

「バーチャル大阪駅 うめきたワールド」に約 600 万人が来場

— 約半数がバーチャル空間をきっかけに大阪駅(うめきたエリア)の開業を認知 —



株式会社 JR 西日本コミュニケーションズは、西日本旅客鉄道株式会社、株式会社 JR 西日本イノベーションズとともに、REALITY XR cloud 株式会社(本社:東京都港区、代表取締役社長:春山一也 グリー株式会社 100% 子会社 以下「REALITY XR cloud」)のスマートフォン向けメタバース「REALITY(リアリティ)」にて「バーチャル大阪駅 うめきたワールド」を3月8日(水)から4月23日(日)の期間に公開しました。期間中「バーチャル大阪駅 うめきたワールド」には REALITY 内における企業オリジナル空間において過去最多となる約 600 万人※1 のお客様にご来場いただきました。

※1 REALITY XR cloud 株式会社の調べによる。2023年3月8日(水)～2023年4月23日(日)の期間に訪問された方の延べ数

また、公開終了後に REALITY ユーザー向けに実施したアンケートでは、大阪駅(うめきたエリア)の開業を「バーチャル大阪駅うめきたワールド」を通じて認知された方が半数以上を占め、Z世代をはじめとした若年層の利用が多いアプリ「REALITY」でのメタバース施策により、新しいエリアの認知が高まったことを裏付ける結果となりました。

◆バーチャル大阪駅 うめきたワールドについて

「バーチャル大阪駅 うめきたワールド」は、3月18日(土)に開業した「大阪駅(うめきたエリア)」を再現した、アプリ「REALITY」内のワールドです。本ワールドは、「リアルとバーチャルの融合」をテーマに、メタバースやバーチャル、テクノロジー等の活用による「大阪駅(うめきたエリア)の認知向上」を図り、ワールド内では、実際の「大阪駅(うめきたエリア)」に設置されている「顔認証改札機」や、世界初の「フルスクリーンホームドア」をバーチャルならではの表現で再現したり、電車の中で友達と居心地のよい時間を過ごせる空間を設置したりすることで、来場者に対して「大阪駅(うめきたエリア)」の認知向上に繋がりました。

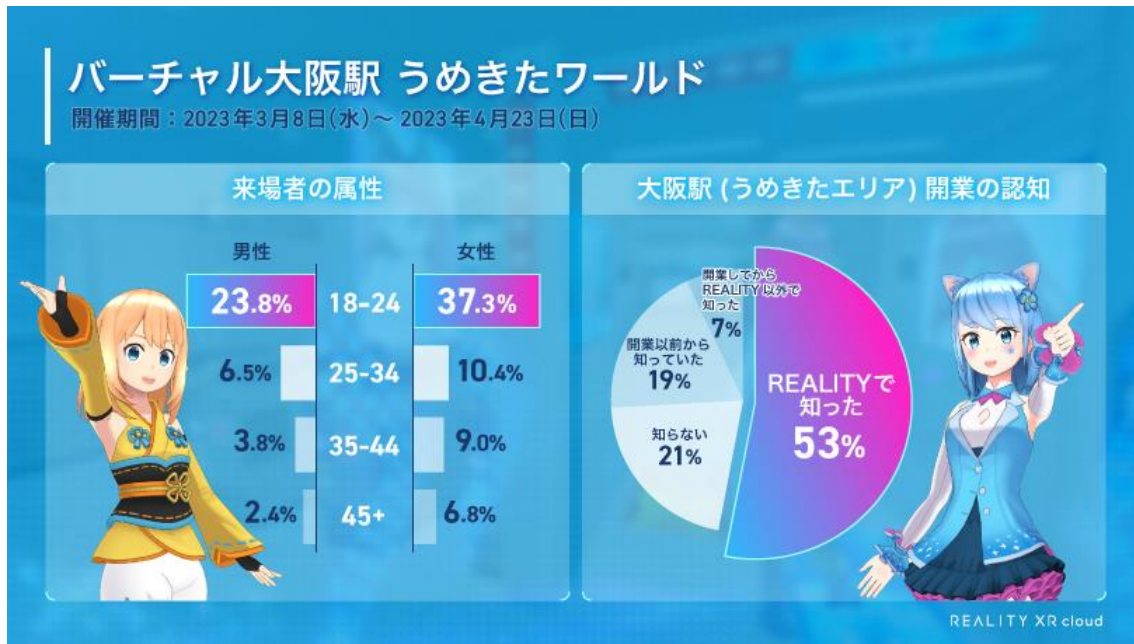
・名称:	「バーチャル大阪駅 うめきたワールド」
・事業主体:	西日本旅客鉄道株式会社、株式会社 JR 西日本コミュニケーションズ、株式会社 JR 西日本イノベーションズ
・公開期間:	2023年3月8日(水)～4月23日(日)
・参加方法:	スマートフォンのアプリストアから「REALITY」をインストールし、アカウント作成(無料)を行った後に、アプリ内の「ワールド」タブに表示されている「バーチャル大阪駅 うめきたワールド」を選択



また、大阪駅時空の広場特設ステージにて行われたリアルイベント「バーチャル大阪駅うめきたワールド 来場 500 万人突破記念イベント」は会場を埋め尽くす数多くの来場を記録。「うめきたワールド」でもワールド内のスクリーンに中継映像を流したことで、ワールドの来場者も大きく伸びるなどバーチャルとリアル施設の相互連携の可能性を示す事例となりました。



◆大阪駅(うめきたエリア)を知るきっかけがメタバース空間だった方がユーザーの半数



「うめきたワールド」をご利用いただいたユーザーの皆さまへ行ったアンケート調査※2の結果からは、今回の「うめきたワールド」や関連イベントをきっかけに「大阪駅(うめきたエリア)」を「初めて知った」と回答したユーザーが約半数いることがわかり、また SNS では「興味を持った」「実際に出かけた」という投稿もありました。JR 西日本グループによる調査※3では「うめきたワールド」の再訪意向率は約 98%であり、ユーザーからは「未来を感じた」「完成度が高く満足した」「臨場感や再現性が優れており、面白かった。今後もまた利用したい」などの回答をいただきました。

さらに「顔認証改札」「フルスクリーンホームドア」に関する SNS 投稿のうち約 3 割は、リアルとバーチャルの比較画像をアップするなど、リアルとバーチャルの融合をお楽しみいただきました。

アンケートの回答には「ほかの駅もシリーズ化してほしい」「駅間を列車で移動したい」など、今後のさらなる発展へのご期待のコメントも多数頂戴し、「駅」という身近な空間と「メタバース」との相性の良さが見られました。

◆来場者の35%が交通広告をきっかけに来場。SNSへの波及にも交通広告が寄与

今回の施策においては、誰もが移動中でも気軽に参加できるスマホメタバースという特性もあり、交通広告を活用したワールド告知が一定の効果をもたらしたことがわかりました。「バーチャル大阪駅 うめきたワールド」に来場された方の35%※₂が交通広告にて本施策を知ったと回答されました。スマホメタバース空間の訴求において、交通広告は一定の効果が期待できることが本データをもとに見て取れます。また、SNSをきっかけに来場された方が約半数の49.8%※₃となっていますが、SNSには交通広告を写真で撮影して投稿されている投稿も多く、SNSへの波及に交通広告が寄与していることがうかがえます。

※2 REALITY XR cloud 株式会社による調査結果より

調査対象：アプリ「REALITY」国内ユーザー / サンプル数：664 / 調査日程：2023年5月22日(月)～5月31日(水)

※3 株式会社JR西日本コミュニケーションズによる調査結果より

調査対象：「バーチャル大阪駅うめきたワールド」来場者中、京阪神エリア・首都圏エリア・西日本エリア在住の男女16才～69才
サンプル数：406 / 調査期間：2023年5月12日(金)～5月16日(火) / 調査方法：WEBアンケートによる調査

◆JR西日本コミュニケーションズは、メタバース・XR領域においてもリアルとバーチャル双方の強みを活かした施策をトータルでご提案が可能

JR西日本コミュニケーションズは、駅や車内を起点とするコミュニケーション活動の専門家集団として、中づりやデジタルサイネージなど交通広告の開発・販売のほか、ブランドづくりから販売促進まで様々なメディアとコンテンツを組み合わせ、多彩なコミュニケーションをプロデュースしています。

2023年3月2日(木)にREALITY XR cloud 株式会社とスマホメタバースおよびバーチャル関連の領域において戦略的業務提携に向けた基本合意書を締結しました。今回のバーチャル大阪駅 うめきたワールドの施策や昨年の2022年8月に実施した「バーチャル大阪駅」施策における知見をもとに、XR技術や交通広告、リアルイベントを活用した様々な施策をトータルでプロデュースすることが可能です。

興味のある企業の皆様、自治体の皆様がいらっしゃいましたら、どんなことでもお気軽にご相談・お問い合わせください。