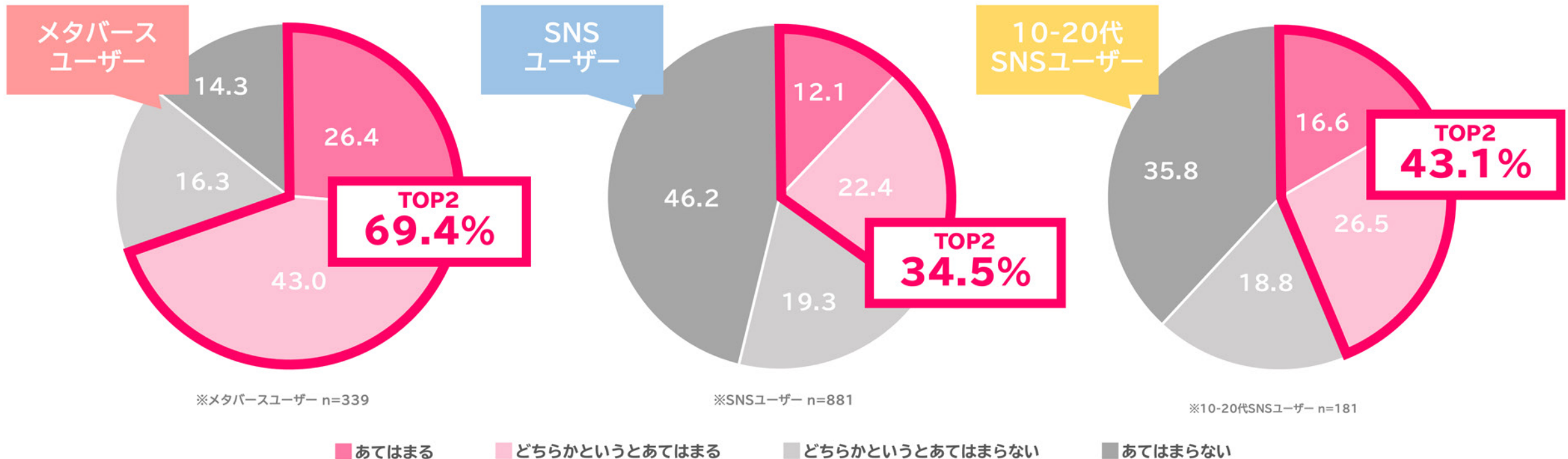
「デジタルネイバー」の存在を実感し始める生活者



メタバースユーザーではすでに約7割が、SNSユーザーでも約3割以上（若年層では4割以上）が「デジタルネイバー」の存在を感じている。

デジタル空間中心でつながり、SNSやゲーム空間などでゆるやかな交流を続けている「（デジタル空間上の）ご近所さん・お隣さん」のような感覚を持っている相手はいますか？

※ゆるやかな交流とは、たまに遊んだり、チャットをしたり、タイムラインでよく見かけたり、チャットをしなくても「いいね」を送りあったりするくらいの、気軽なやり取りのこと。





0. メタバース生活者ラボとは

1. 「遠すぎず、近すぎない誰か」にモチベートされる生活者

2. デジタルネイバーの価値と今後

～コラム「AI時代のデジタルネイバー：AIは ” 隣人 ” になりうるか？」～

3 .企業は生活者の「デジタルネイバー」とどう向き合うべきか

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。



「メタバース生活者」と考えられる未来

メタバース生活者は、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、
メタバースに限らない**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、**メタバース生活者ならではの目線**で
メタバース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。

私たちの考える「メタバース」の定義

インターネット上に構築された3D空間
自ら選んだ、アバターや名前での活動できる場所
空間内でコミュニケーションを行える場所

※VRゴーグルを前提とせず研究活動を行っております

【参考】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

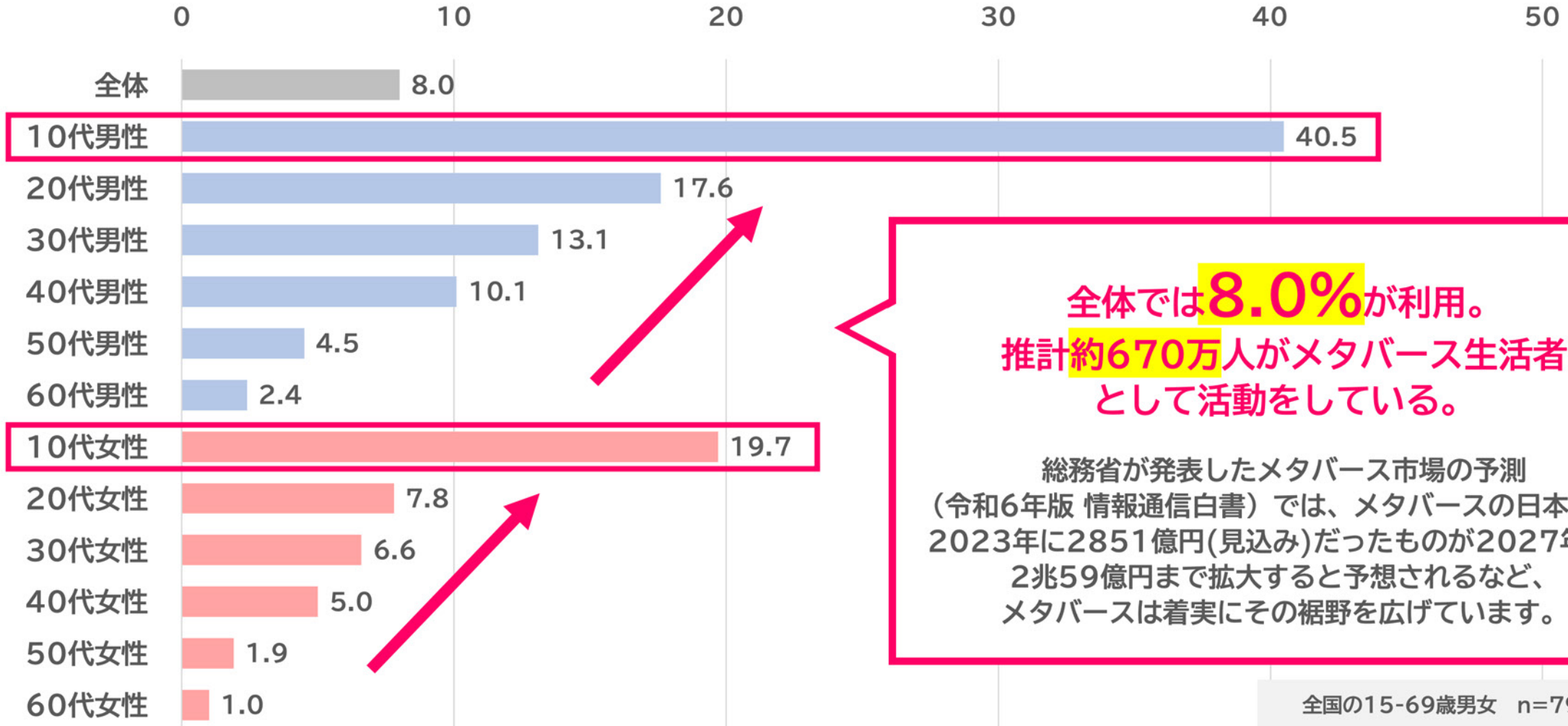
デジタルならではの自分の人格を持っている人
(現実世界とは切り離れた、SNSアカウントを使っている人など)

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



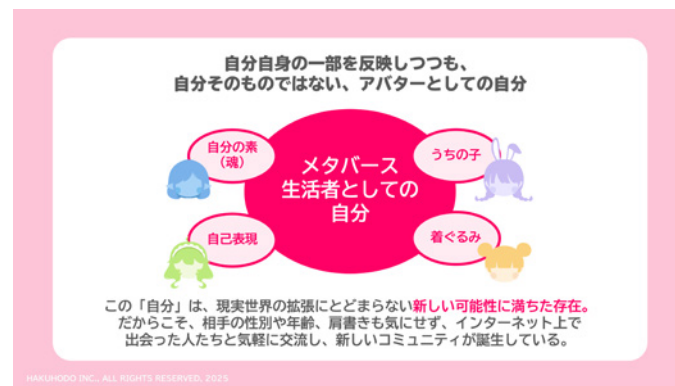
2-3ヶ月に一度以上いずれかのメタバース関連サービスを利用している割合
(博報堂D Yホールディングス実施「メタバース生活者定点調査2025」より)



これまでの研究



メタバースを単なるゲームや仮想空間ではなく、人々の「もうひとりの私」が存在する新たな生活の場として捉え、その意識や行動、実態を深く掘り下げました。



メタバースにいる自分は、リアルよりも“素”の自分



詳細はこちら:

メタバース生活者ラボ、研究レポート第一弾「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—」を公開|お知らせ|博報堂 HAKUHODO Inc.



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：15-69歳男女 900s

【割付条件】以下の条件を満たす対象者を、合計900sの内数で回収する。メタバース層（300s以上）：指定のメタバースプラットフォームを1か月以内に利用SNS層（600s以上）：指定のSNSサービスを週1回以上利用※両方の条件を満たす「重複利用者」を含む。

<調査期間>

2026年2月27日(金)～2026年3月2日(月)

<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

※調査対象の特性上、「メタバースユーザー」と「SNSユーザー」の各セグメント間には一部重複があります。それぞれの数値は、各プラットフォームの利用実態に基づいた傾向として算出しています。

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10名（2026年2月実施）

<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

「遠すぎず、近すぎない誰か」に モチベートされる生活者

直接面識のない人も、生活者の心の支えに

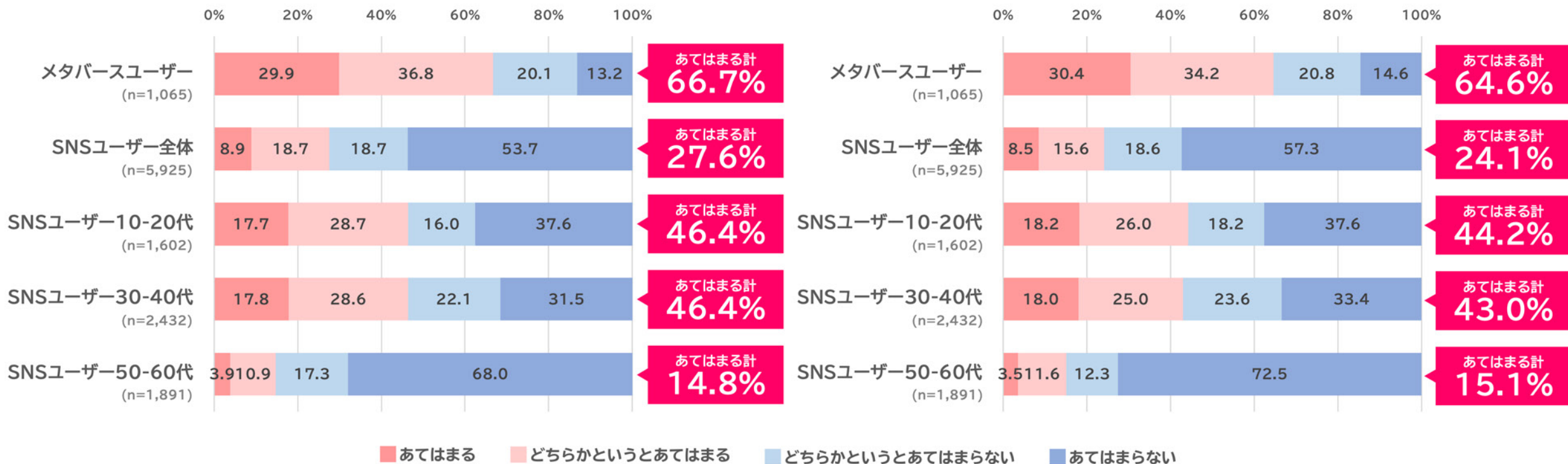
デジタル空間で出会った人に支えられている生活者



メタバース生活者だけでなく、50-60代を除く4割以上のデジタル空間上の生活者が、デジタル空間で出会った人に支えられている

直接会ったことはないが、
信頼している人がデジタル空間上にいる

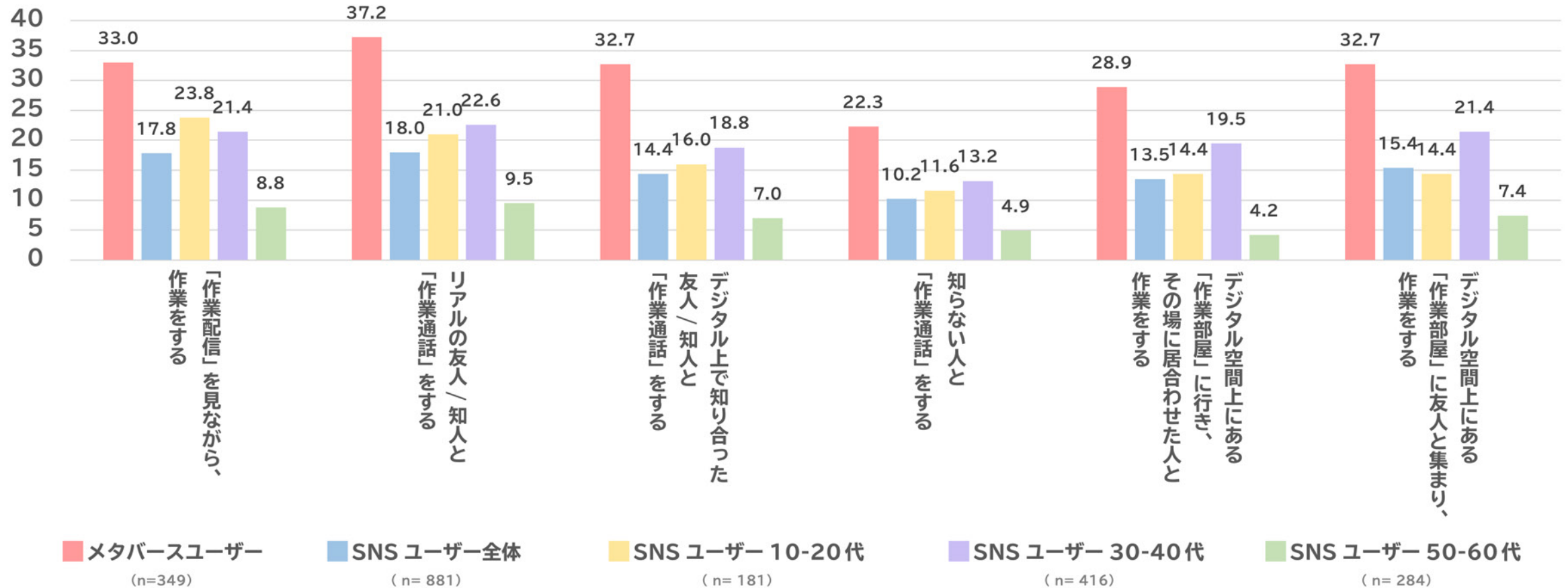
直接会ったことはないが、
親友と呼べる存在がデジタル空間上にいる



親しい人だけでなく、面識のない人も支えに



メタバース生活者を中心に、デジタル空間上の「作業配信」や「作業部屋」などで「同じ時に、同じような作業をしている」人たちと繋がる習慣が生まれ始めている



効率だけを目的にしない、デジタル上の新しいつながり



仕事や勉強などの「作業」という同じ目的を持った生活者が
同じデジタル空間に集まることで、**見知らぬ誰かからやる気をもらっている**



PC版 (Steam版) が2025年4月30日にリリースされた、アバター作業集中アプリ「gogh (ゴッホ)」より

気が乗らないけれどやらなければならない単純作業の時は、
一人でもくもくと進めるより、**cluster**で誰かと**コミュニケーション**をとりながらの方が、**気持ち的にずっと楽**です。

(外部研究員 ながる)



よく作業通話をしますが、**一番の価値は「作業能率は下がるけど、作業効率は上がる」**ところだと思っています。
昔のファミレスでの勉強みたいな感覚。目の前のスピードは落ちるんですが、雑談から新しいアイデアや情報をもらえるので、トータルの成果はアップすると思っています。

(外部研究員 星野うえあ)



現実世界では代替しえない、デジタル上のつながり



素性を知らないデジタル上のつながりだからこそ生まれる
安心感や適度な緊張感を魅力に感じている生活者も多い

Q.デジタル空間上でつながりながらの作業に対して、あなたが感じている魅力や価値はなんですか。

自分の現実世界の知り合いとはかなり違った価値観を
持った人たちと交流できることがあるので、
リフレッシュするにはとても良いと感じている。

(60代男性)



気軽に繋がることができ、
適度な距離感を持つことでトラブルが起きにくい。

(20代女性)



一人で作業しているとつい怠けてしまいがちですが、
デジタル空間で誰かの存在を感じることで、**自分も
やらなければならないという適度な緊張感**が生まれ、集中力を
維持できる点に価値を感じます。お互いの進捗を
報告し合ったり、キーボードを叩く音や気配を
感じたりすることが、良い刺激になっています。

(30代男性)



単なる「オンライン作業」以上のものがある。
距離が離れていても、同じ空気感やリズムを共有できる
ことで、不思議な安心感や一体感が生まれる。
相手の存在が画面越しにそっと寄り添ってくれるようで、
ひとりで黙々と進めるよりも集中しやすく、
作業のペースも自然と整っていく。

(40代女性)



背景にある「心のよりどころが多様化する時代」



背景には、家族や身近な親しい人だけでなく様々な存在を
拠り所とするようになった時代性も影響していると考えられる

Q.あなたの「心の支え」になっているモノ・コトを教えてください。

アイドル

自分がどんな状況でも味方で
いてくれる気がするから (30代女性)

ChatGPT

悩みを聞いてくれるから
(30代女性)

猫・ペット

かわいいし癒されるから
(50代女性)

ぬいぐるみ

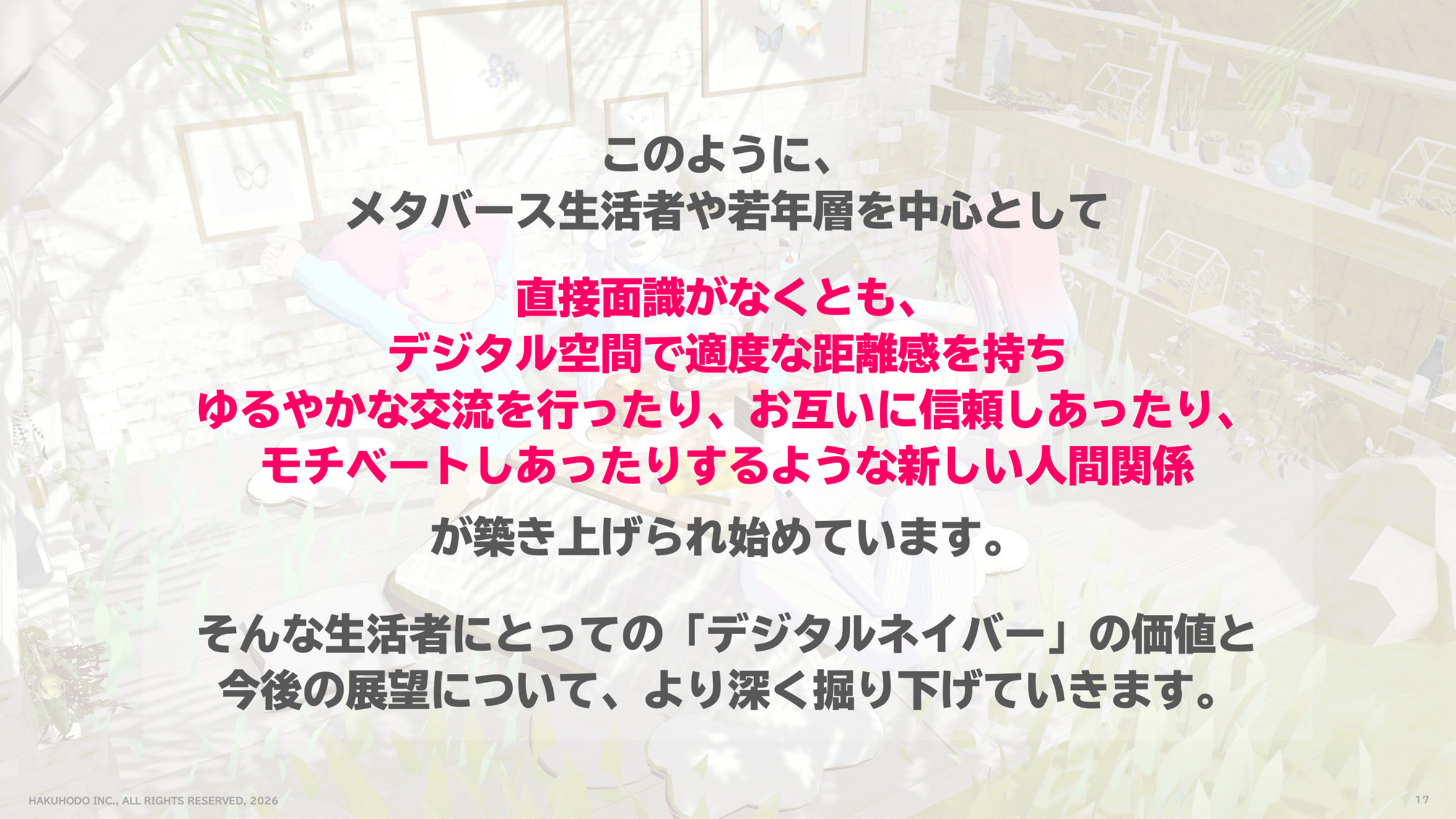
味方だから
(30代男性)

ゲーム

ストレス発散
(10代男性)

YouTube

何も考えずに動画を見れて
現実逃避できるから (20代女性)



このように、
メタバース生活者や若年層を中心として
直接面識がなくとも、
デジタル空間で適度な距離感を持ち
ゆるやかな交流を行ったり、お互いに信頼しあったり、
モチベートしあったりするような新しい人間関係
が築き上げられ始めています。

そんな生活者にとっての「デジタルネイバー」の価値と
今後の展望について、より深く掘り下げていきます。

2

デジタルネイバーの価値と今後

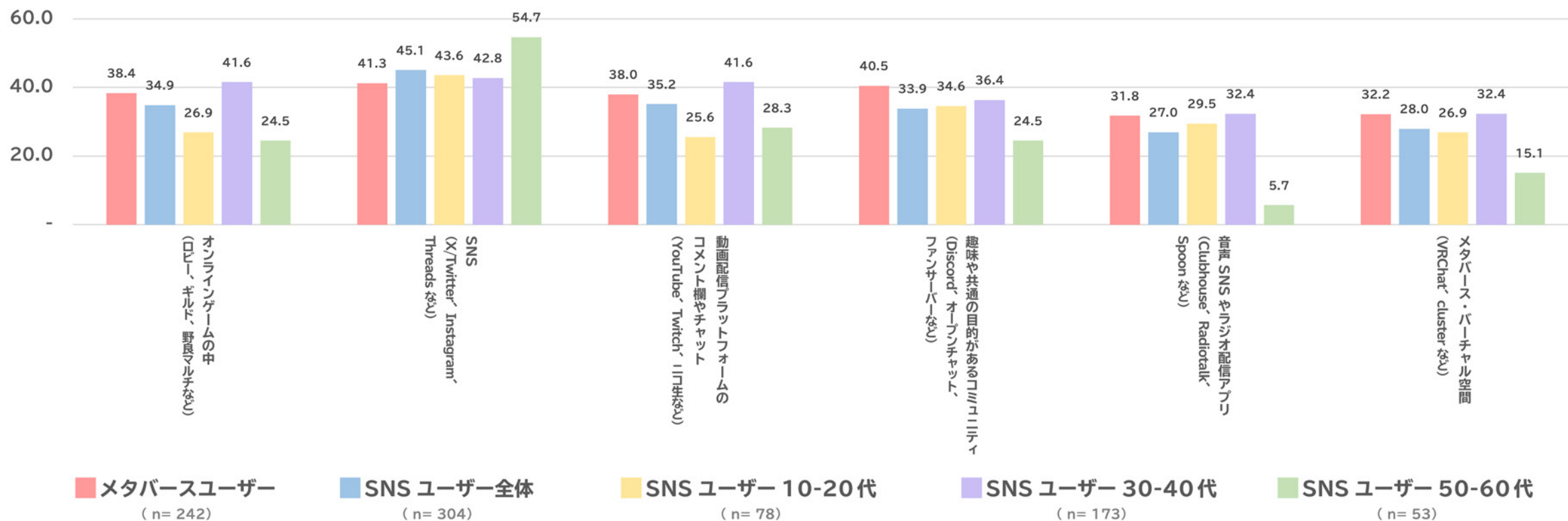
デジタルネイバーはどのような存在で、どう向き合っていくべきか？

デジタルネイバーとの出会いは様々



デジタルネイバーとの出会いは、メタバース空間のようにアバターや声などで繋がる空間だけではなく、文字だけで繋がるSNSや動画配信のコメント欄等にも広がる。

Q. あなたが真っ先に思い浮かべた「デジタルネイバー（デジタル空間上のご近所さん・お隣さん）」について、出会った場所としてあてはまるものを以下からお選び下さい。（複数選択可）

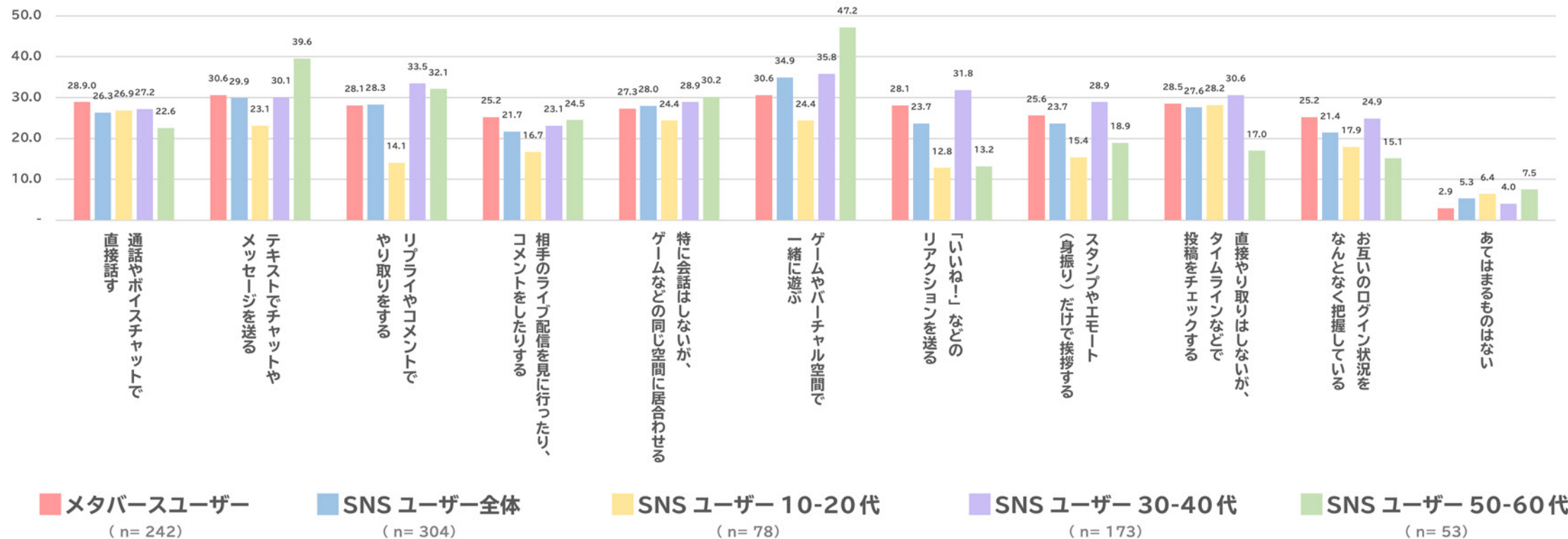


デジタルネイバーとの交流の仕方も様々



デジタルネイバーとの交流は、チャットなどでの直接的な交流だけではなく、ちょっとしたリアクションをしたり、同じ空間に一緒に存在するだけのことも。

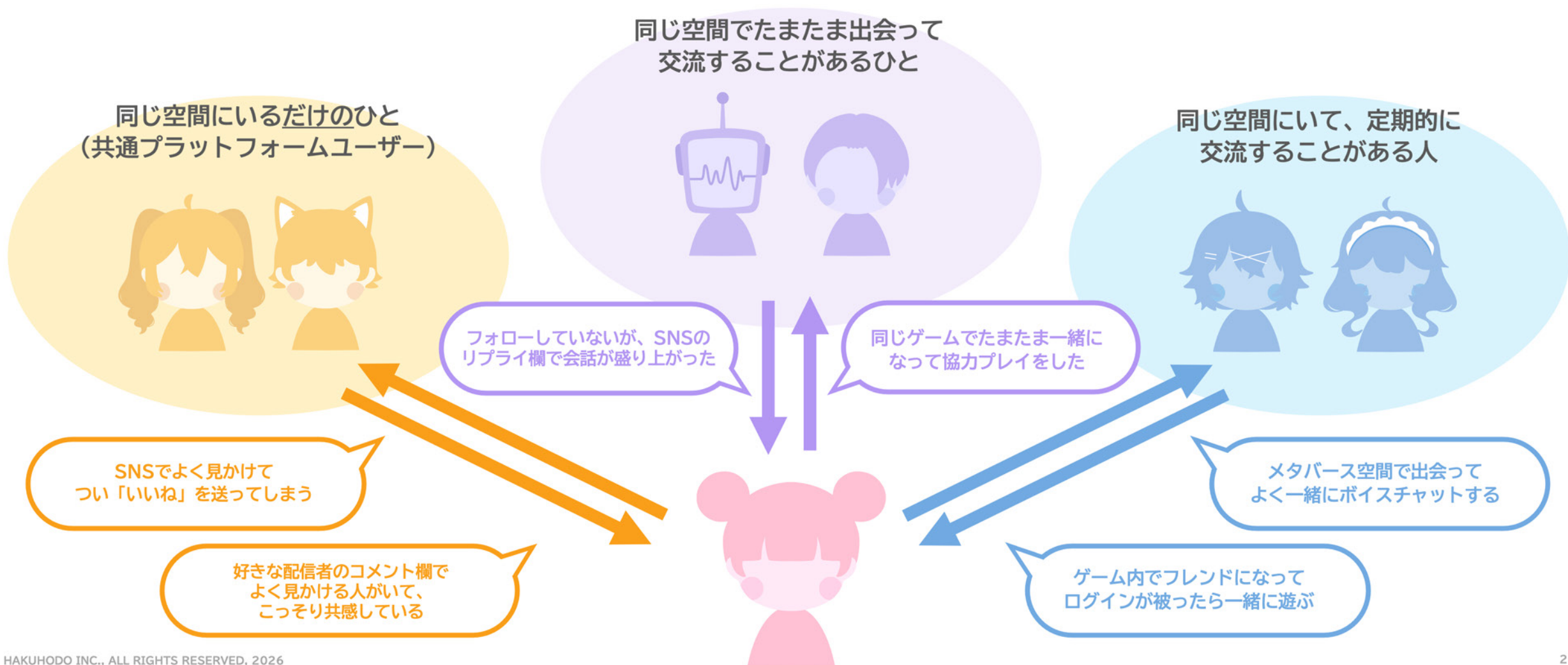
Q. あなたが真っ先に思い浮かべた「デジタルネイバー（デジタル空間上のご近所さん・お隣さん）」について教えてください。その方とは、どのような交流をしていますか？もっとも当てはまるものをすべてお答えください。（複数選択可）



1人の生活者の中に様々なデジタルネイバーが存在



1人の生活者の中に、様々な方法や頻度で交流を行う複数のデジタルネイバーが存在する。

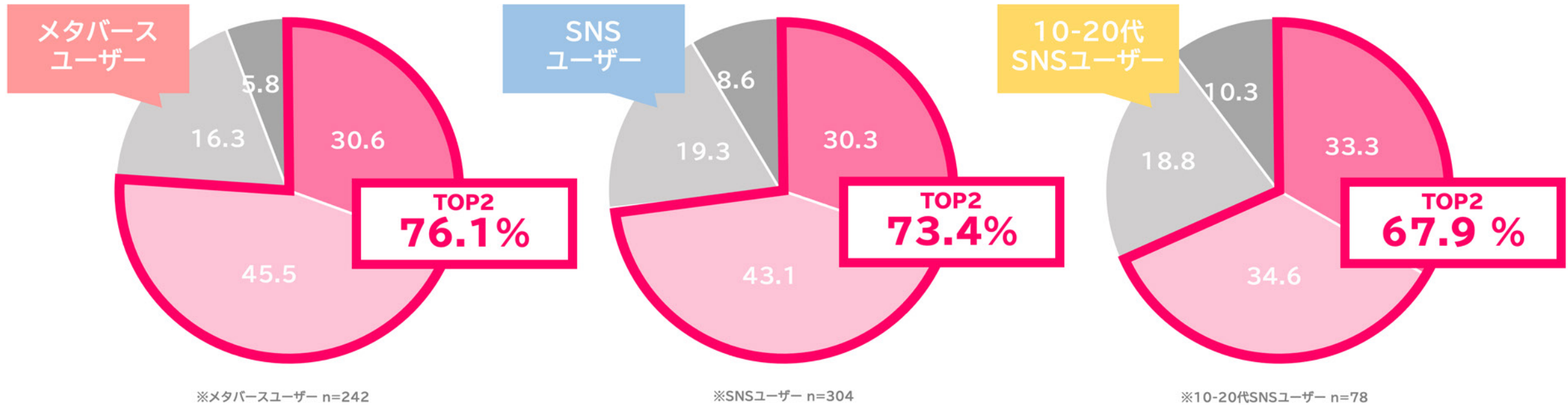


リアルでは出せない本音で繋がるデジタルネイバー



デジタル空間中心に繋がっているからこそ、デジタルネイバーはリアルでは出せない本音をつい見せてしまう存在になっている

Q.デジタルネイバーには、リアルの知り合いには言えないことが言える



※メタバースユーザー n=242

※SNSユーザー n=304

※10-20代SNSユーザー n=78

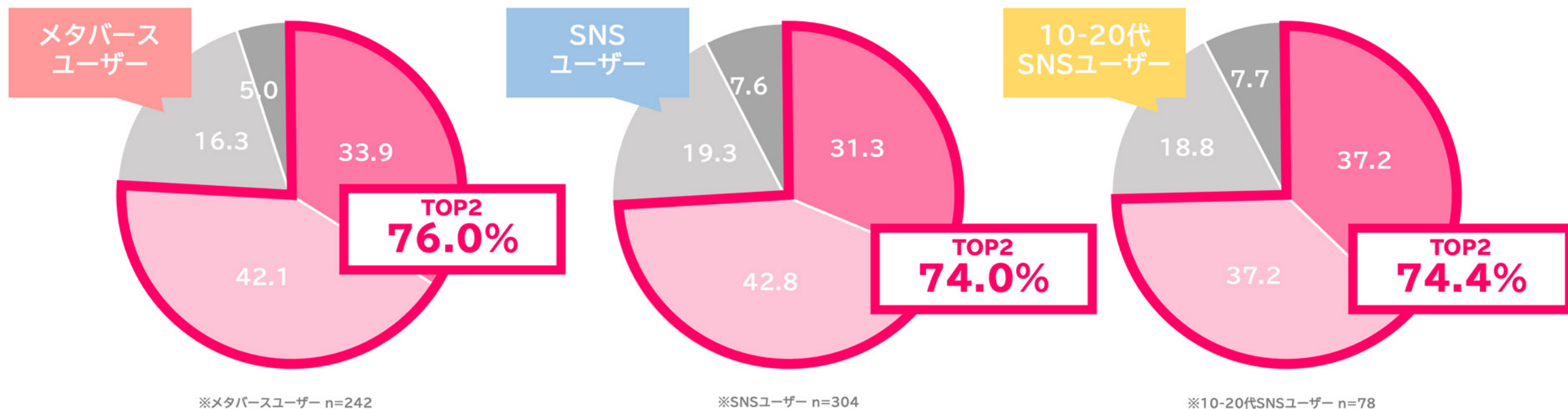
■ あてはまる ■ どちらかというにあてはまる ■ どちらかというにあてはまらない ■ あてはまらない

「心の支え」になるデジタルネイバー



デジタル空間中心に成立する関係であるものの、
デジタルネイバーがいることは、現実世界にも良い影響を与えている。

Q.デジタルネイバーとのやり取りが、日常生活を頑張るための活力になっている



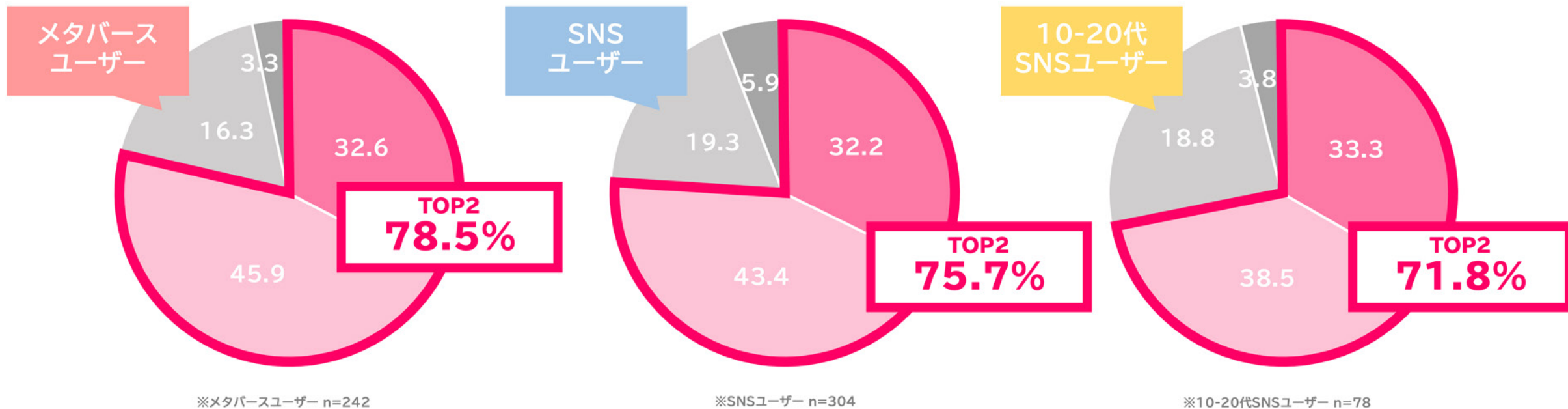
■ あてはまる ■ どちらかというにあてはまる ■ どちらかというにあてはまらない ■ あてはまらない

大切にしたいデジタルネイバーとの距離感



現実世界の自分にとっても、大切な存在になるデジタルネイバーであるが、必ずしも直接会ったり、現実世界でも繋がりたいわけではない。

Q.デジタルネイバーと、無理をして現実世界で会いたいと思わない



■ 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

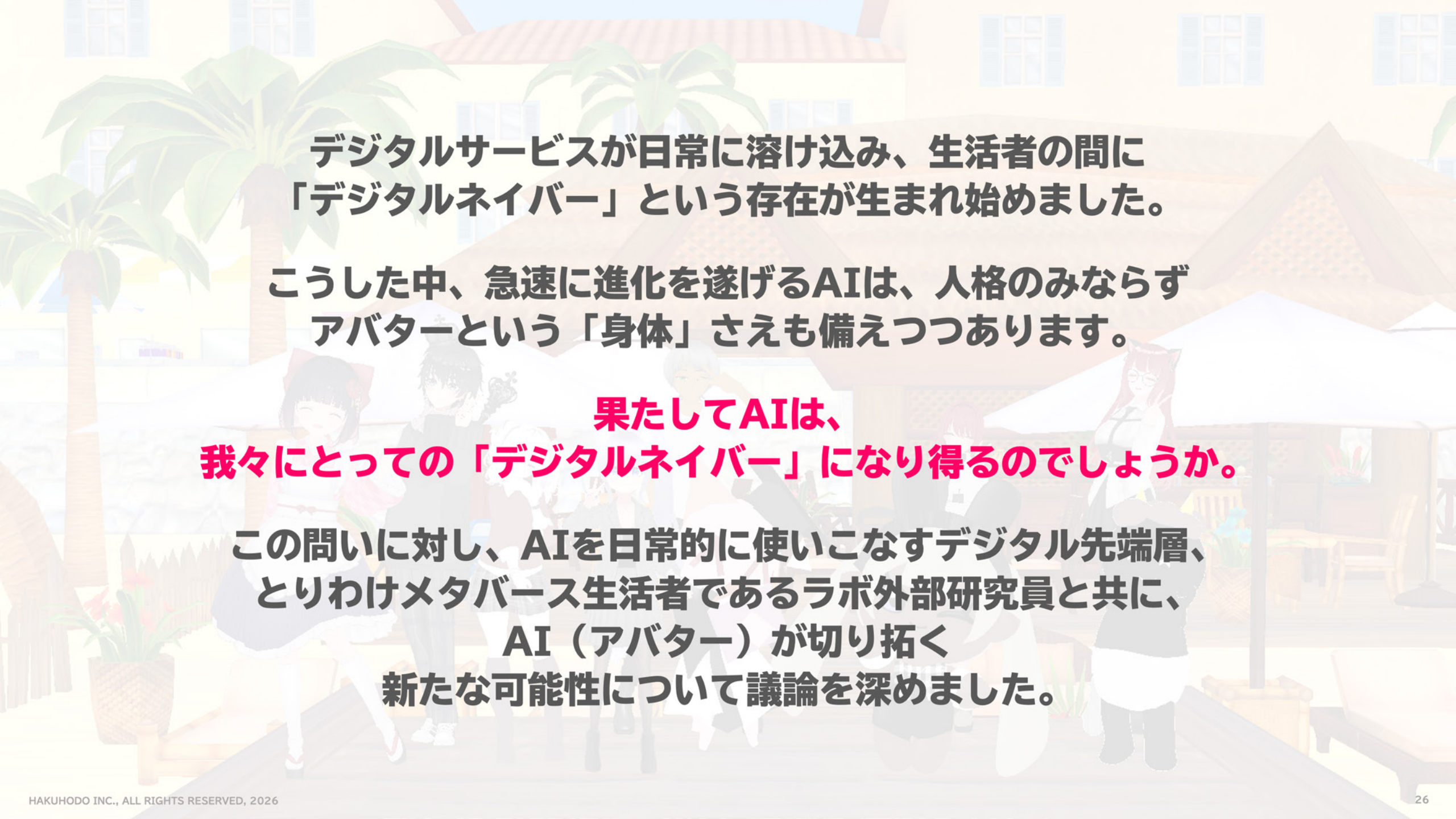
ここまでのまとめ

1. 「遠すぎず、近すぎない誰か」にモチベートされる生活者

- デジタルサービスの浸透と心のよりどころが多様化する時代に、デジタル空間上でつながった相手を信頼し、親友と呼ぶ生活者たち。
- デジタル空間上ならではの、ゆるやかな繋がりに「やる気」をもらう「作業部屋/配信」
- 背景には、家族や身近な親しい人だけでなく様々な存在を拠り所とするようになった時代性もあるものと推察

2. デジタルネイバーの価値と今後

- デジタルネイバーとの出会い、交流は様々。一人の生活者の中にも、様々なデジタルネイバーが存在している。
- 現実世界では出せない本音でつながり、日常生活を生きる支えにもなるデジタルネイバー。必ずしも現実世界でも繋がりたいわけではなく、デジタル空間のつながりだからこそ生まれる人間関係である。



**デジタルサービスが日常に溶け込み、生活者の間に
「デジタルネイバー」という存在が生まれ始めました。**

**こうした中、急速に進化を遂げるAIは、人格のみならず
アバターという「身体」さえも備えつつあります。**

**果たしてAIは、
我々にとっての「デジタルネイバー」になり得るのでしょうか。**

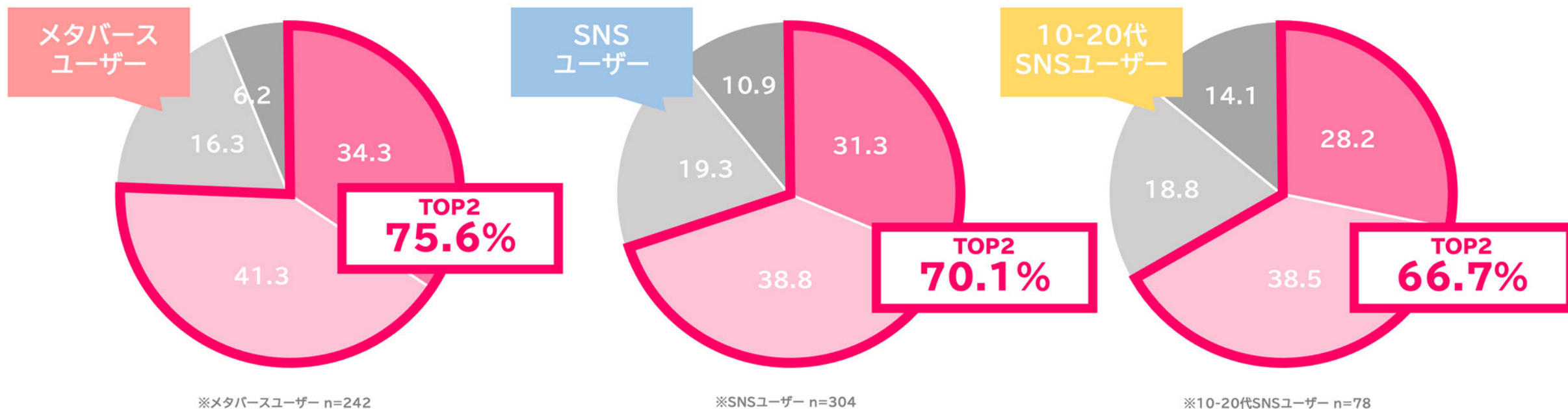
**この問いに対し、AIを日常的に使いこなすデジタル先端層、
とりわけメタバース生活者であるラボ外部研究員と共に、
AI（アバター）が切り拓く
新たな可能性について議論を深めました。**

AIはデジタルネイバーになりうるのか？



定量的なデータでは、AIが自分にとってのデジタルネイバーになることを予想する声大きい。

Q.いずれ、対話型AI（ChatGPTやGeminiなど）は自分にとっての「デジタルネイバー」になれると思う



■ 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

数字での期待感は高い。
すでに、AIアバターとも接する
デジタル先端層である
メタバース生活者はどう感じている？



テーマ：「AI・AIアバターの可能性」

メタバース生活者ラボの外部研究員8名との対談を
メタバースプラットフォームclusterにて実施

参加者紹介 (①普段のメタバースでの活動 / ②AIの使い方) ※あいうえお順



綾瀬みく

①VRChatおよびclusterでのイベント参加

②AIアバターを作成したり、プログラミングやコーディングにも活用



犬山ぼえる

①clusterでVRoidの素体で遊ぶ/
アバター衣装の制作・販売

②衣装の飾り付けのアイデアをもらうなど、主に画像生成やデザインで活用



咲文でんこ

①clusterでのイベント(雑談バー・DJイベント)開催/メタバース関連のライター

②ライター業のサポートやデザイン改善のアドバイスをもらう形で活用



スナ

①clusterでの読書会や「メタバース芸大」の講座イベントを開催

②自身の本屋&アートNPOイベントの企画やブラッシュアップに活用



ティー

①clusterでの交流やワールド制作

②学業や試験のサポートに加え、人生相談などにも活用



ながる

①VRアートやアクセサリ・クラフトアイテムの制作

②アイテム用スクリプトの作成など、プログラミング領域で活用



星野うえあ

①メタバースの医療活用を推進するVTuber (メタバースでの居場所支援)

②イベントのタイトルや企画の骨子作成など、事務作業の延長として活用



ユジ.リン

①メタバースでのイベントスタッフ/ゲーム配信/アイテムやワールドの制作

②Unityでの制作時の疑問や、ギミックのコードに疑問がある時に活用

AIアバターの予想外の発言が心を動かすこともあるが、雑談相手としてはまだ発達途上

—皆さんは「AIアバター」を見聞きされたことはありますか？また、率直にどう思いますか？

ユジ.リン | 前にメタバースイベントに行った時、AIの魂が入ったNPCキャラがしゃべっていました。

スナ | 私も最近、AIアバターと一緒に「連歌（短歌を連続して詠み合う）」をやる企画をやりました。
「そこ来るか」という感じの予想外の言葉が面白くて、割と盛り上がりましたよ。

ながる | VRアートを見るツアーに参加した時、AIアバターがいたのですが、VRで入ってたのもあって「（AIだけど）一緒に私たち今ワールド巡ってる」という気持ちになったのが新鮮でした。

咲文でんこ | 先日clusterでAIアバターについて議論した時は、「結局は人間じゃないから、心を揺さぶられることはない派」と「技術が進歩しているから、心を揺さぶられることもある」派がいましたね。先日AI VTuberの「Neuro-sama」が大きな話題になりましたが、AIらしくないメタ発言や、AIにはまだわかっていないと思われていたことが実はわかっていたのかもと思わせるような発言が心を動かしたんじゃないかと思います。

星野うえあ | ただ、エンタメとして一時的に見るには面白いと思うのですが、まだそんなに返答のバリエーションがないので正直まだまだな感じがします。

犬山ぼえる | やっぱり人間と話した方が面白みはありますよね。雑談相手としてはまだちょっと。でも「最近サプリにハマっているんだけど、これとこれは一緒に飲んだらダメかな？」みたいな、そういう具体的なアドバイスをもらうには役立つんじゃないでしょうか。

綾瀬みく | 確かに、医療相談やキャリア相談のような分野特化であれば話し相手にはなれるかもしれませんが、ただそれがフレンドチックに話せるレベルかと言われると、そこまで返答のバリエーションを作ることはできないので、やっぱりまだ実用レベルには至っていないのが正直なところかなと思います。

咲文でんこ | 雑談が苦手ということに加えて、AIはまだ人間が求めていることを言いたがる側面もあると思います。完全に初対面で人間かAIか分からなければなじめるかもしれませんが、個人的にはAIだと分かっちゃうと「どうせAIだからそれっぽいこと言ってるだけでしょ」となってしまいそうです。



AIアバターは、「共感」や「魂のぶつかり合い」は代替できない

—人間=魂の入っているアバターでないといけないと思うことは、どんなことでしょうか。

咲文でんこ | フィジカルな経験は人間にしかできないので、**痛みや感動をわかった上で共感したり、反対したりするのは人間でないとだめ**なのかなと思います。

ながる | 私もVRアートを解説してくれる分にはAIでいいと思いますが、**一緒に見て共感するのは人じゃないと、共感したと思えない**みたいなのはありますね。

ティー | オフ会とか他のゲーム一緒にやりたいとか、そういうつながりが欲しい人ならやはり人間じゃないとだめですね。メタバースは交流の場なので、人としての考え方が重要だと思います。

スナ | わかります。**AIばかり集まるオフ会に人間一人で参加とか、割とディストピア**だなと。ただ、今のAIにはまだ身体がないので理解できないところが多いですが、AIが身体を持ったときに劇的に変わる瞬間がくるかもしれないとも同時に思ってますね。

犬山ぼえる | 現状、イベントの裏方を願ひするにも、相談相手としても、人間の友達のほうが良いですね。ChatGPTに依存している人の話が流れてくることがありますが、**時には怒ってくれたりするからこそ友達だ**と思うんです。AIはそういうのをしてくれないんですよ。

星野うえあ | AIへの依存の問題は、医療分野ではよく出ますね。一方で、**人間は愛玩ロボットやぬいぐるみにも愛着を示すので、喋らないAIってありなのかも**って思うところがあります。ペットロスの方や子どもを亡くした方へのペットセラピーに近いような、呼んだら来るけど別に喋るわけじゃなく、エモート（感情を表す動作）をしてくれるくらいの関わり方が求められるケースもあるのかもしれない。



クリエイターが多いメタバース世界では、AIへの反感が根強い

—AIアバターに限らず、AI全体でいうと、メタバースへの浸透状況はいかがでしょうか。

犬山ぼえる | まだそんなに身近に参入してきてない気もするんですよね。クリエイターがすごく多い世界なので、AIに対する反感が結構根強くあって、役立っていると口にしづらい感じがあります。

星野うえあ | 正直、ちょっと言いにくいんですよね。

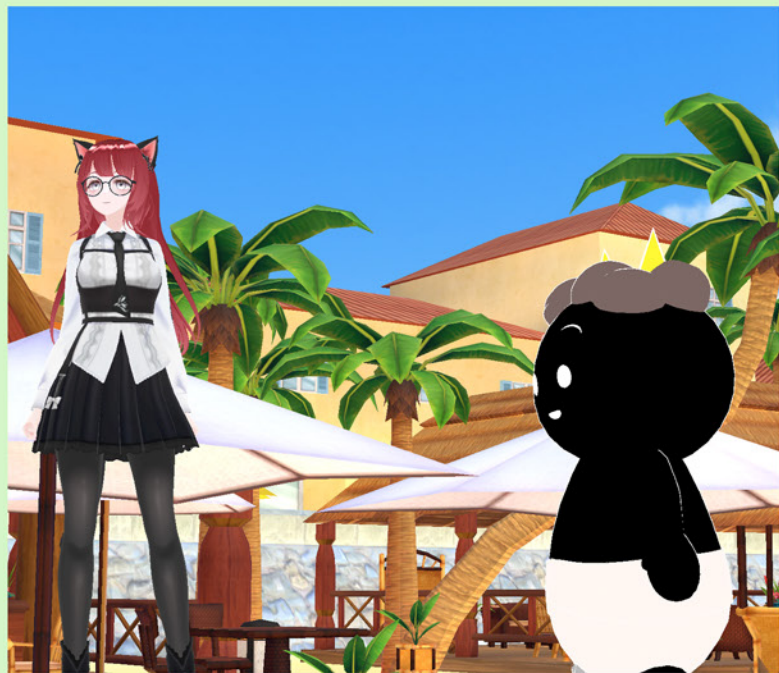
犬山ぼえる | AIにスクリプトを書いてもらうと言うと「嘘つくし、ミスがあった時にどこが悪いのかわからなくなるからクリエイターに頼んだ方がいいよ」と100%言われます。プログラマーの方も多いので、プロの目から見たAIの良くない点もあいまって、拒否感が生まれているのかもしれない。

星野うえあ | 私はイベントを開く時、演者さんなどの中にAI否定派の方がいる時はAI制作物を使わないようにしています。みんなで作るものは、AIを使っていいかどうかを運営で慎重に判断しています。

咲文でんこ | AIは他にも、ネガティブな暴走をした時に「誰が責任を取るか問題」があると思います。プラットフォームなのか、AIを作った会社なのか、それを引き起こしたプレイヤーなのかとか。

スナ | 私もAIとの共創に可能性を感じている一方で、一定の規制をかけないと、人間の表現というのが何なのか分からなくなってしまう危険性を感じています。AIが9割で人間が1割といった作品になると、よく分からなくなってしまうからです。

犬山ぼえる | やっぱり法規制が必要ですよ。今は結構やりたい放題で、人の著作物を勝手に読み込ませたりすることが反感を買っていますが、AI自体は普通に便利だと思っている人も多いはず。やっていいこと・ダメなことの基準が明確になれば、クリエイターも安心して使えるのかなと思います。



AIには、人の活動や選択肢を拡張する存在になってほしい

—AIへの反感が根強い中でも、活用が広がっている領域もあるのでしょうか。

犬山ぼえる | たとえば、マットキャップという素材のデータに関しては、AIで生成して配布している人もたくさんいます。オリジナリティの出にくい部分、著作物を勝手に改変されそうといった心配を持ちにくい部分では活用が進んでいると思います。

星野うえあ | あと、AIボイスチェンジャーはめちゃくちゃ普及している気がします。これはメタバース独自じゃないでしょうか。

犬山ぼえる | 確かにそうですね。今までのボイスチェンジャーって素の声の音階を上げて、ちょっと高く聞こえたり低く聞こえたりするのが関の山だったんですけど、AIボイチェンだと自然に別人の声になれるんですね。

綾瀬みく | ただ、現状まだちょっとタイムラグがあって、気まずくなったりするのがネックですかね。リアルタイム性が上がってくると、かなり体験が豊かになってくると思います。

—「今後、AIにこうなってほしい」ということはありますか？

ながる | AIのおかげで人の行動や視野が広がって、色々な選択肢が増えていく世の中になってほしいと思います。自分の興味があるものって本当に限られていると思っているので、AIが自分の興味のないところや他の人の興味関心とつなげてくれたらいいなと思っています。

スナ | 自分はアートNPOをやっているのですが、心身にハンディがあってアナログの表現活動が難しい方がAIを使うことで作品を発表できるといった「表現の民主化」につながるような、ポジティブな存在になってほしいですね。



座談会まとめ

AIは身体を持つことで「隣人の気配」に近づきつつあり、生活者にとっても、AIがデジタルネイバーになることが期待されている。

一方で、AIは深い共感や魂の交流においてはまだ発達途上で、**人間のデジタルネイバーならではの価値が存在していることも感じられた。**

AIアバターの予想外の発言が心を動かすこともあるが、
雑談相手としてはまだ発達途上

同じ体験を通じた「共感」や
「魂のぶつかり合い」は人間にしかできない

クリエイターが多い世界ゆえの、AIへの強い反感と懸念

「表現の民主化」や「選択肢の拡張」へのポジティブな期待

3

企業は生活者の 「デジタルネイバー」と どう向き合うべきか

情報や消費のきっかけを作るデジタルネイバー



情報の「面白がり方」から、実際の「買い物」の相談まで。
デジタルネイバーは、リアルの関係性と同等、あるいはそれ以上に生活者の感性と意思決定に影響を与える、有力な情報接点にもなり始めている。

新しいトレンドや面白い情報を、一緒に面白がりたいのは

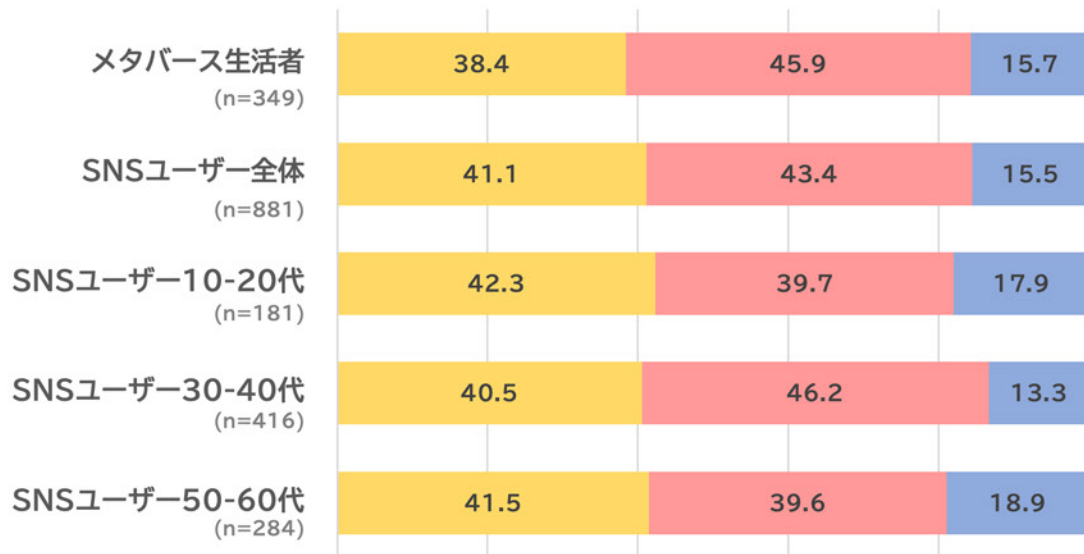
買い物をする際に意見を参考にするのは

リアルで親しくする友人や家族、恋人

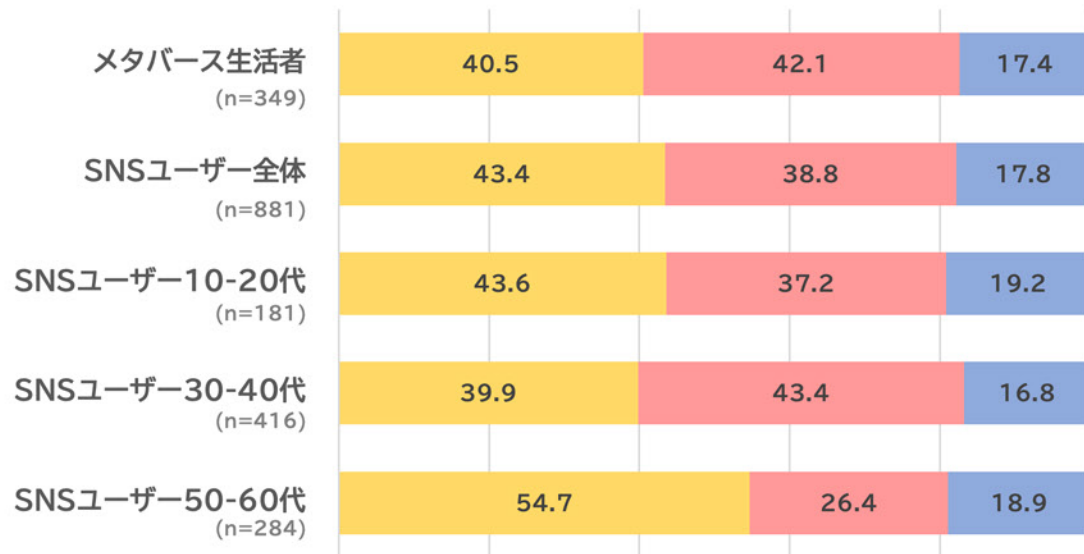
デジタルネイバー

対話型AI (ChatGPTやGemini等)

0% 20% 40% 60% 80% 100%



0% 20% 40% 60% 80% 100%



かけがえのないデジタルネイバーと接する時間



リアルな友人や家族よりも、デジタルネイバーと過ごす時の自分が好きな人や、デジタルネイバーとなんとなく時間を共有したいと思う生活者が増えている。ゆるやかなつながりでも、生活者にとっては自分らしくいられる「かけがえのない場所」に。

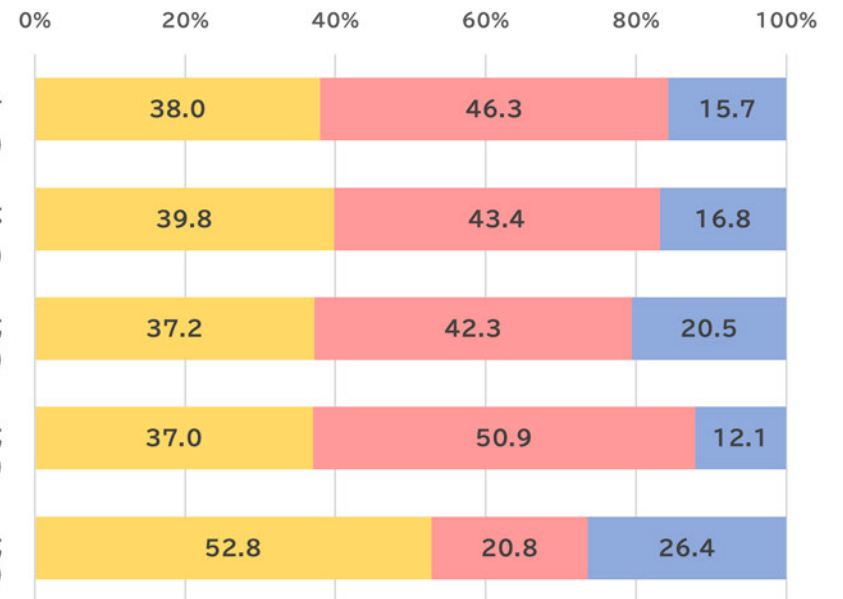
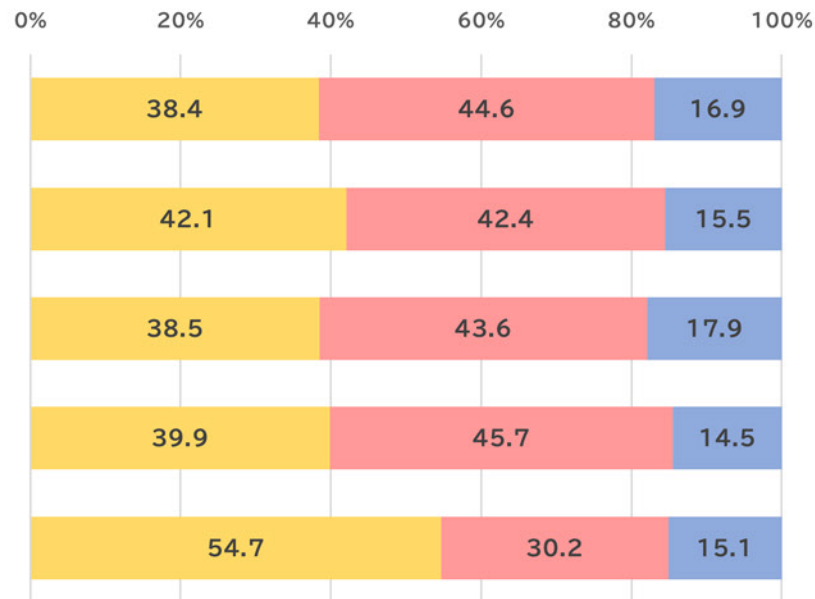
「その人と接している時の自分が一番好きだ」と思えるのは

特に目的がなくても、なんとなく時間を共有してきたいのは

リアルで親しくする友人や家族、恋人

デジタルネイバー

対話型AI (ChatGPTやGemini等)





AI時代だからこそ「デジタルネイバー」が デジタルコミュニケーション戦略のカギに

目的のない雑談や、知らない誰かと過ごす時間。

そこには、ゆるやかな繋がりだからこそ、
無意識に情報を得たり、知らず知らずのうちに影響しあったりする
「心地よい情報の共鳴」が生まれています。

こうした、従来の広告接点とは異なる「新しい関係性のあり方」に、
これからのマーケティングの可能性が眠っています。

大切なのは、企業も一人の「デジタルネイバー」として振る舞うこと。

過度なアピールではなく、まずはそっと寄り添い、
企業と生活者とがゆるやかに繋がれる距離感を作ることも大切です。

生活者のデジタルネイバーと、企業はどう向き合うべきか



いきなり自社商品・サービスに興味を持ってもらおうとするのではなく、生活者のデジタルネイバーとのゆるやかなつながりをサポートすることで自然な形で生活者とブランドの距離を縮めていくことが求められる。

Point1

デジタルネイバーに共有しやすい・したくなるコンテンツを提供する

デジタルのみでつながる仲間と会話が弾む/共感のいいねを送り合えるコンテンツで話題をつくる

たとえば…

- SNSなどでの発信に「自分はこう思う」等とツッコミたくなるような余白を設ける
- 誰も傷つかない「あるある」ネタを提供する

Point2

デジタルネイバーとゆるやかに交流できる仕組みや場を設計する

第三者からの悪意ある横やりが入ることなく、他者の存在や感情をふと感じられる仕組みや場をつくる

たとえば…

- あえて機能を絞り、スタンプやエモート（身振り）のみで多様な感情を伝えられるようなコミュニケーション手段をつくる

Point3

デジタルネイバーとの居心地のいい空間の“背景”になる

デジタルネイバーとの居心地のいい空間に気づいたらいつもいる＝“背景”として溶け込んでいる存在になる

たとえば…

- メタバース上のユーザーの交流空間/作業部屋に商品を置く
- ブランドの宣伝ではなく、お役立ち情報を発信するだけのアバターを置く

おわりに：デジタルネイバーが拓く、新しい生活の地平

デジタル空間が「特別な場所」から「当たり前前日常」へと溶け込んでいく今、そこで生まれる「デジタルネイバー」という関係性は、もはや一過性のトレンドではありません。

それは、身体や立場を超えて、ありのままの自分で誰かと繋がれる、生活者にとっての新たな幸福の形です。AIが身体を持ち、人とAIの境界線が揺らぎ始める未来においても、私たちが誰かの「気配」に救われ、誰かと「魂」をぶつけ合うという本質は変わりません。

また、私たちが研究のフィールドとしているメタバースは、単なる限定的なコミュニティではありません。そこには、デジタルが当たり前になる社会の「一歩先の未来」を映し出す、瑞々しい兆しが溢れています。だからこそ、実際にそこで日々を過ごし、繋がっている「メタバース生活者」の声にこそ、これからの社会を動かす真のインサイトが眠っていると私たちは信じています。

メタバース生活者ラボは、「デジタルネイバー」をはじめとする、デジタル空間から生まれる新たな生活文化の兆しを、これからも当事者の視点で幅広く研究し続けます。デジタル技術が私たちの暮らしや文化をどう豊かにアップデートしていくのか。その最前線を、私たちは生活者ととともに歩んでいきます。

メタバース生活者ラボがお手伝いできること



重要な生活者にとっての接点となる「デジタルネイバー」との探求をメタバース/メタバース生活者を通して行うことも可能です。

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 代表、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、界限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

堀紫/和田周（博報堂生活者発想技術研究所）
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

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

発想技研WEBサイト：<https://hassogiken.jp/>

ご協力 クラスター株式会社

クラスター株式会社は、
「あらゆるヒト、モノ、技術をつなげる共創空間のOSをつくる」をビジョンに掲げ、
日本最大級のメタバースプラットフォームを開発・運営するテクノロジーカンパニーです。

独自開発の大規模同時接続基盤を核に、リアルとバーチャルを融合した共創空間インフラを提供。
製造、教育、エンタメなど多様な業界で採用され、スマートフォンやPC、VRなどマルチデバイスに
対応しています。最大10万人が同時接続可能な空間は、多数のIPコンテンツや大型イベントで豊富
な実績を持ち、商業利用とスケールを両立するBtoBプラットフォームとして成長を続けています。

また、社内に認定研究所を設置し、ユーザー行動解析やAIによる3D制作自動化といった
研究開発を推進。外部機関との連携も積極的に行い、メタバース技術の進化を加速させています。
テクノロジーと創造力で、次世代の社会インフラをつくり続けます。

<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

『AI時代の生活者をモチベートするデジタルネイバー』

お問い合わせはこちらまで

info@metaverse-seikatsusha-lab.com