



Economy in Metaverse

メタバーズ経済



AMBASSADOR



IMMERSIVE
WIRE



ARMANI'S PARLOUR

PANORA
VIRTUAL REALITY JAPAN



VNOS

Foreword // Предисловие

“Metaverse” is no longer a distant vision of the future but a daily reality for millions of people worldwide. With the declining cost of VR devices and the entry of prominent influencers, the population has grown rapidly in recent years. In light of these changes, and as platforms strengthen their creator economy features, we conducted a survey focused specifically on the “economic activities” in social VR.

We received 901 responses from users around the world, allowing us to illustrate how spending, income, and value creation are steadily growing within virtual worlds. The results show that economic behaviors and perspectives differ greatly depending on platform, region, play frequency, and total playtime. Through qualitative analysis of open-ended answers, both hopes and concerns for the future were brought to light.

We hope this report will serve not only as a snapshot of the present but also as a compass for the future, helping residents of social VR and those interested in it gain a deeper understanding of its economy.

Nem x Mila

«Метавселенная» больше не отдалённое видение будущего, а повседневная реальность для миллионов людей по всему миру. Благодаря снижению стоимости устройств виртуальной реальности и появлению известных инфлюенсеров, её население в последние годы стремительно росло. В свете этих изменений, а также по мере того, как платформы укрепляют свои позиции в экономике создателей, мы провели опрос, посвящённый «экономической деятельности» в социальной виртуальной реальности.

Мы получили 901 ответ от пользователей со всего мира, что позволило нам проиллюстрировать, как расходы, доходы и создание ценности неуклонно растут в виртуальных мирах. Результаты показывают, что экономическое поведение и перспективы значительно различаются в зависимости от платформы, региона, частоты игр и общего игрового времени. Благодаря качественному анализу открытых ответов были выявлены как надежды, так и опасения относительно будущего.

Мы надеемся, что этот отчёт послужит не только моментальным снимком настоящего, но и компасом для будущего, помогая резидентам социальной виртуальной реальности и тем, кто ею интересуется, получить более глубокое Понимание своей экономики.

Nem x Mila

Official adviser // 公式アドバイザー

Dr. Tomohiro Inoue // 井上智洋 博士

Economist. Associate Professor at the Faculty of Economics, Komazawa University, Researcher at Keio University SFC Research Institute.
経済学者。駒澤大学経済学部准教授。慶應義塾大学SFC研究所研究員



Nem x Mila

Economy in Metaverse

Social VR Lifestyle Survey 2025

Nem x Mila

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

Virtual Girl Nem // バーチャル美少女ねむ

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

Японская VTuber, писательница и официальный амбассадор Metaverse HTC VIVE. В 2022 году она опубликовала книгу с комментариями «Теория эволюции Metaverse» (Gijutsu hyoron-sha) и получила главный приз премии «IT Engineer Book Awards 2023» в категории «Бизнес-книги».

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

Liudmila Bredikhina // リュドミラ・ブレディキナ

A Ph.D. student in Switzerland. 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. In 2024, her feature documentary was broadcast on NHK (Japan's public broadcaster)'s "Deepest Japan Research."

Аспирантка в Швейцарии. В 2022 году она получила академическую премию «Prix Genre» (гендерная премия) от Женевского университета за магистерскую диссертацию на тему «ba-bi-niku» и «VTubers». В 2024 году её полнометражный документальный фильм был показан в программе «Deepest Japan Research» на японском государственном телеканале NHK.

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

Economy in Metaverse

Экономика в Metaverse

Social VR Lifestyle Survey 2025 // Исследование образа жизни в социальной VR 2025

- **Purpose:** To gain a deeper understanding of the nature of social VR users' economic activities. The report will be released free of charge. Participants' anonymity will be guaranteed.
 - **Eligibility:** Users who have used social VR (VRChat, Resonite, 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:** July 28 to August 16, 2025. Public survey via Google Form in English and Japanese.
 - **Recruitment :** Issued press releases in English and Japanese. Spread the survey via various media sites and related communities.
 - **Organizers:** Nem x Mila
 - **Official adviser:** Dr. Tomohiro Inoue
 - **Official supporters:** IMMERSIVE WIRE, ICXR, ARMANI'S PARLOUR, PANORA, HIKKY CO., LTD, VR AJITO, VNOS CORPORATION
- **Цель:** глубже понять характер экономической деятельности пользователей социальной виртуальной реальности. Отчёт будет опубликован бесплатно. Анонимность участников будет гарантирована.
 - **Право на участие:** пользователи, которые использовали социальную виртуальную реальность (VRChat, Resonite, cluster, Virtual Cast и т. д.) с использованием шлема виртуальной реальности не менее 5 раз за последний год. (Пожалуйста, воздержитесь от ответа, если вы подключаетесь к социальной виртуальной реальности только с компьютера или телефона)
 - **Методология:** 28 июля – 16 августа 2025 г. Опрос населения через Google-форму на английском и японском языках.
 - **Набор:** Выпуск пресс-релизов на английском и японском языках. Распространение опроса через различные медиасайты и профильные сообщества.
 - **Организаторы:** Nem x Mila
 - **Официальный консультант:** Dr.Tomohiro Inoue
 - **Официальные спонсоры:** IMMERSIVE WIRE, ARMANI'S PARLOUR, PANORA, HIKKY CO., LTD, VR AJITO, VNOS CORPORATION

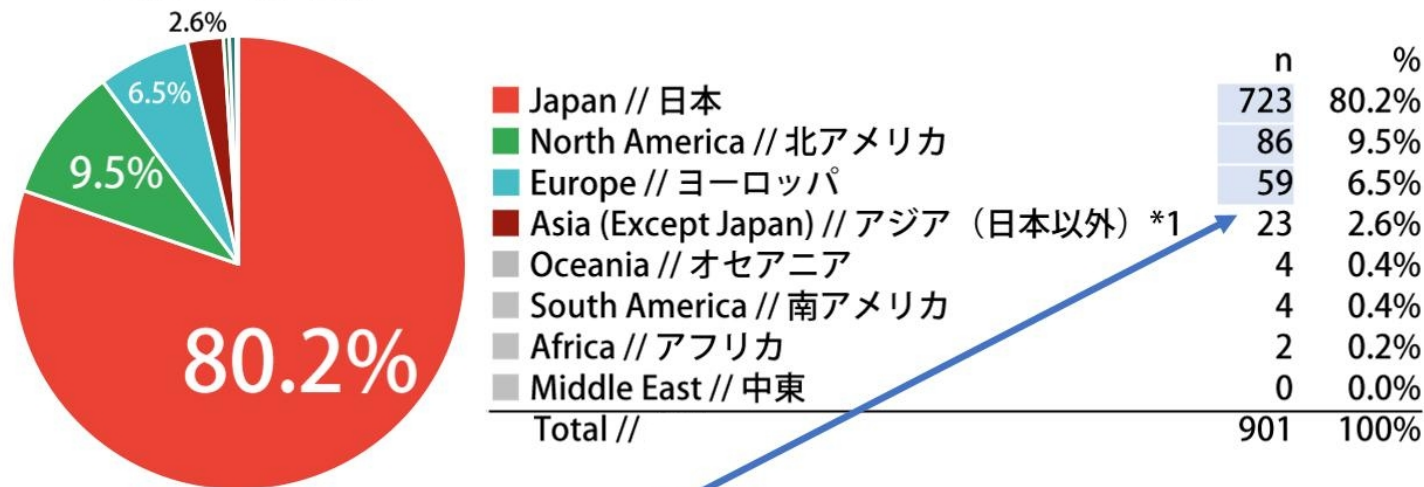
901 answers // 901 ответ

- Thank you for all your answers and for sharing the survey! // Спасибо за все ваши ответы и за то, что поделились опросом!
- More than 7 media publications // Более 7 публикаций в СМИ

Q1-1 Please select the "area" you are currently residing in // Q1-1

Пожалуйста, выберите «район», в котором вы в настоящее время проживаете.

All /Всего(n=901)



We compared 3 regions // Мы сравнили 3 региона

*Sampling errors: appx. 4-13% in maximum (Japan-Europe)

*Ошибки выборки: прил. 4-13% максимум (Япония-Европа)

Number of responses from Asia didn't reach the minimum threshold for comparison // Количество ответов из Азии не достигло минимального порога для сравнения



Process of Analysis Процесс анализа

Quantitative survey // Количественный опрос

Qualitative survey // Качественный опрос

Questions // Вопросы

Multiple choice questions // Вопросы с несколькими вариантами выбора

Open-ended writing questions // Открытые письменные вопросы

Visualization of answers // Визуализация ответов

Check all the answers // Проверить все ответы

Correlation analysis* and comparison with past data
Корреляционный анализ* и сравнение с прошлыми данными

Trend extraction and grouping
Извлечение и группировка трендов

*Spearman's rank correlation coefficient
// Коэффициент ранговой корреляции Спирмена

Considerations // Соображения

Contents //Содержание

- **Part 1. User Profile 2025 // Часть 1. Профиль пользователя 2025**
Platforms, age, physical sex, play frequency and total playtime //Платформы, возраст, пол, частота игр и общее время игры
- **Part 2. Expenses in Metaverse // Часть 2. Расходы в Метавселенной**
Device expense, content expense and payment method //Расходы на устройства, расходы на контент и способ оплаты
- **Part 3. Consumption of Virtual Items // Часть 3. Потребление виртуальных предметов**
Consumption volume of virtual items and avatars // Объем потребления виртуальных предметов и аватаров
- **Part 4. Income in Metaverse // Часть 4. Доход в Метавселенной**
Amount and type of income, non-monetary value and tax // Размер и тип дохода, неденежная стоимость и налоги
- **Part 5. Events Using In-platform Payment // Часть 5. События, связанные с внутриплатформенными платежами**
Supporting vs opposing opinions and the qualitative analysis // Мнения за и против и качественный анализ
- **Part 6. Future of Metaverse Economy // Часть 6. Будущее экономики Метавселенной**
Forecast of expansion of economy and positive vs negative opinions // Прогноз роста экономики, положительные и отрицательные мнения
- **Appendix // Приложение**

Limitations // Ограничения

- **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 also compared the results with the past 4 surveys (1,197 samples in 2021, 876 samples in 2022, 2,007 samples in 2023, 1,012 samples in 2024) to check for any remarkable biases. In addition, there is a language bias as this survey was conducted only in English and Japanese.
- **Sampling error in quantitative survey:** 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 30 samples, with errors up to approximately 18%)
- **VR focus:** This survey focuses on VR experiences and excludes users who access social VR only via 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.
- **Смещение выборки:** существует вероятность смещения респондентов из-за метода проведения опроса. Чтобы минимизировать это смещение, мы собрали ответы широкого круга пользователей с помощью различных медиасайтов и связанных сообществ. Мы также сравнили результаты с результатами последних 4 опросов (1197 выборок в 2021 году, 876 выборок в 2022 году, 2007 выборок в 2023 году, 1012 выборок в 2024 году), чтобы выявить какие-либо существенные смещения. Кроме того, существует языковое смещение, поскольку опрос проводился только на английском и японском языках.
- **Ошибка выборки в количественном исследовании:** Небольшой размер выборки может существенно повлиять на ошибку выборки. Чтобы избежать этого, анализ данных проводился только для категорий, соответствующих установленному минимальному количеству выборки. (Обычно это не менее 30 выборок, с погрешностью до 18%).
- **Фокус на виртуальной реальности:** Этот опрос фокусируется на опыте использования виртуальной реальности и не включает пользователей, которые получают доступ к социальной виртуальной реальности только через режим настольного компьютера или смартфона. Цель исследования — сосредоточиться на иммерсивном/соматосенсорном воздействии виртуальной реальности. Поэтому мы хотели избежать путаницы, разрешив сбор данных от пользователей онлайн-игр, не использующих виртуальную реальность, которые другие специалисты и учёные подробно изучили в предыдущих исследованиях.

Nem x Mila

Economy in Metaverse

Social VR Lifestyle Survey 2025

User Profile 2025

Профиль пользователя 2025

Platforms, age, physical sex, play frequency and total playtime

Платформы, возраст, физический пол, частота игр и общее время игры

1. User Profile 2025 - Summary

1. Профиль пользователя 2025 — Резюме

- Platform: As in previous years, VRChat maintained the top position across all regions. However, Resonite has gained significantly in popularity in North America and Europe, while the number of responses for Virtual Cast decreased.
- Age: 20s and 30s are the majority. Cluster users tend to be older, with many in their 40s and 50s.
- Physical sex: Male users are the majority but the number of female users doubled in Europe.
- Total playtime: Users with over 1,000 hours increased, reaching 70% of the total.
- Employment status: About half of the users are full-time employed.
- Economic class: There are few upper-class users.

- Платформа: Как и в предыдущие годы, VRChat сохранил лидирующие позиции во всех регионах. Однако Resonite значительно прибавил в популярности в Северной Америке и Европе, а количество откликов на Virtual Cast уменьшилось.
- Возраст: большинство — в возрасте от 20 до 30 лет. В кластере, как правило, участвуют люди старшего возраста, многим от 40 до 50 лет.
- Физический пол: мужчины составляют большинство, но число женщин-пользователей в Европе удвоилось.
- Общее время игры: более 1000 часов увеличилось, достигнув 70% от общего числа.
- Статус занятости: около половины пользователей имеют постоянную работу.
- Экономический класс: есть несколько пользователей из высшего класса.

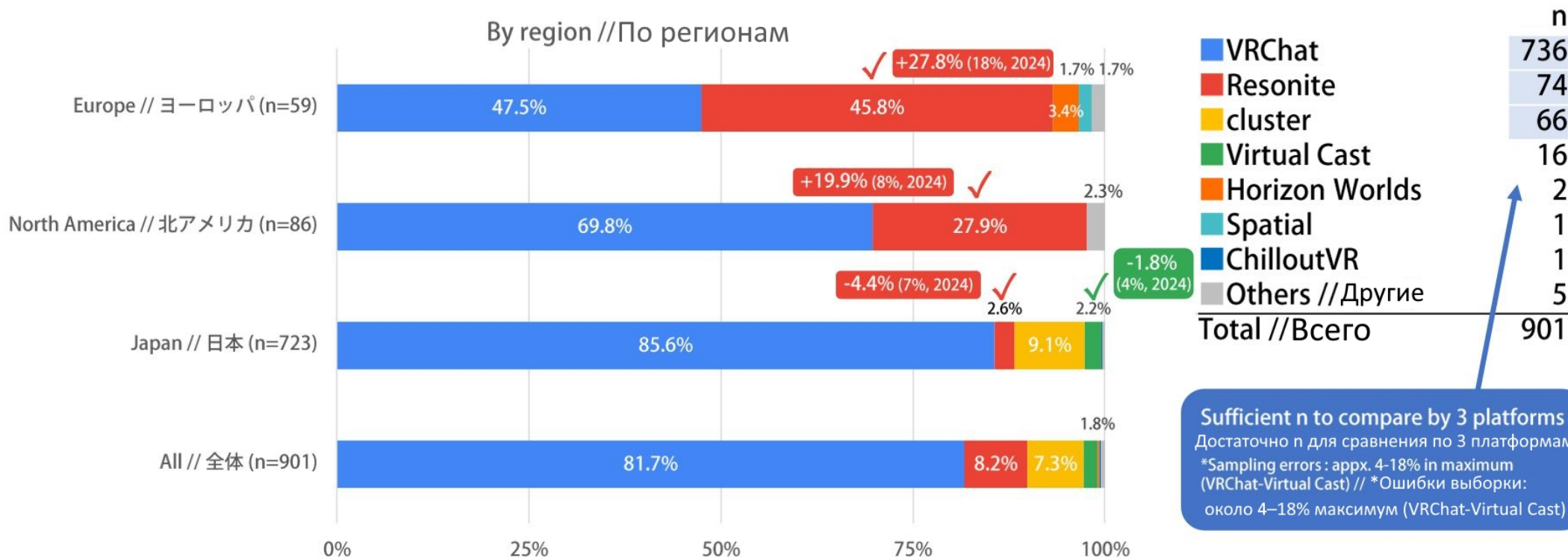
Frequently Used Social VR

Часто используемые социальные VR

Resonite has become more popular in North America and Europe // Резонит стал более популярным в Северной Америке и Европе

For the first time, Virtual Cast didn't reach the minimum threshold for comparison // Впервые Virtual Cast не достиг минимального порога для сравнения

Q1-5 What social VR do you use "the most"? // Q1-5 Какую социальную VR платформу вы используете «чаще всего»?



Age // Возраст

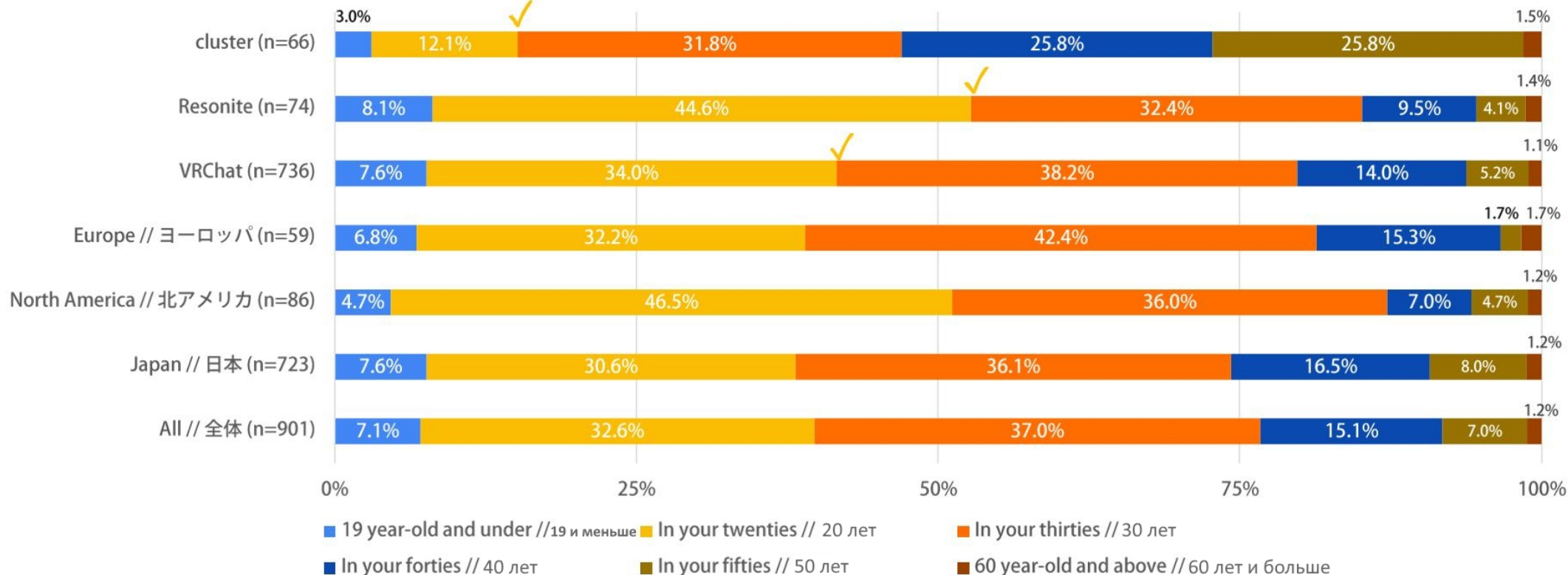
20s and 30s were the majority. Cluster also had many users in their 40s and 50s // Большинство составляли люди в возрасте от 20 до 30 лет. В кластере также было много пользователей в возрасте от 40 до 50 лет

составляли люди в возрасте от 20 до 30 лет. В кластере также было много пользователей в возрасте от 40 до 50 лет

Q1-3 Please state your age group // Q1-3 Пожалуйста укажите вашу возрастную группу.

No dramatic change from last year // Никаких кардинальных изменений по сравнению с прошлым годом

By platform and region // По платформе и региону



Physical Sex // Физический пол

Note : we use the term "physical sex" when talking about the user's sex in the physical world

Примечание: мы используем термин «физический пол», когда говорим о поле пользователя в физическом мире.

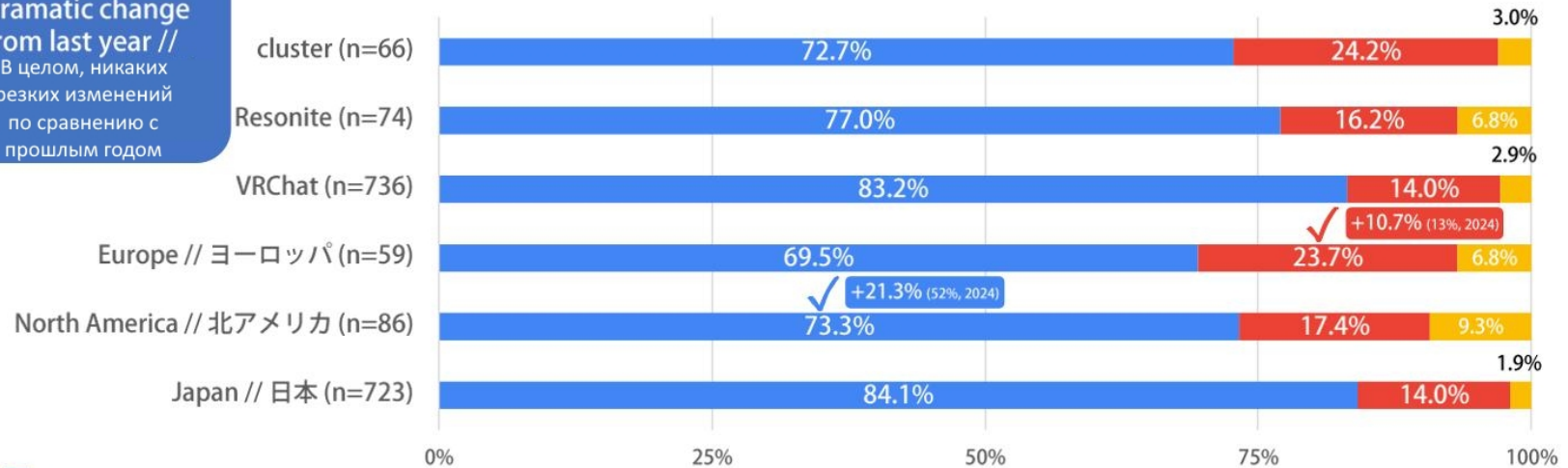
Female users doubled in Europe
// Число женщин-пользователей в Европе удвоилось

Q1-4 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 // Q1-4 Укажите свой пол в физическом мире (если его нет в списке, пожалуйста, заполните «другой»). *Цель этого вопроса — провести различие между «физическим» полом и внешностью аватара (мужской/женский) в виртуальном мире.



Overall, no dramatic change from last year // В целом, никаких резких изменений по сравнению с прошлым годом

By platform and region // По платформе и региону



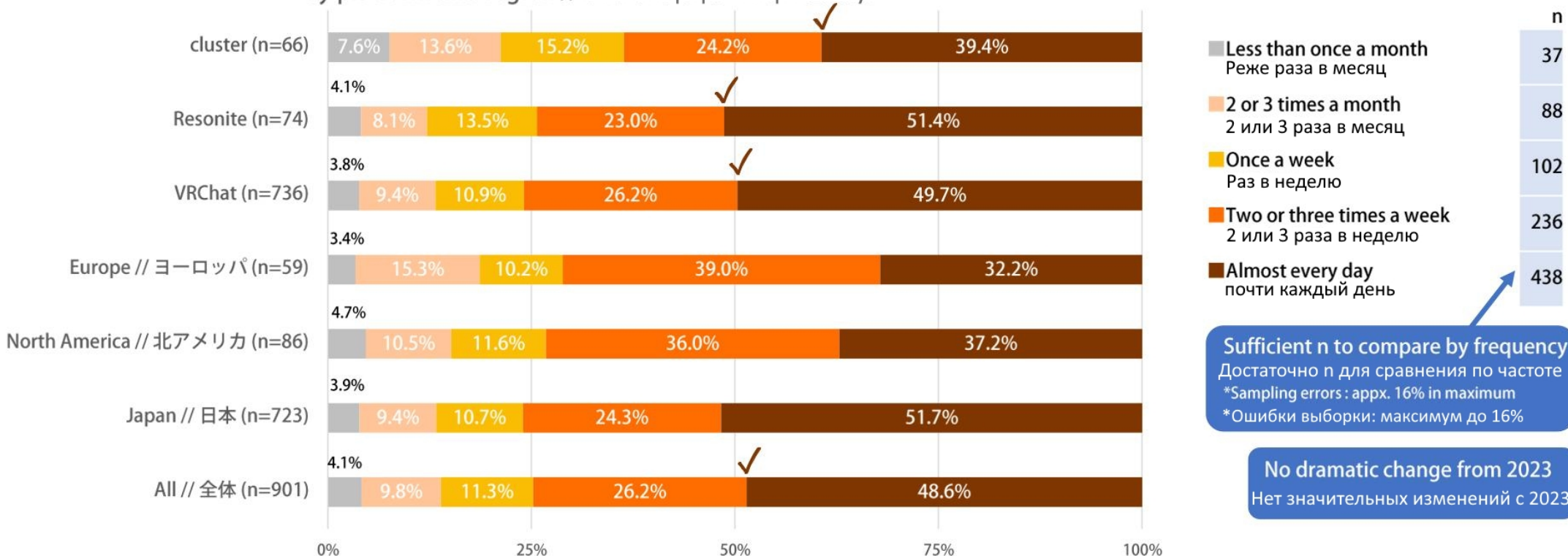
We compared male and female users // Мы сравнили пользователей мужского и женского пола
*Sampling errors : appx. 4-10% in maximum (male-female) // *Ошибки выборки: около 4-10% максимум (мужчины/женщины)

Play Frequency // Частота посещения

Half of the users played almost every day in VRChat and Resonite // Половина пользователей играла почти каждый день в VRChat и Resonite

Q1-6 How often do you use social VR? // Как часто вы заходите в социальную виртуальную реальность?

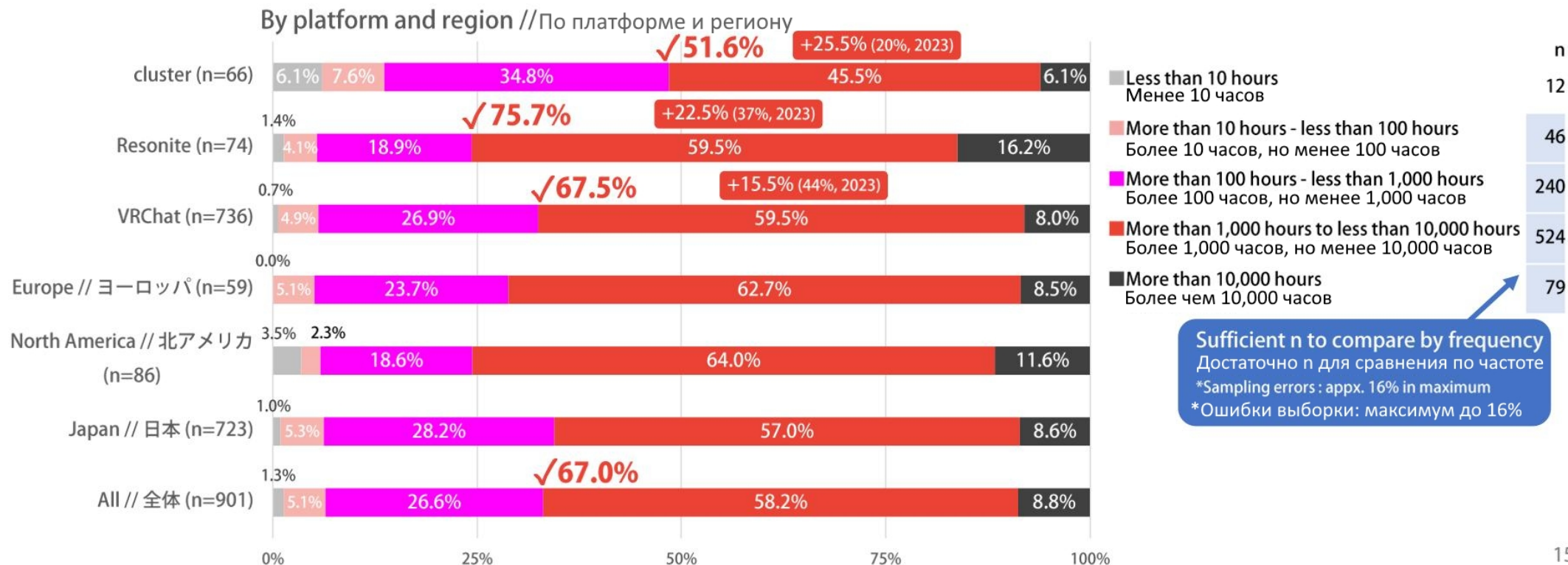
By platform and region // По платформе и региону



Total Playtime // общее время игры

Users with over 1,000 hours increased, reaching 70% of the total //

Q1-7 Please give your best estimate on how much time have you spent in total across all social VR platforms. (you can consult the playtime per application from Steam if you use Steam) //Пожалуйста, дайте максимально точную оценку того, сколько времени вы провели в общей сложности на всех социальных VR-платформах. (Если вы используете Steam, вы можете узнать время игры для каждого приложения в Steam).

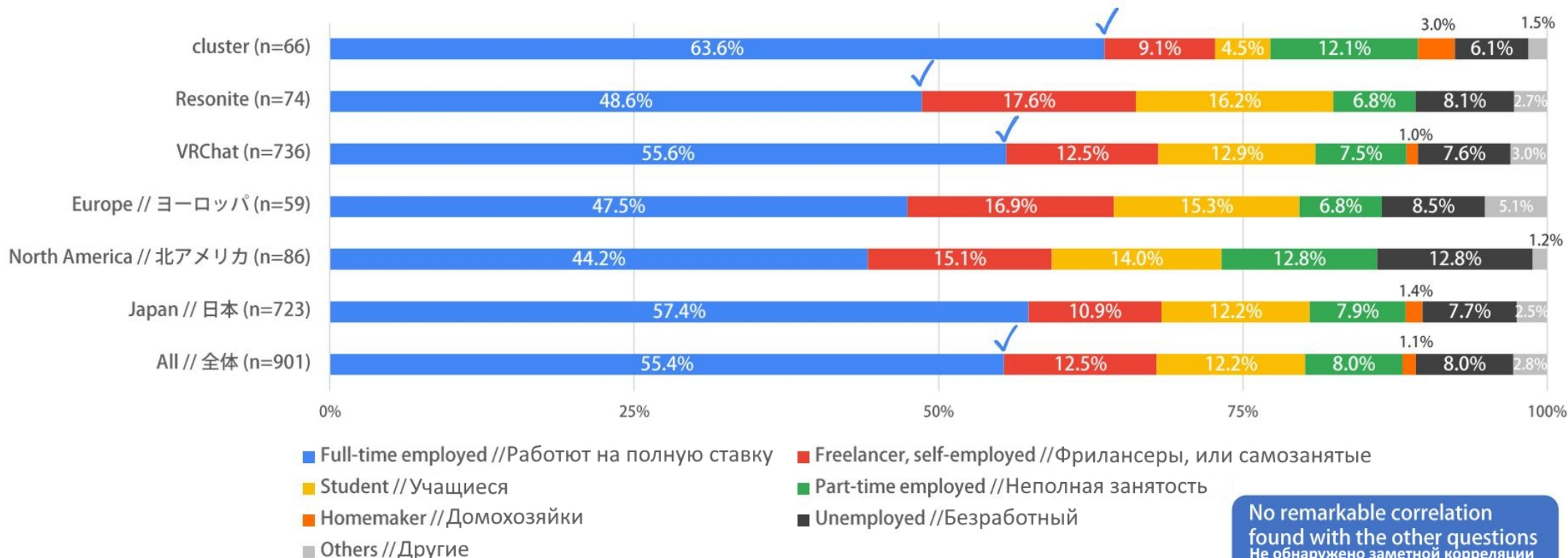


Employment Status // статус занятости

About half were full-time employed // Около половины были заняты полный рабочий день

Q1-8 Which of the following best describes your current employment status? // Что из перечисленного ниже лучше всего описывает ваш текущий статус занятости?

By platform and region // По платформе и региону



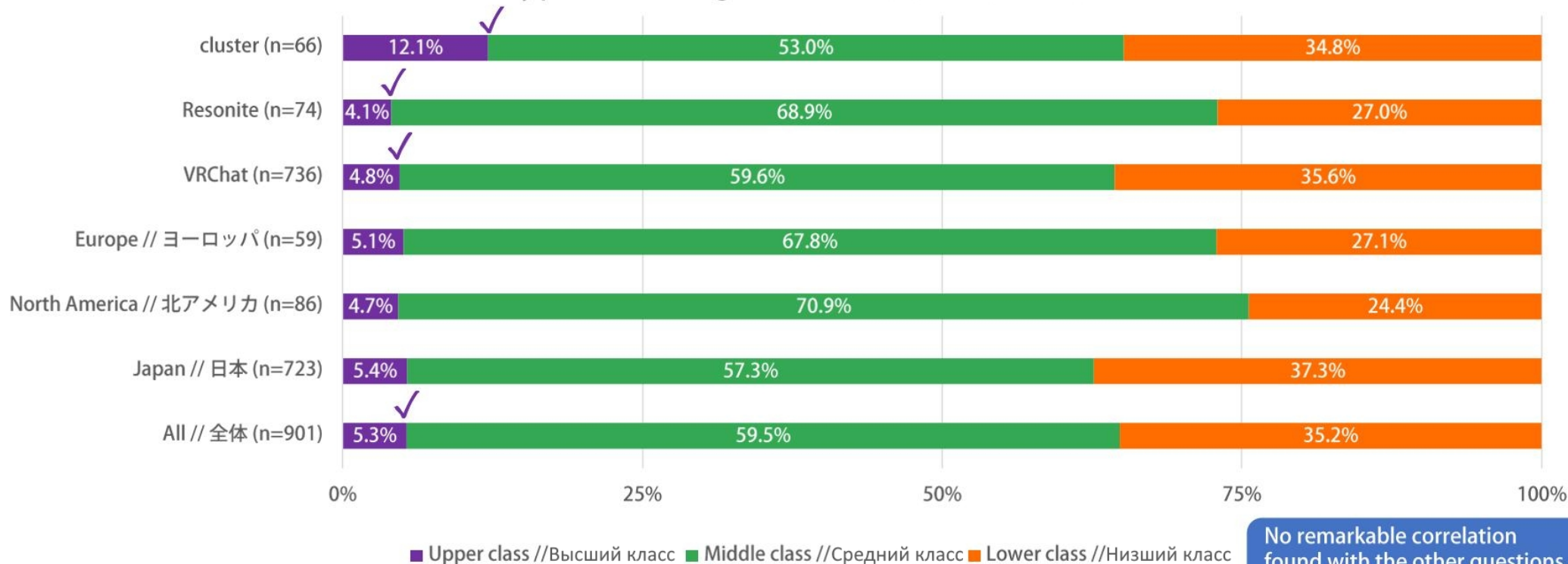
No remarkable correlation
found with the other questions
Не обнаружено заметной корреляции
с другими вопросами

Economic Class //экономический класс

Few upper-class users //Несколько пользователей высшего класса

Q1-9 Which economic class do you consider yourself belonging to? //К какому экономическому классу вы себя относите?

By platform and region //по платформе и региону



No remarkable correlation
found with the other questions
Не обнаружено заметной корреляции
с другими вопросами.

Expenses in Metaverse

Part 2. Расходы в Metaverse

Device expense, content expense and payment method

Расходы на устройства, расходы на контент и способ оплаты

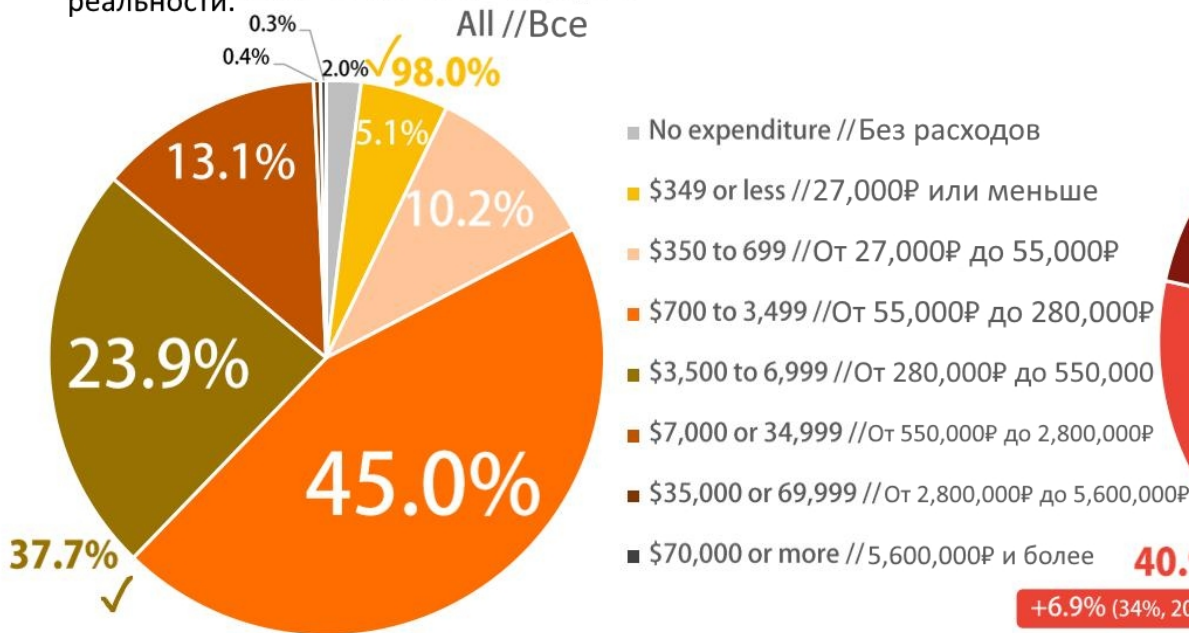
2. Expenses in Metaverse - Summary

Расходы в Метавселенной - Резюме

- **Device Expenses:** 40% of all users spent more than \$3,500 on VR experiences in total. Spending tended to increase with longer playtime, reaching 60% among those who had played over 10,000 hours. More than 50% of the users purchased the following top three items—VR headsets, gaming PCs, and full-body tracking devices.
- **Content Expenses:** 40% of all users spent more than \$350 in a year, slightly up compared to past results. Spending was correlated with play frequency and playtime, reaching about 50% among users who played daily. While most users spent on 3D models, cluster users also spent on VR events and other categories.
- **Payment Methods:** Card payments are the most common, whereas cryptocurrencies are hardly used. More than 80% of cluster users have experience spending in-platform payments.
- **Расходы на устройства:** 40% всех пользователей потратили более 3500 долларов США на VR-опыты. Расходы имели тенденцию к росту с увеличением времени игры, достигая 60% среди тех, кто играл более 10 000 часов. Более 50% пользователей приобрели следующие три самых популярных товара: VR-гарнитуры, игровые ПК и устройства для отслеживания движений всего тела.
- **Расходы на контент:** 40% всех пользователей потратили более 350 долларов за год, что немного больше, чем в предыдущие годы. Расходы коррелировали с частотой и временем игры, достигая около 50% среди пользователей, игравших ежедневно. Хотя большинство пользователей тратили на 3D-модели, пользователи Cluster также тратили на VR-мероприятия и другие категории.
- **Способы оплаты:** наиболее распространены платежи по картам, тогда как криптовалюты практически не используются. Более 80% пользователей Cluster имеют опыт совершения внутриплатформенных платежей.

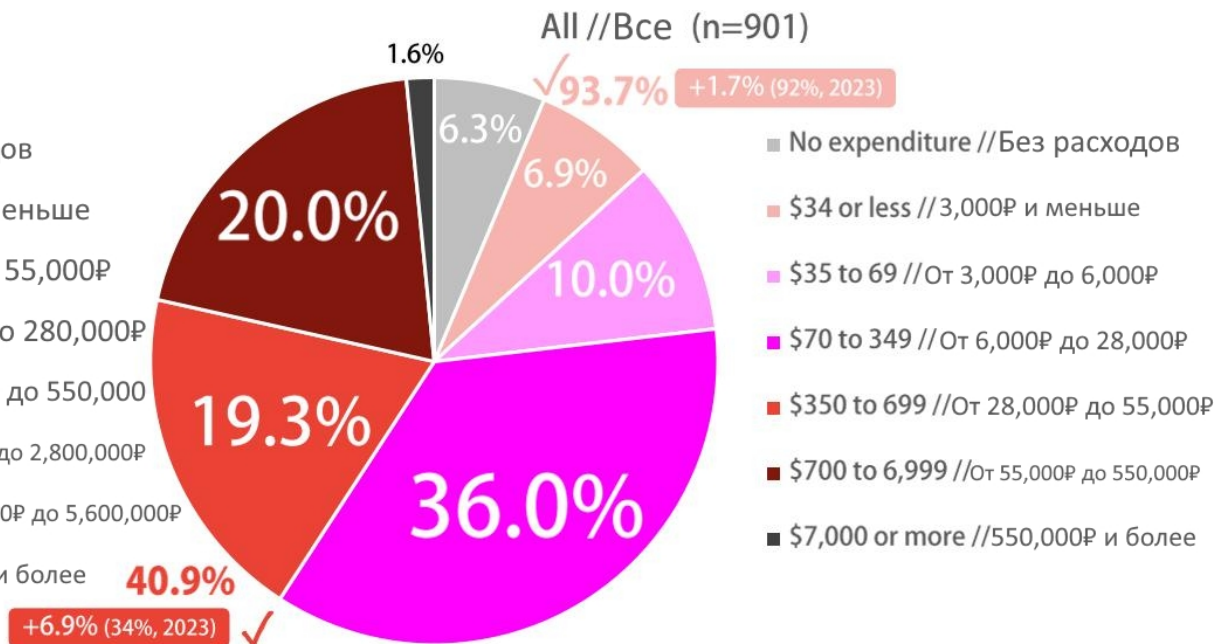
Expenses // Расходы

Q2-2 Please give your best estimate on how much have you spent in total on devices for enabling or enhancing VR experiences // Пожалуйста, дайте наиболее точную оценку общей суммы, которую вы потратили на устройства обладания, или улучшения возможностей виртуальной реальности.



40% spent more than \$3,500 in total
 // 40% потратили в общей сложности более 3500 долларов

Q2-4 How much have you approximate spent on social VR-related content over the past year in total? // Сколько примерно вы потратили на контент, связанный с социальной виртуальной реальностью, за последний год?

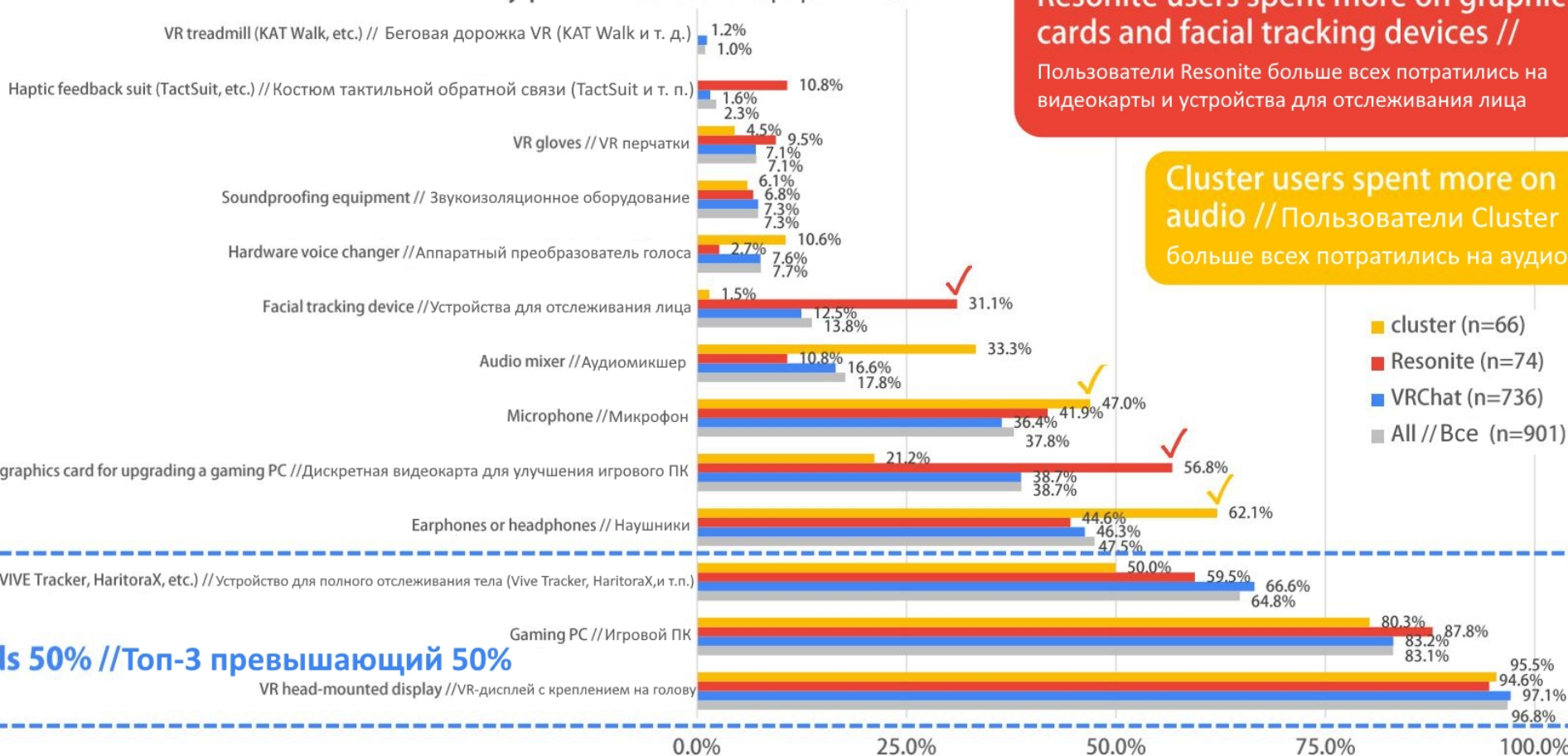


40% spent more than \$350 in a year, slight up compared to past results // 40% потратили более 350 долларов в год, что немного больше, чем в предыдущие годы.

Device Types // Типы устройств

Q2-1 If you have ever purchased any devices for enabling or enhancing VR experiences, please select "all" that apply // Если вы когда-либо приобретали какие-либо устройства для активации или улучшения опыта виртуальной реальности, выберите «все» подходящие варианты.

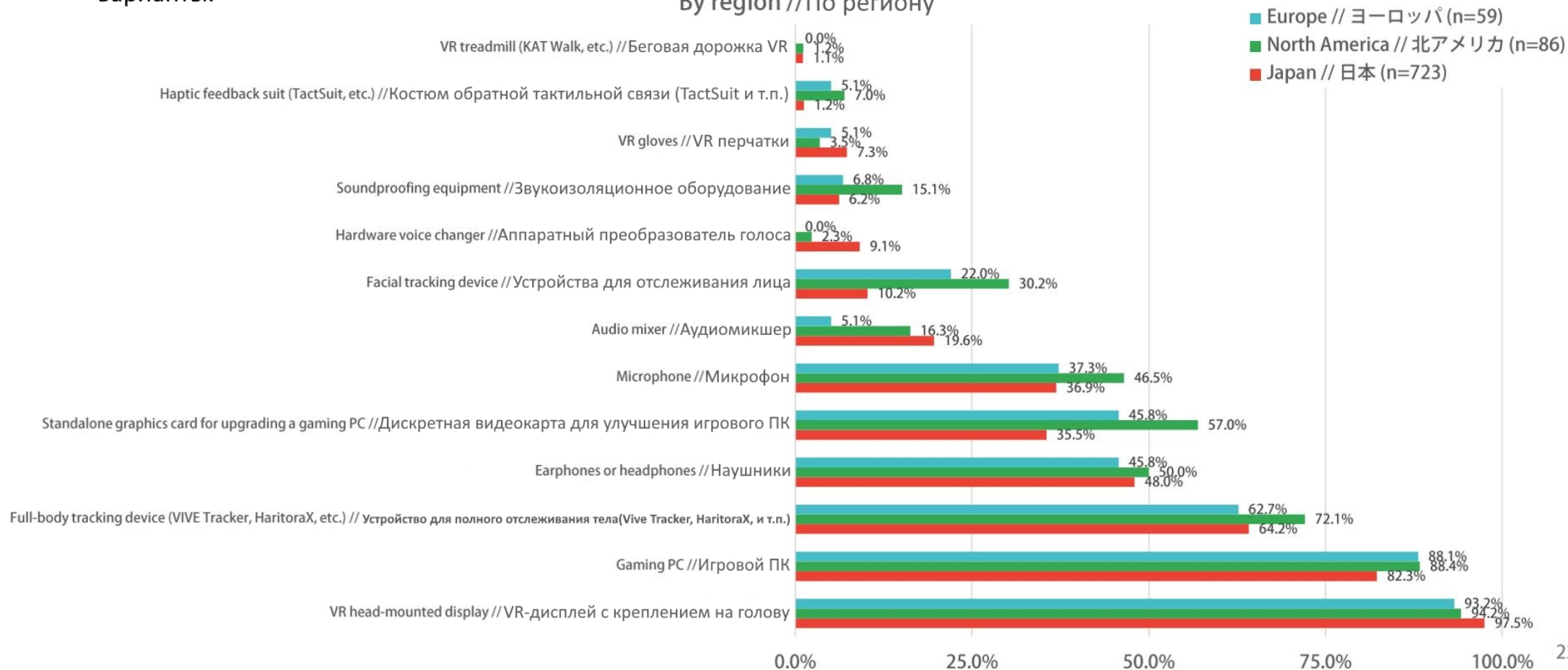
By platform // По платформе



Device Types // Типы устройств

Q2-1 If you have ever purchased any devices for enabling or enhancing VR experiences, please select "all" that apply // Если вы когда-либо приобретали какие-либо устройства для обладания или улучшения опыта виртуальной реальности, выберите «все» подходящие варианты.

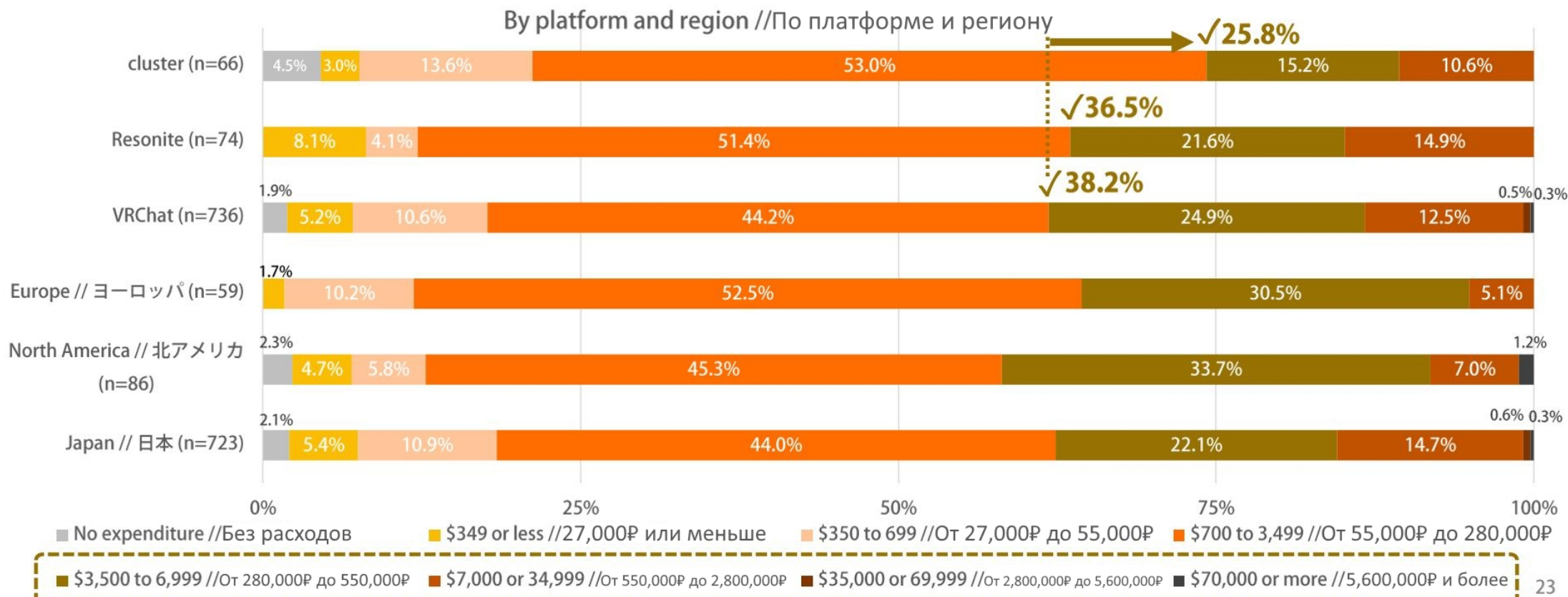
By region // По региону



Device Expenses // Расходы на устройства

Cluster users tend to spend relatively less // Пользователи Cluster, обычно тратят меньше

Q2-2 Please give your best estimate on how much have you spent in total on devices for enabling or enhancing VR experiences // Пожалуйста, оцените, сколько вы потратили в общей сложности на устройства для расширения возможностей виртуальной реальности (VR)



Playtime and Device Expenses

Nem x Mila
Economy in Metaverse
Social VR Lifestyle Survey 2025

Время игры и затраты на устройства

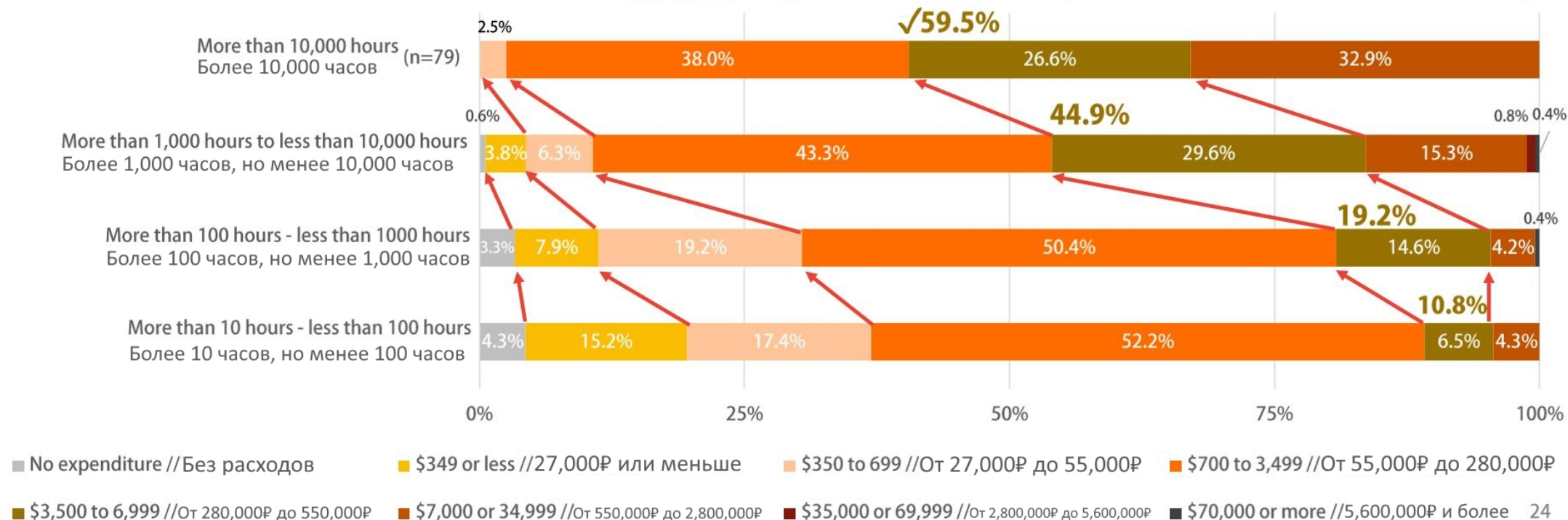
Q2-2 Please give your best estimate on how much have you spent in total on devices for enabling or enhancing VR experiences //Пожалуйста, оцените общую сумму ваших расходов на устройства для обладания или улучшения возможностей виртуальной реальности.

By total playtime //По проведённому времени

※Correlation coefficient //Коэффициент корреляции $r = 0.38$

(Weak correlation //Слабая корреляция)

Device expenses increased with longer playtime// Величина затрат на устройства становится тем больше, чем дольше времени ушло на игру



Content Types // Типы контента

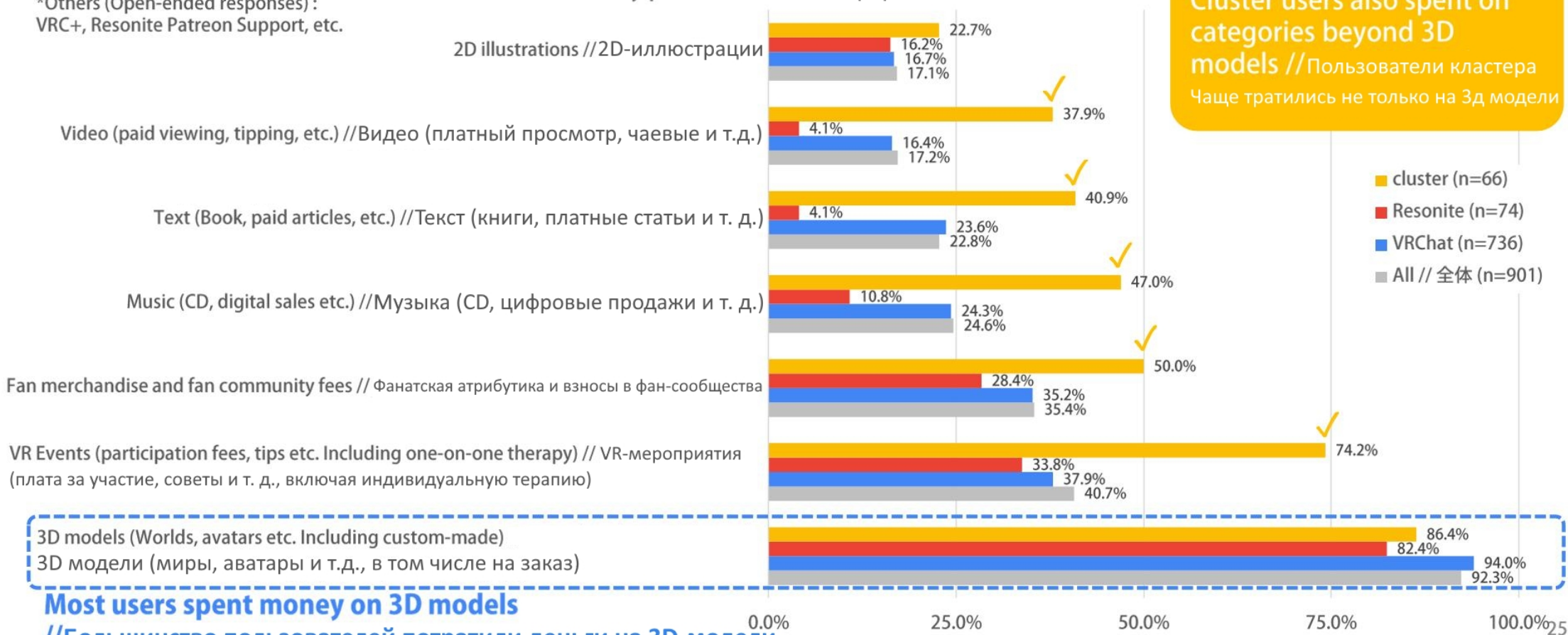
Q2-3 If you have ever purchased social VR-related content, please select "all" that apply //

Если вы когда-либо приобретали контент, связанный с социальной виртуальной реальностью, выберите «все» подходящие варианты

*Others (Open-ended responses) :
VRC+, Resonite Patreon Support, etc.

By platform // По платформе

Cluster users also spent on
categories beyond 3D
models // Пользователи кластера
Чаще тратились не только на 3д модели



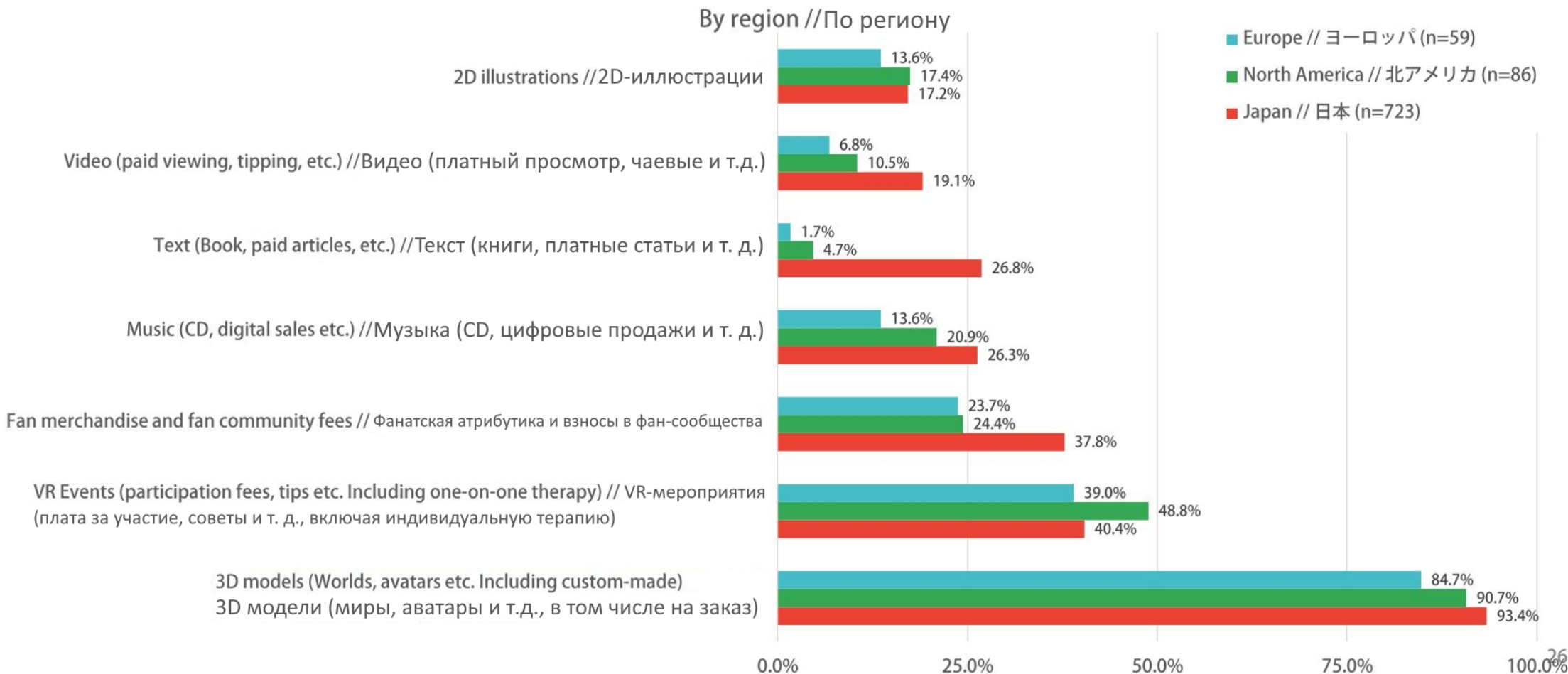
Most users spent money on 3D models

// Большинство пользователей потратили деньги на 3D-модели

Content Types // Типы контента

Q2-3 If you have ever purchased social VR-related content, please select "all" that apply //

Если вы когда-либо приобретали контент, связанный с социальной виртуальной реальностью, выберите «все» подходящие варианты

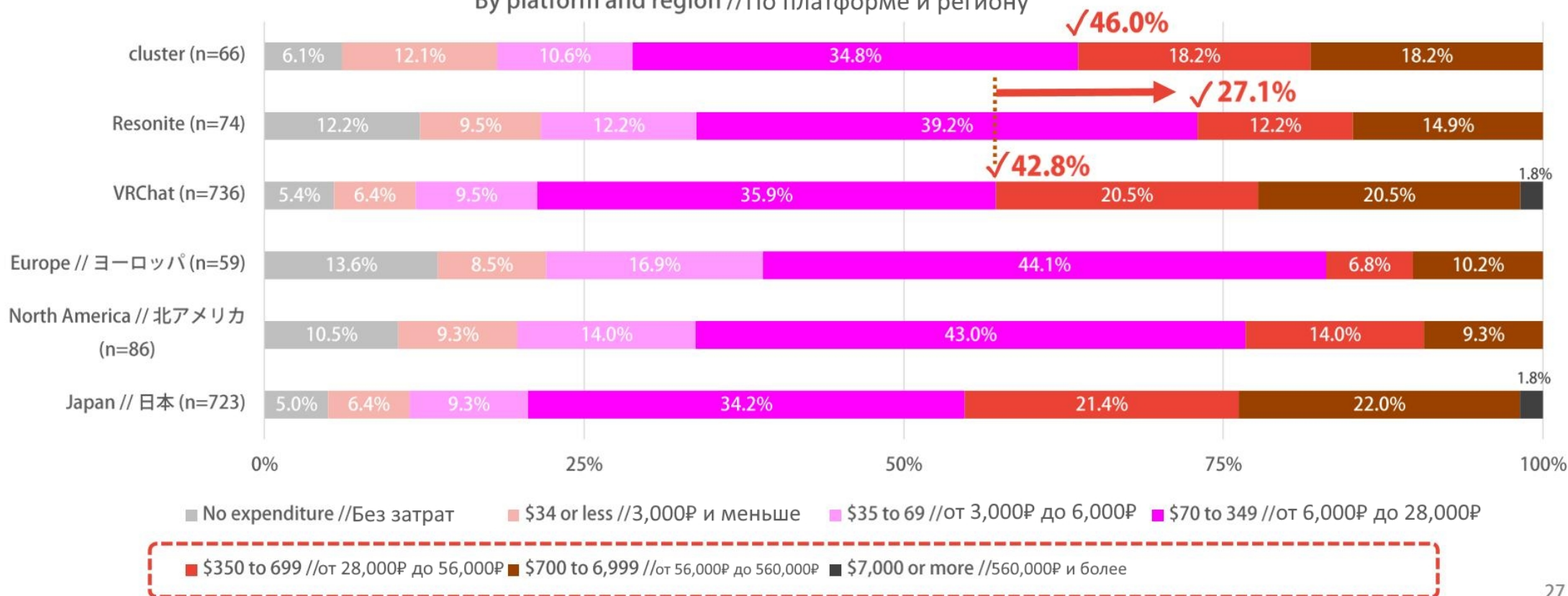


Content Expenses // Расходы на контент

Resonite users spent tend to spend less // Пользователи Resonite, как правило, тратят меньше

Q2-4 How much have you approximate spent on social VR-related content over the past year in total?
Какую сумму вы приблизительно потратили на социальный VR-контент за последний год?

By platform and region // По платформе и региону



Play Frequency and Content Expenses

Nem x Mila
Economy in Metaverse
Social VR Lifestyle Survey 2025

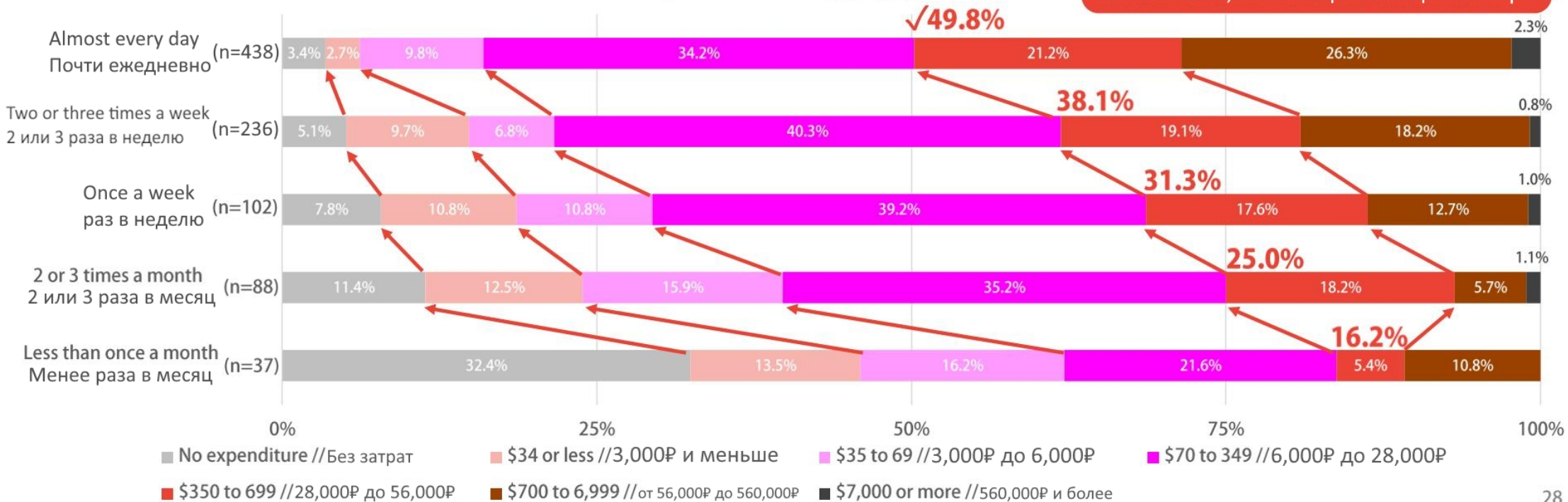
Частота посещения и затраты на контент

Q2-4 How much have you approximate spent on social VR-related content over the past year in total?
Какую сумму вы приблизительно потратили на социальный VR-контент за последний год?

By play frequency // По частоте посещения

※ Correlation coefficient Коэффициент корреляции $r = 0.29$
(Weak correlation // слабая корреляция)

Content expenses increased with
higher play frequency // затраты на контент
тем больше, чем чаще посещение игры



Playtime and Content Expenses

Время игры и расходы на контент

Nem x Mila
Economy in Metaverse
Social VR Lifestyle Survey 2025

Q2-4 How much have you approximate spent on social VR-related content over the past year in total?
Какую сумму вы приблизительно потратили на социальный VR-контент за последний год?

By total playtime // По наигранному времени

※ Correlation coefficient Коэффициент корреляции $r = 0.29$

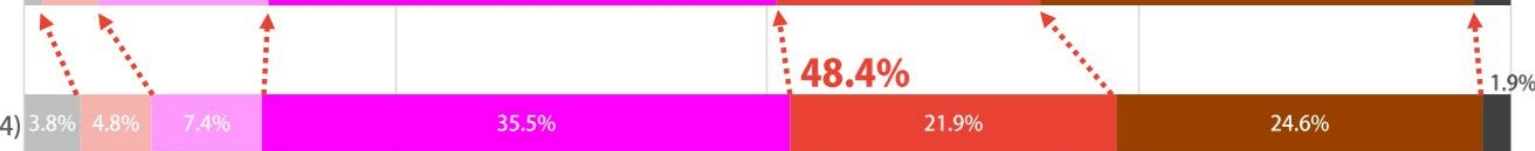
(Weak correlation // слабая корреляция) ✓ 49.3%

Content expenses increased with longer playtime up to 10,000 hours // Затраты на контент повышаются с наигранным временем до 10,000 часов

More than 10,000 hours // Более 10,000 часов (n=79)



More than 1,000 hours to less than 10,000 hours (n=524)
Более 1,000 часов, но менее 10,000 часов



More than 100 hours - less than 1000 hours (n=240)
Более 100 часов, но менее 1,000 часов



More than 10 hours - less than 100 hours (n=46)
Более 10 часов, но менее 100 часов

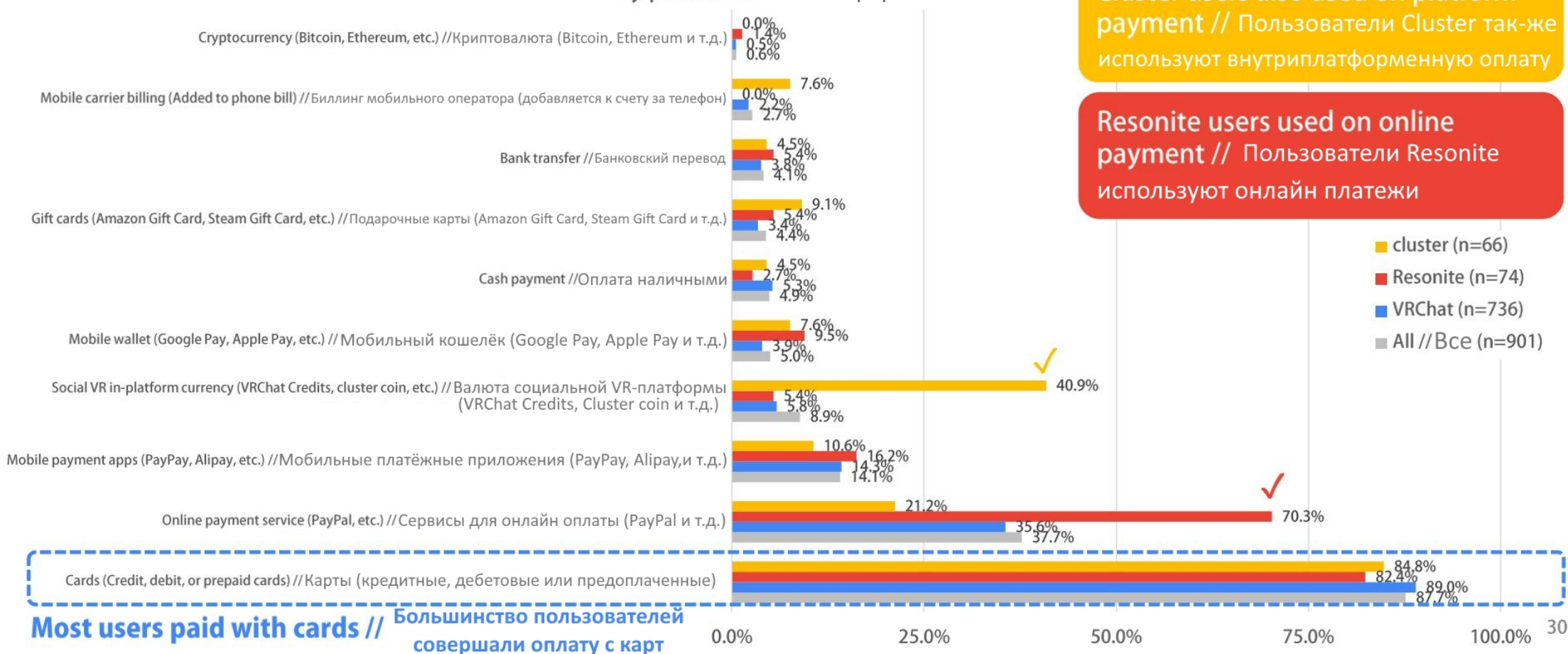


■ No expenditure // Без расходов
■ \$34 or less // 3,000₽ и меньше
■ \$35 to 69 // 3,000₽ до 6,000₽
■ \$70 to 349 // 6,000₽ до 28,000₽
■ \$350 to 699 // 28,000₽ до 56,000₽
■ \$700 to 6,999 // от 56,000₽ до 560,000₽
■ \$7,000 or more // 560,000₽ и более

Payment Methods // Методы оплаты

Q2-9 Please select "all" the payment methods you typically use for social VR-related content // Выберите «все» способы оплаты, которые вы обычно используете для контента, связанного с социальной виртуальной реальностью.

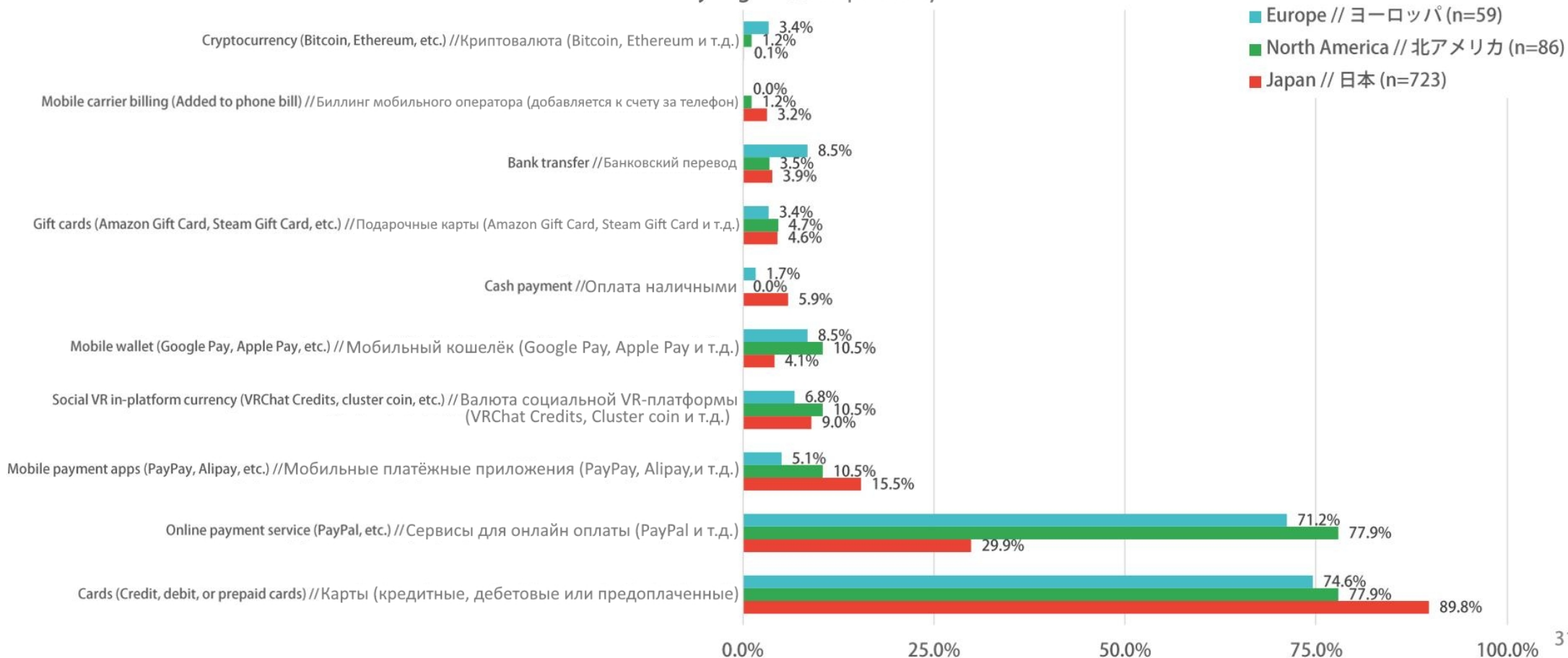
By platform // По платформе



Payment Methods // Методы оплаты

Q2-9 Please select "all" the payment methods you typically use for social VR-related content // Выберите «все» способы оплаты, которые вы обычно используете для контента, связанного с социальной виртуальной реальностью.

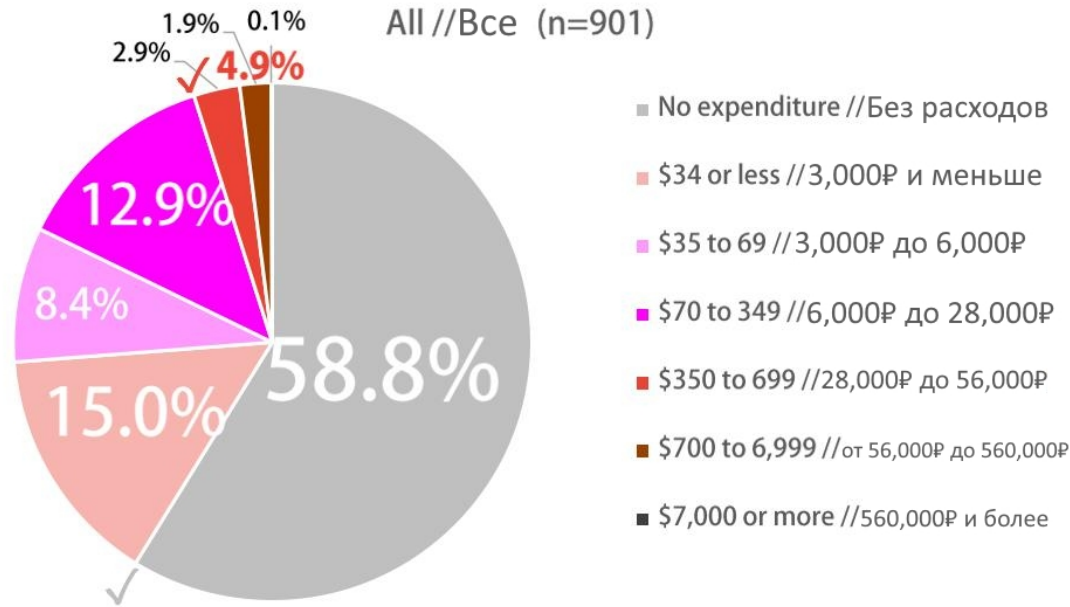
By region // По региону



In-platform Expenses

Внутриплатформенные расходы

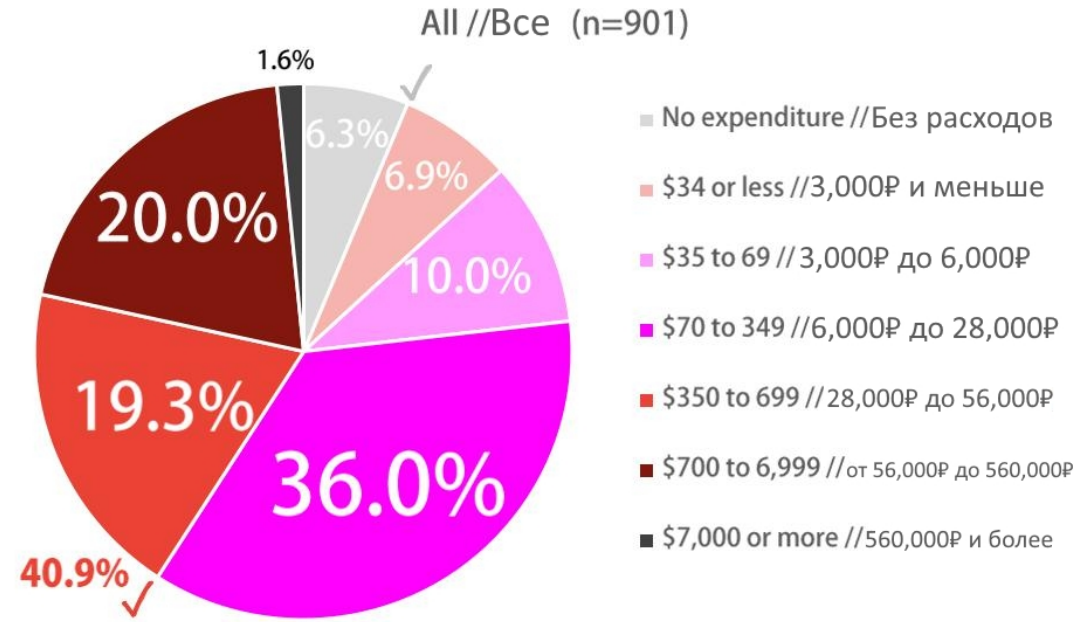
Q2-6 How much have you approximate spent on social VR-related content "through in-platform payment system of a social VR" over the past year in total? //Какую сумму вы приблизительно потратили на контент, связанный с социальной виртуальной реальностью (VR), «через внутриплатформенную платёжную систему социальной виртуальной реальности» за последний год?



More than half didn't spend through in-platform payments. Only 4.9% spent more than \$350 //

Более половины не совершали внутриплатформенные платежи. Только 4,9% потратили более 350 долларов.

*Shown again for comparison //Показано еще раз для сравнения
Q2-4 How much have you approximate spent on social VR-related content over the past year in total? //Сколько примерно вы потратили на социальный VR-контент за последний год?



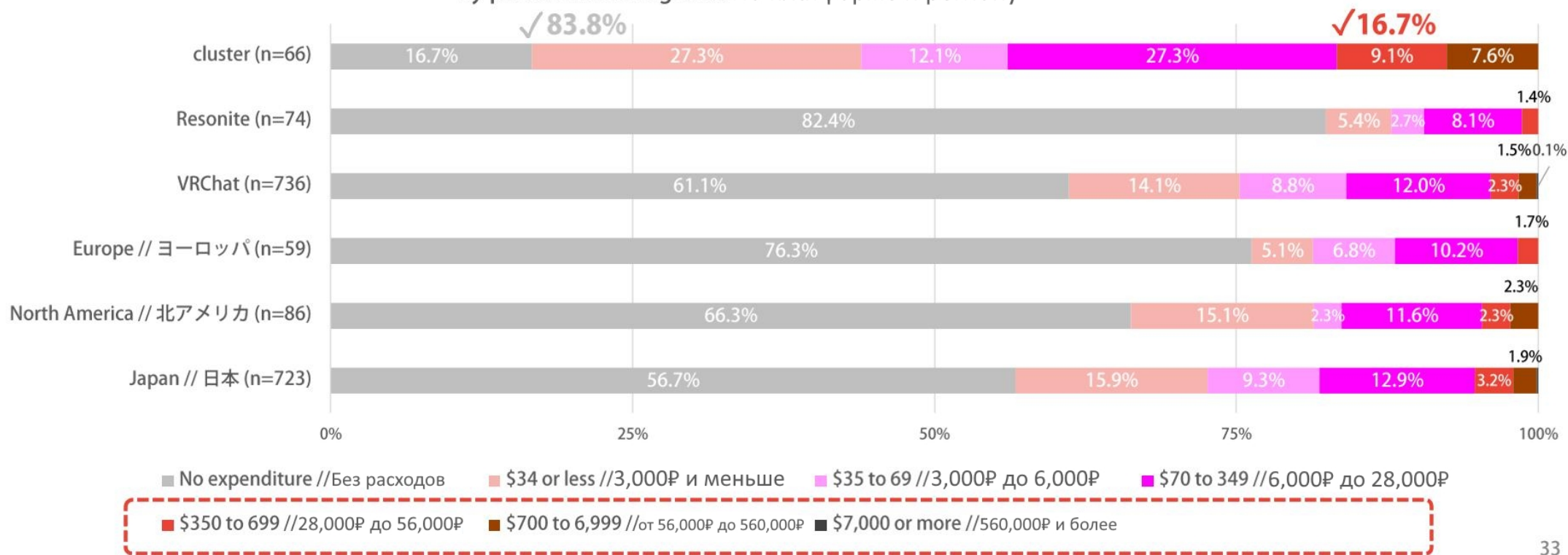
In-platform Expense

Внутриплатформенные расходы

83.8% of cluster users spent through platform payment. 16.7% spent more than \$350
83,8% пользователей Cluster потратили средства через перевод в платформе . 16,7% потратили более 350\$

Q2-6 How much have you approximate spent on social VR-related content "through in-platform payment system of a social VR" over the past year in total? //Какую сумму вы приблизительно потратили на контент, связанный с социальной виртуальной реальностью, «через внутриплатформенную платежную систему социальной виртуальной реальности» за последний год?

By platform and region //По платформе и региону



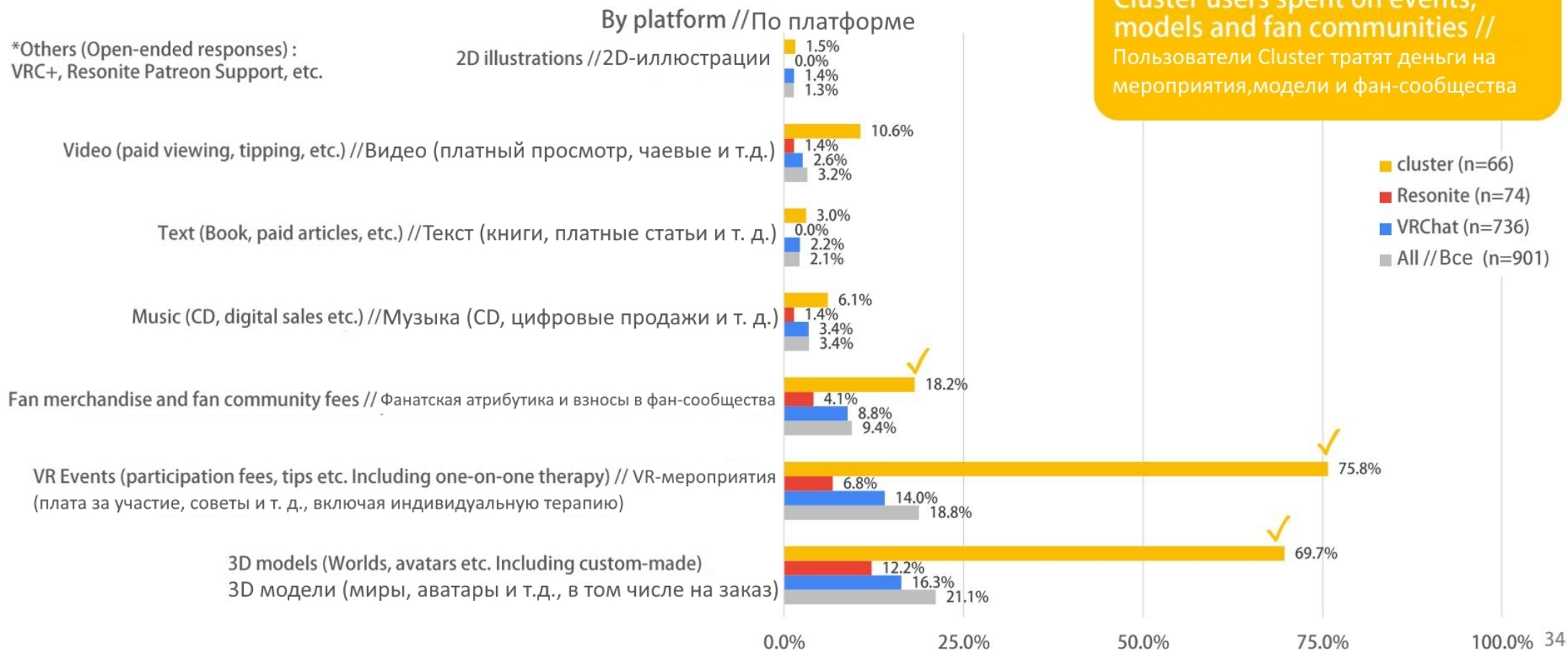
Types of In-platform expense

Виды внутриплатформенных расходов

Nem x Mila
Economy in Metaverse
Social VR Lifestyle Survey 2025

Q2-5 If you have ever purchased social VR-related content "through in-platform payment system of a social VR", please select "all" that apply // Если вы когда-либо приобретали контент, связанный с социальной виртуальной реальностью, «через внутриплатформенную платёжную систему социальной виртуальной реальности», выберите «все» подходящие варианты

*Others (Open-ended responses) :
VRC+, Resonite Patreon Support, etc.



Consumption of Virtual Items

Part 3. Потребление виртуальных предметов

Consumption volume of virtual items and avatars

Объем потребления виртуальных предметов и аватаров

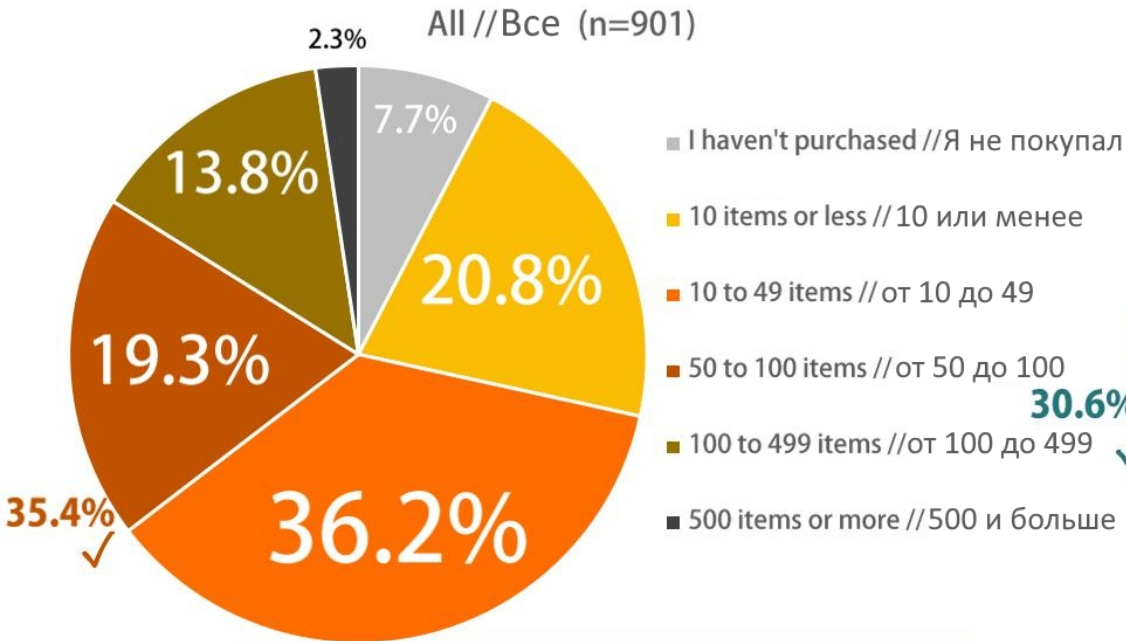
3. Consumption of Virtual Items - Summary

Потребление виртуальных предметов - Резюме

- **Virtual items:** 35% of all users had purchased more than 50 items in total. The figure was somewhat lower among Resonite users, at 19%. The number of items purchased was correlated with play frequency and playtime, with more than 40% of users who had played over 10,000 hours having bought over 50 items.
- **Avatars used:** 30% of all users used more than 10 avatars in a month. The figure was much lower among Resonite users, at 7%. The number of avatars used was correlated with play frequency and playtime, with about 40% of daily players using more than 10 avatars in a month.
- **Виртуальные предметы:** 35% всех пользователей приобрели более 50 предметов. Среди пользователей Resonite этот показатель был несколько ниже – 19%. Количество приобретённых предметов коррелировало с частотой и временем игры: более 40% пользователей, наигравших более 10 000 часов, купили более 50 предметов.
- **Используемые аватары:** 30% всех пользователей использовали более 10 аватаров в месяц. Среди пользователей Resonite этот показатель был значительно ниже – 7%. Количество используемых аватаров коррелировало с частотой и временем игры: около 40% игроков, играющих ежедневно, использовали более 10 аватаров в месяц.

Virtual items and Avatars Виртуальные предметы и Аватары

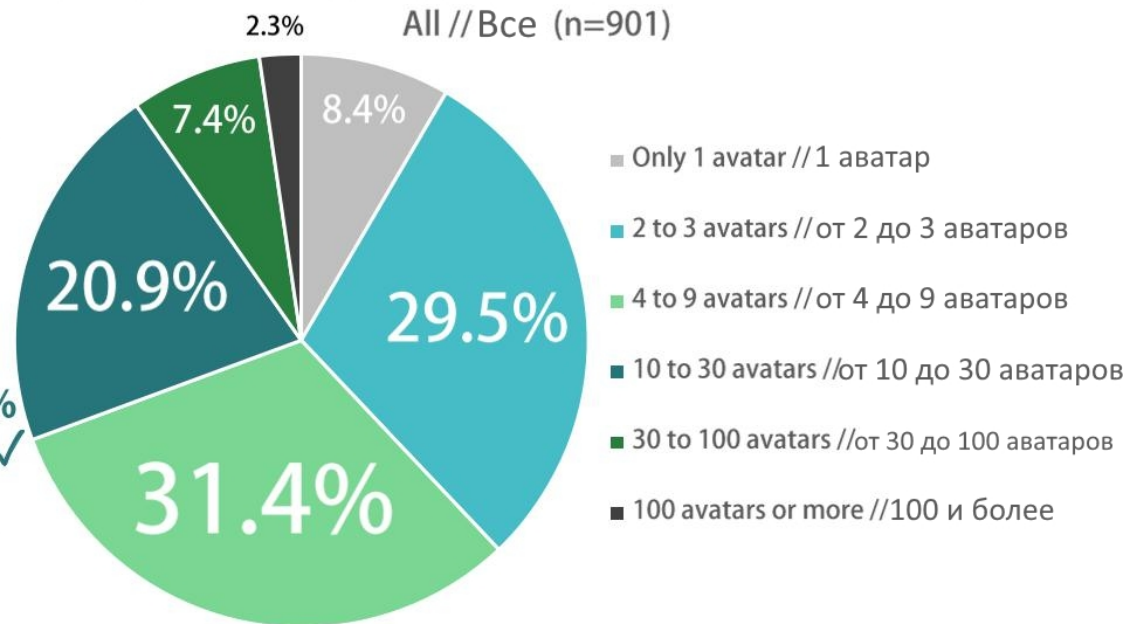
Q2-7 How many avatars, outfits, gimmicks, and/or accessories have you purchased so far? // Сколько аватаров, нарядов, приспособлений и/или аксессуаров вы уже приобрели?



35% bought more than 50 items in total

35% суммарно приобрели более чем 50 предметов

Q2-8 How many avatars have you actually used in the past month? (Please count different outfits as separate avatars. If a single avatar includes multiple outfits as built-in features or gimmicks, count each outfit separately) // Сколько аватаров вы использовали за последний месяц? (Пожалуйста, учитывайте разные наряды как отдельные аватары. Если один аватар включает несколько нарядов в качестве встроенных функций или фишек, учитывайте каждый наряд отдельно.)



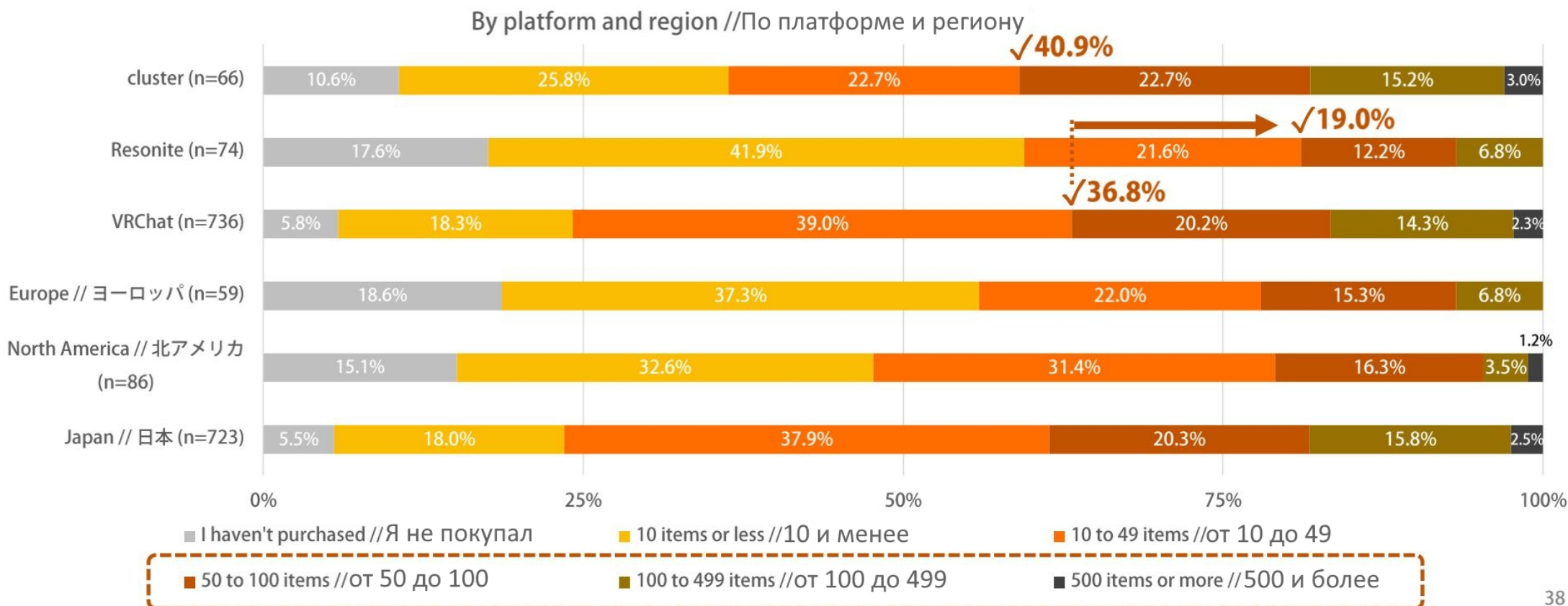
30% used more than 10 avatars in a month

30% использовали более 10 аватаров за месяц

Virtual Items // Виртуальные предметы

Resonite users purchased relatively fewer items // Пользователи Resonite приобрели относительно меньше товаров

Q2-7 How many avatars, outfits, gimmicks, and/or accessories have you purchased so far? // Сколько аватаров нарядов, приспособлений и/или аксессуаров вы уже приобрели?



Play Frequency and Virtual Items

Частота посещения и виртуальные предметы

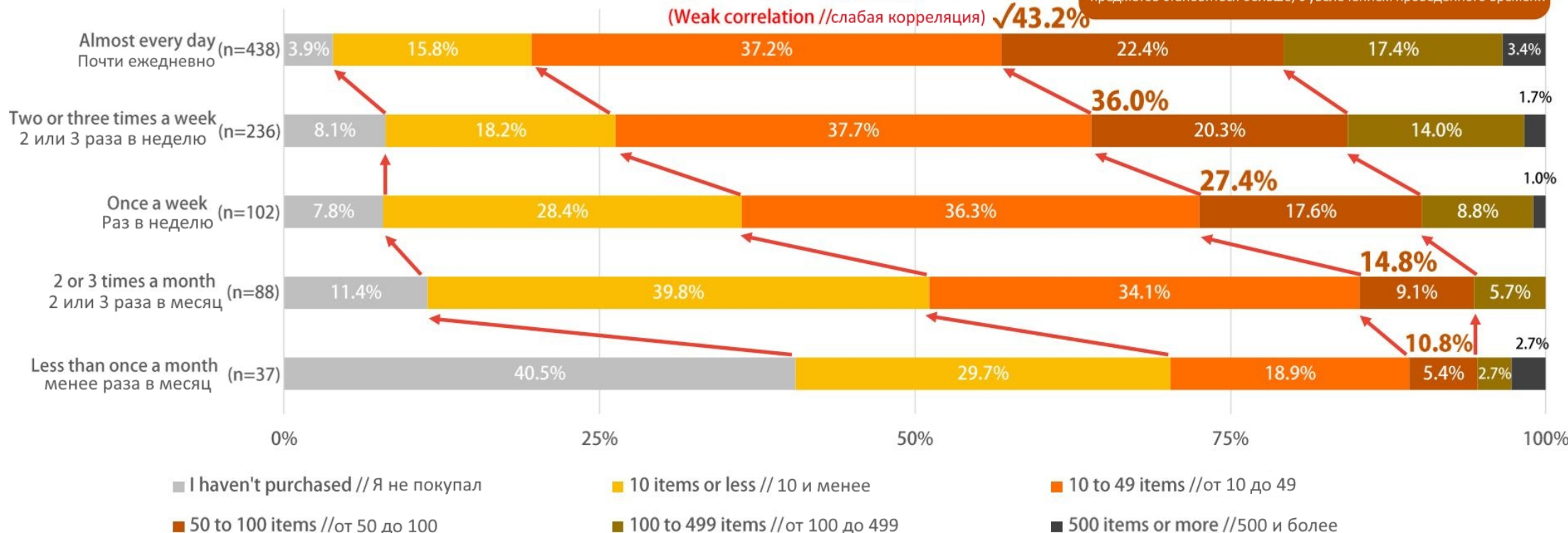
Q2-7 How many avatars, outfits, gimmicks, and/or accessories have you purchased so far? // Сколько аватаров, нарядов, приспособлений и/или аксессуаров вы уже приобрели?

By play frequency // По частоте посещения

※ Коэффициент корреляции $r = 0.29$

(Weak correlation // слабая корреляция) ✓ 43.2%

Number of items increases with higher play frequency // Количество предметов становится больше, с увеличением проведённого времени



Playtime and Virtual Items

Время игры и виртуальные предметы

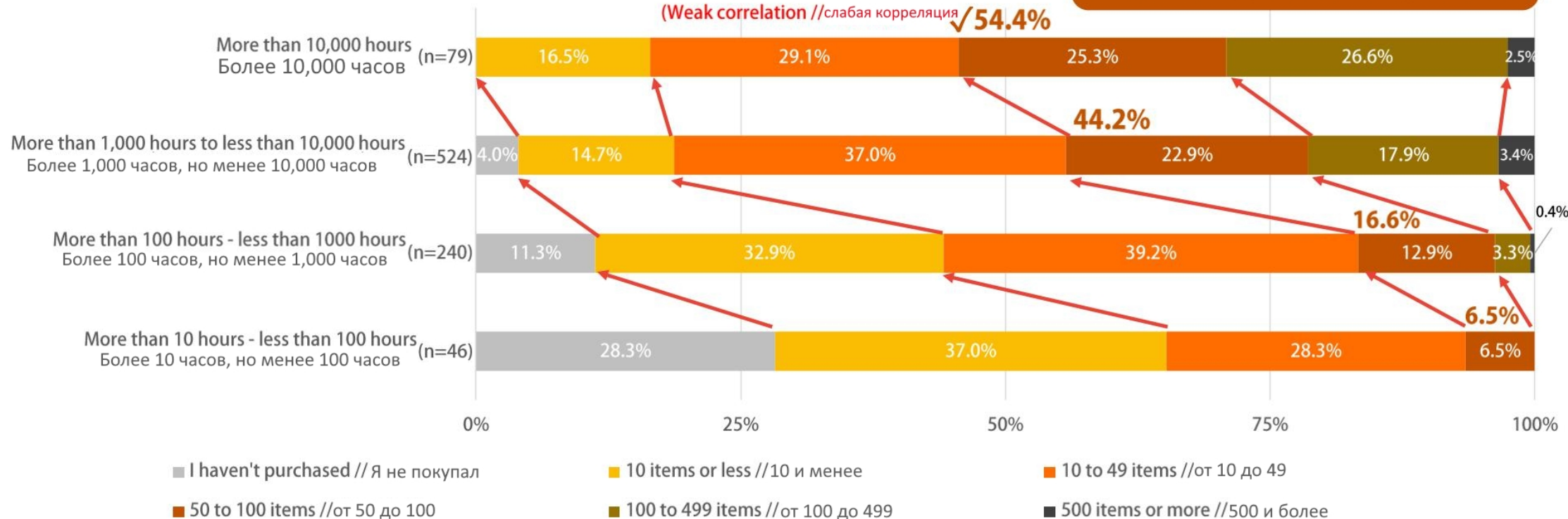
Q2-7 How many avatars, outfits, gimmicks, and/or accessories have you purchased so far? // Сколько аватаров, нарядов, приспособлений и/или аксессуаров вы уже приобрели?

By total playtime // По проведённому времени

※Коэффициент корреляции $r = 0.38$

(Weak correlation // слабая корреляция) ✓ 54.4%

Number of items increased with longer playtime // Количество предметов становится больше, с увеличением проведённого времени

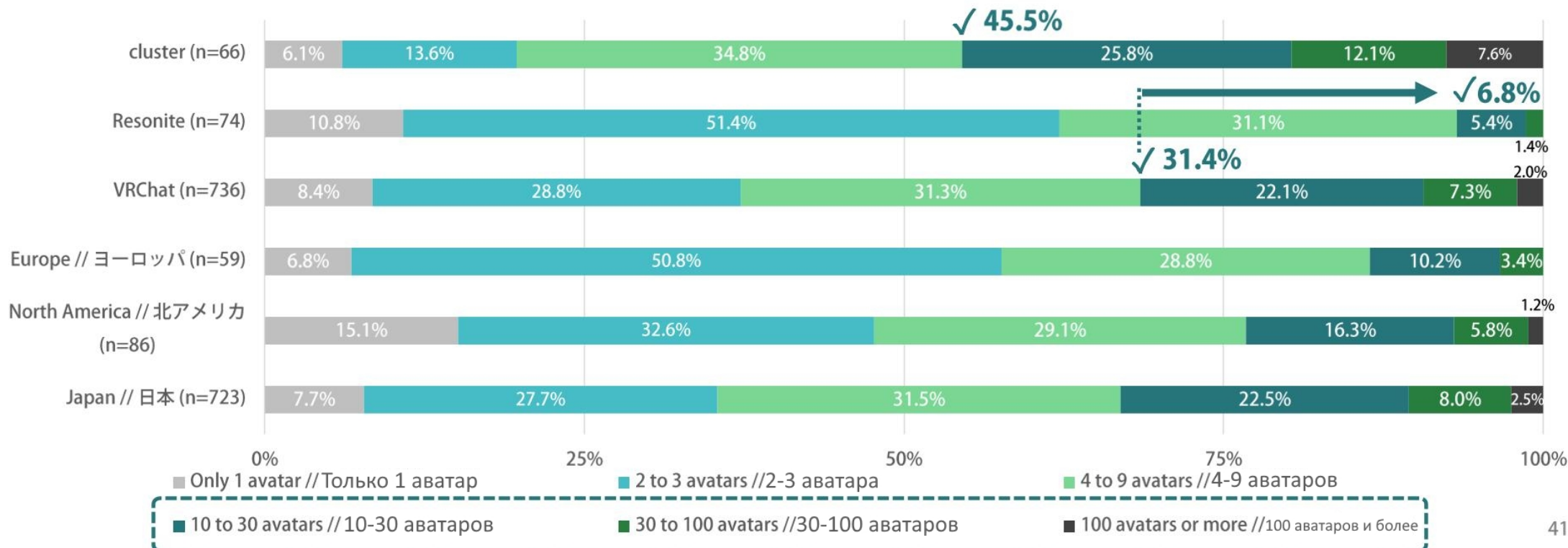


Avatars //Аватары

Resonite users use fewer avatars // Пользователи Resonite используют меньше аватаров

Q2-8 How many avatars have you actually used in the past month? (Please count different outfits as separate avatars. If a single avatar includes multiple outfits as built-in features or gimmicks, count each outfit separately) // Сколько аватаров вы использовали за последний месяц? (Пожалуйста, учитывайте разные наряды как отдельные аватары. Если один аватар включает несколько нарядов в качестве встроенных функций или фишек, учитывайте каждый наряд отдельно.)

By platform and region // По платформе и региону



Play Frequency and Avatars Частота посещения и Аватары

Nem x Mila
Economy in Metaverse
Social VR Lifestyle Survey 2025

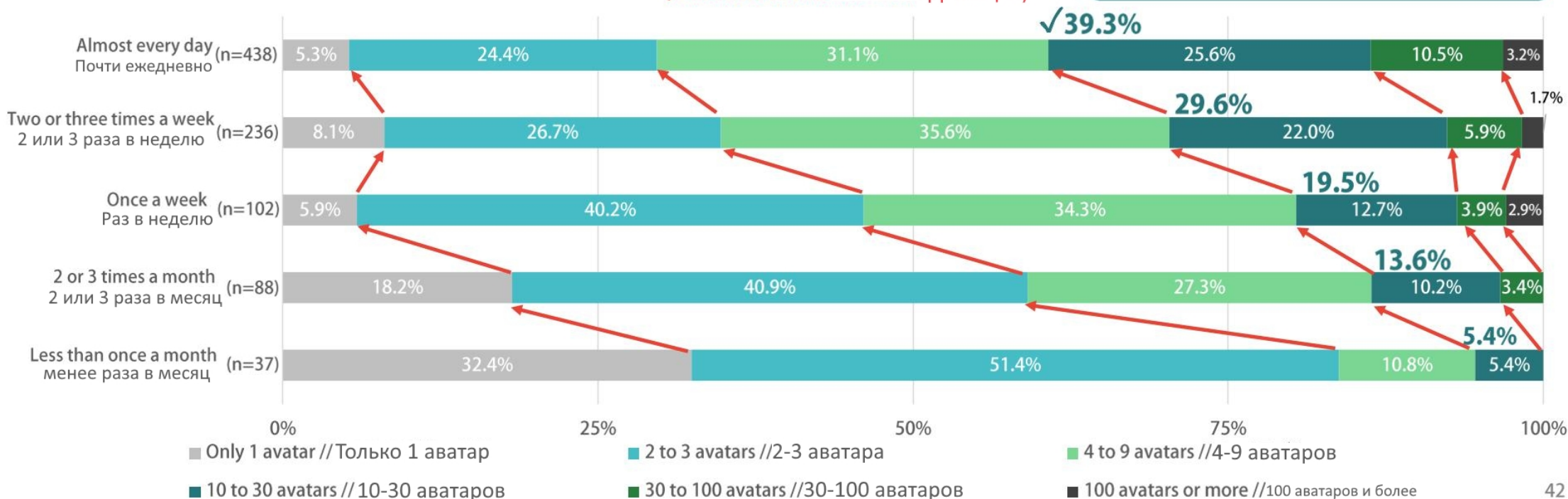
Q2-8 How many avatars have you actually used in the past month? (Please count different outfits as separate avatars. If a single avatar includes multiple outfits as built-in features or gimmicks, count each outfit separately) // Сколько аватаров вы использовали за последний месяц? (Пожалуйста, учитывайте разные наряды как отдельные аватары. Если один аватар включает несколько нарядов в качестве встроенных функций или фишек, учитывайте каждый наряд отдельно.)

By play frequency // По частоте посещения

※ Коэффициент корреляции $r = 0.28$

(Weak correlation // Слабая корреляция)

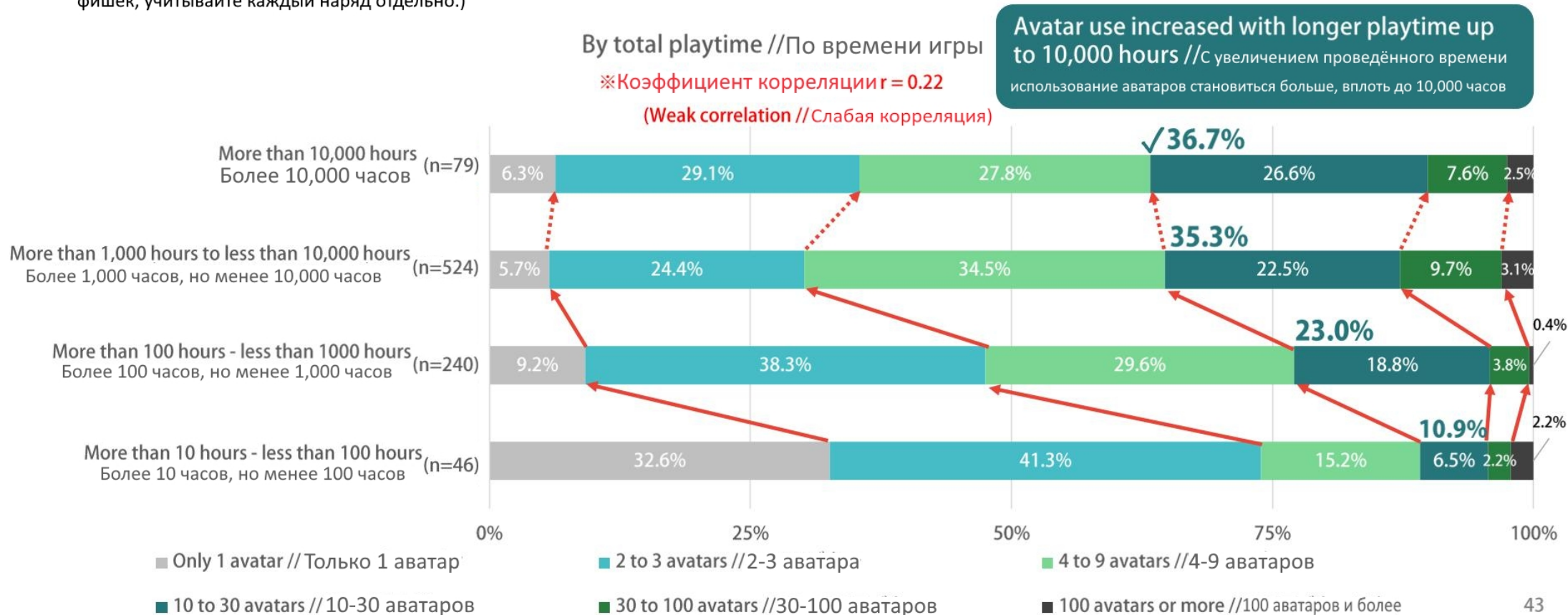
Avatar use increased with higher play frequency // с учащением посещения использование аватаров увеличивается



Playtime and Avatars

Время игры и Аватары

Q2-8 How many avatars have you actually used in the past month? (Please count different outfits as separate avatars. If a single avatar includes multiple outfits as built-in features or gimmicks, count each outfit separately) // Сколько аватаров вы использовали за последний месяц? (Пожалуйста, учитывайте разные наряды как отдельные аватары. Если один аватар включает несколько нарядов в качестве встроенных функций или фишек, учитывайте каждый наряд отдельно.)





Income in Metaverse

Part 4. Доходы в Metaverse

Amount and type of income, non-money value and tax

Сумма и вид дохода, неденежная стоимость и налоги

4. Income in Metaverse - Summary

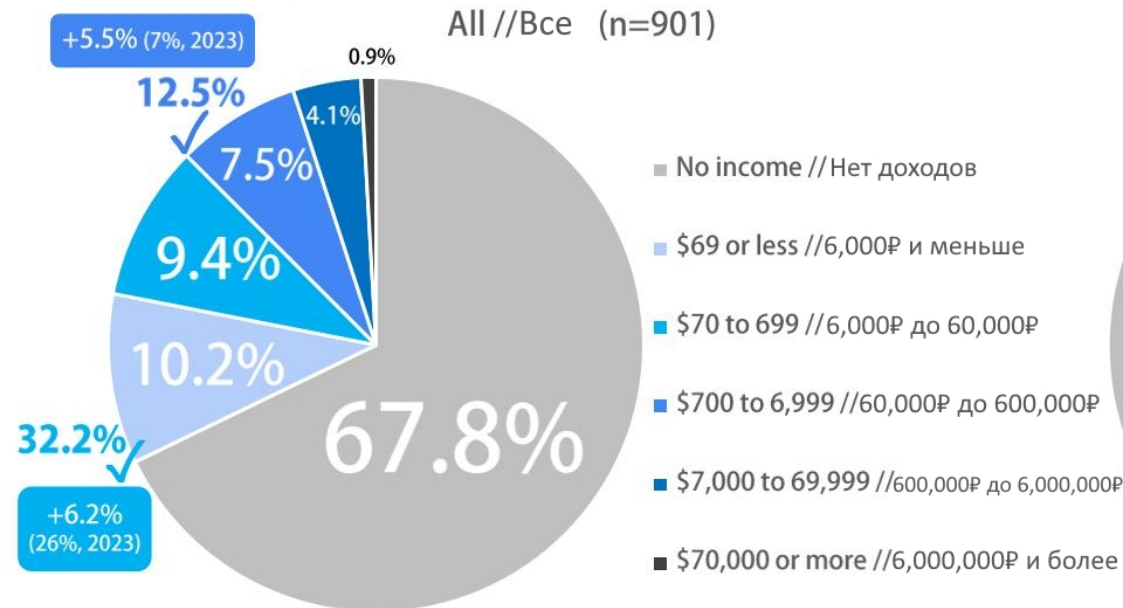
Доходы в Metaverse — Резюме

- **Income amount:** 30% of all users reported income, and 13% earned more than \$700 a year. This shows an increasing trend compared to past results, with 5% already making it their primary source. In cluster, many had small-amount income, reaching 45%.
 - **Income type:** 3D model creation was the top source, while in cluster many also earned from VR events.
 - **In-platform income:** Only in cluster, as many as 20% gained income through in-platform payment.
 - **Non-monetary value:** 82% overall felt rewarded in non-monetary ways, reaching 92% in cluster.
 - **Tax:** 43% supported taxation equal to the physical world, while cluster and North American users tended to prefer lighter taxation.
- **Сумма дохода:** 30% всех пользователей сообщили о доходе, а 13% зарабатывают более 700 долларов в год. Это демонстрирует тенденцию к росту по сравнению с предыдущими результатами, при этом 5% уже сделали его своим основным источником дохода. В Cluster многие имели небольшой доход 45%.
 - **Тип дохода:** создание 3D-моделей было основным источником, при этом многие участники Cluster также зарабатывали на VR мероприятиях.
 - **Внутриплатформенный доход:** только в кластере около 20% получили доход за счет внутриплатформенных платежей.
 - **Неденежная ценность:** 82% в целом чувствовали себя вознагражденными в неденежной форме, достигнув 92% в Cluster.
 - **Налоги:** 43% поддержали налогообложение, равное налогообложению в физическом мире, в то время как пользователи Cluster и Северной Америки, как правило, предпочитали более мягкое налогообложение.

Income // Доходы

Q3-2 Please give your best estimate on your total income from social VR-related activities over the past year // Пожалуйста, дайте оценку вашего общего дохода от деятельности, связанной с социальной виртуальной реальностью, за последний год.

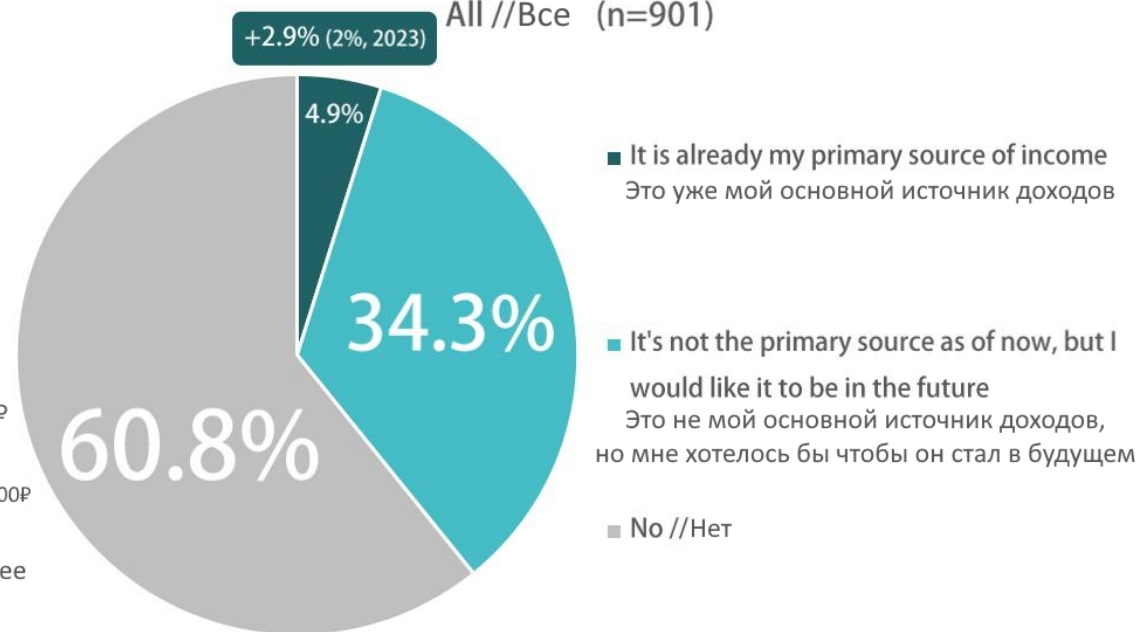
All // Все (n=901)



30% has income and 13% exceeds \$700. Higher compared to the past results // У 30% есть доход, а у 13% доход превышает 700 долларов. Выше по сравнению с предыдущими результатами.

Q3-6 Do you want to make your income from social VR-related activities your primary source of income in the future? // Хотите ли вы сделать доход от социальной VR-активности основным источником дохода в будущем?

All // Все (n=901)

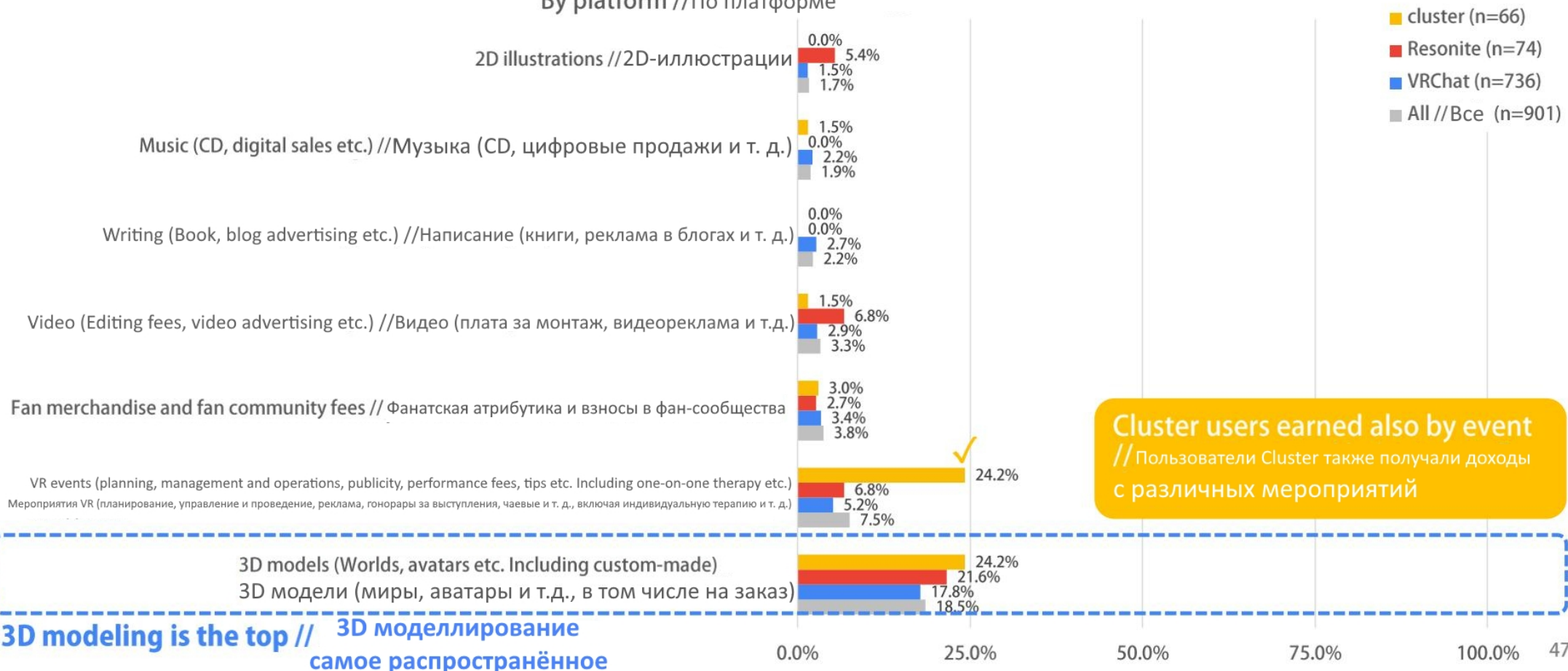


5% says it is already primary. Higher compared to the past results // 5% утверждают что это уже их основной источник доходов. Что больше, по сравнению с предыдущими результатами.

Income Types // Виды доходов

Q3-1 If you are currently earning an income from social VR-related activities, please select "all" that apply // Если вы в настоящее время получаете доход от деятельности, связанной с социальной виртуальной реальностью, выберите «все» подходящие варианты.

By platform // По платформе



Income // Доходы

Q3-2 Please give your best estimate on your total income from social VR-related activities over the past year // Пожалуйста, дайте оценку вашего совокупного дохода от деятельности, связанной с социальной VR,

За последний год.

Cluster has many low-income users // У Cluster много пользователей с малым доходом

By platform and region // По платформе и региону

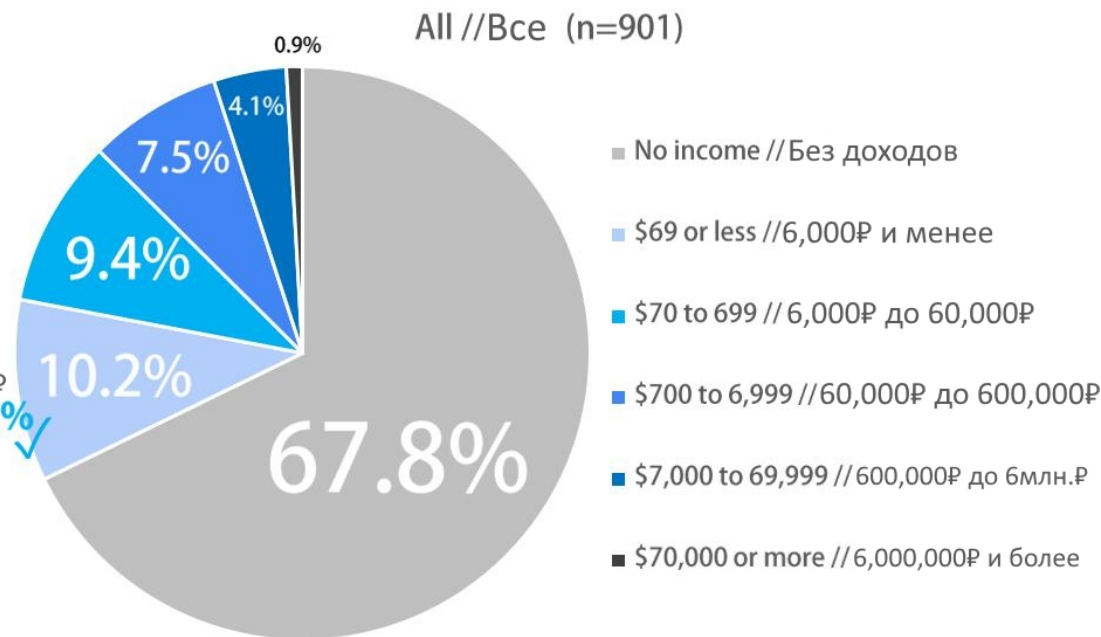
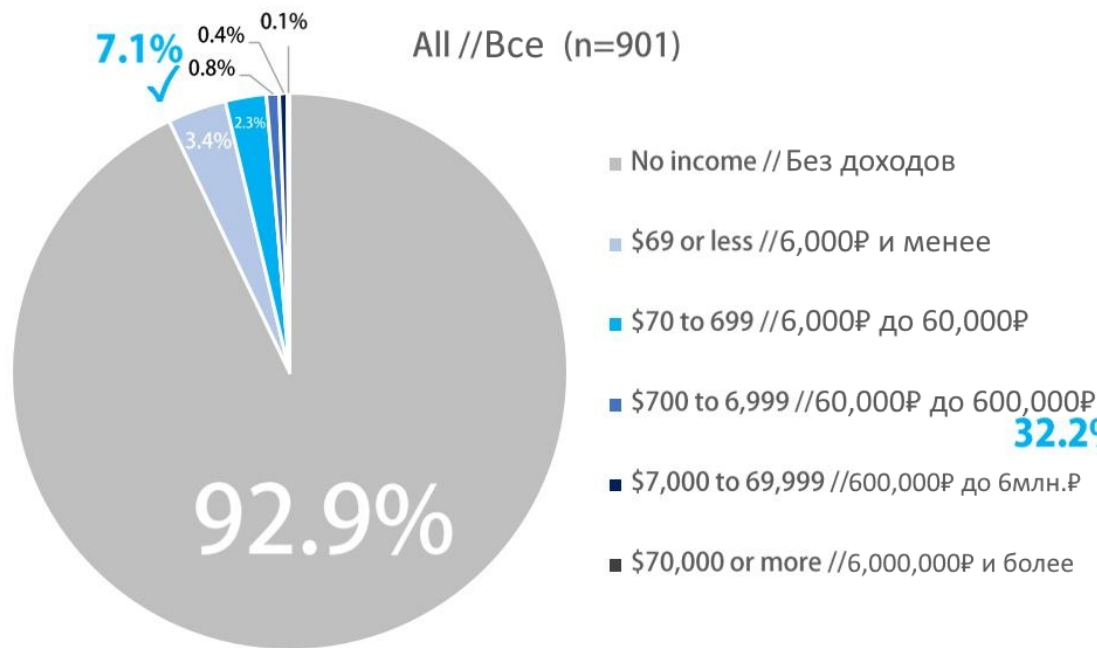


In-platform Income

Внутриплатформенные доходы

Q3-4 Please give your best estimate of the total income you earned "through in-platform payment systems of a social VR" over the past year // Пожалуйста, дайте максимально возможную оценку общего дохода, который вы получили «через внутриплатформенные платежные системы социальной VR» за последний год.

*Shown again for comparison // Показано повторно, для сравнения
Q3-2 Please give your best estimate on your total income from social VR-related activities over the past year
Пожалуйста, оцените ваш общий доход от деятельности, связанной с социальной VR, за последний год.



Only 7.1% earned through in-platform payment //
Только 7,1% заработано через внутриплатформенные платежи

In-platform Income

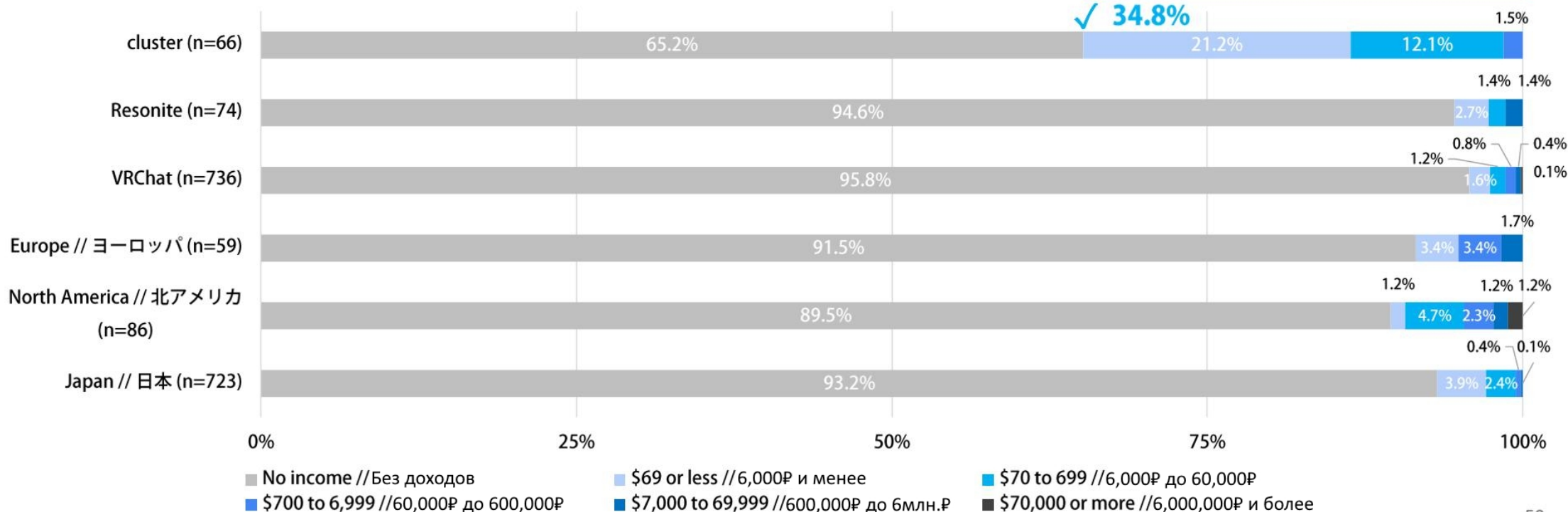
Внутриплатформенные доходы

Q3-4 Please give your best estimate of the total income you earned "through in-platform payment systems of a social VR" over the past year // Пожалуйста, дайте максимально возможную оценку общего дохода который вы получили через внутриплатформенные платежные системы социальной VR за последний год.

By platform and region // По платформе и региону

34.8% of cluster users received income through platform payments //

34,8% пользователей Cluster, получили доход через внутриплатформенные выплаты

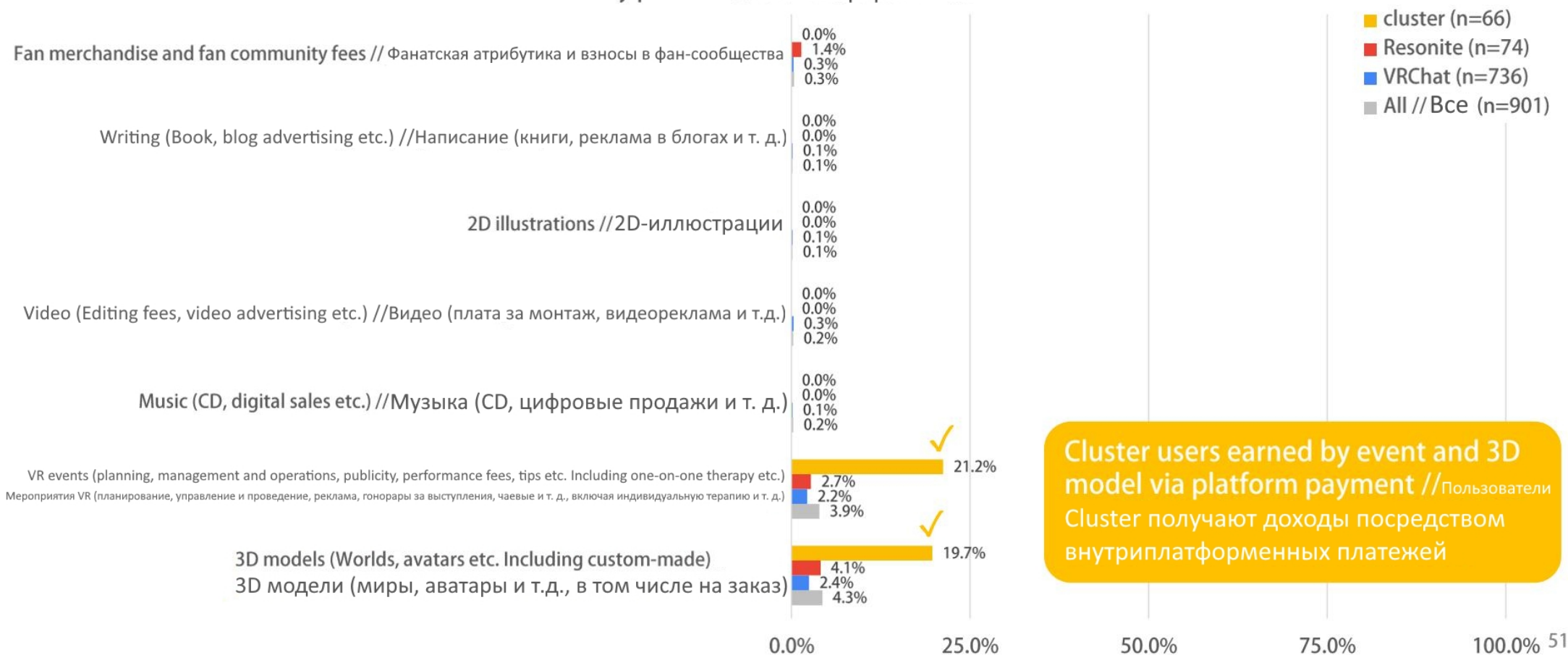


In-platform Income Types

Виды внутриплатформенных доходов

Q3-3 If you are currently earning an income "through in-platform payment system of a social VR", please select "all" that apply // Если вы в настоящее время получаете доход «через внутриплатформенную платежную систему социальной VR», выберите «все» подходящие варианты.

By platform // По платформе



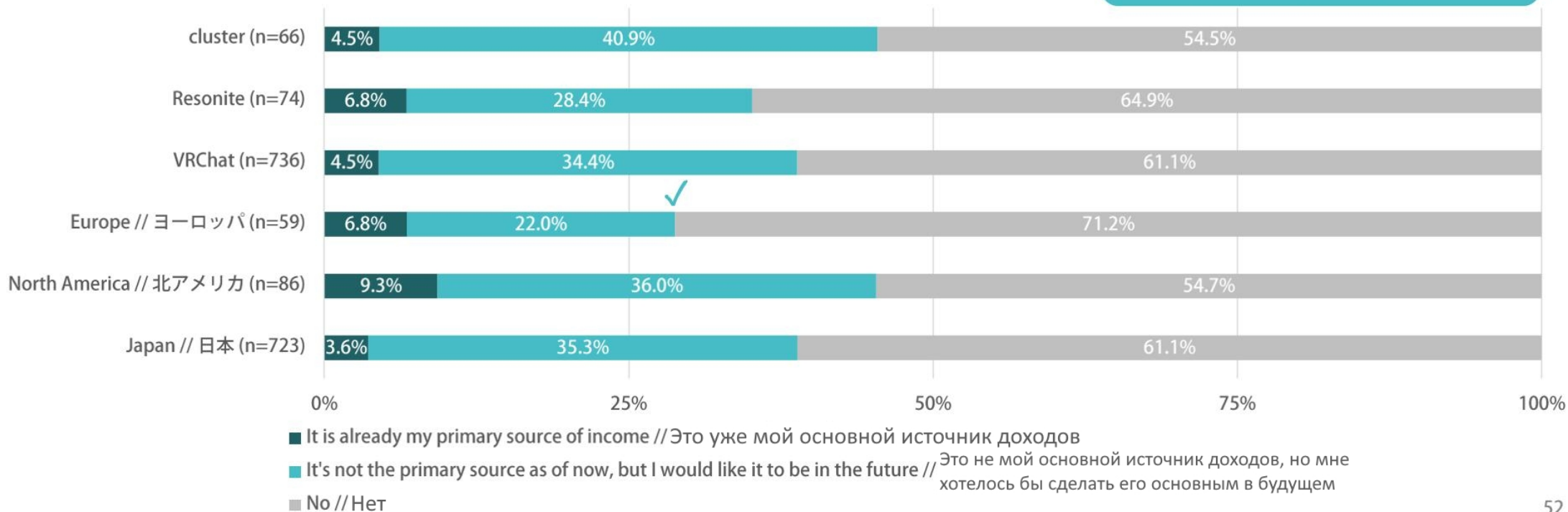
VR Income as Primary Source?

Доходы из VR как основной источник доходов?

Q3-6 Do you want to make your income from social VR-related activities your primary source of income in the future? // Хотите ли вы сделать доход от деятельности, связанной с социальной VR, своим основным источником дохода в будущем?

By platform and region // По платформе и региону

Less European users want to make it their primary source // Пользователи из Европы, реже хотят делать эти доходы основными

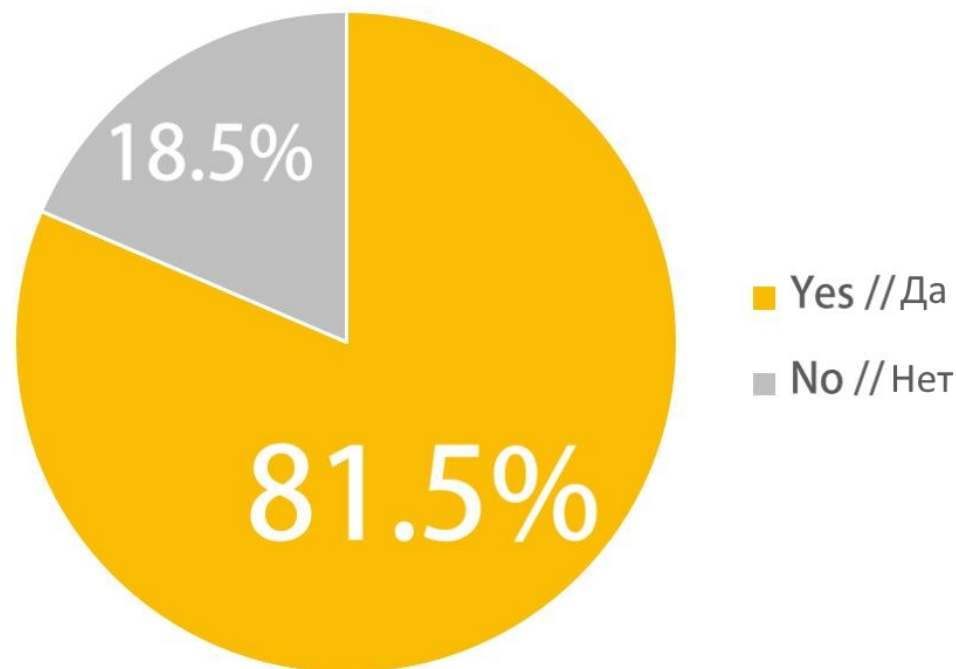


Non-monetary Value //

Неденежная ценность

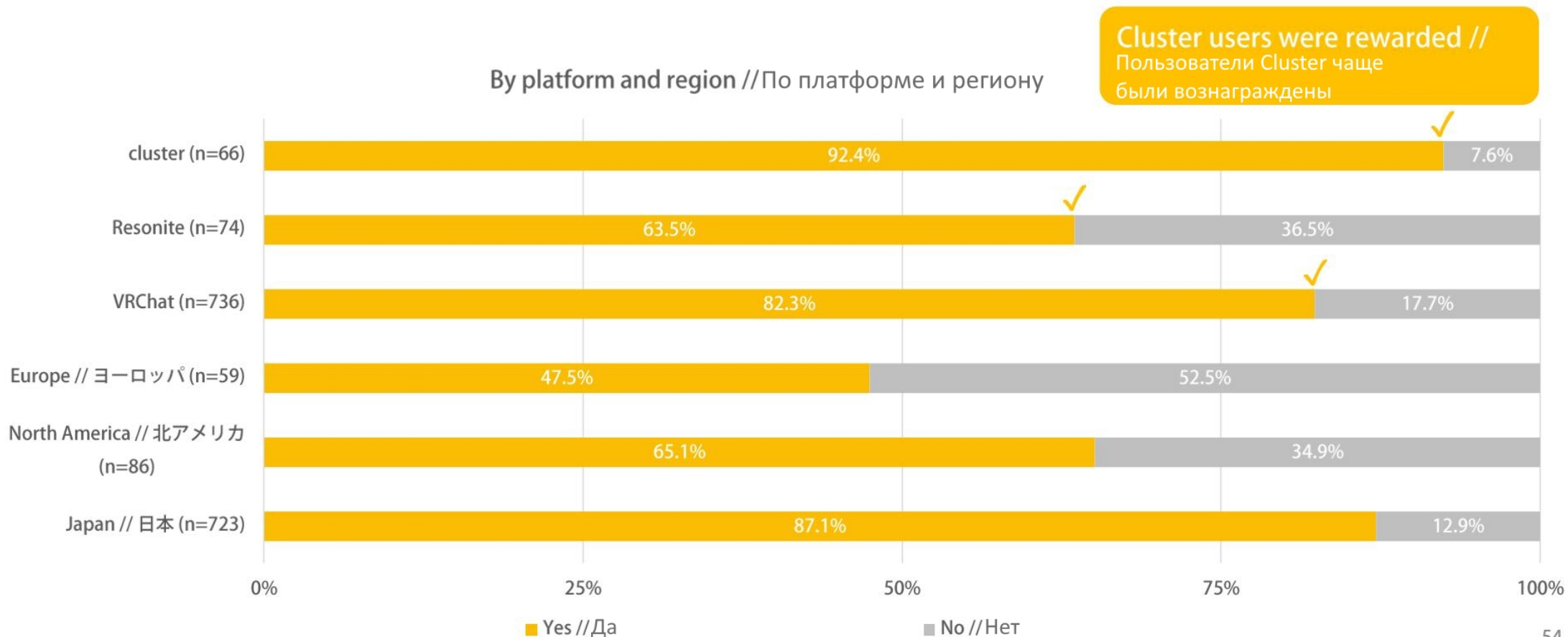
Q3-5 Have you ever had an experience in social VR where you were rewarded by value other than money? // Был ли у вас когда-нибудь опыт в социальной VR, где вас вознаграждали чем-то иным, кроме денег?

All // Все (n=901)



Non-monetary Value // Не денежная ценность

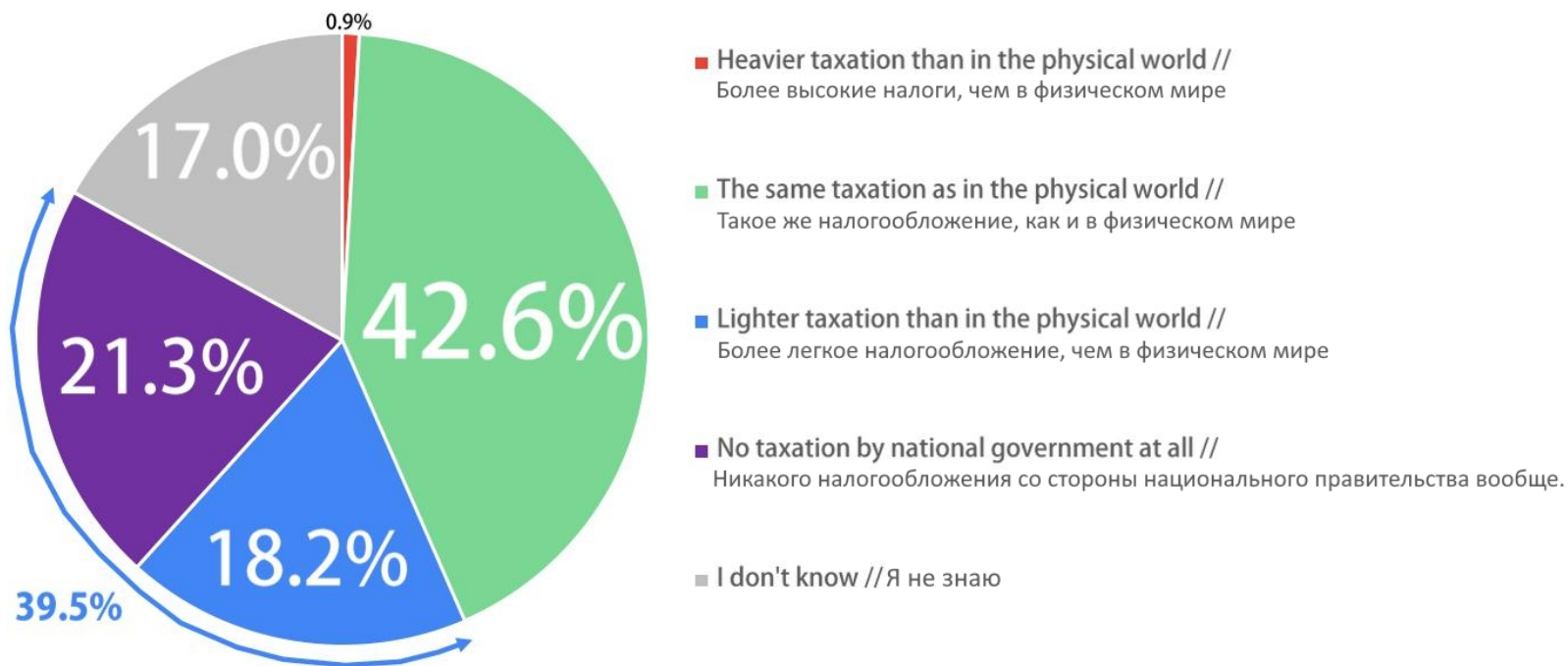
Q3-5 Have you ever had an experience in social VR where you were rewarded by value other than money? // Был ли у вас когда-нибудь опыт в социальной VR, где вас вознаграждали чем-то иным, кроме денег?



Tax in Metaverse // Налоги в Metaverse

Q3-7 How do you think income earned from economic activities in social VR should be taxed by national governments, compared to similar activities in the physical world? //Как, по вашему мнению, доходы, полученные от экономической деятельности в социальной виртуальной реальности, должны облагаться налогом национальными правительствами по сравнению с аналогичной деятельностью в физическом мире?

All // Все (n=901)

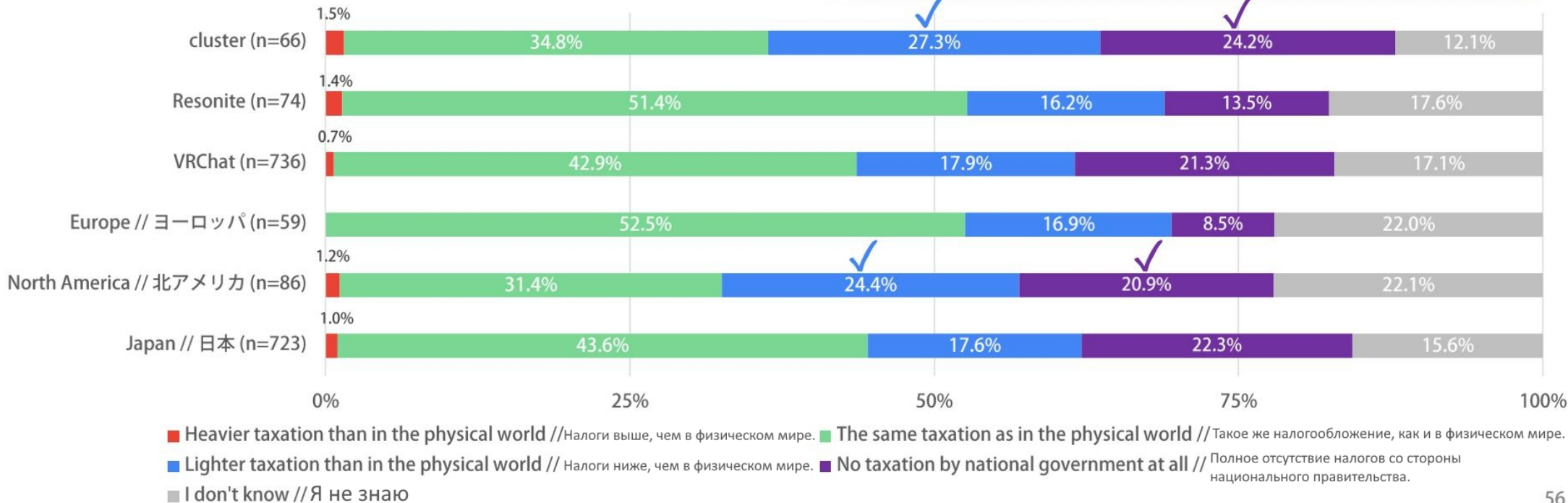


Tax in Metaverse // 納税 в Metaverse

Q3-7 How do you think income earned from economic activities in social VR should be taxed by national governments, compared to similar activities in the physical world? // Как, по вашему мнению, доходы, полученные от экономической деятельности в социальной VR, должны облагаться налогом национальными правительствами по сравнению с аналогичной деятельностью в физическом мире?

By platform and region // По платформе и региону

Cluster and North America users tended to want lighter taxation // Пользователи Cluster и Северной Америки, как правило, хотели более легкого налогообложения



Events Using In-platform Payment

Part 5. Мероприятия с использованием внутриплатформенных платежей

Supporting vs opposing opinions and the qualitative analysis

Мнения сторонников и противников и качественный анализ

5. Events Using In-platform Payment - Summary

Мероприятия использующие внутриплатформенные платежи - Резюме

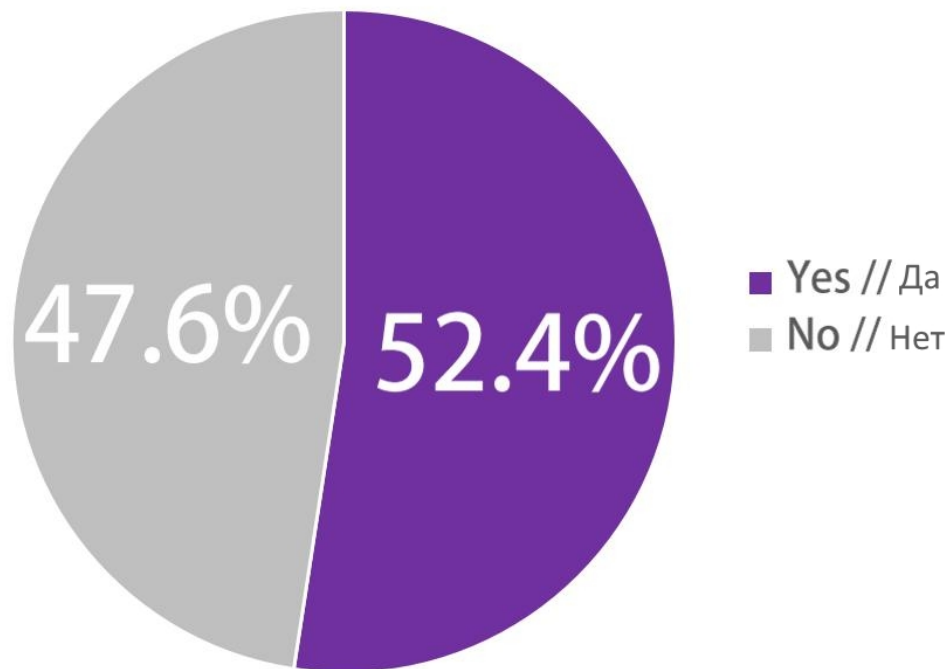
- Pros and cons: Opinions were almost evenly split on whether event revenue should be paid through the in-platform payment system. Japanese users were supportive, while users in North America and Europe were opposing.
 - Supportive opinions: Reasons included "to sustain the platform" and "to make the payment easier." In Japan, some also said "to avoid tax filing."
 - Opposing opinions: Reasons included "payment methods should be free to choose," "to avoid platform fees," and "payment should be made in real money." In Japan, some also said "to avoid fluctuation by exchange rates."
- Плюсы и минусы: Мнения разделились почти поровну относительно того, следует ли выплачивать доход от мероприятия через внутриплатформенную платежную систему. Японские пользователи поддержали это предложение, в то время как пользователи в Северной Америке и Европе выступили против.
 - Положительные мнения: причины включали «поддержание платформы» и «упрощение оплаты». В Японии некоторые также говорили «чтобы избежать подачи налоговой декларации».
 - Противоположные мнения: Среди причин были: «способы оплаты должны быть свободны в выборе», «чтобы избежать комиссий платформы» и «оплата должна осуществляться реальными деньгами». В Японии некоторые также высказывали мнения о том, что «чтобы избежать колебаний обменных курсов».

Events Using In-platform Payment

Мероприятия использующие внутриплатформенные платежи

Q4-1 Do you think it's better for social VR event revenue to be paid out "through in-platform payment system" rather than through other methods? //Считаете ли вы, что выгоднее выплачивать доход от социальных VR мероприятий «через внутриплатформенную платёжную систему», а не другими способами?

All //Все (n=901)



Events Using In-platform Payment

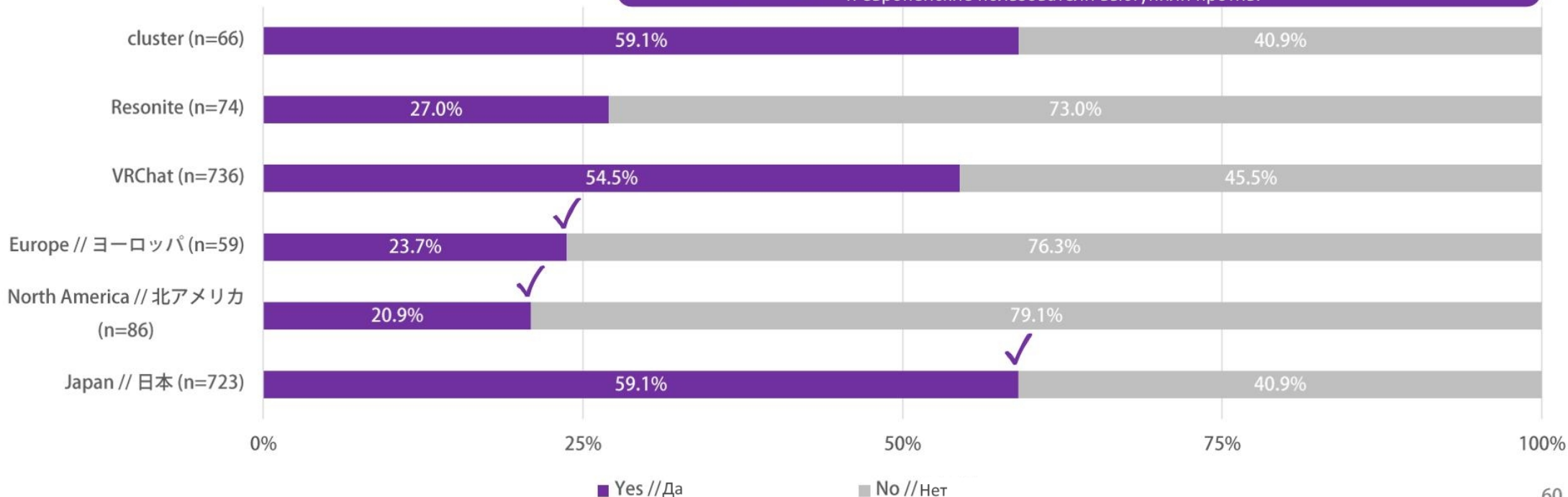
Nem x Mila
Economy in Metaverse
Social VR Lifestyle Survey 2025

Мероприятия использующие внутриплатформенные платежи

Q4-1 Do you think it's better for social VR event revenue to be paid out "through in-platform payment system" rather than through other methods? //Считаете ли вы, что выгоднее выплачивать доход от социальных VR мероприятий «через внутриплатформенную платёжную систему», а не другими способами?

By platform and region //
По платформе и региону

Japanese users were supportive but North American and European users were opposing // Японские пользователи поддержали, но североамериканские и европейские пользователи выступили против.



In-platform Payment Is Better

Внутриплатформенные платежи лучше

Q4-2 Please tell us why //Пожалуйста, скажите нам почему

Major reason //Главная причина	Examples //Примеры
1. To sustain the platform //Для поддержания платформы (248/472, 236 of them, almost all from Japan //248/470, 236 из них, почти все из Японии)	• Для поддержания платформы (To sustain the platform) • (Since we are renting the platform, we believe that the costs required for its maintenance should be borne by us through a system such as fees.) (Поскольку мы арендуем платформу, мы считаем, что расходы, необходимые для ее обслуживания, должны быть покрыты нами посредством системы, например, сборов.)
2. To make the payment easier //Для упрощения выплат(111/472)	• Easier for the end user (Проще для конечного пользователя) • Проще для понимания, когда это интегрированно (It's easier to understand when it's integrated)
Extra interesting reason // Очень интересная причина To avoid tax filing //Для уклонения от налогов (5/472, Only Japan //(5/472, только японцы)	• (Some employers have regulations regarding side jobs. If the payment system is within the platform, it doesn't count as a side job unless you cash it out, and I think it won't be caught in an investigation by the tax office.)(У некоторых работодателей есть правила, касающиеся подработок. Если платежная система находится внутри платформы, это не считается подработкой, пока вы не обналичите деньги, и я думаю, что это не попадет под расследование налоговой инспекции.) • (if it's treated as points, it could be used for tax purposes) (если это рассматривается как баллы, это может быть использовано для целей налогообложения)

In-platform Payment Is Worse (1/2)

Внутриплатформенные платежи хуже

Q4-2 Please tell us why //Пожалуйста, скажите нам почему

Major reason //Главная причина	Examples //Примеры
1. Payment methods should be free to choose //Методы для перевода должны быть свободными для выбора (148/429)	• Как и в реальности, лучше не ограничиваться каким то конкретным методом (Just like in reality, it's best not to be limited to a specific method) • I feel multiple options should be available to pay through, and be paid by. There shouldn't be a monopoly on how a content creator is paid, cause that causes a middle-man issue where the middle-man has sole control over the cut they take for performing the service. Я считаю, что должно быть доступно несколько вариантов оплаты. Не должно быть монополии на способ оплаты создателям контента, поскольку это приводит к проблеме посредника, который имеет полный контроль над своей комиссией за предоставление услуг.
2. To avoid platform fees // Для избегания комиссий платформы (88/429)	• (Commission rate) Ставка комиссии • In-platform payment systems create opportunities to create vendor lock-in and absurd exchange rates that exploit creators (see Roblox's Robux payouts) Внутриплатформенные платёжные системы создают возможности для создания привязки к поставщику и абсурдных обменных курсов, которые эксплуатируют создателей (см. выплаты Robux в Roblox)

In-platform Payment Is Worse (2/2)

Внутриплатформенные платежи хуже

Q4-2 Please tell us why //Пожалуйста, скажите нам почему

Major reason //Главная причина	Examples //Примеры
3. Payment should be made in real money //Платежи должны осуществляться при помощи настоящих денег (62/429)	- Some people need a way to pay for their food and groceries. That cannot be done through in-platform payment systems. Некоторым людям нужен способ оплаты еды и продуктов. Это невозможно сделать через внутриплатформенные платёжные системы. (If it is not linked to real currency, the economic sphere will not expand and it will not be an attractive place for creators.) Если он не будет привязан к реальной валюте, экономическая сфера не будет расширяться и не станет привлекательным местом для творцов. (If profits are to be made commercially, they will need to be converted into real money, but taxes and regulations may prevent this from being commercially viable.) Если прибыль планируется получать в коммерческих целях, её необходимо конвертировать в реальные деньги, но налоги и регулирование могут помешать этому стать коммерчески выгодным.
Extra interesting reason //Очень интересная причина To avoid fluctuation by exchange rates //Чтобы избежать колебаний обменных курсов (6/429, только Япония)	(The amount may fluctuate due to the impact of the strong or weak yen.) Сумма может колебаться из-за влияния сильной или слабой йены. (Foreign currency rates vary by country, making it difficult to calculate income and expenditure amounts) Курсы иностранных валют различаются в зависимости от страны, что затрудняет расчет сумм доходов и расходов

Future of Metaverse Economy

Part 6. Будущее экономики Metaverse

Forecast of expansion of economy and positive vs negative opinions

Прогнозы расширения экономики, а также положительные и отрицательные мнения

6. Future of Metaverse Economy- Summary

Будущее экономики Metaverse - Резюме

- Forecast: 85% overall expected expansion of the metaverse economy. This view was dominant regardless of platform or region.
- Feelings to the economy: 80% overall were positive. Cluster users were particularly positive, while Resonite were relatively negative.
- Positive opinions: Reasons included "economic growth is necessary for the metaverse expansion," "it increases opportunities to earn income," and "being creative and enriching life."
- Negative opinions: Reasons included "it brings money-related troubles and disparities, undermining a free and peaceful metaverse," "Monopolization and commercialization by giant capital could damage the culture of the metaverse," and "skeptical of metaverse economy expansion."
- Прогноз: ожидается 85%-ное общее расширение экономики Metaverse. Эта точка зрения доминировала независимо от платформы или региона.
- Отношение к экономике: 80% в целом положительное. Пользователи Cluster были особенно позитивны, тогда как пользователи Resonite были относительно негативными.
- Положительные мнения. Причины включают: «экономический рост необходим для расширения Metaverse, он увеличивает возможности получения дохода» и «творчество и обогащение жизни».
- Отрицательные мнения: причины включали: «это приносит проблемы и неравенство, связанные с деньгами, подрывая свободную и мирную Metaverse», «монополизация и коммерциализация гигантским капиталом может нанести ущерб культуре реципиентов» и «скептическое отношение к расширению экономики метавселенной».

Expand forecast of Metaverse Economy

Прогноз расширения экономики Metaverse

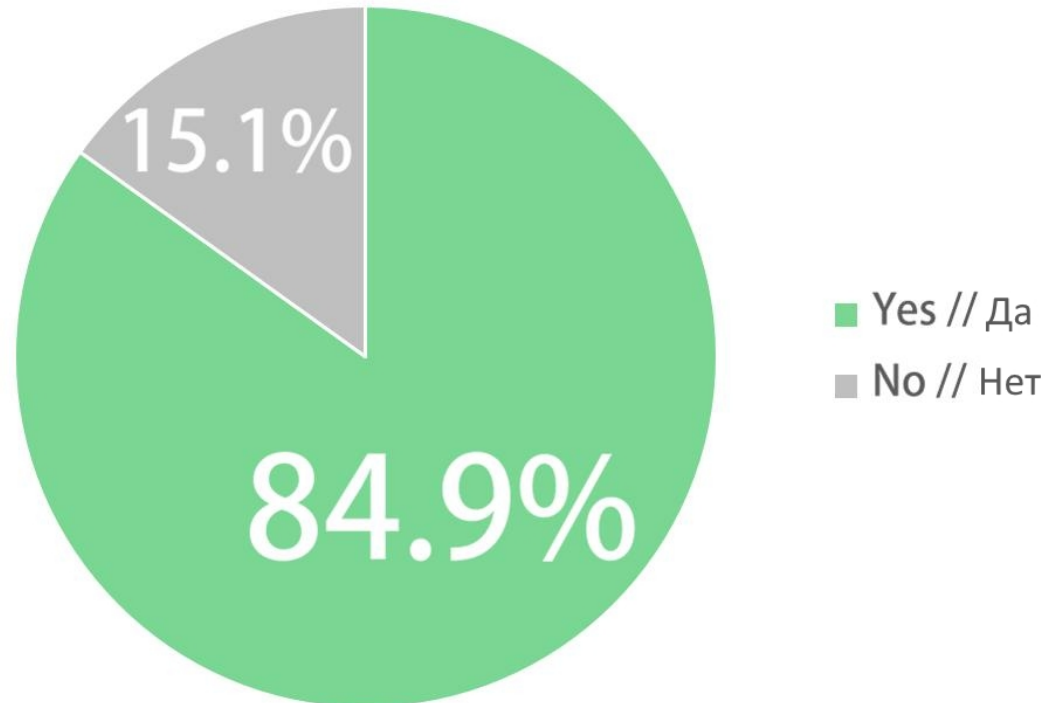
Nem x Mila

Economy in Metaverse

Social VR Lifestyle Survey 2025

Q5-1 Do you think the economy within the metaverse will expand in the future? //Как вы думаете, будет ли экономика метавселенной расширяться в будущем?

All //Все (n=901)



Expand forecast of Metaverse Economy

Прогноз расширения экономики Metaverse

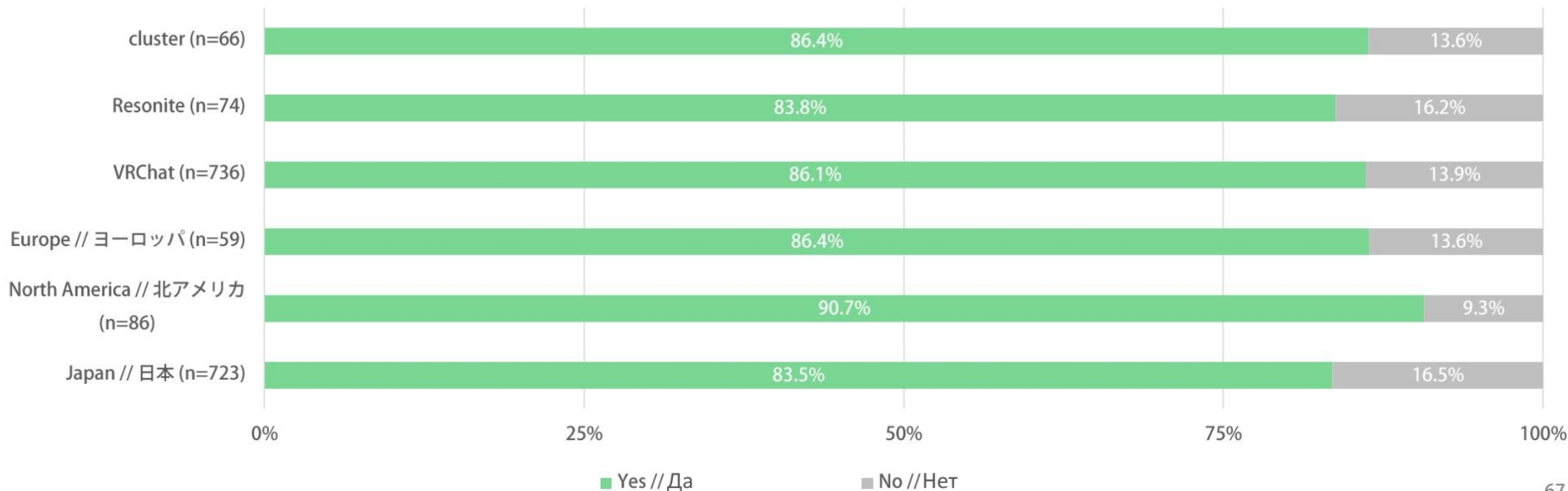
Nem x Mila

Economy in Metaverse
Social VR Lifestyle Survey 2025

Q5-1 Do you think the economy within the metaverse will expand in the future? //Как вы думаете, будет ли экономика метавселенной расширяться в будущем?

By platform and region //По платформе и региону

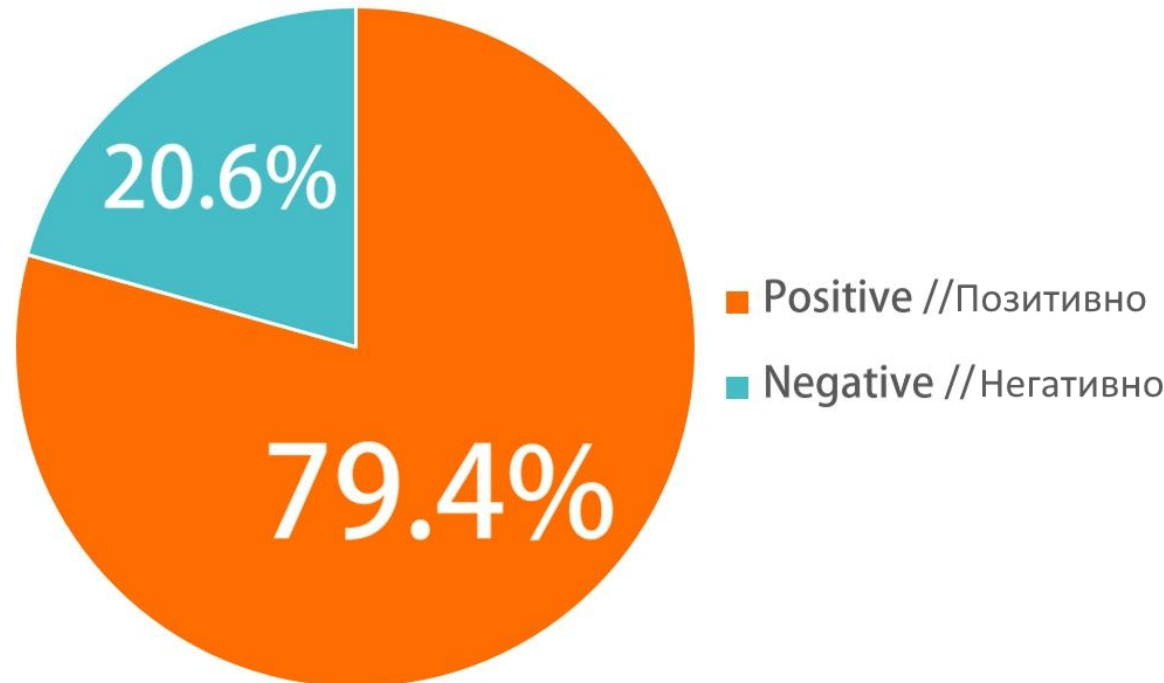
The forecast of expansion was dominant regardless of platform or region //Прогноз на расширение преобладал, несмотря на платформу или регион



Feeling to Metaverse Economy Ощущение экономики Metaverse

Q5-2 Regarding the potential expansion of the metaverse economy, do you feel more positive or negative about it? //Что касается потенциального расширения экономики метавселенной, как вы к этому относитесь: скорее позитивно или негативно?

All //Все (n=901)

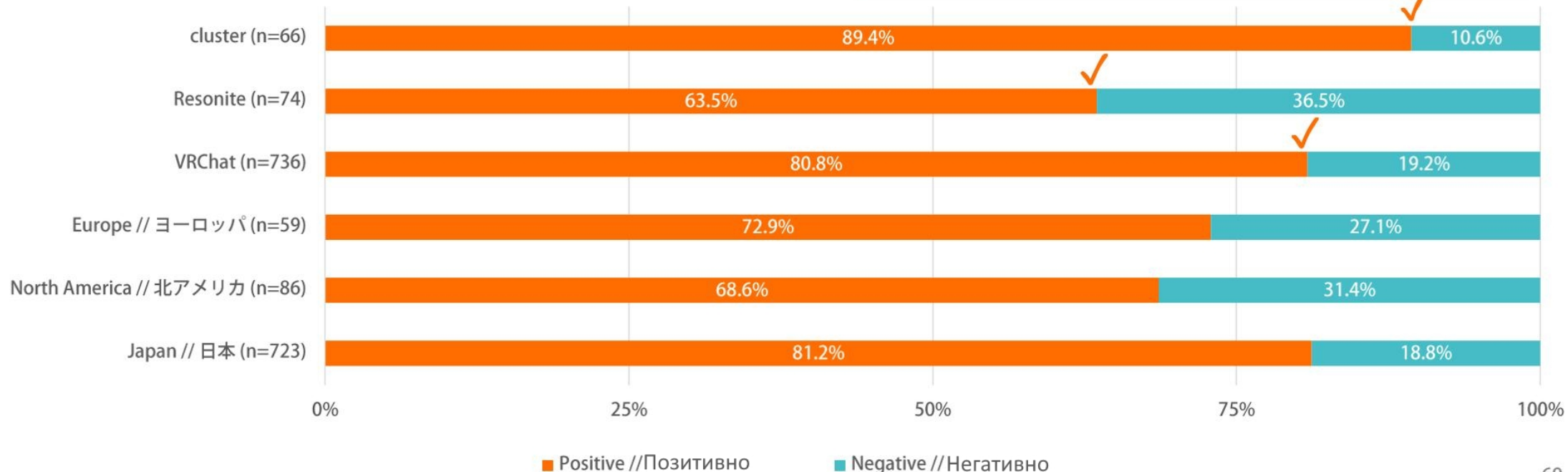


Feeling to Metaverse Economy Ощущение экономики Metaverse

Q5-2 Regarding the potential expansion of the metaverse economy, do you feel more positive or negative about it? //Что касается потенциального расширения экономики метавселенной, как вы к этому относитесь: скорее позитивно или негативно?

By platform and region //По платформе и региону

Cluster users were particularly positive, while Resonite users were relatively negative //Пользователи Cluster были особенно позитивны, в то время как пользователи Resonite были относительно негативны



Positive for Metaverse Economy (1/2)

Позитив по отношению к экономике Metaverse

Q5-3 Please tell us why //Пожалуйста, скажите нам почему

Major reason //Главная причина	Examples //Примеры
1. Economic growth is necessary for the metaverse expansion //Рост экономики необходим для расширения Metaverse. (295/715)	• (Если экономика Метавселенной расширится, это предоставит большие возможности людям, которые до сих пор не были в центре внимания в реальном мире, поэтому разумно рассматривать экономическую экспансию как нечто положительное.) (If the Metaverse economy expands, it will provide great opportunities for people who have not been in the spotlight in the real world until now, so it is reasonable to think of economic expansion as a positive thing) • The economic expansion of the metaverse means that more people will join this world, and many different technologies and products will be introduced. This is beneficial for both new and veteran players, while also allowing the operators of the metaverse to generate more revenue. Экономическое расширение Metaverse означает, что к этому миру присоединится больше людей, и появится множество новых технологий и продуктов. Это выгодно как новым, так и опытным игрокам, а также позволяет операторам метавселенной получать больше дохода.
2. It increases opportunities to earn income //Это увеличит возможности для получения доходов (128,715)	• It gives an opportunity for people to make a living off of their work on their own terms, an opportunity that they may not necessarily have in the real world. Это дает людям возможность зарабатывать на жизнь своим трудом на своих условиях, возможность, которая у них может не быть в реальном мире. • Потому что я думаю, что больше людей смогут получать доход через социальную VR (Because I think more people will be able to earn income through social VR)

Positive for Metaverse Economy (2/2)

Позитив по отношению к экономике Metaverse

Q5-3 Please tell us why //Пожалуйста, скажите нам почему

Major reason //Главная причина

3. Being creative and enriching life //
Возможность творить творчество при этом
обогащая жизнь (98/715)

Examples //Примеры

- (В моём случае моё образование и домашняя обстановка мешали мне найти творческую работу, но теперь, когда существует Metaverse, у меня есть выбор: работать в компании или стать фрилансером, и я могу взять на себя ответственность за ответственную работу творца, даже если это работа на неполный рабочий день. В Японии, независимо от Metaverse, существует атмосфера, что правительство поощряет работу на неполный рабочий день, но я думаю, что по крайней мере одно хорошее свойство экономики Метавселенной заключается в том, что она позволяет мне пробовать то, от чего я раньше отказывался именно по этой причине.) (In my case, my educational background and home environment made it difficult for me to get a creative job, but now that the Metaverse exists, I have the option of working for a company or becoming a freelancer, and can take on the challenge of taking on responsible work as a creator, even if it's part-time work. In Japan, regardless of the Metaverse, there is an atmosphere that the government is promoting part-time work, but I think that at least one good thing about the Metaverse economy is that it allows me to try things that I had previously given up on for this reason.)
- I see the metaverse as a good addition to my "real" life. So I'm more than happy that people are willing to put in the hard work of learning to create assets so I don't have to. And, I'll gladly reward them by buying it. Я рассматриваю метавселенную как хорошее дополнение к моей «реальной» жизни. Поэтому я более чем рад, что люди готовы усердно учиться создавать активы, чтобы мне не пришлось этим заниматься. И я с радостью вознагражу их, купив её.

Negative for Metaverse Economy (1/2)

Скепсис по отношению к экономике Metaverse

Q5-3 Please tell us why //Пожалуйста, скажите нам почему

Major reason // Главная причина

1. It brings money-related troubles and disparities, undermining a free and peaceful metaverse //Это приносит финансовые проблемы и неравенство, подрывая свободную и мирную Metaverse (65/186)

Examples //Примеры

- I'm expecting there to still be a grifter community trying to turn the platforms into a place to bilk large amounts of money out of suckers. But I am excited to see platforms have a way for creatives to actually make money in the VR community. Я ожидаю, что сообщество мошенников всё ещё будет пытаться превратить платформы в место для вытягивания огромных денег из простаков. Но я рад, что платформы дают творческим людям возможность реально зарабатывать в VR-сообществе.
- (Необходимо будет учитывать неравенство, зависящее от размера экономической сферы. Это неравенство будет основано на экономической мощи и финансовых ресурсах. Также возможно неравенство в опыте. Люди не смогут участвовать в мероприятиях из-за бедности (пользователи Android и iOS уже не могут войти в миры и платформы, доступные только на ПК), и люди не смогут получить опыт участия из-за необходимости платить за вход. Именно это и произойдет. Если станет необходимо тратить большие суммы денег, чтобы развлечься, то, как и в реальном мире, неравенство в опыте и приятных впечатлениях возникнет из-за неравенства в богатстве и бедности. В конце концов, это станет миром, где будут играть богатые.)

(Disparities will inevitably arise depending on the size of the economic sphere. These disparities will be based on economic power and financial resources. Disparities in experience are also possible. People will be unable to participate in events due to poverty (Android and iOS users are already unable to enter PC-only worlds and platforms), and people will be unable to gain the experience of participating due to the need to pay to enter. This is what will happen. If it becomes necessary to spend a large amount of money to have fun, then just like in the real world, disparities in experience and enjoyable experiences will arise due to disparities in wealth and poverty. In the end, it will become a world for the rich to play.)

Negative for Metaverse Economy (2/2)

Скепсис по отношению к экономике Metaverse

Q5-3 Please tell us why //Пожалуйста, скажите нам почему

Major reason // Главная причина	Examples //Примеры
2. Monopolization and commercialization by giant capital could damage the culture of the metaverse // Монополизация и коммерциализация гигантским капиталом может нанести ущерб культуре Metaverse (43/186)	- As it expands, larger corporations will likely get involved and attempt a monopoly and make it harder for individuals or smaller groups to earn income. По мере расширения рынка, вероятно, вмешаются более крупные корпорации и попытаются установить монополию, что затруднит получение дохода отдельными лицами или небольшими группами. - С приходом различных капиталов услуги расширятся и станут более платными, что может привести к пугающей возможности значительного несоответствия в опыте. (With the entry of various capitals, services will expand and become more paid, which could lead to a frightening possibility of significant disparities in experience.)
3. Skeptical of metaverse economy expansion //Скепсис по отношению к расширению экономики Metaverse. (32/186)	(Во-первых, число пользователей Metaverse пока не растёт, и если не ожидается значительного увеличения числа пользователей, экономическое развитие маловероятно.) (In the first place, the number of metaverse users is still not growing, and unless a significant increase in users is expected, economic development is unlikely.) - I want to say positive, but unfortunately my feeling is that VR won't really take off for a few years Я хочу сказать «положительно», но, к мне кажется, что виртуальная реальность не станет популярной ещё несколько лет.

Review Comment ИТОГ(1/5)

This survey report provides a rare and valuable insight into the actual state of economic activities in the metaverse, based on a large-scale questionnaire. In particular, it comprehensively examines microeconomic trends such as users' spending, income, non-monetary rewards, and attitudes toward taxation within virtual spaces. Few comparable resources exist today.

The report confirms that the metaverse economy is on a path of expansion, as seen from the increase in per-capita transaction amounts. Although credit cards and online payment systems remain dominant, the use of in-platform currencies is also growing, forming what could be described as a "semi-closed economy"—interlinked with the physical world yet maintaining its own structure.

At the same time, creative activities such as 3D modeling and event management are spreading, nurturing a "gig-style creator economy" that does not rely on traditional employment contracts. Furthermore, nearly 80% of users place high value on non-monetary rewards, indicating the presence of gift economy-like elements that function outside monetary exchange. Overall, the metaverse economy is emerging as a new economic sphere that expands independently while remaining connected to the real-world economy, fostering diverse forms of value creation.

Below, I present more detailed considerations for each major topic.

Этот обзорный отчёт предоставляет редкую и ценную информацию о реальном состоянии экономической деятельности в метавселенной, основанную на масштабном опросе. В частности, он всесторонне исследует микроэкономические тенденции, такие как расходы пользователей, доходы, неденежные вознаграждения и отношение к налогообложению в виртуальных пространствах. Сегодня существует мало сопоставимых ресурсов.

Отчёт подтверждает, что экономика метавселенной находится на пути расширения, о чём свидетельствует рост количества транзакций на душу населения. Хотя кредитные карты и онлайн-платежные системы остаются доминирующими, использование внутриплатформенных валют также растёт, формируя то, что можно было бы назвать «полузакрытой экономикой» — взаимосвязанной с физическим миром, но сохраняющей свою собственную структуру.

В то же время распространяются такие творческие виды деятельности, как 3D-моделирование и организация мероприятий, способствуя развитию «экономики творцов в стиле гига», которая не опирается на традиционные трудовые договоры. Более того, почти 80% пользователей высоко ценят неденежные вознаграждения, что свидетельствует о наличии элементов, подобных экономике дарения, которые функционируют вне денежного обмена. В целом, экономика метавселенной формируется как новая экономическая сфера, которая развивается независимо, оставаясь при этом связанной с реальной экономикой, способствуя разнообразным формам создания ценности.

Ниже я представляю более подробные соображения по каждой основной теме.

Review Comment Итог(2/5)

(1) Will the metaverse economy continue to expand?

Globally, the number of metaverse users is increasing, and this report shows that both spending and income per user are also growing. It is thus reasonable to conclude that the metaverse economy is in an expansion phase.

One of the key drivers behind this trend is the network externality effect—the principle that a service becomes more valuable as more people use it. For example, a social networking site has little value with a single user, but as the user base grows, the volume of content and interactions increases, enhancing overall utility.

Market economies also exhibit network externalities: the more participants a market has, the greater the chance of finding trading partners, which in turn increases total transaction volume. Historically, the development of market economies has always accompanied such growth in transactions.

Likewise, as the number of participants increases, the total volume of transactions within the metaverse economy rises correspondingly. This phenomenon resembles a fast-forwarded version of the evolution of market economies. Given this trajectory—and the fact that about 85% of respondents expect further expansion—this trend will likely continue.

(1) Будет ли экономика метавселенной продолжать расширяться?

Во всем мире число пользователей метавселенной растет, и этот отчет показывает, что как расходы, так и доход на пользователя также растут. Таким образом, можно сделать обоснованный вывод, что экономика метавселенной находится в фазе расширения.

Одним из ключевых факторов этой тенденции является эффект сетевых внешних эффектов — принцип, согласно которому услуга становится более ценной по мере того, как больше людей ею пользуются. Например, сайт социальной сети имеет небольшую ценность для одного пользователя, но по мере роста пользовательской базы объем контента и взаимодействий увеличивается, что повышает общую полезность.

Рыночная экономика также демонстрирует сетевые внешние эффекты: чем больше участников на рынке, тем выше вероятность найти торговых партнеров, что, в свою очередь, увеличивает общий объем транзакций. Исторически развитие рыночной экономики всегда сопровождало такой рост числа транзакций.

Точно так же, по мере увеличения числа участников, общий объем транзакций в экономике метавселенной соответственно растет. Это явление напоминает ускоренную версию эволюции рыночной экономики. Учитывая эту траекторию и тот факт, что около 85% респондентов ожидают дальнейшего роста, эта тенденция, вероятно, сохранится.

Review Comment ИТОГ(3/5)

(2) Will the metaverse economy become an independent sphere from the physical world?

While the use of credit cards and online payment services such as PayPal is still prevalent, the growing adoption of in-platform currencies—for example, by 41% of cluster users—suggests a gradual movement toward internalized exchange systems. Although discussions in earlier years often linked the metaverse to cryptocurrencies, in practice their use remains minimal.

Regarding taxation, 43% of respondents agreed that “taxation equivalent to the physical world” is appropriate. Although the metaverse is sometimes associated with anarchic hacker culture, nearly half of users do not reject the idea of extending government tax authority into virtual economies. Interestingly, this figure is lower in North America, where the influence of hacker culture remains stronger.

Thus, the metaverse economy can be seen as forming a semi-closed economic system—one that maintains connections to the physical world while developing its own distinct characteristics.

(2) Станет ли экономика метавселенной независимой от физического мира?

Хотя использование кредитных карт и онлайн-платежей, таких как PayPal, по-прежнему распространено, растущее внедрение внутриплатформенных валют, например, 41% пользователей кластера, предполагает постепенное движение к интернализованным системам обмена. Хотя дискуссии в предыдущие годы часто связывали метавселенную с криптовалютами, на практике их использование остается минимальным.

Что касается налогообложения, 43% респондентов согласились с целесообразностью «налогообложения, эквивалентного физическому миру». Хотя метавселенная иногда ассоциируется с анархической хакерской культурой, почти половина пользователей не отвергает идею распространения государственных налоговых полномочий на виртуальную экономику. Интересно, что этот показатель ниже в Северной Америке, где влияние хакерской культуры остается сильнее.

Таким образом, экономику метавселенной можно рассматривать как полузакрытую экономическую систему, которая поддерживает связи с физическим миром, развивая при этом свои собственные отличительные характеристики.

Review Comment **Итог**(4/5)

(3) Does the spread of the metaverse promote the creator economy?

According to the survey, the most common source of income is 3D model creation (about 19%), followed by event production or performance (about 8%). Approximately 34% of respondents stated that they wish to make such activities their primary source of livelihood in the future.

These activities are voluntary and creative endeavors not based on formal employment contracts, embodying the rise of a gig-style creator economy within the metaverse. This stands in contrast to the wage-labor-based economy of the physical world.

Therefore, it can be concluded that the spread of the metaverse indeed promotes the expansion of the creator economy.

(3) Способствует ли распространение метавселенной развитию экономики создателей?

Согласно опросу, наиболее распространенным источником дохода является создание 3D-моделей (около 19%), за которым следует организация мероприятий или выступление (около 8%). Примерно 34% респондентов заявили, что хотели бы сделать такую деятельность основным источником средств к существованию в будущем.

Эта деятельность является добровольной и творческой, не основанной на формальных трудовых договорах, что олицетворяет собой развитие экономики творцов в стиле «гиг-заработка» в метавселенной. Это контрастирует с экономикой, основанной на наемном труде, в физическом мире.

Следовательно, можно сделать вывод, что распространение метавселенной действительно способствует расширению экономики творцов.

Review Comment **Итог**(5/5)

(4) What role do non-monetary rewards play within the metaverse?

About 82% of respondents reported having experienced rewards other than money, such as social recognition, relationships, or creative self-expression. This indicates that the metaverse hosts elements of a gift economy, where exchanges occur outside monetary transactions—similar to those observed in pre-monetary human communities.

Critics have sometimes argued that deep immersion in the metaverse might lead to a loss of humanity or social connection. However, these results suggest quite the opposite: the metaverse may enhance human and social richness, not diminish it.

Official adviser:

Dr. Tomohiro Inoue

Economist. Associate Professor at the Faculty of Economics, Komazawa University.
Researcher at Keio University SFC Research Institute.

(4) Какую роль играют неденежные вознаграждения в метавселенной?

Около 82% респондентов сообщили, что получали иные вознаграждения, помимо денег, такие как социальное признание, отношения или творческое самовыражение. Это указывает на то, что метавселенная содержит элементы экономики дарения, где обмены происходят вне денежных транзакций — аналогично тем, что наблюдались в доденежных человеческих сообществах.

Критики иногда утверждали, что глубокое погружение в метавселенную может привести к потере человечности или социальных связей. Однако эти результаты говорят об обратном: метавселенная может усиливать человеческое и социальное богатство, а не уменьшать его.

Официальный консультант:

Dr. Tomohiro Inoue

Экономист. Доцент экономического факультета Университета Комадзава.
Научный сотрудник Научно-исследовательского института SFC Университета Кэйо.



Thank you! Спасибо!

Please give us your feedback by answering [this form](#) for our further analysis and future research activities. // Пожалуйста, оставьте свой отзыв, ответив на вопросы, которые помогут нам в дальнейшем анализе и исследовании.

Follow us on Twitter! // Подпишитесь на нас в X! - Nem [@nemchan_nel](#), Mila [@BredikhinaL](#)

For inquiries about media coverage, etc. // По вопросам освещения в СМИ и т.п. - Twitter DM or Email : nemnemchannel@gmail.com



Nem x Mila

Economy in Metaverse

Social VR Lifestyle Survey 2025

ひと塗りで、
澄んだ輝きを。



QRコードを読み取って今すぐスタート

VRChat
makeup texture

君の可愛いが
私のメイクの
魔法になる。

Make Up

SHIZUKU&BANANA

STICK UP!

Appendix

Приложение

Nem x Mila Past Survey Projects

Nem x Mila Прошлые исследовательские проекты

Nem x Mila
Economy in Metaverse
Social VR Lifestyle Survey 2025

[Identity in Metaverse \(2024\)](#)

[идентичность в Metaverse\(2024\)](#)



[Harassment in Metaverse \(2022\)](#)

[Домогательства в Metaverse\(2022\)](#)



[Social VR Lifestyle Survey 2021](#)

[Опрос о стиле жизни в социальной VR \(2021\)](#)



[Social VR Lifestyle Survey 2023](#)

[Опрос о стиле жизни в социальной VR \(2023\)](#)



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

[Опрос о стиле жизни в социальной VR: Корея \(2022\)](#)



[How did COVID19 accelerate virtual communication?](#)

[Как COVID-9 ускорил виртуальное общение?](#)



Nem x Mila
Economy in Metaverse
Social VR Lifestyle Survey 2025

Various newspapers Различные газеты
(朝日新聞、朝日新聞グローブなど)



Various business books Различные бизнес книги
(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——

利用目的	VRChat (人)	NeosVR (人)
友達との交流	72	77
ワールド探索	73	58
ゲームで遊ぶため	39	51
イベントへの参加	59	51
動画配信	18	33
ワールドやアバター制作のため	4	28

(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の現状と未来2021』(調査数112人)を基に算出

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、現実の友だちと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

Nem x Mila Recent Activities (1/2)

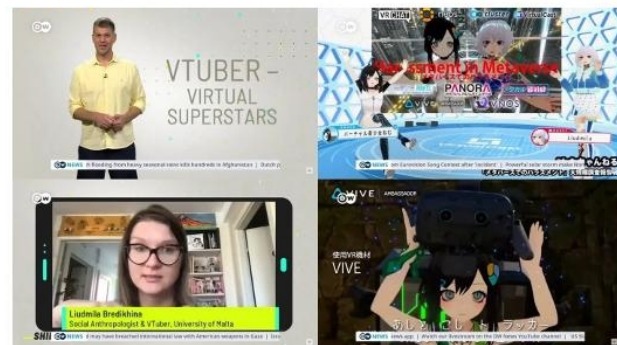
Недавние действия Nem x Mila

Nem x Mila
Economy in Metaverse
Social VR Lifestyle Survey 2025

Paper publication with Japan Primatological Society //
Публикация статьи в Японском приматологическом обществе (2025)



Appeared on European international broadcast //
Выступление на европейском международном вещании (2025)



Academic Book "VTuber Studies" //
Академическая книга «VTuber Studies» (2024)



International Conference ICRES 2024 //
Международная конференция ICRES 2024
Presented "Living with Avatars: A New Era for Humanity"



NHK "Deepest Japan Studies" //
NHK "Глубочайшие Японские исследования" (2024)
Mila's documentary program is broadcast



The United Nations IGF 2023 (Kyoto)
Форум ООН по управлению Интернетом 2023 (Киото)
Presented "Talk with Metaverse residents"



Nem x Mila Recent Activities (2/2)

Недавние действия Nem x Mila

Nem x Mila
Economy in Metaverse
Social VR Lifestyle Survey 2025

[NHK "Ohayo Nippon" \(2023\)](#)

[NHK «Охайо Ниппон» \(2023\)](#)



[Ministry of Internal Affairs and Communications
Metaverse Research Committee \(2022\)](#)

[Министерство внутренних дел и коммуникаций
Комитет по исследованию метавселенной \(2022\)](#)



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

[International documentary // TBWA Worldwide "VTUBERS" \(2022\)](#)
[Международный документальный фильм](#)



[Kyoto University ELP Lecture \(2023\)](#)

[Лекция по английскому языку в Киотском университете \(2023\)](#)



[ABEMA prime \(2022\)](#)



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

[Presented "Reality in Metaverse Harassment" VRDays Europe 2022 \(Rotterdam\)](#)
[Презентация «Реальность в метавселенной: домогательства»](#)

