



2008年 8月 13日
株式会社モバイルファクトリー

SL:Research 結果 (第 11 回)
「セカンドライフユーザーの趣味に関する意識調査」
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趣味に関する意識調査」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。

（※） 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、セカンドライフユーザーの趣味に関する意識調査を実施いたしました。

1ヶ月間に趣味に利用する金額については、「5,001～10,000（円）」が23%と最も多く、次いで、「15,001～（円）」が20%となり、10,000円以上と回答したユーザーが全体の40%近くにのぼるという結果になりました。

興味のあるジャンルについては、「ゲーム」（31%）、次いで「映画」「音楽」がそれぞれ23%という結果になりました。しかしながら、インターネット上で利用したことのある課金サービスは「買い物」が回答の60%を占める結果となり、次位の「ネットゲーム」（18%）を大きく上回る結果となりました。このことから「ゲーム」に対して興味のあるユーザーは多いものの、「買い物」に興味のあるユーザーより課金サービスを利用する割合が低いということがわかります。尚、「よく利用する携帯コンテンツは？」という問いについては、35%のユーザーが「使わない」と回答しました。30%以上のユーザーが利用していないことから、携帯の公式コンテンツに対して潜在的な利用者がまだ多く存在していると考えられます。

■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3月27日～2008年4月23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：476名

回答者の属性：

【男女比】 男性 48% 女性：52%

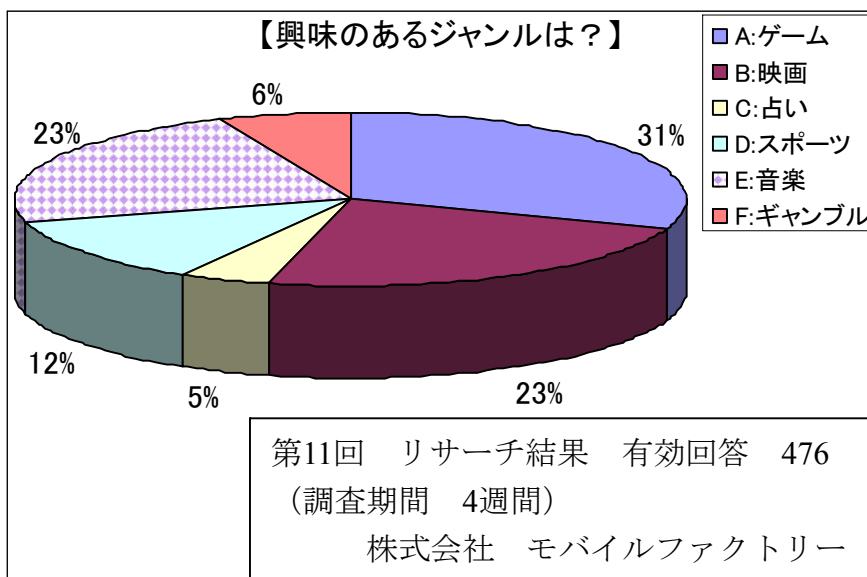
【年代別比率】 20代以下：37% 30代：43% 40代：18% 50代：2% 60代以上：0%

■調査結果 データ編 （5項目：全15項目中）

① 興味のあるジャンルは「ネットゲーム」(31%)

興味のあるジャンルは「ネットゲーム」が31%と最も多く、次いで「音楽」「映画」が各23%という結果になりました。「占い」については最も回答数が少なく、5%という結果になりました。

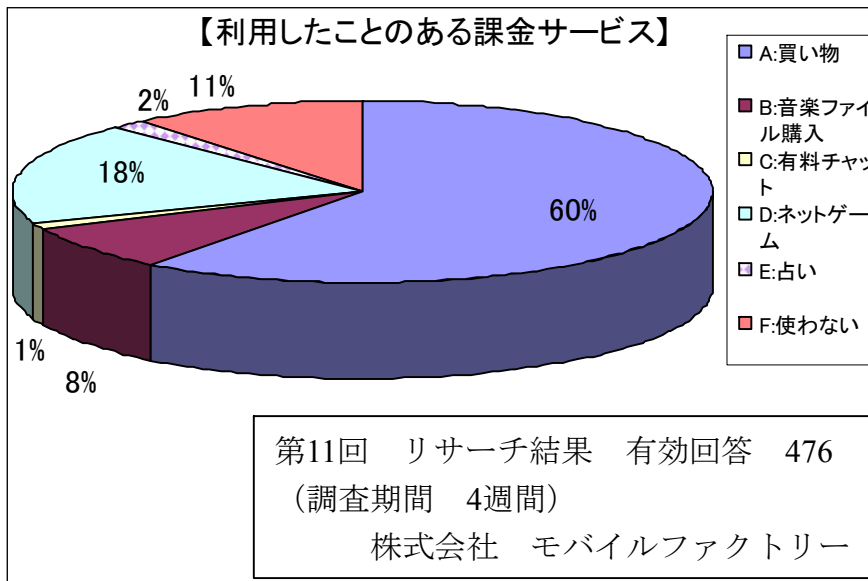
【グラフ1：興味のあるジャンルは？】



②インターネット上で利用したことのある課金サービスは？

「インターネット上で利用したことのある課金サービスは？」の設問に対しては、「買い物」(60%)が半数以上を占める結果となり、他の回答を大きく上回る結果になりました。「使わない」と回答したユーザーも11%も存在する結果になりました。

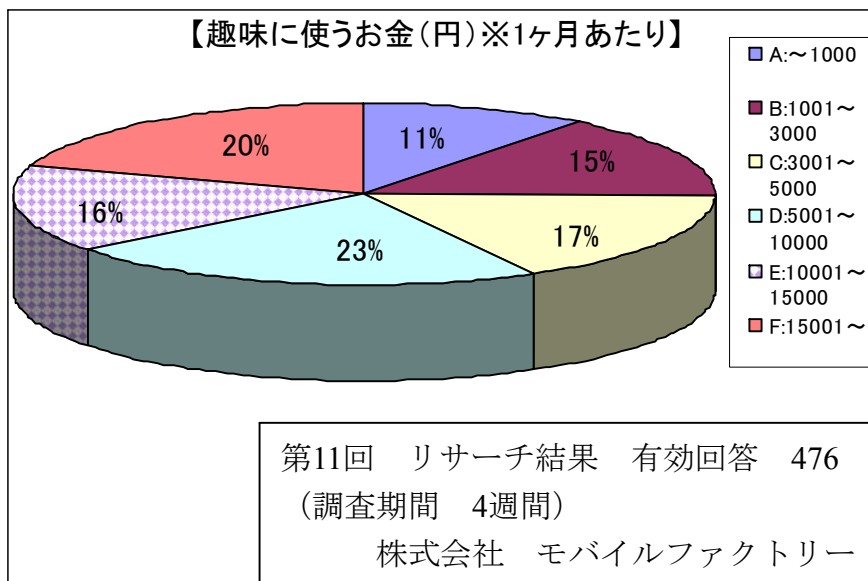
【グラフ 2：利用したことのある課金サービス】



③1ヶ月間に趣味に利用する金額は「5,001～10,000 (円)」(23%)

1ヶ月間に趣味に利用する金額については、「5,001～10,000 (円)」が23%と最も多く、次いで、「15,001～ (円)」が20%となり、10,000円以上と回答したユーザーが全体の40%近くにのぼるという結果になりました。

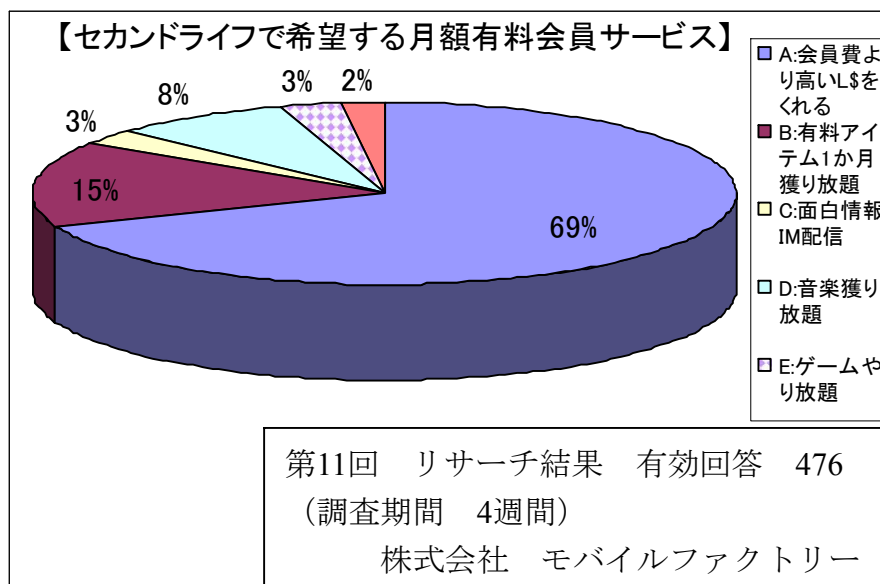
【グラフ 3：1ヶ月間に趣味に利用する金額は？】



④セカンドライフで希望する月額有料会員サービスは「会員費より高いL\$をくれる」
(69%)

セカンドライフで希望する月額有料会員サービスは「会員費より高いL\$をくれる」が69%と大多数を占める結果となりました。次いでは、「有料アイテム1ヶ月獲得放題」(15%)、「音楽獲得放題」(8%)となりました。

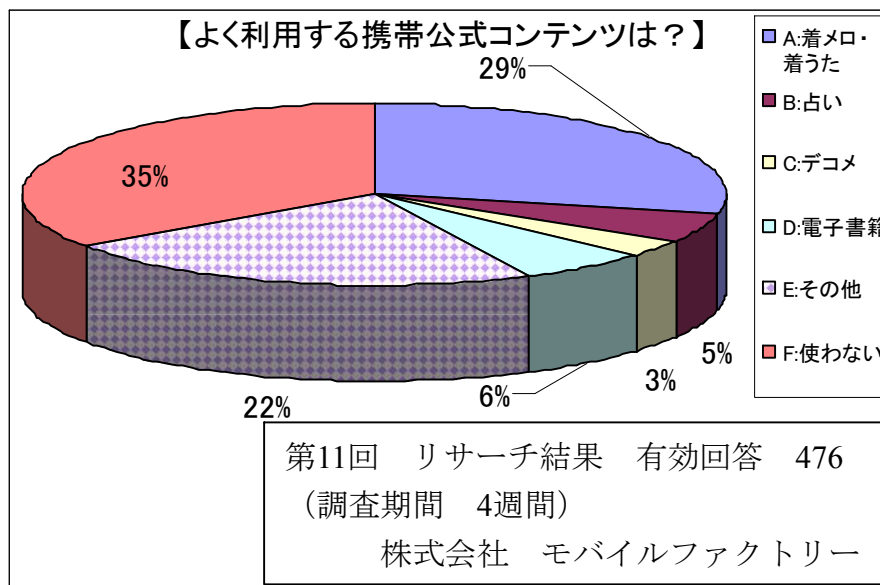
【グラフ4：セカンドライフで希望する月額有料会員サービス】



⑤よく利用する携帯公式コンテンツは「使わない」(35%)

よく利用する携帯公式コンテンツは？という設問に対して35%のユーザーが「使わない」と回答しました。利用しているコンテンツとしては、「着メロ・着うた」が29%と最も多く、次いで「その他」(22%)という結果になりました。

【グラフ5：よく利用する携帯公式コンテンツ】



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 13 回 476 人※有効回答数
調査期間 : 2008 年 3 月 27 日～2008 年 4 月 23 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