

2007年9月27日

株式会社テレビ東京
株式会社 CCC コミュニケーションズ
株式会社 アイ・エム・ジェイ
三井物産株式会社

セカンドライフ「テレトロ祭り」実施報告

～「深夜・週末メディア」などの特徴と課題・可能性～

株式会社テレビ東京(社長:島田 昌幸、東京都港区、以下「テレビ東京」)と株式会社 CCC コミュニケーションズ(社長:樫野 孝人、東京都品川区、以下「C4」)は株式会社アイ・エム・ジェイ(社長:樫野 孝人、東京都品川区、以下「IMJ」)、三井物産株式会社(社長:槍田 松瑩、東京都千代田区、以下「三井物産」)の支援のもと、米国リンデン・ラボ社が運営する 3D 仮想空間「セカンドライフ」への進出企画「テレビ東京 テレトロ祭り! 2007」を7月2日から8月31日まで開催しました。開催期間の各種測定データを分析した結果、セカンドライフは「深夜型メディア」「週末メディア」などのいくつかの特徴が見られましたので、以下の通りまとめました。

1. 集客実績(グラフなどの詳細は[添付資料]ご参照)

- | | |
|----------------------------|---------|
| (1)セカンドライフは深夜メディア | 添付資料 P3 |
| (2)セカンドライフは週末メディア | 添付資料 P4 |
| (3)セカンドライフは長時間滞在メディア | 添付資料 P4 |
| (4)セカンドライフはイベント重視型メディア | 添付資料 P5 |
| (5)セカンドライフは Web サポート必要メディア | 添付資料 P5 |

2. 広告メディアとしての検証

今回のテレトロ祭りでは広告価値の検証も行いました。大手広告主を含め数十社が強い興味を示し、検討されたものの実際の出稿は数社に留まりました。主な要因は以下の通りです。

- (1)新しいメディアであり広告出稿効果が見えにくい上に、提案からの検討期間が1か月と短かったこと
- (2)3D オブジェクトを制作したいという広告主の要求強く、それにより費用が上がり、広告主側での了承が得られなかったこと

3. メディアとしての課題・可能性

日本人のアクティブ・ユーザー(1か月に1時間以上利用する人)数は7月時点で約45,000人にとどまっています。島(SIM)への同時アクセス数もサーバ容量の関係で40~100人に限られるなど、マス媒体としての効果には現時点では限界があります。こうした課題が克服されればアクティブユーザーも急速に増えると予測されています。3Dでの新たな表現手法や仮想空間でのコミュニケーションの広がりには、放送との連携や新たな広告展開などの面で大きな可能性があると言えます。私たちは今回の貴重な経験を生かし、引き続き新しいメディアとしての3D仮想空間の活用を検討して参ります。

以上

【添付資料】

1.テレビ東京セカンドライフ企画「テレトロ祭り」概要

企画名： セカンドライフ「テレビ東京 テレトロ祭り！2007」
～花火だ！ 屋台だ！ なつかしの夏祭り～

企画概要： 昭和 30～40 年代日本の縁日の再現

主催者： テレビ東京

開催期間： 2007 年 7 月 2 日(月)～8 月 31 日(金)

主な実施イベント：

- 7 月 5 日～ コスプレ大会
- 7 月 9 日～ 金魚すくいなど屋台設置
- 7 月 27 日 花火大会
- 8 月中旬～ ケロロ軍曹などキャラクターグッズ配布
- 8 月 25 日～ 盆踊り大会
- 8 月 31 日 グランドフィナーレ



2.実施概要



セカンドライフ内にテレトロ祭り SIM(島)を構築。セカンドライフを利用できないユーザーを意識して公式サイト(ウェブサイト)を構築。公式サイトにてテレトロ祭りを実施するイベントの告知・解説・結果発表やイベントの同時生中継(協力:E-Times Technologies)を実施。また、Q&A サイトOKWaveの協力のもと、テレトロ祭り・セカンドライフに関する質疑応答の場を設け、セカンド

ライフの口コミサイト「SLguide.jp」にて公式サイト・SIM の案内を行った。

3.各種測定結果

1)時間帯傾向

テレトロ祭り SIM における時間ごとのアクセス人数分布は図1の通り。ピーク時間帯は23時、ボトム時間帯は5時。ピークとボトムのアクセス人数に約7倍の開きがある。

図2は時間帯別インターネット利用者数。テレトロ祭り SIM ではインターネットに比べ1~2時間の遅効性が見られる。インターネットは「夜型メディア」、

【セカンドライフは深夜メディア】

ということが言える。テレトロ祭りではこの傾向を鑑み、8月31日のグランドフィナーレイベントの開始時刻を20時から22時に変更し、期間中最高人数の来訪者を得た。

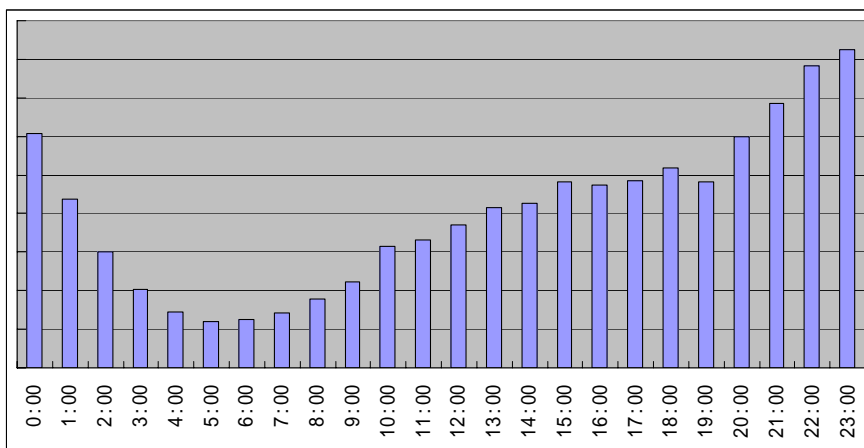


図1: テレトロ祭り SIM における時間帯別アクセス人数

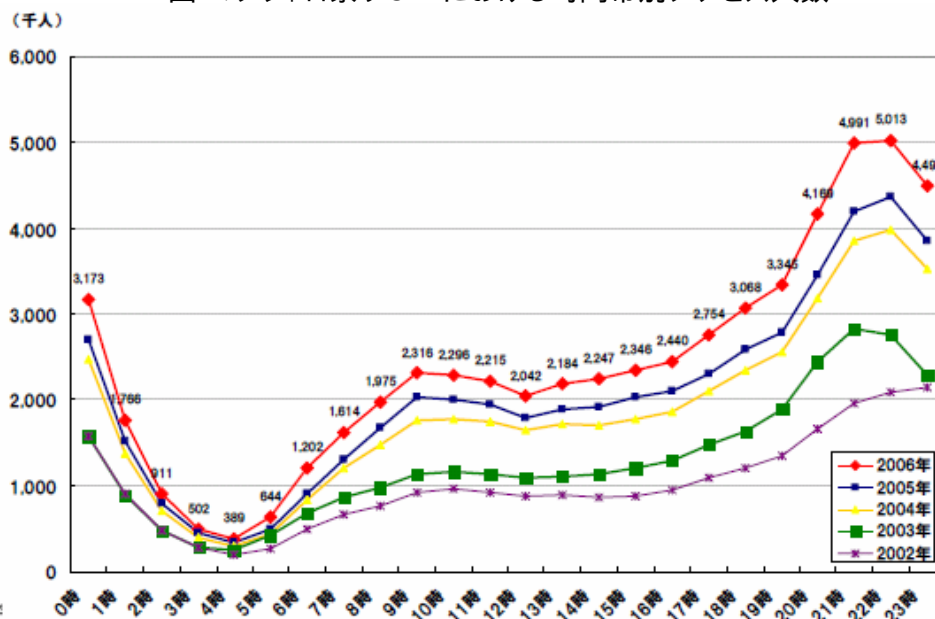


図2: 時間帯別インターネット利用者数
(社団法人日本広告主協会調査結果より)

2) 曜日傾向

テレトロ祭り SIM における曜日ごとの平均アクセス人数分布は図3の通り。ピークは金曜日、ボトムは月曜日。月曜日に対する金曜日のアクセス数は 1.4 倍程度。時間帯とあわせ分析すると金曜深夜および土曜深夜でのアクセスが多く、休日前の深夜にアクセスする傾向が見られた。

【セカンドライフは週末メディア】

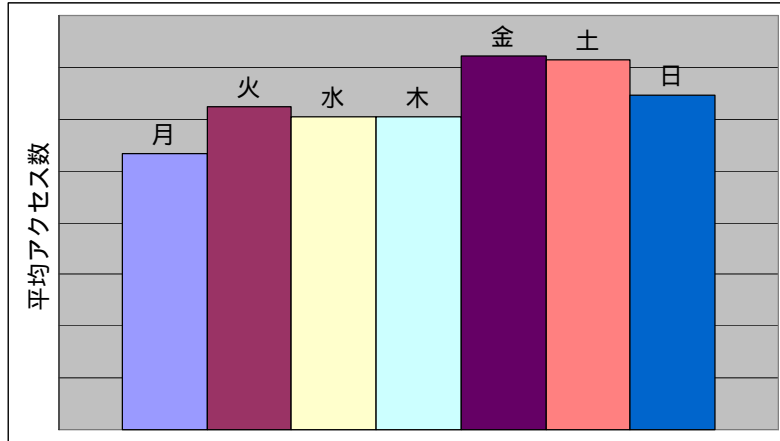


図 3: テレトロ祭り SIM における曜日別アクセス人数

3) 一人あたりアクセス時間

テレトロ祭り SIM での一人あたりのアクセス(滞在)時間は 22 分/アクセス。ネットレイティングス社の「データクロニクル 2006 ファクトシート」データより計算すると一人あたりインターネットの利用時間は 35 分/日。インターネットでは複数サイトの回遊が前提であることから 1 コンテンツであるテレトロ祭りの滞在時間の長さがかがえる。

【セカンドライフは長時間滞在メディア】

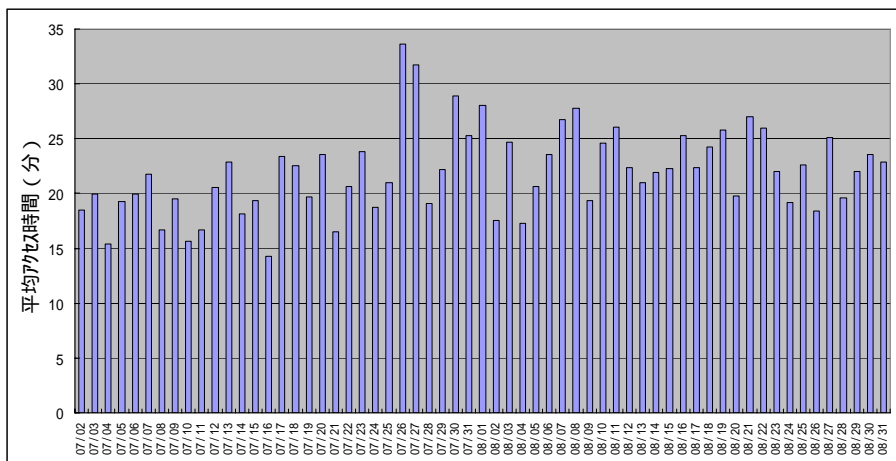


図 4: テレトロ祭り SIM 平均アクセス時間(日ごと)

4) イベントあり/なしの傾向

来訪頻度を上げるためテレトロ祭りの開催期間中、各種イベントを実施(上記1参照)。イベントを実施した日・期間とイベントを実施しない期間の来場者を比較したところイベントを実施しない日に比べ実施した日が 70%の集客アップに繋がった。同様にイベントを実施した結果、1日あたりの平均来訪頻度が 1.7回、期間を通じての平均来訪頻度が 3.7回という結果になった(図5)。

【セカンドライフはイベント重視型メディア】

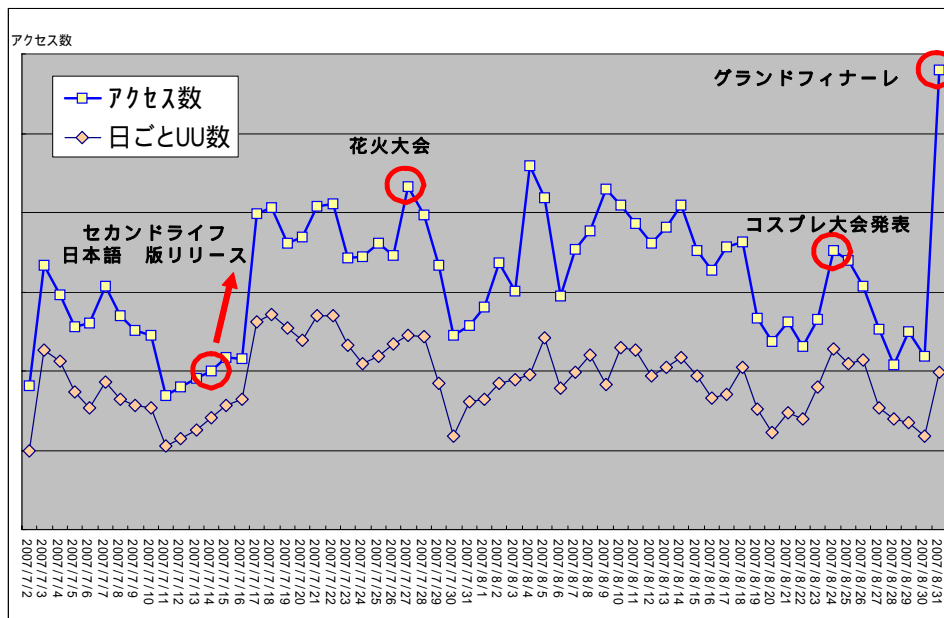


図5: テレトロ祭り SIM アクセス数/ユニークユーザー数(日ごと)

5) セカンドライフ日本語版

テレトロ祭り開催期間中の7月13日、セカンドライフを主催する米国リンデン・ラボ社より日本語版のリリースが発表された。日本人ユーザーにとっては朗報でセカンドライフを開始するにあたっての難易度が一つ取り除かれたことになる。テレトロ祭りでも影響あり、日本語版リリースによって来客数は 40%アップした。

6) 公式サイト

セカンドライフを利用できないユーザーにテレトロ祭り SIM での出来事を伝える目的や文字情報を伝えにくいセカンドライフユーザー向け告知を目的に公式ウェブサイトを立てた。公式サイトへの流入経路のうち、検索エンジン経由に関する上位10位キーワードのうち「テレトロ」「テレトロ祭り」「テレビ東京 セカンドライフ」など、テレビ東京「テレトロ祭り」を目的に検索したユーザーが 77%を占め、多くのユーザーがテレビ東京のセカンドライフ活動詳細を把握したい意向があることが判明した。公式サイトを開設しない場合、これらのユーザーがセカンドライフにアクセスせずテレトロ祭り SIM でのできごとを把握すること困難で、

【セカンドライフは Web サポート必要メディア】

ということがいえる。

< 本件に関するお問い合わせ先 >

株式会社テレビ東京 経営戦略局 広報・IR 部 折田 Tel:03-3432-1212(代表)

メディア事業推進本部デジタル事業推進局 横銭 (同上)

株式会社 CCC コミュニケーションズ 経営管理部 Tel:03-5759-0444 E-mail: info@c-4.co.jp

株式会社アイ・エム・ジェイ 管理本部 総務広報室 Tel:03-5759-0840 E-mail: irpr@imjp.co.jp

三井物産株式会社 広報部 報道室 原 Tel:03-3285-7566 FAX:03-3285-9819