

メタバース・Web3.0の活用による 新しいビジネスモデルの研究 (クラス1) ーメタバースをビジネス利用する際の成功要素と シチュエーションについてー アブストラクト

1. はじめに

1990年頃からインターネットが普及し始め、静的コンテンツが中心であったWeb1.0の時代を経て2000年頃より双方向コミュニケーションが中心のWeb2.0として活性化してきた。そこからブロックチェーン技術によってデータを個人に分散させる分散型へと概念が変化し、Web3.0として発展が見込まれている。一方で、メタバースはまだ草創期ではあるが、一部の人がデジタル空間で収入の大半を稼ぎ、消費し、投資する未来も予測されている。日本のメタバースの市場は2022年の8兆6,144億円から、2030年には123兆9,738億円まで拡大するといわれている。メタバースに関しては活用も徐々に進んできており、コンシューマ向け等ではビジネスとして大きく動き始めている。

2. メタバースをビジネスで活用するには

メタバースを活用していく上での大きな課題は、メタバースの利用方法、有効な活用方法が分からないという点である。メタバースを利用する優位性がどんなシチュエーションで発揮されるのか、どのような分野や業態に向いているのかが把握できていない。この状態で目的や使用用途が曖昧なままメタバースを利用し、失敗している事例も見受けられる。また、発展中の技術でもあるため、有識者も少なく、環境面・技術面でも不安要素がある。

3. 事例調査と成功要素抽出

本研究では、前述のメタバースをビジネスで活用する上での課題を解決する。そのためには、既存あるいは新規ビジネスの検討時に「メタバースを利用すべき要素」「メタバースが必須となるシチュエーション」が事前に把握できれば、より成功する可能性を高めることができると考えた。メタバースに対して正しい理解をした上で課題やビジネスに利用ができれば、メタバースの活用ができるはずである。そこで、メタバースをビジネスとして成功させた事例を調査し、メタバースビジネスが成功するシチュエーションについて、業界及び目的を軸に分析した。また、メタバースが活用できている事例に含まれている要素を抽出し、この要素が含まれていれば、メタバースを活用できるビジネスモデルであると言えることを確認した。その調査結果をもとにビジネスモデルを立案し、その評価を行った。

4. メタバース空間の効果検証

立案したビジネスモデルに対し、実際にメタバースが有効か検証した。実機(Meta Quest 3)を使い検証実験を実施した結果メタバースを用いた手法が、写真などの2次元情報を用いた従来の手法の75%程度作業時間を削減することができ、メタバースが有効であることが確認できた。また、建設業の作業に関してメタバースを活用した事例も同様に検証した結果、本研究で明らかにした成功要素を含んでおり、メタバースが活用できているビジネスモデルであることが確認できた。

5. 本研究の総括

本研究では、メタバースをビジネス活用する際の成功要因を明らかにし、それが含まれているビジネスモデルに対してはメタバースが有効であるということが分かった。また、ビジネスモデルを立案する際のポイントは、メタバースを問題解決の一手段として捉え、立案時にメタバース活用を目的としないことである。そうすることで、メタバースで課題解決する際に合理的にメタバースを利用したビジネスモデルを立案することができる。