



2008年 7月 30日
株式会社モバイルファクトリー

SL:Research 結果 (第8回)
「セカンドライフユーザーのL\$(リンデンドル)利用状況調査」
に関する調査結果

株式会社モバイルファクトリー（本社：東京都品川区 代表取締役 宮嶋裕二）は、仮想世界「Second Life（以下、セカンドライフ）」内で、セカンドライフユーザーの動向、趣向をセカンドライフ内で調査するサービス「SL:Research」で「セカンドライフユーザーのL\$(リンデンドル)利用状況調査」を実施しました。

「SL:Research」とはセカンドライフ内の弊社SIM（※）にある施設（<http://slurl.com/secondlife/MobileFactory/15/218/27>）にて、アンケートを取り、ユーザーに答えて頂いた回答結果を企業・メディアへ提供するサービスです。

（※）L\$（リンデンドル：セカンドライフ内における通貨単位）

（※）SIM（simulationの略 セカンドライフでの土地の単位 256メートル×256メートル）

■アンケート結果 総括

今回の調査では、セカンドライフ内における仮想通貨「L\$（リンデンドル）以下、L\$」の利用状況について調査を実施いたしました。

「1ヶ月に使う平均L\$は？」という設問については、「～100L\$」が最も多く、58%の回答数という結果になりました。しかしながら、「1001L\$～」と回答したユーザーも10%にのぼり2番目に回答数が多かった「101～300L\$」（12%）の回答数とほぼ同等となっており、利用金額が2極化している傾向がみられます。

「現金（日本円）でL\$が買えたら購入するか？」という設問については、「少額なら購入する」（32%）、「購入する」（24%）と回答したユーザーを合わせると50%を超える回答者数となり、「購入しない」（22%）と回答したユーザーを大きく上回る結果となりました。

L\$の入手方法に関しては、「L\$はどんな方法で得ていますか？」という設問に「キャンプ」と回答したユーザーが54%と半数以上の回答数となりました。同様に「欲しいオブジェクトが買えない時のL\$の入手方法」についても「キャンプ」50%となり、ユーザーの

多くは、「キャンプ」でL\$を入手しているという結果になりました。

■調査概要

調査対象：日本語でのアンケートに回答可能なセカンドライフユーザー

調査期間：2008年1月17日～2008年2月20日（4週間）

アンケート方法：セカンドライフ内モバイルファクトリー施設での選択式アンケート

有効回答数：544名

回答者の属性：

【男女比】 男性 50% 女性：50%

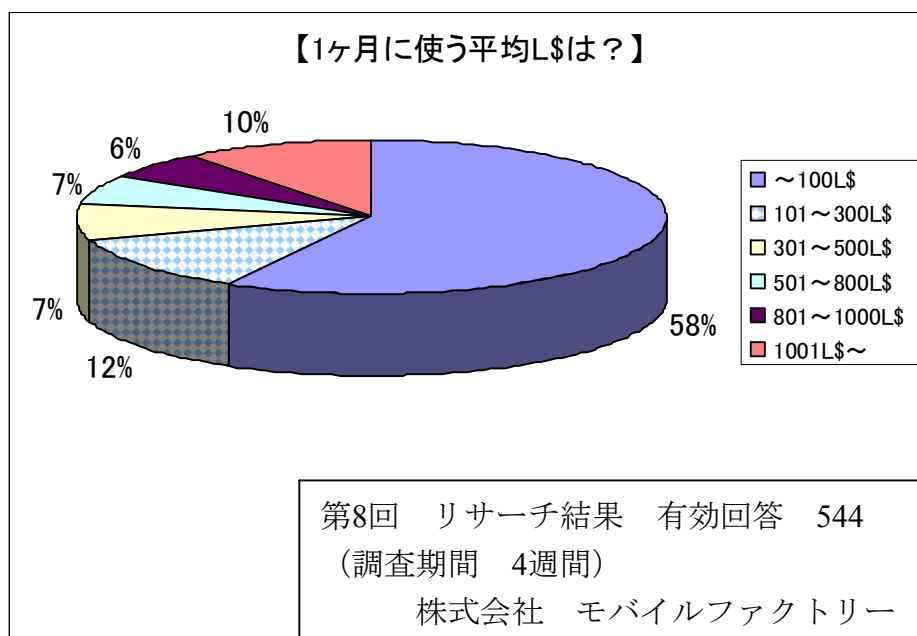
【年代別比率】 20代以下：33% 30代：46% 40代：17% 50代：4% 60代以上：0%

■調査結果 データ編 （5項目：全15項目中）

1、1ヶ月に使う平均L\$は？「～100L\$」（58%）

1ヶ月に使う平均L\$は「～100L\$」が58%と6割近い回答数となり、次いで「101～300L\$」（12%）、「1001L\$～」（10%）という結果となりました。

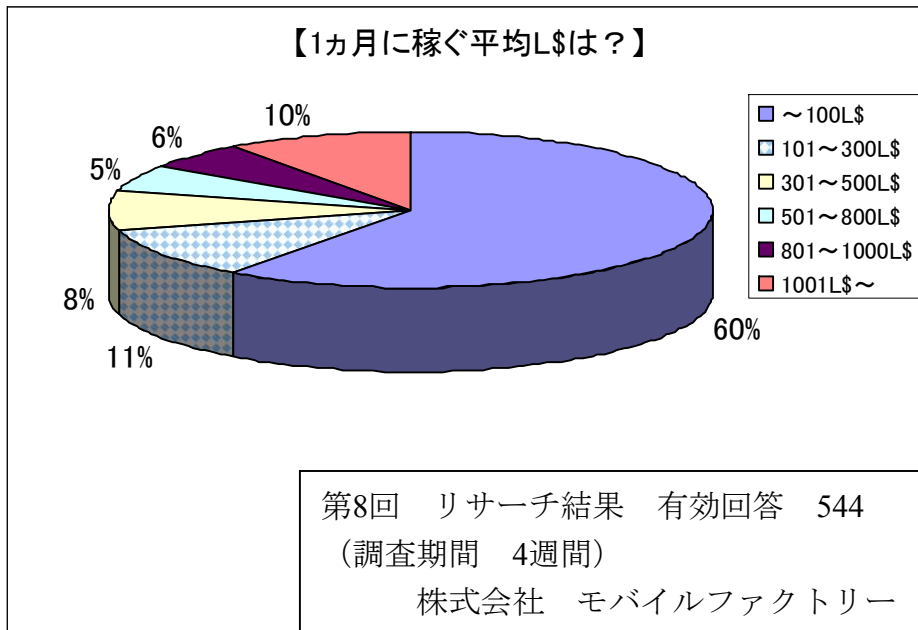
【グラフ1：1ヶ月に使う平均L\$は？】



2、1ヶ月に稼ぐ平均L\$は？「～100L\$」（60%）

1ヶ月に使う平均L\$は「～100L\$」が60%となり、次いで「101～300L\$」（11%）、「1001L\$～」（10%）という結果となりました。この結果は、設問1の各回答数と近似しており、1ヶ月に使用するL\$と稼ぐ平均L\$が同等である傾向がみえます。

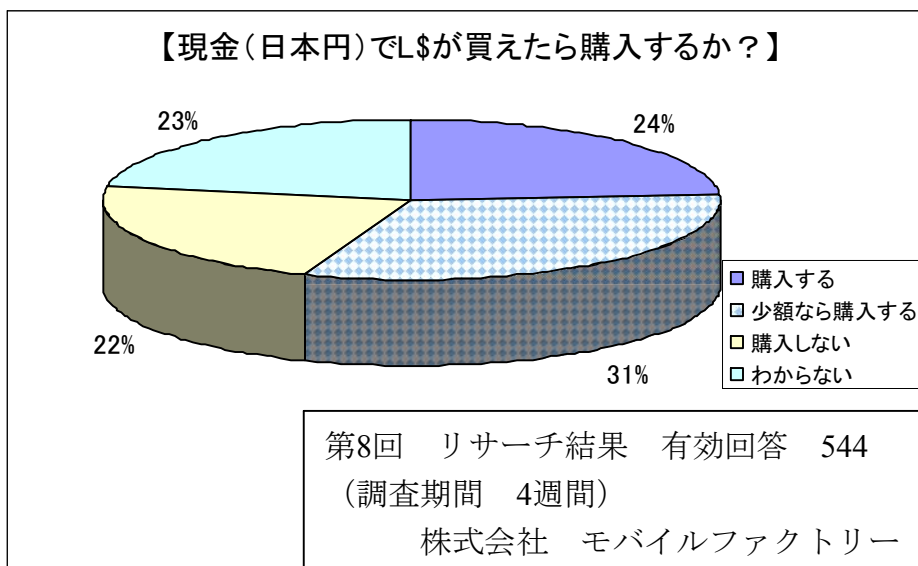
【グラフ2：1ヶ月に稼ぐ平均L\$は？】



3、現金（日本円）でL\$が買えたら購入するか？「少額なら購入する」（31%）

「現金（日本円）でL\$が買えたら購入するか？」という設問に対して「少額なら購入する」（31%）「購入する」（24%）と回答したユーザーが半数を超える結果となりました。それに対し「購入しない」（22%）と答えたユーザーは、22%となり、購入を希望するユーザーの半数以下となる結果となりました。

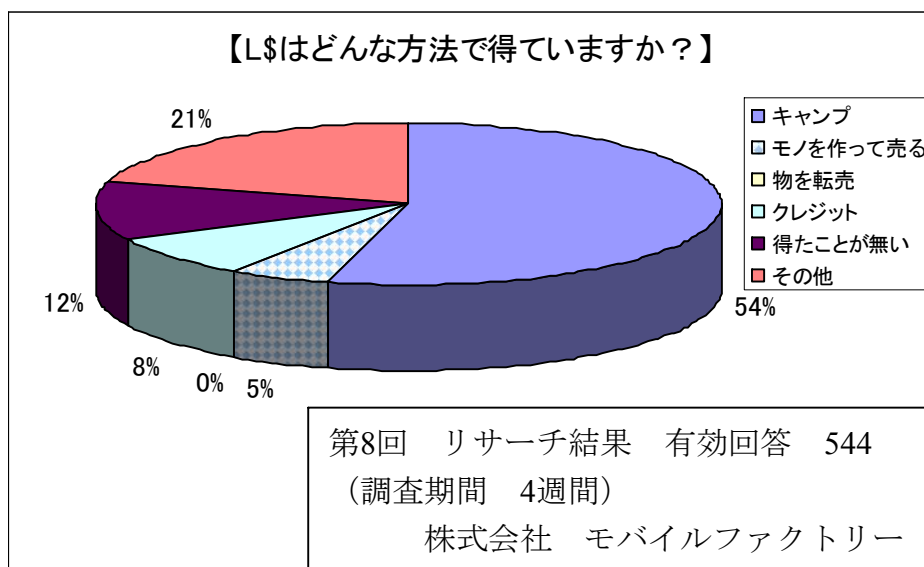
【グラフ3：現金（日本円）でL\$が買えたら購入するか？】



4、L\$はどんな方法で得ていますか？「キャンプ」(54%)

L\$を入手する方法としては、「キャンプ」が最も多く、半数を超える回答数となる結果になりました。次いで「得た事がない」(12%)「クレジット」(8%)という回答となり、L\$を入手しているユーザーの多くは、「キャンプ」で入手していることがわかります。

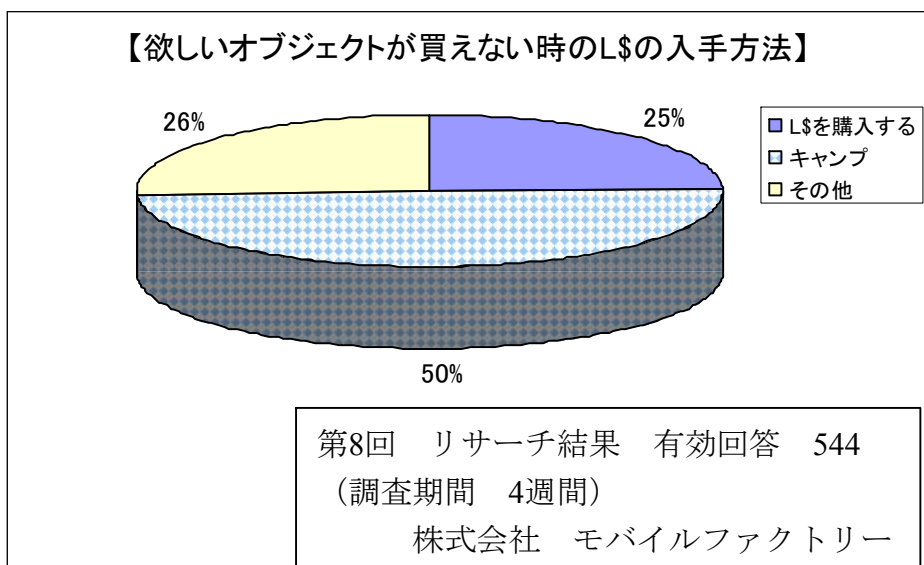
【グラフ4：L\$はどんな方法で得ていますか？】



5、欲しいオブジェクトが買えない時のL\$の入手方法は「キャンプ」(50%)

欲しいオブジェクトが買えない時のL\$の入手方法は、「キャンプ」(50%)が最も多く、25%のユーザーについては「L\$を購入する」という結果になりました。

【グラフ5：欲しいオブジェクトが買えない時のL\$の入手方法】



尚、本調査は、セカンドライフ内の全般的な調査となっております。あくまでも指標となるものですので、参考データとしてご活用下さい。

業種や取り扱っている商品、またユーザーの属性によっても調査結果は大きく異なると考えられます。

セカンドライフ内のより詳細な業界動向や、ターゲット層に合わせたリサーチにご興味をお持ちの方は、**SL:Research** をご活用ください。

サンプル数 : 第 8 回 544 人※有効回答数
調査期間 : 2008 年 1 月 17 日～2008 年 2 月 20 日 (4 週間)
調査方法 : セカンドライフ内選択式アンケート
調査機関 : [株式会社モバイルファクトリー](#)
対象者 : 日本語でのアンケートに回答可能なセカンドライフユーザー

アンケート回収データ・クロス集計サービス・レポートは有料にてご購入いただけます。

調査や有料サービスをご検討の方はお気軽にお問合せください。

問合せ先：株式会社モバイルファクトリー [Second Buzz サイト](#)よりお問合せください。

株式会社モバイルファクトリー 会社概要

- 社名:株式会社モバイルファクトリー <http://www.mobilefactory.jp/>
- 設立年月日:2001年10月1日
- 本社所在地:東京都品川区西五反田 8-1-5 五反田光和ビル 8F
- 代表者:宮島 裕二
- 資本金:2億2,450万円
- 事業内容:
 - ・CGM サービス運営・企画・開発
 - ・モバイル広告メディア運営・企画・開発
 - ・モバイル公式サイト運営・開発
 - ・着うた・メロ楽曲/システム OEM
 - ・着メロ ASP サービス
 - ・モバイルビジネスコンサルティング
 - ・モバイルシステム開発
- 従業員数:56名