

スマートフォンユーザのライフスタイルに最適化した 「暇つぶし」アプリケーションの提案

東洋大学 総合情報学部

范自然 藤本貴之

現在のスマートフォンユーザのライフスタイルにおいて、最も必要とされる「暇つぶし」という需要に焦点を当てる。今までに「暇つぶし」アプリケーションに関する客観的な定義がなく、ユーザのニーズに適応した「暇つぶし」アプリケーションの条件・要素も明らかにされていない。そこで本研究は、現代社会におけるスマートフォン利用環境を踏まえ、ユーザのライフスタイルを考察し、「暇つぶし」アプリケーションの客観的な定義を提案する。また、アプリケーションを実際に試作し、実装する。

Proposal of the Killing Time Application for optimize the Life Style of Smartphone Users

Toyo University

Faculty of Information Sciences and Arts

Ziran Fan Takayuki Fujimoto

In the current, the Killing time application is most needed by the smartphone users. But, there is no objective definition of the Killing time application and the conditions of the Killing time application have also not been disclosed. In this thesis, I made a survey about the smartphone usage environment of society and the life style of smartphone users. Then, I will try to show you the objective definition of the Killing time application based on that results with the sample application.

1. はじめに

近年、スマートフォンが急速に普及している。場所や時間を問わず、スマートフォンを片手にして何かを操作している人々の様子は、もともと日常的な光景の一つになっている。通話のもとより、メールやWEBページの閲覧、ゲームやSNSなど、多種多様なアプリケーションを具備したスマートフォンを使用することで、我々の生活はより便利になっている。

多くのスマートフォンユーザにとって、スマートフォンの利用スタイルの多くが、「暇な空き時間」における「暇つぶし」となっている。例えば、待ち合わせでの待ち時間、電車内での移動時間、授業の合間などのような「暇な空き時間」を、スマートフォンを利用することによって消費することが多い。財布や身分証明書以上に携帯性が高く、いつでもどこでも手軽に高機能を利用できるスマートフォンは、「暇な時間」の消費利用には適しているからである。

そのようなユーザのライフスタイルの需要に応じて、スマートフォンの特性を活かした、いわゆる「暇つぶし」アプリケーションが数多くリリースされている。いわゆる「ヒットアプリ」とされる人気アプリケーションの多くが、そ

ういった暇つぶしのために利用されるミニゲームやコンテンツであることが多い。また、ヒットアプリを生み出すために多くのデベロッパーが様々な「暇つぶしアプリ」を企画・開発している。しかしながら「暇つぶし」のためのアプリケーションと言っても、その定義は明確ではない。ユーザの主観的な感覚として、「暇つぶしに適しているであろう」と思えるだけであって、必ずしも客観的な定義があるわけではない。もちろん、利用状況が変化すれば、その適正も異なる。

「暇つぶし」アプリケーションは、今日のスマートフォンユーザにおける最も高いニーズにある分野ではあるものの、これまで明瞭に定義されず、「暇つぶし」アプリケーションとしての客観性を判断するための必要条件・要素も明らかにされていない。

そこで本研究では、現在の日本における、スマートフォンの利用状況を踏まえ、ユーザのライフスタイルを分析し、「暇つぶし」アプリケーションの客観的な定義を試みる。そこから、「暇つぶし」アプリケーションの必要条件・要素を明白にし、スマートフォンユーザのライフスタイルに最適化した「暇つぶし」アプリケーションを提案し、試作する。

2. 研究の背景

今日、スマートフォンは極めて高い普及率を持ち、中高生を中心に、初めて保有する携帯電話がスマートフォンとなる世代も急増している。内閣府の「主要耐久消費財等の普及率(一般世帯)」2015年3月の報告によれば、携帯電話の普及率が94.4%に対し、スマートフォンの普及率は60.6%にまで至っている。また、総務省の「平成25年通信利用動向調査の結果」によれば、スマートフォンの個人保有率においては、若年層ほど保有率が高く、20代の保有率が83.7%であり、それに続いて二番目の高い保有率が30代の72.1%である。今後では、老年層や若年層における普及及び利用者数の増加も見られ、日本社会におけるスマートフォンの普及に伴って、ユーザ層が現在よりも一層拡大すると見込まれている。

3. 研究の動機

スマートフォンが高度に普及している日本では、ユーザ層の拡大、スマートフォン利用環境の変化、スマートフォン及びアプリケーション開発に関する技術の進化などによって、ユーザのライフスタイルも一層複雑になっている。

スマートフォンを利用している10代~60代の男女960名を調査対象とした株式会社ジャストシステム「スマートフォンとライフスタイルの変化に関するアンケート調査」によれば、スマートフォンのユーザは一日の利用内訳では、ゲームアプリケーションを利用することが最も多く、年代平均時間は63.8分となっている。また、LINEやFacebookなどでのソーシャル・コミュニケーションの利用やインターネットコンテンツ閲覧の利用も多く、それらの利用に使う時間は平均1日57.1分である。特にユーザの年齢層が若いほど、スマートフォンの利用時間は増加する傾向が見られる。

スマートフォンは従来の音声通話をメイン機能とした携帯電話と違い、アプリケーションの数だけそれぞれ異なる利用方法を持つことになる。同社の、「アプリケーション利用用途に関する調査」によれば、スマートフォンユーザはスマートフォンを利用するのに当たり、「特に目的は無いが暇つぶしに面白い動画を見たり、ゴシップサイトを閲覧したり、ゲームをしたり、ショッピングサイトなどを閲覧する」という、いわゆる「暇つぶし」のためにスマートフォンを利用することが最も多く、18.5%の比率となっている。

すなわち、今日のスマートフォンユーザの利用スタイルにおいて「暇つぶし」が最も共通して必要されている目的のひとつであると考えられる。

今日のスマートフォンユーザは、一体どのような「暇」をつぶすためにスマートフォンを利用しているだろうか。同調査によれば、今日のスマートフォンユーザは電車に乗

る時間を消費するためにスマートフォンを利用する傾向が最も多く見られている。

これらの調査の結果から、今日のスマートフォンユーザは、「暇つぶし」のためにスマートフォンを利用することが最も多く、その中でも特に、電車に乗っている時の移動時間中での「暇つぶし」となっている。従来であれば、新聞や雑誌などを読んで電車での移動時間を過ごすことが多かったはずであるが、スマートフォンの普及とそれに伴う情報環境・ライフスタイルの急激な変化により、スマートフォンがそれらの代わりとなっている。

本研究は、現在のスマートフォンユーザの最大のニーズの一つである「電車の移動中での暇つぶし」という役割に注目し、その利用に期するスマートフォンアプリケーションを提案する。

4. 研究の目的

4.1 「暇つぶし」とは

「暇つぶし」とは、「時間的余裕が生じた際などに、本来要求されていない行為・作業などを実施することによって時間を消費する代替行為の一つである」と定義づけることができる。また、「暇」というのは、それぞれの状態によって異なり、どのような時間を「暇だ」と判断するかの基準や状況も人によって異なる。

4.2 電車移動中におけるスマホ利用について

前章において、スマートフォンユーザは電車に乗る時に暇な時間を消費するために、スマートフォンを利用する傾向が多いと述べた。そこには二つの要素があると考えられる。

まず第一に、社会的な環境である。日本での主要な交通手段は電車である。日々の通勤・通学や外出の際に電車を利用することは、他の公共交通機関と比べても多い。通勤先や通学先の決定要因として「電車に通える範囲」を基準に考える人は多い。それに加え、通勤・通学のラッシュ時など、狭くなることも多い日本の電車内の環境も、片手に収まる小さなスマートフォンを利用するのに適している。

第二は、今日の我々のライフスタイルである。行く場所もないのに「電車が好きだからとりあえず電車に乗ろう」と考えて毎日電車に乗っている人はあまりにいない。あくまでも電車は移動手段である。いわば、移動中の電車内とは目的地に行くまで消費しなければならない「無駄な時間」となっている。電車に乗った瞬間から、事故のような特別な事情が発生しない限り、乗客ができることは、ただ目的地に着くのを待つことだけである。すなわち、我々の日常生活において、電車に乗っている時間とは、移動以外の目的を持たない最も余裕のある時間であり、その時間を消費するためには意図的に何かをしなければならないのである。

そのような暇な時間に、今日、人々が何をしているのかといえば、圧倒的に多くの人がスマートフォンを利用しているはずである。情報の収集だけではなく、ゲーム、コミュニケーション、インターネットコンテンツの利用、スケジュール管理など、スマートフォンができることは、従来電車内で行ってきたあらゆることに比べて圧倒的に豊かである。そのような観点から電車内での暇な時間の消費のためのツールとしては、スマートフォンが最も適していると考えられる。

5. 「暇な時間」について

「暇つぶしアプリケーション」には大きなニーズと市場があるにもかかわらず、その明確な客観的定義は著者らが知る限り存在していない。そこで本研究では、日本の社会におけるスマートフォン利用環境とスマートフォンユーザのライフスタイルを踏まえ「暇つぶしアプリケーション」の定義について検討し、提案する。

前述のように、「暇」という概念は、人それぞれの状態によって異なっている。しかしながら、「目的地へと移動する」ための手段にすぎない電車の利用と、そこで目的地に到着するまでの移動時間は、誰にとっても共通して「暇」である。電車での通勤・通学など移動中の暇な時間を有効に利用することが勉強や仕事の効率化のためのテクニックの一つにもなっている。電車での移動中の時間は、ほとんどの日本人にとって不可避な「暇」な時間となっている。本研究では、「暇をつぶす」ためのアプリケーションとして、電車での移動時間に着目した。

「暇」と感じる人間の状態や感覚は相対的であるが、電車の走行時間は常に絶対的であり、一定である。電車に乗っている時間が5分だとすれば、その人が受け入れなければならない「暇な時間」は必ず5分の範囲に限られる。よほどでなければ、電車を降りた瞬間から何がしかの目的やタスクが発生するからである。

本稿では、東京都内にある36本の主要路線の電車の走行時間を調べ、それぞれの路線において、一駅にあたる電車の走行時間を調査した(表1, 表2)。すなわち、表に示された時間は、何かをしなければ、乗客にとっては「暇な時間」であることがわかる。調査により、都内主要路線の一駅分の平均走行時間は約2.45分であることが分かった。

もちろん、ユーザは常に一駅で電車を降りるわけがないが、その約2分半の時間は、ユーザにとって「暇」とされる時間の最小の単位である。仮にユーザが3駅分を乗り続けるとすれば、2.45分の時間を3回くり返すことで、平均的な「暇な時間」を算出することができる。

本研究では、最もニーズが高いと考えられる暇つぶしである「電車移動中での暇つぶし」を実現するためには、2つの方法があると考えられる。まず第一が、従来の新聞や雑誌

の購読によって行われてきた「暇つぶし」である。つまり、ニュースサイトや情報サイトなどの閲覧によって、暇をつぶすことである。第二に、ゲームやゲーム感覚で楽しむことができるエンターテインメントアプリケーションによって暇をつぶす、という手法である。

表1. 東京都内にある主要電車路線の一駅の平均走行時間

路線名	駅数	一駅の平均走行時間(分)
都営浅草線	20	1.84
都営三田線	27	2.00
都営新宿線	8	4.14
都営大江戸線	11	2.10
都電荒川線	30	1.83
東京メトロ銀座線	19	1.78
東京メトロ丸ノ内線	25	2.04
東京メトロ日比谷線	21	2.15
東京メトロ東西線	23	2.32
東京メトロ千代田線	19	2.17
東京メトロ有楽町線	24	2.22
東京メトロ半蔵門線	14	2.31
東京メトロ南北線	19	2.17
東京メトロ副都心線	16	2.33
JR山手線	29	2.18
JR南武線	26	2.27
JR中央線	14	4.54
JR中央総武線	20	2.58
JR青梅線[立川~青梅]	13	2.67
JR青梅線[青梅~奥多摩]	25	3.00
JR五日市線	7	2.83
西武池袋線	13	3.92
西武国分寺線	5	2.00
西武西武園線	2	3.00
西武新宿線	17	3.81
西武多摩川線	6	2.40
西武多摩湖線	7	2.83
西武豊島線	2	2.00
西武有楽町線	3	2.50
西武拝島線	8	3.00
東武亀戸線	5	1.75
東武東上線	24	2.22
東武大師線	2	2.00
小田急小田原線	20	4.63
東京モノレール線	11	2.50
りんかい線	8	2.71

画面下部へと落ちてゆく。画面下部の赤い帯部分に接触した段階で、ゲームオーバーとなる。ユーザはプレイヤキャラクターをタップすることで、画面内を飛び上がる。飛び上がりの程度は、タップするスピードや強さによって変化する。強く・早くタップしすぎると、キャラクターは画面上部にまで達してしまうが、ここにある赤い帯部分に接触すると、下部と同様にゲームオーバーとなる。

ユーザはキャラクターが下部に落ちないように、そして上部に行き過ぎないように、絶妙なタイミングと強さでキャラクターの位置を維持させることでゲームが進行する。

画面右からは「障害物」が流れてくる。これを画面中での維持をしながら、接触しないように、ジャンプして回避してゆく。障害物との接触によってもゲームオーバーとなる。

画面下部・画面上部・2つの障害物の3つを回避しながら、2分45秒を継続させることが本ゲームの構造である。

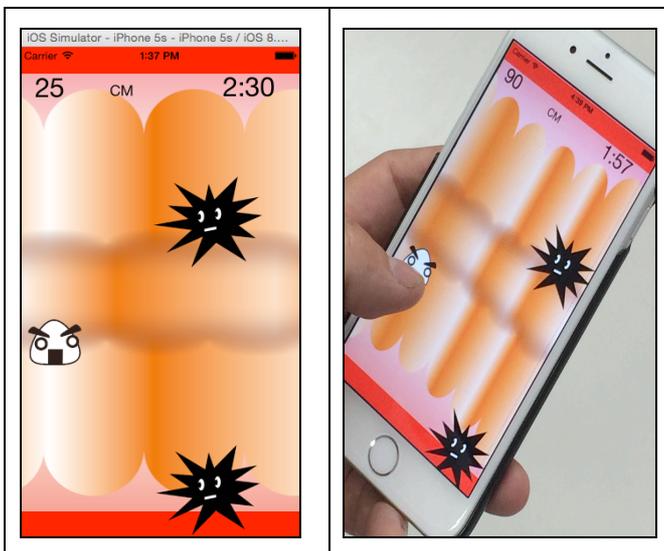


図 1. 試作アプリの画面(1)

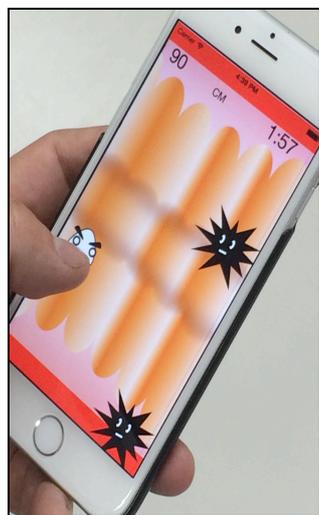


図 2. 操作中の画面(2)

7. 考察

7.1 研究のまとめ

スマートフォンユーザは、「暇つぶし」を目的としてスマートフォンを使用することが最も多いが、現段階では、「暇つぶし」アプリケーションに関する明確な定義がなく、ユーザのライフスタイルに最適化したアプリケーションが存在していない。

本研究では、現在のスマートフォンユーザのライフスタイルを考察することによって、ユーザのニーズを把握し、それを分析することで、「暇つぶし」を目的とするスマートフォンの利用に適応したアプリケーションを提案する。

現在のスマートフォンユーザが最も利用しているアプリケーションはゲームであり、また、ユーザは電車に乗っている際にスマートフォンを使用して暇な時間を消費する傾

向が最も見られる。

日本社会におけるスマートフォン利用状況を考察するにあたって、東京都内の主要電車路線における一駅分の平均走行時間を調べることによって、ユーザが「暇つぶし」を目的としたスマートフォンを使用する際においての、最小単位を定めることができた。そして研究の内容に基づいて、「暇つぶし」アプリケーションとは、時間を消費することを前提目的とした上、2分半以内で何かの成果に繋がり、ユーザを満足させることが可能なアプリケーションだと、定義することができた。

研究の内容を取り込み、ユーザのライフスタイルにマッチする条件・要素を如何に満たせるかを考え、「暇つぶし」を目的としたアプリケーションを提案することができた。

7.2 今後の課題

今後の課題としての一つは、アプリケーションに関する実態調査である。本研究で提案した「暇つぶし」アプリケーションを利用することによって、ユーザはライフスタイルにおいては、実際にどれほどの効果があったかを調査する必要がある。まだ、その調査の結果に基づいて、研究の改善や調整などを行う。

本研究は、今までにない、スマートフォンユーザのライフスタイルに最適化した「暇つぶし」アプリケーションを提案することによって、アプリケーション業界に新たな発展の可能性を示したいと考える。本研究によって、どのような影響を与えられたかを続いて、考察する必要がある。

参考文献

- 1) 内閣府:「主要耐久消費財等の普及率(一般世帯)」2015.3.
- 2) 総務省:「平成25年通信利用動向調査の結果」2014.6.
- 3) 2014.7-8 アプリ市場,
<http://appmarketinglabo.net/appmarket2014/>
- 4) 株式会社D2C:「マルチデバイス利用動向の調査」2013.5.
- 5) AppStudioz:「Mobile App trends Worldwide 2014」2014.6.
- 6) 株式会社ジャストシステム:「スマートフォンとライフスタイルの変化に関するアンケート調査」2014.12.17/2013.10.
- 7) えきから時刻表, <http://www.ekikara.jp/top.htm>
- 8) YAHOO! JAPAN 路線, <http://transit.loco.yahoo.co.jp>