

ついまゅー: What are you listening now on Twitter?

川島誠弘[†] 岡崎博樹[‡] 上林憲行^{‡†}

[†]東京工科大学大学院

[‡]手仕事工房 ^{‡†}東京工科大学

1.はじめに

音楽とは、様々なジャンルの曲が混在している多様性のあるコンテンツである。世の中では音楽を探すサービスとしては、個人の嗜好性を起点としたリコメンドサービスが中心である。しかし、個人が持つ情報の範囲内で音楽を探した場合、音楽の持つ多様性の一部しか享受する事ができない。そこで、自分が意識しなくとも、環境からさりげなく、受動的にかつ偶然性をもって、未知の音楽に遭遇し聴ことができるサービスを考案する。これは、自分の関心や嗜好性を起点として音楽のジャンルや属性情報をつかって能動的に新しい楽曲を探すというサービスとは本質的に異なるアプローチである。この、偶然に新しい楽曲が、耳に届く環境を、Twitter のサービスを活用して実現したのがついまゅーである。[図 1]

2.サービスコンセプト

本サービスの特徴は以下の三つである。ついまゅーのユーザは曲を伝える Sender 側と曲を受け取る Receiver 側の二つ側面を併せ持つが、

以降の説明では分けて説明する。

2.1 Receiver の UX

① 友達の聴いている曲を起点として音楽と出会う

一般的なリスナーが聴いている曲には、その人の興味・嗜好により偏りが生じる。ついまゅーでは、自分の関心や嗜好性を起点として音楽を探すのではなく、自分以外のリスナーが聴いている偏りのある選曲を取り入れる事で多様性のある音楽との出会いを提供する。Twitter と連動し、Sender が Twitter でつぶやいた時に偶然聴いていた曲を Receiver が聴く事で、多様性のある新しい曲と出会える。[図 1①]

② 聴く事から曲と出会う

リスナーの興味の範囲外の曲を明示的に示しても、率先して聴いてもらう事は難しい。そこで、ついまゅーでは、2.1①で示した曲を、店内の BGM の様にいつの間にか聴いているといった、「聴く事」から音楽との出会いを提供する。[図 1②]

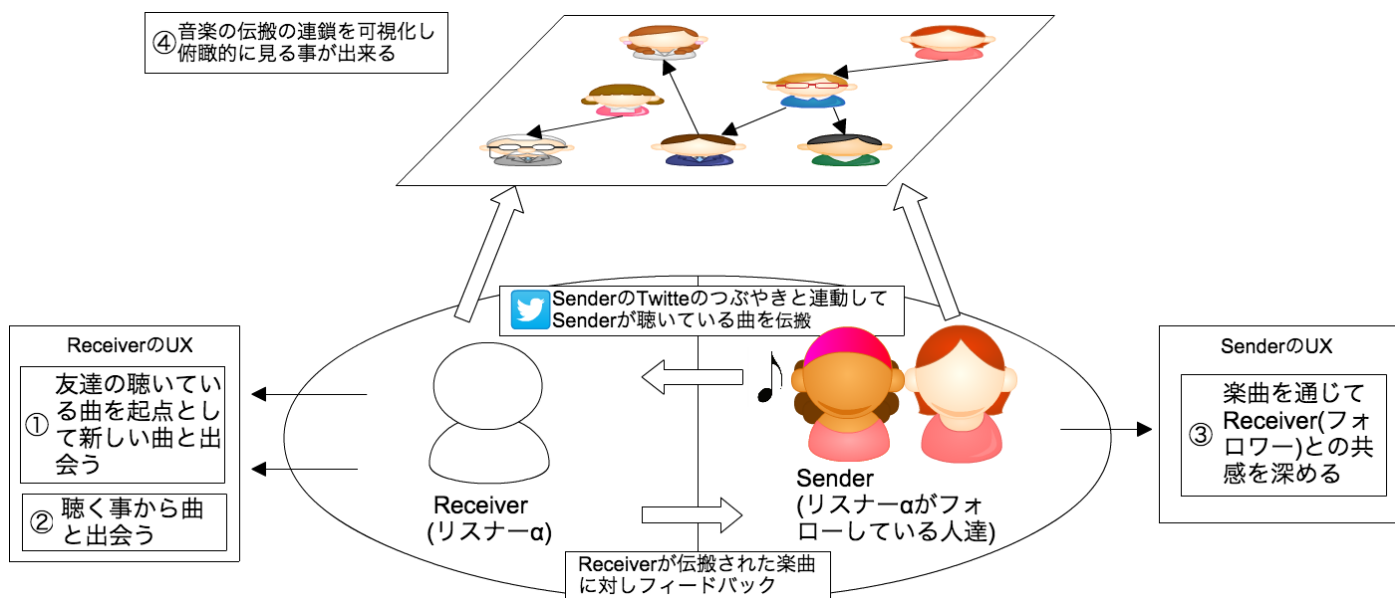


図 1 サービスコンセプトとステークホルダ

Twimu : What are you listening now on Twitter?
 Yoshihiro Kawashima[†], Hiroki Okazaki[‡], Noriyuki Kamibayashi^{‡†}
[†]Graduate School of Tokyo University of Technology
[‡]Teshigoto-Lab, ^{‡†}Tokyo University of Technology

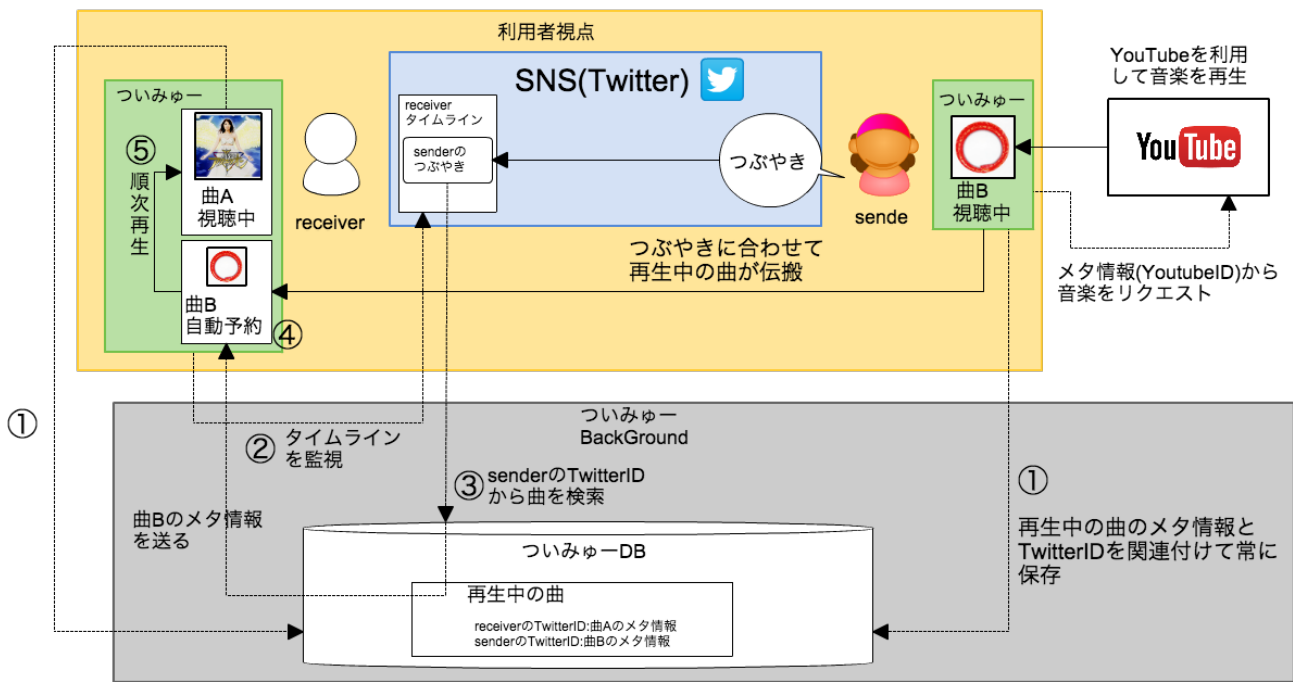


図2 「ついでみゅーVer1.0」機能と実現方法

2.2 Sender の UX

③ 楽曲を通じて Receiver (フォロワー) との共感を深める

Receiver が、送られてきた曲に対し「いいね」やプレイリストに追加した場合、その情報は曲を送った Sender 側にフィードバックされる。

Receiver が同じ曲を好きだと言った共感を深める事が出来、コミュニケーションのきっかけになる。[図 1③]

2.3 連続した伝搬による音楽ネットワークの構築

④ 音楽の伝搬の連鎖を可視化し、俯瞰的に見る事が出来る

同じ楽曲を連続して拡散する事で、音楽と人とのネットワークが生まれる。このネットワーク可視化することで、流した曲又は流れてきた曲のたどった道筋を俯瞰的に見る事が出来る。[図 1④]

3. ついでみゅーver1.0 の実現

「ついでみゅー」では、音楽プレイヤーとしてプレイリストを作成し音楽を聴く事が出来る。利用者の友達が聴いている音楽は、利用者の音楽再生中に、次の曲に自動挿入される。2.1②の環境を作った。以下は本サービスの実現方法である。尚、今回実装したついでみゅーでは「YouTube」を曲のリソースとして利用している。

- 「ついでみゅー」では聴いている音楽のメタ情報は常にデータベース上に保蔵される。[図 2①]
- Receiver は自分の Twitter タイムラインを定期的に監視している。[図 2②]

- Receiver は Twitter タイムライン上に Sender のつぶやきが合った場合、データベースに TwitterID から Sender が聴いている曲のメタ情報を取得する。[図 2③]
- Receiver は、今聴いている曲の次の曲に、取得したメタ情報から Sender が聴いていた音楽を予約する。[図 2④]
- Receiver は今聴いている音楽が終了し次第 Sender が聴いていた音楽を聴く事が出来る。[図 2⑤]

4. おわりに

本研究では、ついでみゅーの提案とついでみゅー Ver1.0 の実装を行った。

ついでみゅーには、ついでみゅー利用者に大しての体験価値の他に、音楽ファンが音楽を聴くだけで、曲を広めるということで、新たな音楽の PR 方法としても期待を寄せている。

今回は、曲のリソースとして「YouTube」を取り入れたが、最終的な目標として、新しい音楽形態であるサブスクリプション型音楽サービスの枠組みに取り入れたいと考えている。

課題として、音楽のネットワークを可視化をする機能を実装がある。今後の方針として、

参考文献

- [1]株式会社バルク (2014), 「バルクマーケティングリサーチサービス Vol.86 音楽に関する調査」, <<http://www.vlcan.com/mr/report/086>>(2014/12/20 アクセス)
 [2]安藤幸央(2008), 「Digital Gadget#102 世界中の独り言 Twitter で今を知る」, <<http://digitalgadget.jp/dg102.html>>(2014/01/08 アクセス)