

# 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 (メタバース・Web3.0の活用によるビジネス変革) (クラス2)

## アブストラクト

### 1. 研究の背景と課題

メタバースの利活用を検討している日本企業は多いものの、実際の導入が思うほどは進まない現状である。Web3.0は法整備などの遅れから、導入まで程遠い現状である。米国ではメタバースへの投資が盛んであり、国内でメタバースビジネスの商機を逃すことはDX化の遅れを増長させ、世界の市場に対する差を拡大させる恐れがある。メタバースビジネスの検討に必要な情報が整理できていないことが課題であると考えられる。

### 2. 研究のアプローチ

公開されている事例を分析し、共通するビジネスに重要な項目を検討した。ビジネスのグループごとに、重要な項目は変わりうると考え、事例のグルーピングを始めに行った。続いて、新規ビジネスにおいて使われるビジネスモデルキャンパスを用い、重要項目を検討し、活用ツールにまとめた。最後に、活用ツールでまとめられた重要項目の妥当性を評価するために、現在進行形で検討されている事例のインタビューを行った。この事例の内容を活用ツールにあてはめ、改善項目や検討すべき項目を洗い出し、妥当か検討した。

### 3. 研究成果

調査した事例は、「効率化・コスト削減」「サービスで稼ぐ」「販売促進・ブランディング」「研修(社内教育)」4つの分野に分類できることが分かった。それぞれについて重要な項目を検討し、まとめた。このまとめは、メタバースビジネスを推進する企画者、投資判断をする者、さらに意思決定者が企画を同じ目線で評価するために利用できる。さらに、現在進行形で検討されている事例をあてはめることで、企画当初には明らかでなかった検討すべき重要項目を挙げ、また企画の対象とする顧客セグメントの修正が効果的であると明らかにした。4つの分野において、メタバースビジネスの検討に必要な情報が整理できたと結論づける。また、本論文で示した分析手法は、本研究で取り上げた4つの分野以外の事例に対する分析方法として参考になると思われる。

### 4. 今後の提言

先に示したとおり、現時点では事例の分野に偏りがあることは否めない。また、Web3.0との相互作用も見逃せない重要な要素であるものの、現時点では事例が少ない。将来的にメタバースのビジネスが飛躍的に発展するにあたり、必要不可欠である他分野との融合について検討した。