

ユーザーアンケートから見る NFT 市場

ブロックチェーンコンテンツ協会

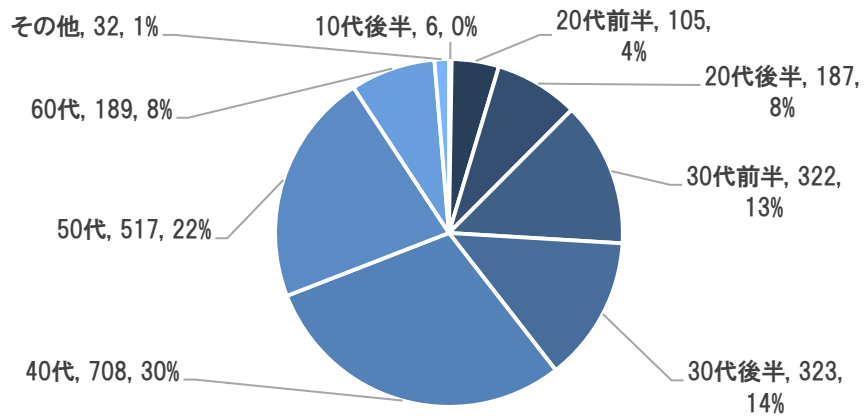
目次

ユーザーアンケートから見る NFT 市場(当協会実施アンケート)

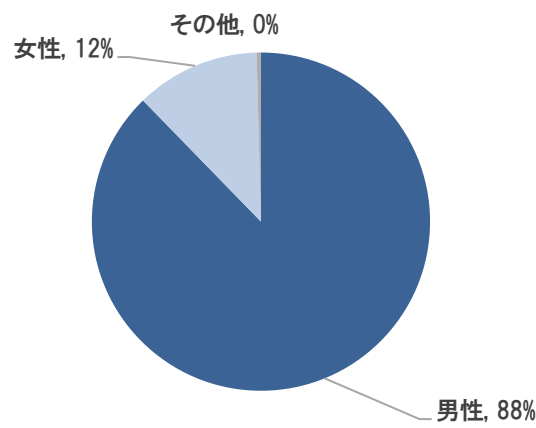
1.基礎データ.....	2,3
2.ブロックチェーンゲーム(サービス)を始めた時期.....	4
3.ブロックチェーンゲーム(サービス)を始めたきっかけ.....	4
4.ブロックチェーンゲーム(サービス)を始めた理由.....	5
5.ブロックチェーンゲーム(サービス)を選ぶ基準.....	5
6.NFT の購入経験の有無.....	6
7.NFT の購入時期.....	6
8.NFT 保有状況.....	7
9.NFT 購入理由.....	7
10.NFT を購入する際の決済手段.....	8
11.NFT の取引場所.....	8
12.ユーザーが今後の NFT に求めるもの.....	9
13.ブロックチェーンゲームへの投資状況.....	9
14.NFT 取引の利益発生状況.....	10
15.ブロックチェーンゲーム(サービス)に関する情報収集手段.....	11
16.ユーザーの考えるブロックチェーンゲーム(サービス)の魅力.....	12

1. 基礎データ

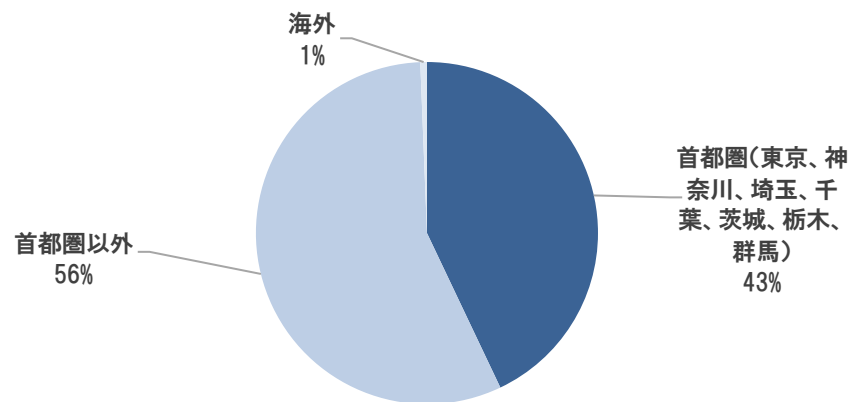
・年齢(回答数:2395 件)



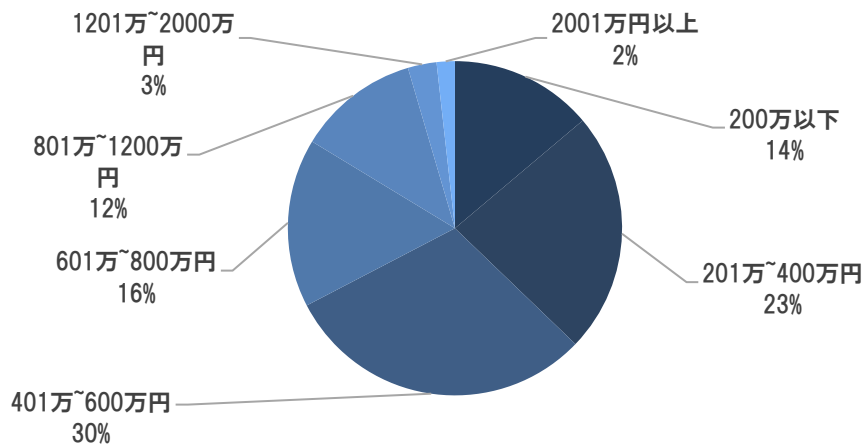
・性別(回答数:2395 件)



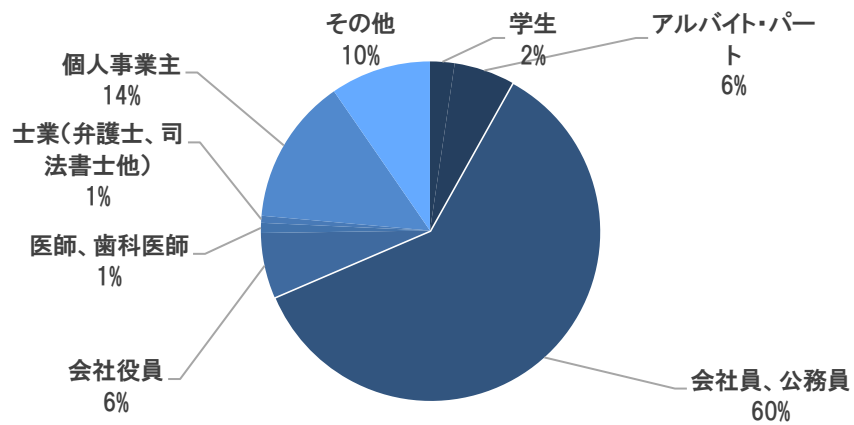
・居住地域(回答数:2395 件)



・年収(回答数:2268 件)



・職業(回答数:2395 件)

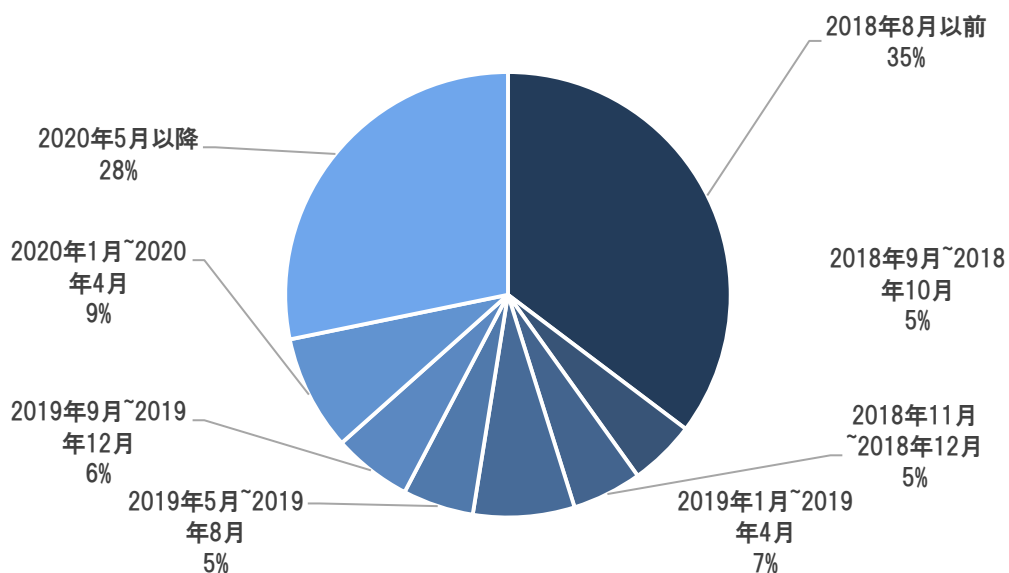


(回答数:2395 件)

2. ブロックチェーンゲーム(サービス)を始めた時期

・2018年8月以前にブロックチェーンゲーム(サービス)を始めたユーザーが全体の約3割を占め、継続的にブロックチェーンゲーム(サービス)を利用する割合が高くなっている。

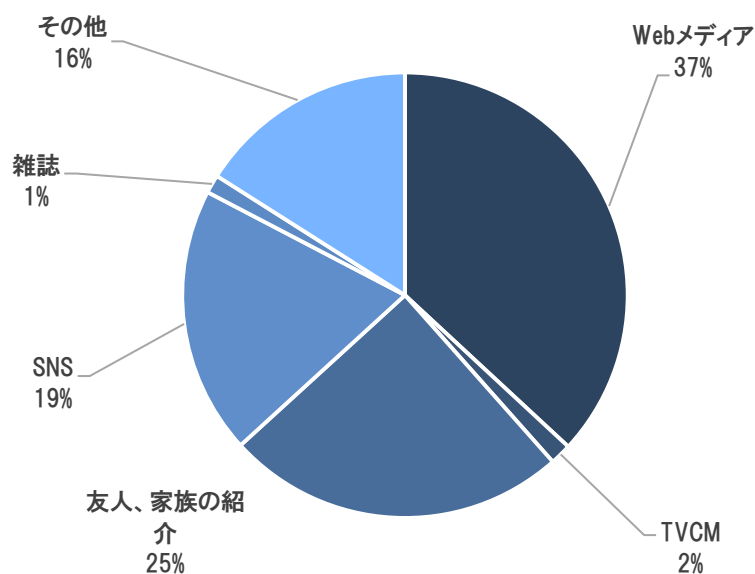
・2020年5月以降にブロックチェーンゲーム(サービス)の利用を開始したユーザーが全体の約3割を占め、新規ユーザーの参入も多い。



(回答数:2395件)

3. ブロックチェーンゲーム(サービス)を始めたきっかけ

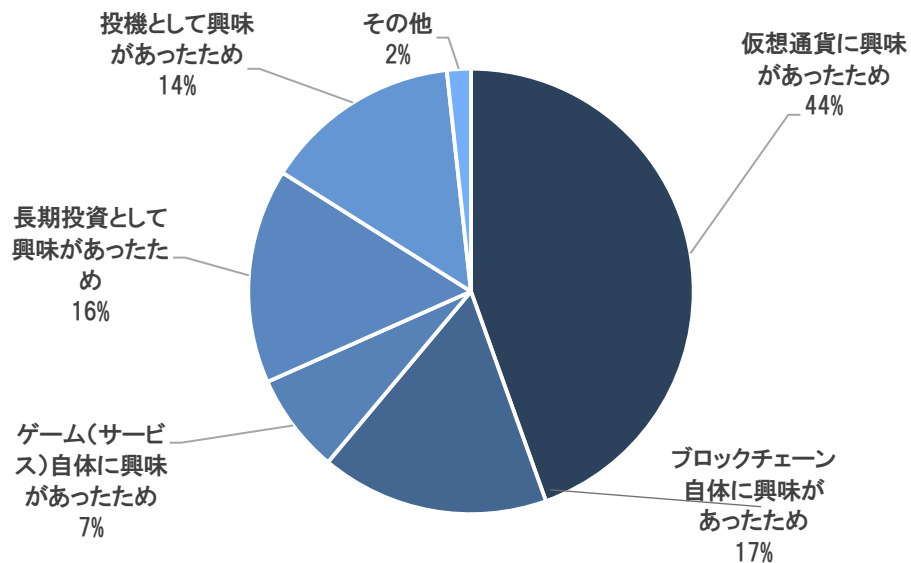
・WebメディアやSNSをきっかけにしてブロックチェーンゲーム(サービス)を始めたユーザーが全体の約半数を占めている。



(回答数:2395件)

4. ブロックチェーンゲーム(サービス)を始めた理由

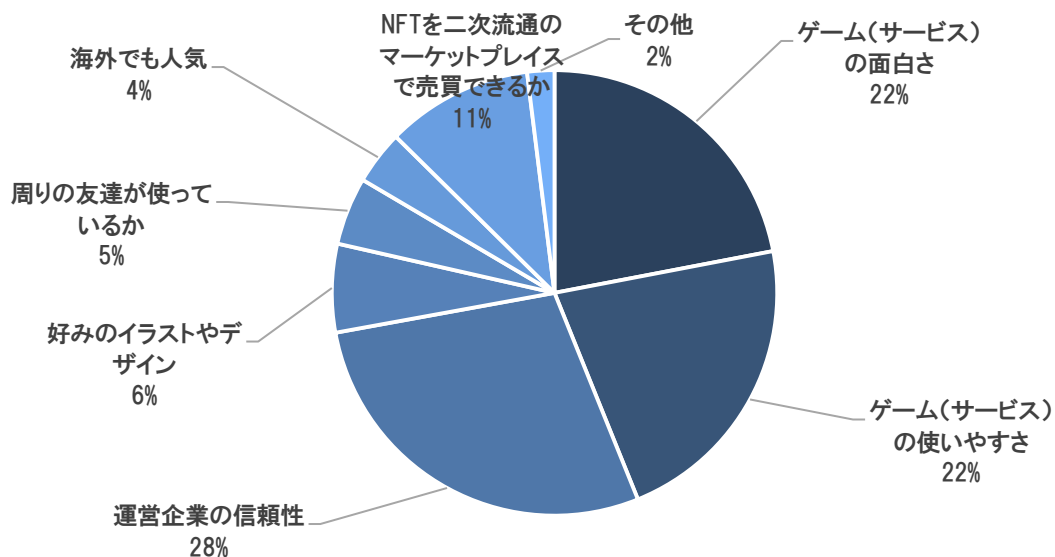
・仮想通貨への興味、ブロックチェーンへの興味などを理由にブロックチェーンゲーム(サービス)の利用を始めるユーザーが全体の約6割を占めている。



(回答数:2395 件)

5. ブロックチェーンゲーム(サービス)を選ぶ基準

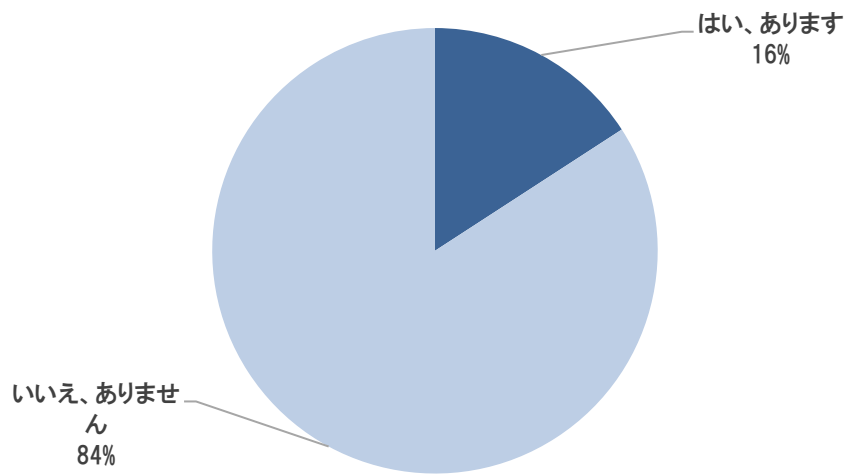
ゲーム(サービス)の面白さ、ゲーム(サービス)の使いやすさ、好みのイラストやデザインなど、ゲーム(サービス)そのものに選ぶ基準があるケースが全体の半数を占めている。



(回答数:2395 件)

6. NFT の購入経験の有無

・ブロックチェーンゲームユーザーの約 2 割が NFT の購入経験がある。

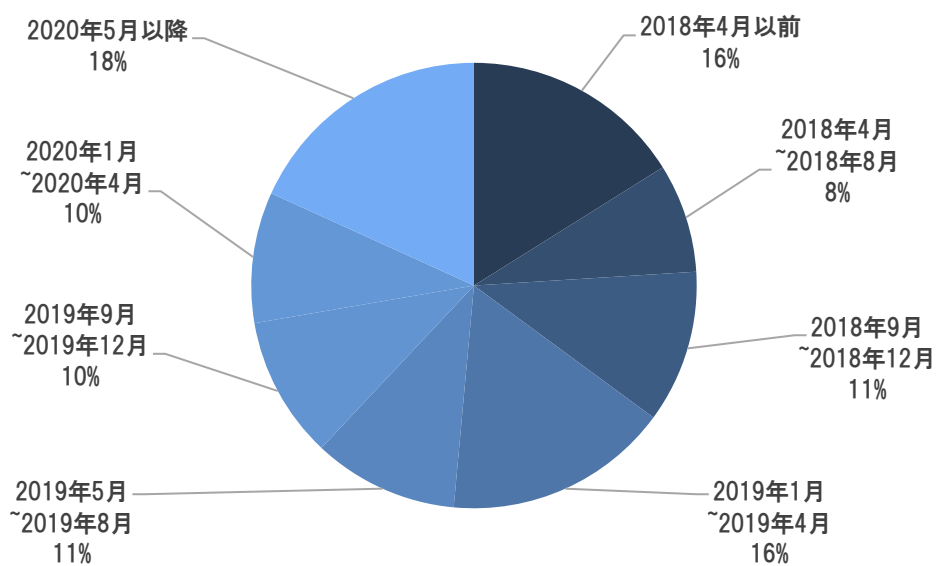


(回答数:2395 件)

7. NFT の購入時期

・NFT 購入者のうち 2018 年以内に NFT を購入しているユーザーが全体の約 4 割を占めている。

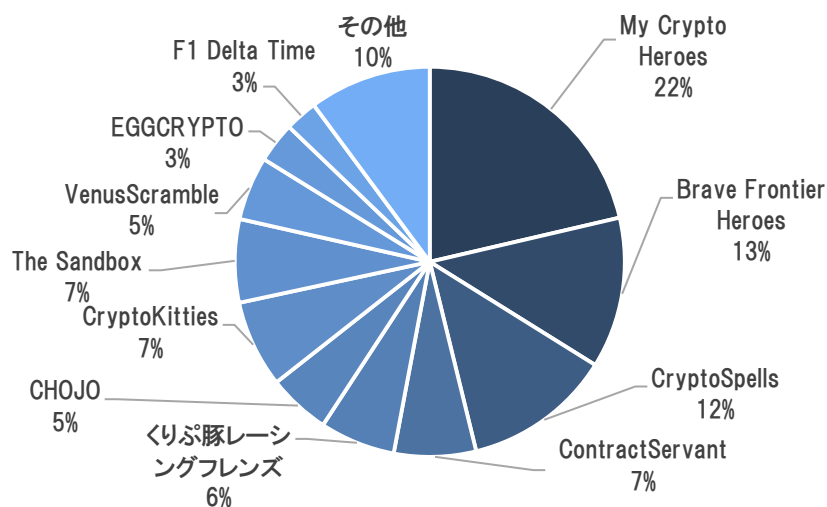
・2020 年に NFT を購入したユーザーも全体の約 3 割を占め、新規購入者の割合が高くなっている。



(回答数:379 件)

8. NFT の保有状況

My Crypto Heroes が全体の約 2 割を占めており、その後に Brave Frontier Heroes や CryptoSpells、ContractServant などが続いている。

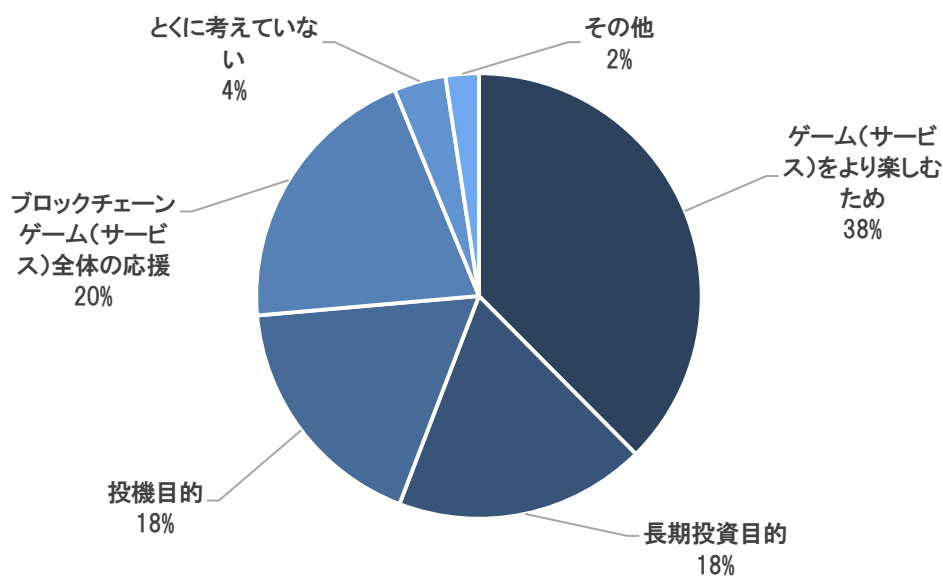


(回答数:373 件)

9. NFT の購入理由

・ゲーム(サービス)をより楽しむためということを NFT 購入の理由にしているユーザーが全体の約 4 割を占めている。

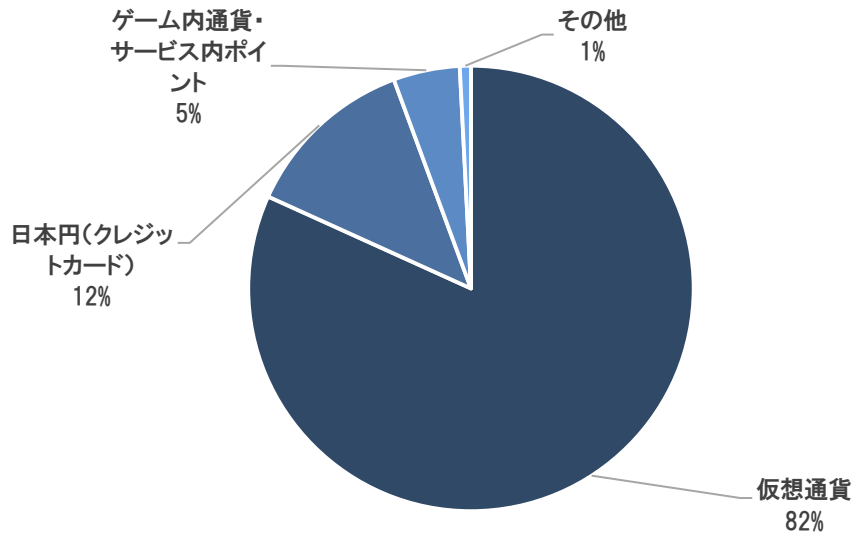
・ブロックチェーンゲーム(サービス)全体の応援目的で NFT を購入しているユーザーが約 2 割占めており、ユーザーのブロックチェーンゲーム(サービス)への期待度を伺うことができる。



(回答数:379 件)

10. NFT を購入する際の決済手段

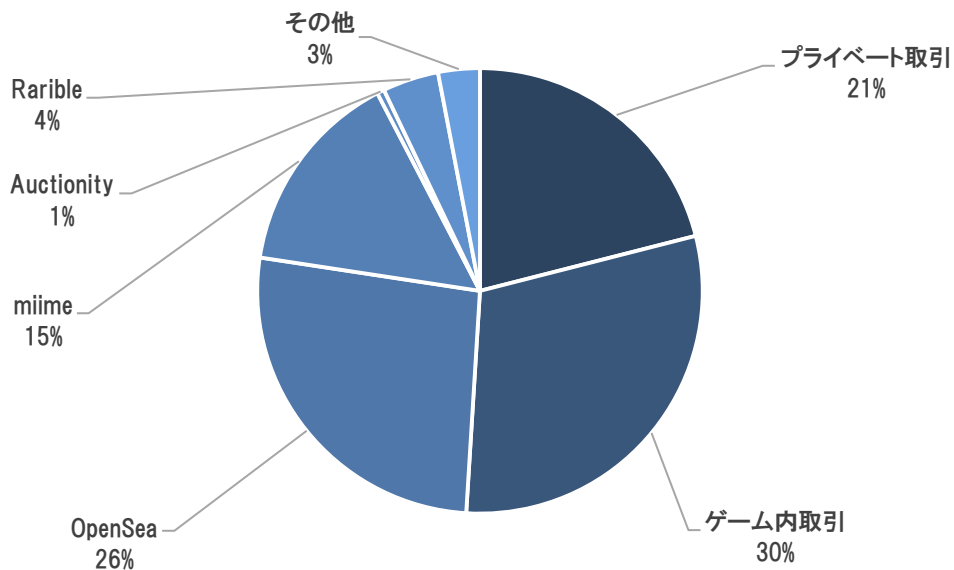
- ・NFT の購入に関しては、仮想通貨での決済の割合が全体の約 8 割を占めている。
- ・日本円での決済も全体の約 1 割を占めており、NFT 購入のハードルも下がってきている。



(回答数:373 件)

11. NFT の取引場所

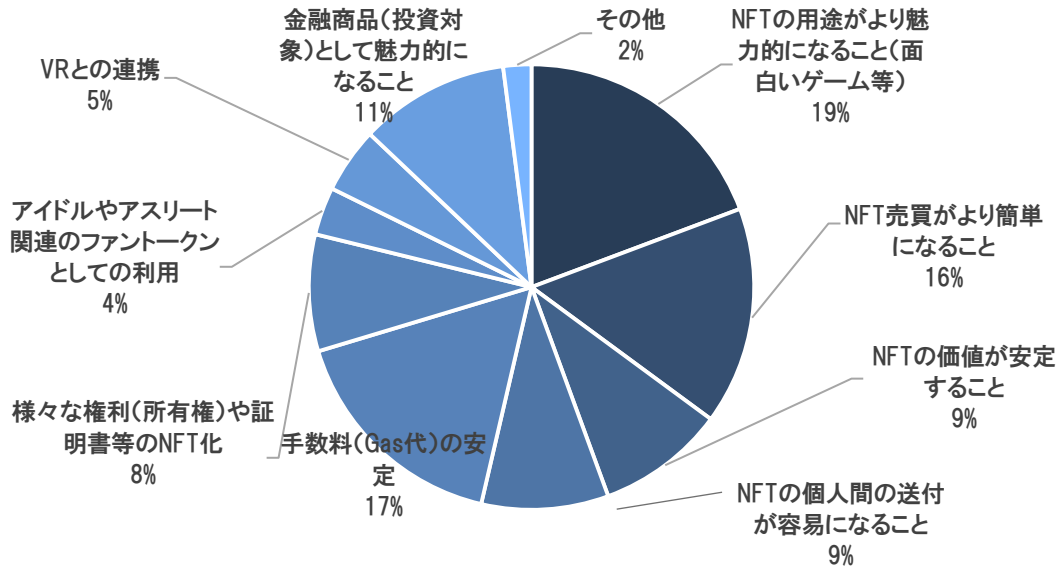
- ・ゲーム内取引が全体の 3 割を占めており、最も割合が高い。
- ・OpenSea や miime、Auctionity、Rarible など NFT のマーケットプレイスが全体の約半数を占めており、多くのユーザーに利用されている。



(回答数:379 件)

12. ユーザーが今後 NFT の求めるもの

・NFT の用途がより魅力的になることを望むユーザーの割合が最も高くなっており、権利や証明書等の NFT 化、ファントークンとしての利用、VR との連携などの割合も、全体の約 2 割を占めており、新たな NFT の利用方法の普及がユーザーに求められている。

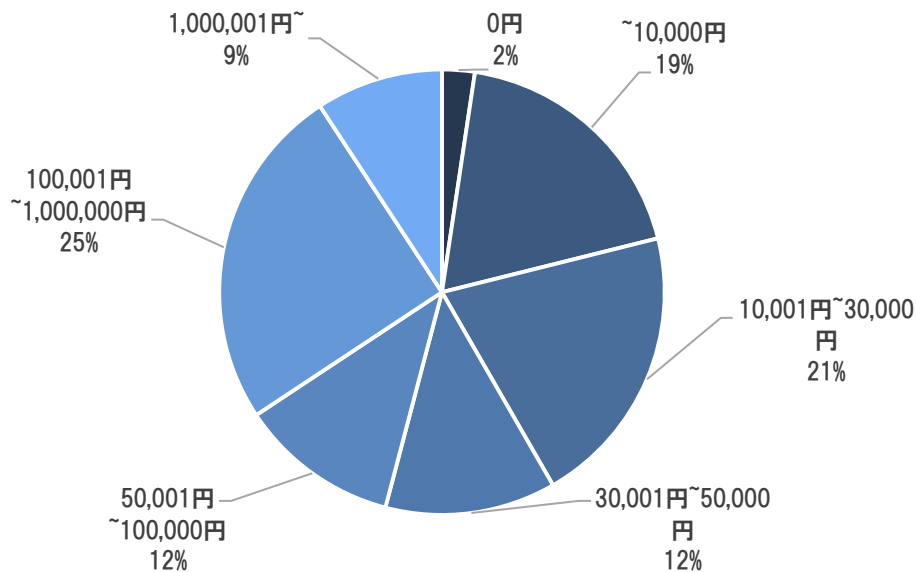


(回答数:379 件)

13. ブロックチェーンゲームへの投資状況

・100,001 円から 1,000,000 円ブロックチェーン ゲームへ投資している割合が全体の約 3 割を占めており、最も高くなっている。

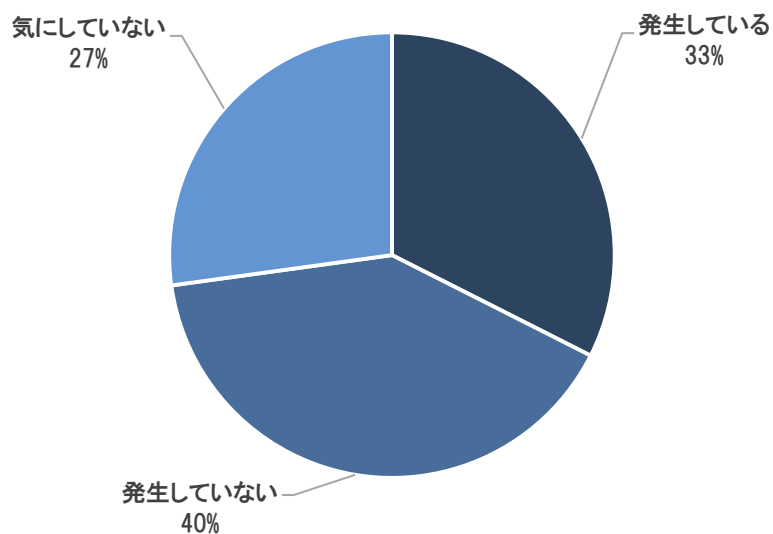
・50,000 円以上の投資をするユーザーの割合が全体の約半数を占めており、一人当たりの投資金額が高額になっている。



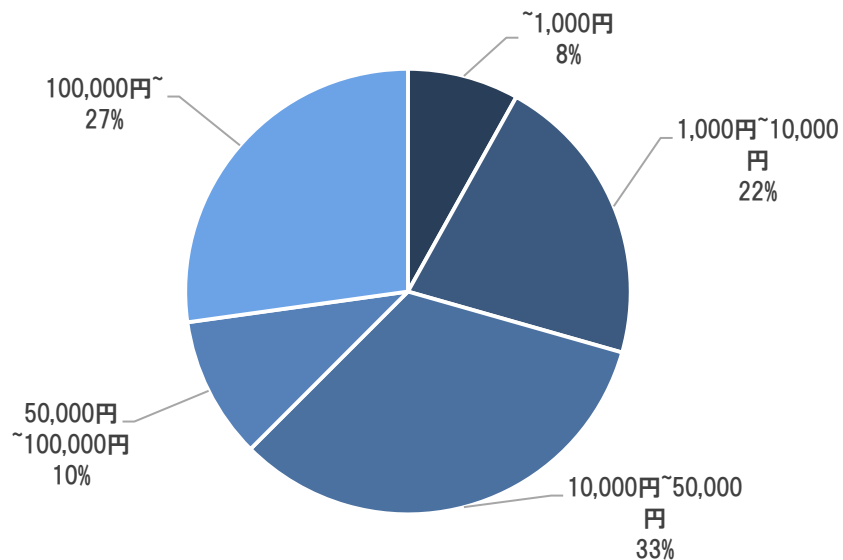
(回答数:379 件)

14. NFT取引の利益発生状況

- ・利益が発生しているユーザーの割合が全体の約3割を占めている。
- ・利益が発生しているユーザー内の利益の額においては、10,000円から50,000円の割合が最も高く、全体の約3割を占めている。
- ・100,000円以上の利益を出しているユーザーの割合が、利益が1000未満のユーザーの割合よりも高く、全体の約3割を占めている。



(回答数:379件)



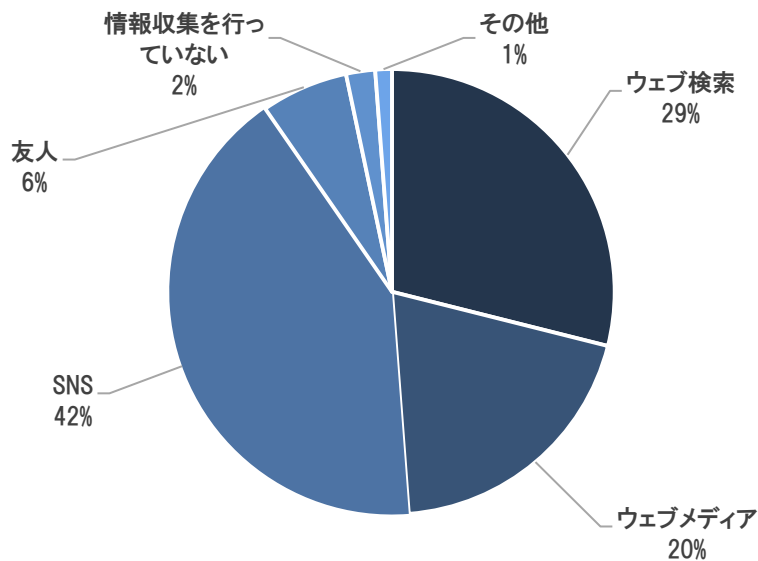
(回答数:136件)

15. ブロックチェーンゲーム(サービス)に関する情報収集手段

・NFT 購入経験ありのユーザー、NFT 購入経験なしのユーザーの両方に共通して、ウェブからの情報収集の割合が高く、全体の約半数を占めている。

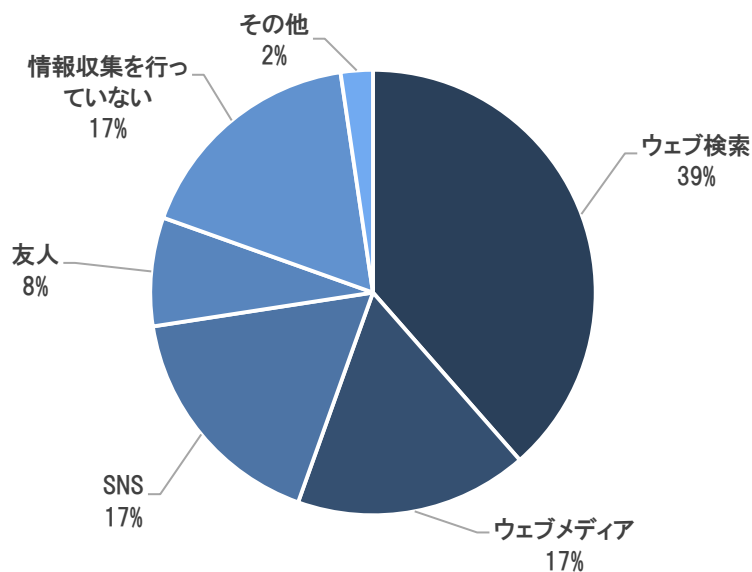
・NFT 購入経験ありのユーザーは NFT 購入経験なしのユーザーに比べ、情報収集手段として SNS の割合が高く、2 倍以上となっており、SNS を利用した情報収集を積極的に行っている。

・NFT 購入経験あり



(回答数:379 件)

・NFT 購入経験なし



(回答数:2016 件)

16. ブロックチェーンゲーム(サービス)の魅力(一部抜粋)

- ・ゲーム内キャラクターやアイテムを所有できること
- ・将来性があること
- ・安全性(改ざんができないこと)
- ・面白さ
- ・ゲーム内アイテムに希少性を持たせることができること
- ・楽しく投資ができること
- ・ゲームを運営と共創できること(運営と距離が近い)
- ・ゲームに費やした時間が無駄にならなこと(資産性)
- ・ゲーム内キャラクターやアイテムに愛着が湧くこと
- ・ユーザー間での自由な売買ができること
- ・コミュニティが強固なこと