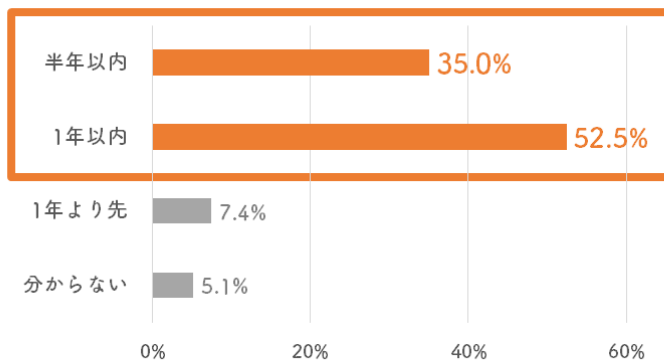


## メタバースイベント元年、2023年に到来か

### ～87.5%が1年以内にメタバースイベントを実施したいと回答～

株式会社シャノン（本社：東京都港区、代表取締役社長：中村 健一郎、証券コード：3976、以下、シャノン）は、企業でオンラインイベントの企画に携わったことがある20歳～59歳の男女550名を対象に実施した「メタバースイベントに関するアンケート」の結果を発表します。

## メタバースイベント元年、2023年に到来か



**87%以上が**  
メタバースイベントを  
**1年以内**に  
実施したいと回答

メタバースイベントに関する実態調査

### ■ アンケートサマリー

- ・87.5%が「1年以内にメタバースイベントを実施したい」と回答。
- ・メタバースイベントを実施したい理由トップは「集客が期待できる（62.3%）」、次いで「先進的企業としてのイメージ認知が期待できる（47.8%）」、「より良い顧客体験が期待できる（46.8%）」と続く
- ・従来のオンラインイベントのデメリットは、「より良い顧客体験を作れない（41.6%）」が最も多い結果に。
- ・メタバースイベントを実施できない理由として、51.8%が「運営が難しそう」と回答。
- ・メタバースイベントを実施する場合の想定予算は、「300万円～500万円未満（32.8%）」

### ▼1分で分かる！動画解説

<https://youtu.be/pELpgApso40>

## ■ アンケート実施の背景

2020 年以降、オンラインイベントの開催が増えていますが「リアルイベントのような顧客体験が作れない」など、多くの課題が浮き彫りになってきました。そのような状況のなかで、メタバース上でのイベント開催が期待されています。「メタバース」は 2022 年に新語・流行語大賞にノミネートされ、今後さらなる市場の拡大が見込まれています。

注目が集まるメタバースイベントの開催について、他社はどのような状況であるのか知りたいというお声が多く、シャノンでは企業でオンラインイベントの企画に携わったことがあるかたを対象に、メタバースイベントならびにオンラインイベントに関するインターネット調査を実施しました。

## ■ 2023 年アンケート実施概要

### アンケート実施概要

1. 対象者  
企業でオンラインイベントの企画に携わったことがある20歳～59歳の男女
2. 人数  
550人
3. 設問数  
12問
4. 回答期間  
2023年1月26日(木)～1月27日(金)
5. 実施方法  
ネットリサーチ

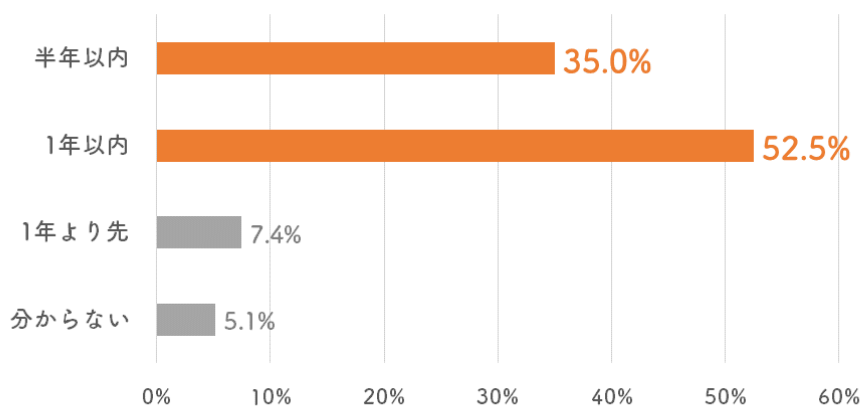
※構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても100にならない場合がございます。

## ■ 87.5%が「1年以内にメタバースイベントを実施したい」と回答。

「メタバースイベントを実施してみたいと思いますか」という質問で「とても思う」「やや思う」と回答した74.8%のかたにいつ頃実施したいかを尋ねたところ、「半年以内」が35.0%、「1年以内」が52.5%と、1年以内の実施希望者が87.5%を占めました。

回答者の多くが2023年のうちに開催を希望していることから、メタバースの活用を現実的に考えている企業が多く、2023年が「メタバースイベント元年」となると予想されます。

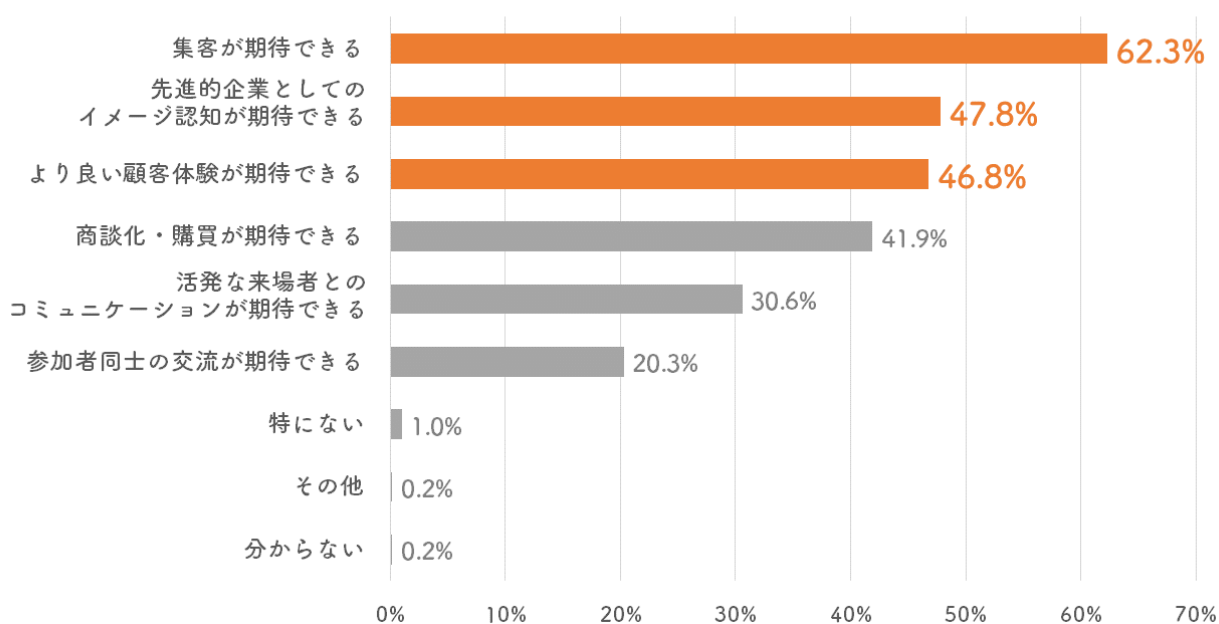
## Q1 | メタバースイベントをいつ頃実施したいですか



### ■ メタバースイベントを実施したい理由として、「集客」「ブランド価値向上」が上位に

メタバースイベントを実施したい理由として、トップは「集客が期待できる（62.3%）」、次いで「先進的企業としてのイメージ認知が期待できる（47.8%）」、「より良い顧客体験が期待できる（46.8%）」と続きました。注目したい点として、メタバースイベントの実施により、イメージ認知やより良い顧客体験の提供といった、ブランド価値の向上が求められている点です。ブランド価値への貢献が期待されているのは、メタバース空間で、参加した顧客が自分の意志でブースを訪れたり、イベント空間を散策したりとリアルイベントに近い体験ができるためだと考えられます。

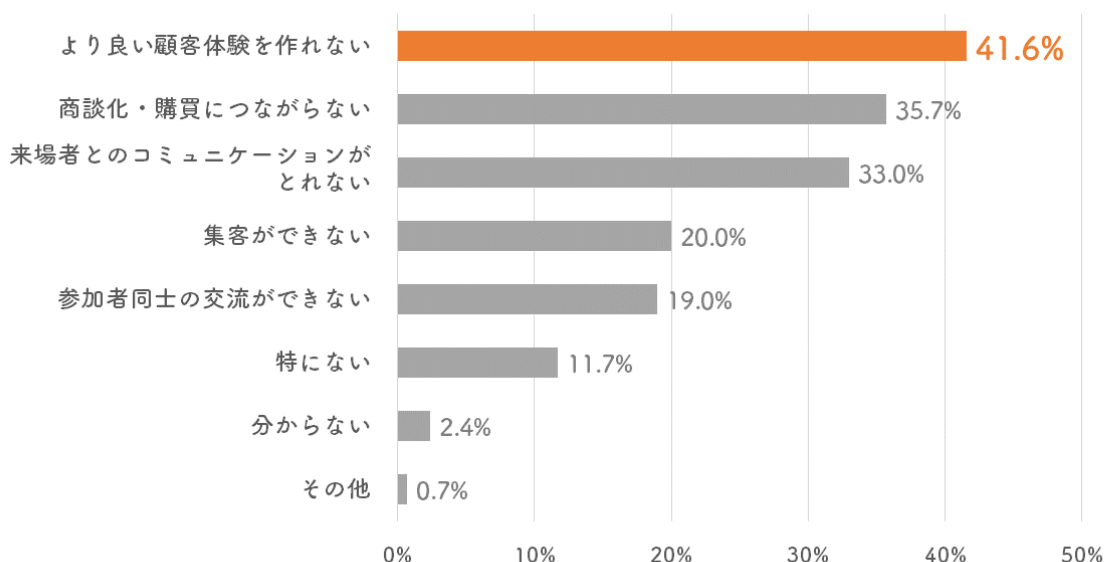
## Q2 | メタバースでのオンラインイベントを実施したい理由を教えてください



■ 従来のオンラインイベントのデメリットは、「より良い顧客体験を作れない（41.6%）」が最も多い結果に。

従来のオンラインイベントのデメリットとして、「より良い顧客体験を作れない（41.6%）」が最も多い結果になりました。この課題感が、メタバースが求められている要因だと考えられます。

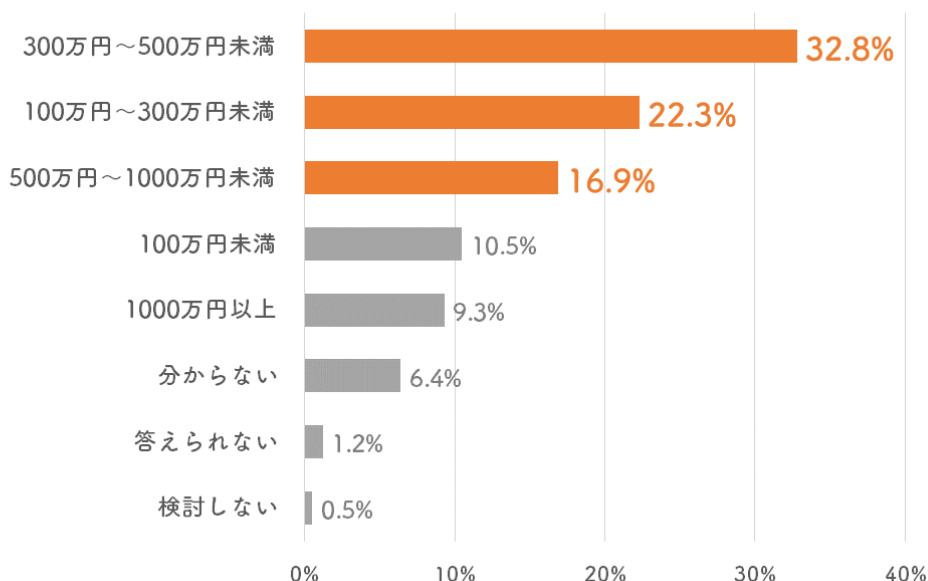
Q3 | オンラインイベントのデメリットで当てはまるものをお選びください。



■ メタバースイベントを実施する場合の想定予算は、「300万円～500万円未満（32.8%）」

メタバースイベントを実施する場合の想定予算は、「300万円～500万円未満（32.8%）」が最多なもの、「100万円～300万円未満（22.3%）」、「500万円～1000万円未満（16.9%）」と続き企業によってばらつきが大きい結果となりました。

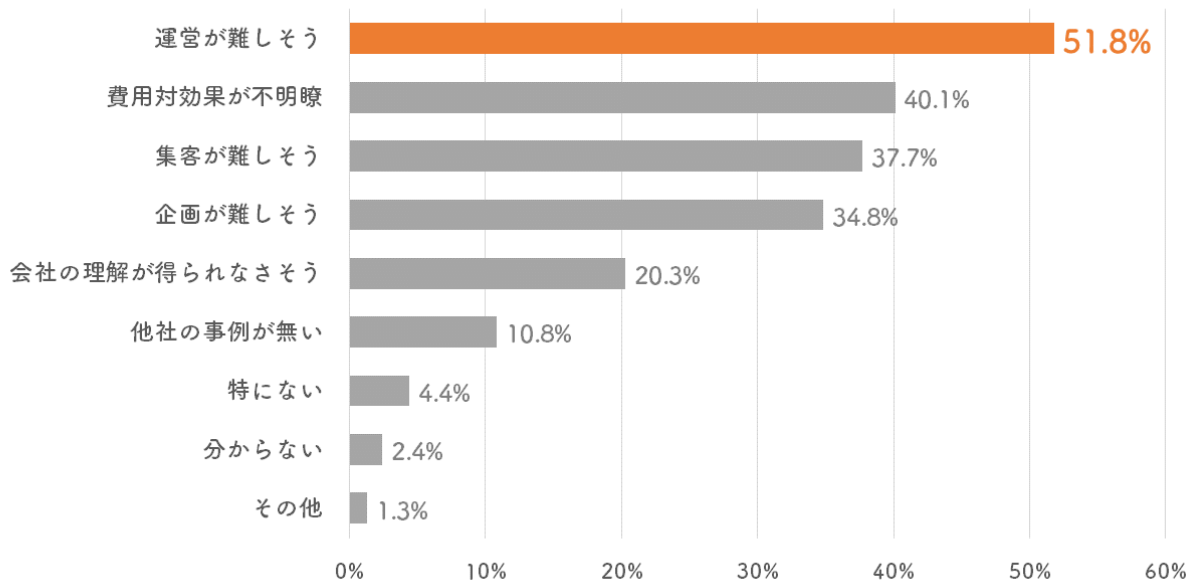
Q4 | メタバースイベントを実施する場合の想定予算について教えてください



## ■ メタバースイベントを実施できない理由として、51.8%が「運営が難しそう」と回答。

期待値の高いメタバースイベントですが、実施できない理由は何が考えられるかを尋ねたところ、51.8%が「運営が難しそう」と回答しました。この運営の課題をイベント業界が一丸となって解決することで、ビジネスにおけるメタバースイベントがより普及していくと考えられます。

### Q5 | メタバースイベントを実施できない理由は何が考えられますか



## ■ アンケート結果から読み解く押さえないポイント

「今後メタバースイベントを実施したい」と回答したうちの87.5%が「1年以内に実施したい」と回答し、メタバーズの活用を現実的に考えている企業が多いことが分かりました。

このことから、2023年は「メタバースイベント元年」と言えるのではないのでしょうか。

さらに、メタバースイベントを実施したい理由として多かった回答は大きく2つに分けられます。ひとつはオンラインイベント全般に共通する「集客の向上」で、もうひとつがイメージ認知やより良い顧客体験の提供といった「ブランド価値の向上」です。オンラインイベントの課題として「顧客体験の構築の難しさ」と回答したかたが多かったことを踏まえると、顧客体験の課題を解決する手段として、メタバースイベントを検討しているかたが多いといえます。

なお、メタバースイベントを実施する場合の想定予算は「300万円～500万円未満（32.8%）」が最多なものの、企業によってばらつきがある結果となりました。

期待値の高いメタバースイベントですが、実施の課題は「運営」であることが分かりました。この運営の課題をイベント業界が解決することで、ビジネスにおけるメタバースイベントがより普及していくと考えられます。

## ■株式会社シャノンについて

シャノンは、クラウドテクノロジーをコアに、企業のマーケティング課題を解決する製品・ソリューション・サービスを提供しています。デジタルとアナログを組み合わせるデジアナマーケティングなどを実現し、イベント、セミナー、マーケティングオートメーション、CMS、アドテクノロジー、メタバースまで提供するシャノンのマーケティングクラウドは、金融、IT・通信、製造業から公共機関まで業種を問わず、大規模から中規模まで多様なシーンでご利用いただいています。

社名商号	株式会社シャノン（英文：SHANON Inc.）
証券コード	3976（東証グロース）
代表者	代表取締役社長 中村 健一郎（なかむら けんいちろう）
所在地	東京都港区三田 3-13-16 三田 43MT ビル 4 階
事業内容	クラウド型マーケティングソリューションの企画・開発・販売・サポート マーケティングにかかわるコンサルティングおよびサービスの提供
URL	<a href="https://www.shanon.co.jp/">https://www.shanon.co.jp/</a>

## ■ メタバースイベントサービス「ZIKU」について

シャノンの子会社である株式会社ジクウが提供しているメタバースイベントサービス「ZIKU」の製品情報はこちら

<https://www.shanon.co.jp/products/ziku/>

## ■ 本ニュースリリースに関するお問い合わせ先

株式会社シャノン マーケティング部

TEL：03-6743-1565

E-mail：[marketing@shanon.co.jp](mailto:marketing@shanon.co.jp)

株式会社ジクウ PR 担当

E-mail：[sales@ziku.inc](mailto:sales@ziku.inc)