

NEWS RELEASE

**ネットユーザーのアバターの認知度は9割以上
バーチャル世界での「変身願望」は女性上位？
～NTTアド インターネットサイト上の「アバター」認知・利用実態調査結果**

株式会社エヌ・ティ・ティ・アド(以下「NTTアド」 東京都品川区、代表取締役社長:中山哲夫)は、『インターネットサイト上のアバター』をテーマに調査を実施いたしました。調査は今年10月5～9日に、10代～50代の男女個人を対象に行い、有効回答者数は692人。アバターの認知、利用状況、利用意向などをウェブ形式にて実施しました。アバターとは、インターネットのコミュニケーションサイト(オンラインゲーム・チャット・SNS・掲示板など)の画面上に登場させることができるユーザーの分身・化身となるキャラクターのことで、ユーザー自身がアバターの髪型・服・アクセサリなどを自由に着せ替えることができます(画像参照)。今やネットコミュニケーションは、世代を超えて多くの人々が自由に行うものとなりました。豊かなネットコミュニケーションを楽しむため、ネット世界に生きるバーチャルな分身のアバターも、文字だけでは伝えきれない感情を表現するためのツールの1つとして、活用が期待されています。NTTアドでは、これからも、現在進行形のコミュニケーションが、社会・文化・消費に与える影響について様々な視点で調査研究を続けます。



アバターの例

画像は事前連絡により
メディア転載可

【調査結果の総括】

本調査でネットユーザーのアバター認知度は9割以上に達していることが分かりました。更に、認知者の2割が実際に現在利用しているという結果が出ています。

利用は、今後の利用意向も含め、各年代通じ、女性が男性を上回りました。リアルな自分とは異なる「わたし」という分身で、バーチャルな世界に生きるというのは、「ごっこ遊び」の幼少時代に始まり、日々、化粧や服装で身を飾って変身続ける女性にとって、違和感がないことなのかもしれません。

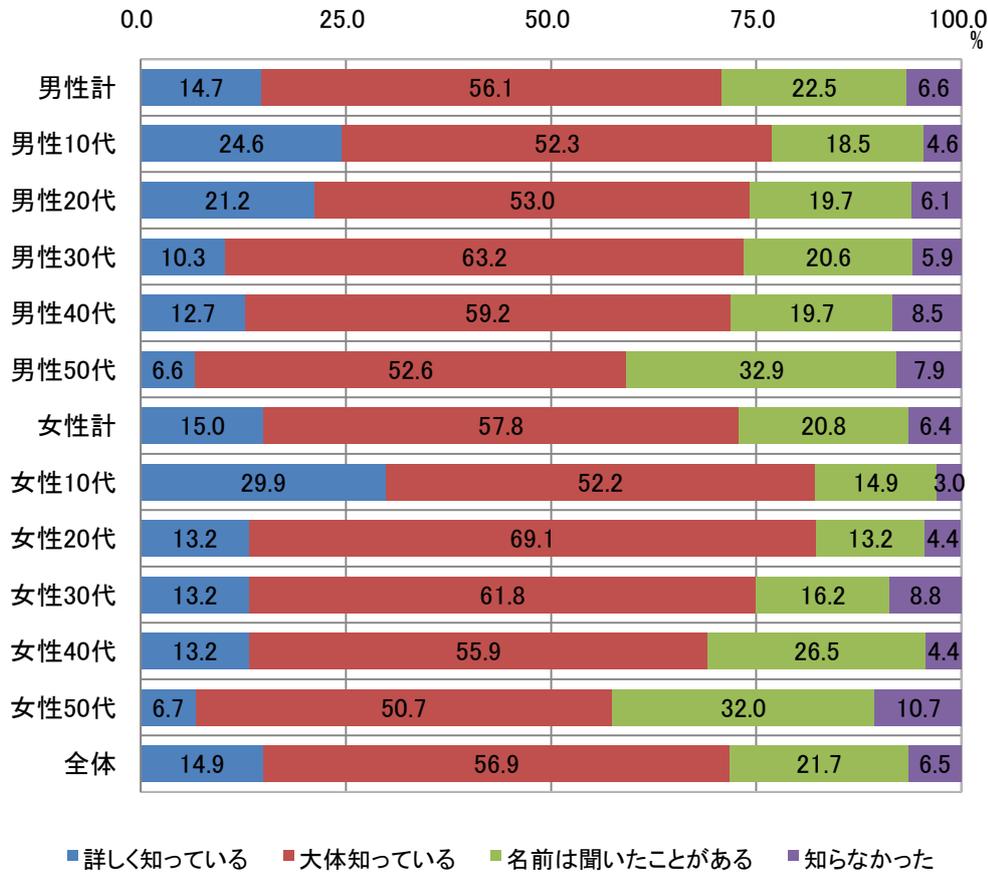
「簡単に、手軽に、そして自由に」有料化サービスを含め、アバター・アバターアイテムの利用拡大に際しては、変身要望の強い女性ユーザーを意識したサービスが鍵ともいえます。

①アバターの認知率は9割以上 (図1)

アバターのことを「詳しく知っている」「大体知っている」という回答は、それぞれ回答者全体の14.9% 56.9%、更に「名前は聞いたことがある」21.7% までを加えると93.5% に達しています。

性年代別では、男性10代で24.6% 男性20代で21.2%、女性10代では29.9%が、「詳しく知っている」と答えています。その一方、男性50代の32.9% 女性50代の32.0%が「名前は知っている」に留まっています。

図1. アバターの認知（全員N=692）



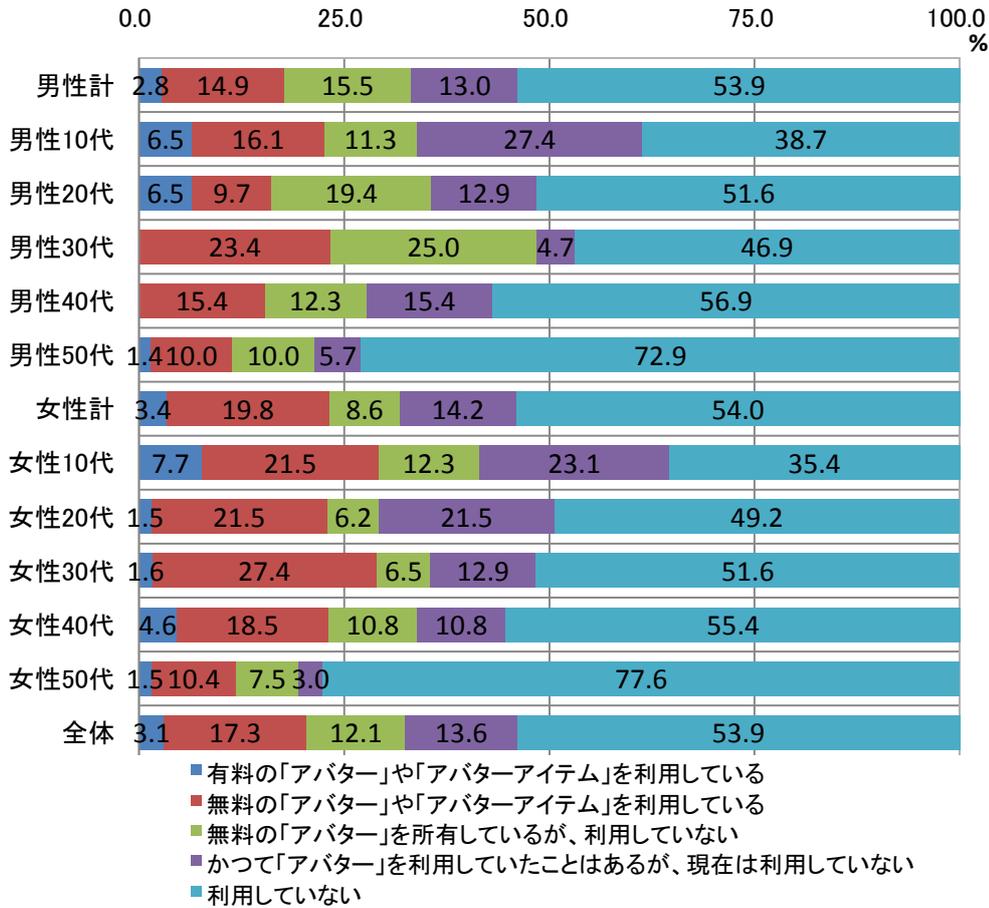
②実際の利用状況は認知者の2割。各年代とも女性の利用のほうが男性を上回る傾向にある（図2）

認知者における利用状況を見ると、「無料のアバターやアバターアイテムを利用している」17.3% 「有料のアバターやアバターアイテムを利用している」3.1%、と両者あわせて 20.4%でしたが、「無料のアバターを所有しているが、利用していない」12.1%、「かつてアバターを利用していたことはあるが、現在は利用していない」13.6% と合わせ 46.1%の人が、多少なりとも所有・利用経験ありと考えられます。

性年代別で無料+有料の利用状況を見ると、男性では 10代 22.6% 20代 16.2% 30代 23.4% 40代 15.4%、一方、女性では 10代 29.2% 20代 23.0% 30代 29.0% 40代 23.1%と、どの世代でも女性のほうが男性よりやや多い回答が得られました。

有料のアバターやアバターアイテムの利用については、女性 10代、男性の 10代・20代、そして女性 40代が、全体平均を超える比率となっています。

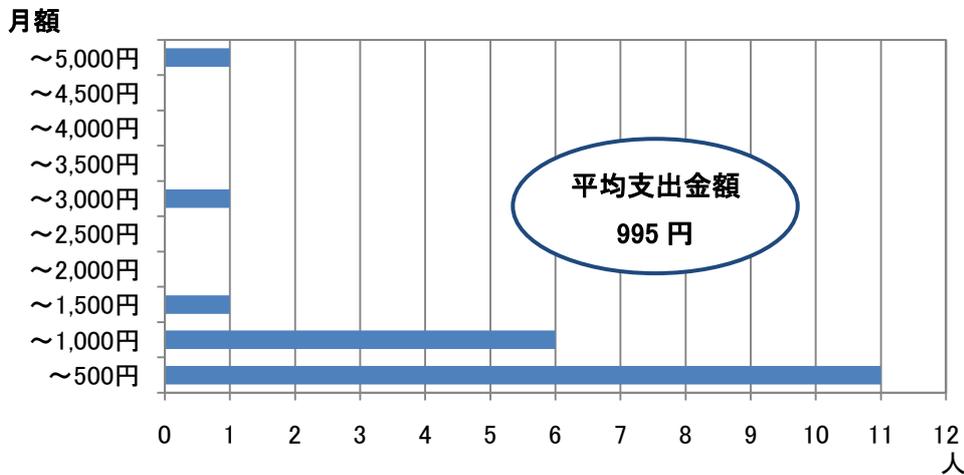
図2. アバターの利用状況（アバター認知者 N=647）



③有料のアバターやアバターアイテム利用者の月平均利用金額は 995 円（図3）

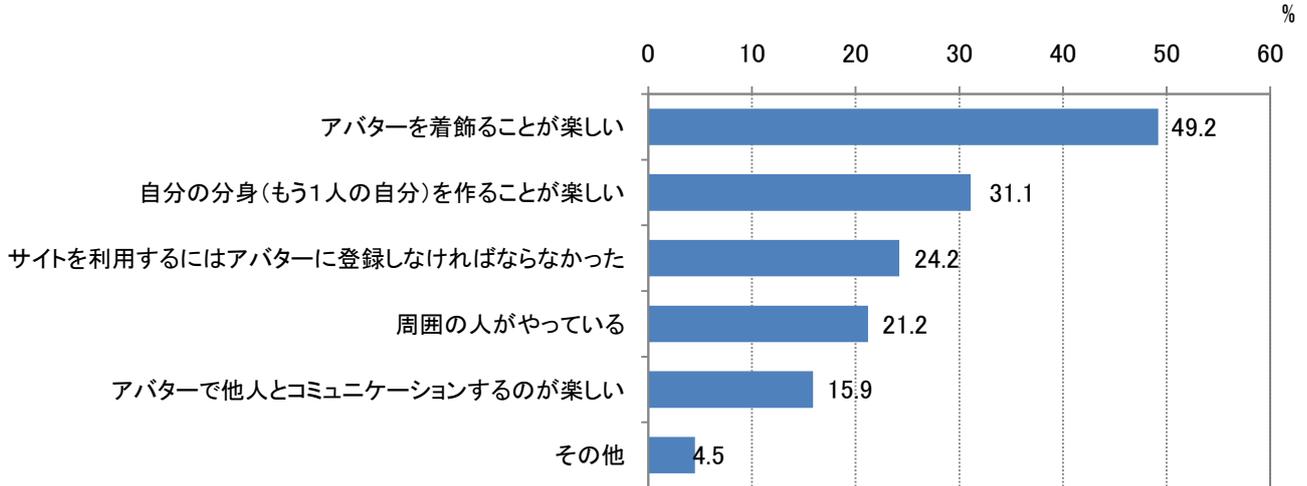
有料のアバターやアバターアイテムを利用している人たちは、認知者の 3.1%と少数派ですが、利用者の月間平均利用額は、995 円にのびります。一般的に無料で始められることの多いアバターサービスでは、現時点では、まだ、お金を注ぎ込むのは一部の人たちに留まっているようです。

図3. アバターへの支出金額（有料アバター利用者N=20）



④利用理由としては、利用者の5割が「アバターを着飾ることが楽しい」、3割が「自分の分身を作ることが楽しい」（図4）
 現状のアバター利用者132人に、複数回答でアバターを利用している理由をたずねたところ、「アバターを着飾ることが楽しい」は49.2% 「自分の分身(もう1人の自分)を作ることが楽しい」は31.1% 「アバターで他人とコミュニケーションするのが楽しい」は15.9% の数値を集めた一方、「サイトを利用するにはアバターに登録しなければならなかった」「周囲の人がやっている」といった消極的な理由についても、それぞれ24.2%、21.2% の結果となりました。

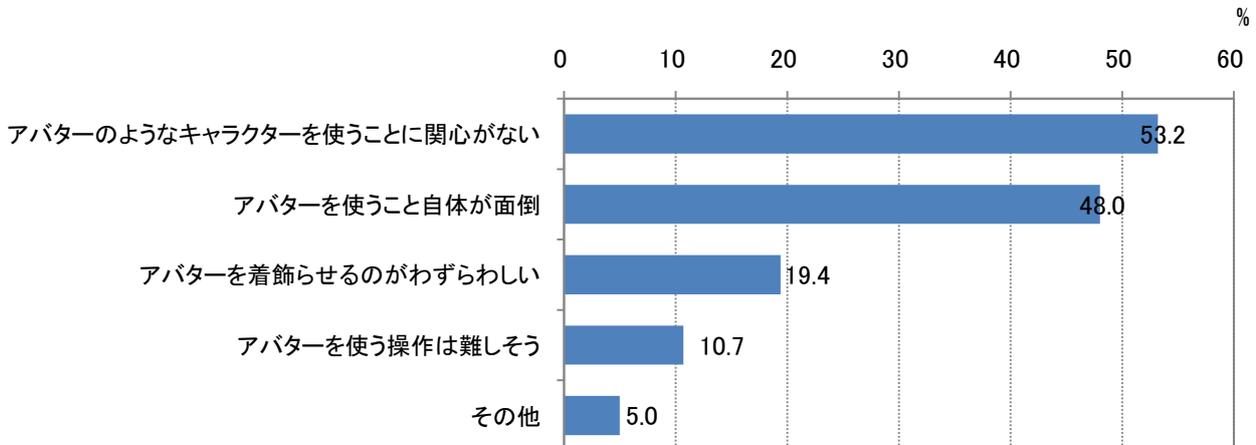
図4. アバターの利用理由 (アバター利用者 N=132)



⑤利用していない理由の多くは「アバターのようなキャラクターを使うことに関心がない」「アバターを使うこと自体が面倒」（図5）

現在アバターを利用していない515人に、利用していない理由(複数回答)をたずねたところ、「アバターのようなキャラクターを使うことに関心がない」53.2% 「アバターを使うこと自体が面倒」48.0% が多く、更に、「アバターを着飾らせるのがわずらわしい」19.4% 「アバターを使う操作が難しそう」10.7%という結果でした。

図5. アバターの非利用理由 (アバター非利用者 N=515)

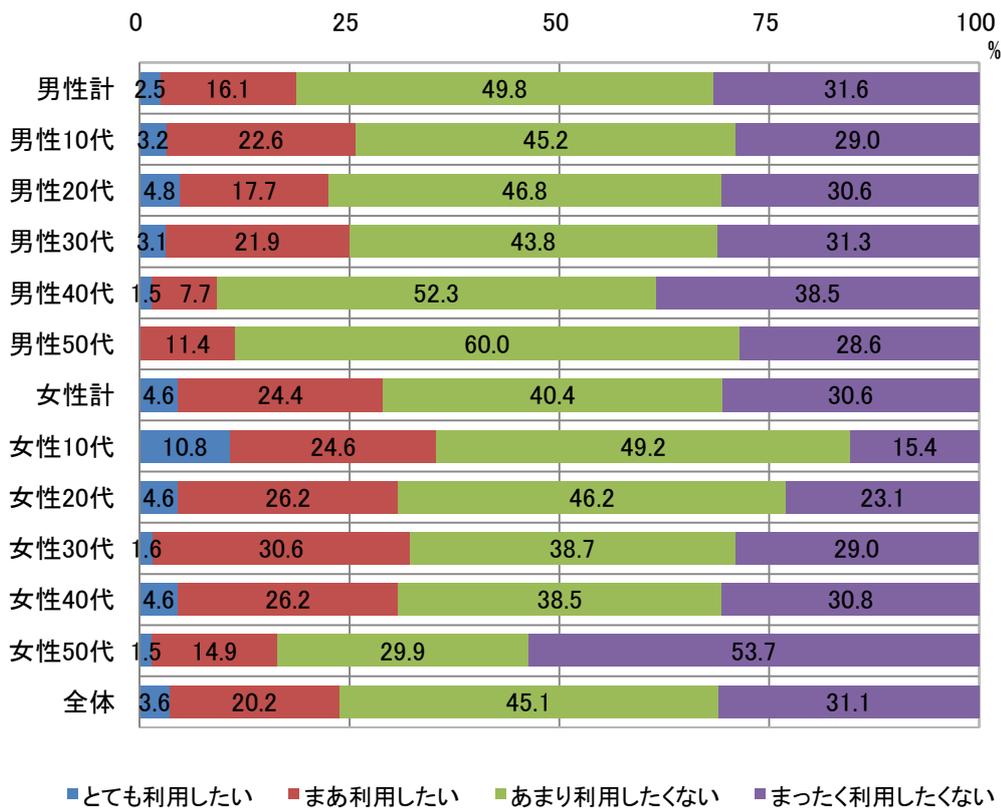


⑥今後の利用意向は女性の10代～40代で3割強（図6）

「とても利用したい+まあ利用したい」という利用意向は、認知者全体の23.8%であるのに対し、「あまり利用したくない+全く利用したくない」という非利用意向は76.2%でしたが、現状の利用者(前記② 20.4%)に比べると、若干ながら今後の利用意向が高い数値となりました。

性年代別の利用意向を見ると、男性では、10代25.8% 20代22.5% 30代25.0% 40代9.2% 50代11.4%であるのに対し、女性では、10代35.4% 20代30.8% 30代32.2% 40代でも30.8% 50代16.4%と、現在の利用状況同様、どの年代でも女性の方が高い数値となりました。特に、女性10代～40代では3割を超えています。

図6. アバターの利用意向（アバター認知者 N=647）

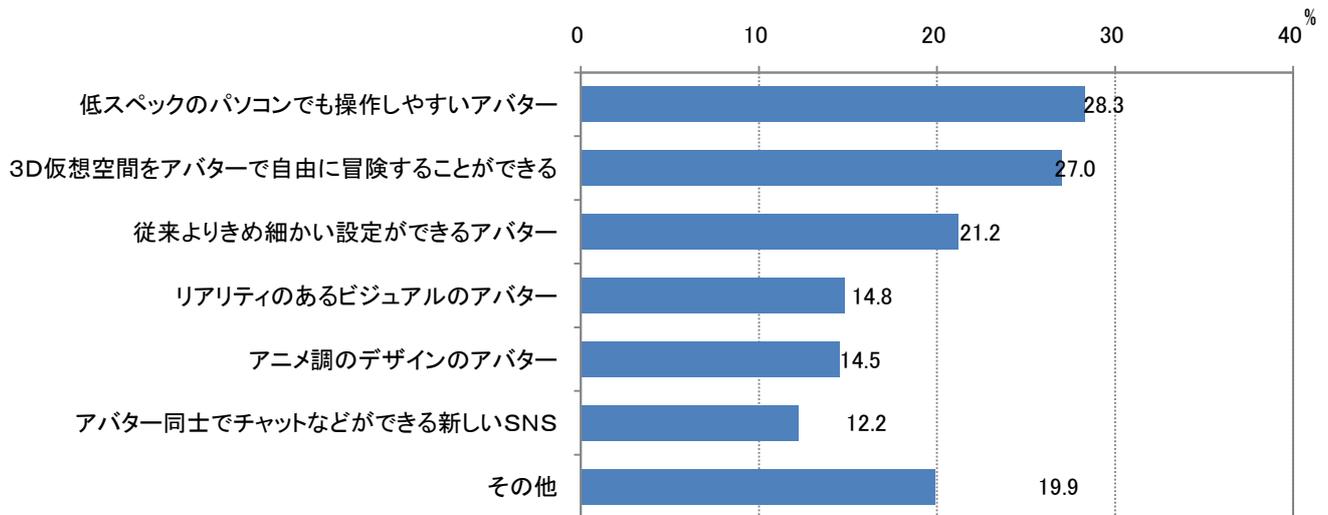


⑦今後の利用条件は、「低スペックのパソコンでも操作しやすい」「3D 仮想空間をアバターで自由に冒険できる」「従来よりきめ細かい設定ができる」が上位3位（図7）

今後どのようなアバターであったら利用したいか（複数回答）をたずねた結果、「低スペックのパソコンでも操作しやすい」28.3% 「3D仮想空間をアバターで自由に冒険することができる」27.0% 「従来よりきめ細かい設定ができる」21.2%の順となり、更に、「リアリティのあるビジュアル」14.8% 「アニメ調のデザイン」14.5% という結果となりました。

ユーザーの自由度の高いデザイン仕様で、自由に操作できる設定を実現することが、アバターの利用を拡大することにつながるといえるのかもしれません。

図7. アバターの利用条件（アバター認知者 N=647）



<回答者詳細>

有効回答者数 692

男性:10代 65 20代 66 30代 68 40代 71 50代 76 計 346

女性:10代 67 20代 68 30代 68 40代 68 50代 75 計 346

<問合せ先>

(株)NTTアド コミュニケーションプランニング局 (松縄・久米)

TEL 03-5745-7623

FAX 03-5745-7673

以上