

以下のタイムパフォーマンスに関する議論を踏まえ、大学の学びはどのようなものであるべきか、800字程度で述べてください。

倍速な時代（下）＝趣味も食事も、効率重視 コンテンツ短命化、懸念

時間を最大限有意義に使うタイムパフォーマンス（タイパ）を意識する人々。何事も「効率よく」という思いは動画視聴や大学の講義、食生活にも及んでいる。

熊本大の女子学生（20）は、新型コロナウイルスの影響で昨年度まで多かった大学のオンライン配信の講義を1.5～2倍速で視聴していた。動画投稿サイト「ユーチューブ」も同様。食事や風呂など場所を問わずテレビやスマートフォンなどを使い分け、“ながら見”を繰り返している。

若者の間では、せりふがない場面は早送りする“飛ばし見”は当たり前。10分ほどに短くまとめた違法な「ファスト映画」が広がった背景にも、タイパを重視するライフスタイルの浸透があったとみられる。

限られた時間で多くのコンテンツを視聴することに喜びを見出す女子学生。「多くの情報を得られた満足感がある上、余計なことを考えなくなるため日ごろの悩みからも解放される」と明かす。

タイパの影響はコンテンツ視聴にとどまらない。お湯を注ぐだけで必要な栄養素が摂れる日清食品の「完全メシ」（10種類）は、5月の販売開始から5カ月で500万食売れた。同社広報はヒットの要因を「調理に手間暇かけることなく、一品で栄養バランスを整えられることが受け入れられた」と分析する。

同大の別の女子学生（21）は食事の配達サービスも頻繁に頼む。「食べる量は少ないのに、毎回料理する時間をもったいない。浮いた時間でサークル活動や勉強ができる」。20代の男性会社員も「店に行って料理を待つ時間があれば、家で動画を見ていた方がいい」と言い切る。

市場調査会社クロス・マーケティングによる昨年3月の調査（20～69歳の男女1100人）では、34.4%が動画コンテンツを倍速視聴したことがあると回答。年代別では20代が半数近くで、30代以上も30%前後あった。セイコーホールディングスの調査でも、オンライン講義の倍速視聴は半数を超えた。書籍1冊を10分で読めるように要約したインターネットサービスも登場している。

タイパを志向する消費者について、青山学院大の久保田進彦〔ゆきひこ〕教授（マーケティング）は、デジタル化が進んだことで、物事の切り替えが容易になったことが背景にあるとみる。

タイパには、子育てや仕事で必要に迫られて時間効率を上げる「時短型」と、一定時間でより多くのものを楽しみたい「バラエティー型」の2種類があり、若い世代に広がっているのは後者と指摘。「例えば音楽はCDから（インターネットに接続して再生する）ストリーミング再生に代わり、手間なく一瞬で曲を変えられるようになった。デジタルネイティブの世代は、映画やショッピングでも同じようにツールを使いこなし、時間効率を上げている」と解説する。

一方で、コンテンツが次々と消費されていくことで作品そのものが短命化する懸念もある。久保田教授は「人類が効率性を求めて生きるのは今も昔も同じで、タイパを重視するのも自然な話。じっくりと作品を鑑賞したいのか、表面上の知識だけでもいいのか。本人の中で使い分けることが大切なのは」と強調した。