



4-4 SL内マーケティングとEコマースに強みを持つ 株式会社エスキュービズム



図 4-9 エスキュービズムのホームページ

株式会社エスキュービズムはEコマース（電子商取引）の強みと、CADによる3Dオブジェクト作成技術を兼ね備える企業です。IT系のニュースサイトなどでマーケティングとして特集記事などもこなす最高技術責任者の神谷浩之取締役役に関きました。

ーセカンドライフに興味を持ったキッカケは？

2006年10月頃、今のエスキュービズムと一緒に立ち上げることになるメンバーと出会って「面白いことをやりたいね」ということになり、そこでセカンドライフの名前が出たのがきっかけですね。その当時はちょうどメルティングドッツなどが立ち上がった時期で、今のように大騒ぎになる前にメルティングドッツの浅枝社長にお話を聞くことができました。デジタルハリウッドも派手に展

開する前だったので、当時はセミナーをやっても10人ぐらいしか集まりませんでした。リンデン・ラボ社の方が来ているのに、誰も名刺交換しない。私はその時にたくさんお話を聞くことができたのです。今では考えられないですが（笑）。

ーセカンドライフ参入支援を事業で行うことになった経緯は？

弊社はほかの参入支援会社とは若干スタンスが違います。もともと営業に強い者と技術に強い者がいたので、それを融合させたサービスを作りました。そこでGoogleの20%ルール（エンジニアは20%の時間を自由な開発に使うことができる）のような新しいこともやっけていこうと考えました。その一環として「セカンドライフ面白いね」ということになり、新規事業の位置づけで年末から年始にかけてコミュニティサイト「SLBooster」(<http://www.slbooster.com/>)を立ち上げました。「年明けに一発目のニュースリリースを打つぞ」ということで、セカンドライフのニュースリリースを打ったのです。おそらく、セカンドライフ関連のニュースリリースでは2007年初だと思います。ただ、そのコミュニティサイトですが、結論からいうと「失敗したな」と思っています。でも逆に最初にやったから、痛手もなく、うまく失敗できました（笑）。

コンセプトとしては良かったのです。セカンドライフにいきなりたくさんの方がログインして楽しむとは思っていません。マシンスペックが足りない人が多いと思いましたが、そういう人はWebサイトのほうでセカンドライフを楽しむだろうと思ってました。今はまさしくそのような状況で、セカンドライフのニュースサイトやSNSに滞留している時間のほうが、セカンドライフ内にいる時間より長いのです。で、そこに目をつけたので、先にこうしたWebサイトを立ち上げれば勝てると思ったのです。だからそのコミュニティサイトには会員登録機能やブログ記事を集める機能だとか、今流行しているコンテンツは実はすべて突っ込んでいます。

セカンドライフコミュニティ最大手のNaviSLさんも2月頃にオープンしました。あの時期に同じようなSNSが4つ立ち上がったのですが、NaviSLさんが突き抜けたのは、リスティング広告をずっとやり続けたということがいちばんの要因だと思っています。「セカンドライフ」と検索すると常にいちばん上にNaviSLのサイトがある。あれでクリティカルマスを超えて、5か月間で1万人