

【LIDDELL 調査】 メタバースへ強い興味！インフルエンサーの 81.4%がメタバースで活動したいと回答。期待することは、「交流」や「擬似体験」のコミュニティ。

インフルエンサーマーケティング事業を展開する LIDDELL 株式会社（本社：東京都港区、代表取締役：福田 晃一、以下リデル）は、インフルエンサーを対象に、メタバースに関するアンケートを実施致しました。

その結果、SNS からメタバースに移って活動したいインフルエンサーは 81.4%。期待することは「交流」や「体験」と、コミュニケーションの場と捉えていることが明らかとなりました。



■調査概要

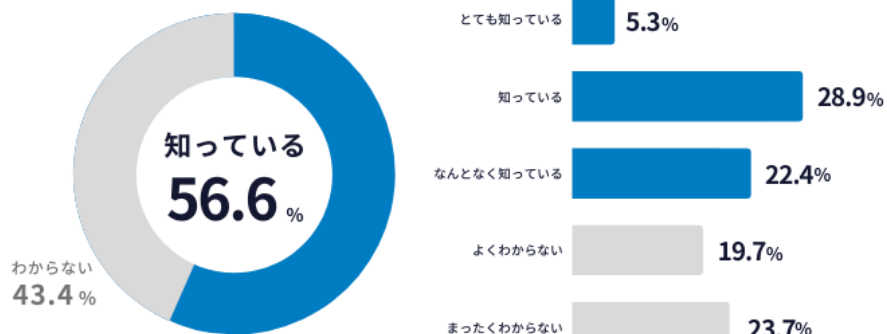
期 間：2022年1月19日（水）～1月25日（火）

調 査 対 象：30,000人のインフルエンサー会員の中からランダムに100名選定
（5,000人以上のフォロワーを擁する方が対象、10～50代、性別不問）

調 査 方 法：オンラインアンケート

■メタバースの認知は一般の2倍以上の56.6%

メタバースを知っていますか？

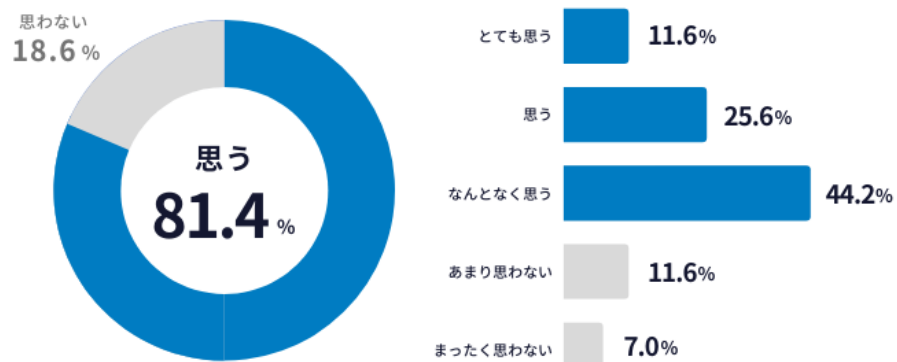


LIDDELL

インフルエンサーがメタバースを「とても知っている（5.3%）」「知っている（28.9%）」「なんとなく知っている（22.4%）」と回答し、名称認知度は56.6%となりました。一方、日本トレンドリサーチ（運営：株式会社 NEXER (<https://www.nexer.co.jp>)）の「メタバースの利用に関するアンケート」（<https://trend-research.jp/11761/>）によると、メタバースを「知っている」と回答した方は8.3%で、「聞いたことはある（16.1%）」と回答した方と合わせても24.4%であったことと比較すると、インフルエンサーのメタバースに対する名称認知度は32.2ポイントも多く、認識が2倍以上高いことが明らかになりました。

■SNS からメタバースに移って活動したいインフルエンサーは 81.4%

SNSからメタバースに移って活動したいと思いますか？



LIDDELL

メタバースを「とても知っている」「知っている」「なんとなく知っている」と回答した方に、SNS からメタバースに移って活動したいかを質問したところ、「とても思う（11.6%）」「思う（25.6%）」「なんとなく思う（44.2%）」と回答し、合わせて 81.4%が SNS からメタバースに移って活動したいと思うと回答しました。

具体的にメタバースでやってみたいことをヒアリングすると以下のような回答がありました。

■メタバースでやってみたいことは「イベント参加」「交流」「体験」

- 旅行体験、コンサートやフェスなどイベントへの参加
- 丸1日生活してみる
- アバターに着せる洋服などのデザイン
- メタバースでフォロワーの方と交流してみたいと思います。SNS ではできない同時にたくさんのフォロワーと触れ合ってみたい。
- メタバース内でスナックのようなスペースに集まり、カジュアルに会話することは面白そうだなと思います。
- フォロワーさんと交流して、一緒に非現実的な体験をしてみたい
- ライブの代わりにメタバースを活用してみたい

■メタバースへの期待は「インフルエンサーとしての活躍の場が広がる」

- 新たな職を生み出すことや、地方創生に繋がることができると嬉しいです。
- 世の中のゲームチェンジによって、より収入を増やすこと
- 自分の NFT の店舗を持ちたい
- メタバースの体験を SNS に投稿して PR したいです
- フォロワーをメタバースに連れて行って案内ツアーがしたい

■その他、バーチャル空間の開放感や没入感に期待する声もありました。

- 仮想現実として、今とは違う自分になりきれ世界。それによって現実社会のストレスや悩みを解放させたい。また、非現実世界が体験できたら嬉しい！
- 仮想空間に世界中の様々な場所からアクセスし、身体的な制限を受けず、まるで自身の分身であるかのようなリアルな体感ができること。
- 顔を出さないからこそ、思い切ったコミュニケーションをしてみたい

今回の調査では、インフルエンサーの興味関心は高く、既に持ち合わせているコミュニケーション力やクリエイティブ力がより一層活かせる場として期待していることが明らかになりました。すでにメタバースで活動するインフルエンサーもいました。

インフルエンサーの捉え方は、「メタバースは SNS の延長線上にあり、三次元に拡張されてアバターでフォロワーと一斉に交流できるコミュニティ」といったイメージです。

インフルエンサーの活躍の舞台がメタバースに移り変わり、これまで以上に「コミュニティ・マーケティング」の必然性が高まっていると考えます。

リデルでは、6,000 社以上の取引実績より培った SNS・インフルエンサーマーケティング知見を礎に、3 万人の登録インフルエンサーと共にメタバースへ大移動を行ってまいります。

【お問い合わせ】

リデル株式会社

担当： 貫（ぬき）

メール： pr@liddell.tokyo

[LIDDELL INFLUENCER WORKSPACE / LIW：SNS 課題を数値化し、効率的に解決できるワークスペース]

URL：<https://service.liddell.tokyo/>

[「VINYL MUSEUM（ビニールミュージアム）：共感型フォトジェニック・アート展」]

URL：<http://vinyl-museum.com/>

Instagram：https://www.instagram.com/vinyl_museum/

[福田 晃一代表取締役 CEO 書籍]

「影響力を数値化 ヒットを生み出す“共感マーケティング”のすすめ」

著者名：福田 晃一 発行：日経 BP 社/発売：日経 BP マーケティング

定価：本体 1,500 円+税

ISBN：9784296101313

<Amazon 購入ページ>

<https://www.amazon.co.jp/dp/4296101315/>

[インフルエンサーアワードジャパン：インフルエンサーの感性や才能を応援し、その影響を称える。]

第 6 回 IAJ 特設サイト：<https://lp.spirit-japan.com/iaj/2021/>

[企業情報]

会社名：リデル株式会社/LIDDELL Inc.

代表者：代表取締役 CEO 福田 晃一

本社：東京都港区赤坂 9-7-1 ミッドタウン・タワー12F

事業内容：(1) インフルエンサーマーケティングプラットフォームの運営

(2) SNS・インフルエンサーマーケティング支援

(3) 各種マーケティングツールの提供

コーポレート URL：<https://liddell.tokyo/>

採用に関して：<https://www.wantedly.com/companies/liddell/>

【本件に関する報道関係のお問合せ】

リデル株式会社 担当：貫（ぬき）

メール：pr@liddell.tokyo

電話：03-6432-9806