



neos

cluster

VirtualCast™

Social VR Lifestyle Survey 2023

ソーシャルVRライフスタイル調査2023



AMBASSADOR

PANORA
VIRTUAL REALITY JAPAN

メタカル 最前線



AXON PARK



L-Università ta' Malta
Faculty of Information &
Communication Technology

Department
of Artificial
Intelligence

VNOS

[Apology] Name Change of Japanese Title

【お詫び】 日本語名称の変更について

Sorry, Japanese only.

本レポートの日本語名称「ソーシャルVR国勢調査2023」（略称/ハッシュタグ:#VR国勢調査）について、SNSや読後アンケートで以下のような意見を複数頂きました。

- ・私的な調査プロジェクトであるにも関わらず、政府の「国勢調査」を用いるのは不適切ではないか
- ・公開アンケート方式にも関わらず、全数調査である「国勢調査」を用いるのは紛らわしいのではないか

名称については、以下の理由によりこちらを採用しております。

- ・2年前に実施した「ソーシャルVR国勢調査2021」でも、配布サイト上でネーミングの理由を説明し一部から好評を頂いており、読後アンケートでも指摘がなかつたこと
- ・「●●国勢調査」というネーミングで既にMMOやソーシャルゲーム等で多数使われていたこと
- ・「国勢調査」という言葉を使っても統計法上問題ない旨、統計局に確認していたこと

しかしながら、皆さんのご意見と、レポートの注目度が我々の当初の想定を大きく超えてしまったこと等から、現在では不適当と判断し、名称を変更致します。新名称については、既存の他調査と被らないこと、語感・わかりやすさ・覚えやすさなどを考慮し、

「ソーシャルVRライフスタイル調査2023」（略称/ハッシュタグ:#VRライフスタイル調査）

とさせて頂きます。（英語名称については「Social VR Lifestyle Survey 2023」のままとさせて頂きます）

たくさんの方に回答・拡散協力頂いたプロジェクトにも関わらず、誤解を招くような表現を使ってしまったこと、不快感・ご心配をおかけしてしまったこと、大変申し訳ありませんでした。

バーチャル美少女ねむ

（日本語の名称についてはねむの独断で決定しており、共同研究者のミラには一切責任はありません）

Foreword // はじめに

Against the backdrop of the COVID-19 pandemic and more accessibly priced VR equipment, the number of Social VR users is said to have increased by more than fivefold in the past few years. It has been gaining traction as a new space — the “Metaverse” — where people can live. In this study, we analyzed 2,000 answers to a large-scale public survey conducted among VR users worldwide to visualize the lifestyle. This second time survey focuses on the “impact of rapid population growth in 2 years.” Based on numerous requests from residents in the pre-survey, we have added the “Community” and “Economy” topics as key themes and conducted a detailed analysis. How will we connect and live in this rapidly expanding virtual world? This report is nothing more than an introduction to the mere entrance of the ever-evolving universe. We hope that it is a stepping stone to understanding the intricacies of the new era that is about to begin and engage discussions for a better future.

コロナ禍とVRゴーグルの低価格化を受けて、ソーシャルVRのユーザー数はここ数年で5倍以上に拡大したと言われており、人類の新たな生活空間「メタバース」として注目されています。本調査では、全世界のVRユーザーを対象に行った大規模公開アンケートの回答2,000件を分析することで、そのライフスタイルを可視化しました。第2回となる今回は「人口急増による2年間での変化」に着目します。また、事前アンケートでも住人のみなさんから非常にリクエストの多かった「コミュニティ」「経済」のトピックを重点テーマとして追加し、詳しく分析しました。今大きく広がり始めた仮想世界で、果たして私達はいかに繋がり、いかに生きていくのでしょうか？本レポートは進化し続ける世界のほんの入口を紹介したに過ぎませんが、来る新時代の一端を照らし出し、より良い未来に向けた議論のきっかけになれば幸いです。



Nem x Mila

Virtual Girl Nem // バーチャル美少女ねむ

Japanese VTuber, writer and Metaverse culture evangelist. HTC official VIVE ambassador. Published the commentary book "Metaverse Evolution Theory (Gijutsu hyoron-sha)" in 2022. Received the Grand Prize in the "IT Engineer Book Awards 2023" in the business book category.

日本のVTuber/作家で、メタバース文化エバンジェリスト。HTC公式VIVEアンバサダー。2022年に解説書『メタバース進化論（技術評論社）』を出版。「ITエンジニア本大賞2023」ビジネス書部門で大賞を受賞。

Twitter:@nemchan_nel / Email : nemnemchannel@gmail.com

Organizers: Research unit // 運営：研究ユニット

Liudmila Bredikhina // リュドミラ・ブレディキナ

Ph.D. student at Malta University, Department of Gender & Sexualities, Faculty for Social Wellbeing. She received the "Prix Genre" (Gender Prize) academic award from the Geneva University for her master's thesis on "ba-bi-niku" and "VTubers" in 2022.

マルタ大学社会福祉学部ジェンダー＆セクシャリティ学科で博士課程在籍。2022年に「バ美肉」「VTuber」に関する修士論文でジュネーブ大学のジェンダー分野の学術賞「プリ・ジャンル」（ジェンダー賞）を受賞。

Twitter : @BredikhinaL / Email : liudmila.bredikhina@gmail.com

Social VR Lifestyle Survey 2023

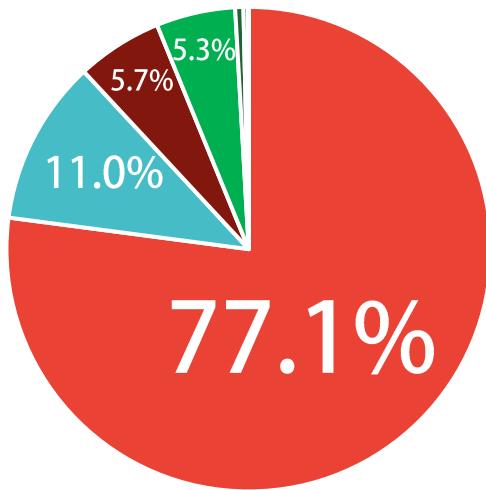
ソーシャルVRライフスタイル調査2023

- Purpose: To examine the lifestyle of social VR users.
- Eligibility: Users who have used social VR (VRChat, Neos VR, cluster, Virtual Cast, etc.) with a VR head-mounted display at least 5 times in the last year. (Please refrain from answering if you connect to Social VR only from desktop or phone)
- Methodology: From August 28 until September 16, 2023. Public survey via Google Form in English and Japanese.
- Recruit : Issued press releases in English and Japanese. Spread the survey via various media sites and related communities.
- Report: We visualized the results, analyzed the correlations between each items and assessed changes from past data.
- Official supporters : HIKKY Co., Ltd, PANORA, Meta-cul Frontier, VR Ajito, AXON PARK, VNOS Corporation, University of Malta (Dr Vanessa Camilleri)
- 目的：ソーシャルVRのユーザーのライフスタイルを明らかにすること
- 対象：VRヘッドマウントディスプレイを用いて、ソーシャルVR (VRChat、Neos VR、cluster、バーチャルキャストなど) を直近1年以内に5回以上使ったユーザー(デスクトップ・スマホからのみの利用者は今回は対象外)
- 方法：2023年8月28日～9月16日、日本語・英語でのGoogleフォームによる公開アンケート
- 募集：日本語・英語でプレスリリースを発行。各種メディア・関連コミュニティ経由で拡散
- レポート：結果を可視化し、各項目間の相関関係や過去のデータからの変化を分析した
- 公式サポーター：株式会社HIKKY、PANORA、メタカル最前線、VRアジト、AXON PARK、株式会社ブイノス、マルタ大学（助言・総評：ヴァネッサ・カミッレーリ博士）

2,007 answers // 回答数

- Thank you for answering and sharing! // 回答と拡散ありがとうございました！
- More than 10 media publications in 2 languages // メディア掲載2言語10件以上
- The number of samples has increased dramatically. Asia is newly included in the analysis.
サンプル数が劇的に増加。新たにアジアが分析可能に。

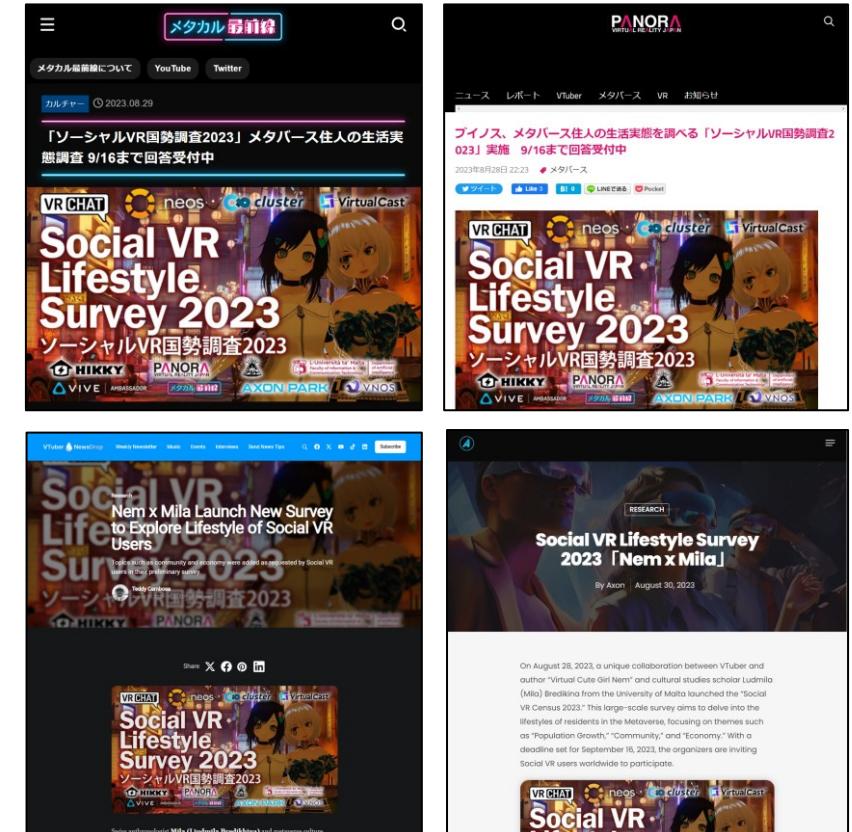
Please select the "area" you are currently residing in
あなたの現在お住まいの「地域」を教えて下さい



Enough n to compare 4 regions // 4地域比較に十分なn数
*Sampling errors : appx. 3-10% in maximum (Japan-Asia)
サンプリング誤差：最大3~10%程度（日本～アジア）

	n	%
1,547	77.1%	
221	11.0%	
115	5.7%	
106	5.3%	
11	0.5%	
6	0.3%	
1	0.0%	
Total // 合計	2,007	100%

*Asia: China, South Korea, Taiwan, Indonesia, Malaysia, Philippines, etc. //
アジア：中国、韓国、台湾、インドネシア、マレーシア、フィリピンなど



Contents // 目次

- Part 1. Lifestyle and Community // ライフスタイルとコミュニティ
Social VR utilization trends, purpose of use and community // ソーシャルVRの利用動向・利用目的・コミュニティ
- Part 2. Identity // アイデンティティ
Users' names, avatars and vocal expressions // ユーザーによる名前・アバター・音声表現
- Part 3. Communication // コミュニケーション
Distance, skinship, romance and sex among users // ユーザー間の距離感・キンシップ・恋愛・セックス
- Part 4. Economy // 経済
Amount and breakdown of expenses and income in virtual space // 仮想空間における支出と収入の金額と内訳
- Part 5. Phantom Sense // ファントムセンス
Types of sensations, sensitivity and tactile perception sites // 感覚の種類・感じやすさ・触覚を感じる部位

※Please note that this report includes statistics related to sexual activities // 一部性的な行為に関する統計も含まれますのでご注意ください

Limitations // 制限事項

- Sampling bias: There is a possibility of respondent bias due to the public survey method. To minimize this, we collected answers from a wide range of users with the help of various media sites and related communities. We've also compared the results with the past two surveys (1,197 samples in 2021, 876 samples in 2022) to check for any extreme biases. In addition, there is a language bias as this survey was conducted only in English and Japanese.
- Sampling error: A small sample size can significantly impact the sampling error. To avoid this, data analysis was conducted only for categories that matched the pre-established minimum sample number. (Typically, at least 70 samples. Approximately 12% errors in maximum)
- VR focus: This survey focuses on VR experiences and excludes users who access social VR only from desktop mode or smartphone. The purpose of this is to focus on the immersive/somatosensory impact of VR. As such, we wanted to avoid confusion by allowing data collection from non-VR online game users that other specialists and academics have deeply researched in previous studies.
- サンプルの偏り：公開アンケート方式の為、回答者の偏りが生じる可能性があります。可能な限り偏りを減らすべく、各種メディア・関連コミュニティの協力を得て幅広くユーザーの回答を募りました。さらに過去2回(2021年は1,197サンプル、2022年は876サンプル)の結果と比較し、極端な偏りがみられないか確認しています。また、本調査は英語と日本語のみで実施された為、言語による偏りが存在します。
- サンプリング誤差：条件によってはサンプル数が少なく、誤差が大きくなる場合があります。これを避ける為、最低限の回答数が集まった条件(原則として最低70サンプル、誤差最大12%程度)についてのみデータ分析を実施しました。
- VR重視：本調査はVRでの体験にフォーカスしており、デスクトップやスマホのみからアクセスするユーザーは対象外です。この理由は、本調査がVRの没入性や体性感覚が及ぼす影響を重視しており、従来の非VRのオンラインゲームでのデータが混入することを避けるためです。オンラインゲームに関しては既に多くの専門家・学者による先行研究があります。

Lifestyle and Community

Part 1. ライフスタイルとコミュニティ

Social VR utilization trends, purpose of use and community
ソーシャルVRの利用動向・利用目的・コミュニティ



Summary - Lifestyle and Community

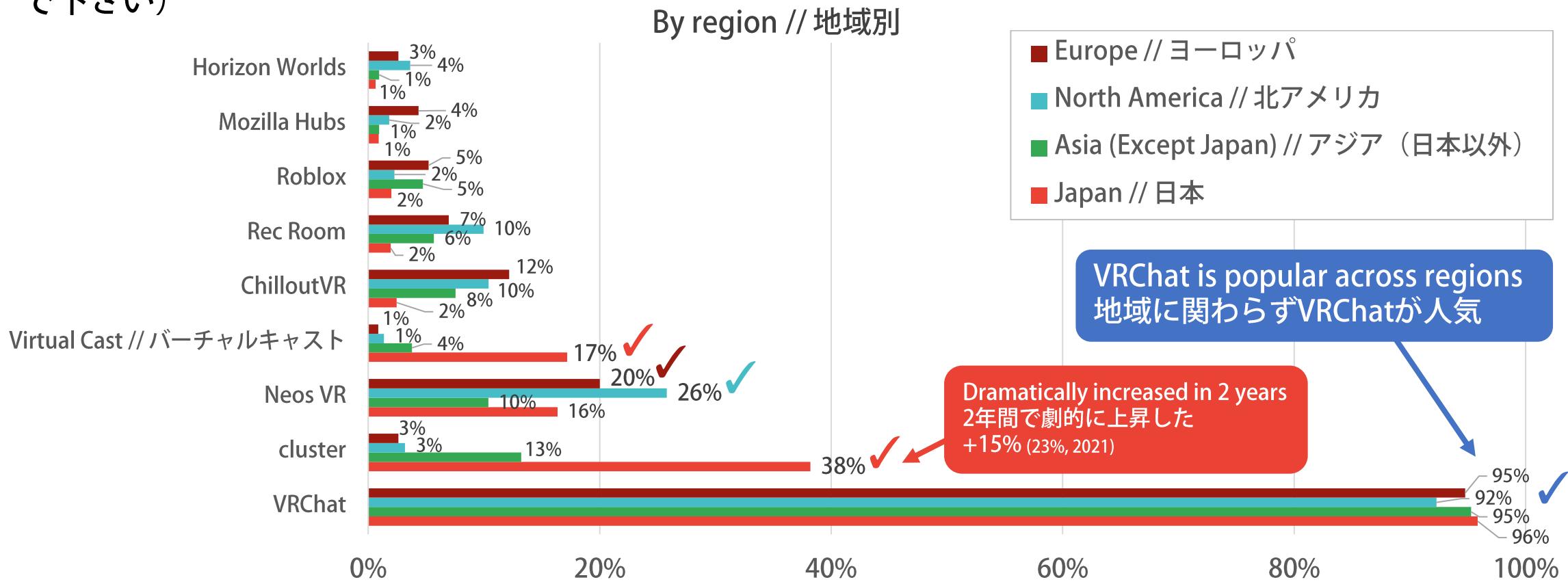
概要 - ライフスタイルとコミュニティ

1. There have been no changes in the structure of the 4 major platforms (VRChat, Neos VR, cluster, Virtual Cast). However, over the course of two years, cluster has significantly increased its share. It is estimated that cluster has seen increased use beyond just events, attracting more casual users.
2. Overall, the predominance of physical male users has not changed (66~85%). However, in some regions, the proportion of physical female users has gradually started to increase.
3. Over the course of two years, the total overall playtime has significantly increased. In VRChat, over half of the users play for more than 1,000 hours.
4. In terms of popular communities, the top 3 categories in VRChat were "casual chats," "music," and "fashion." However, in Neos VR, "creative" events ranked first, highlighting significant differences in trends based on the service and region.
1. 四大サービス（VRChat・Neos VR・cluster・バー・チャルキャスト）の体制には変化なし。ただし、2年間でclusterが大きくシェアを伸ばした。clusterはイベント目的以外の活用が増え、カジュアルなユーザーが増えていると考えられる。
2. 全体として物理男性が優勢な傾向（66～85%）は変わらないが、地域によっては物理女性が徐々に増え始めている。
3. 2年間で全体の総プレイ時間が大きく伸び、VRChatでは1,000時間以上プレイしている人の割合が過半数に達した。
4. 人気のコミュニティのトップ3はVRChatの場合「雑談」「音楽」「ファッション」であった。ただし、Neos VRでは「クリエイティブ」系のイベントが1位になるなど、サービスや地域によって様相が大きく異なることがわかった。

Frequently used Social VR

よく利用するソーシャルVR

Please select "all" the social VR platforms you often use (Choose only those you have used multiple times) // よく利用するソーシャルVRを「全て」教えて下さい（複数回利用したことがあるものを選んで下さい）



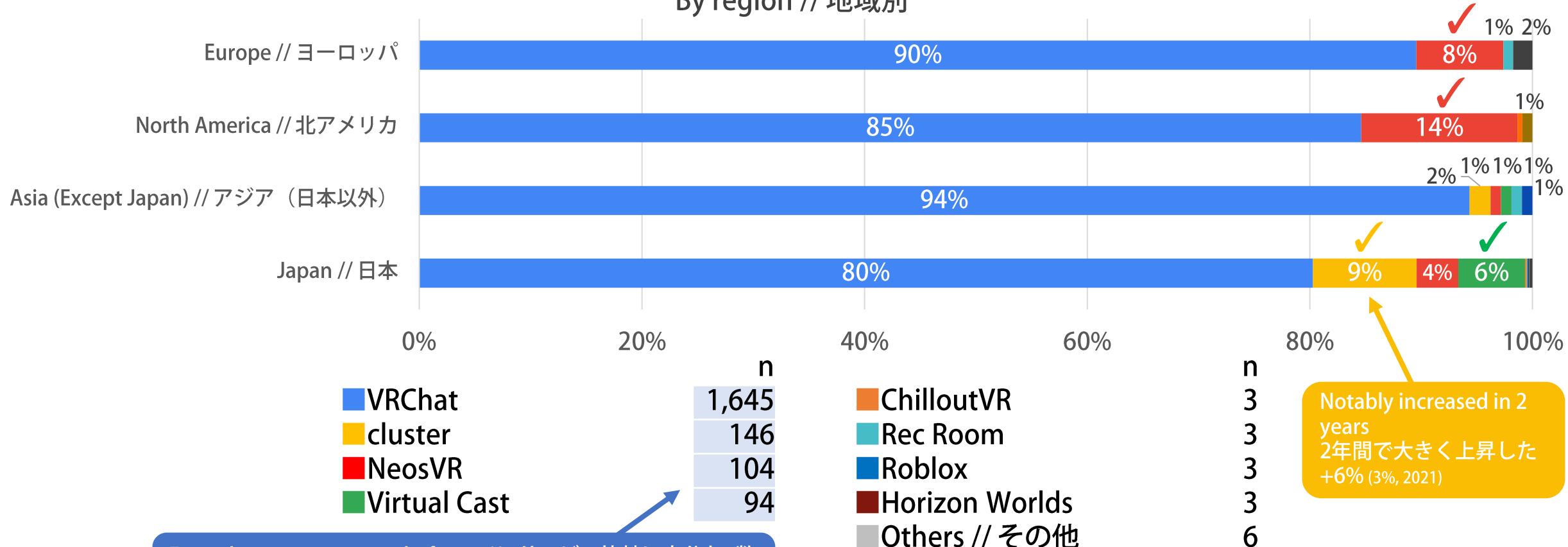
The most used social VR

最も使うソーシャルVR

VRChat is dominant across regions
地域に関わらずVRChatが支配的

What social VR do you use "the most"? // 「最も」よく利用するソーシャルVRを教えて下さい

By region // 地域別



Enough n to compare 4 platforms // 4サービス比較に十分なn数

*Sampling errors : appx. 3-10% in maximum (VRChat-Virtual Cast)
サンプリング誤差：最大3~10%程度 (VRChat～バーチャルキャスト)

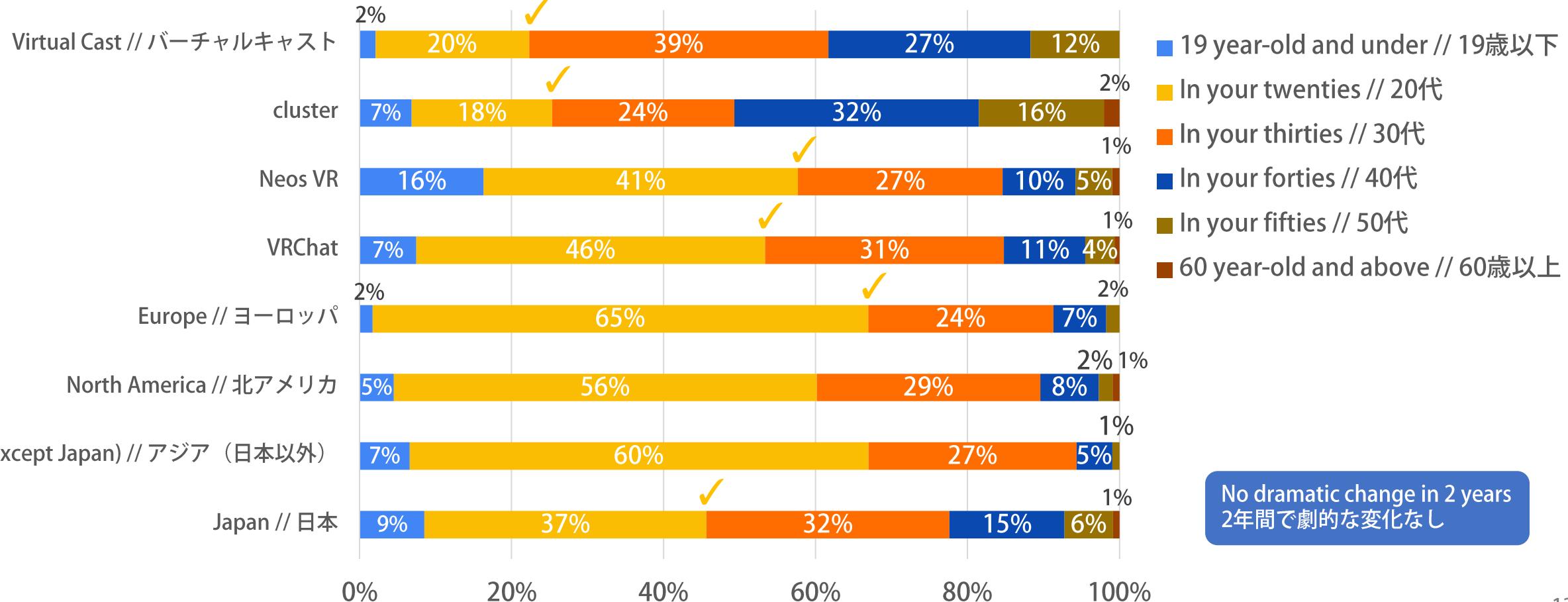
Notably increased in 2 years
2年間で大きく上昇した
+6% (3%, 2021)

Age // 年代

Please state your age group // 年代を教えて下さい

Over half are in their twenties or under in VRChat
VRChatでは過半数が20代以下

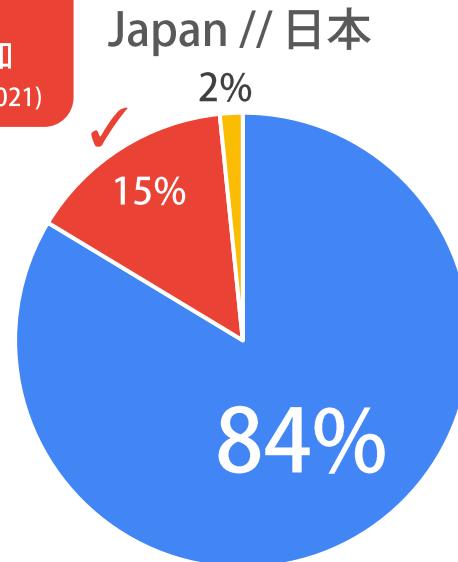
By platform and region // サービス・地域別



Physical sex // 物理性別

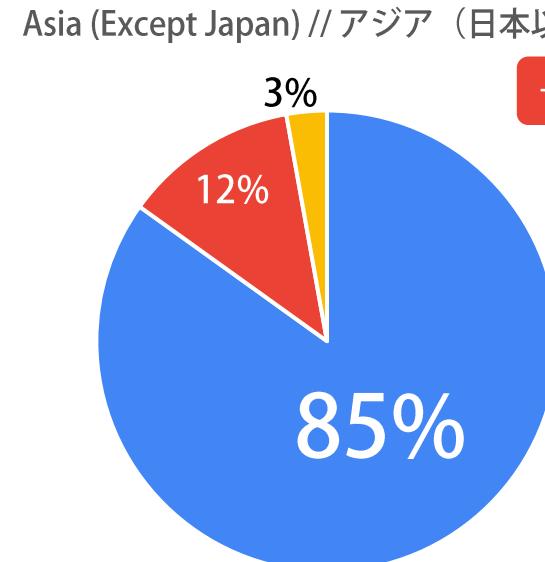
Please state your sex in the physical world (If it is not on the list, please fill in "other") *The purpose of this question is to distinguish between "physical" sex and avatar appearance (Masculine/Feminine) in the virtual world // 物理現実世界における性別を教えて下さい（当てはまるものがない場合は「その他」に記入して下さい）*この質問は仮想現実世界におけるアバターの性別と物理性別を区別するためのものです

Female users increased
女性が増加
+6% (9%, 2021)

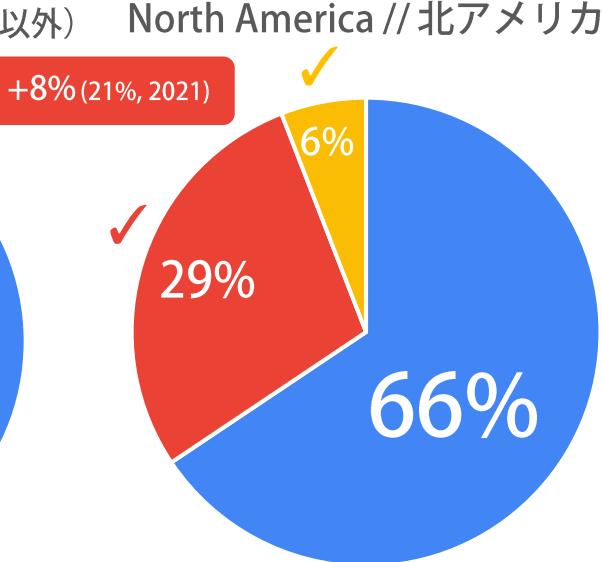


Japan // 日本

By region // 地域別

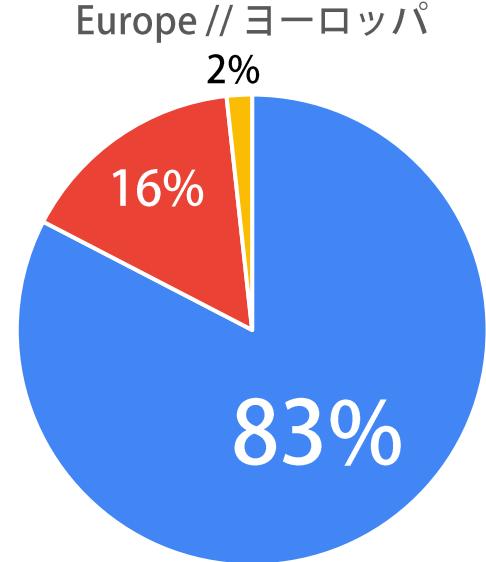


Asia (Except Japan) // アジア（日本以外）



North America // 北アメリカ

More male users across regions
地域に関わらず男性が多め



Europe // ヨーロッパ

■ Male // 男性
■ Female // 女性
■ The others // その他

n
1,640
323
44

Enough n to compare male and female
男女比較に十分なn数
*Sampling errors : appx. 3-6% in maximum (male-female)
サンプリング誤差：最大3~6%程度(男性～女性)

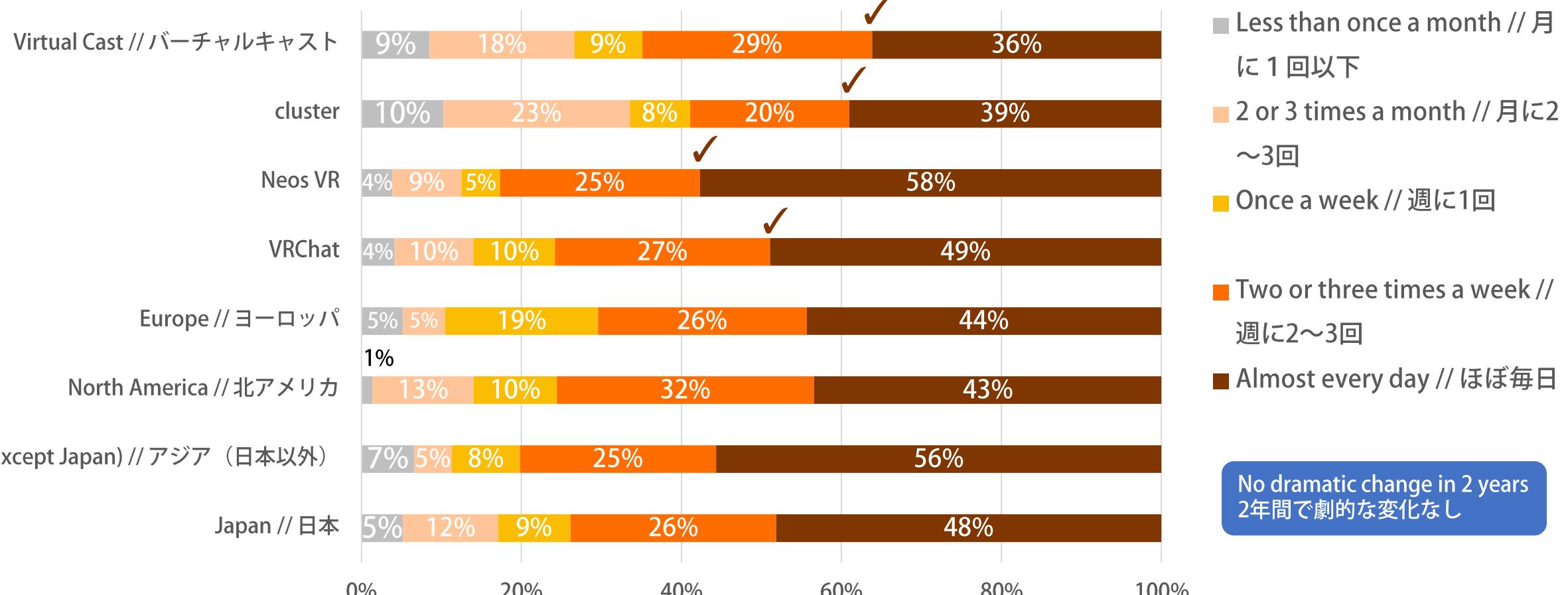
Note : we use terms such as "physical sex," "physical male," and "physical female" when talking about the user's sex in the physical world. (The purpose of this question is to distinguish between "physical" sex and avatar appearance (Masculine/Feminine) in the virtual world)
注意：「物理性別」「物理男性」「物理女性」とは、物理現実世界におけるユーザーの性別に言及しています（この質問は仮想現実世界におけるアバターの性別と物理性別を区別するためのものです）

Play frequency // プレイ 頻度

Half of the users play almost every day in VRChat // VRChatでは半数がほぼ毎日利用

How often do you use social VR? // どれくらいの頻度でソーシャルVRを利用しますか？

By platform and region // サービス・地域別

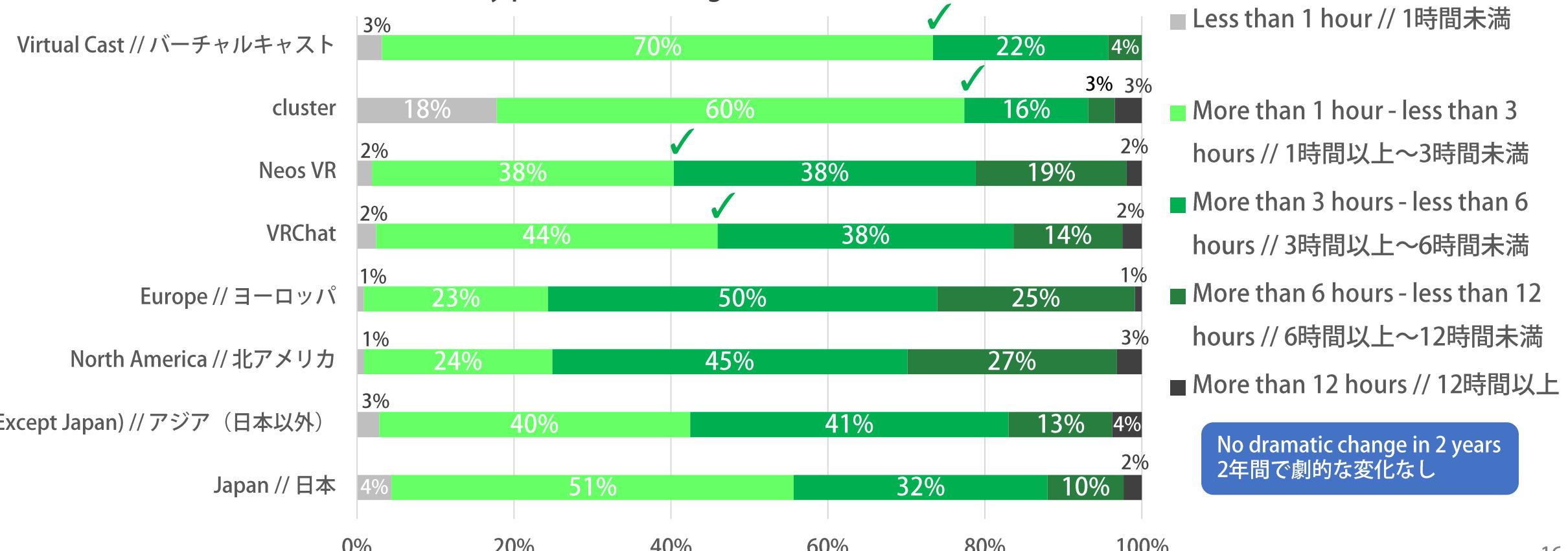


Session playtime 1回あたりプレイ時間

Over half of the users spend more than 3 hours in VRChat
VRChatでは過半数が3時間以上利用

How many hours do you spend in social VR per session? // 一回あたり何時間程度ソーシャルVRで過ごしますか？

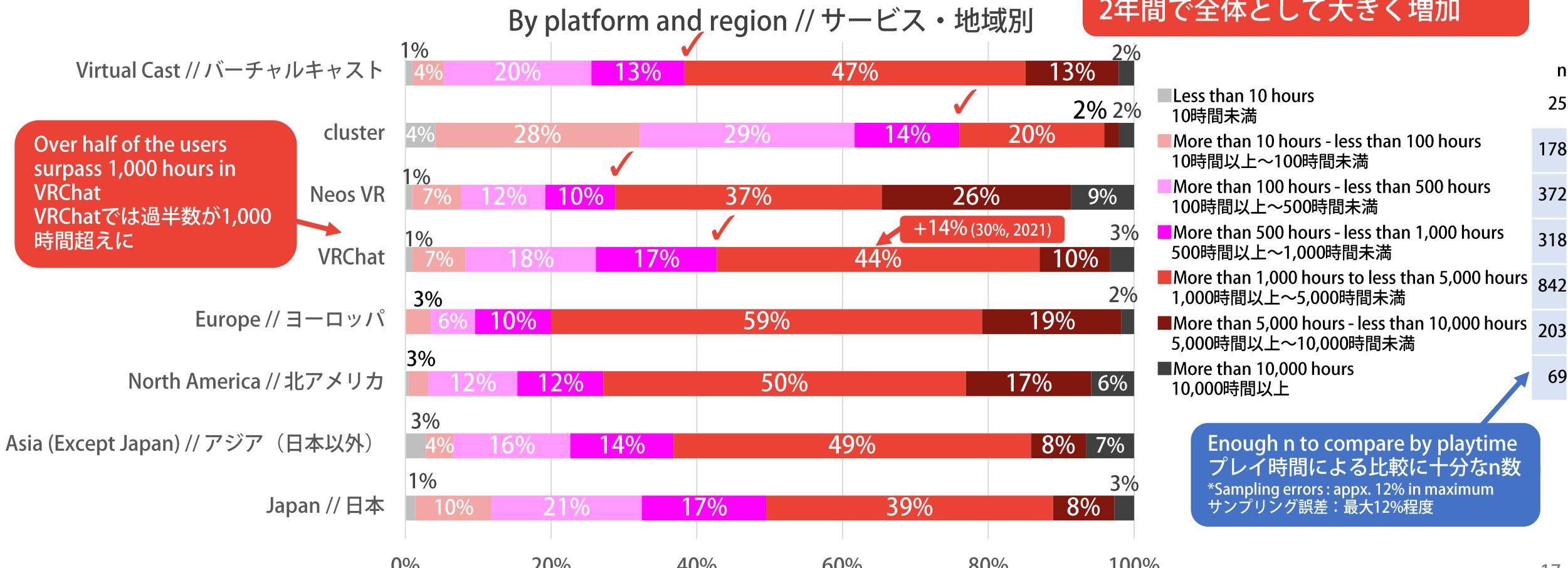
By platform and region // サービス・地域別



Total playtime // 総プレイ時間

What is the approximate "total" playtime for all social VR to date? (you can consult the playtime per game on Steam) // これまでの全てのソーシャルVRの総プレイ時間のおおよその「合計」を教えて下さい (Steamでゲームごとのプレイ時間がわかります)

Notable overall increase in 2 years
2年間で全体として大きく増加



Purpose // 目的

Why do you use social VR platforms? Please select "all" that apply // どんな目的でソーシャルVRをプレイしますか？当てはまるものを「全て」選んで下さい

Creative // クリエイティブ

To stream videos (live stream or video recording) // 動画配信（生配信・動画収録）

To perform at events (as a performer, such as speaker, dancer, or musician) // イベントへの出演（スピーチ、ダンス、音楽演奏など表現者として）

To create worlds or avatars // ワールドやアバター制作のため

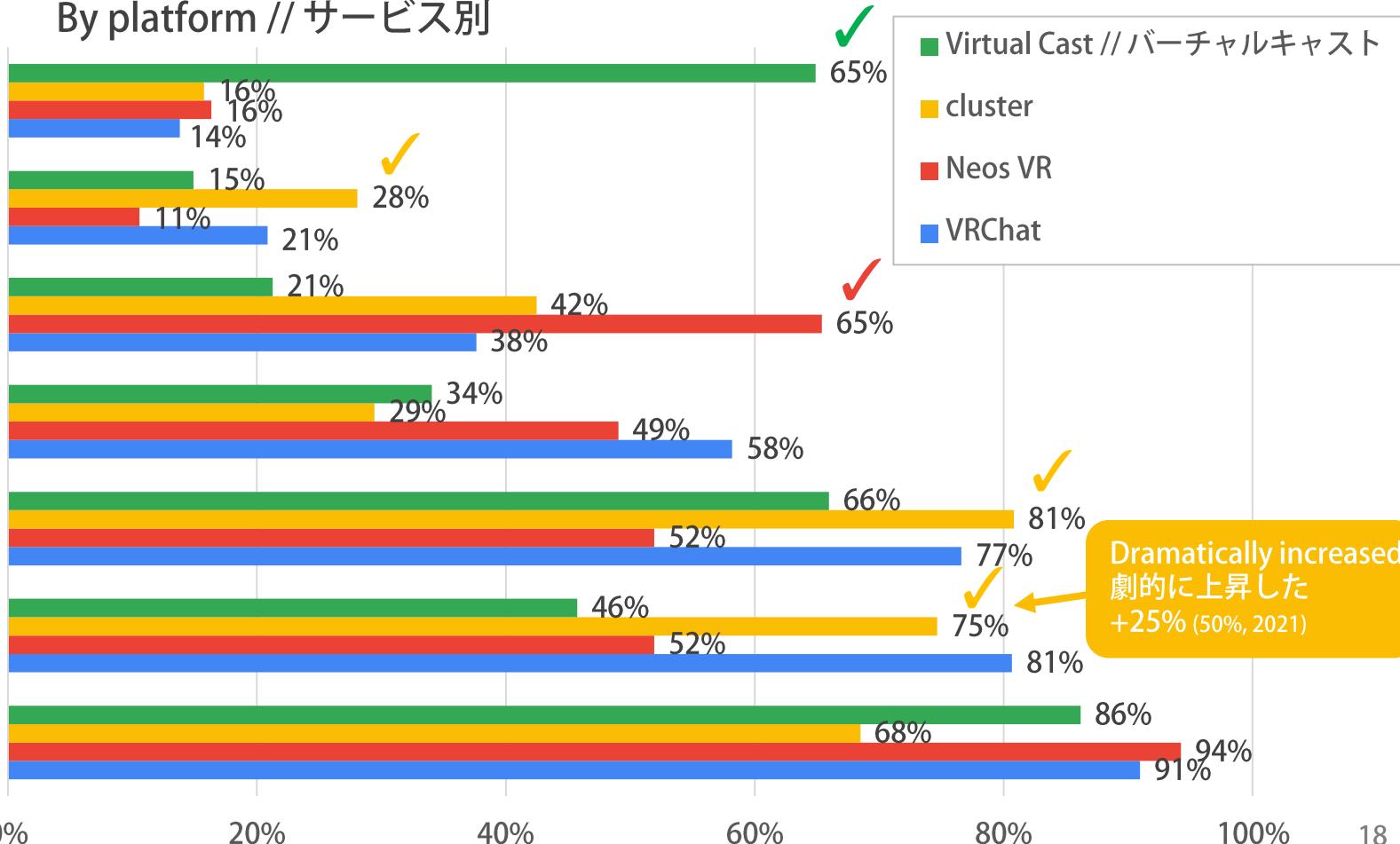
To play games // ゲームを遊ぶため

To participate in events // イベントへの参加

To explore worlds // ワールド探索

To socialise with friends // 友達との交流

By platform // サービス別



Community // コミュニティ

If you have communities or events you frequently participate in, please select "all" that apply. (Choose only those you have participated in multiple times) // よく参加するコミュニティやイベントがある場合、当てはまるものを「全て」教えてください（複数回参加したことのあるものを選んでください）

By platform // サービス別

Social minority related (LGBT, handicap etc.) // 社会的マイノリティ関連 (LGBT、障害など)



Dating or matching related // 出会い・マッチング関連



International exchange or language related // 国際交流・語学関連



Assistance for Social VR beginners // ソーシャルVRの初心者案内



3D creation related // 3D制作関連



Dance or physical activities related // ダンス・運動関連



Academic or technical related // 学術・技術関連



Role-playing related // ロールプレイ関連（いわゆる「店舗系イベント」での接客ロールプレイなど）



Avatar, dress or fashion related // アバター・衣装・ファッション関連



Music-related // 音楽関連



Drinking party or casual chats related // 飲み会・雑談関連



Top 3 // トップ3

0%

20%

40%

60%

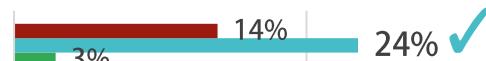
80% 19

Community // コミュニティ

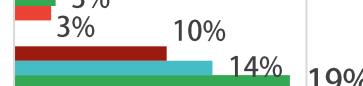
If you have communities or events you frequently participate in, please select "all" that apply. (Choose only those you have participated in multiple times) // よく参加するコミュニティやイベントがある場合、当てはまるものを「全て」教えてください（複数回参加したことのあるものを選んでください）

By region // 地域別

Social minority related (LGBT, handicap etc.) // 社会的マイノリティ関連 (LGBT、障害など)



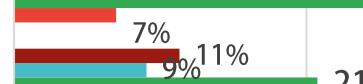
Dating or matching related // 出会い・マッチング関連



International exchange or language related // 国際交流・語学関連



Assistance for Social VR beginners // ソーシャルVRの初心者案内



3D creation related // 3D制作関連



Dance or physical activities related // ダンス・運動関連



Academic or technical related // 学術・技術関連



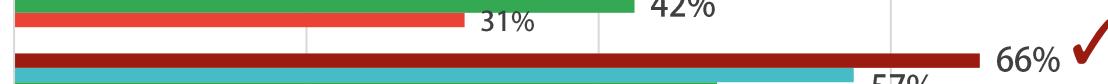
Role-playing related // ロールプレイ関連 (いわゆる「店舗系イベント」での接客ロールプレイなど)



Avatar, dress or fashion related // アバター・衣装・ファッション関連



Music-related // 音楽関連



Drinking party or casual chats related // 飲み会・雑談関連



Identity

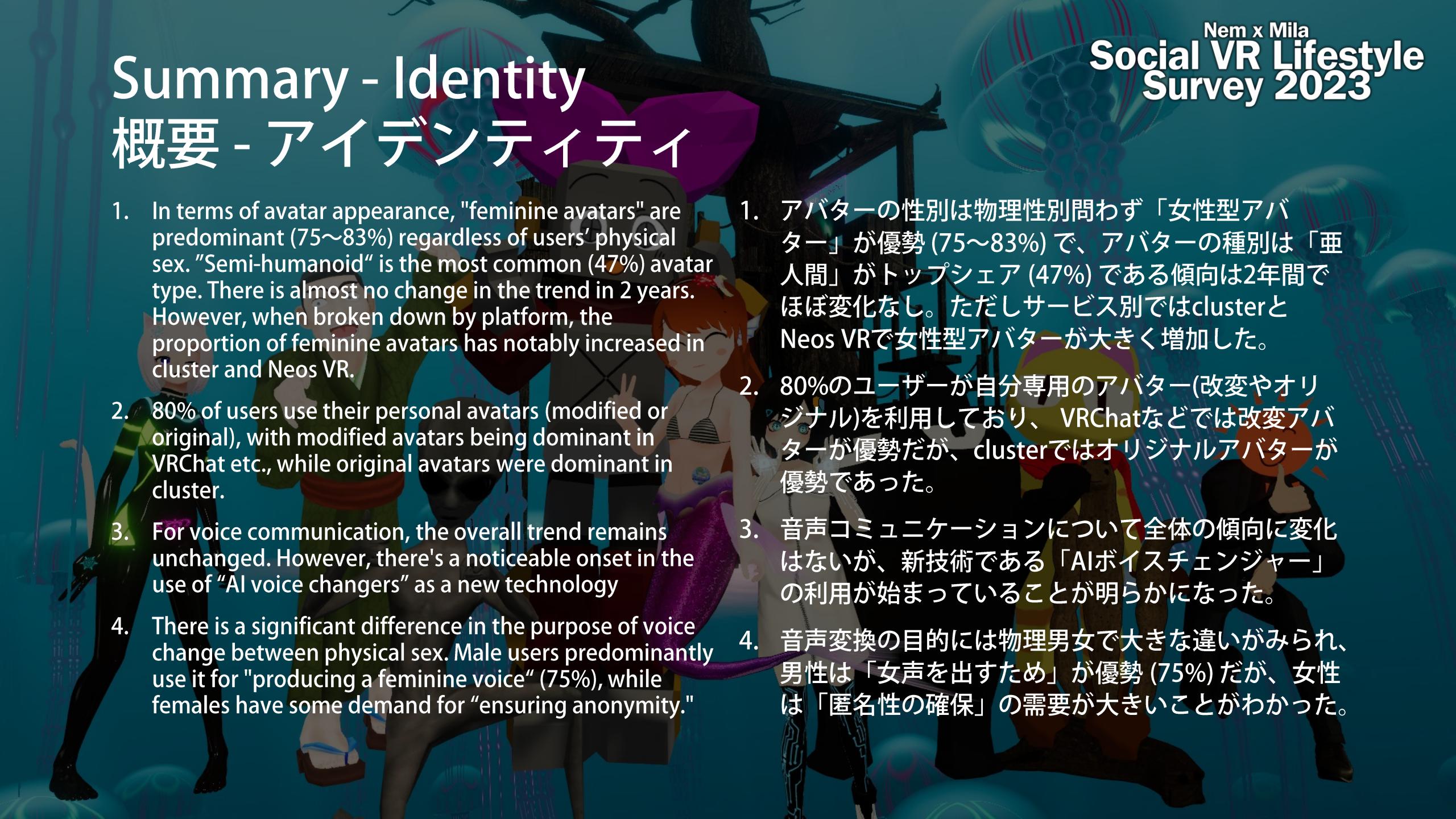
Part 2. アイデンティティ

Users' names, avatars and vocal expressions // ユーザーによる名前・アバター・音声表現



Summary - Identity

概要 - アイデンティティ

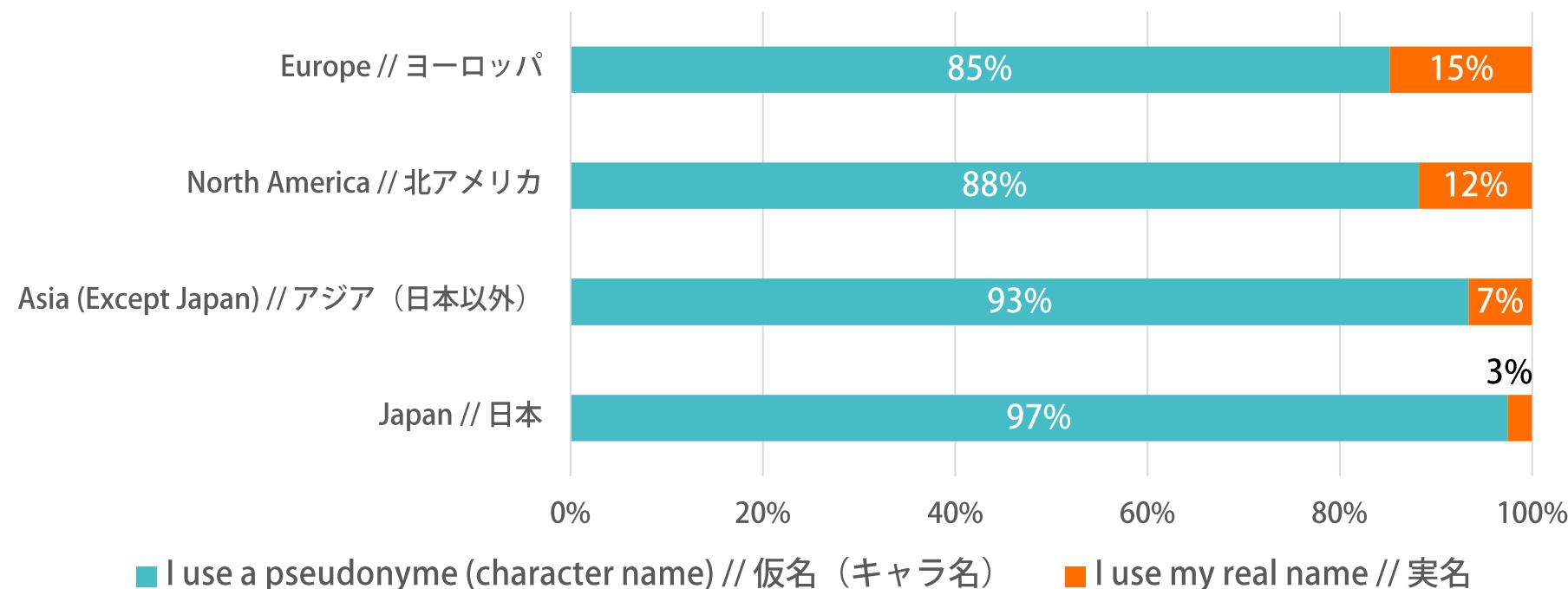
- 
1. In terms of avatar appearance, "feminine avatars" are predominant (75~83%) regardless of users' physical sex. "Semi-humanoid" is the most common (47%) avatar type. There is almost no change in the trend in 2 years. However, when broken down by platform, the proportion of feminine avatars has notably increased in cluster and Neos VR.
 2. 80% of users use their personal avatars (modified or original), with modified avatars being dominant in VRChat etc., while original avatars were dominant in cluster.
 3. For voice communication, the overall trend remains unchanged. However, there's a noticeable onset in the use of "AI voice changers" as a new technology
 4. There is a significant difference in the purpose of voice change between physical sex. Male users predominantly use it for "producing a feminine voice" (75%), while females have some demand for "ensuring anonymity."
 1. アバターの性別は物理性別問わず「女性型アバター」が優勢(75~83%)で、アバターの種別は「亜人間」がトップシェア(47%)である傾向は2年間でほぼ変化なし。ただしサービス別ではclusterとNeos VRで女性型アバターが大きく増加した。
 2. 80%のユーザーが自分専用のアバター(改変やオリジナル)を利用しておらず、VRChatなどでは改変アバターが優勢だが、clusterではオリジナルアバターが優勢であった。
 3. 音声コミュニケーションについて全体の傾向に変化はないが、新技術である「AIボイスチェンジャー」の利用が始まっていることが明らかになった。
 4. 音声変換の目的には物理男女で大きな違いがみられ、男性は「女声を出すため」が優勢(75%)だが、女性は「匿名性の確保」の需要が大きいことがわかった。

Name // 名前

Do you use your real name or a pseudonym (character name) in social VR? // ソーシャルVRでは、実名を使っていますか？それとも仮名（キャラ名）を使っていますか？

By region // 地域別

Almost only pseudonym across regions
地域に関わらず仮名の利用がほとんど



Almost no change in 2 years
2年間でほぼ変化なし

Biological sex and avatar appearance

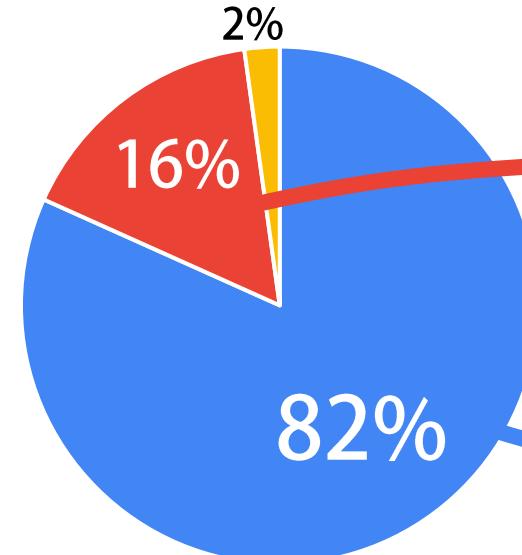
物理性別とアバターの性別

Note : By "avatar appearance," we imply avatar's visual characteristics, such as feminine and/or masculine-looking avatars
注意: 「アバターの性別」とはアバターが外見的に男性的か女性的かを指しています

Does your avatar (the one you use the most) look masculine or feminine? (If it is not on the list, please fill in "other") // 最もよく使うアバターの外見上の性別を教えて下さい (当てはまるものがなければ「その他」で回答ください)

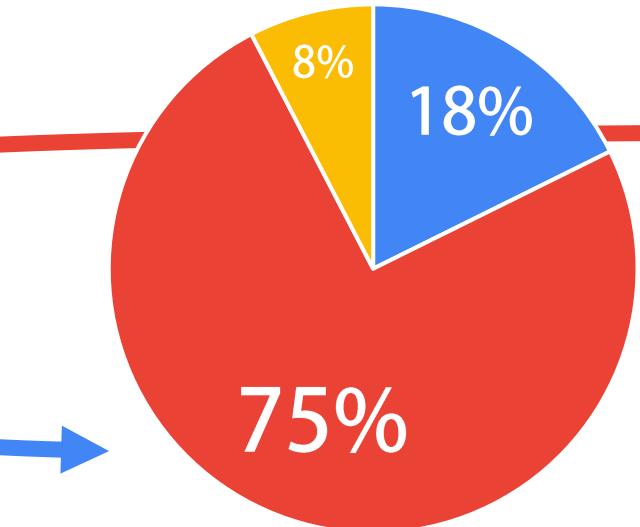
Physical sex of VR user

VRユーザーの物理的な性別



Avatar appearance amongst male

物理男性の使うアバターの性別

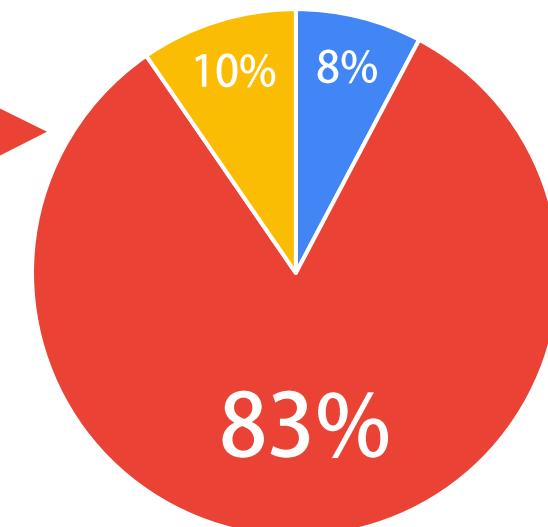


By physical sex // 物理性別別

Almost no change in 2 years
2年間でほぼ変化なし

Avatar appearance amongst female

物理女性の使うアバターの性別



Both male and female use feminine avatar
男も女も女性型アバターを使う

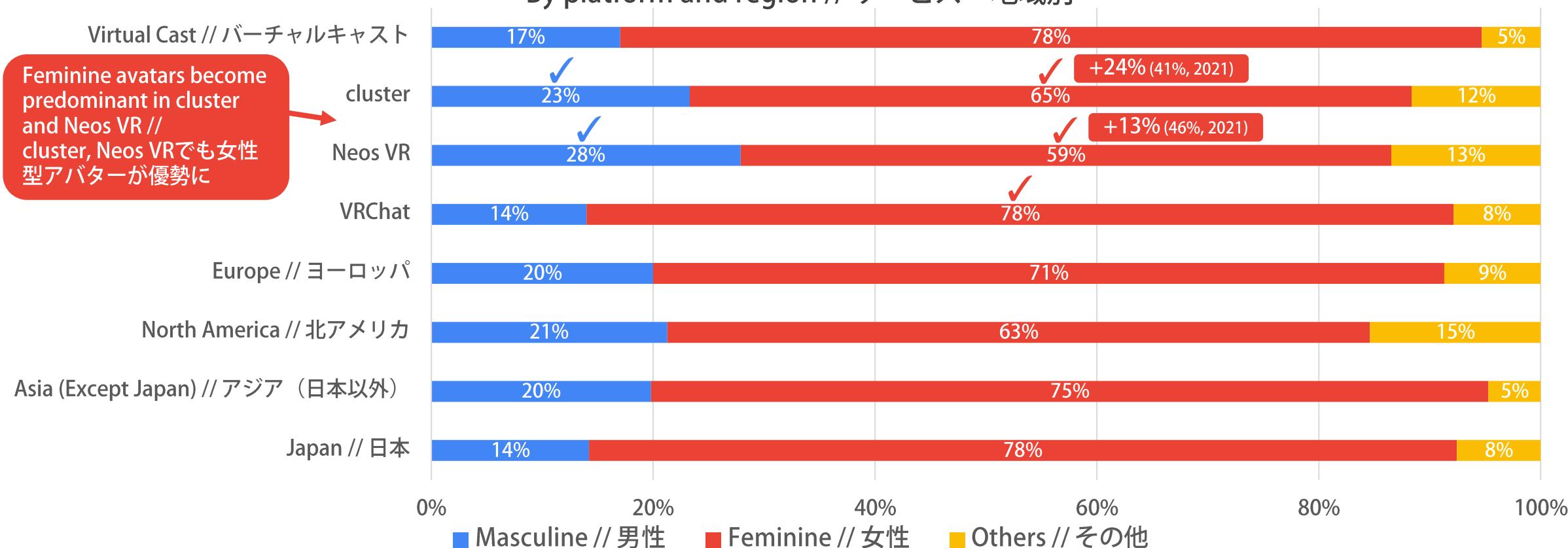
■ Male // 男性 ■ Female // 女性
■ Others // その他

■ Masculine // 男性 ■ Feminine // 女性
■ Others // その他

Avatar appearance アバターの性別

Does your avatar (the one you use the most) look masculine or feminine? (If it is not on the list, please fill in "other") // 最もよく使うアバターの外見上の性別を教えて下さい（当てはまるものがない場合は「その他」で回答ください）

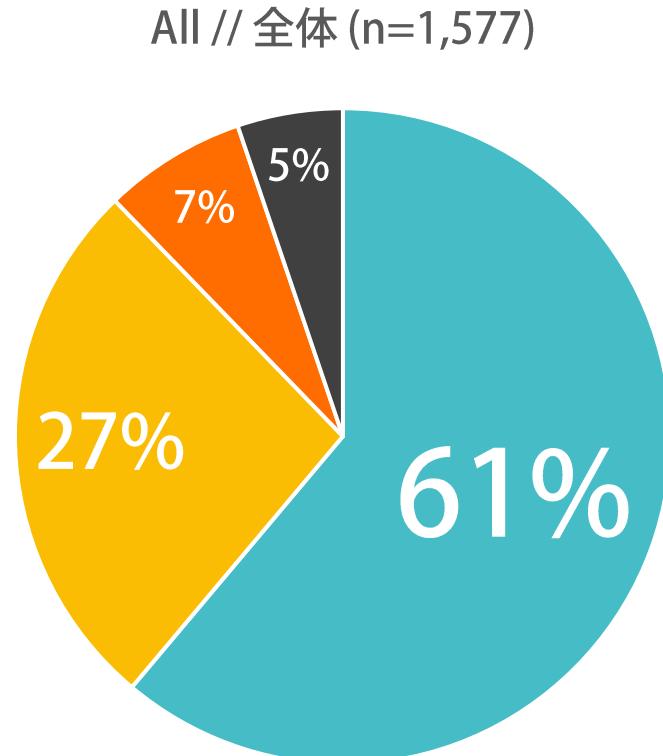
By platform and region // サービス・地域別



Why choose different avatar appearance? なぜ逆の性別のアバターを使うのか

If you use an avatar with an "opposite" appearance from your physical sex (ex., you are male and use a feminine-looking avatar), please select the primary reason // 物理現実と逆の性別のアバターを使っている場合（物理男性だが女性アバターを使っている、など）最も当てはまる理由を教えて下さい

*Optional // 任意質問



- I simply prefer that visual appearance of my avatar // 単にアバターの外見が好みであるため
- Because it makes it easier to express myself or communicate with others // より自分を表現しやすい、またはコミュニケーションしやすいから
- Because I have gender dysphoria // 物理現実で心と身体の性別との不一致を感じているため
- Others (Free text) // その他（自由筆記）

No dramatic change in 2 years
2年間で劇的な変化なし

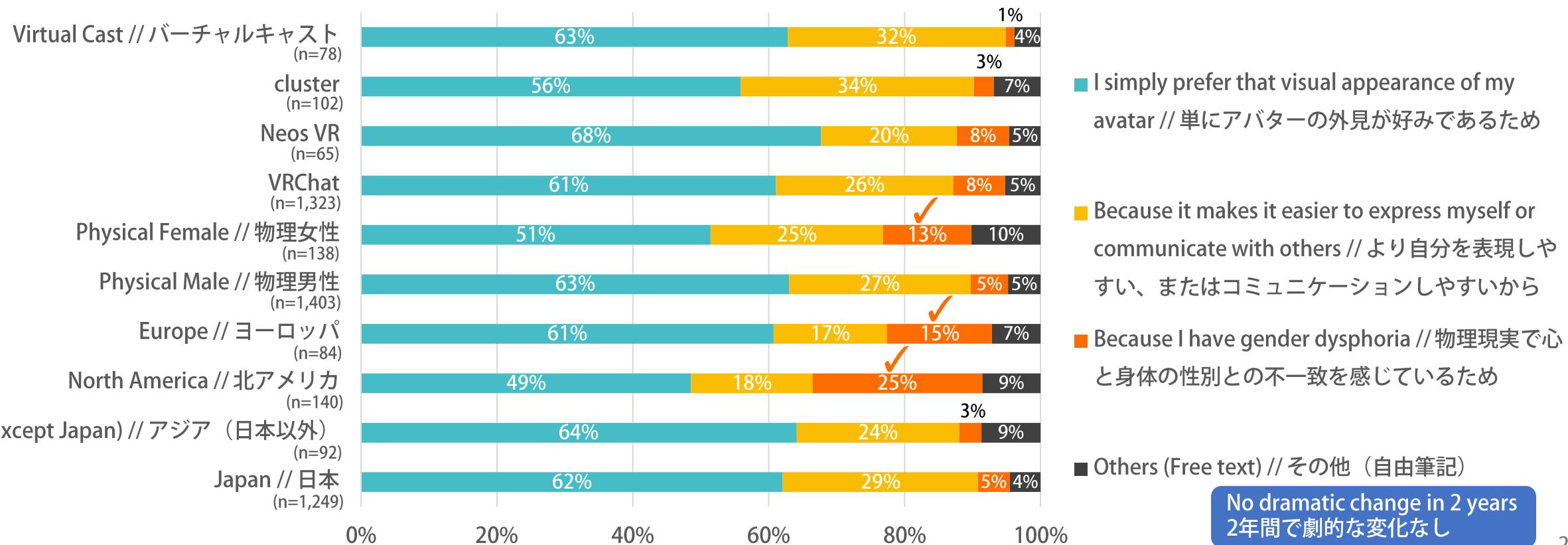
Why choose different avatar appearance?

なぜ逆の性別のアバターを使うのか

If you use an avatar with an "opposite" appearance from your physical sex (ex., you are male and use a feminine-looking avatar), please select the primary reason // 物理現実と逆の性別のアバターを使っている場合（物理男性だが女性アバターを使っている、など）最も当てはまる理由を教えて下さい

*Optional // 任意質問

By platform, physical sex and region // サービス・物理性別・地域別



Humanoid

Human looking

人間

現実の人に近い人間型



Semi-Humanoid

Human-like with added fantasy elements, such as cat ears, tails, etc

亜人間

動物の耳や尻尾や羽が生えているなどファンタジー要素のある人間型



Humanoid Robot or Cyborg

人型ロボット
・サイボーグ



Avatar species

アバター種族

Nem x Mila
Social VR Lifestyle Survey 2023

Animal

Non-fantasy animal, non-humanoid

動物

実在する動物、人型でないもの



Plant

Non-fantasy plants, non-humanoid

植物

実在する植物、人型でないもの



Monster

Fantasy animal or plant, non-humanoid

モンスター

実在しない生物、人型でないもの



The others

その他



Avatar species // アバター種族

What type of avatar do you use the most? (If it is not on the list, please fill in "other") // 最もよく使うアバターの種別を教えて下さい（当てはまるものが無い場合は「その他」に記入して下さい）

< Non-Humanoid type // 非人間型 > 8%

Dominant // 支配的

< Humanoid type // 人間型 > 92%

Animal
動物



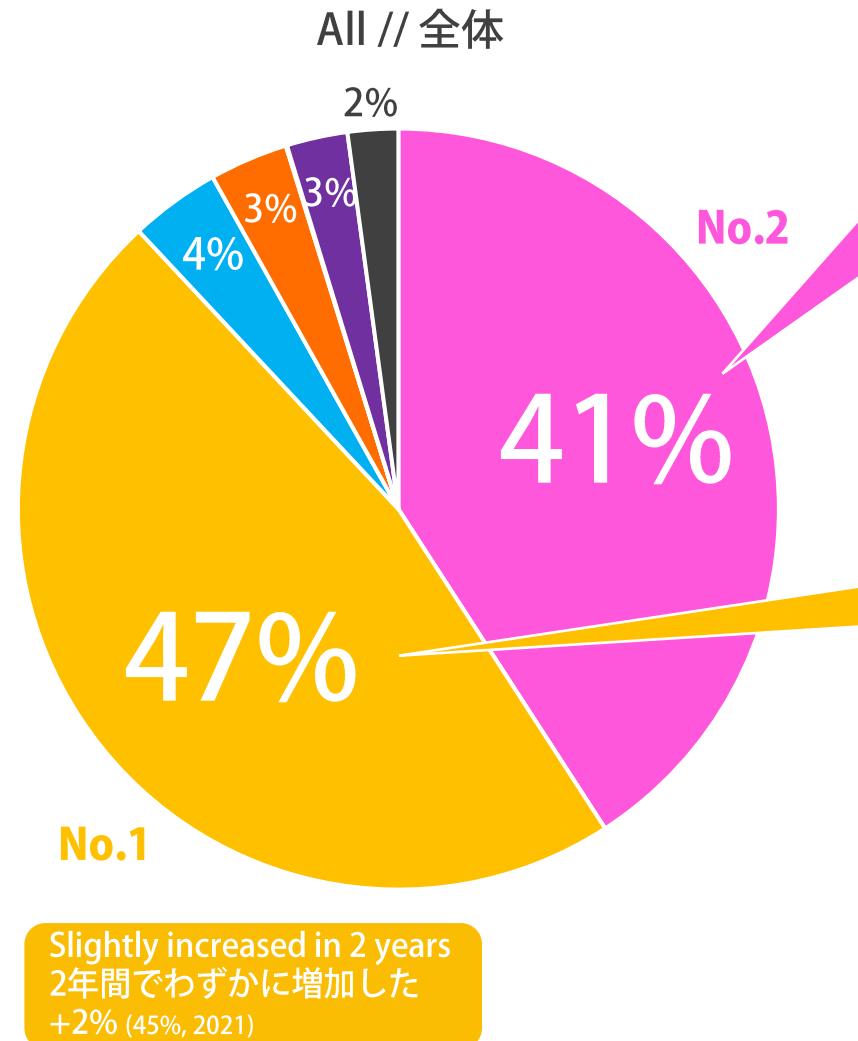
Plant
植物



Monster
モンスター



The others
その他



Humanoid
人間



Semi-Humanoid
亜人間



Humanoid Robot or Cyborg
人型ロボット
・サイボーグ

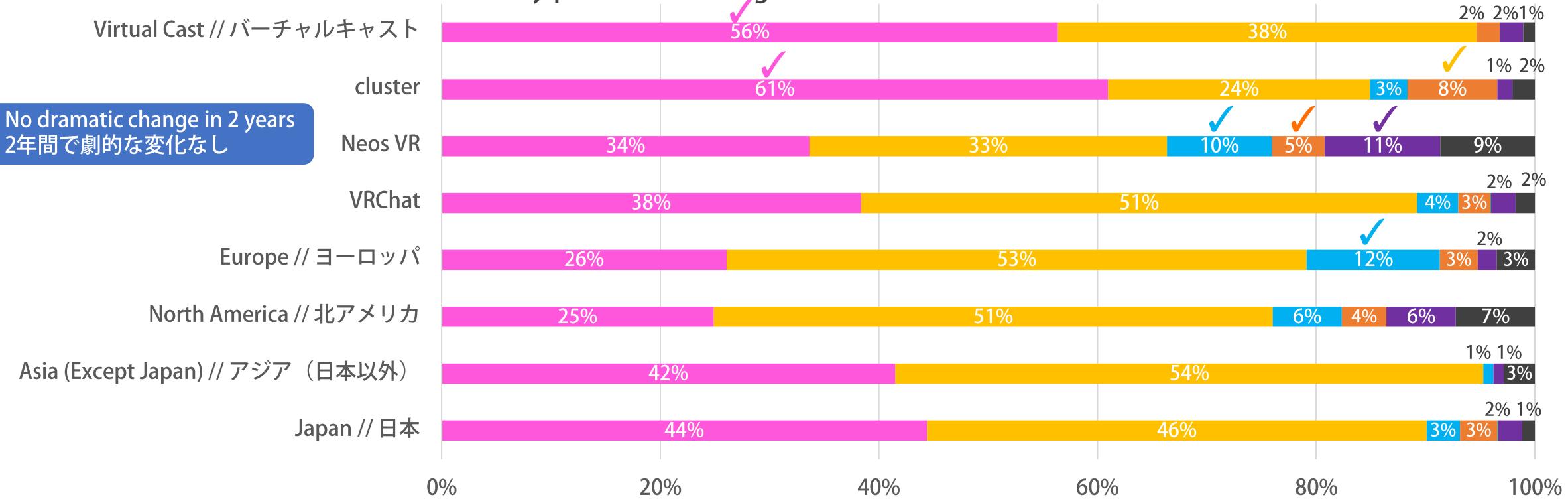


Avatar species // アバター種族

Nem x Mila
Social VR Lifestyle Survey 2023

What type of avatar do you use the most? (If it is not on the list, please fill in "other") // 最もよく使うアバターの種別を教えて下さい（当てはまるものが無い場合は「その他」に記入して下さい）

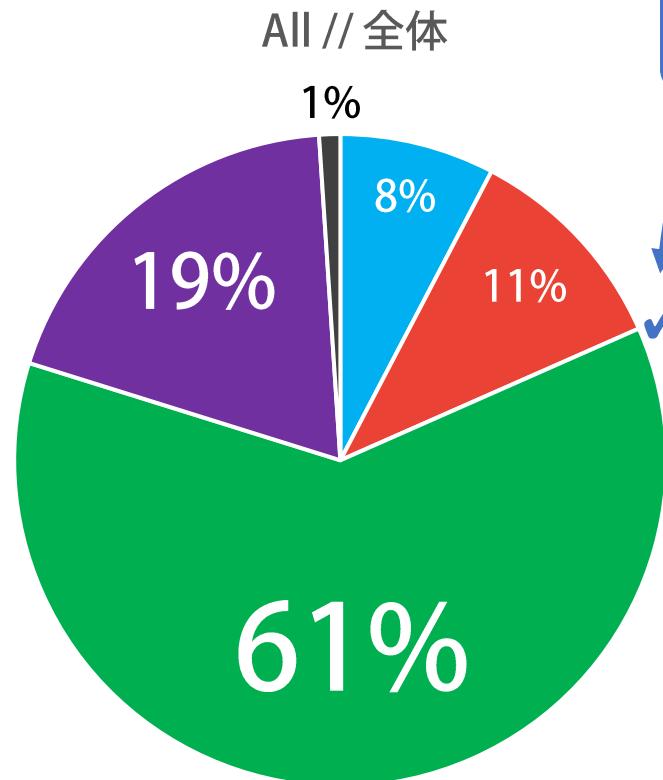
By platform and region // サービス・地域別



How to get an avatar?

アバターの入手方法

How did you get your most frequently used avatar? // 最もよく使うアバターをどのように手に入れたのか教えてください

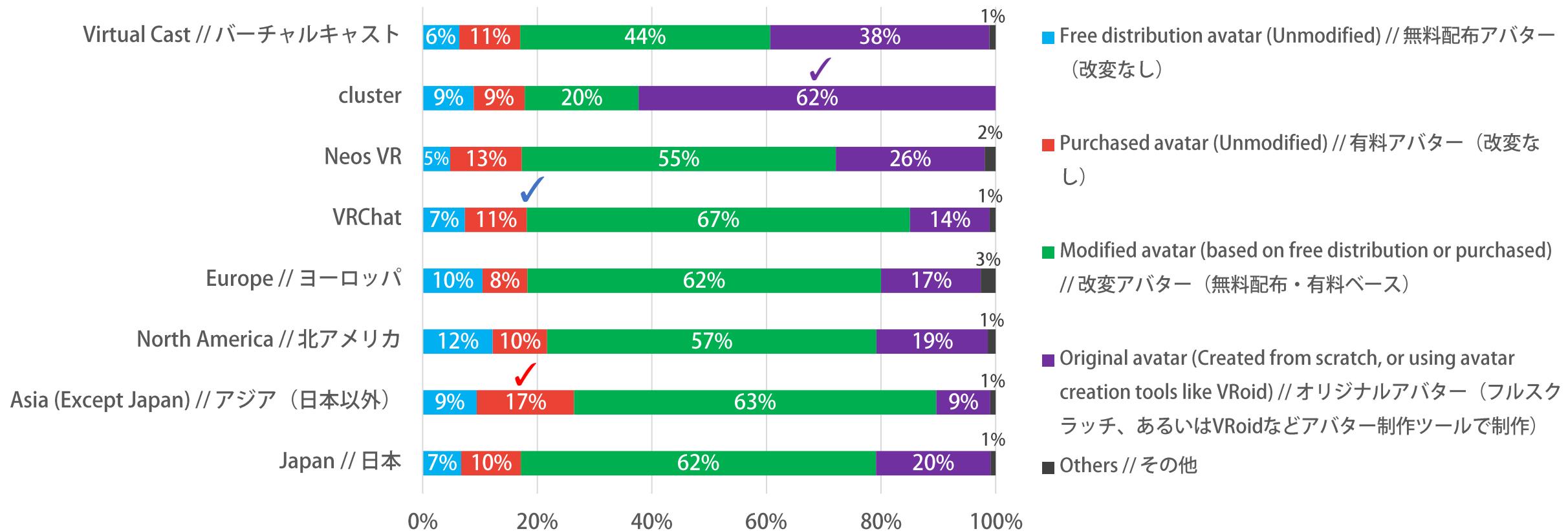


- 80% are using their personal avatars (modified or original)
80%が自分専用のアバターを利用している (改変やオリジナル)
- Free distribution avatar (Unmodified) // 無料配布アバター (改変なし)
 - Purchased avatar (Unmodified) // 有料アバター (改変なし)
 - Modified avatar (based on free distribution or purchased) // 改変アバター (無料配布・有料ベース)
 - Original avatar (Created from scratch, or using avatar creation tools like VRoid) // オリジナルアバター (フルスクラッチ、あるいはVRoidなどアバター制作ツールで制作)
 - Others // その他

How to get an avatar? アバターの入手方法

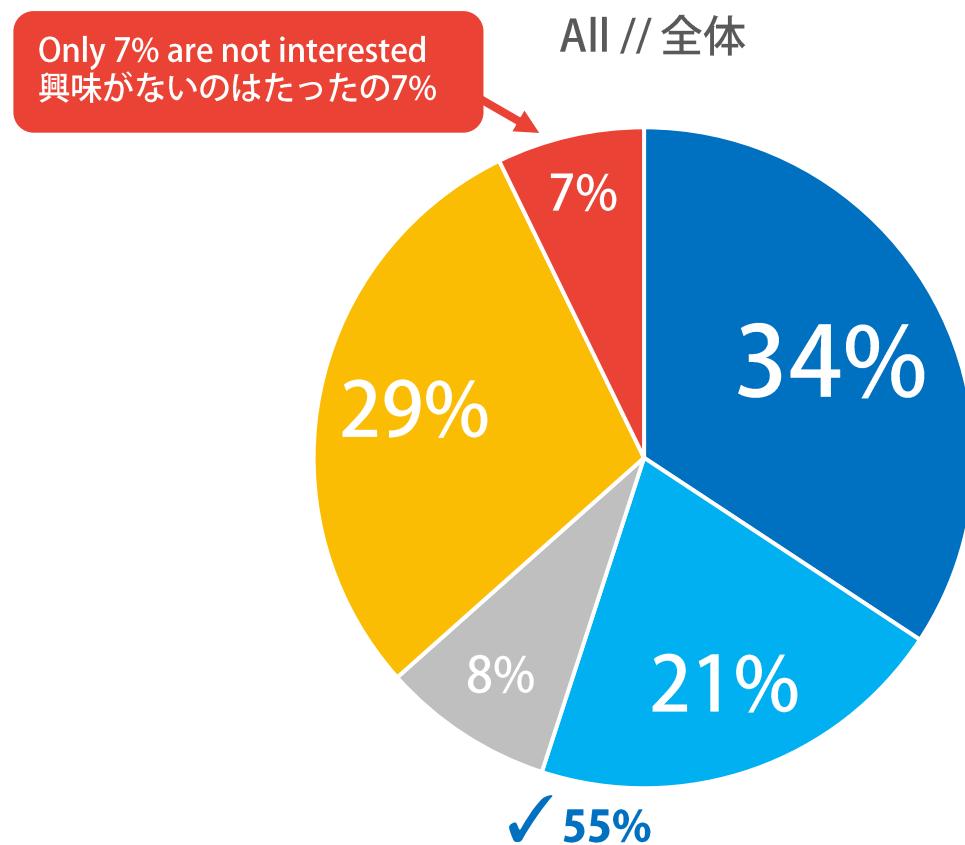
How did you get your most frequently used avatar? // 最もよく使うアバターをどのように手に入れたのか教えてください

By platform and region // サービス・地域別



Full body tracking // フルトラ

Please state your usage status of the full-body tracking equipment to synchronizes the avatar's foot movements with your physical body // アバターの足の動きを肉体と連動させるフルボディトラッキング機材の利用頻度を教えてください

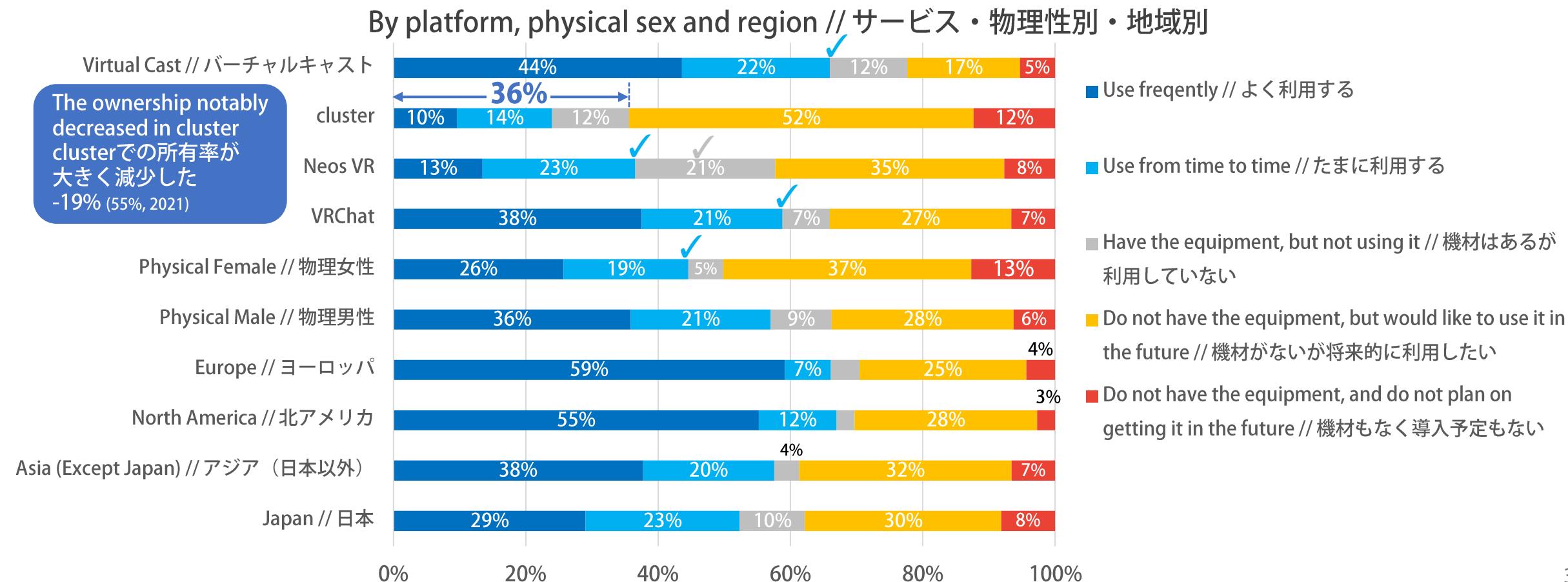


Over half of users use full body tracking
過半数がフルトラを利用

- Use frequently // よく利用する
- Use from time to time // たまに利用する
- Have the equipment, but not using it // 機材はあるが利用していない
- Do not have the equipment, but would like to use it in the future // 機材がないが将来的に利用したい
- Do not have the equipment, and do not plan on getting it in the future // 機材もなく導入予定もない

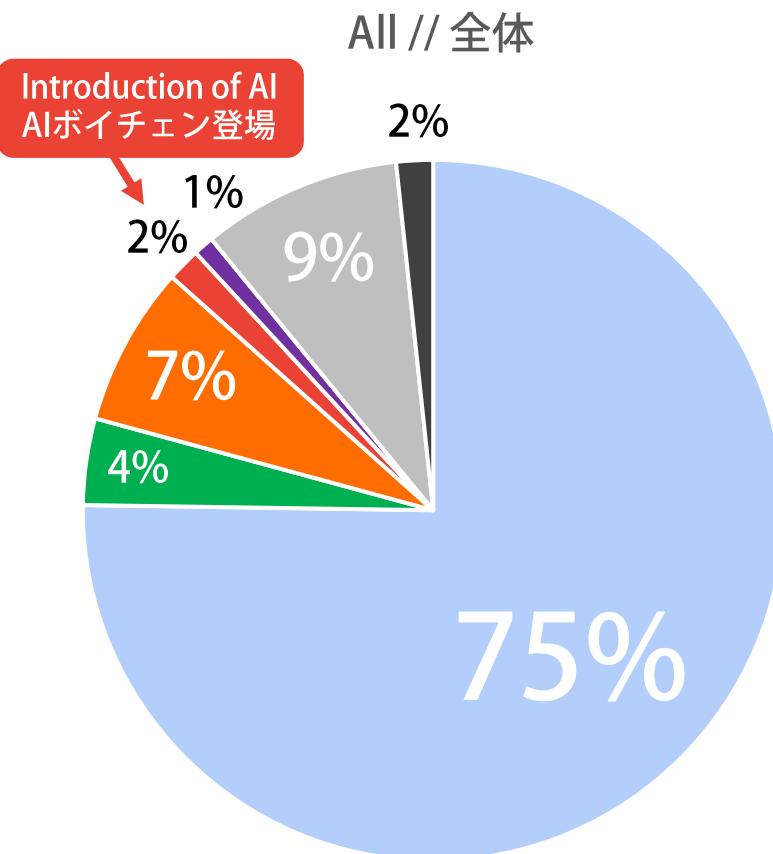
Full body tracking // フルトラ

Please state your usage status of the full-body tracking equipment to synchronizes the avatar's foot movements with your physical body // アバターの足の動きを肉体と連動させるフルボディトラッキング機材の利用頻度を教えてください



Voice // 声

What kind of vocal communication do you use in social VR? // ソーシャルVRでは、どんな音声コミュニケーションを行っていますか？



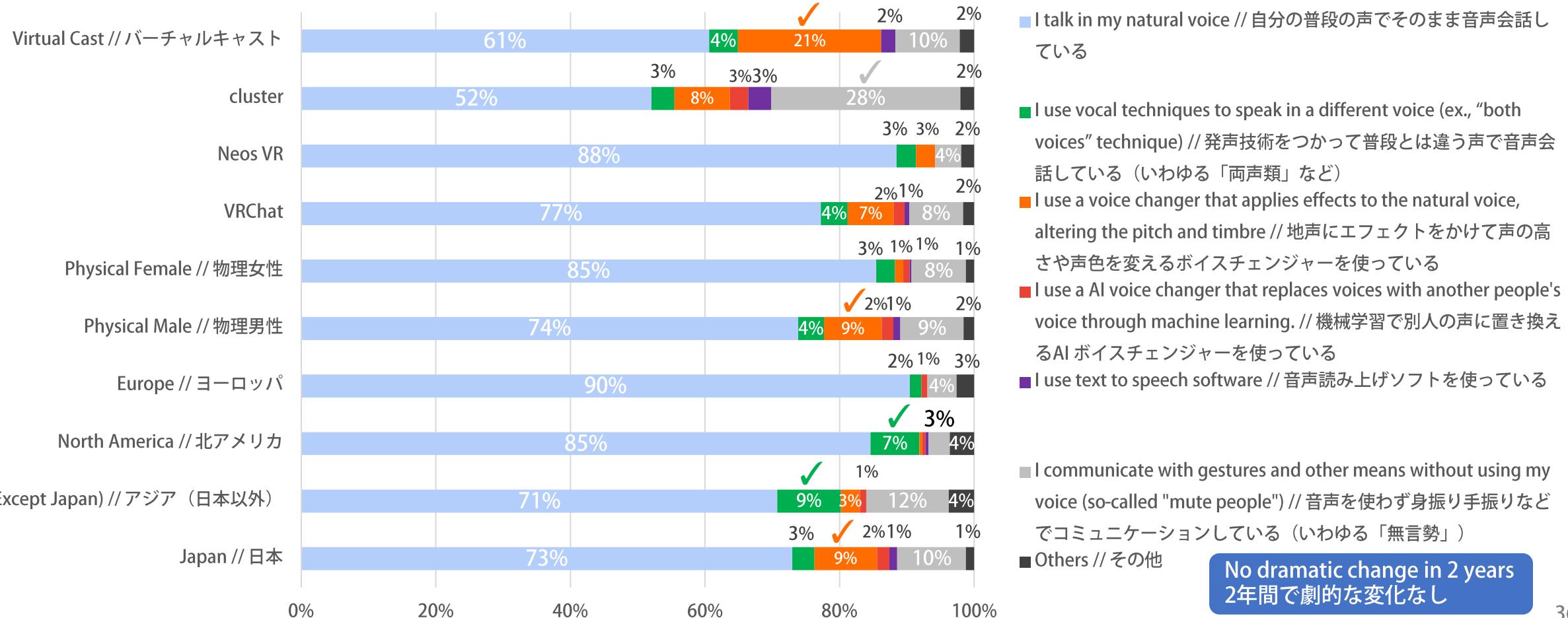
- I talk in my natural voice // 自分の普段の声でそのまま音声会話している
- I use vocal techniques to speak in a different voice (ex., "both voices" technique) // 発声技術をつかって普段とは違う声で音声会話している（いわゆる「両声類」など）
- I use a voice changer that applies effects to the natural voice, altering the pitch and timbre // 地声にエフェクトをかけて声の高さや声色を変えるボイスチェンジャーを使っている
- I use a AI voice changer that replaces voices with another people's voice through machine learning. // 機械学習で別人の声に置き換えるAI ボイスチェンジャーを使っている
- I use text to speech software // 音声読み上げソフトを使っている
- I communicate with gestures and other means without using my voice (so-called "mute people") // 音声を使わず身振り手振りなどでコミュニケーションしている（いわゆる「無言勢」）
- Others // その他

Almost no change in 2 years
2年間でほぼ変化なし

Voice // 声

What kind of vocal communication do you use in social VR? // ソーシャルVRでは、どんな音声コミュニケーションを行っていますか？

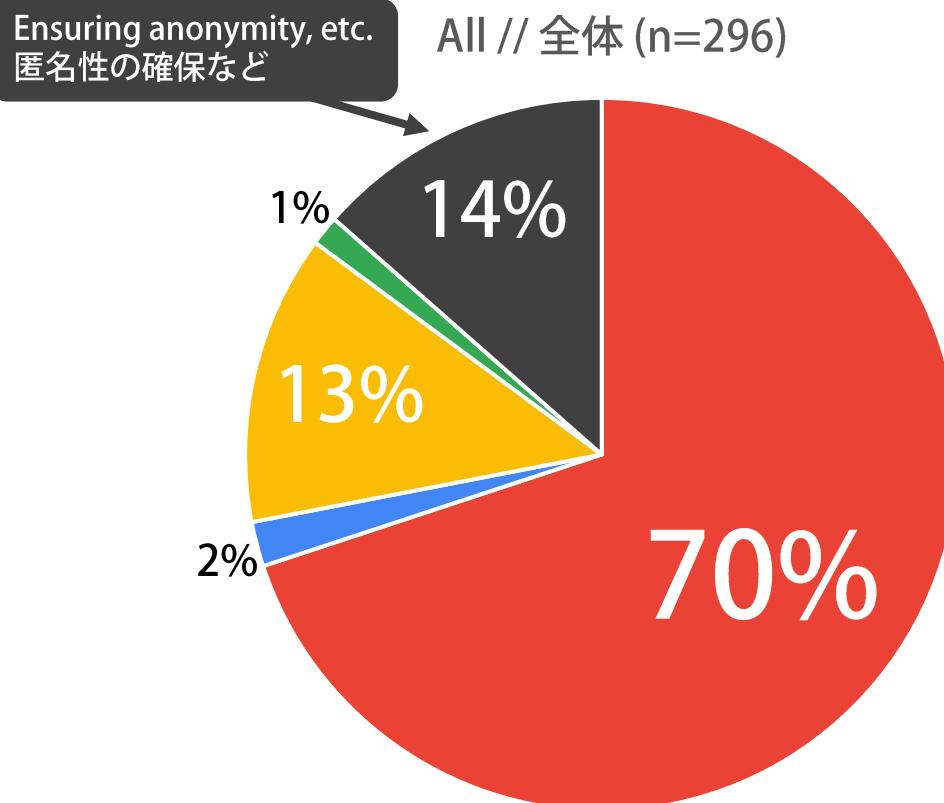
By platform, physical sex and region // サービス・物理性別・地域別



Why change your voice? なぜ声を変えるのか

If you answered that you use voice technology (vocal techniques, voice changer, text to speech), please state the primary reason // 発声技術・ボイスチェンジャー・音声読み上げソフトを使っていると答えた方は、最も当てはまる利用目的を教えて下さい

*Optional // 任意質問

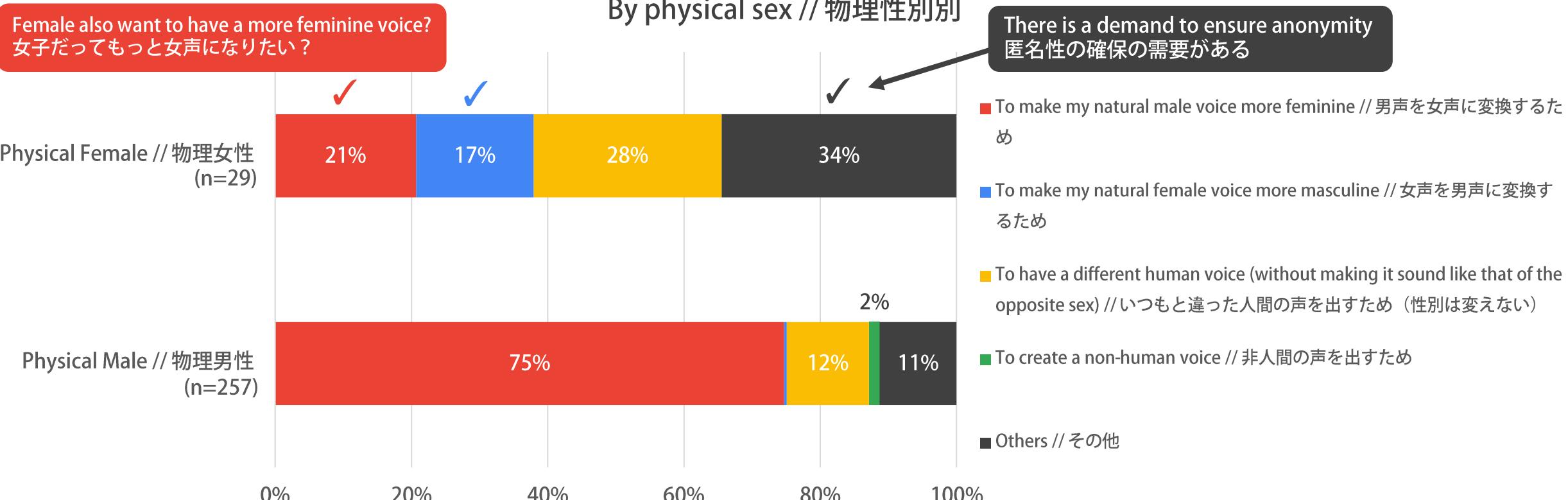


- To make my natural male voice more feminine // 男声を女声に変換するため
- To make my natural female voice more masculine // 女声を男声に変換するため
- To have a different human voice (without making it sound like that of the opposite sex) // いつもと違った人間の声を出すため (性別は変えない)
- To create a non-human voice // 非人間の声を出すため
- Others // その他

Why change your voice? なぜ声を変えるのか

If you answered that you use voice technology (vocal techniques, voice changer, text to speech), please state the primary reason // 発声技術・ボイスチェンジャー・音声読み上げソフトを使っていると答えた方は、最も当てはまる利用目的を教えて下さい

*Optional // 任意質問



Communication

Part 3. コミュニケーション

Distance, skinship, romance and sex among users // ユーザー間の距離感・スキンシップ・恋愛・セックス

Summary - Communication 概要 - コミュニケーション

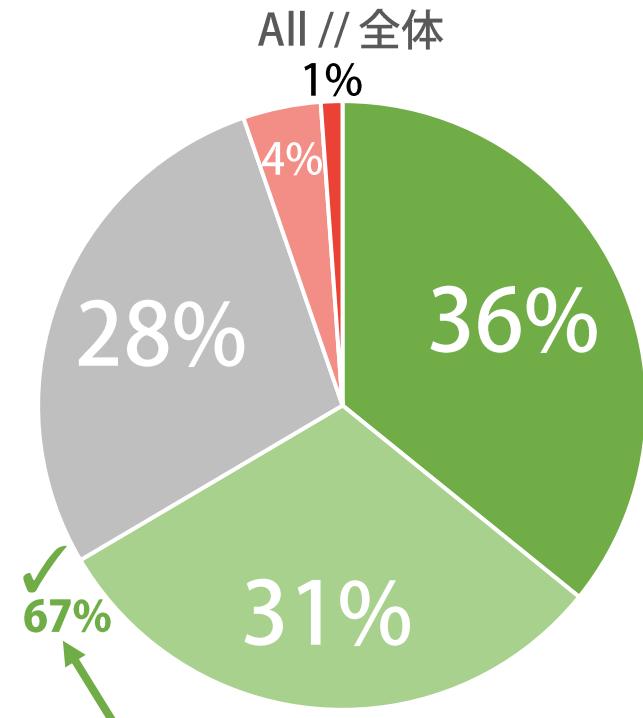
1. Regarding communication, the trend is to have closer distance (67%) between users and skinship interaction (65%), particularly in VRChat. No dramatic changes were observed over the two years.
2. Regarding romantic relationships in Social VR, a specific number of users have experienced falling in love (41%) and having a romantic partner (32%). Little to no change has been observed. However, the percentage of those who reported that their romantic partner in virtual reality is also their partner in the physical world has increased compared to two years ago.
3. When we investigated new survey questions regarding virtual sex experiences, we found that the preference for one-on-one sexual relationships versus multiple sexual partners varies significantly based on physical sex and the region of the user.

1. コミュニケーションについては、距離感が物理現実より近くなり (67%)、スキンシップをする (65%) 傾向が強い。どちらもVRChatのユーザーは特に強い数字を示した。2年間での劇的な変化は見られなかった。
2. ソーシャルVR内の恋愛についても、一定数が恋に落ち (41%)、恋人ができている (32%) 事実にほぼ変化は見られなかった。ただし、恋愛パートナーが仮想現実だけでなく物理現実でも恋人であると答えた人の割合が2年前よりも増加した。
3. バーチャルセックスについて経験人数を新たに調査したところ、ユーザーの物理性別や地域によって、一対一の性的関係を望む割合と多数との性的関係を望む割合が大きく変化することがわかった。

VR distance and skinship

VRでの距離感とスキンシップ

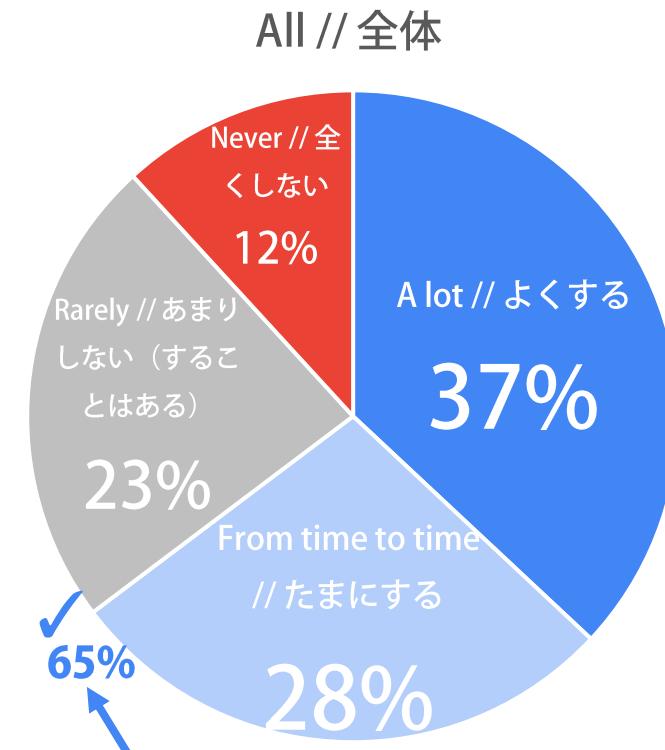
When interacting in social VR, what is the distance between you and the other person compared to when you talk with someone in the physical world?
 // ソーシャルVRでコミュニケーションするとき、相手との距離感は物理現実と比べてどうですか？



67% are closer // 67% が近くなる
 Decreased in 2 years // 2年間で減少 -9% (76%, 2021)

- A lot closer than in the physical world // 物理現実よりもかなり近くなる
- There is less distance between us than in the physical world // 物理現実よりもやや近くなる
- More or less the same // 物理現実と同じくらい
- There is slightly more distance between us than in the physical world // 物理現実よりもやや遠くなる
- There is more distance between us than in the physical world // 物理現実よりもかなり遠くなる

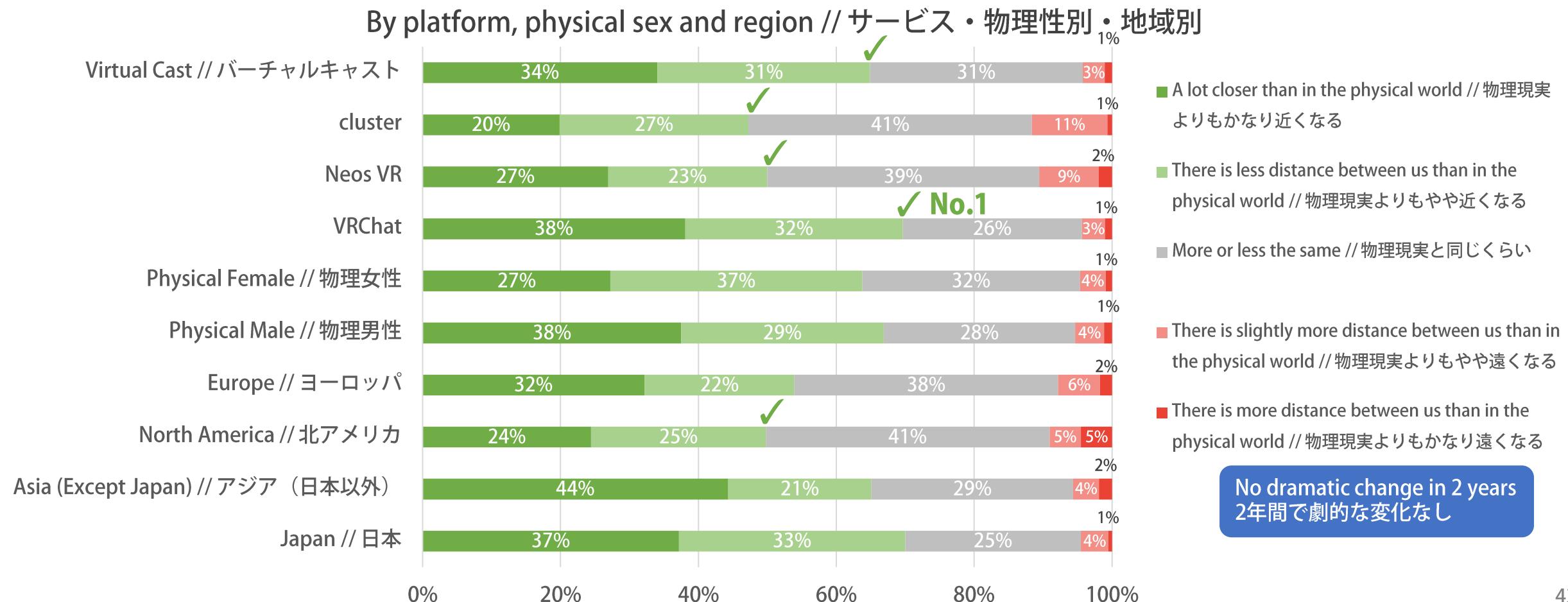
Do you engage in avatar-to-avatar skin-to-skin contact with close friends? // 仲の良い相手とアバター同士のスキンシップをしますか？



65% are in favor // 65% がする
 Increased in 2 years // 2年間で減少 -9% (74%, 2021)

VR distance // VRでの距離感

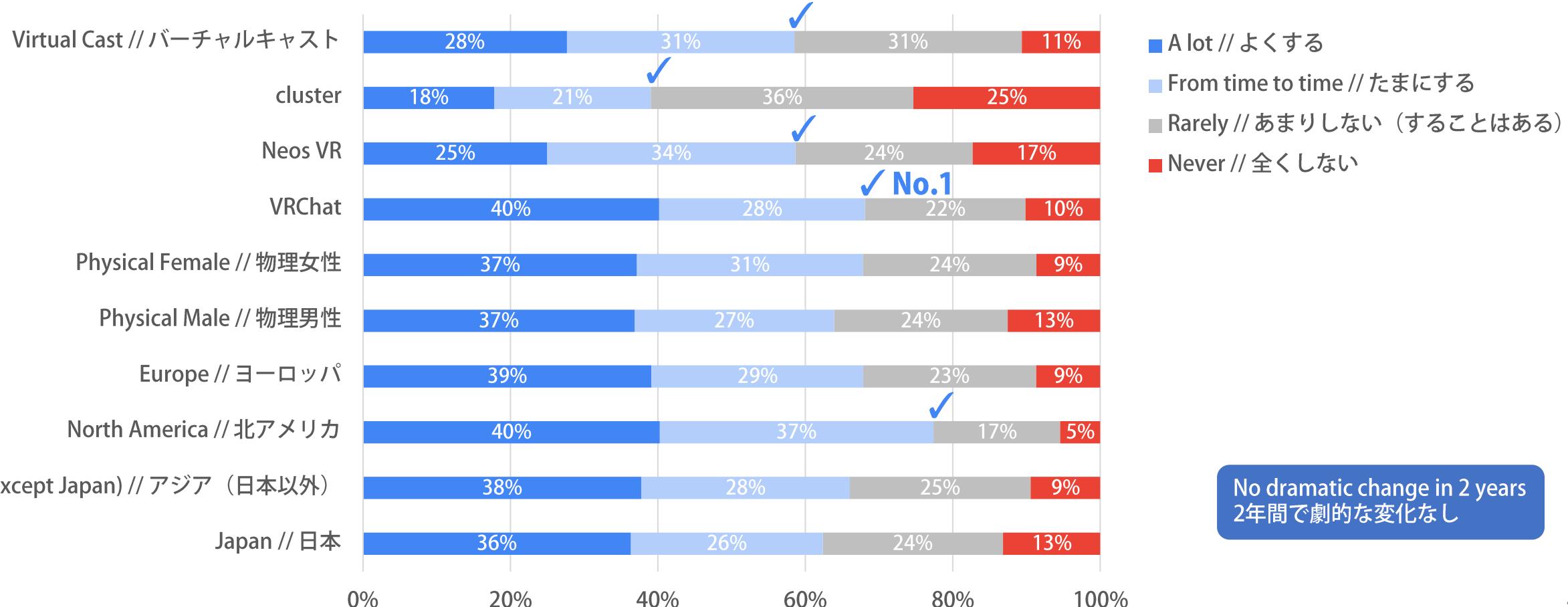
When interacting in social VR, what is the distance between you and the other person compared to when you talk with someone in the physical world? // ソーシャルVRでコミュニケーションするとき、相手との距離感は物理現実と比べてどうですか？



VR skinship // VRでのスキンシップ

Do you engage in avatar-to-avatar skin-to-skin contact with close friends? // 仲の良い相手とアバター同士のスキンシップをしますか？

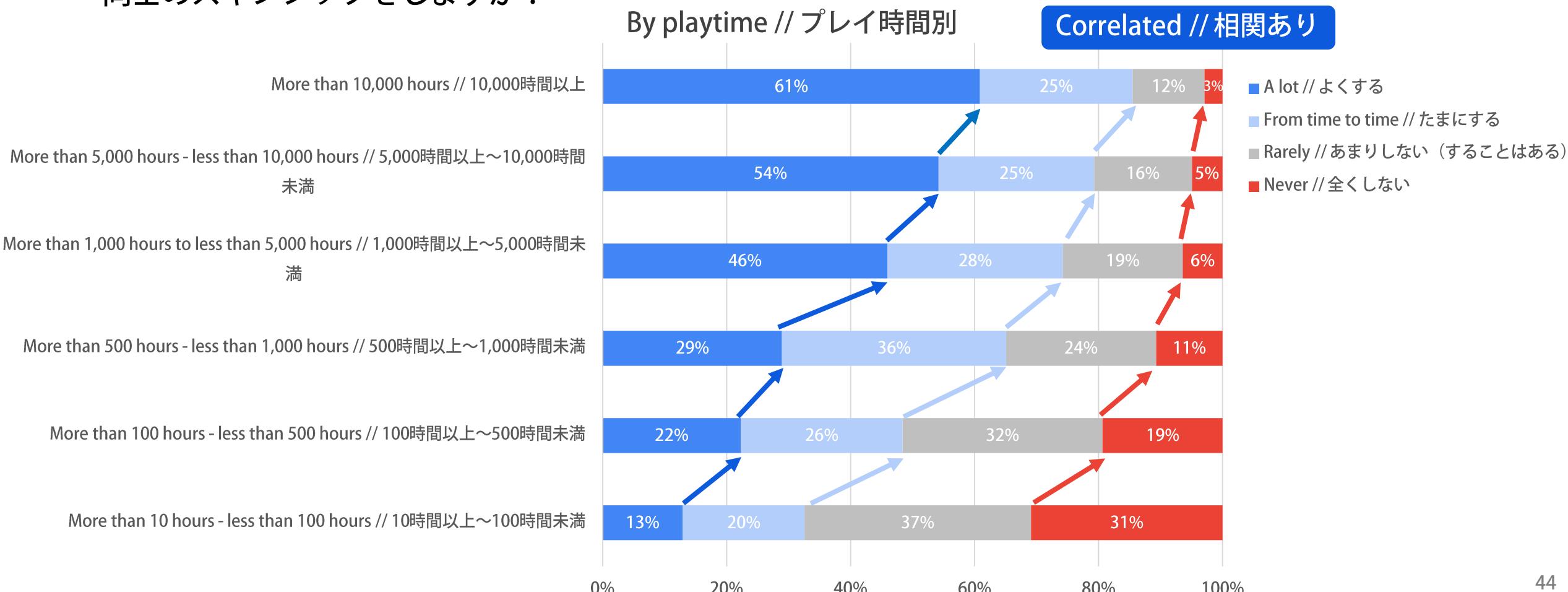
By platform, physical sex and region // サービス・物理性別・地域別



VR skinship and playtime

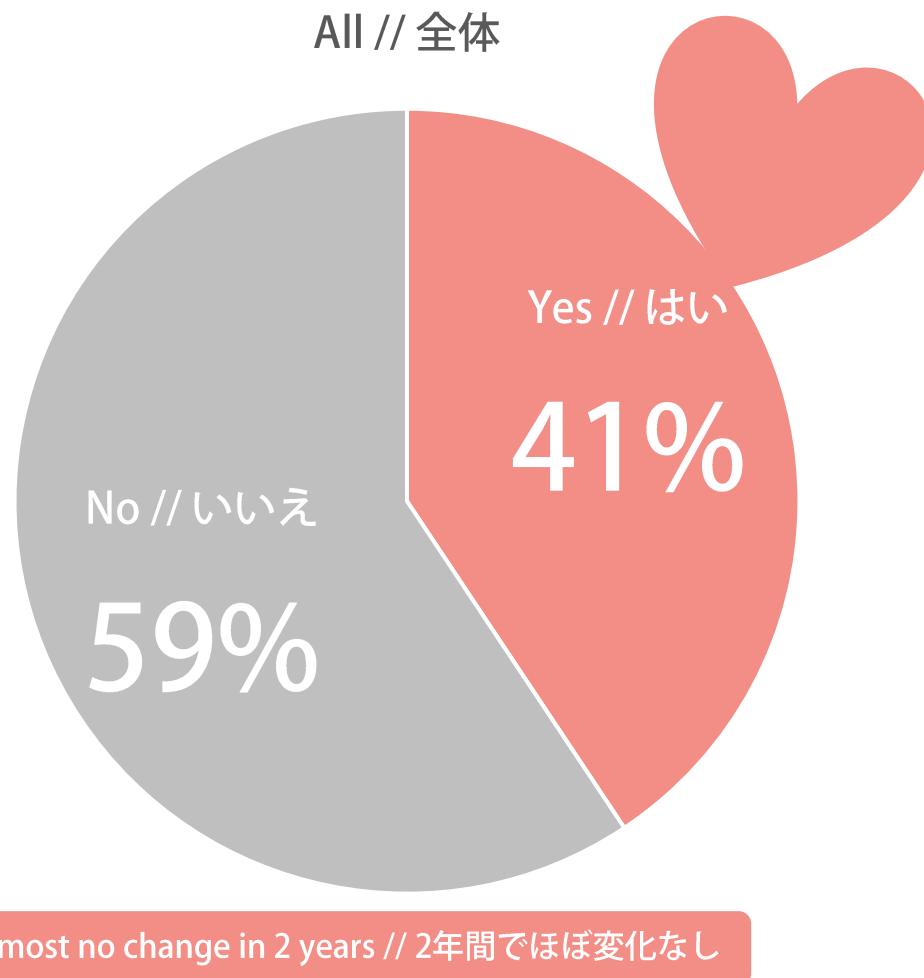
VRでのスキンシップとプレイ時間

Do you engage in avatar-to-avatar skin-to-skin contact with close friends? // 仲の良い相手とアバター同士のスキンシップをしますか？

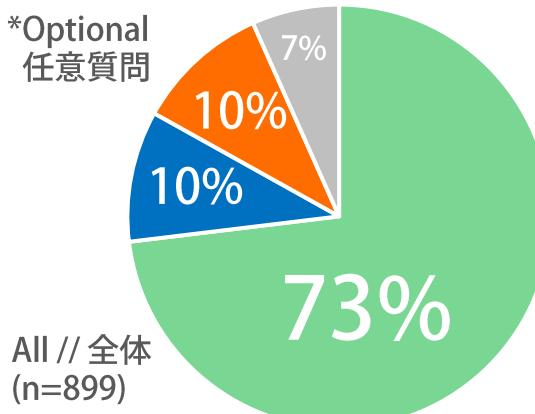


VR love // 恋

Have you ever fallen in love in social VR? // ソーシャルVRで恋をしたことはありますか？

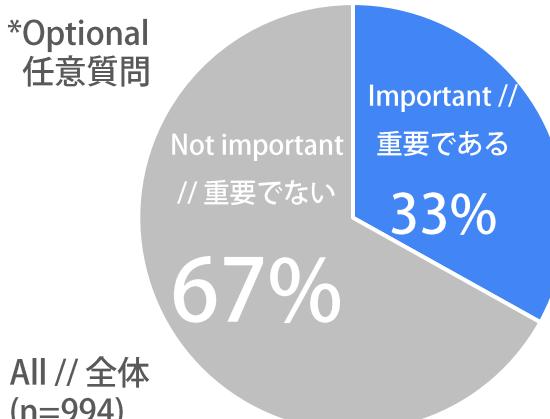


If you have fallen in love in social VR, what made you attracted to someone? // ソーシャルVRで恋をしたことがある場合、相手に惹かれるきっかけになったのはどんな要素ですか？



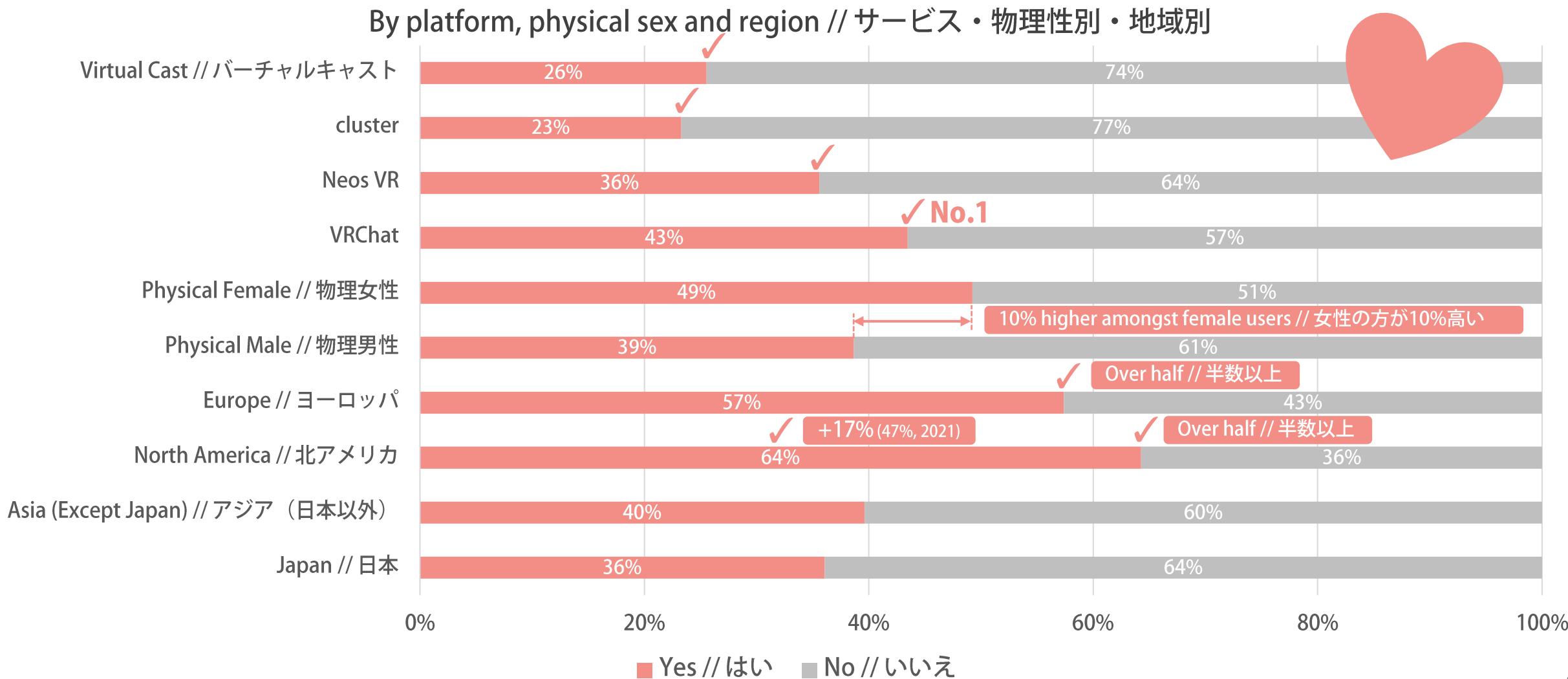
- Their personality // 相手の性格
- Their avatar's visual characteristics // 相手のアバターのビジュアル
- Their voice // 相手の声
- Others // その他

If you have fallen in love in social VR, is the physical sex of your VR lover important for you? // ソーシャルVRで恋をしたことがある場合、相手の物理的な性別があなたにとって重要な教えてください



VR love // 恋

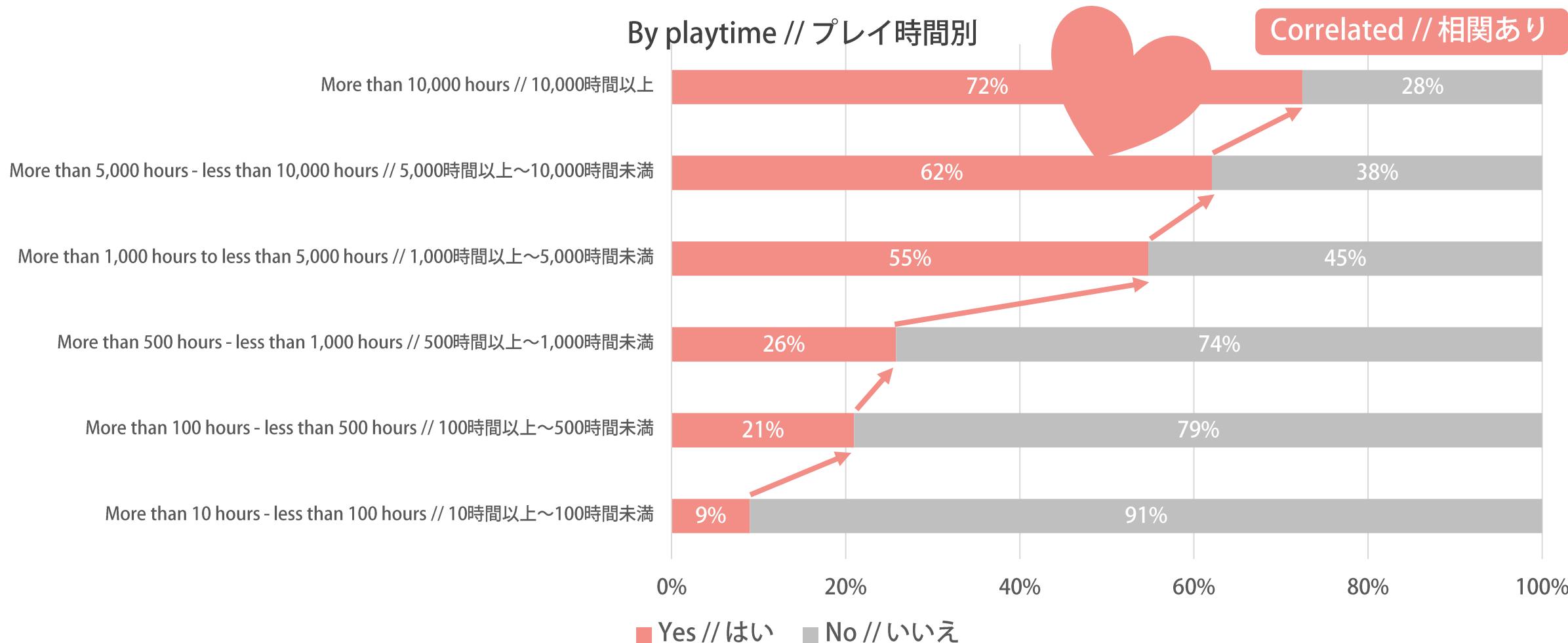
Have you ever fallen in love in social VR? // ソーシャルVRで恋をしたことはありますか？



VR love and playtime

VRでの恋とプレイ時間

Have you ever fallen in love in social VR? // ソーシャルVRで恋をしたことはありますか？

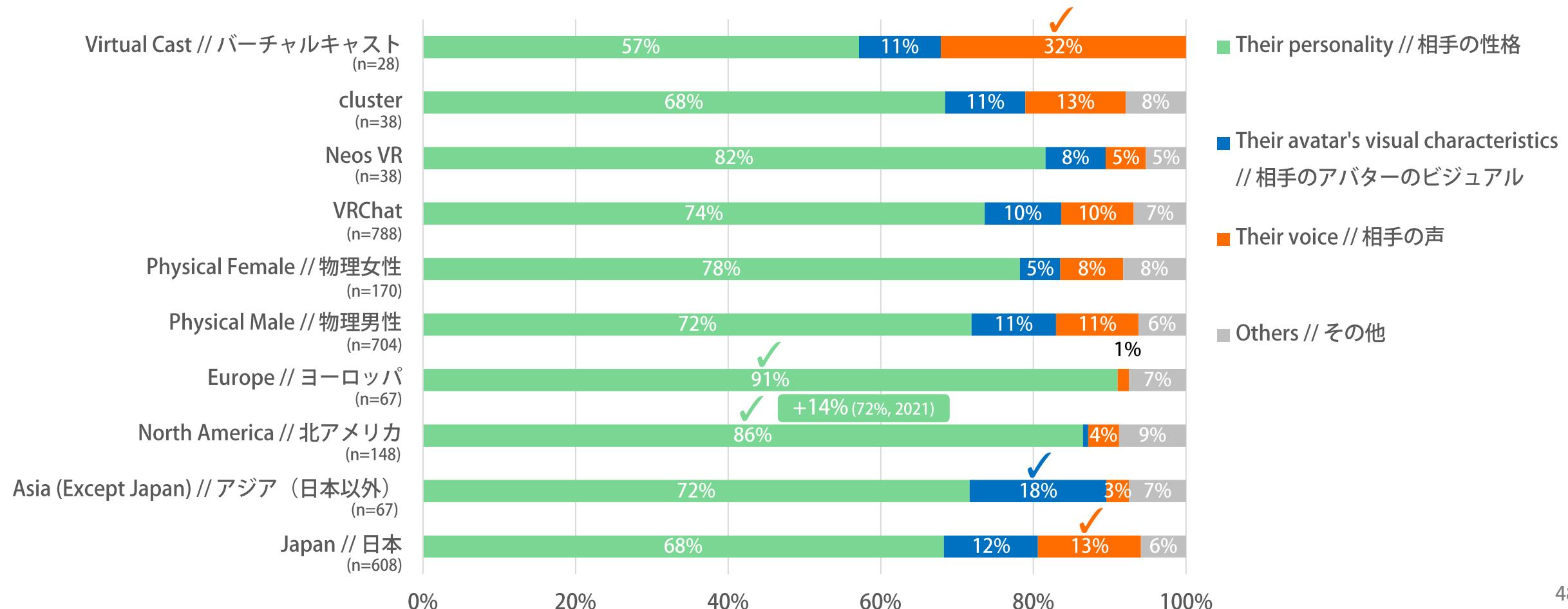


Appeal in VR // VRでの恋のきっかけ

If you have fallen in love in social VR, what made you attracted to someone? // ソーシャルVRで恋をしたことがある場合、相手に惹かれるきっかけになったのはどんな要素ですか？

*Optional // 任意質問

By platform, physical sex and region // サービス・物理性別・地域別



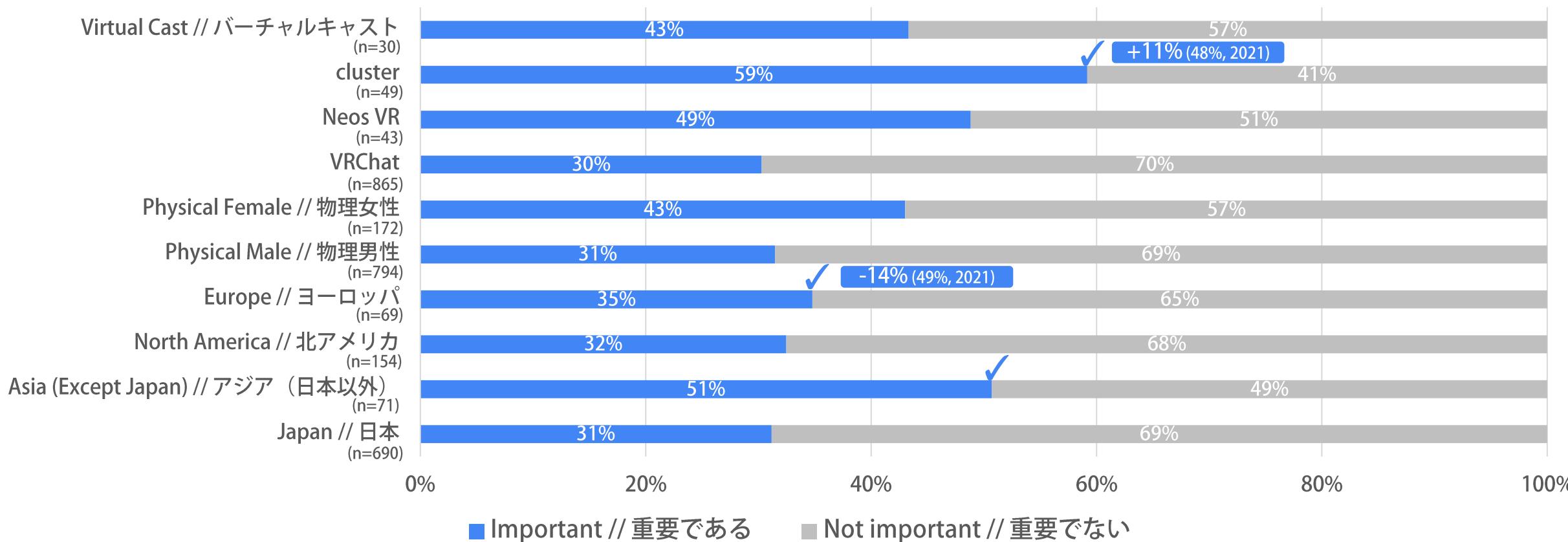
Importance of physical sex in VR love

VRでの恋における物理性別の重要性

If you have fallen in love in social VR, is the physical sex of your VR lover important for you? // ソーシャルVRで恋をしたことがある場合、相手の物理的な性別があなたにとって重要なか教えてください

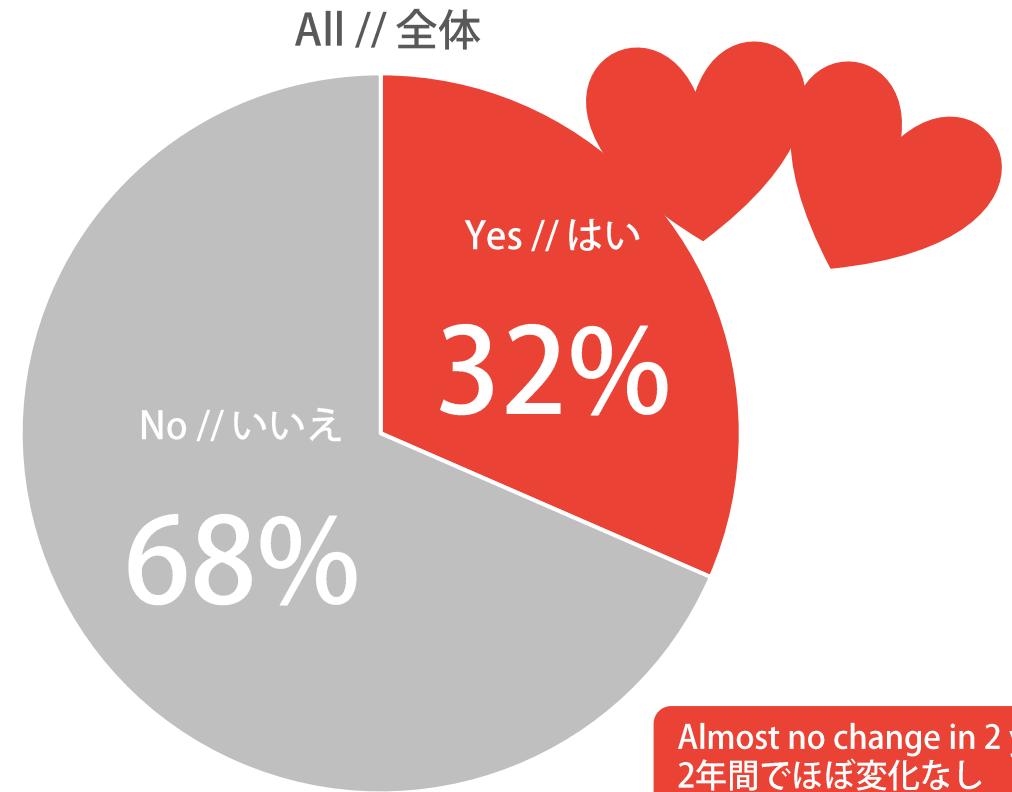
*Optional // 任意質問

By platform, physical sex and region // サービス・物理性別・地域別



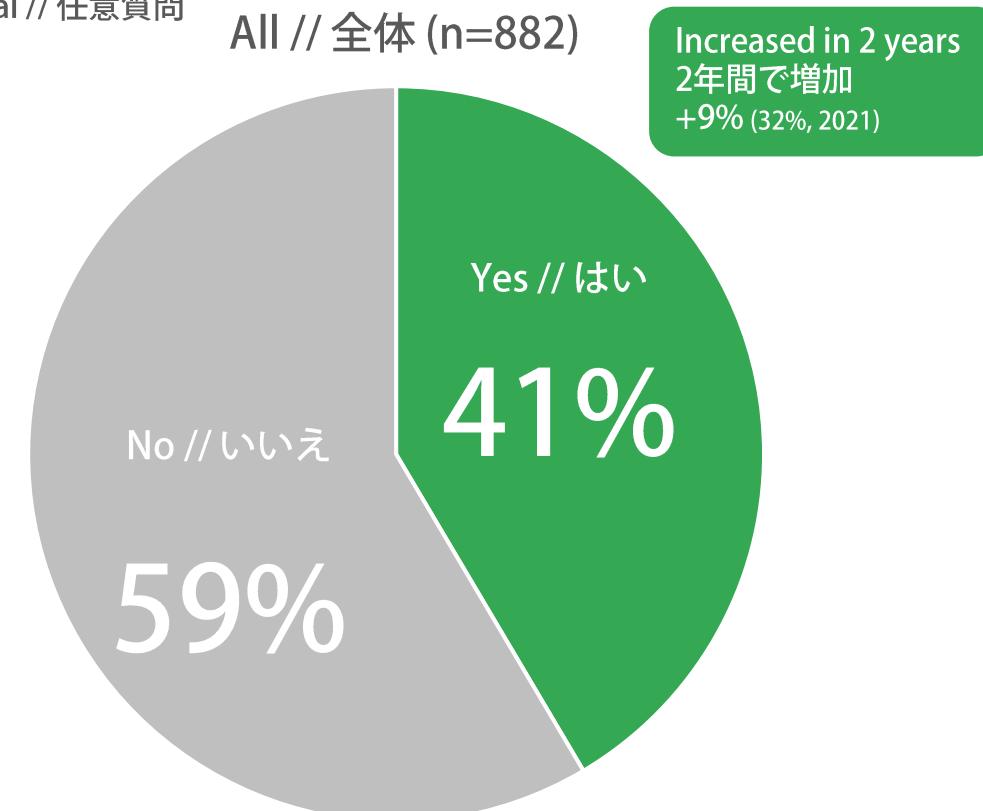
VR romantic partner // 恋人

Have you ever engaged in a virtual romantic relationship with someone you met in social VR? // ソーシャルVRで出会った相手と恋愛パートナー（いわゆる「お砂糖」関係）になったことはありますか？



If you have a romantic partner in social VR, are they also your lover in the physical world? // ソーシャルVRに恋愛パートナーがいる場合、その相手は物理現実世界でもあなたにとって恋人ですか？

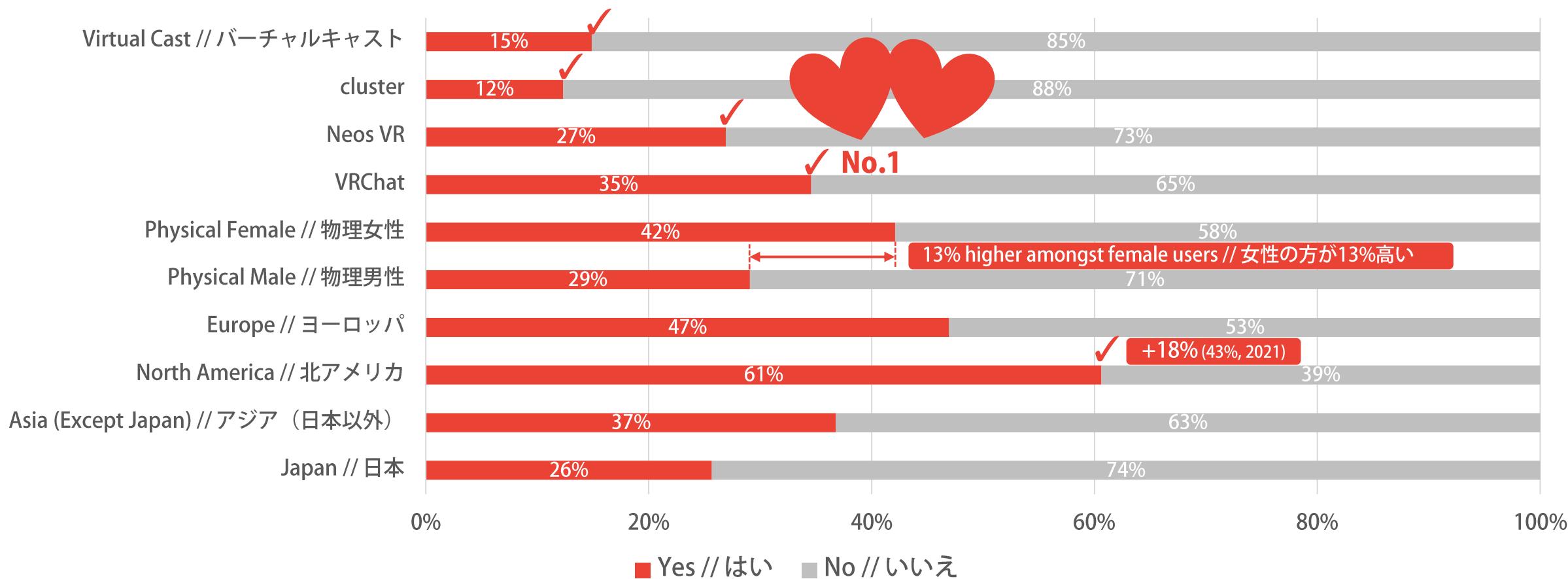
*Optional // 任意質問



VR romantic partner // 恋人

Have you ever engaged in a virtual romantic relationship with someone you met in social VR? // ソーシャルVRで出会った相手と恋愛パートナー（いわゆる「お砂糖」関係）になったことはありますか？

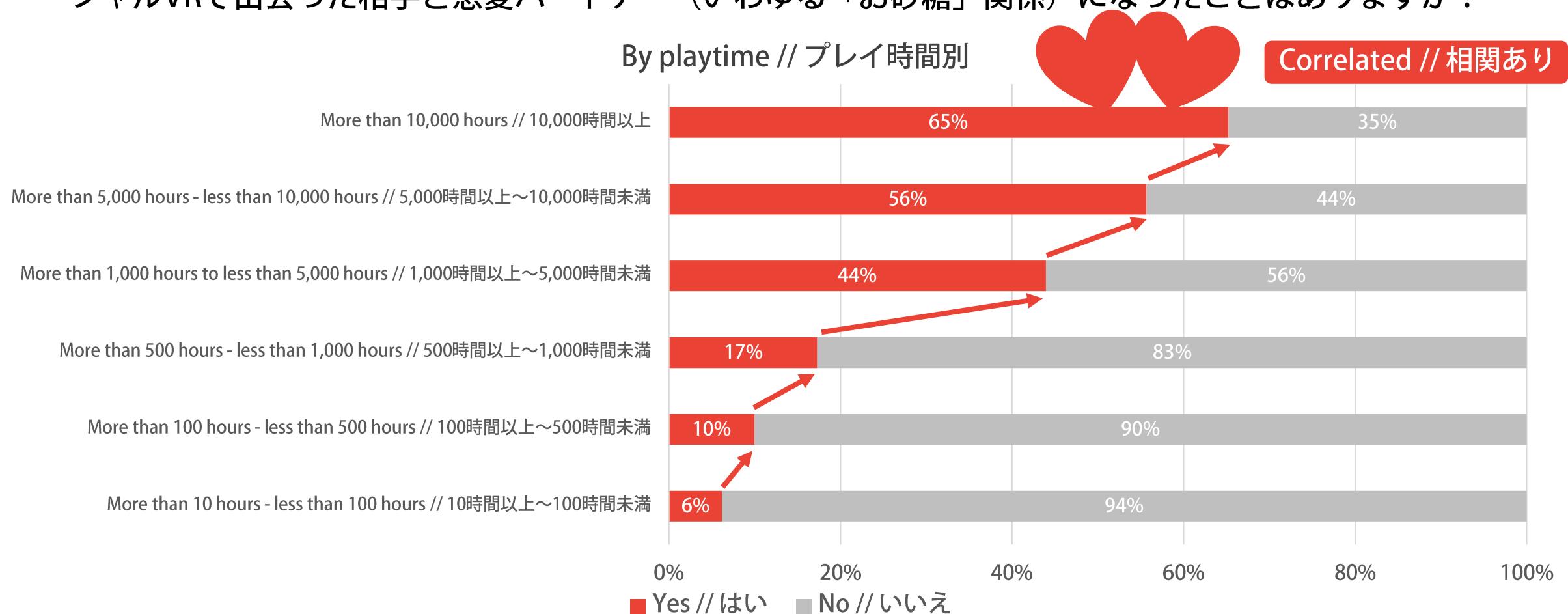
By platform, physical sex and region // サービス・物理性別・地域別



VR romantic partner and playtime

VR恋人とプレイ時間

Have you ever engaged in a virtual romantic relationship with someone you met in social VR? // ソーシャルVRで出会った相手と恋愛パートナー（いわゆる「お砂糖」関係）になったことはありますか？



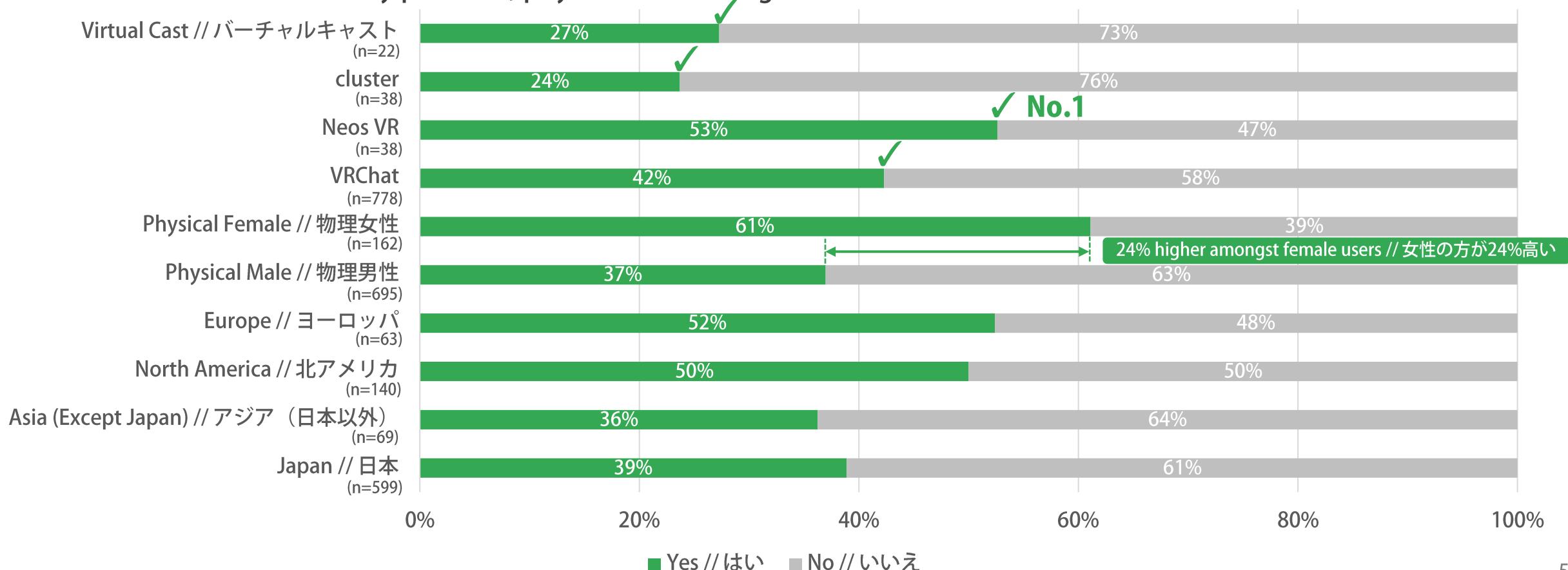
VR romantic partner in physical reality

物理現実でのVR恋人

If you have a romantic partner in social VR, are they also your lover in the physical world? // ソーシャルVRに恋愛パートナーがいる場合、その相手は物理現実世界でもあなたにとって恋人ですか？

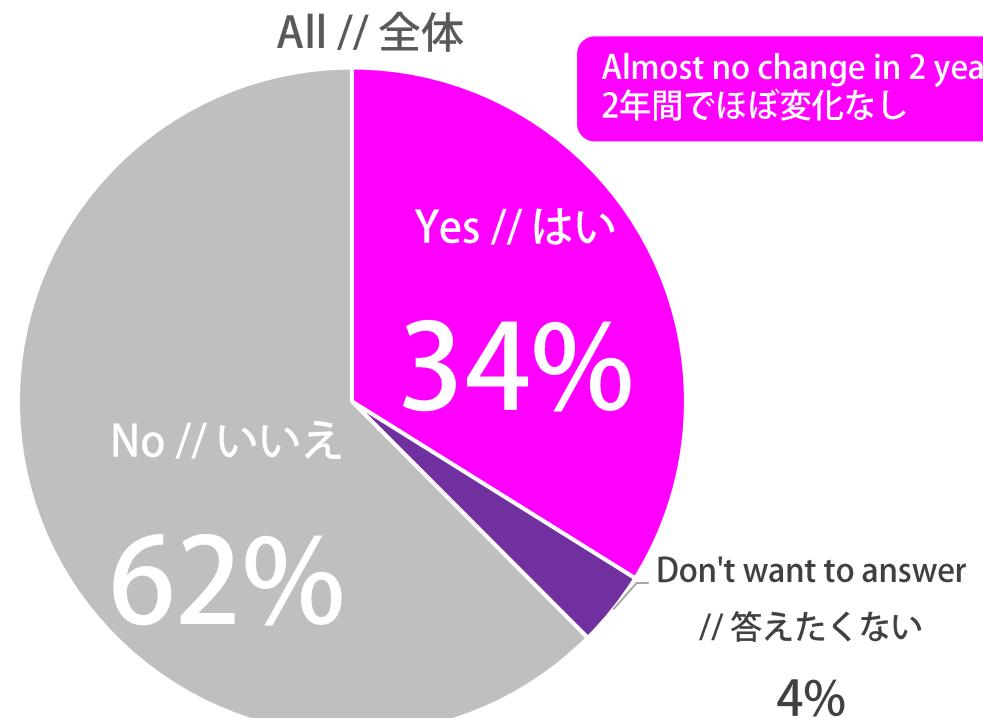
*Optional // 任意質問

By platform, physical sex and region // サービス・物理性別・地域別

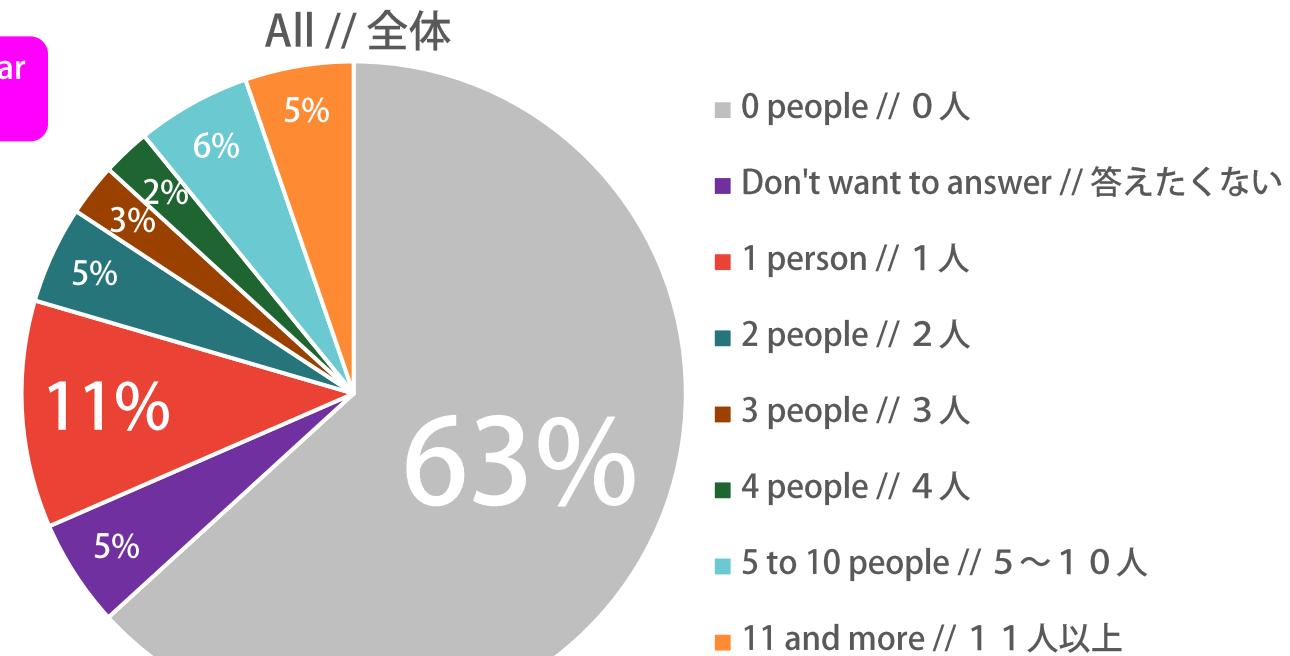


Virtual sex // バーチャルセックス

Have you ever had sex in a VR world? (We define sex as an interpersonal sexual communication in VR, not computer games) // VR世界でセックスした事はありますか？（コンピュータ相手のゲームではない、VRを介した対人の性的コミュニケーションをここではセックスと定義します）



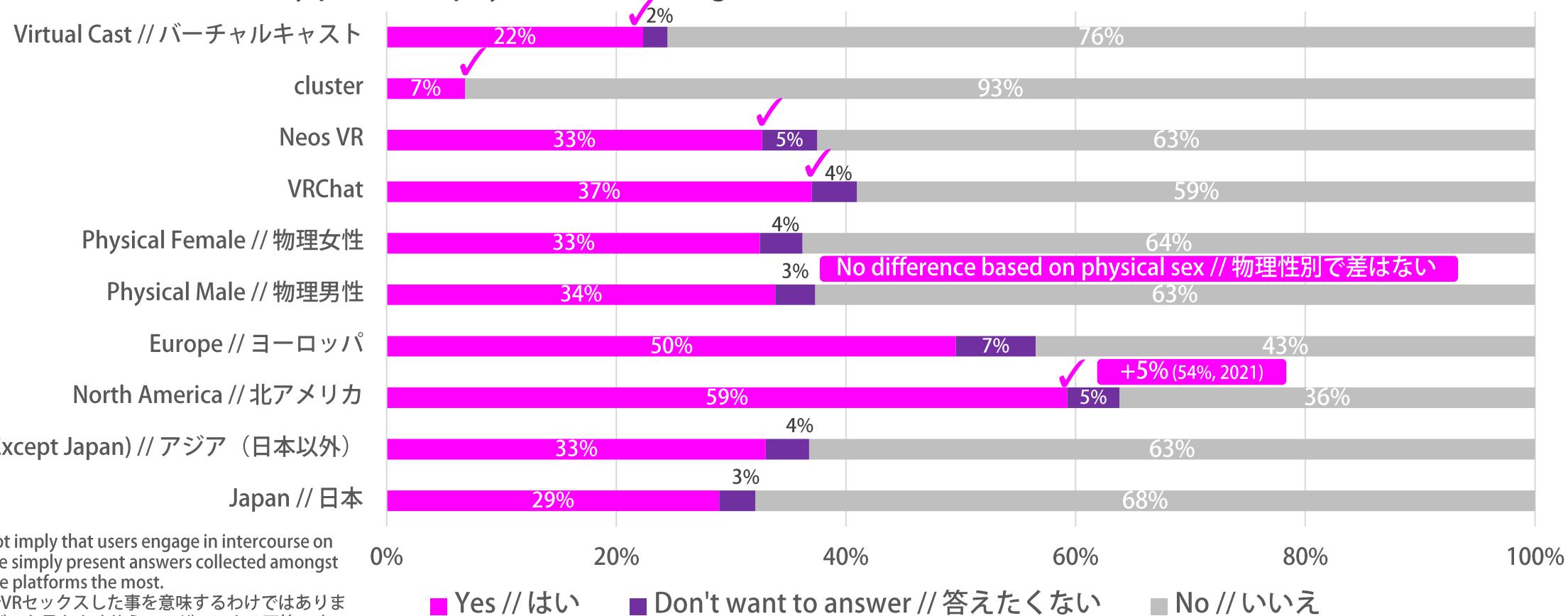
How many people have you had sex with in a VR world over the past year? (We define sex as an interpersonal sexual communication in VR, not computer games) // 過去1年間にVR世界でセックスした相手の人数は何人ですか？（コンピュータ相手のゲームではない、VRを介した対人の性的コミュニケーションをここではセックスと定義します）



Virtual sex // バーチャルセックス

Have you ever had sex in a VR world? (We define sex as an interpersonal sexual communication in VR, not computer games) // VR世界でセックスした事はありますか？（コンピュータ相手のゲームではない、VRを介した対人の性的コミュニケーションをここではセックスと定義します）

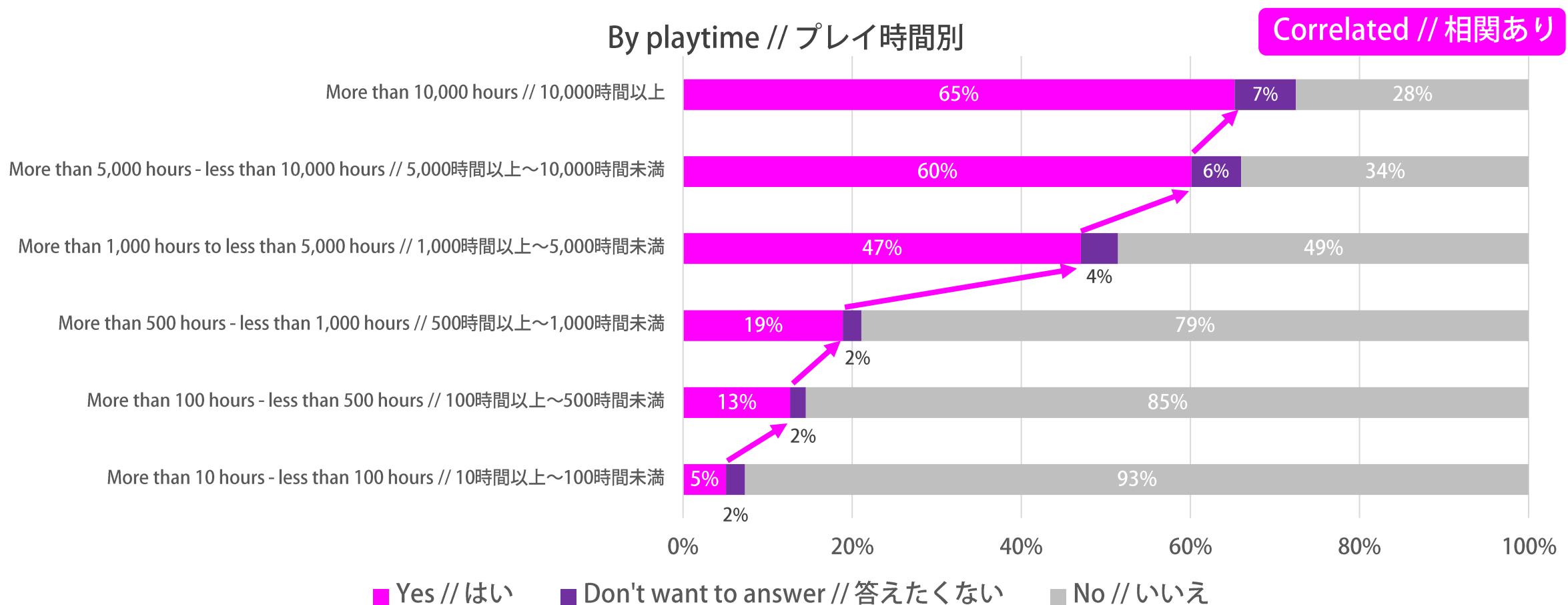
By platform, physical sex and region // サービス・物理性別・地域別



Virtual sex and playtime バーチャルセックスとプレイ時間

Nem x Mila
Social VR Lifestyle
Survey 2023

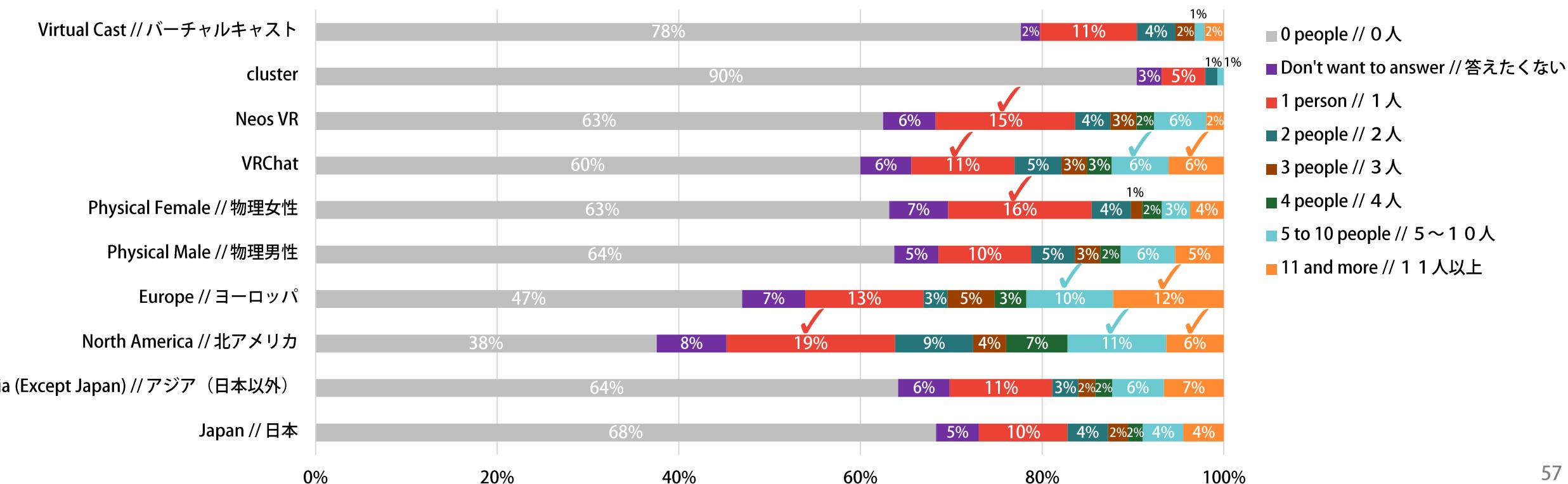
Have you ever had sex in a VR world? (We define sex as an interpersonal sexual communication in VR, not computer games) // VR世界でセックスした事はありますか？（コンピュータ相手のゲームではない、VRを介した対人の性的コミュニケーションをここではセックスと定義します）



How many sexual experiences? セックスの経験人数は？

How many people have you had sex with in a VR world over the past year? (We define sex as an interpersonal sexual communication in VR, not computer games) // 過去1年間にVR世界でセックスした相手の人数は何人ですか？（コンピュータ相手のゲームではない、VRを介した対人の性的コミュニケーションをここではセックスと定義します）

By platform, physical sex and region // サービス・物理性別・地域別



Economy

Part 4. 経済

Amount and breakdown of expenses and income in virtual space // 仮想空間における支出と収入の金額と内訳



Summary - Economy

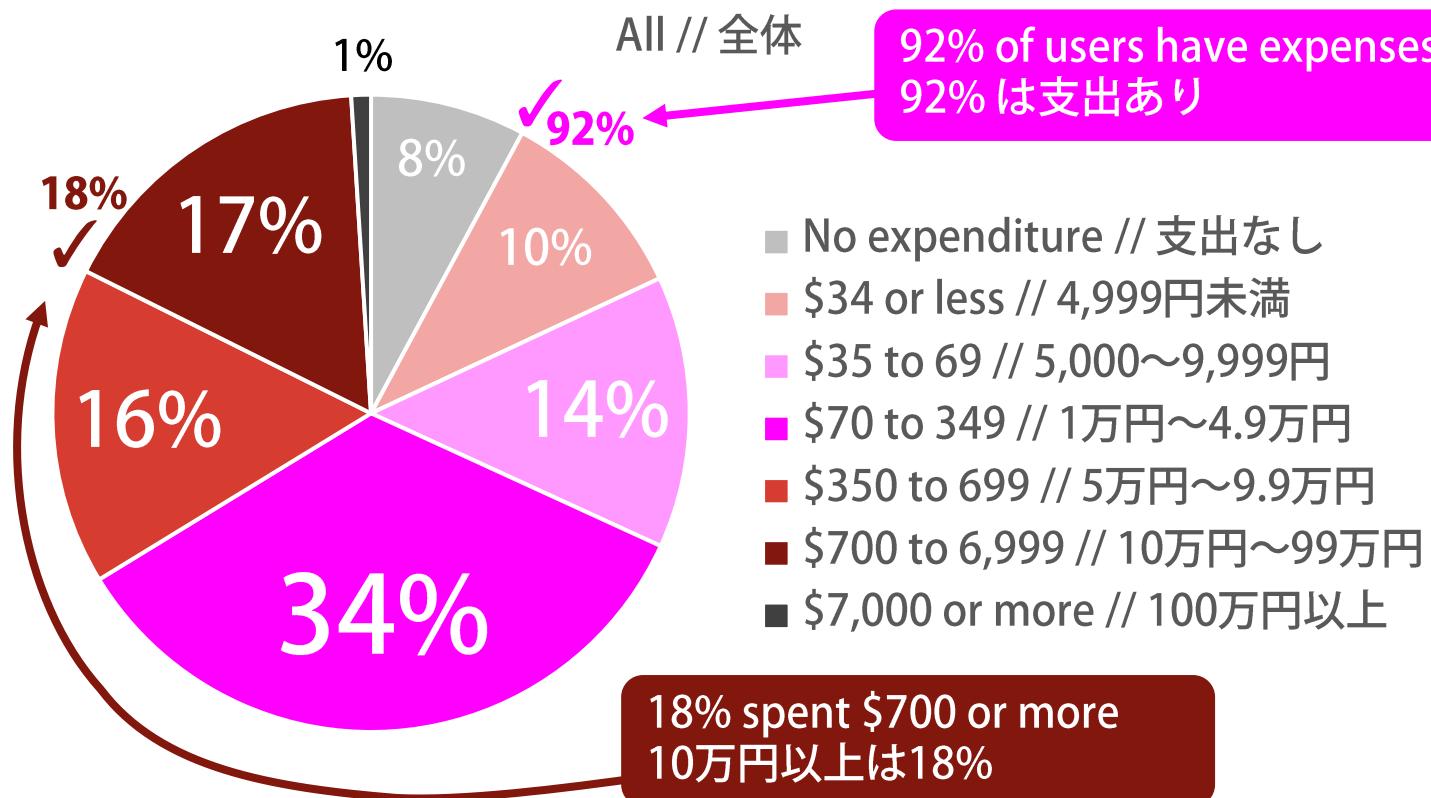
概要 - 経済

1. Almost all users pay for social VR-related content, with 18% having spent 700 dollars or more annually. The most popular category of expenses is “the purchase of 3D models,” such as avatars.
2. 42% of overall users responded they had made purchases in the physical world after having experienced them in social VR.
3. On the other hand, the percentage of users earning income from social VR-related activities is still relatively low at around 26% overall, with only 7% making 700 dollars or more annually. The top two sources of income were “3D modeling” and “VR events,” with significant variations in trends depending on the platform and the region.
4. 34% of overall users expressed a desire to rely primarily on income from social VR-related activities in the future.

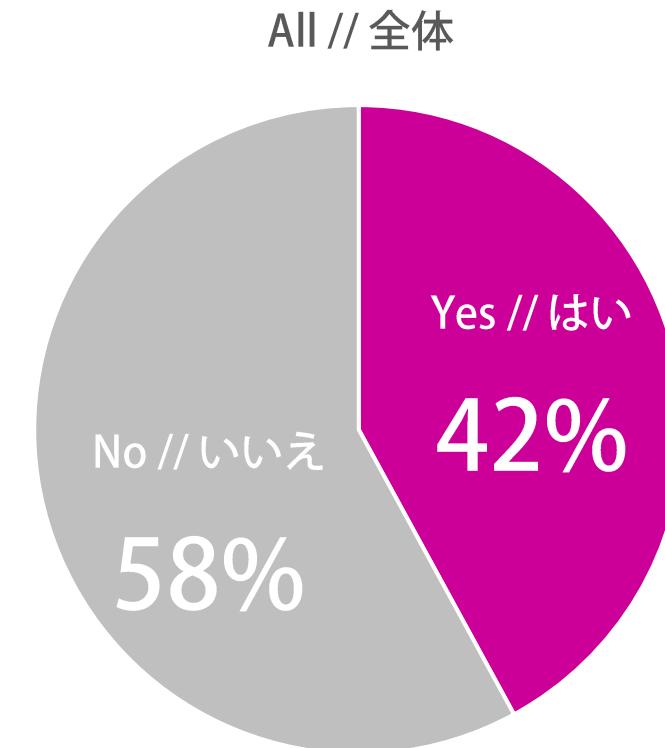
1. ほとんど全てのユーザーがソーシャルVR関連のコンテンツにお金を払っており、全体の18%が年間10万円以上支出していた。内訳のトップはアバターなどの「3Dモデルの購入」であった。
2. 全体で42%のユーザーが、ソーシャルVRでの体験をきっかけにして、物理現実の商品を買った経験があると答えた。
3. 一方で、ソーシャルVR関連の活動で収入を得ているユーザーの割合はまだ少なく全体で26%程度で、年間10万円以上はわずか7%であった。内訳のトップ2は「3Dモデル制作」と「VRイベント」で、利用サービスや地域によって傾向に大きな違いが見られた。
4. 全体で34%のユーザーが将来的にソーシャルVR関連の活動の収入を主軸に生活していきたいと答えた。

Total expenses // 支出額

How much did you approximately spend on social VR-related content in total over the past year // ソーシャルVR関連のコンテンツへの過去1年間の支出額のおおよその合計を教えてください



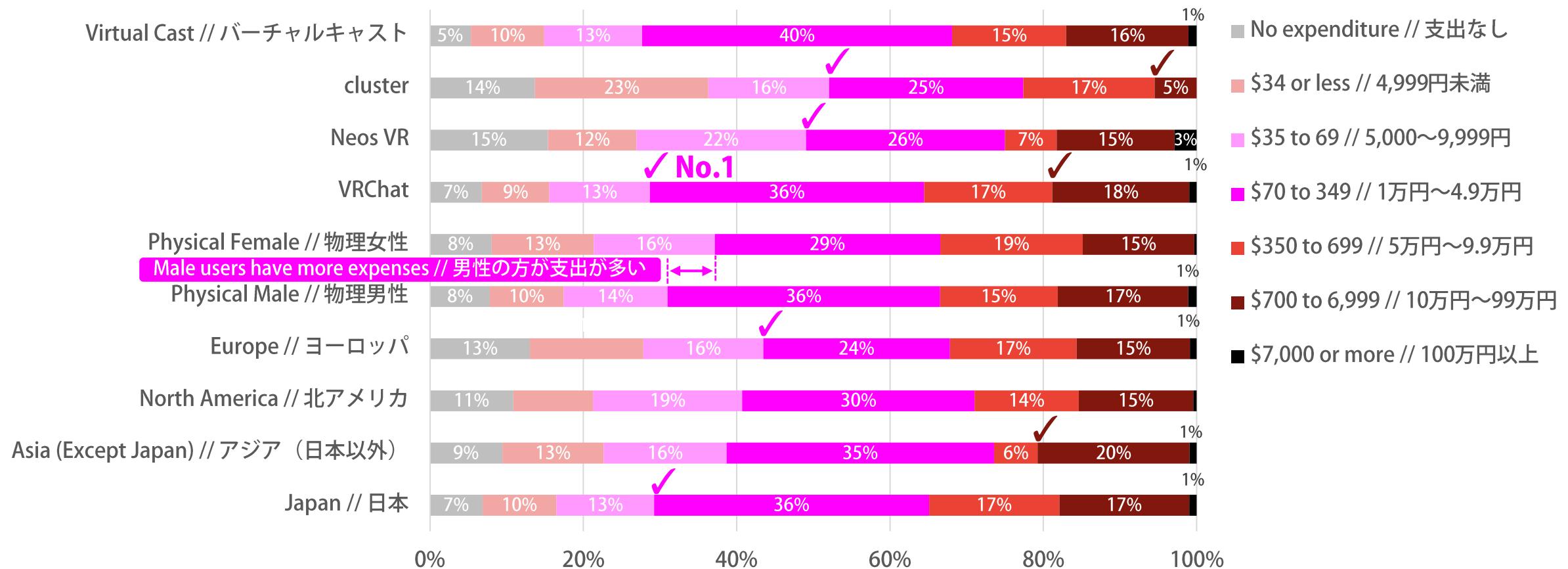
Have you ever purchased a physical product after experiencing a tour or product demonstration in social VR? // ソーシャルVRでの観光や商品体験をきっかけにして、物理現実の商品を買ったことがありますか？



Total expenses // 支出額

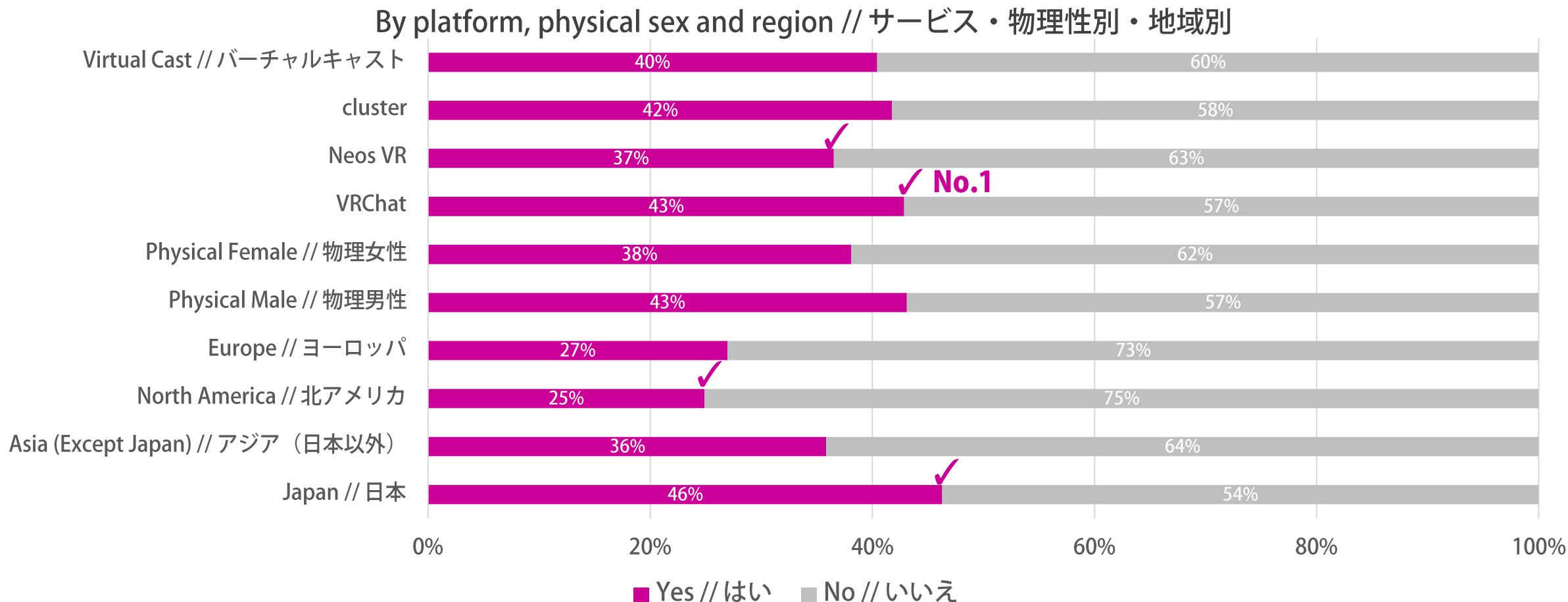
How much did you approximately spend on social VR-related content in total over the past year // ソーシャルVR関連のコンテンツへの過去1年間の支出額のおおよその合計を教えてください

By platform, physical sex and region // サービス・物理性別・地域別



Results in physical economy? 物理経済への波及

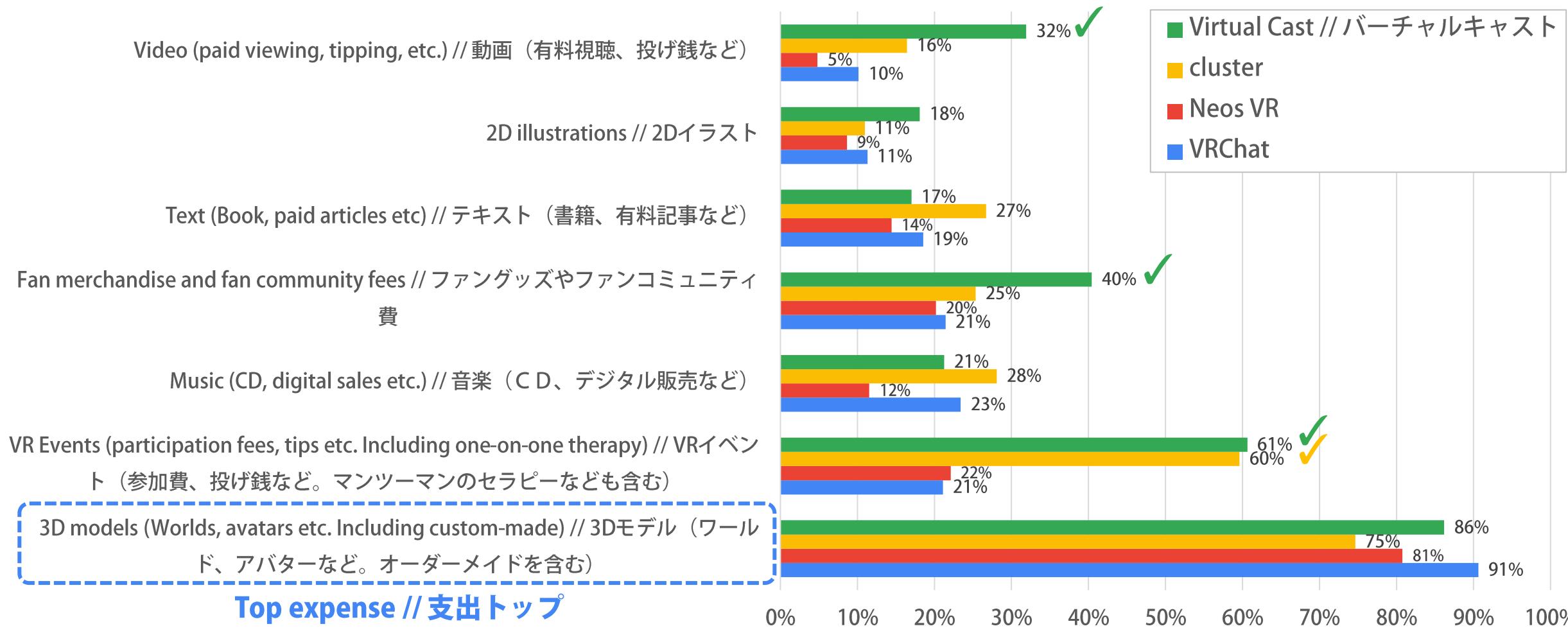
Have you ever purchased a physical product after experiencing a tour or product demonstration in social VR? // ソーシャルVRでの観光や商品体験をきっかけにして、物理現実の商品を買ったことがありますか？



Type of expenses // 支出種別

If you have ever purchased social VR-related content, please select "all" that apply // ソーシャルVR関連のコンテンツにお金を払ったことがある場合、当てはまるものを「全て」選んでください

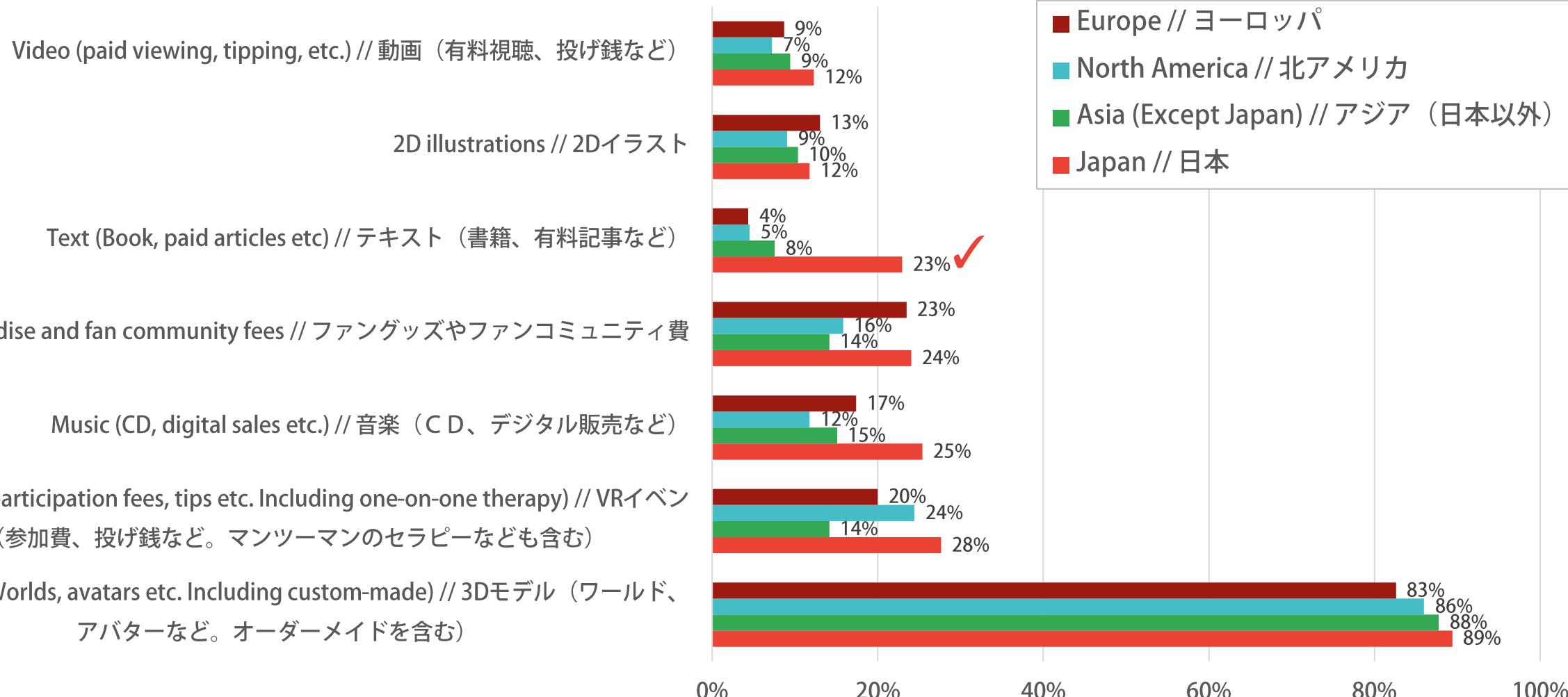
By platform // サービス別



Type of expenses // 支出種別

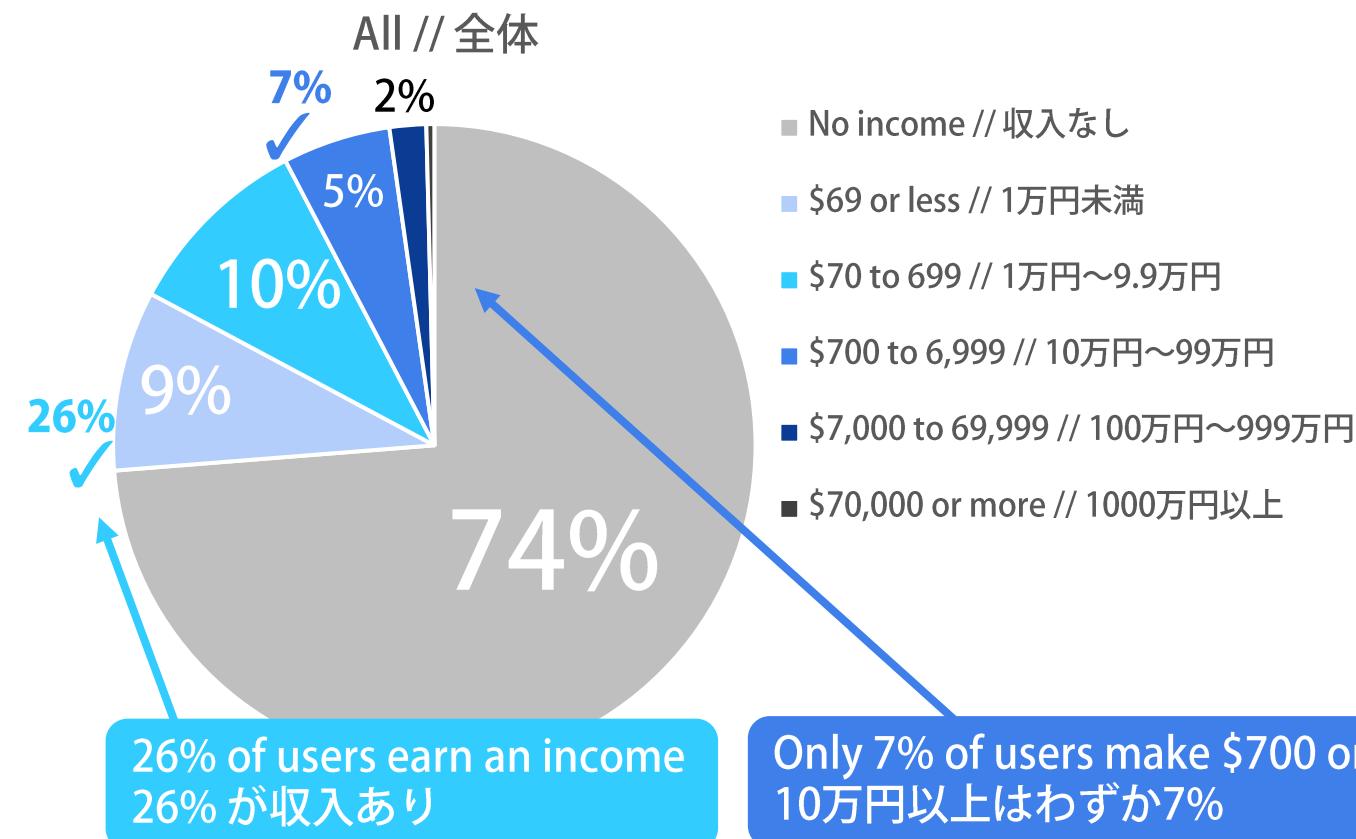
If you have ever purchased social VR-related content, please select "all" that apply // ソーシャルVR関連のコンテンツにお金を払ったことがある場合、当てはまるものを「全て」選んでください

By region // 地域別

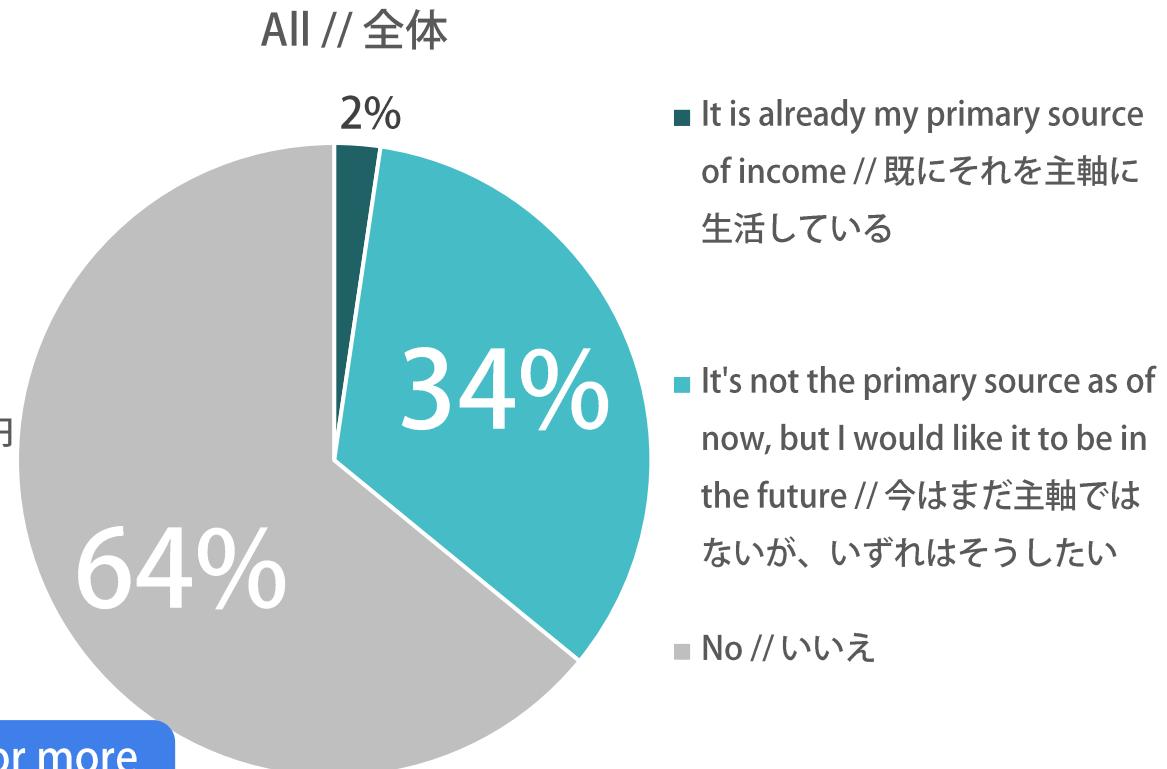


Total income // 収入額

How much is your approximate total income from social VR-related activities over the past year // ソーシャルVR関連の活動による過去1年間の収入額のおおよその合計を教えてください

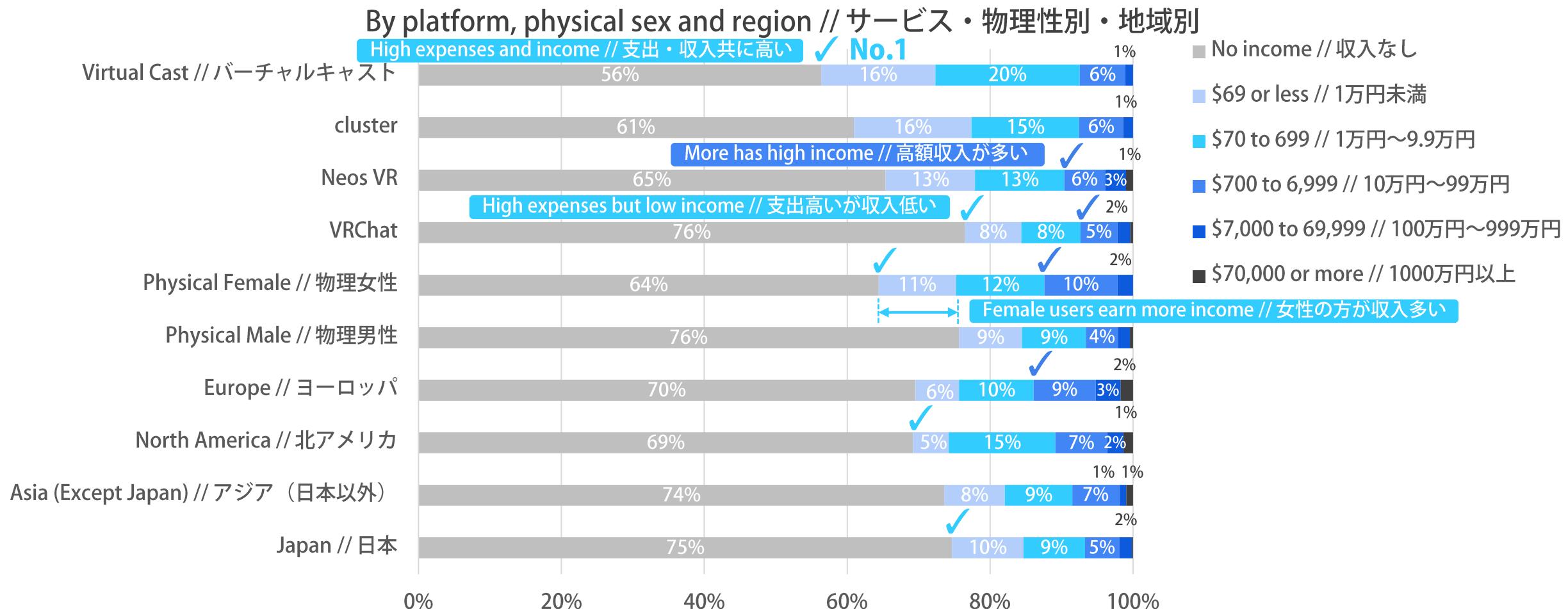


Do you want to make your income from social VR-related activities your primary source of income in the future? // 将来的にソーシャルVR関連の活動の収入を主軸に生活していきたいですか？



Total income // 収入額

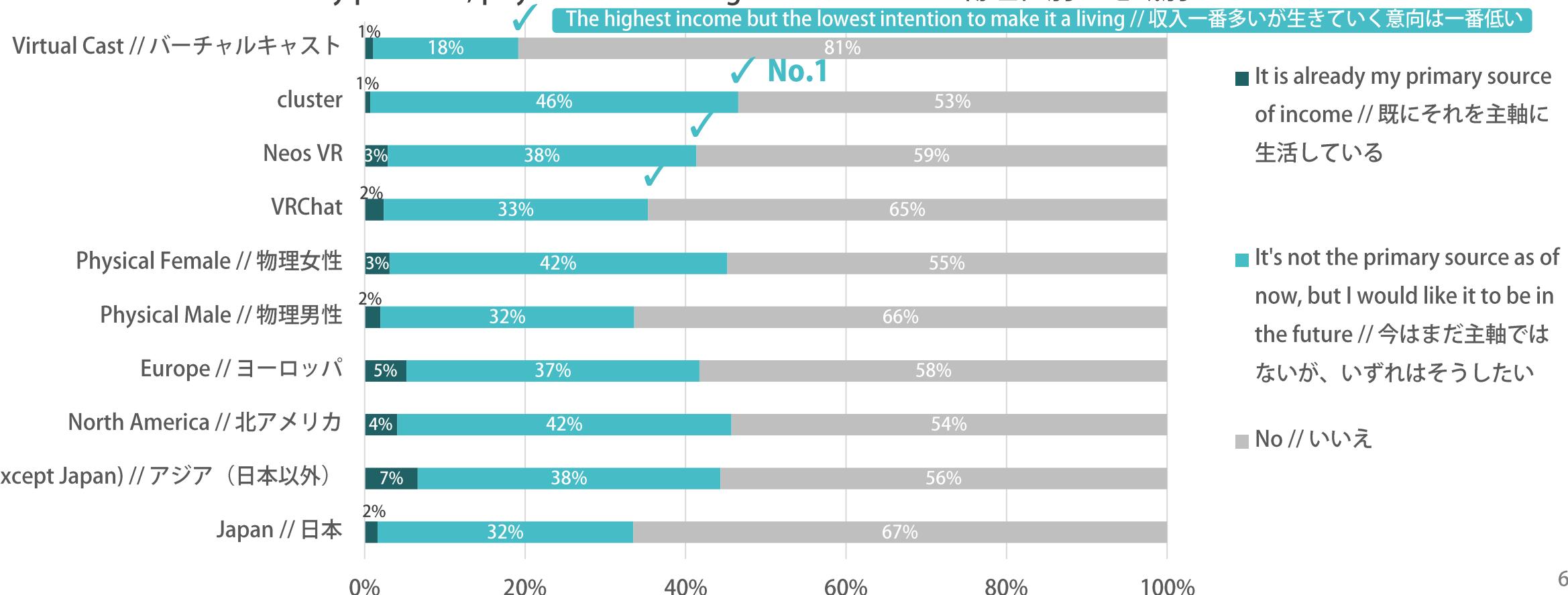
How much is your approximate total income from social VR-related activities over the past year // ソーシャルVR関連の活動による過去1年間の収入額のおおよその合計を教えてください



Want to live by VR? VRで生きていきたいか

Do you want to make your income from social VR-related activities your primary source of income in the future? // 将来的にソーシャルVR関連の活動の収入を主軸に生活していきたいですか？

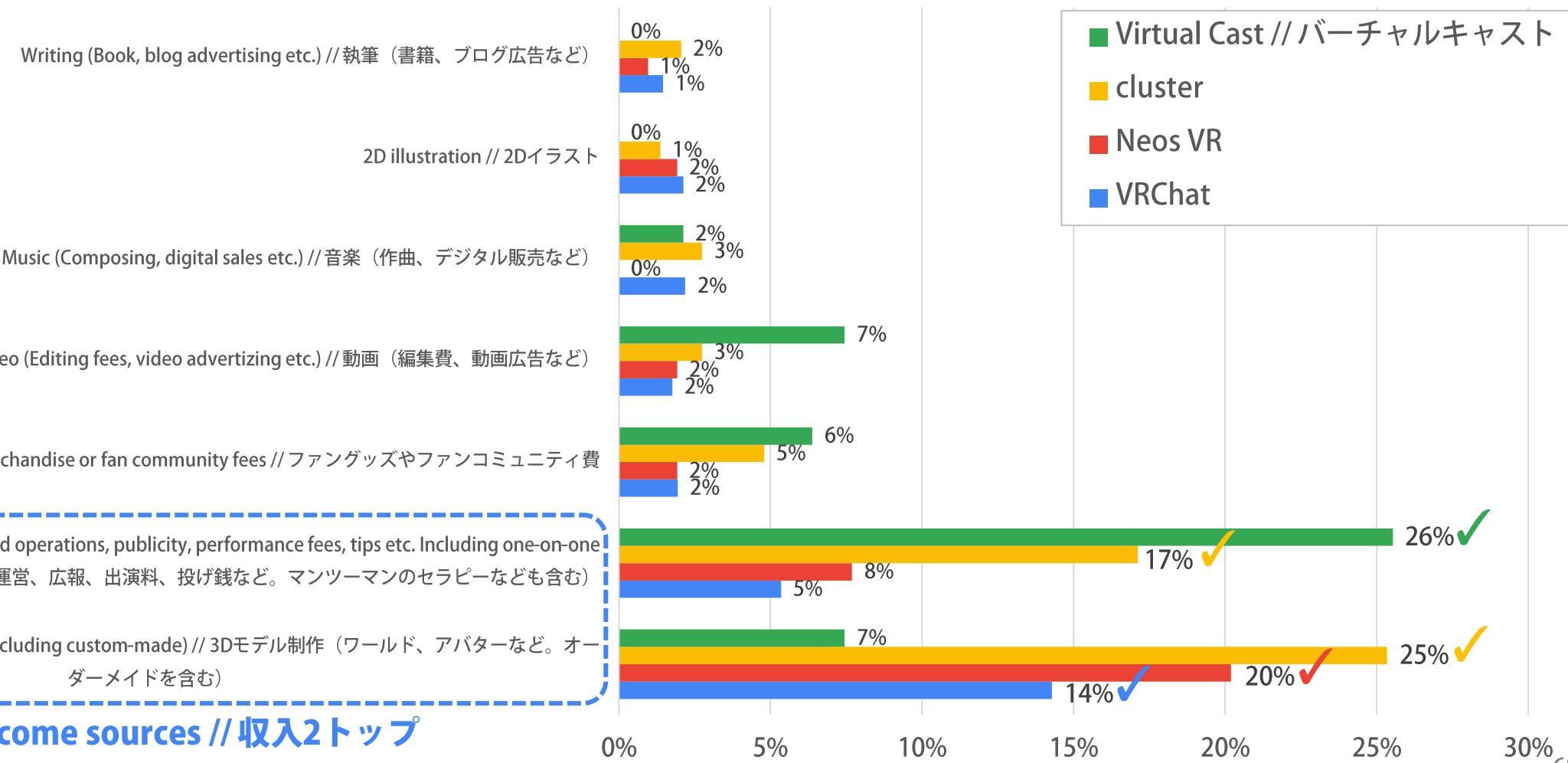
By platform, physical sex and region // サービス・物理性別・地域別



Type of income // 収入種別

If you are currently earning an income from social VR-related activities, please select "all" that apply // 現在ソーシャルVR関連の活動で収入を得ている場合、当てはまるものを「全て」選んでください

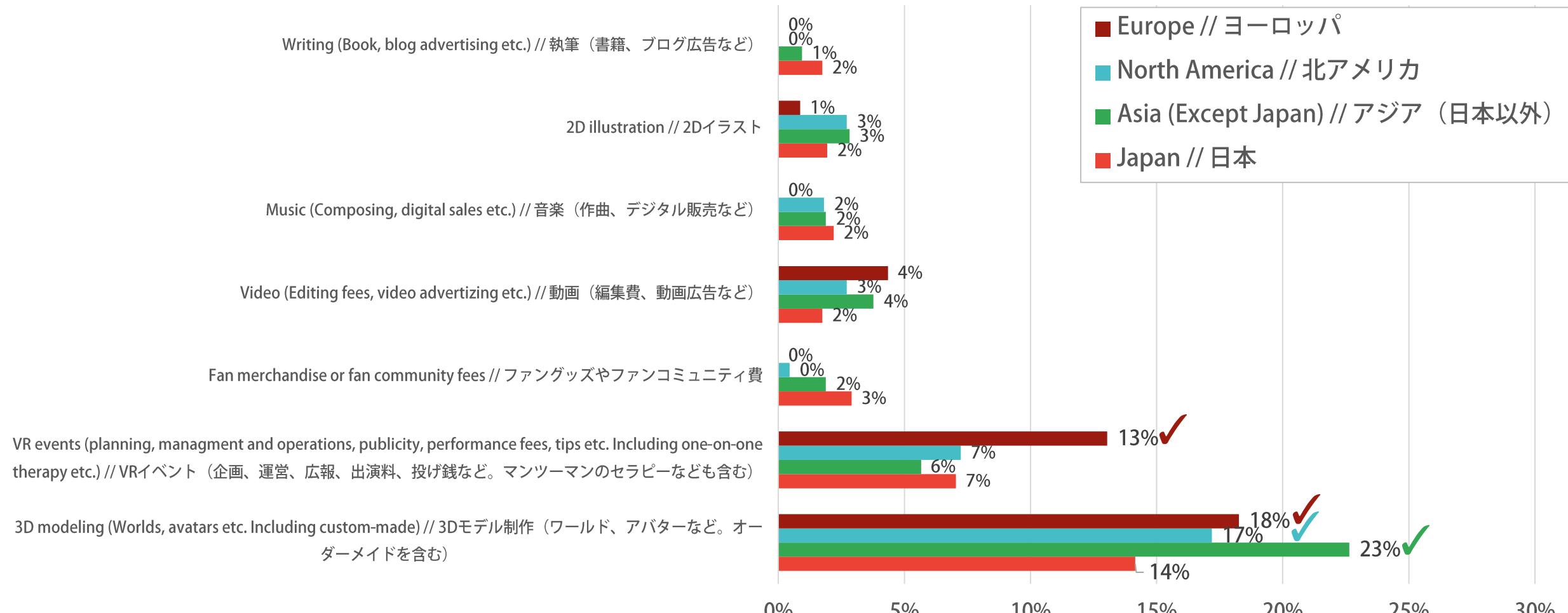
By platform // サービス別



Type of income // 収入種別

If you are currently earning an income from social VR-related activities, please select "all" that apply // 現在ソーシャルVR関連の活動で収入を得ている場合、当てはまるものを「全て」選んでください

By region // 地域別





Phantom Sense

Part 5. ファントムセンス (VR感覚)

Types of sensations, sensitivity and tactile perception sites // 感覚の種類・感じやすさ・触覚を感じる部位

Summary - Phantom Sense

概要 - ファントムセンス (VR感覚)

Note : In this survey, "phantom sense" (VR sense) refers to experiencing pseudo sensations during a VR experience that should only be audiovisual.

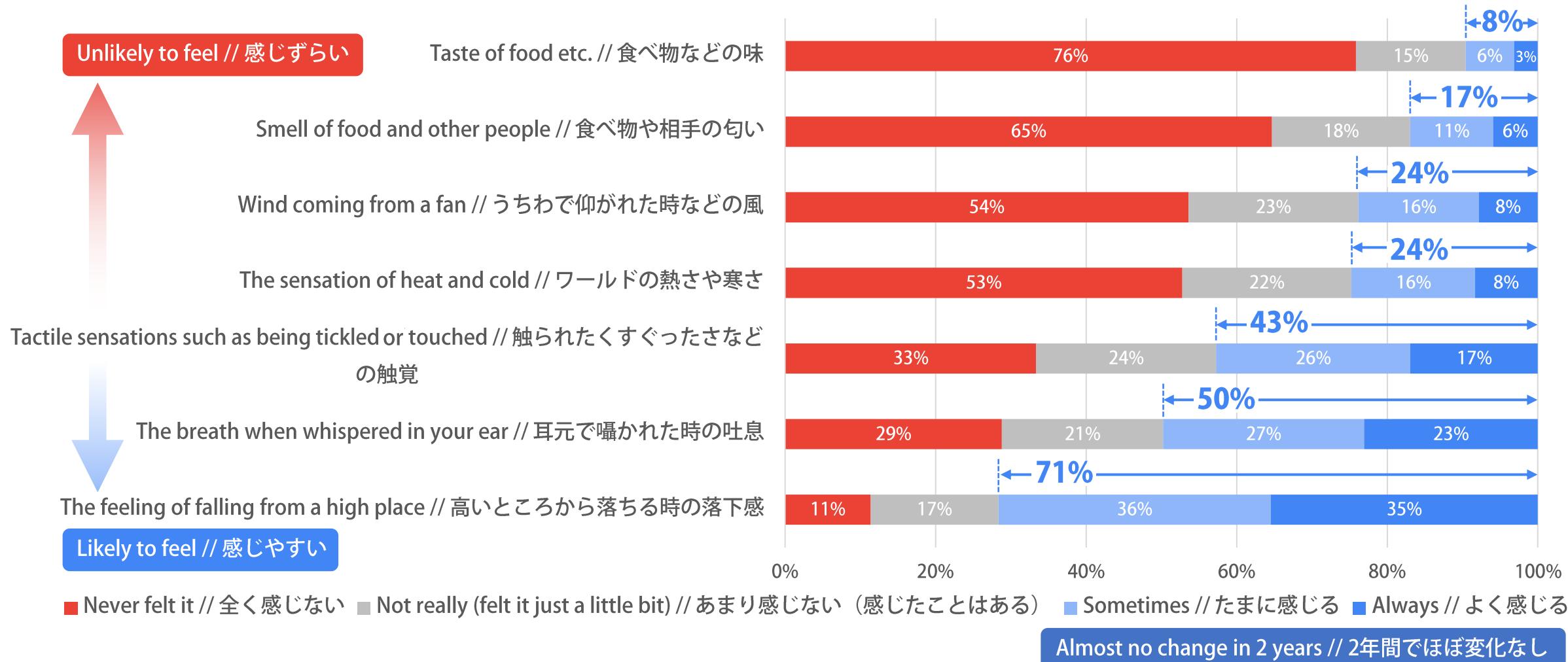
1. Many users experience phantom senses, but there are significant differences in sensitivity depending on the type of sensation. While sensations of falling (71%) and touch (43%) are relatively easy to feel, taste (8%) and smell (17%) are less easily perceived. This trend has remained largely consistent over the past two years.
2. The percentage of people who feel tactile sensations increases as their playtime becomes longer, but it reaches a limit when they reach 1,000 hours. It is believed that factors other than playtime may be at play in this phenomenon.
3. There is a tendency for sensations to be more easily felt in avatar body parts that are more visible in the field of view, such as the face (67%) and hands (41%).

※注意：ファンタムセンス (VR感覚)とは、本来視聴覚しか再現されないはずのVR体験中に擬似的に他の感覚を得る現象全般を本調査では指すものとする。

1. 多くのユーザーがファンタムセンスを経験しているが、落下感 (71%) や触覚 (43%) は比較的感じやすい一方で味覚 (8%) や匂い (17%) は感じづらいなど、感覚の種類によって感じやすさに大きな違いがある。この傾向は過去2年間にわたってほぼ一貫している。
2. プレイ時間が長くなると触覚を感じる人の割合が増えていくが、1,000時間で半数に達して限界となる。プレイ時間以外の要因があるものと考えられる。
3. 触覚は、顔 (67%)・手 (41%)など視界に入りやすいアバターの部位ほど感じやすい傾向が見られる。

Phantom sense // ファントムセンス

Have you ever felt any of the following sensations during your social VR experience? // ソーシャルVR体験中に以下のような感覚を感じたことはありますか？

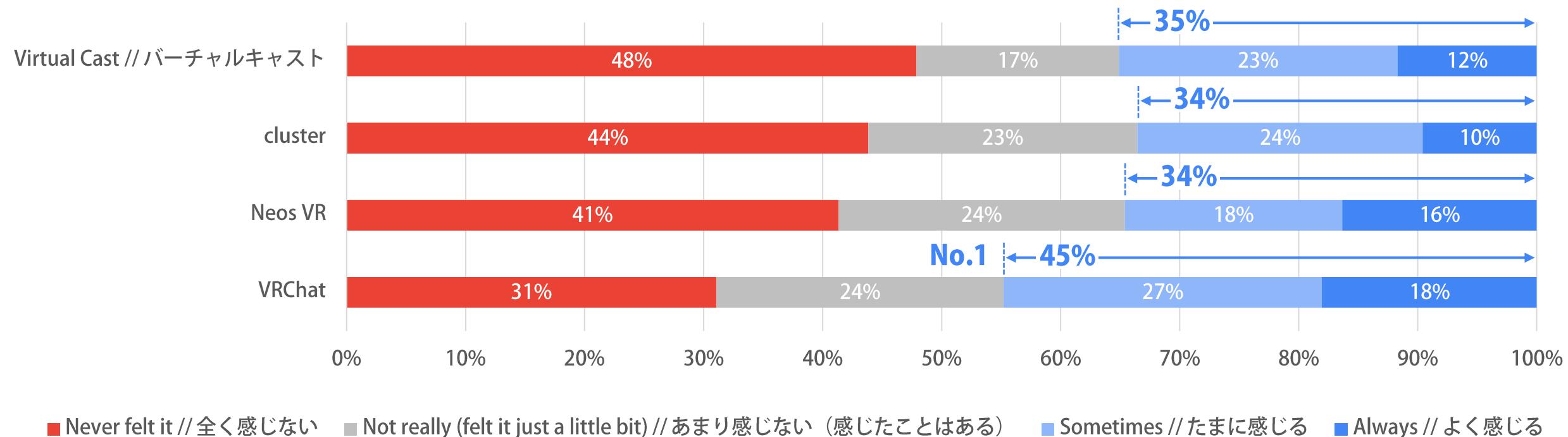


Tactile phantom sense

触覚ファンтомセンス

Tactile sensations such as being tickled or touched (By platform)

触られたくすぐったさなどの触覚 (サービス別)



No big change in 2 years
2年間で大きな変化なし

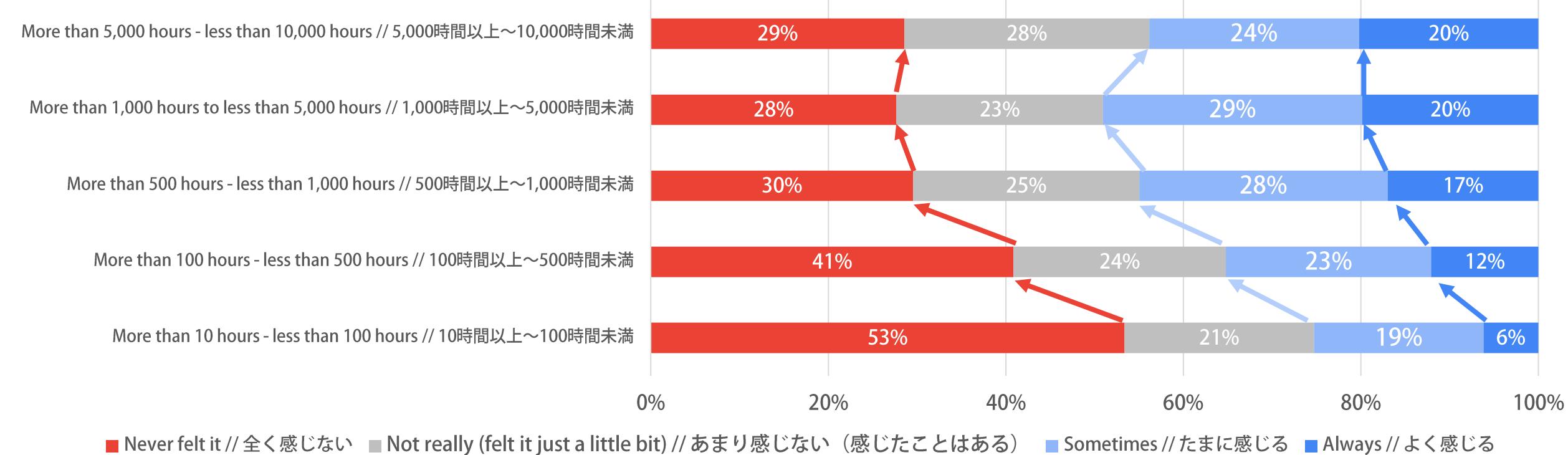
Tactile phantom sense and playtime

触覚ファンтомセンスとプレイ時間

Tactile sensations such as being tickled or touched (By playtime)

触られたくすぐったさなどの触覚 (プレイ時間別)

Weak correlation // 弱い相関

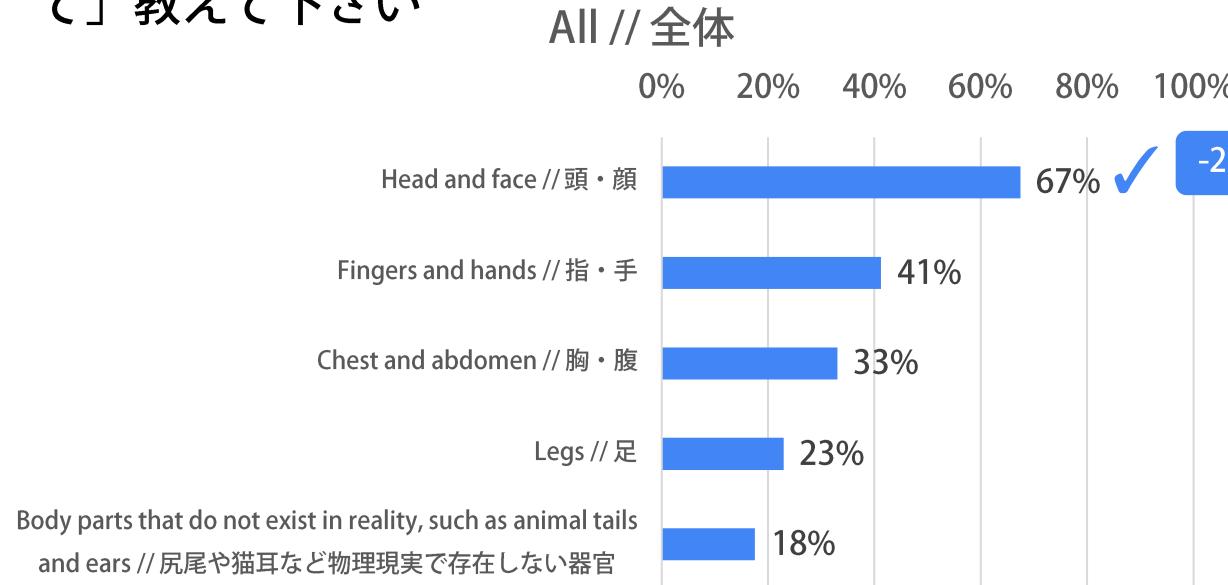


Reaching half at 1,000 hours, then plateauing
1,000時間で半数に達し、その後は頭打ちに

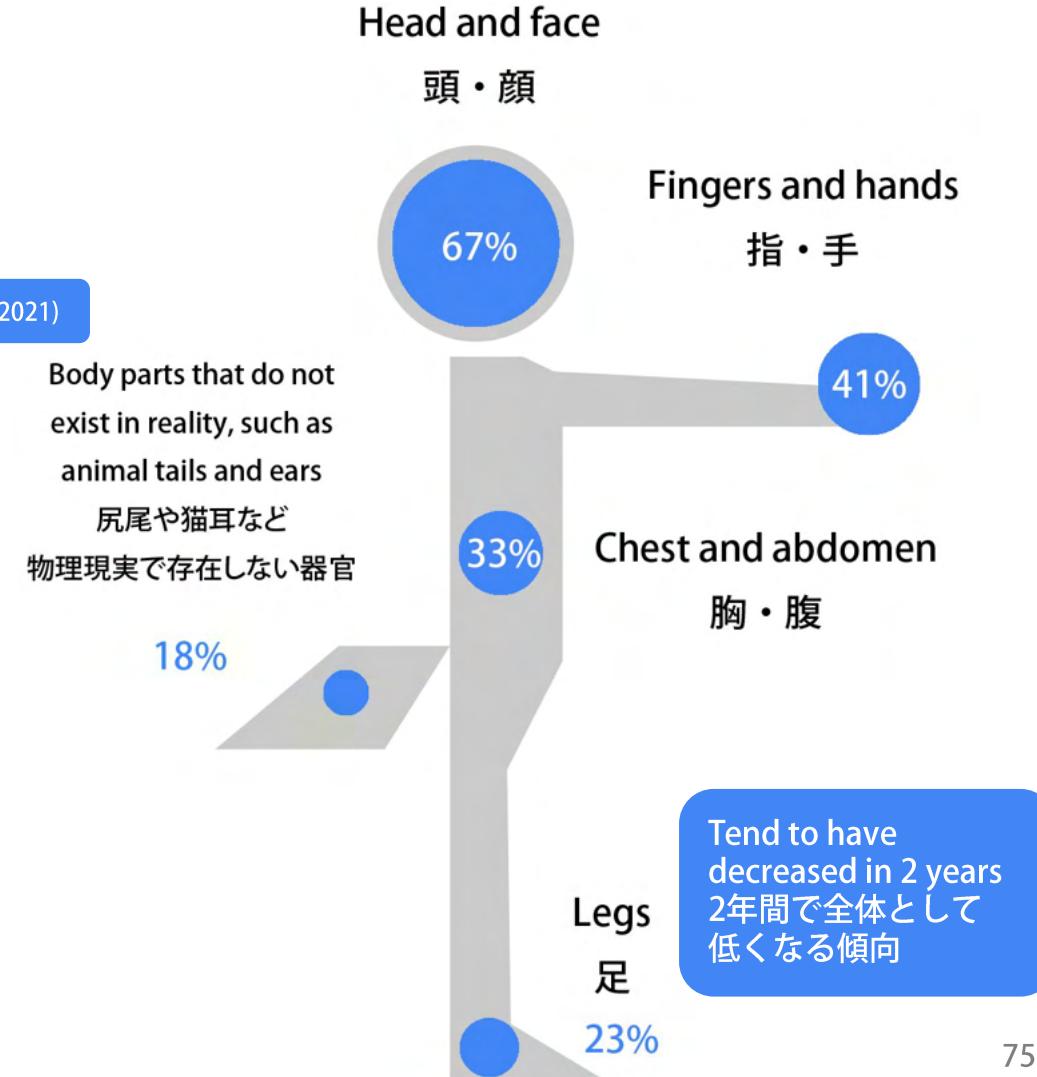
Tactile phantom sense and body parts

触覚ファンтомセンスを感じる部位

If you have felt phantom sense, please select "all" the body parts // 触覚を感じた事がある方は部位を「全て」教えて下さい



Because the audiovisual stimulus evokes the sensation, it is easier for users to experience phantom senses with visible body parts
視聴覚により想起される感覚のため、視界に入りやすい部位ほど感じやすい傾向がありそう

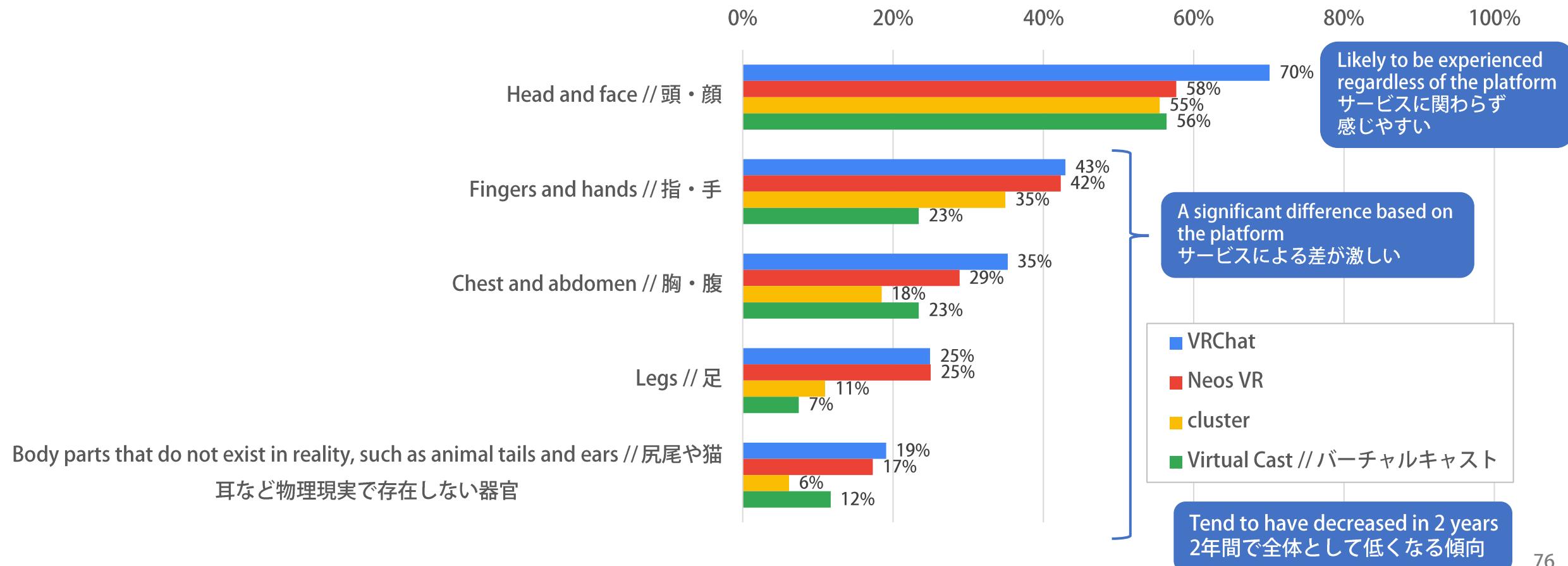


Tactile phantom sense and body parts

触覚ファンтомセンスを感じる部位

If you have felt phantom sense, please select "all" the body parts // 触覚を感じた事がある方は部位を「全て」教えて下さい

By platform // サービス別



Review comment // 総評

Overall, this report is really interesting with some great results. This comprehensive survey which has over 2,000 respondents from around the globe, features intriguing insights into the lifestyles of social VR users. The survey highlights several noteworthy trends amongst which the fact that male users predominantly dominate all VR platforms. Notwithstanding this, the striking contradiction and one of the most salient points to emerge is that while male users are prevalent, feminine avatars are predominantly chosen, irrespective of the user's physical sex. Delving into communication patterns, users have shown an inclination towards more intimate proximities, with an intriguing 41% admitting to having fallen in love within the VR realm. Economically, while an overwhelming majority are willing to spend on VR-related content, only a fraction monetises their VR activities yet. Lastly, the phenomenon of the phantom sense was reported by numerous users, intensifying with increased playtime. This gives an indication of the immersive nature of VR environments but it also exposes the social derivative that these platforms promote.

Dr Vanessa Camilleri

University of Malta, Senior Lecturer in Artificial Intelligence

総じて、このレポートはいくつかの素晴らしい成果を含み、大変興味深い内容となっています。この包括的な調査は、世界中から2,000人以上の回答者を得ており、ソーシャルVRユーザーのライフスタイルに関する興味深い洞察を提供しています。調査はいくつかの注目すべき傾向を浮き彫りにしており、中でも、全てのサービスにおいて男性ユーザーが優勢であるという事実が挙げられます。それにも関わらず、衝撃的な矛盾点であり最も注目すべき点として浮かび上がったのは、男性ユーザーが多いにも関わらず、ユーザーの実際の性別に関係なく、女性型アバターが圧倒的に選ばれているということです。コミュニケーションについて深く踏み込むと、ユーザーは非常に近い距離感を好む傾向があり、興味深いことに41%がVRの世界で恋に落ちた経験を認めています。経済面では、圧倒的大多数のユーザーがVR関連コンテンツへの支出をいとわない一方で、VR活動から収益を得ているユーザーはまだほんの一部です。最後に、多くのユーザーが報告する「ファントムセンス」という現象は、プレイ時間が増加するにつれて強まるということが明らかになりました。これはVR環境における没入感の指標となるだけでなく、これらのサービスがもたらす社会への影響力を示しています。

ヴァネッサ・カミッレーリ博士

マルタ大学、人工知能分野の上級講師

Thank you!

Please give us your feedback by answering [this form](#) for our further analysis and future research activities. // 更なる分析と今後の調査活動の参考にぜひ[アンケート](#)にお応え下さい。

Follow us on Twitter! // フォローお願いします！ - Nem [@nemchan_nel](#), Mila [@BredikhinaL](#)

For inquiries about media coverage, etc. // 取材などのお問い合わせはこちら。 - Twitter DM or Email : nemnemchannel@gmail.com

Nem x Mila

Appendix

付録



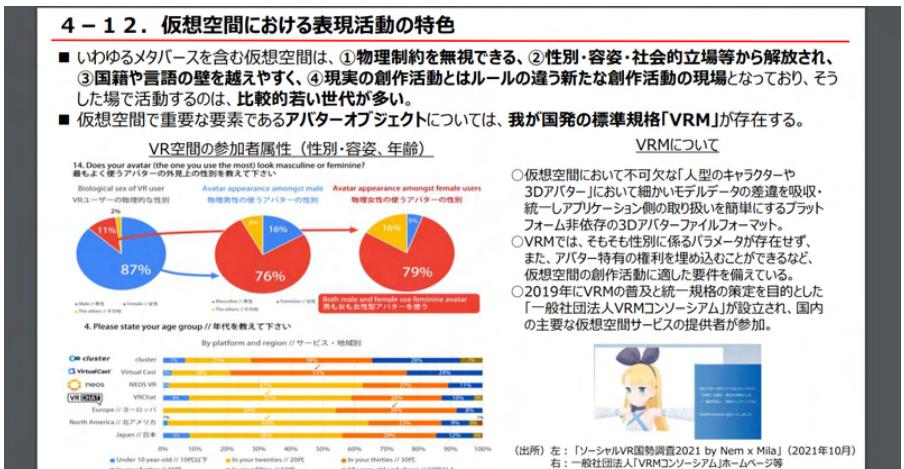
We provided data to データ提供させて頂きました

Various TV shows

各局テレビ番組 ([NHK](#)、[読売テレビ](#)、[テレビ東京](#)など)



Various Japanese government agencies
各種省庁 ([内閣府](#)、[総務省](#)、[文化庁](#)など)



Various newspapers

各種新聞 ([朝日新聞グローブ](#)など)



スイスのジュネーブ大学の人類学者、リュドミラ・プレディキナと日本のVチューバー、バーチャル美少女ねむは昨夏、日本を中心約1200人を対象にソーシャルVR国勢調査をおこなった。日本の回答者の9割近くは男性で、日本人の約8割は女性のアバターを使っていた。理由は「アバターの外見が

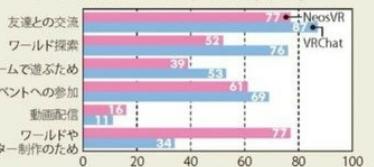
好みだから」が6割。「ソーシャルVRで出会った相手と恋愛関係になったことがあるか」との問いに6割が「はい」と答えた。VRの利用時間が長いほど恋愛関係になったことがある割合が高くなり、そのうち最多の累計利用時間は「5000時間以上~1万時間未満」。1万時間だと1年以上もVRで過ごしたことになる。「現実世界と同じことがVRで起きている」とプレディキナは話す。

Various business books
各種ビジネス書 ([四季報](#)、[日経ビジネス](#)など)



交流、イベント参加、創作などに従事

—ソーシャルVRプラットフォームの利用目的—



(注)「どんな目的でプレイしますか?」の質問に対する複数回答
(出所)「ソーシャルVR国勢調査2021(回答者1197人)」を基に東洋経済作成

ユーザーはメタバースをどのように利用しているのか、最も人気の高いVRチャットは、友人との交流やイベント参加が中心。次いで利用されるNeosVRでは創作活動が多い。プラットフォームごとに目的は異なるが、現実の姿とは違うアバターを設定し、さまざまな活動を行っている。利用者は20~30代の若年層が主だ

オススメ情報源

■『メタバース進化論』(バーチャル美少女ねむ著、2022年、技術評論社)
メタバース文化工エンジニアリスト・VTuberの著者がメタバースの世界を詳細に解説。ユーザーがどのように楽しんでいるか理解できる

Nem x Mila Recent Activities

最近の活動

The United Nations IGF 2023 (Kyoto)

国際連合 IGF 2023 (京都)

Presented "Talk with Metaverse residents"



NHK "Ohayo Nippon" (2023)

NHK 「おはよう日本」(2023)



Kyoto University ELP Lecture (2023)

京都大学ELP 短期集中講座 (2023)

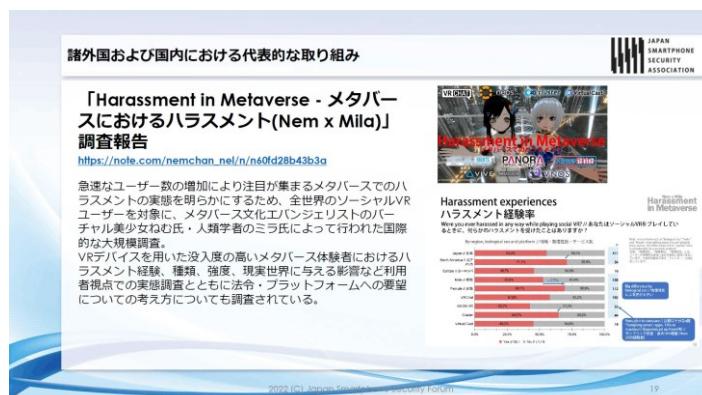
「バーチャル：メタバースで変わることと世界」



Ministry of Internal Affairs and Communications

Metaverse Research Committee (2022)

総務省メタバース研究会 (2022)



Harassment in Metaverse (2022)

メタバースでのハラスメント (2022)



ABEMA prime (2022)

アベマプライム (2022)



Nem x Mila Recent Activities

最近の活動

[TBWA Worldwide "VTUBERS" \(2022\)](#)

International documentary// 国際ドキュメンタリー



[Social VR Lifestyle Survey : Korea \(2022\)](#)

ソーシャルVR国勢調査：韓国 (2022)



[Social VR Lifestyle Survey 2021](#)

ソーシャルVR国勢調査2021



[VRDays Europe 2022 \(Rotterdam\)](#)

Presented "Reality in Metaverse Harassment"



[VRDays Europe 2021 \(Amsterdam\)](#)

Presented "What is Metaverse"



[Virtual Conference 2021 // バーチャル学会2021](#)

Presented "Social VR Lifestyle Survey 2021"

発表「ソーシャルVR国勢調査2021」

