

要旨

◆テーマ：新時代のコミュニケーション革命 ～ビジネスで使えるメタバースを探る～

◆背景

今、世界がメタバースに注目している。2021 年秋、Facebook が社名を”Meta”に変更したことが大きな話題となり、バズワード化した。今では個人向けから企業向けまで、多種多様なメタバースが登場している。

しかし、“メタバース”という言葉だけが一人歩きしていることも否めない。実際に私たちの生活をどう豊かにするのかがイメージできず、停滞期を迎えているという議論もある。

そこで、「ビジネスの現場こそメタバースが必要とされているのでは」と仮説を立て、検証を進めながら日本におけるメタバースの浸透方法を研究することにした。

◆研究発表の流れ

(1) 解説 <メタバースってなに？>

メタバースとはどういうものなのか。
実際の事例や特性について解説する

(2) 現状と課題提起 <メタバースのこれまでとこれから>

メタバースの現状を知るため、どのように進化してきたのか、歴史を振り返る。
そして、メタバースが停滞期となっている原因について追及する。

(3) 仮説の構築と実験①

「ビジネスの現場こそメタバースが必要とされているのでは」という仮説を立て、ニーズの調査とメタバースでの実験を行った。

実験の結果を通じ、ビジネスシーンでの高い効果を発揮するためにいくつかの改善点を設定し、再度実験を試みた。

(4) 実験②と考察

実験①で得た示唆をもとに、最適な形で改善すべく、実際にメタバース空間を作成し、実験のアップデートを行った。

そこで得た結果をもとに、メタバースをビジネスシーンで活用するメリットと、今後の改善点を考察した。

(5) おわりに <メタバースは日本に浸透するのか>

メタバースを日本に浸透させるため、我々にできることを提案する。

要旨

◆まとめ

年齢層・職種等々もバラバラで様々な意見を吸い上げることができた。

メタバースの知識量も同じくらいからスタートしたので、全員が遅れることなく知識を増やすことができた。

パスワードとしてメタバースという単語を知っているが、内容を知らなかった方、触れる機会がなかった方、興味がある方はぜひ私たちの発表にお越しくください。

※文章内の記載の会社名および製品名は、各社の登録商標または各社に帰属する標章もしくは商号です。

※Facebook 及び Meta は、Meta Platforms, Inc.の、米国およびその他の国における商標または登録商標です。