

報道関係者各位

2015年3月11日 発行

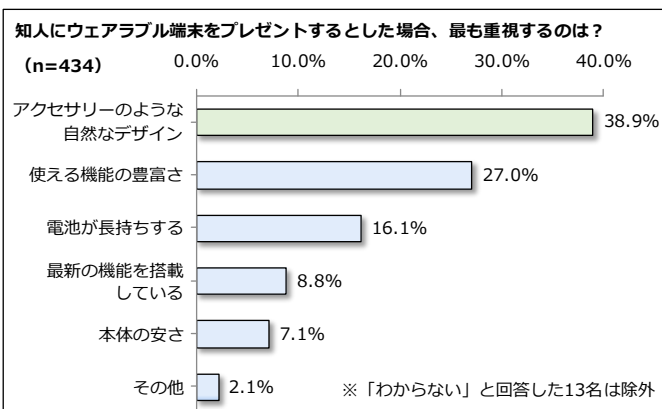
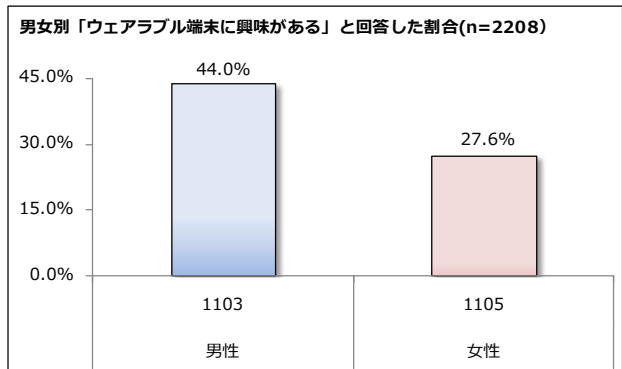
～株式会社リクルートテクノロジーズ、ウェアラブル端末の使用用途をアンケート～
ウェアラブルに求めるもの、「デザイン性」が38.9%で1位
 期待する用途、男性は「ビジネス」、女性は「ヘルスケア」が人気

株式会社リクルートテクノロジーズ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:中尾隆一郎、以下:リクルートテクノロジーズ)は2015年2月、ウェアラブル端末の使用用途についてアンケートを実施しました。本調査は、一般の生活者がどのようなウェアラブル端末を求めているのかを把握し、今後の研究開発の方向性を知ることを目的としています。

① ウェアラブル端末を贈るなら、最も重視するのは男女ともに「デザイン性」—外出先での使用を想定か

20代～40代の男女2,208名に対し、「ウェアラブル端末に興味があるか」を聞いたところ、男性は44.0%、女性は27.6%が「興味がある」と回答しました。男性が女性を16.4ポイント上回る結果となり、ウェアラブル端末への注目度に男女差があることがうかがえます。

上記回答者のうち、「興味がある」と回答した男性226名、女性221名の計447名に対し、ウェアラブル端末の用途に関するアンケートを実施しました。

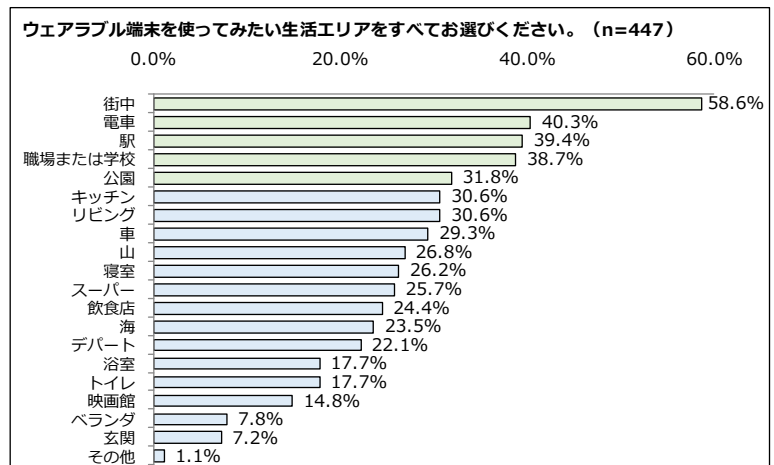


「知人にウェアラブル端末をプレゼントするとした場合、最も重視するポイント」を聞いたところ、「アクセサリのような自然なデザイン」という回答が38.9%で1位となり、「使える機能の豊富さ」や「電池が長持ちする」などの項目を上回りました。

「デザイン性」を重視する理由としては、「さりげなく着けれ、服にも合わせやすい」、「ごっこしているものをつけるのはかっこ悪い」といった声が多く聞かれ、ウェアラブル端末を単なる「機械(デバイス)」としてだけでなく、「ファッションの一部」として認識している人が多いと考えられます。

同様に、「ウェアラブル端末を利用したい生活エリア」について聞いたところ、1位「街中」、2位「電車」、3位「駅」、4位「職場・学校」、5位「公園」と、トップ5がすべて外出先という結果になりました。

「自宅よりも外出先で使いたい人が多い」という傾向が、「人の目にどう写るか」つまりは「デザイン性」を重視したい生活者の意向につながっている可能性があります。



② ウェアラブルに最も期待する用途、男性は「仕事で役立つアプリ」、女性は「健康や運動をサポートするアプリ」

男性			女性		
1位	仕事で役立つアプリ	59.7%	1位	運動や健康をサポートするアプリ	57.5%
2位	通勤中に使えるアプリ	57.5%	2位	家事に役立つアプリ	53.8%
2位	運動や健康をサポートするアプリ	57.5%	3位	通勤中に使えるアプリ	51.1%
4位	レジャーを楽しむアプリ	51.8%	4位	レジャーを楽しむアプリ	45.2%
5位	家事に役立つアプリ	27.4%	5位	仕事で役立つアプリ	42.1%
6位	子供と遊べるアプリ	16.4%	6位	子供と遊べるアプリ	14.9%

また、「ウェアラブル端末に期待したいアプリ」を聞いたところ、男性は「仕事で役立つアプリ」、「通勤中に使えるアプリ」が上位に入るなど、ビジネスシーンでの用途を期待する声が多い結果となりました。一方女性は、「運動や健康をサポートするアプリ」、「家事に役立つアプリ」が上位に入り、家庭での使用やヘルスケアに関わる用途を望む傾向が見られました。

今後「デザイン性」を重視したウェアラブル端末を開発していく場合、男性には、“ビジネスシーンに溶けこむようなデザイン”、女性には、“家庭や普段の生活シーンで身につけやすいようなデザイン”が好まれると考えられます。

③ 現役女子大生とアクセサリ型ウェアラブルを開発 —リクルートテクノロジーズの取組み

リクルートテクノロジーズでは、ウェアラブル端末やスマートデバイスを初め、最新技術を用いた独自の研究開発を行っています。既存の技術を使ってシステムを開発・運用するだけでなく、新しい技術を開拓したり次のトレンドをいち早く察知したりする中で、本来のサービスに活かせるソリューションを生み出すことが重要であると考えています。

最近では現役女子大生と共同でアクセサリ型のウェアラブル端末を開発したり、2014年3月には最新技術を実用化した未来レストランを実施したりと、「先端技術の実用化」の可能性を探る実証実験を実施しています。

◆ 女子大生がデザインした、オシャレな新型ウェアラブル発表会を開催
デザイン案(イメージ)


ウェアラブル端末に関する取組みの一環として2015年3月17日18時より、渋谷にある「TECH LAB PAAK」にて、メディア関係者向けに新型ウェアラブル端末の発表会および体験イベント「私たちがプロデュース！～女の子のためのスマートアクセサリ」を実施します。

これまで機能面にフォーカスしたウェアラブル製品は数多く発表されてきたものの、ユーザー目線で「女性がアクセサリ感覚で身につけられる」ウェアラブル端末は少数でした。そこで、リクルートテクノロジーズが独自に開発したウェアラブル端末を、「Rikejo 製作所 by 講談社」所属の現役女子大生がデザイン。ファッションに敏感な現役女子大生の声をじかに取り入れることにより、女性が「アクセサリとして身につけたい」と思うような、今までにないデザイン性を追求しています。

◆ ウェアラブル端末で未来レストラン

最新のテクノロジーを活用するとどんなサービスが実現できるのか、レストランを題材に実験検証しました。スマートグラスを通じて目の前の空間に AR^{*1} メニューを表示・手元のスマートフォンでメニュー表示から会計まで実現・Kinect^{*2} で手の動きを認識して注文、といった顧客向けサービスの他、スマートグラスの顔面認証により顧客のプロフィールや過去の注文を表示させる等、店員によるサービス向上を目的とした活用法も紹介しました。

※1 目の前のテーブルに仮想のコップが置いてあるかのように見せるなど、人間から見える現実世界を拡張する技術。

※2 手を挙げる動作を認識するなど、ジェスチャー・音声認識によって操作できるデバイス。マイクロソフトから発売されている。



◆ 女性向けウェアラブルデバイス「Lily(リリー)」を開発

2014年6月、女性をターゲットにしたデバイス Lily を開発しました。デザイン性を高める一方、機能をシンプルに抑えたモデルであり、スマートフォンと Bluetooth で連動させ、“着信がきたら振動する”・“スマートフォンを置き忘れたらランプが光る”などの機能を実現できます。上記3月17日のプロジェクトでは Lily の機能をベースに、「女性が身につけたいくなるようなデザイン性」をさらに追求することを目指しました。

◇ 調査概要

- 調査方法: インターネットリサーチ
- 実施期間: 2015年2月12日(木)~2015年2月13日(金)
- 調査対象
 - 居住地: 全国
 - 性別: 男女
 - 年齢: 20代~40代
 - 人数: アンケート① 2,208サンプル (男性:1,103名、女性:1,105名)
アンケート② 447サンプル (男性:226名、女性:221名)

◇ 会社概要

株式会社リクルートテクノロジーズは、リクルートグループのビジネスにおける IT・ネットマーケティングテクノロジーの 開発・提供を行う機能会社です。IT・ネットマーケティング領域の専門力・イノベーション力で、リクルートグループのビジネスを進化させることがミッションであり、「次世代技術の R&D・新ソリューションの開拓」「ビジネスの実装」といったテーマに取り組んでいます。

- 社名: 株式会社リクルートテクノロジーズ
- 設立: 2012年10月1日
- 資本金: 1億円
- 従業員数: 321名(2014年11月1日現在)
- 事業内容: IT・ネットマーケティングテクノロジーの 開発・提供
- Web サイト: <http://recruit-tech.co.jp/>

本件に関する報道関係様からのお問合せ先

株式会社リクルートテクノロジーズ PR 事務局 アウル株式会社内 大畑(オオハタ)・池田(イケダ)・大澤(オオサワ)

TEL: 03-5545-3888 FAX: 03-5545-3887 MAIL: rtc-ml@aur.co.jp

〒107-0052 東京都港区赤坂 1-7-1 赤坂榎坂森ビル 5F