

Title	Fiction Stylist : 小説が好きな人には新しい服との出会い、アパレル店員には新たなお客さんとの出会いを与えるSNSのデザイン
Sub Title	Fiction Stylist : a social networking service that gives chances of encountering new clothes for novel lovers, and encountering new customer for salesclerks.
Author	安藤, 紘(Ando, Ko) 奥出, 直人(Okude, Naohito)
Publisher	慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科
Publication year	2013
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2013年度メディアデザイン学 第292号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002013-0292">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002013-0292</a>

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

修士論文 2013年度（平成25年度）

Fiction Stylist :

小説が好きな人には新しい服との出会い、  
アパレル店員には新たなお客さんとの出会い  
を与えるSNSのデザイン

慶應義塾大学大学院  
メディアデザイン研究科

安藤 紘

本論文は慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科に  
修士(メディアデザイン学) 授与の要件として提出した修士論文である。

安藤 紘

審査委員：

奥出 直人 教授 (主査)

砂原 秀樹 教授 (副査)

石倉 洋子 教授 (副査)

修士論文 2013年度（平成25年度）

Fiction Stylist :

小説が好きな人には新しい服との出会い、  
アパレル店員には新たなお客さんとの出会いを与える  
SNSのデザイン

カテゴリー：デザイン

論文要旨

本論文では、自分を表現する服を知らない小説好きにとって、世界観の合うアパレル店員が見つかるSNS「Fiction Stylist」について述べる。Fiction Stylistでは、小説好きが好きな小説の文章を通して自己表現をする。そして、その文章に合うコーディネートのアパレル店員が提案する。その提案から気になる店員を見つけて、提案に対して返信、またはメッセージを通じて、アパレル店員とコミュニケーションをとる。この経験は、自分を表現する服を知らない小説好きにとっては、自分を服で表現してくれそうな店員さんを店に足を運ぶ前に見つけることができる。アパレル店員にとっては、今までお店に足を運んでくれないと出会えなかったお客さんと出会えるようになる。本研究ではFiction Stylistを実現するために、読書会、セレクトショップの民族誌調査を行い、実装に至った。実装を行ったFiction Stylistを用いて、小説好きとアパレル店員を通してユーザスタディを行い、その有効性が実証された。

キーワード：

小説好き, アパレル店員, 好きな文章, コーディネート, SNS

慶應義塾大学大学院 メディアデザイン研究科

安藤 紘

Abstract of Master's Thesis of Academic Year 2013

Fiction Stylist :

A Social Networking Service that Gives Chances of  
Encountering New Clothes for Novel Lovers, and  
Encountering New Customer for Salesclerks.

Category: Design

Summary

This essay is written about a social networking service, Fiction Stylist, that allows novel lovers who don't know fashion to express themselves to find salesclerks who has common sense. In Fiction Stylist, novel lovers express themselves through their favorite sentences. Then, salesclerks suggest coordinates that match those sentences. Novel lovers pick from those suggestions and communicate through messages with the salesclerks. This experience let novel lovers find salesclerks who can help expressing themselves through fashion before visiting shops. Salesclerks also can encounter customers who haven't visited their shops ever. This research was implemented based on ethnography investigation at Dokusho-kai (Reading Club) and select shops. Using Fiction Stylist, user study of novel lovers and salesclerks was conducted and it could prove the effectiveness for them.

Keywords:

Novel Lovers, Salesclerks, SNS, Favorite Sentences, Coordinates

Graduate School of Media Design, Keio University

Koh Ando

# 目 次

第1章 序論	1
注	5
第2章 関連研究	6
2.1. ファッション	6
精神現象学とファッション	6
服を着る人の性格	7
アパレル店員と顧客の関係	8
2.2. 小説と感情	10
読書と自己意識	10
読後の感情	10
小説の文章と感情分析	11
2.3. 人のつながりを創造するソフトウェア	12
知識共有コミュニティ	12
貢献制度	13
消極的な人の交流促進	13
2.4. 本論文が貢献する領域	14
第3章 デザイン	17
3.1. コンセプト	17
3.2. 民族誌調査とモデリング	20
読書会の民族誌調査の実施	20
セレクトショップの民族誌調査の実施	28
ペルソナ	32

3.3.	アイディエーション	36
	初期アイデア	36
	プロトタイプ	36
3.4.	ペルソナ	38
3.5.	設計	40
	フレームワーク	40
	キープスシナリオ	41
3.6.	実装	44
	機能	44
	システム構成	46
	プログラム	47
	インターフェースデザイン	48
	コンセプトの全体像	61
<b>第4章 検証</b>		<b>62</b>
4.1.	ユーザスタディ	62
4.2.	検証結果	65
4.3.	ケース1～店員の考えに強く共感	66
	小説好き・nokaさん(女性)12月10日	69
	アパレル店員・女性Kさん(女性)12月16日	69
	提案に対する小説好き・nokaさん(女性)の返信	69
	分析結果	69
4.4.	ケース2～知らなかった服の組み合わせに興奮	71
	小説好き・kisswaiさん(男性)12月9日	73
	アパレル店員・y-heiさん(男性)12月12日	73
	アパレル店員・y-heiさん(男性)12月12日	73
	分析結果	73
4.5.	ケース3～コーディネートをそのまま真似したい	74
	小説好き・gansukeさん(男性)12月8日	76
	アパレル店員・iwa-buchiさん(男性)12月13日	76

提案に対する小説好き・gansukeさん(男性)の返信 . . . . .	76
分析結果 . . . . .	76
4.6. ケース4～新しい世界の扉が開いたコーディネート . . . . .	77
小説好き・tnnnk.ktkrさん(女性)12月9日 . . . . .	79
アパレル店員・mamiさん(女性)12月11日 . . . . .	79
提案に対する小説好き・tnnnk.ktkrさん(女性)の返信 . . . . .	79
分析結果 . . . . .	79
4.7. ケース5～夏を冬服で表現されていて、感動！ . . . . .	80
小説好き・Aさん(女性)12月10日 . . . . .	80
アパレル店員・Kさん(女性)12月11日 . . . . .	80
提案に対する小説好き・Aさん(女性)の返信 . . . . .	80
小説好きのインタビューより . . . . .	86
アパレル店員のインタビューより . . . . .	89
二人のインタビューを通して . . . . .	91
4.8. 考察 . . . . .	92
小説好きの考察 . . . . .	92
アパレル店員の考察 . . . . .	93
<b>第5章 結論</b> . . . . .	<b>94</b>
5.1. 結論 . . . . .	94
5.2. 今後の課題 . . . . .	95
5.3. 今後の展望 . . . . .	95
<b>謝辞</b> . . . . .	<b>97</b>
<b>参考文献</b> . . . . .	<b>98</b>



# 目 次

3.1	Fiction Stylist のコンセプト図 . . . . .	17
3.2	読書会の様子 . . . . .	21
3.3	読書会の Flow Model . . . . .	22
3.4	小説好きの読み方 . . . . .	23
3.5	セレクトショップ『Nid』 . . . . .	28
3.6	店員が小説好きに接客する様子 . . . . .	29
3.7	セレクトショップのカルチュアルモデル . . . . .	30
3.8	小説好きのペルソナ . . . . .	34
3.9	アパレル店員のペルソナ . . . . .	35
3.10	プロトタイプ . . . . .	37
3.11	キーパスシナリオ . . . . .	42
3.12	キーパスシナリオ . . . . .	43
3.13	機能一覧 . . . . .	45
3.14	システム構成図 . . . . .	46
3.15	トップページのカラム . . . . .	47
3.16	投稿ページのカラム . . . . .	47
3.17	“好きな小説の文章を投稿”ページのカラム . . . . .	48
3.18	メッセージページのカラム . . . . .	48
3.19	Fiction Stylist アクセス時の画面 . . . . .	49
3.20	トップページ . . . . .	50
3.21	トップページ . . . . .	50
3.22	投稿された文章にコーディネートが提案されている時の画面 . . . . .	51
3.23	投稿された文章にコーディネートが提案されていない時の画面 . . . . .	52

3.24	投稿された文章にコーディネートが複数提案されている時の画面 .	53
3.25	投稿された文章にコーディネートが複数提案されている時の画面 .	54
3.26	“ 使い方 ”画面 1 . . . . .	55
3.27	“ 使い方 ”画面 2 . . . . .	55
3.28	“ 使い方 ”画面 3 . . . . .	56
3.29	“ 使い方 ”画面 4 . . . . .	56
3.30	好きな小説の文章を投稿する画面 . . . . .	57
3.31	コーディネートを提案する画面 . . . . .	58
3.32	コーディネートの提案に対して、返信する画面 . . . . .	59
3.33	メッセージをやりとりする画面 . . . . .	60
3.34	メッセージをやりとりする画面 . . . . .	61
4.1	投稿内容 . . . . .	65
4.2	小説好き noka さんの投稿ページ 1 . . . . .	66
4.3	小説好き noka さんの投稿ページ 2 . . . . .	67
4.4	小説好き noka さんの投稿ページ 3 . . . . .	68
4.5	小説好き kisswai さんの投稿ページ 1 . . . . .	71
4.6	小説好き kisswai さんの投稿ページ 2 . . . . .	72
4.7	小説好き gansuke さんの投稿ページ 1 . . . . .	74
4.8	小説好き gansuke さんの投稿ページ 2 . . . . .	75
4.9	小説好き tnnnk.ktkr さんの投稿ページ 1 . . . . .	77
4.10	小説好き tnnnk.ktkr さんの投稿ページ 2 . . . . .	78
4.11	小説好き A さんの投稿ページ 1 . . . . .	81
4.12	小説好き A さんの投稿ページ 2 . . . . .	82
4.13	小説好き A さんとアパレル店員 K さんのメッセージでのやり取り 1	83
4.14	小説好き A さんとアパレル店員 K さんのメッセージでのやり取り 2	84
4.15	アパレル店員 K さんが小説好き A さんを接客する . . . . .	85
4.16	小説好き A さん . . . . .	86
4.17	アパレル店員 K さん . . . . .	89

# 第1章 序

# 論

小説が好きな人は、好きな小説があり、その中に好きな文章がある。例えば、ジャック・ケッチャム『隣の家の少女』の「苦痛とは何かを、知ったつもりになってないだろうか？」であったり、サン＝テグジュペリ『星の王子様』の「じゃあ秘密を教えるよ。とてもかんたんなことだ。ものごとはね、ここで見なくてはよく見えない。いちばん大切なことは、目に見えない」<sup>1</sup> などがある。このように、小説が好きな人はwebとのリテラシーも高く、小説の文章に対して、非常に高い感受性がある。しかし、とある小説の読書会に行ったときに、その文章に対する感受性が服には表現されていないと感じた。この人達にもし、服のコーディネーターがアドバイスをくれれば、文章に対する感受性で良質なコーディネートができると考えた。

そこで、今度は服をコーディネートする人達のことを考えた。ファストファッションではなくセレクトショップの店員さんたちがどのようにアドバイスをするのかを聞いた。渋谷のNidというお店の高橋洋平さんという方にお話を聞いたところ、相手の言葉で服を伝えるように心がけているようにしていると言っていた。例えば著者の経験であるが、クラシックな洋服が好きであり、有名なブランドではなくこだわりの強いブランドが好きな私に対して、ベージュのコートをオススメしてくれた。私が持っているアイテムでどのようにコーディネートするべきかそんな話もしてくれた。こうして、相手が欲しいと思う感情にさせるためには、店員さんが相手の言葉をしっかりと聞いて、その言葉で相手に伝えるからだといえる。

しかし、これは服好きに対してだから、成立する例である。そのために、本研究では、服で自己表現がうまくできない小説が好きな人に、心が動いた本のフレー

ズを投稿してもらい、それに見合った服をセレクトショップ店員が提示する SNS によって、小説が好きな人に服で自分を表現することの楽しさに触れさせ、ショップのファンを生み出し、購買の加速のキッカケを作る。

Fiction Stylist は、OIKOS BOOKSTORE PROJECT の一環として行なわれた。OIKOS BOOKSTORE PROJECT とは慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科 (KMD) のリアルプロジェクトであり、本や映画等、共有コンテンツを中心としたコミュニティを生み出し、飲食や関連商品の購買などの消費行動を加速させようというプロジェクトである。CAFE 運営会社である BALNIBARBI や出版社・KADOKAWA の運営する本好きのための WEB サイト「ダ・ヴィンチ電子ナビ」と協力し、実空間とサイバー空間を繋ぐことで、コミュニティが盛り上がる仕組みを作り出そうとしている。その一環として、小説好きがアパレルスタッフを通じて、新しい服に出会う場所を作ることも検討している。著者はコミュニティとして服好きと小説好きに着目し、小説好きとアパレル店員を繋げる場を提供し、小説好きが服好きになる場をデザインすることにした。本研究はこのプロジェクトの中で、小説好きが心動かされた小説の文章を用いて、アパレルスタッフとコミュニケーションできる SNS をデザインし、彼らを服好きにする。

小説好きには、オシャレな店に行くのが苦手な人が多い。しかし、心が動いた本のフレーズを投稿させると、経験のあるアパレルスタッフなら、次々とコーディネートが思い浮かぶ。したがって、小説好きが心動いた本のフレーズに対するコーディネートに好き勝手コメントできる。提案されたコーディネートに対して、実際にお店で買うことが出来れば、小説好きが買うことができる。アパレルスタッフにしても、新しい顧客ができるので、非常に優位である。したがって、小説好きとアパレルスタッフが SNS でのコミュニケーションすることで、コーディネートから世界観を共有し、服を買いたくなる。

私は Fiction Stylist を 3 つの立場の方々と共に生み出した。まず、日本最大級の読書会コミュニティである猫町倶楽部の読書会である。彼らは月に 1 回、一

冊の課題本をテーマとして定めて 200 人もの読書家を集め、小さいグループごとに読後感についてカフェや会議室で話し合っている。ファシリテーターが参加者の顔色を見ながら、話したくても話しづらそうな人に関しては、いいタイミングで話を振ってあげる。話が長くて周りがつまらなそうになっていたら、いい間でツッコミをいれる。私は彼らから盛り上がる会の仕組みを学びとった。

次に、小型のアパレルセレクトショップである。具体的には渋谷にある Nid というお店である。彼らは、2~3名のショップスタッフで店舗を運営し、相手をよく観察し、タイミングよく自ら話しかけていくことを心がけている。そして、相手の見た目と話から、その人に合った方法で、接客をする。敬語を使うべき相手には丁寧に接客をする。友達のように接客するべき相手には、タメ口で、時には遊びにになってしまうようなこともある。また、店舗内の服の配置も毎日違うというルールも彼らは持っている。いつ来ても、新鮮な気持ちで来て欲しいという思いから、そのようなことをしている。こんな努力から、確実にファンを作っている。そんな彼らからファンを獲得するために必要なことを学びとった。

最後に、株式会社バルニバービである。彼らは 32 店舗運営、年商約 60 億も稼ぐ日本の代表的な CAF 運営会社ですが、飲食業態新規参入障壁の低さに危機感を感じている。新しいハードをつくるだけでなく、カフェを利用するコミュニティを育成し、売り上げを伸ばしたいという思いから、OIKOS bookstore project と契約を結ぶことになった。私は、この WEB で盛り上がったお客さんがカフェというリアルの間でも会にも参加する仕組みを生み出していった。

本研究では、服に憧れつつも手を出せない小説好きに、心が動いた本のフレーズを投稿してもらい、それに見合った服をセレクトショップ店員が提示する SNS によって、本好きに服で自分を表現することの楽しさに触れさせ、ショップのファンを生み出し、購買の加速のキッカケを作る。本 SNS ではまず、小説好きが、心が動いた本のフレーズを投稿する。ここでは、本のタイトル、作者名、そのフレーズでどんな気分になったのかも併せて投稿できるようになっている。そのフレー

ズに対して、服好きが自分の持っている服、お店の服を使いコーディネート提案を画像として投稿する。そして、小説好きがコーディネートした画像に対して、自分の世界観に合っているかをコメントできる。

Fiction Stylist をデザインするにあたり、2つの民族誌調査を行なった。

1つ目は、猫町倶楽部、渋谷にあるセレクトショップ Nid で民族誌調査を行った。猫町倶楽部では、読書家たちが本を読んで感じたことを人と共有して喜びを感じていた。彼らは本を通じて自分を表現していた。また、去年の10月20日に文学の読書会に民族誌調査に行ってきた。参加者は小説の気に入った文章を多く話して喜びを感じていた。彼らは本を通じて自分を表現していた。

2つ目としては、それはまだ服に目覚めていない小説好きのSさんが Nid というセレクトショップでどういう行動をとるかを見てきた。元々、服好きな著者は彼女が服で上手に自己表現が出来ていないことを残念に思っていた。そこで彼女が気に入りそうな服屋に連れて行き、そこでの彼女の行動を観察した。初めてのお店に不安そうにしている彼女に店員は温かく接客をしていた。彼女に笑顔でいくつか質問すると、気に入りそうな服をいくつか選んであげていた。量販店でしか服を購入したことがなかった彼女はとても感動したようである。また、服をいくつか試着すると、それは普段着ないようなスタイルだったのだが、彼女の魅力を存分に引き出してくれる服だったので、益々感動したようだ。そして、服を購入。店員とメルアドも交換し、すっかり店員のファンになってしまった。彼女のような本好きは実は服で自分を表現する仕方が分からないだけなのかもしれないと私は考えた。キッカケを与えると、彼女は思わず服を購入したし、店員のファンにもなった。他の本好きにとっても同様ではないだろうか。オシャレに目覚めるきっかけが掴めていないだけで、掴めれば、彼らたちは服に目覚め、店員のファンとなり、消費を生むのではないだろうか。

2つ目は、先述の民族誌調査を通しメンタルモデルの抽出し、シナリオペルソナ法から FictionStylist を作成した。

小説好きが読後感から、心が動いた小説の文章を投稿する。それを見たアパレル店員は自分のコーディネート提案力を証明するために、自前の服やお店の服を使い、提案する。文章からコーディネートを考えるという時間がかかりそうなことを丁寧に説明する姿を見たことで、ファンになってしまった。そして、実際に会ってもっと話してみたいと思い、メッセージでさらに交流を深めた。そのやり取りから、次はアパレル店員の働くお店に行くことに決めた。

本研究は、オープンソースのブログ・CMS プラットフォームである Wordpress を基軸とし、PHP、JavaScript で構成した。実装された Fiction Stylist を基に、12月8日から12月15日の間ユーザスタディを実施した。

本章の括りとして本論文の構成を述べる。続く第二章では、本研究に関連する分野として「ファッション」、「小説と感情」、「人のつながりを創造するソフトウェア」の三分野を概観して関連研究について述べ、本研究の貢献する領域を明示する。続く第三章では、筆者がデザインする小説好きがアパレル店員を通して、新しい服に出会う SNS について詳述する。民族誌調査からモデリング作業、設計、実装に至る一連のデザインプロセスを概観していく。そして、第四章では三章で詳述した小説好きがアパレル店員を通して、新しい服に出会う SNS を実際にケーススタディとしてテストし、その有効性を検証する。小説好きとアパレルのショップスタッフからの評価を基に考察を行い、有効性の検証としてまとめる。最後に、結論と今後の展望を記述して本論文のまとめとする。

## 注

1 <http://q.hatena.ne.jp/1266895561>

## 第2章 関連研究

本研究では、服で上手に自己表現できない小説好きに、心が動いた本のフレーズを投稿してもらい、それに見合った服装をセレクトショップ店員が提示するSNSによって、本好きに服で自分を表現することの楽しさに触れさせ、ショップのファンを生み出す。本章では「ファッション」「小説と感情」「人のつながりを創造するソフトウェア」の三分野を概観することで本研究の貢献を明示する。

### 2.1. ファッション

本項では、ファッションに関する先行研究を「精神現象学とファッション」、「服を着る人の性格」、「アパレル店員と顧客の関係」という三点から概観していく。これらを踏まえ、ファッション好きとは何かにおける本研究の位置付けを明示していく。

#### 精神現象学とファッション

人間にとってファッションとは、どのような効果を与えるものなのだろうか。大澤は『精神現象学』とファッション 自己意識を中心とした考察 (大澤 2010) において、どんなファッションにおいても、自己と他者という二重の対象を意識していることを指摘している。大澤は精神学と比較しながら、ファッションにおける自己と他者の自己意識の関係と、『精神現象学』における自己意識の展開と構造に、類似性があることを言及している。1807年に出版されたヘーゲルの『精神現象学』において、自己意識は他者と出会い、他者を介して自己を捉え返すとい



う運動を持つと記されている。大澤はこれと同じように、ファッションにおける自己意識も、装自己を意識するには、自分を見る他者の存在を介して、「自分はど  
う見られるか」と、見られる自分をとらえ返すところに成立すると指摘している。  
ファッションにおける自己意識の対象は「自分自身(の身体)」と「自分(の身体)  
を見る他者」の二重性を持つ。そしてこの統一されるという。例えば、大澤は現  
代において、ファッションは「系」と系統を分けられることを指摘している。  
ギャル系、モテかわ系、アメカジ系(アメリカンカジュアルの略)、ゴスロリ系  
(ゴシックロリータの略)など。どの系統のファッションを装う人々も、「系の  
ファッションをしている」自己を意識しながら、そういった自分を見てくれる  
他者の存在も意識しているのだという。時折、こういった「系」という括り  
に自分が入られることを嫌う人もいるが、人と違った格好をしたい、という意  
識もまた、ファッションにおいて自己だけでなく、実は他者の存在をも意識して  
いることを示していると大澤はいう。ファッションは他人に自己のイメージを表  
現するものでそのイメージを捉えなおすことで自己意識が生まれる。つまり、オ  
シャレな服を着ることは自信を芽生えさせる可能性が高く社会的に利益があると  
いえるだろう。

## 服を着る人の性格

外交的な人は、ファッションに興味を持つと言われている。「ファッションへの  
関心と着装行動に関する基礎的調査研究 性別、年齢、主観的経済状況、性格に  
よる差の検討」(安永, 野口 2012)において安永は、平成 22 年 7 月、ファッショ  
ンへの意識や関心、衣服の購買や着装行動の特徴、またそれらの関連要因につい  
て、性別に寄る差異や年代差など総合的な視点から比較、検討するために、日本  
人男女 1242 名を対象にインターネット調査を行なうことで、ファッションへの関  
心及び着装、購買行動の性別、年代、主観的な経済状況、性格による差を明らか  
にした。安永が行なった調査では、基本的属性(満年齢、性別、主観的な経済状  
況、性格)、服装への関心(自分及び他人のファッションへの関心)、外出着の着装  
基準(個人的嗜好、流行、社会的規範、機能性)、1ヶ月の衣服の購入金額について  
尋ねている。その分析の結果、安永は男女ともに、外交的な性格の者は、そうで

ない者と比較して、自分のファッションへの関心が高く、外出着の着装基準として、個人的嗜好や流行、社会的規範を重視し、1ヶ月の衣服の購入金額が多いことを明らかにした。そして、性格とファッションへの関心や外出着の選択基準の関係についてさらに考察している。安永によれば、装いの重要な機能として、自分自身を確認し、強め、変えるという「自己の確認・強化・変容」や他者に何かを伝えるという「情報伝達」がある。このような自己の顕示や社会的適応といった装いの心理的機能には、個人の性格傾向が強く影響すると考えられる。先行研究では、公的自己意識の高い人は自己のおしゃれの表現に積極的なことや自尊感情が高い者は、外見に対する関心も高く、目立つ服装を好み、服装を通して自分らしさを表現したがることが報告されている。公的自己意識とは、自分の容姿や振る舞いなど他人から観察できる自己の公的側面へ注意が向きやすい特性である。また自尊感情の高さは、外交的性格と正の関連を示すことが過去の研究においても報告されている。本研究においては、自尊感情が高く、オシャレに目覚めていない小説好きが対象になる。

## アパレル店員と顧客の関係

サービス・セールス場面において、同調傾向は重要な指標であるだろう。「アパレルセレクトショップにおける店員顧客間の同調傾向の研究」(辰巳, 永井, 森田 2012) という論文において、ファッションに対する興味の高いリーダー群、低い非リーダー群に群分けされた被験者のアパレルセレクトショップにおける行動を加速度センサとICレコーダを用いて観察することにより、店員との同調傾向の実態を検証している。辰巳らは各実験において測定された加速度データの移動相関分析と、ICレコーダによって得られた発話データの形態素解析を行うことにより店員 被験者間同調傾向を検討した。結果より、リーダー群は店員に対して徐々に先行して行動するようになること、店員から多くの影響を受けていることが示された。セールス場面においては、店員と顧客は互いの文脈をすり合わせていくコミュニケーション行動を取ることで、顧客は商品を理解し、また店員は顧客の要望を理解していくと考えられる。このように、サービス・セールス場面では、相互作用関係を効果的に用いたコミュニケーション行動が行われていると考えられ

る。辰巳はこの研究はサービス・セールス場面における店員 顧客間で生じる共創活動を捉える手がかりを提供したと述べている。この共創活動によって、店員は顧客の要求を聞き出し、顧客は商品に対する理解を深めることが出来ると考えられる。またこの実験によって得られた結果には、セレクトショップの持つ特異性、つまり、店舗側のコンセプトに従って選ばれた商品のラインナップ、店員の豊富な商品知識、及びそれをを用いた接客方法が大きく影響していると考えられる。本研究においては、互いの文脈を摺り合わせる部分を web 上で実現し、そこでお店に足を運ぶハードルを下げる。

## 2.2. 小説と感情

本項では、小説と感情に関する先行研究を「読書と自己意識」、「読後の感情」、「小説の文章と感情分析」という三点から概観していく。これらを踏まえ、小説の文章とは何かにおける本研究の位置付けを明示していく。

### 読書と自己意識

読書は、自分を見つめ直すことができるものである。「中学生の読書と自己意識の関係 読書療法の観点から」(松尾 2011)という論文においては、読書の効果測定尺度の因子分析の結果、先行研究における「同一視と投影」「離脱反応とカタルシス」「洞察と統合」にほぼ対応する「同一視」「洞察」「感情の発散と安定」と問題解決という3因子が抽出された。また、それぞれの因子に負荷の高い項目から構成される3つの下位尺度の内的一貫性を示す係数は高い値を示した。松尾によると、読書と自己意識の全体的な傾向として、読書による効果の受け易さと自己意識との間には、正の相関があることが明らかにされた。特に私的自己意識という自分の内面を自ら見つめる傾向の人は、公的自己意識を持つ人よりも、読書量が多いということも分かっている。つまり、本研究において、先述した大澤のファッションにおいて私的自己意識と公的自己意識が存在するという事実と、安永が述べた自尊感情が高い人はオシャレな傾向が強いということから、本好きはファッション好きになり得る。

### 読後の感情

小説を読むと、読後感があることが知られている。「小説を対象とした読後の感情状態形成モデルの研究 - 読者のパーソナリティ特性と認知的評価に基づいて - 」(三和 2013)という論文において、主人公への理解が成立する小説においては読者のパーソナリティ特性と物語理解における認知的評価との間には因果関係があり、その関係を介して読後の感情状態が形成されるモデルを仮説とした。そして、111名の被験者の性格と共感性、4点の短編小説に対する認知的評価、及び読後の感

情状態を測定し、共分散構造分析によって仮説モデルの妥当性を検証した。その結果、主人公に対する理解が成立した2点の素材においては仮説モデルが採択され、外向性や協調性が高い読者ほど共感や同情が強まる因果関係が認められ、その関係が読後の否定的な感情状態の形成に影響する傾向が示された。一方、主人公の理解が抑制された2点の素材においては仮説モデルが採択されなかった。これらのことから、主人公に対する理解が成立する小説においては、読者のパーソナリティ特性と認知的評価との間の因果関係を介して読後の感情状態が形成される可能性を示唆した。外向性や共感性の高い読者ほど、作品内の主人公に共感や同情(=感情の揺れ動き)を示すことが分かっている。また、上記研究では、外交的な人はファッションへの関心を示す可能性が高いことが分かっている。本研究では小説好きでありながら、自分に合った服が見いだせない人へ小説のどこに感銘を受けたかをシェアさせることで、彼らに適した服を提供する仕組みを生み出す。

## 小説の文章と感情分析

小説には、感情がありことは知られている。「感情極性に基づく文書の俯瞰分析への取り組み」(吉田, 小林 2011) という論文において、一つの小説内での感情遷移を分析し、複数の小説における類似性や感情の観点から見ることで、小説全体の雰囲気や感情の流れを俯瞰しながら、本の選択ができるように、感情表現辞典と感情語辞典を用いて、文書の感情表現を抽出した。これにより、感情の観点から小説全体の雰囲気を知ることができた。Fiction Stylist では小説で生じた感情をショップスタッフが分析、服のコーディネートを提示する。

## 2.3. 人のつながりを創造するソフトウェア

本項では、小説と感情に関する先行研究を「知識共有コミュニティ」、「貢献制度」、「消極的な人の交流促進」という三点から概観していく。これらを踏まえ、つながらないはずの人達がつながるとは何かにおける本研究の位置付けを明示していく。

### 知識共有コミュニティ

悩みを抱える人がWEB上で解決してもらえるQ and Aサイトという知識共有コミュニティがあることは知られている。「内容分析による知識共有コミュニティの分析：投稿内容とコミュニティ観から」(三浦, 川浦 2009)という論文において、インターネット上のQ and A型知識共有コミュニティを対象に、(1) 利用者が投稿した「質問」と「回答」、(2) 投稿者の「コミュニティ観」(自由記述)にテキストマイニングを適用し、利用者がQ and Aコミュニティでどのような質問や回答を投稿しているのか、そうした投稿者は、Q and Aコミュニティをどのような場として捉えているのかを、解明した。三浦は、質問や回答投稿という積極的関与に重ねている利用者のコミュニティ観は、かれらの属性に関わらず、Q and Aコミュニティを「わからないことがわかる」「情報や知識が得られる」場とみなすものが多かったと述べている。また、三浦は、質問型利用者は「自分にとって役立つ」場として、回答型参加者は「自分が役に立てる」場として有用性を評価する傾向にあり、「情報や知識が交換・蓄積されるコミュニティ」に対するスタンスの違いが如実に反映されていたと述べている。本研究において、小説好きがお題を投稿して、それに対してアパレルのショップ店員が回答するというスタンスが非常にQ and Aサイトの構造と似ている。このQ and AサイトをベースにFiction Stylistを構築した。

## 貢献制度

報酬が支払われると、人のやる気が上がることは知られている。「オンラインコミュニティにおける効用相反とそのハーネシングに関するエージェントシミュレーション」(小林, 高橋, 國上, 吉川, 寺野 2011) という論文によると、コミュニティの集合知や問題解決力の充実と、ユーザ個々人の連帯意識や共感の強化、という二種類の目的の間には相反関係があることを確認するために、オンラインコミュニティにおける効用間を統一的に説明するエージェント・ベース・モデルを提案し、シミュレーション実験結果をもとに、貢献度比例のインセンティブ制度から傾斜の度合いをより高めると、コミュニティ効用とユーザ個人の効用の相反関係は緩和されるが、コミュニティの組織効用は低下する傾向が見られた。本研究においては、回答者であるアパレルの店員さんにとって新しい顧客が見つかるというインセンティブを見えないカタチで提供する。

## 消極的な人の交流促進

消極的な人は、積極的な人に比べ、新しいチャンスを掴みづらいことは知られている。「超消極的な人でも安心して使える学会での交流促進システム」(西田, 濱崎, 栗原 2012) という論文では、困難交流を後押しされることをプレッシャーに感じてしまうほどの超消極的な人でも安心して利用できることを目標とし、1) 目立たない形で交流を希望できるようにする、2) プレッシャーになるべくなならない形で交流を後押しできるようにする、3) 積極的な人へのメリットを主にする、という3つのデザイン指針を提案した。本研究においては、普段は外交的でありながら服に対しては消極的になってしまう人の好奇心を刺激する。

## 2.4. 本論文が貢献する領域

本研究で開発した Fiction Stylist は、小説好きがアパレル店員を通して新しい服に出会う。小説好きが提示したフレーズを元にアパレル店員がコーディネートを提示し、小説好きには服との出会い、アパレル店員には新しい顧客の獲得を経験として提供する。

2.1 では「ファッション」についての先行研究を概観した。先行研究によれば、ファッションを好む者も本を好む者も外交的な性格で自尊心が高い者が多いという共通点がある。ファッションは他者に自己のイメージを表現して見せるだけでなく、当人へ自己のイメージを捉え直させる。自身に合った服を着るということは他者へ自己のイメージを知らしめさせ、同時に自己意識を満たすことが出来る。このような2つの自己意識のあり方は、私的自己意識と公的自己意識と呼ばれているが、これらは表裏一体のものだ。先行研究によれば、ファッションは私的自己意識と公的自己意識を芽生えさせるものであり、本は私的自己意識を芽生えさせるものである。本好きな人間の多くは私的自己意識を上手く表現することが出来ていないがために、服による自己表現が出来ていないと考えられる。

このようにファッション好きと小説好きは似た傾向を持ち、先行研究でも似た傾向について触れられてきた。しかしながら、両者を結びつけようとする研究は今までなされて来なかった。Fiction Stylist では本好きを服へと結びつけ、店員のファンをも生み出していく。

2.2 では「小説と感情」についての先行研究を概観したが、小説を読めば、読後感がある。先行研究では、小説の文章には感情を揺さぶるものがあることが指摘され、外向性や共感性の高い読者である程、作品内の主人公に共感や同情 (= 感情の揺れ動き) を示すことが分かっている。この感情の揺れ動きを私的自己意識だけでなく、公的自己意識を満たすものとして利用できないかと著者は考えた。

Fiction Stylist では小説好きに彼らに適した服を与える。自身に合ったオシャレ



な服を着ることは自信を芽生えさせる可能性が高く、社会的に利益があるといえるだろう。私的自己意識を外へと表現する場をデザインし、アパレル店員によって服をコーディネートしてもらうことによって、本好きをファッションの世界へといざなう。先行研究によれば、アパレル店員はセールス場面において、店員と顧客は互いの文脈をすりあわせていくコミュニケーションをとることによって、顧客は商品を理解し、店員は顧客の要望を理解していく。このようにサービス・セールス場面では、相互作用関係を効果的に用いたコミュニケーション行動が行なわれていると考えられる。本研究においては、アパレル店員と小説好きが互いの文脈を摺り合わせる過程を WEB 上で実現する。小説好きが特に好む小説のフレーズの共有を促させてアパレル店員との交流を活性化させることで、店へと足を運ぶハードルを下げる。

2.3 では「人のつながりを創造するソフトウェア」の研究について概観した。先行研究では悩みを抱える人が WEB 上で解決してもらえる Q & A サイトを例として挙げた。質問型利用者は「自分にとって役立つ場」として回答型参加者は「自分が役立てる場」として有用性を評価する傾向にある。

Fiction Stylist は小説好きがお題を投稿して、それに対してアパレル店員が回答するという仕組みであり、Q & A サイトのような構造をベースとしている。客・店員双方にとっての「情報や知識が交換・蓄積されるコミュニティ」を実現しようとしてデザインされた。Fiction Stylist では Web 上のコミュニケーションとしてまず小説好きに好きなフレーズを投稿させる。小説のどこに感銘を受けたかをシェアさせることで、彼らに適した服を提供する仕組みを生み出す。先行研究によれば、コミュニティの集合知や問題解決力の充実と、ユーザー個々人の連帯意識や共感の強化という 2 種類の目的の間には相反関係があることを示している。言葉にあった服は店員が見いだしたもので、回答者であるアパレル店員にとっては、新しい顧客が見つかるというインセンティブを見えない形で提供する。普段は外向的でありながら、服に対しては消極的になってしまう人の好奇心を刺激する。

このようにファッション好きと小説好きは似た傾向を持ち、先行研究でも似た傾向について触れられながらも、それを店員のファンを作り上げるものとして用いる研究はなされていなかった。本研究は、服で自分を上手に自己表現できない小説好きに、心が動いた本のフレーズを投稿してもらい、それに見合った服をセレクトショップ店員が提示する SNS によって、小説好きに服で自分を表現することの楽しさに触れさせ、ショップのファンを生み出し、購買の加速のキッカケを作る。

# 第3章 デザイン

## 3.1. コンセプト

本論文でデザインした SNS は、小説好きとアパレルの店員が集まり、小説好きが好きな小説の文章を投稿し、アパレル店員がその文章に合ったコーディネート提案をする。この SNS によって、小説好きが新しい服に出会い、アパレル店員が新しい客を獲得するキッカケを与えることができる。

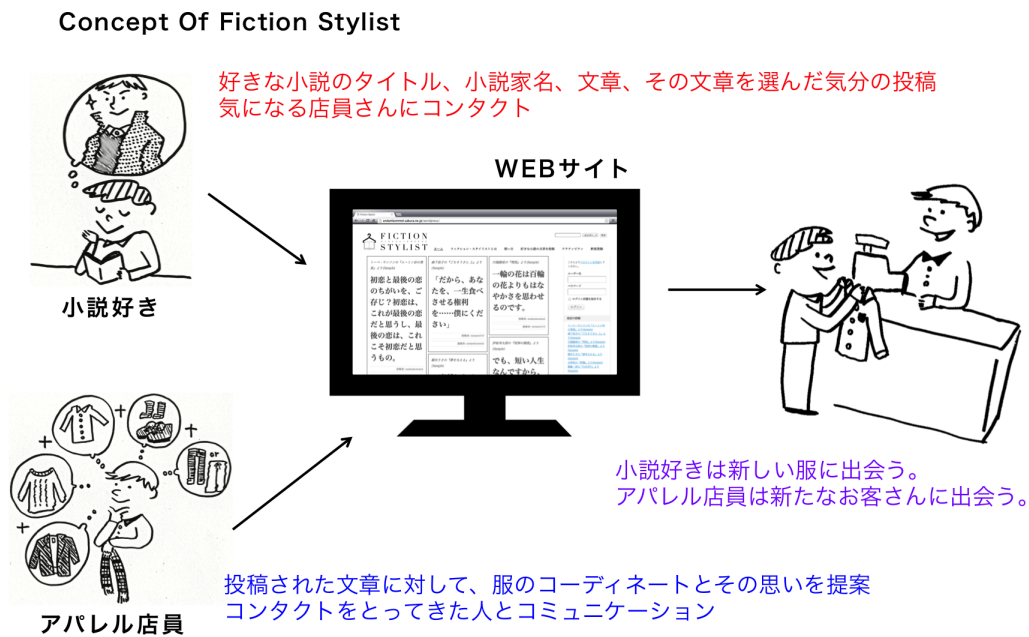


図 3.1: Fiction Stylist のコンセプト図

本研究では、このような WEB サイトを実現するために、まず 2 つの民族誌調

査を実施した。第一に、日本最大級の読書会コミュニティである猫町読書会の調査を行なった。

続いて、セレクトショップ Nid でのアパレル店員と服を買いに訪れた小説好きについての民族誌調査を行なった。

この二つの民族誌調査とその分析に基づいて、アイデア出しを行なった。その結果、小説好きなアパレル店員と出会い、アパレル店員がファンを獲得する経験の実現に向けて、「小説好きによる好きな文章を投稿」「アパレル店員によるその文章に対するコーディネート投稿」「小説好きが、提案してもらったコーディネートから自分と世界観が合う人とコミュニケーション」という3つのフレームワークを設定し、機能も考案した。

本研究で開発した SNS は、小説好きが「小説家の名前」、「小説のタイトル」、「その小説の好きな文章」、「どんな気分でそれを選んだのか」という項目を入力することで、自分の小説への思いを託して、投稿できる。そして、それがトップページにすぐ反映される。その投稿に対してアパレル店員はコーディネートを提案する。トップページにあがった好きな文章をクリックすると、先程小説好きに入力してもらった内容が見られるようになっている。さらに、その投稿に対して、コーディネートの写真とその思いを同時に投稿することも出来る。投稿ページで店員さんの提案に対して、返信することもできるし、アイコンにカーソルを合わせると、すぐにメッセージページにとぶこともできる。

この SNS では、好きな一冊の小説の中にある文章に合う服のコーディネートを提案するという今まで出会ったことのなかった服に出会える経験を提供する。アパレル店員が小説の文章から服装を考えるとということで、「Fiction Stylist (フィクション・スタイリスト)」と命名した。アイコンは、ハンガーに開いた状態の本をかけるという見た目、直感的に何をやるサイトなのかわかるようにした。

なお、本研究でデザインされた Fiction Stylist では、デザイン思考に基づいて作り、著者は哲学とビジョンを決定し、それらを踏まえて民族誌調査を行った。哲学とは自身が関心のある事柄について持っている信念やメッセージであり、ビジョンとは自身が実現したい欲望である(奥出 2012)。これらを指針として調査やモデリングを行い、具体的な設計へと移って行く。本研究における著者の哲学は、「小説好きは、ファッション好きであるべきだ」である。これは、著者がファッション好きであること、加えて読書会に参加した際に、小説好きは言葉で自己表現するのは非常に巧みなのに、服で自分を表現することがあまり巧くないと感じたことから導出されたものである。そしてビジョンとしては、「小説好きが好きな小説の文章を通して、世界観の合うアパレル店員と出会うことができる SNS が欲しい」とした。これは、先程哲学として述べた環境を実現する際の核となる部分として位置づけたものである。

以下に続く調査としては、本 SNS をデザインするにあたって行なった民族誌調査について述べる。それは、小説好きが自己表現できる場所としての読書会の民族誌調査と、相手の話す内容から言葉を選んで会話のできるセレクトショップへの民族誌調査である。

## 3.2. 民族誌調査とモデリング

### 読書会の民族誌調査の実施

本論文では、小説好きが自己表現をしやすい設計を本好きが互いの読後感を伝え合う場所として読書会の民族誌調査を行った。本論で述べる民族誌調査とは、Contextual Inquiry という手法に則ったものである (Cooper, Reimann and Cronin 2012)。この手法では調査対象を師匠とみなし、自身を弟子と位置づけ、観察と質問を行う。その後、調査内容を濃い記述 (Thick Description) としてまとめ、それを 5 Model Analysis としてモデリングする (奥出直人 2007)。その結果から調査対象者のメンタルモデルとメンタルモデルオブジェクトを特定し、その後のモデリングやアイディエーション作業に移行していくというのが調査から設計への流れである。ここで述べるメンタルモデルとは、人間が世界の中で起こるイベントを理解したり予測するために作る内面的なモデルである。人々はそれぞれに持つメンタルモデルについて行動する。また、メンタルモデルオブジェクトとは、観察対象者の心理と深く関連し、目的を達成するために使用するオブジェクトである (奥出 2012)。

著者は 2012 年 10 月 21 日木曜日に代官山のカフェで開催された猫町倶楽部という日本最大級とされる読書会の民族誌調査を 16:30 ~ 18:30 までの計 2 時間実施した。そこには約 70 名もの参加者が集まり、それぞれ 5 ~ 8 名のグループに分かれて読書会が行われていた。猫町倶楽部では、グループごとの語り合いをスムーズに行うためにファシリテーターが存在する。課題書籍は、志賀直哉の『小僧の神様・城の崎にて』という短編小説集であった。この民族誌調査では、読書会を進行するファシリテーターの役割と進行のプロセス、場を盛り上げる工夫、そして参加者 (小説が好きな人) がどういう時に盛り上がるかを観察した。



図 3.2: 読書会の様子

## FLOW MODEL

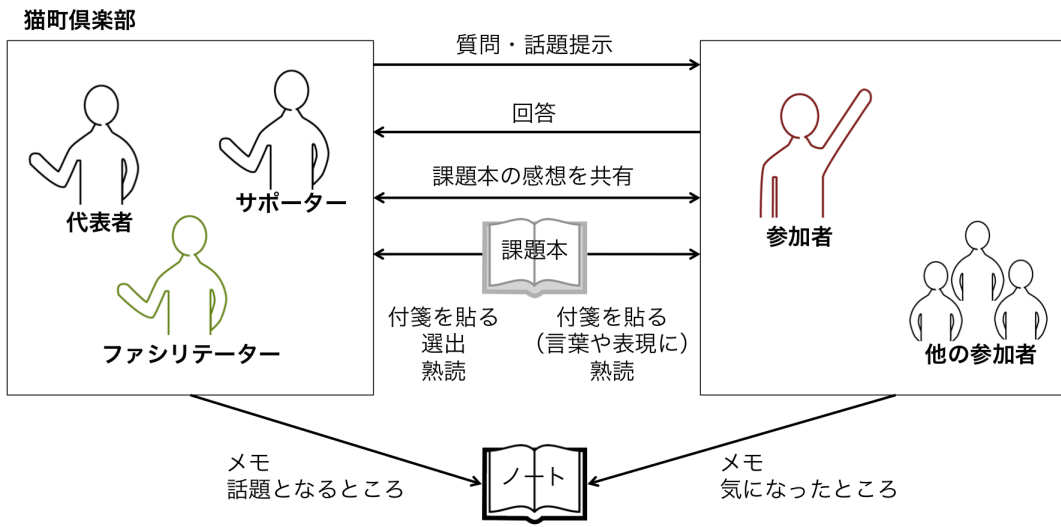
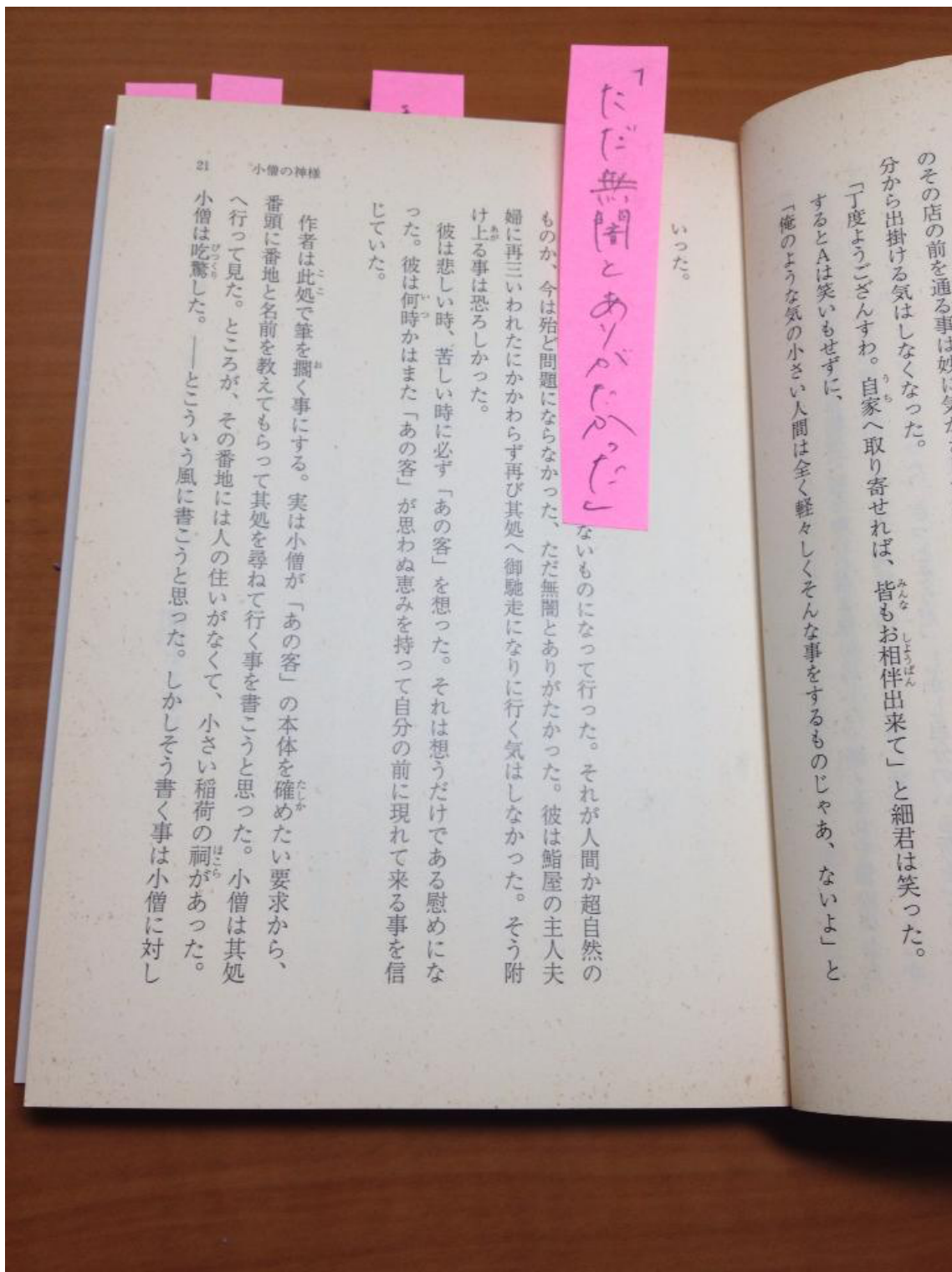


図 3.3: 読書会の Flow Model





その店の前を通る事は妙に多分、  
分から出掛ける気はしなくなつた。

「丁度ようござんすわ。自家へ取り寄せれば、皆もお相伴出来て」と細君は笑つた。  
するとAは笑いもせずに、

「俺のような気の小さい人間は全く軽々しくそんな事をするものじゃあ、ないよ」と

いつた。

たゞ無闇とあそばさるる

ものか、今は殆ど問題にならなかつた、ただ無闇とありがたかつた。彼は鮫屋の主人夫婦に再三いわれたにかかわらず再び其処へ御馳走になりに行く気はしなかつた。そう附け上る事は恐ろしかった。

彼は悲しい時、苦しい時に必ず「あの客」を想つた。それは想うだけである慰めになつた。彼は何時かはまた「あの客」が思わぬ恵みを持って自分の前に現れて来る事を信じていた。

小僧の神様

21 作者は此処で筆を擱く事にする。実は小僧が「あの客」の本体を確かめたい要求から、番頭に番地と名前を教へてもらつて其処を尋ねて行く事を書こうと思つた。小僧は其処へ行って見た。ところが、その番地には人の住いがなくて、小さい稲荷の祠があつた。小僧は吃驚した。——とこういう風に書こうと思つた。しかしそう書く事は小僧に對し

図 3.4: 小説好きの読み方

## ファシリテーターの進行の工夫

著者は、読書会におけるファシリテーターの進行の工夫を観察した。まずファシリテーターは、会が始まる前に参加者の自己紹介を促していた。ファシリテーターが最初にお手本を見せた後に、参加者に名前・職業・読書会の参加回数・趣味・好きな作家を発表させた。こうすることによって、ファシリテーターはどのような参加者がいるのか認識し、その後の会の進行に役立たせていた。自己紹介の中で得た情報をファシリテーターは逐次読書ノートにメモをとって、反芻していた。また、参加者にとっては自己紹介によって相手のことを知ることがアイスブレイクとなり、初対面の人と話すという緊張を和らげるキッカケになっていたようで、次第に緊張がとれていく様子が観察された。彼らもファシリテーターと同様に、参加者の情報をメモしている様子が見受けられたようだ。

読書会が始まると、ファシリテーターは最初に「『小僧の神様』を読んだことによってどのように感じたか」という読後感を問うトピックで参加者から順に話を引き出していた。最初の話題として、気軽に答えることが出来るものを提示することで、意見を言いやすい環境を作り出しているように思われた。参加者は自分の話の番になると、身振り手振りを交えていきいきと自由に自分が本から感じたことを語っていた。ファシリテーターは参加者がより心地よく感想を言い合えるように、参加者の話に時に頷いたり、時に参加者の発言を褒めたりして会を進行させていった。ファシリテーターは参加者に不快な思いをさせないように、彼らの意見を否定することなく、参加者の意見を褒めたり、教えを請うような姿勢を見せたりすることで場を盛り上げ、参加者の話がしやすい環境を作り上げていた。

特に、ファシリテーターは会を進行させる上で、読書ノートや課題本に貼られた付せんから話題を引き出して、参加者に提示しているようだった。事前に話題を考えて記入した読書ノートには多くの話題が書き記され、本に付せんが何枚も貼られていた。ファシリテーターは自己紹介や会話の中で得た参加者の特徴を元として、ファシリテーターは参加者に見合った話題を提示して、会をより活性化させていた。

## 読書会参加者の様子

本調査では、ファシリテーターの様子を観察しながら、参加者である小説好きについての観察も行なった。小説好きは始めは初対面の人ばかりということで緊張した面持ちで、上手く話すことが出来ずにいたが、読後感を共有するうちに次第に自分の考えを表現することが出来るようになっていた。特にファシリテーターから「主人公や登場人物について」という話題や「好きな表現」についての話題が提示された時、小説好きは前のめりになって話をしたり、他の人の話に手を叩いて笑ったり、大きく頷くなどの反応を見せていた。

例えば、『小僧の神様』という短編小説集の中には、『清兵衛と瓢箪』という作品が収められているがこの話題となった時に、清兵衛の気持ちやその父親の気持ちについて想像したことを語る時に話が盛り上がっていた。清兵衛の気持ちに共感する者、父親の気持ちに共感するものという対立項を見いだしたという点も会話が盛り上がった一因だろうが、参加者は想像力豊かであり、登場人物に感情移入しやすいのだろうということが分析された。

また、彼らは、小説のフレーズについても関心を抱いているようだった。志賀直哉は、小説の神様って言われるくらい表現やストーリーが上手な作家である。だからこそ、話題としたかったのか、彼らは本の中に出てくる表現についてさかんに語り合っていた。本書の中に登場するフレーズである「くだらなく過ごしても一生苦しんで過ごしても一生苦しんで生き生きと暮らすべきだ」や「自分は死ぬはずだったのを助かった、何かが自分を殺さなかった、自分にはしなければならぬ仕事があるのだ」というような名言とも言えるような一節に目を向けて、この表現に感動や共感を覚えたということを盛んに語りあっていた。彼らもファシリテーターと同様に読書ノートや付せんの貼った本を元として、自分が想像力をかき立てられた部分やそのフレーズについて話していた。

このように、参加者は想像力をかき立てるような話題が提示された時に盛り上がりを見せていた。自分にとって重要だと感じる言葉があるとそれについてファ

シリテーターと同じようにメモを取り、自分の身としようとしているようだった。

### ファシリテーターのメンタルモデル

民族誌調査の分析から、読書会のファシリテーターのゴールとメンタルモデルを構築した。読書会の中で、ファシリテーターは常に参加者のことを気にかけていた。彼らは参加者の性格、嗜好を認識し、彼らに見合った話題を提示する行動を見せていた。そして、参加者の語る内容を認識して、その内容に合った褒め言葉をかけたり、頷きをみせたり声を上げて笑うなどの行動も見せていた。話題の盛り上がり方が収束してしまっていることを認識すると、新しい話題を提示し、再び場を盛り上げようとしていた。これらの行動を補佐するものとして読書ノートや付せんが貼られたノートがあり、ファシリテーターは、これら三つのメンタルモデルを駆使しながら読書会を進行していた。

#### <ファシリテーターのゴール>

全員が楽しめる会を実現させる

#### <ファシリテーターのメンタルモデル>

参加者の性格、嗜好を見抜いて、参加者に話を振る

参加者の話の内容を認識して、頷いたり、褒め言葉をかけたりする

会話の勢いが下がってきたら、別の話題を提示する

### 小説好きのメンタルモデル

小説好きのメンタルモデルについても分析した。小説好きは「自分の読後感を他の人に理解してもらおうとともに、他の人の本の感想も知り、理解を深めたい」という思いをもって、フィールドワークに参加していた。小説好きはファシリテーターから話が振られたことを認識すると、その話題に応じた自分なりの意見を語ったり、参考になる点についてはメモをとっていた。他の人の話についても耳を傾

け、頷いたり、笑ったりしていた。特に、想像したことを問う話題となった時に彼らは、自分の意見を、身振り手振りをつけて語ったり、他の人の意見についても積極的に自分の考えを述べていたりしていた。

<小説好きのゴール>

自分の読後感を他の人に理解してもらおうとともに、他の人の本の感想も知り、理解を深めたい

<小説好きのメンタルモデル>

ファシリテーターに話が振られたことを認識すると、自分の意見を言う。他の人の話を認識すると、耳を傾ける、メモする、意見を言う、笑う。回答しやすい話題が提示されたことを認識すると、大きな声で笑顔で答える。

## セレクトショップの民族誌調査の実施

著者は2013年9月25日水曜日に渋谷にあるセレクトショップ Nid の民族誌調査を17:00～18:00までの計一時間実施した。働き始めて半年の店員であるKさんとまだ服に目覚めていない小説好きであるSさんをフィールドワークマスターとし、店員の接客の工夫とそのとき服に目覚めていない小説好きがどういったときに喜びを感じているかを観察した。



図 3.5: セレクトショップ『Nid』



図 3.6: 店員が小説好きに接客する様子

## CULTURAL MODEL

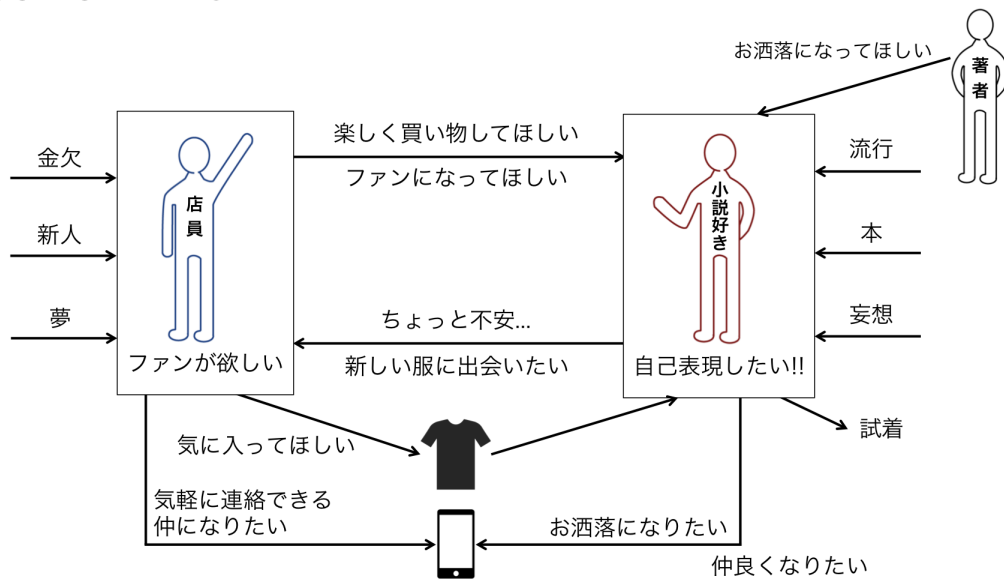


図 3.7: セレクトショップのカルチャルモデル



## 行く前の小説好き S さんの様子

服好きな著者は S さんが服で上手に自己表現が出来ていないことを残念に思っていた。そこで、服の素晴らしさと店員さんの丁寧な接客を感じてもらおうと S さんが気に入りそうな服屋に連れて行くことにした。しかし、S さんは自分はオシャレじゃないから、オシャレなお店に行くのは非常に不安だと言っていた。そのとき、そもそも行ってみたい気持ちはあるもののオシャレなお店に行くハードルが高いことが分かった。

## 店員の接客の工夫

Nid の店員の接客の仕方として、客の立場になる様子が見受けられた。不安そうにキョロキョロしている S さんを認識した K さんは、明るい笑顔で話しかけた。K さんは S さんにいくつか質問した。例えば、「今日は何を探していますか。」「普段はどんな格好なのですか。」「普段はスニーカーですか。それとも、ヒールですか。」等があった。S さんの反応を見ながら、K さんは客がどのような性格でどのような好みなのかを分析しているようだった。その分析をもとに、K さんはすぐに服の提案をし始め、「S さんだからこの服が似合うと思い、この服を選びました」と説明をした。流行ではなく、客に合った服を提案することによって、客をおもてなししようとしていた。

## 店内での小説好き S さんの様子

普段量販店で服を購入している S さんは、最初は Nid のお洒落な雰囲気には圧倒されていたが、K さんの接客に少しずつ緊張が緩和されているようだった。K さんは流行ではなく、S さん自身に合った服を提案されたことで、強い喜びを感じていた。さらに、その服が自分自身を表現できそうなモノだったので、感動したようだった。実際に服を試着した S さんは K さんに褒められたことで、益々気を良くし、服を購入することに決めたようだ。S さん自身に合った服の組み合わせを少し話をしただけで、すぐに提案してきた。K さんに S さんは心を開いたようだ。

SさんはKさんのファンになったようで、Kさんに促されたこともあるが、連絡先を交換するに至った。

#### 店員のメンタルモデル

##### ゴール

自分の顧客を作ること

##### メンタルモデル

服に興味がある人を見ると、質問する

顧客になりそうな人を認識すると、連絡先を交換する

本当に似合っていたら、褒める

客がいるのを認識したら、笑顔で挨拶をする

#### 小説好きのメンタルモデル

##### ゴール

新しい服に出会う

##### メンタルモデル

褒められると、笑顔になる

質問されたら、答える

声を掛けられると、会釈する

自分を表現できる服を発見すると、はにかむ

#### ペルソナ

以上の調査結果を踏まえてペルソナを作成した。ペルソナとは、それまでの調査等により集めたデータから作られた仮想のユーザモデルである (Cooper et al. 2012)。ペルソナを立てることで、ユーザが何を考え、どのように行動し、何を

ゴールとして考えているのか、それはなぜなのか、をデザインに反映させることで可能になるとされる。本研究では、著者がデザインする SNS を利用するアパレルの店員と小説が好きな人の計 2 名のペルソナを構築した。以下の図で本研究に  
関与するペルソナを提示する。



NAME  
野崎拓郎

AGE           SEX  
23           男性

CURRENT CITY  
東京都大田区

HOMETOWN  
千葉県

OCCUPATION  
フリーライター

## PERSONAL PROFILE

文を書く事のほか、ピアノ、ギター、歌、などが趣味で、クリエイティブなことが好き。

自分を表現できるものは全て好きだし挑戦したいと思っており、服にも興味はあるが、イマイチ自分に似合う服装が分からず、いつも量販店で安い服を購入してしまっている。でも、人と同じような服は着たくないという邪な思いもある。

## WORKING PROFILE

文学部を卒業後、プロの小説家を目指しながら、フリーライターとして1年間働いている。記事や本に関するレビューを書きながら、小説家になるためにコンテストに作品を出している。基本的に時間があるときは小説を読み、妄想にふけている。言葉で自分を表現することには自身がある。仕事で周りの身だしなみをみて、自分ももっと気を使わないとないという思いがここ最近強くなっている。

## GOAL

- ・新しい服に出会いたい。
- ・お手本になる店員さんと出会いたい。



**NAME**  
平井圭

**AGE**      **SEX**  
22      男性

**CURRENT CITY**  
東京都目黒区

**HOMETOWN**  
北海道

**OCCUPATION**  
アパレル店員

### **PERSONAL PROFILE**

とにかく誰かと喋ることが好き。自分が言ったことややったことで誰かが喜んでくれるのが嬉しい。彼女と同棲して二年経つが、ラブラブである。服のことにに関しては、雑誌とかは読まずに自分の感性だけを信じて、選んでいる。でも、時間があるときはファッションサイトはチェックするようにしている。

### **WORKING PROFILE**

専門学校を卒業後、渋谷にあるセレクトショップで半年間働いている。お客さんの立場で接客することを心がけ、自分がオススメしたものを買ってくれることにやりがいを感じている。先輩の店員とその顧客が楽しそうに話しているのを見て、早く自分にも顧客をつけたいと思っている。

### **GOAL**

- ・自分のことを好きになってくれるお客さんと出会いたい。

### 3.3. アイディエーション

#### 初期アイデア

ビジョンで掲げた SNS を構築するにあたって、調査から得たメンタルモデルとメンタルモデルオブジェクト、ペルソナに基づいて幾つかのアイデアを検討した。特に著者はアパレル店員の「コーディネート元となるもの」に注目した。セレクトショップでのフィールドワークでは店員は、小説好きの特徴について分析して服を提案していた。このことから SNS においては、コーディネートとそのコーディネートに至った理由を説明することに決まった。だが、小説好きのモチベーションをあげるためにはどのような方法があるか検討することになった。読書会のフィールドワークでは、小説好きは「登場人物」「小説の中の文章」の2つの話題が出された時に特に議論を活発に行なうことに成功していた。そのため、この2つ、どちらが良いかを検討する必要があると著者は考えた。本研究はファッションがテーマである。そのため、登場人物のプロファイリングを小説好きに行なわせ、小説家の想像力を惹きたたせることが、小説好きとアパレル店員好きの交流を生み出すのに良い方法ではないかという仮説を考え、当初は小説好きに登場人物のイメージを投稿してもらうことにしていた。

#### プロトタイプ

プロトタイプとして、小説好きに自分の好きな登場人物について投稿してもらった。こちらから、予め登場人物に関するイメージをこちらから質問する形式をとり、それぞれの質問に対して小説好きが画像でイメージを提示することで、小説好きと店員が交流し、店員がコーディネートしやすい環境を生み出そうとした。登場人物に関するイメージにあった9つの画像を提示してもらい、アパレル店員にコーディネートもしてもらった。

しかし、このプロトタイプを小説好きに試してもらったところ、良好なコミュニケーションを実現することは出来なかった。小説好きにインタビューをすると、

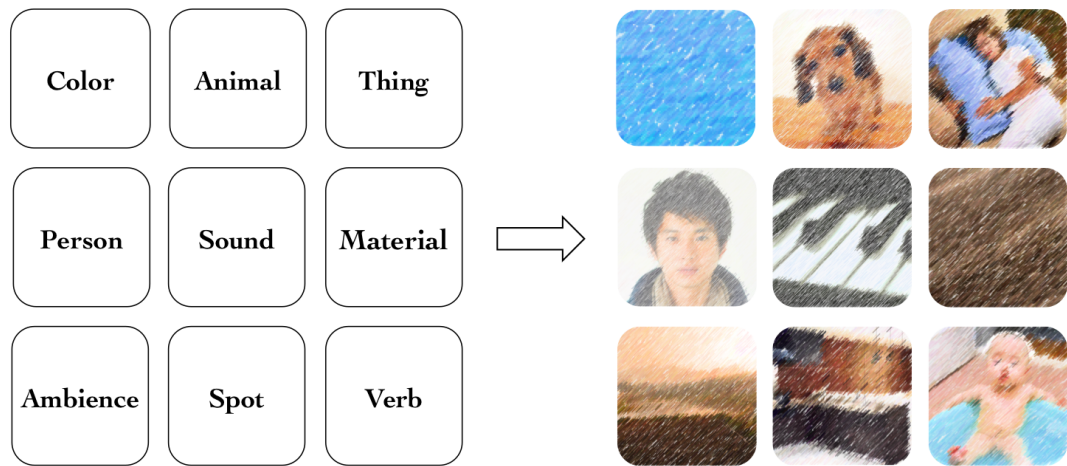


図 3.10: プロトタイプ

「昔話とかSF系の小説だったら、どうするか。」「画像を探すのは1枚でも負担なのに、9枚は難しい」と多くの疑問点が挙げられた。一方で店員さんにもこのペーパーを見せたところ、「確かにイメージはわかりやすいけど、湧きやすいからこそイメージも固まっているし、こちらとしてのオリジナリティの提案ができないと思う」などの意見をもらい、お互いのモチベーションを高めることができないことが分かった。

画像では、イメージが固定化されやすい。アイディエーションでもうひとつの案として提示されていた「言葉」に着目することになった。言葉を投稿することは小説好きにとって工夫することはないので、参加するハードルは下がる。また、店員にとっても、自分のオリジナリティも発揮できるから、参加するモチベーションがあがると考えた。

### 3.4. ペルソナ

本研究では、小説好きとアパレル店員のインタラクションを設計するために、先述のペルソナと検討したコンセプトの登場するコンテキストシナリオを執筆した。コンテキストシナリオはペルソナが製品やサービスを使用してゴールを達成する様子を物語として記述したものであり、ペルソナがゴール達成するために必要な要件を確定していき、コンセプトの設計段階へと繋げていくことを目的としている (Cooper et al. 2012)。以下は、アパレル店員と小説好きが Fiction Stylist を使い、新しい服に出会う様子を描いたコンテキストシナリオである。

野崎拓郎は、小説が好きなフリーライター。一年間、フリーライターとして働いていて、色んな業界の人と仕事で出会うことが多くなり、身だしなみに気を使わなければならないと考え始めていた。でも、今までお洒落な服を着たことがないため、何が自分に似合うのか、どんなものが好きなのか全く分からない。かといって、雑誌のようなみんな買いそうなものは好きではない。でも、お洒落な服屋に足を運ぶ勇気もない。

そんな思いを抱きながら、今日もパソコンに向かいライターの仕事をする。仕事が一段落し、ファッションのサイト、次はどんな小説読もうかなと web で検索し始める。ファッションと小説のサイトなんてないだろうなと思いながら、何となく「ファッション 小説」と検索する。すると、「Fiction Stylist」というサイトが検索にひっかかってきた。見てみると、自分の好きな小説の文章に合うコーディネートが提案してくれると表紙で見せてくれている。そこで、そのポップアップを閉じると、サンプルとして文章とコーディネートの組み合わせが出てきている。投稿者として小説が好きな人の名前が出て、提案者としてアパレルの店員さんの名前が出るんだということを認識する。なんかこれって自分もお洒落になった感じになるんだろうなあということを思う。早速使い方のページにアクセスし、色んな機能やページのことを知る。そして、存在感を出したいと思ってた気分だったから、川端康成の『雪国』の「一輪の花は百輪の花よりもはなやかさを思わせるのです。」を投稿することにした。トップページに自分の文章が投稿されている



のを確認し、「文章からコーディネート考えるの難しいだろうな」と思いながら、仕事に戻った。

一方、平井圭は自分のお客さんを増やしたいなぁと思っていた。お店の先輩の人気を見てると、自分もああいう風になりたいと感じていた。雑誌などはないが、webにあるファッションサイトなどはこまめにチェックしている。そんなある日、ファッションサイトを探していると、小説の文章に合うコーディネートを提案する Fiction Stylist を発見。早速アクセスしてみると、新たなお客さんと出会うことができるという文字を見て、ビビッときた。ここに文章を投稿する人は、新しい服に出会いたいと思っている人達なんだ。自分がその人の思いに叶うコーディネートを提案できたら、新しいお客さんになってくれるかもしれない。使い方のページを見て、自分の世界観からコーディネートできそうな文章を探し始める。すると、存在感を出したいという気分の投稿者を発見した。俺もまさにもっとお店で存在感出したいんだよなと同じ思いを持った野崎拓郎の文章をコーディネートしてみようと思った。なかなか難しいなぁと思いながら、自分のお客さんになってくれるかもしれないと必死に考え、コーディネートを提案した。

提案の通知を受けた野崎拓郎は、この文章をこんなに素敵にコーディネートしてくれて、しかも服の分からない自分にでも分かりやすい説明もつけてくれている。そんなおもいやりを持った平井圭に感動し、早速提案に対してコメントを返した。そのコメントにまた平井圭も丁寧に返事をしてくれてますますファンになった。野崎はいてもたってもいられず、平井にメッセージを送ることにした。是非会って話し手みたいと連絡をした。快く平井は返信をした。この日にお店にきてくれたら、大丈夫ですとの返信だった。もちろん行きますと返信した。

## 3.5. 設計

### フレームワーク

小説好きとアパレル店員を繋げる SNS「Fiction Stylist」の設計について説明する。本研究では、コンテキストシナリオから機能要件を抽出し、それらを組み合わせた全体構造であるフレームワークを定める。フレームワークは、スケッチを繰り返すことで、ユーザが使いやすい画面構成を作り出していく。

Fiction Stylist は、1. 小説好きが、好きな文章を投稿する、2. アパレル店員が、投稿された文章に対してコーディネート提案を提案する、3. 小説好きが、提案してもらったコーディネートから自分と世界観が合う人とコミュニケーションする、4. 投稿された文章と提案されたコーディネートがトップページに表示される、という主な4つの機能から構成される。4つの機能について、スケッチを見せながら、説明する。

#### 1. 小説好きが、好きな文章を投稿する

民族誌調査を行った読書会において、参加者は好きな小説の中に好きな文章があり、そこには自分の思いや解釈があった。好きな文章とそれを選んだ気分を投稿することで、自分の世界観を強く見せる。それに加えて、小説家の名前と小説の題名をいれることで、誰でも何の文章なのかすぐわかるようにした。

#### 2. アパレル店員が、投稿された文章に対してコーディネート提案を提案する

民族誌調査を行ったセレクトショップにおいて、店員は相手の言葉から好きそうな服やコーディネート想像していた。そして、なぜそれを選んだのかもしっかりと説明した。そこで、コーディネートとそれを選んだ思いを投稿された文章に対して、書き込めるものを作った。

#### 3. 小説好きが、提案してもらったコーディネートから自分と世界観が合う人とコミュニケーションする

民族誌調査を行ったセレクトショップにおいて、店員が提案したのに対して客は必ず何かしら反応を示し、それを言葉にしていた。そこで、提案したスペースに対して返信できるようにした。

4. 投稿された文章と提案されたコーディネートがトップページに表示される  
民族誌調査を行った読書会、セレクトショップにおいて、店員と小説好き両者とも自己表現が好きであった。そこで、投稿した文章、提案したコーディネートがトップページに出ることでモチベーションをあげる。

## キーパスシナリオ

以上の設計をキーパスシナリオに反映した。キーパスシナリオは、フレームワークの語彙を使用してペルソナが製品にどのようにインタラクションをするかを記述したものである (Cooper et al. 2012)。重点は作業レベルに置き、インターフェイスの主要な経路を記述していく。以下は、ペルソナが Fiction Stylist を使い、その後にお店に足を運ぶ場面までを描いたキーパスシナリオである。

1. 野崎拓郎は、自分の好きな小説の文章とこれを選んだ気分を投稿する。



2. 平井圭は、気になった文章をクリックし、投稿された文章と選んだ気分を確認し、それに合うコーディネートと思いを提案する。



3. そのコーディネート気に入った野崎拓郎はコーディネート画像の下にある返信ボタンからコメントを残す。



図 3.11: キーパスシナリオ

4. そして、野崎拓郎は返信に対しての平井圭のコメントを確認したあと、アイコンに出てくる平井圭のユーザー情報からメッセージを送信して、平井圭とやりとりする。



at Fiction Stylist

5. メッセージでのコミュニケーションを繰り返した後、お店に足を運び話す。



図 3.12: キーパスシナリオ

### 3.6. 実装

本研究で開発した Fiction Stylist は、小説好きがアパレル店員を通して新しい服に出会う。小説好きが提示したフレーズを元にアパレル店員がコーディネートを提示し、小説好きには服との出会い、アパレル店員には新しい顧客の獲得を経験として提供する。

本項では以上の設計プロセスを踏まえ、Fiction Stylist の実装について述べる。

#### 機能

以下が Fiction Stylist の機能である。

機能	項目
登録管理	新規登録, ログイン, ログアウト
通知	新着一覧
プロフィール	プロフィール: 登録, 編集, 表示 アバター: 登録, 表示
メンバー	友達: 登録, 削除 友達リスト, 友達管理 メンバー検索 アクティビティ
好きな小説の文章	小説家名, 小説の題名, 好きな文章, どん な気分でその文章を選んだか 投稿, 削除, 表示 最近の投稿, 一覧 投稿検索
コーディネート	コーディネート画像登録, 表示 コーディネート理由登録, 表示 mention登録, 表示 最近の提案, 削除, 一覧
提案への返信	コメント登録, 表示 mention登録, 表示
メッセージ	受信, 送信, 下書き, ゴミ箱
設定	メールアドレス, パスワード設定, 退会
その他	使い方, フィクション・スタイリストとは

図 3.13: 機能一覧

## システム構成

Fiction Stylist は PC 上に実装されたアプリケーションである。これは、PHP 5.3.26 と JavaScript 1.7 でプログラムしている。開発環境としては、WordPress 3.7.1 を使用した。データの保存方法としては、データベース上に Novel Data (小説家の名前、小説の題名、小説の文章、文章を選んだ気分) を保存していき、各小説のデータには Coordinate Data (コーディネート画像、それを提案する理由) が保存され、提案に対する返信である Reply Data も保存されていく。

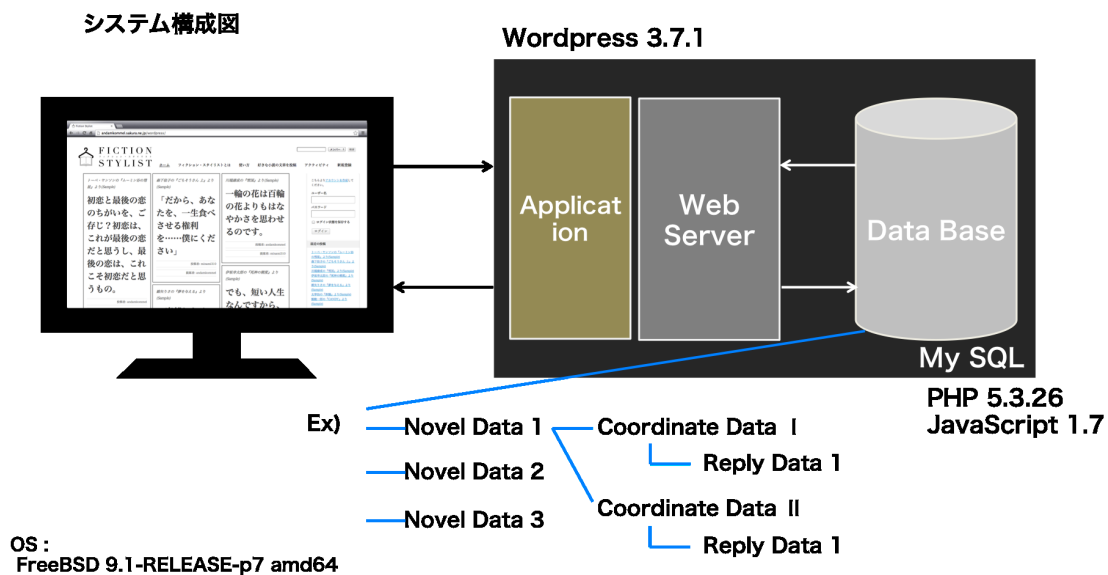


図 3.14: システム構成図



## プログラム

PHP のテーブル構造は以下のようになっている。

<b>member id</b>	<b>投稿者、提案者</b>
<b>blog-title</b>	<b>小説家の名前、小説の題名</b>
<b>blog-text</b>	<b>好きな文章</b>
<b>comment images</b>	<b>コーディネート画像</b>
<b>recently posts</b>	<b>最近の投稿</b>
<b>recently comments</b>	<b>最近の提案</b>

図 3.15: トップページのコラム

<b>member id</b>	<b>投稿者、提案者</b>
<b>blog-title</b>	<b>小説家の名前、小説の題名</b>
<b>blog-text</b>	<b>好きな文章、選んだ気分</b>
<b>reply</b>	<b>提案する理由、提案に対する返信</b>
<b>comment images</b>	<b>コーディネート画像</b>

図 3.16: 投稿ページのコラム

<b>member id</b>	<b>投稿者</b>
<b>author</b>	<b>小説家の名前</b>
<b>title</b>	<b>小説の題名</b>
<b>text</b>	<b>好きな文章</b>
<b>feel</b>	<b>その文章を選んだ気分</b>

図 3.17: “好きな小説の文章を投稿”ページのコラム

<b>member id</b>	<b>投稿者、提案者</b>
<b>title</b>	<b>題名</b>
<b>text</b>	<b>メッセージ</b>

図 3.18: メッセージページのコラム

## インターフェースデザイン

以上の設計プロセスを踏まえ、小説好きが新しい服に出会う SNS である Fiction Stylist の実装を行った。

### 1. Fiction Stylist アクセス時の画面

Fiction Stylist のコンセプトを視覚的に説明する言葉を少なくして、伝わりやすいようにした。この画面で、言葉から服のコーディネートを考える SNS だということが分かる。



図 3.19: Fiction Stylist アクセス時の画面

2.1のタブを閉じたときに、出てくるトップページ画面

トップページでは、投稿された小説の情報、その投稿者の情報、最近の投稿、最近の提案が分かるようになっている。



図 3.20: トップページ

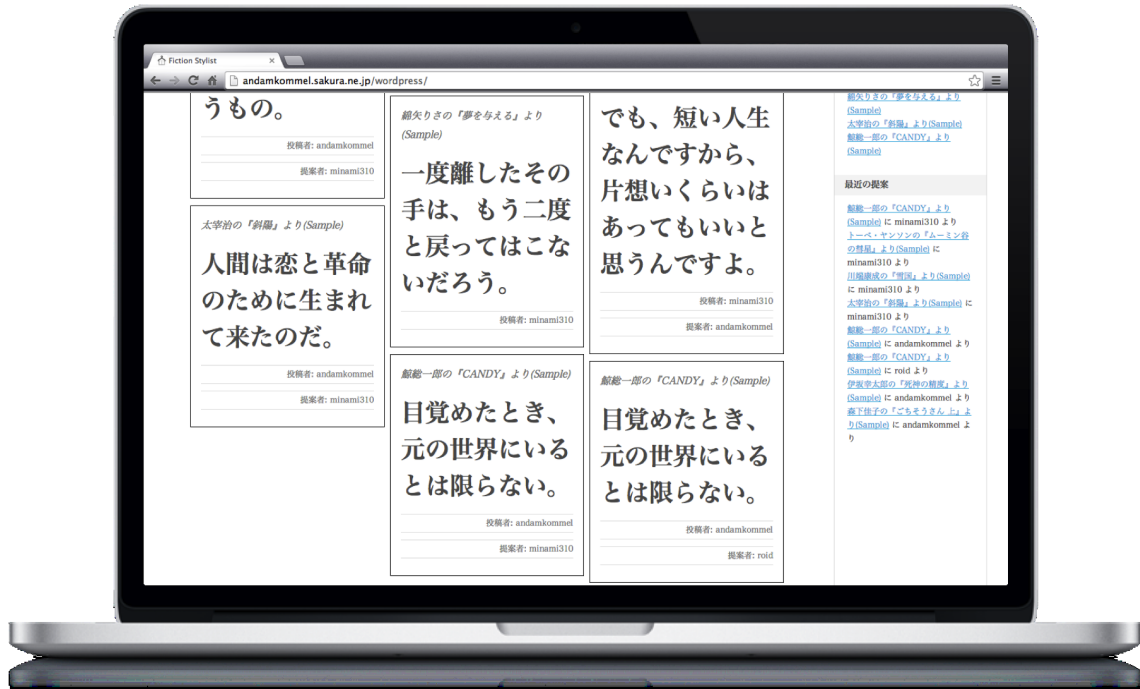


図 3.21: トップページ

### 3. 投稿された小説の箱にカーソルを合わせると...

#### 3-a. 投稿された文章にコーディネートが提案されている時の画面



図 3.22: 投稿された文章にコーディネートが提案されている時の画面

コーディネートの提案がある場合、投稿者の名前の下に提案者の名前が表示されるようになる。

### 3-b. 投稿された文章にコーディネートが提案されていない時の画面



図 3.23: 投稿された文章にコーディネートが提案されていない時の画面

No Coordinate という言葉が入った画像が表示され、まだコーディネートの提案がされていないことが分かる。

### 3-c . 投稿された文章にコーディネートが複数提案されている時の画面



図 3.24: 投稿された文章にコーディネートが複数提案されている時の画面

複数のコーディネートの提案があった場合、一枚一枚表示される。

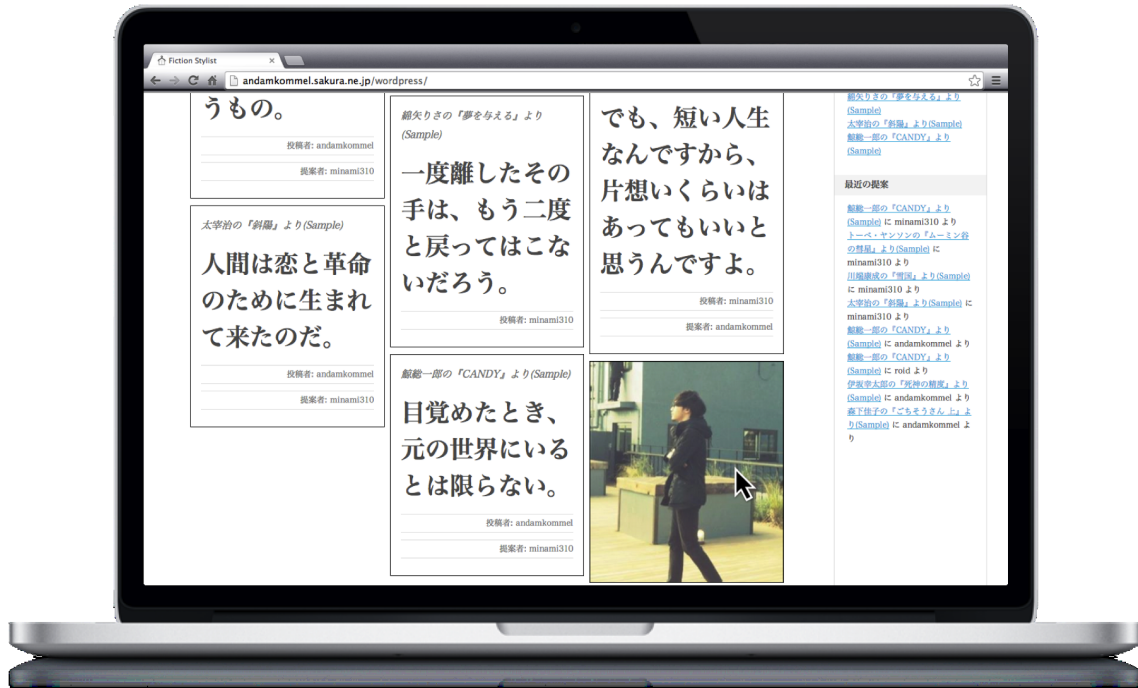


図 3.25: 投稿された文章にコーディネートが複数提案されている時の画面

#### 4. “ 使い方 ” 画面

トップページで何ができるサイトなのかが理解でき、登録後、“ 使い方 ” のページで実際にどう使えばいいのかを詳細に伝える。

一連の流れの紹介をイラストを使い、視覚的に分かりやすようにした。

小説が好きな人に向けて、どんな情報を入力し、自己表現することを薦める内容の文章を書いた。

アパレル店員に向けて、コーディネートの画像だけではなく、相手が理解できるようにしっかりと言葉で説明することを薦める内容の文章を書いた。

アバターにカーソルを合わせることで、ユーザ情報、メッセージができることを伝える。





図 3.26: “使い方”画面 1

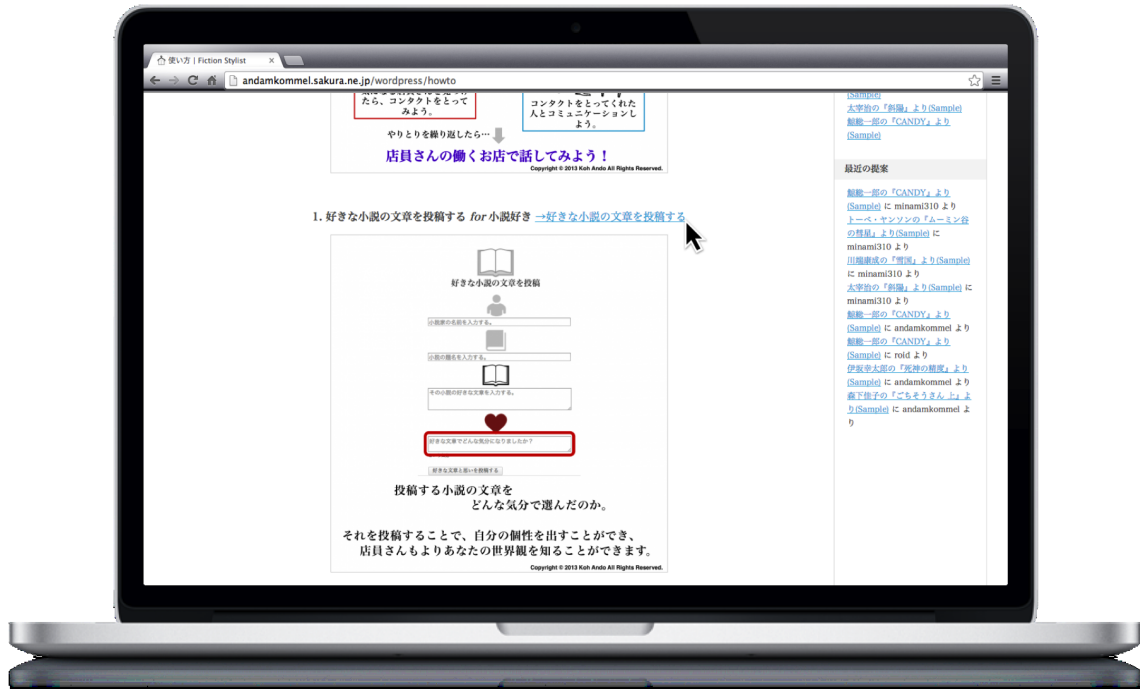


図 3.27: “使い方”画面 2



図 3.28: “使い方”画面 3



図 3.29: “使い方”画面 4

## 5. 好きな小説の文章を投稿する画面

アイコンとガイドをつけることで、視覚的にも分かりやすく、読めば何を登録すればいいかわかるようにしている。



図 3.30: 好きな小説の文章を投稿する画面

## 6. コーディネートを提案する画面

トップページに出ている箱をクリックすると、コーディネートが提案できる。



図 3.31: コーディネートを提案する画面

## 7. コーディネートの提案に対して、返信する画面



図 3.32: コーディネートの提案に対して、返信する画面

コーディネート画像の下にある、返信ボタンをクリックすると提案者に返信することができる。

## 8. メッセージをやりとりする画面



図 3.33: メッセージをやりとりする画面

アバターにカーソルを合わせ、「親展メッセージ」という言葉をクリックするとメッセージ画面に移る。

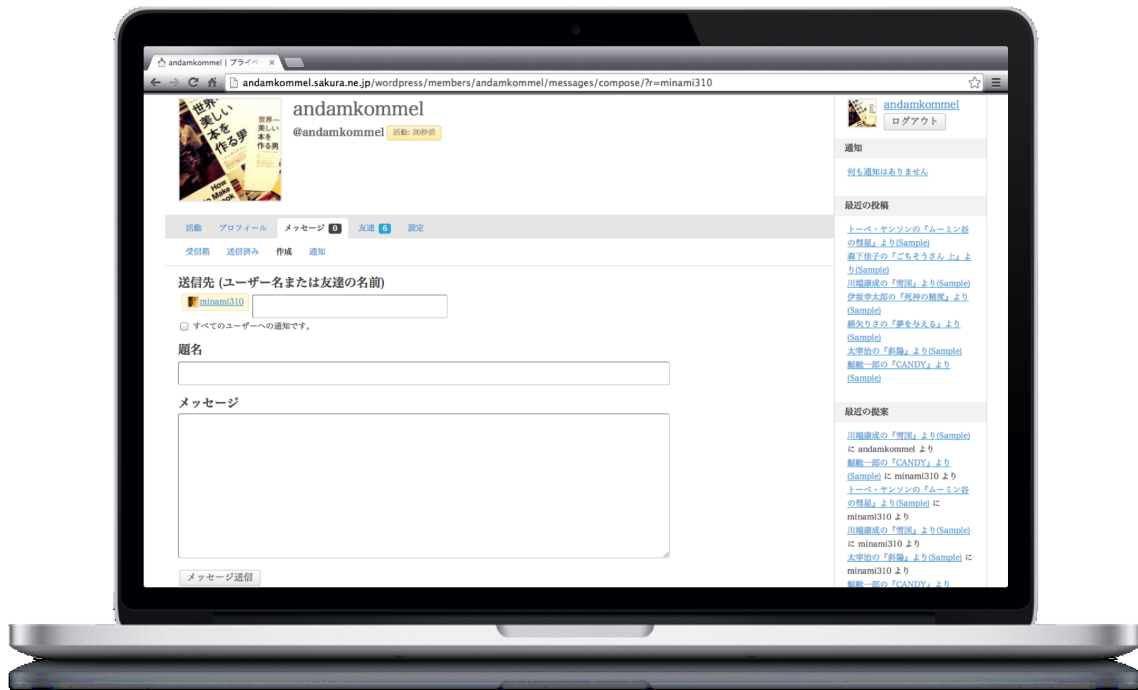


図 3.34: メッセージをやりとりする画面

## コンセプトの全体像

本研究で開発した Fiction Stylist は、小説好きがアパレル店員を通して新しい服に出会う。小説好きが提示したフレーズを元にアパレル店員がコーディネートを提供し、小説好きには服との出会い、アパレル店員には新しい顧客の獲得を経験として提供する。

以上の全てのデザインプロセスを踏まえ、Fiction Stylist のコンセプト全体図を記述した。このWEBでは、自分に似合う新しい服を提供する店員さんに出会うところまでを設計し、その店員さんの働くお店に足を運びたいように設計した。以上のような経験を提供するWEBを Fiction Stylist とし、次章にてユーザスタディとして有効性を検証する。

## 第4章 検 証

本章では、ユーザスタディを実施し、Fiction Stylist のプロトタイプを実際に使用することによって Fiction Stylist のコンセプトが証明されたかを検証する。本研究では、『Goal Directed Design』の Alan Cooper が提唱するデザインメソッドの手法を用いた。インタラクションデザインの方法論であり、人間とのインタラクションを備える製品・サービスをデザインするにあたり、製品・サービスを使う人々のゴールに焦点を当て、それを達成させるデザインを行う手法である。設定したペルソナに沿った調査対象者に実装した Fiction Stylist のプロトタイプを使用してもらう事により、メンタルモデルに従ってデザインされたコンセプトを基に、ユーザがゴールを達成できたのかを検証し、評価を行う。本研究におけるユーザスタディは、ペルソナに沿った小説好き6名、渋谷にあるセレクトショップのアパレル店員4名に Fiction Stylist を使用している様子を観察して行った。

ユーザスタディの目的：

小説好きが自分の好きな小説の文章を通して自己表現し、行ってみたいお店を見つけ、新しい服に出会うことができたか。

アパレル店員にとって、投稿された文章に対して、コーディネートを提案することで、新たな客を獲得することができたか。

### 4.1. ユーザスタディ

ユーザスタディはペルソナに沿った小説好きに対しては2013年12月8日～12月10日、アパレルのセレクトショップの店員に対しては2013年12月8日～12月



15日の間に実施された。小説好きに自分の好きな小説の文章を一つ投稿してもらい、アパレル店員には気になった投稿に対して、コーディネートを投稿してもらう。小説好きは自分の投稿に対してコーディネートされた時、提案した店員さんとコミュニケーションをとってもらった。検証期間中に行ってみたいお店に行ける場合、著者に連絡してもらい、そのお店に足を運ぶところを観察した。その後、足を運んでくれた小説好きとアパレルのセレクトショップの店員へのインタビューを行ない、Fiction Stylist の評価を行なった。お店へ足を運んだ小説好きに対してはWEBを使ってどんな心境の変化が生まれたのか、Fiction Stylist を通して出会った新たなお客さんを接客した店員さんには、WEBを使ってどんな心境の変化が生まれたのかを被験者の具体的な語りから明らかにした。

本研究における小説好きとアパレル店員のユーザスタディで用いた手法は、Brigid Costel-llo の著書である『Understanding The Experience Of Interactive Art』の中で述べられた video-cued recall method という手法から考えたものである。これは、ユーザスタディ後に調査対象者がユーザスタディを行っているときに記録し、ユーザスタディの映像（今回は映像ではなく、WEB）を本人に実際に見てもらいながら、そのときに起きた行動に対してどのような意志を持って行動していたのかをインタビューを行うことで明確にする手法である。

ペルソナの設定に沿った小説好きとアパレル店員を調査対象者とした。自分を表現する服がまだ見つからない小説好きと、自分のファンとなる人に出会いたい店員を対象者としている。尚、小説好きとアパレル店員のユーザスタディの調査手順は以下のように行う。

#### 小説好きの調査手順

1. Fiction Stylist のWEBサイトにアクセスしてもらい、好きな小説の文章を投稿してもらう。文章を通じて、自己表現ができたかを観察する。
2. 提案してもらったコーディネートから気になる店員を見つけたら、コンタクトをとってもらい、そのときにどんな言葉を返すのかを観察する。

3. 実際に店舗に足を運ぶことになった場合、著者に連絡をいれてもらう。

#### アパレル店員の調査手順

1. Fiction Stylist の WEB サイトにアクセスしてもらい、投稿された文章から自分の世界観でコーディネートできそうなものを選んで、コーディネートを提案してもらう。そこで、ちゃんと文章とそれを選んだ気分を読み取り、相手に伝わるような説明をしているかを観察する。

2. コンタクトを受けたとき、そのときにどんな言葉を返すのかを観察する。

3. 実際に小説好きが店舗に足を運ぶことになった場合、実際の店舗での会話を観察する。

結果として、お店に足を運ぶ人、足を運ぶ兆候の人が見られました。その中で、小説好きが店員さんのどんな部分に喜びを感じていたのかが分かった。また、アパレル店員が投稿から何を読み取り、コーディネートを考えているのかが分かった。

次のページから、見られた現象について述べていく。

## 4.2. 検証結果

このように、小説好きは、自分の好きな小説の文章とその選んだ気分を投稿することで各々の自己表現ができていた。

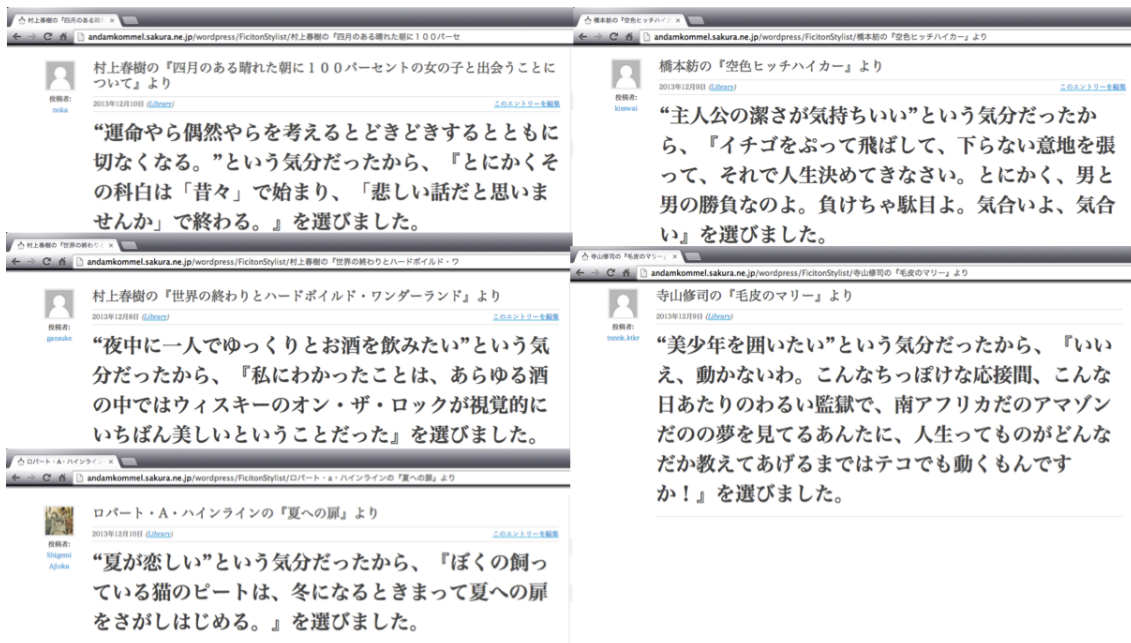


図 4.1: 投稿内容

これら5つの投稿から、どのように店員さんがコーディネートを考え、どんな部分に小説好きが反応していたかを述べていく。

### 4.3. ケース1～店員の考えに強く共感

ユーザースタディ中、小説好きは、店員の言葉に強く共感している様子が度々見られた。例えば、以下のようなやりとりが見られた。

The screenshot shows a browser window with the URL `andamkommel.sakura.ne.jp/wordpress/FictonStylist/村上春樹の『四月のある晴れた朝に100パーセントの女の子と出会うことについて』より`. The page content includes:

- Author:** noka (投稿者)
- Date:** 2013年12月10日 (Library)
- Text:** “運命やら偶然やらを考えるとときどきするとともに切なくなる。”という気分だったから、『とにかくその科白は「昔々」で始まり、「悲しい話だと思いませんか」で終わる。』を選びました。
- Comment:** mizanasu (2013年12月14日) commented: このブルゾン、出会った時になにか運命のようなものを感じました。そして、バイクのオイルが着いてたり、色やサイズから、これを着ていた人は、こんな人なのだろう。と、想像してみたりすると、なんだかドキドキしました。素材もサイズ感もかなりラギットな物なので、ボトムはコンパクトに女性らしくまとめてみました。誰にでもきつと、古着新品問わず、その一着が持つ歴史や過程に、ドキドキしたり、運命を感じるような出会いがきっとあるはずです。

The right sidebar contains a navigation menu with sections like '通知' (No notifications), '最近の投稿' (Recent posts), and '最近の提案' (Recent suggestions).

図 4.2: 小説好き noka さんの投稿ページ 1



図 4.3: 小説好き noka さんの投稿ページ 2

村上春樹の『四月のある朝』 x

andankommel.sakura.ne.jp/wordpress/FictonStylist/村上春樹の『四月のある朝に100パーセ



返信 編集

noka の発言 (2013年12月15日)

ありがとうございます。@mizunasuさんの仰る通りです！洋服にもそれぞれの人生があり、出会いがありますよね。好きなブランドの新作を待ちぶせすることもあれば、ぶらっと入ったところで絶対これ！ってものと出会ったり。だから洋服やさんは楽しいです。ブルゾンは古着なんですね、ドキドキわくわく！サイズ感や色合いが とってもいいですね。

返信 編集

mizunasu の発言 (2013年12月15日)

服との出会いって、どこかでその人の人格形成に繋がったり、不思議な物ですよね。nokaさんにも、素敵な服と出会い、他にはないようなファッションを楽しんでいただけたら、服屋として幸せです●

返信 編集

に100パーセントの女の子と出会うことについてより  
noka より  
橋本紡の『空色ヒッチハイカー』より  
kisswai より  
村上春樹の『世界の終わりとハードボイルド・ワンダーランド』より  
gansuke より  
村上春樹の『四月のある朝に100パーセントの女の子と出会うことについて』より  
mizunasu より  
村上春樹の『ダンス・ダンス・ダンス』より  
ダイヤモンド不愉快 より  
村上春樹の『世界の終わりとハードボイルド・ワンダーランド』より  
Iwa-buchi より  
寺山修司の『毛皮のマリー』より  
mmk.ktkr より  
橋本紡の『空色ヒッチハイカー』より  
y-hei より  
村上春樹の『ダンス・ダンス・ダンス』より  
y-hei より  
ロバート・A・ハインラインの『夏への扉』より  
Shigemi Aitoka より  
ロバート・A・ハインラインの『夏への扉』より  
mizunasu より  
寺山修司の『毛皮のマリー』より  
mami より  
船橋一朗の『CANDY』より  
minami310 より  
トニー・ヤンソンの『ムーミン谷の罅』より  
minami310 より

図 4.4: 小説好き noka さんの投稿ページ 3

## 小説好き・nokaさん(女性) 12月10日

「運命やら偶然やらを考えるとときどきするとともに切なくなる。」という気分と、村上春樹『四月のある晴れた朝に100パーセントの女の子と出会うことについて』の「とにかくその科白は「昔々」で始まり、「悲しい話だと思いませんか」で終わる。」という言葉を投稿。

## アパレル店員・女性Kさん(女性) 12月16日

「このブルゾンは、出会った時に何か運命のようなものを感じました。そして、バイクのオイルがきいてたり、色やサイズから、これを着ていた人は、こんな人なのだろう。と、想像してみたりすると、なんだかドキドキしました。素材もサイズ感もかなりラギットな物なので、ボトムはコンパクトに女性らしくまとめてみました。誰にでもきっと、古着新品問わず、その一着が持つ歴史や過程に、ドキドキしたり、運命を感じるような出会いがきっとあるはずです。」という言葉と共に、コーディネート提案。

## 提案に対する小説好き・nokaさん(女性)の返信

「ありがとうございます。mizunasuさんの仰る通りです！洋服にもそれぞれの人生があり、出会いがありますよね。好きなブランドの新作を待ちぶせすることもある、ぷらっと入ったところで絶対これ！ってものと出会ったり。だから洋服やさんは楽しいです。ブルゾンは古着なんですね、ドキドキわくわく！サイズ感や色合いがとーってもいいですね。」とコメント。

## 分析結果

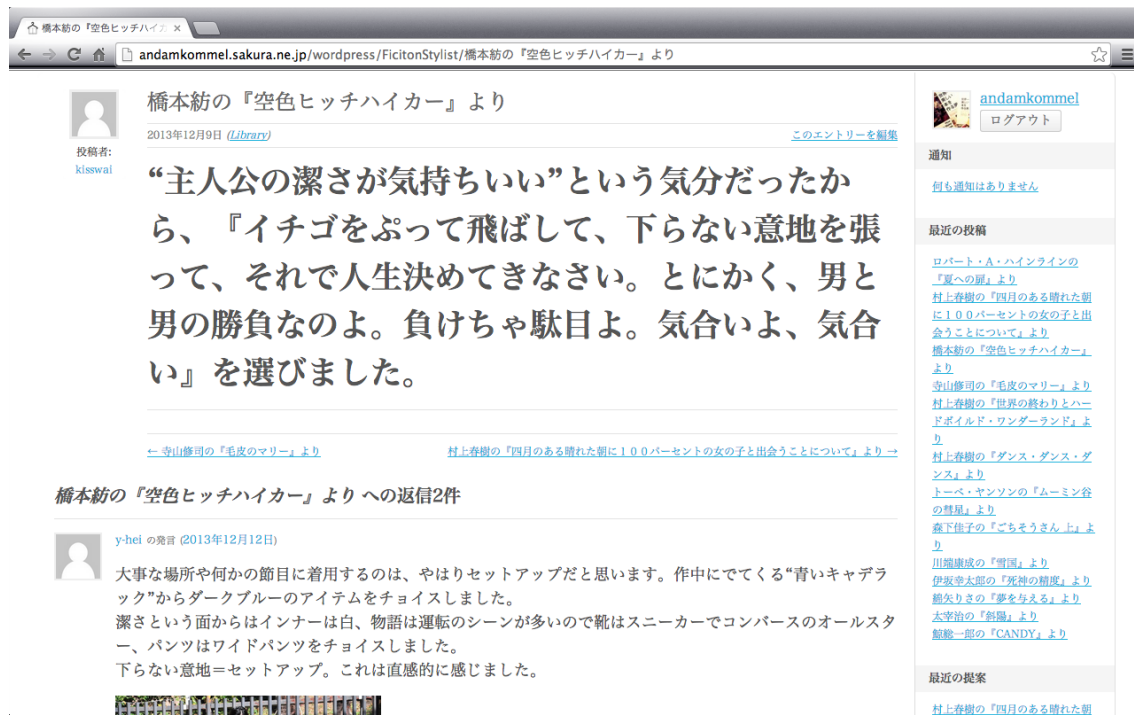
投稿内容を分析すると、mizunasuさんは、nokaさんが投稿した「気分」の内容から連想されるものをコーディネートし、提案していることが分かった。nokaさんの「運命」や「ときどき」という気分に合ったコーディネートはmizunasuさん

にとっては、古着をメインにしたものだった。mizunasuさんはこのコーディネートに対して感じた「運命」を言葉で巧みに表現している。熱い思いが込められたコーディネートとその説明を読んだことで、nokaさんの気持ちも高まっていることが返信の文章からも見てとれるだろう。nokaさんはこのコメントからすると、それなりに服を楽しんでいるタイプに思えるが、古着は今まで着たことがない様子である。しかし、店員の考えに強く共感を示しており、「仰る通りです！」と述べた後で、自身の思いを表現している。古着で考えられたコーディネートはnokaさんにとって新しい服との出会いであり、共感を誘うものだったといえるだろう。



## 4.4. ケース2～知らなかった服の組み合わせに興奮

ケース1では、Fiction Stylist は小説好きに新しい服との出会いを提供していることが見てとれたが、知らなかった服の組み合わせが小説好きに感動を与える例も見られた。



橋本紡の『空色ヒッチハイカー』より

2013年12月9日 (Library) [このエントリーを編集](#)

投稿者: [kisswai](#)


“主人公の潔さが気持ちいい”という気分だったから、『イチゴをぷって飛ばして、下らない意地を張って、それで人生決めてきなさい。とにかく、男と男の勝負なのよ。負けちゃ駄目よ。気合いよ、気合い』を選びました。

← [寺山修司の『毛皮のマリー』より](#) [村上春樹の『四月のある晴れた朝に100パーセントの女の子と出会うことについて』より](#)

橋本紡の『空色ヒッチハイカー』より への返信2件

[y-hei](#) の発言 (2013年12月12日)

大事な場所や何かの節目に着用するのは、やはりセットアップだと思います。作中ででてる“青いキャデラック”からダークブルーのアイテムをチョイスしました。潔さという面からはインナーは白、物語は運転のシーンが多いので靴はスニーカーでコンバースのオールスター、パンツはワイドパンツをチョイスしました。下らない意地=セットアップ。これは直感的に感じました。



andamkommel  
ログアウト

通知  
何も通知はありません

最近の投稿

- [ロバート・A・ハインラインの『家への扉』より](#)
- [村上春樹の『四月のある晴れた朝に100パーセントの女の子と出会うことについて』より](#)
- [橋本紡の『空色ヒッチハイカー』より](#)
- [寺山修司の『毛皮のマリー』より](#)
- [村上春樹の『世界の終わりとハードボイルド・ワンダーランド』より](#)
- [村上春樹の『ダンス・ダンス・ダンス』より](#)
- [トニー・ヤンソンの『ムーミン谷の罫紙』より](#)
- [森下佳子の『ごちそうさん』より](#)
- [川瀬康成の『雪国』より](#)
- [伊坂幸太郎の『死神の精度』より](#)
- [朝矢りきの『夢を与える』より](#)
- [太宰治の『斜陽』より](#)
- [飯館一郎の『CANDY』より](#)

最近の提案  
[村上春樹の『四月のある晴れた朝』](#)

図 4.5: 小説好き kisswai さんの投稿ページ 1

橋本紡の『空色ヒッチハイカー』より

andamommel.sakura.ne.jp/wordpress/FictonStylist/橋本紡の『空色ヒッチハイカー』より

y-hei の発言 (2013年12月12日)

大事な場所や何かの節目に着用するのは、やはりセットアップだと思います。作中ででてる“青いキャデラック”からダークブルーのアイテムをチョイスしました。  
 潔さという面からはインナーは白、物語は運転のシーンが多いので靴はスニーカーでコンパースのオールスター、パンツはワイドパンツをチョイスしました。  
 下らない意地=セットアップ。これは直感的に感じました。



返信 編集

kisswai の発言 (2013年12月15日)

→@y-hei  
 コメント有難うございます。  
 何か自分の人生を左右するとき、セットアップという正装で迎えるというのは良いですね。  
 運転はこのお話の主人公が自分の人生を新たに駆け出すためのものだと思うので、  
 「駆け出す=スニーカー」はすごいマッチしててすごい良いですー！

返信 編集

の慧星』より  
 森下佳子の『ごちそうさん』より  
 川端康成の『雪国』より  
 伊坂幸太郎の『魔王の精度』より  
 新矢りさの『夢を与える』より  
 太宰治の『斜陽』より  
 飯塚一朗の『CANDY』より

最近の提案

村上春樹の『四月のある晴れた朝に100パーセントの女の子と出会うことについて』より  
 mizunasu より  
 村上春樹の『四月のある晴れた朝に100パーセントの女の子と出会うことについて』より  
 noka より  
 橋本紡の『空色ヒッチハイカー』より  
 kisswai より  
 村上春樹の『世界の終わりとハードボイルド・ワンダーランド』より  
 gansuke より  
 村上春樹の『四月のある晴れた朝に100パーセントの女の子と出会うことについて』より  
 mizunasu より  
 村上春樹の『ダンス・ダンス・ダンス』より  
 ダイヤモンド不愉快 より  
 村上春樹の『世界の終わりとハードボイルド・ワンダーランド』より  
 Iwa-buchi より  
 寺山修司の『毛皮のマリー』より  
 mnmk.ktkr より

図 4.6: 小説好き kisswai さんの投稿ページ 2

## 小説好き・kisswaiさん(男性) 12月9日

「主人公の潔さが気持ちいい」という気分と、橋本紡の『空色ヒッチハイカー』の「イチゴをぶって飛ばして、下らない意地を張って、それで人生決めてきなさい。とにかく、男と男の勝負なのよ。負けちゃ駄目よ。気合いよ、気合い」を投稿。

## アパレル店員・y-heiさん(男性) 12月12日

「大事な場所や何かの節目に着用するのは、やはりセットアップだと思います。作中にでてくる“青いキャデラック”からダークブルーのアイテムをチョイスしました。潔さという面からはインナーは白、物語は運転のシーンが多いので靴はスニーカーでコンバースのオールスター、パンツはワイドパンツをチョイスしました。下らない意地=セットアップ。これは直感的に感じました。」という言葉とともに、コーディネートを提案。

## アパレル店員・y-heiさん(男性) 12月12日

「@y-hei コメント有難うございます。何か自分の人生を左右するとき、セットアップという正装で迎えるというのは良いですね。運転はこのお話の主人公が自分の人生を新たに駆け出すためのものだと思うので、「駆け出す=スニーカー」はすごいマッチしててすごい良いですー！」

## 分析結果

y-heiさんはkisswaiさんが投稿した橋本紡の『空色ヒッチハイカー』本の内容を調べた上で、kisswaiさんに合ったコーディネート提案していることが分かった。これは、ケース1とは全く違う方法でのコーディネート提案といえるだろう。コーディネートに対してkisswaiさんは「物語は運転のシーンが多いので靴はスニーカー」と例えていることに感銘した様子が伺える。また、セットアップの格好とスニーカーの組み合わせにも非常に驚きを覚えていたようであり、kisswaiさんも新しい服や新しい組み合わせを知ることが出来たといえる。

## 4.5. ケース3～コーディネートをそのまま真似したい

Fiction Stylist は小説好きに恰好が良い服装に挑戦したいという欲求を生み出すことにも成功していた。顕著であるのが、小説好き・gansukeさん(男性)とアパレル店員・iwa-buchiさん(男性)のやりとりだろう。



The screenshot shows a WordPress blog post on the website andamkommel.sakura.ne.jp. The post is titled '村上春樹の『世界の終わりとハードボイルド・ワンダーランド』より' (From Haruki Murakami's 'The World Ends with You and a Hardboiled Wonderland'). The author is gansuke, and the post date is 2013年12月8日. The main text of the post reads: '“夜中に一人でゆっくりとお酒を飲みたい”という気分だったから、『私にわかったことは、あらゆる酒の中ではウイスキーのオン・ザ・ロックが視覚的にいちばん美しいということだった』を選びました。' (Because I was in the mood of 'I want to drink alcohol slowly by myself at night', I chose 'It was the most beautiful thing I've ever seen among all kinds of alcohol, that whiskey on the rocks is the most beautiful thing I've ever seen' because of its visual appeal.) Below the main text, there are two replies. The first reply is from iwa-buchi, dated 2013年12月13日, and discusses the author's preference for jackets and the weather. The second reply is from gansuke, dated 2013年12月13日, and discusses the author's preference for jackets and the weather. The right sidebar contains a navigation menu with links to other posts and a '通知' (Notifications) section.

図 4.7: 小説好き gansuke さんの投稿ページ 1

村上春樹の『世界の終わり』 x

← → ↻ andankommel.sakura.ne.jp/wordpress/FictonStylis/村上春樹の『世界の終わり』とハードボイルド・ワ ☆ 三

 iwa-buchi の発言 (2013年12月13日)

ふと、夜中に一人でゆっくりとお酒を飲みたくって、クローゼットを開ける。  
 そんな時にはジャケットを羽織って。  
 家から出て近所のバーに行くんだからシャツまでは必要ない、着ていたTシャツの上にさらつとがちょうどいいかな。  
 ちょっと肌寒さを感じた首元には、マフラーを一巻き。

シンプルイズベスト。

ジャケットを引き立てるマフラーのように、ウィスキーはオン・ザ・ロックでその輝きを得る。



 gansuke の発言 (2013年12月15日)

ありがとうございます。仰る通り、シンプルイズベスト。何事もシンプルで研ぎすまされたものが最も美しいですね。今度、このコーディネート、チャレンジしてみようと思います。

スズより  
 トーベ・ヤンソンの『ムニン谷の精霊』より  
 森下佳子の『ごちそうさん』より  
 川畑康成の『雪国』より  
 伊坂幸太郎の『死神の国度』より  
 絹矢りの『夢を与える』より  
 大塚治の『斜陽』より  
 藤城一郎の『CANDY』より

最近の提案

村上春樹の『四月のある晴れた朝に100パーセントの女の子と出会うことについて』より mizunasu より  
 村上春樹の『四月のある晴れた朝に100パーセントの女の子と出会うことについて』より noka より  
 橋本紡の『空色ヒッチハイカー』より kisswai より  
 村上春樹の『世界の終わり』とハードボイルド・ワンダーランド』より gansuke より  
 村上春樹の『四月のある晴れた朝に100パーセントの女の子と出会うことについて』より mizunasu より  
 村上春樹の『ダンス・ダンス・ダンス』よりダイヤモンド不愉快 より  
 村上春樹の『世界の終わり』とハードボイルド・ワンダーランド』より iwa-buchi より

図 4.8: 小説好き gansuke さんの投稿ページ 2

## 小説好き・gansukeさん(男性) 12月8日

「夜中に一人でゆっくりとお酒を飲みたい」という気分と、村上春樹の『世界の終わり』とハードボイルド・ワンダーランド』の「私にわかったことは、あらゆる酒の中ではウイスキーのオン・ザ・ロックが視覚的にいちばん美しいということだった」を投稿。

## アパレル店員・iwa-buchiさん(男性) 12月13日

「ふと、夜中に一人でゆっくりとお酒を飲みたくなって、クローゼットを開ける。そんな時にはジャケットを羽織って。家から出て近所のバーに行くんだからシャツまでは必要ない、着ていたTシャツの上にさらっとがちょうどいいかな。ちょっと肌寒さを感じた首元には、マフラーを一巻き。シンプルイズベスト。ジャケットを引き立てるマフラーのように、ウイスキーはオン・ザ・ロックでその輝きを得る。」という説明を加えてコーディネートを提案。

## 提案に対する小説好き・gansukeさん(男性)の返信

「ありがとうございます。仰る通り、シンプルイズベスト。何事もシンプルで研ぎすまされたものが最も美しいですものね。今度、このコーディネート、チャレンジしてみようと思います。」

## 分析結果

iwa-buchiさんはgansukeさんが提示した「夜中に一人でゆっくりとお酒を飲みたい」という気分と、投稿された小説の文章に基づいて、コーディネートを組み立てていた。iwa-buchiさんの文章はまるで詩のようであり、gansukeさんが考えていた情景を見事にiwa-buchiさんが文章で表現しきっていたようだ。iwa-buchiさんの表現にgansukeさんは惹かれたようで、特にシンプルイズベストという言葉に反応して、コーディネートされた服装を「チャレンジしたい」との意志を伝えていた。

## 4.6. ケース4～新しい世界の扉が開いたコーディネート

アパレル店員にとって重要な能力となるのは、少ない情報量から顧客の特性を読み取り、適切な服を提案することにあるだろう。ケース4では、アパレル店員が投稿内容を元として、小説好きの性格を見抜き、的確なコーディネートで小説好きに驚きを与えている様子が見られた。



The screenshot shows a WordPress blog post on the website andamkommel.sakura.ne.jp. The post is titled '寺山修司の『毛皮のマリー』より' (From 'The Fur Coat of Marie' by Shūji Terayama) and was published on December 9, 2013. The author is identified as tnmnk.ktkr. The main text of the post reads: "『美少年を囲いたい』という気分だったから、『いいえ、動かないわ。こんなちっぽけな応接間、こんな日あたりのわるい監獄で、南アフリカだのアマゾンだのの夢を見てるあんたに、人生ってものがどんなだか教えてあげるまではテコでも動くもんですか!』を選びました。" Below the post, there are two replies from 'mami' dated December 11, 2013. The first reply says: "自分を持っていて、芯のある方だと思ったのでかわいさより、かっこよさを出したいと思いました。さっさとカットソーと膝丈スカートを合わせることで、女の子らしさも出しつつ、力を入れすぎないスタイリングを選びました。" The right sidebar contains a user profile for 'andamkommel', a '通知' (Notifications) section showing no notifications, a '最近の投稿' (Recent Posts) section listing several books, and a '最近の提案' (Recent Recommendations) section with one recommendation.

図 4.9: 小説好き tnmnk.ktkr さんの投稿ページ 1

寺山修司の『毛皮のマリー』より

← 村上春樹の『世界の終わりとハードボイルド・ワンダーランド』より | 橋本紡の『空色ヒッチハイカー』より →

### 寺山修司の『毛皮のマリー』より への返信2件

mami の発言 (2013年12月11日)

自分を持っていて、芯のある方だと思ったのでかわいさより、かっこよさを出したいと思いました。さらっとカットソーと膝丈スカートを合わせることで、女の子らしさも出しつつ、力を入れすぎないスタイリングを選びました。



返信 編集

tnnk.ktkr の発言 (2013年12月13日)

まさに、新しい世界の扉を開けた感じです！さっそく、美少年を探しに外出したくなる装いですね。挑戦してみたいと思います。ありがとうございました！

返信 編集

村上春樹の『ダンス・ダンス・ダンス』より  
 トーベ・ヤンソンの『ムーミン谷の罅』より  
 森下佳子の『ごちそうさん』より  
 川原康成の『雪国』より  
 伊坂幸太郎の『死神の精度』より  
 新矢りさの『夢を与える』より  
 太宰治の『斜陽』より  
 飯塚一朗の『CANDY』より

最近の提案

村上春樹の『四月のある晴れた朝に100パーセントの女の子と出会うことについて』より  
 mizunasu より  
 村上春樹の『四月のある晴れた朝に100パーセントの女の子と出会うことについて』より  
 noka より  
 橋本紡の『空色ヒッチハイカー』より  
 kisswai より  
 村上春樹の『世界の終わりとハードボイルド・ワンダーランド』より  
 gansuke より  
 村上春樹の『四月のある晴れた朝に100パーセントの女の子と出会うことについて』より  
 mizunasu より  
 村上春樹の『ダンス・ダンス・ダンス』より  
 ダイヤモンド不愉快 より  
 村上春樹の『世界の終わりとハードボイルド・ワンダーランド』より

図 4.10: 小説好き tnnk.ktkr さんの投稿ページ 2



## 小説好き・tnnnk.ktkrさん(女性) 12月9日

「美少年を囲いたい」という気分と、寺山修司の『毛皮のマリー』の「いいえ、動かないわ。こんなちっぽけな応接間、こんな日あたりのわるい監獄で、南アメリカだのアマゾンだのの夢を見てるあんに、人生ってものがどんなだか教えてあげるまではテコでも動くもんですか！」を投稿。

## アパレル店員・mamiさん(女性) 12月11日

「自分を持っていて、芯のある方だと思ったのでかわいさより、かっこよさを出示したいと思いました。さらっとカットソーと膝丈スカートを合わせることで、女の子らしさも出しつつ、力を入れすぎないスタイリングを選びました。」という説明を加えてコーディネートを提案。

## 提案に対する小説好き・tnnnk.ktkrさん(女性)の返信

「まさに、新しい世界の扉を開けた感じです！さっそく、美少年を探しに外出したくなる装いですね。挑戦してみたいと思います。ありがとうございました！」

## 分析結果

mamiさんはtaniさんの気分と投稿された小説の文章からtnnnk.ktkrさんの性格を分析し、コーディネートを組み立てていた。著者はtnnnk.ktkrさんのことを普段から知っているのだが、まさにmamiさんが指摘するような「自分を持っている人」である。アパレル店員のmamiさんは、この少ない情報から相手の特徴を的確に見抜くことができようである。このことには著者自身も驚かされたが、tnnnk.ktkrさんは「新しい扉を開けた感じです！」とコーディネートされた服に対する喜びや驚きを表現している。「美少年を捜しに外出したくなる装いですね」というコメントから、tnnnk.ktkrさんは新しい服に出会えたといえるだろう。

## 4.7. ケース5～夏を冬服で表現されていて、感動！

ケース5では、小説好きが服に興味を示すだけでなく、実際にお店に足を運ぶ様子が見られた。以下に投稿内容や来店時の様子を示したい。

### 小説好き・Aさん(女性) 12月10日

「夏が恋しい」という気分とロバート・A・ハインラインの『夏への扉』の「ぼくの飼っている猫のピートは、冬になるときまって夏への扉をさがしはじめる。」を投稿。

### アパレル店員・Kさん(女性) 12月11日

「厚い冬物のロングコートの中に、太陽のような明るいオレンジのワンピースで、夏が待ち遠しいという気持ちを込めました。シンプルながらも、メルトン素材とテロテロとした薄い素材で生地感の差をつけて、飽きのこないコーディネートです。また、スカーフを使って髪をまとめ、ロング丈でもだらしなくならないように意識しました。」という説明を加えてコーディネートを提案。

### 提案に対する小説好き・Aさん(女性)の返信

「ありがとうございます。暖かそうな上に夏を感じさせる素敵なコーディネートだと思います。」とコメントを返した。Aさんは、実際に店舗に行ってみたいと思い、Kさんにメールでアポイントをとった。

AさんとKさんがお店で実際に会ったあと、著者は二人にインタビューを別々で行った。

The screenshot shows a web browser window with the URL `andamkommel.sakura.ne.jp/wordpress/FictonStylist/ロバート・a・ハインラインの『夏への扉』より`. The page content includes:

- Header:** Title 'ロバート・A・ハインラインの『夏への扉』より', date '2013年12月10日 (Library)', and a link 'このエントリーを編集'.
- Main Content:** A quote: "夏が恋しい"という気分だったから、『ぼくの飼っている猫のピートは、冬になるときまって夏への扉をさがしはじめる。』を選びました。
- Footer:** A link to '村上春樹の『四月のある晴れた朝に1.00パーセントの女の子と出会うことについて』より'.
- Comments:** A comment by 'mizanasu' (2013年12月11日) with a photo of a woman, discussing winter coats and materials.
- Right Sidebar:** A navigation menu with 'andamkommel', 'ログアウト', '通知' (Nothing), '最近の投稿' (Recent posts), and '最近の提案' (Recent suggestions).

図 4.11: 小説好き A さんの投稿ページ 1



図 4.12: 小説好き A さんの投稿ページ 2



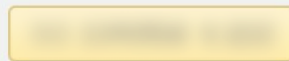
図 4.13: 小説好き A さんとアパレル店員 K さんのメッセージでのやり取り 1



実際にお店に行ってみてみたいのですが、場所を教えて頂けたら嬉しいです。



**mizunasu**



メッセージありがとうございます☺

私の店は、渋谷の神南にあるN idというセレクトショップです。

消防署の通りをまっすぐ進んで、and Aというセレクトショップを超えた辺りにある、白壁のガラス張りのお店です！

基本的にメンズ寄りのユニセックスなのですが、クリエイティブで面白いものが沢山あるので、是非足を運んでみてくださいね。



**Shigemi Ajioka**



ありがとうございます！

ユニセックスの服のお店なんて珍しいので凄く興味深いです☺

早速明日、学校の帰りに寄ってみようと思います。



図 4.14: 小説好き A さんとアパレル店員 K さんのメッセージでのやり取り 2



図 4.15: アパレル店員 K さんが小説好き A さんを接客する

## 小説好きのインタビューより



図 4.16: 小説好き A さん

Fiction Stylist の使い心地、使う前と使った後では洋服やアパレル店員に対して気持ちの変化があったのかを中心に WEB を一緒に使いながら、話を聞いた。

著者「なぜ Fiction Stylist を使おうと思ったのですか。」

A さん「普段あまり服に興味がなかった。最近、友達からダサいと言われていた。服と自分の好きな小説で繋げてくれるものというので、とても面白そうだなと思いました。」

著者「この表紙について、どう思いましたか。」



Aさん「自分が投稿した言葉が、こういう風に服としてコーディネートされるの  
だなんて分かって、非常に分かりやすかったです。」

著者「この表紙を見た後は、何をしましたか。」

Aさん「分からないから、まず使い方を見ました。絵とかがあって、実際にお店  
に行って話してってという流れが全部分かって、なるほどって思いました。」

著者「この後は何をしましたか。」

Aさん「使い方見る前に登録しました。使い方見たあとは、最近の投稿を見まし  
た。」

著者「最近の投稿の中は、使い方が具体的にイメージ湧くように、サンプルを何  
個か入れたのですが、どう思いましたか。」

Aさん「ちゃんと言葉が、コーディネートになるんだなんていうのが分かりまし  
た。ただ本当に好きな言葉を投稿するから、どうやってコーディネートするんだ  
ろうって思っていました。考える方は難しいんだろうなって思いながら見ている、  
面白そうだなと思い私も投稿することにしました。」

著者「“好きな小説の文章を投稿”画面見て、どう思いましたか。」

Aさん「分かりやすかったです。何々を投稿するって言葉がなかったら、分かり  
にくかったと思う。これで一個一個いれていきました。で、どんな気分なんです  
か。って聞くのが、最初はなんでなんだろうって思っていましたw」

Aさん「夏が恋しい気分だったから、夏への扉の最初の一文を選びました。投稿し  
たものに対して mizunasu さんがこういう感じのことをイメージしてくれて、送っ  
てくれました。」

著者「文章を投稿したときに、言葉からコーディネート考えるのって難しいと思  
いましたか。」

Aさん「思いました。ただの文章だし、服に関連するようなワードもなかったか  
ら。」

著者「丁寧にコーディネートの説明するように“使い方”のところで店員さんに促したんですが、実際に丁寧な説明はどう思いましたか。」

Aさん「すごい嬉しかったです。」

著者「今まで服屋さんに対するイメージはどうだったんですかね。」

Aさん「一方的に話してくるイメージがありました。これがいいんじゃないんですか。これがいいんじゃないですか。って言うけど、あなたはこんなコーディネートが似合いますよっていうことは全然なかった。でも、今回はこういう生地で自分が投稿した言葉からこういうのをイメージしましたっていうのがきちんと文章で説明されたのは嬉しかったです。」

著者「このあと、嬉しくコメント返してたと思うんですけど、気になる人になったんですかね。」

Aさん「小説の文章に合ったコーディネートをしてくれたので、実際にお店に行ってみたいなあと思いました。」

著者「このWEBサイトは使いやすかったですか。」

Aさん「すごい使いやすかったです。」

著者「話は戻すのですが、実際にメールでやりとりして、今日会ったと思うんですけど、このサイトを使わなかったら、行かないようなお店でしたか。」

Aさん「そうですね。外観がお洒落だったから、普段そういうお洒落なお店に行かない人間なので、敷居が高いなと思ってたんですけど、行ってみてすごいよかったですなって思いました。」

著者「メールアドレスも交換したみたいですね。それはまた行ってみたいなの思ったからですか。」

Aさん「そうですね。他の友達も連れて行ってみたいなのと思いました。」

著者「これは本好きの友達に紹介したいですか」

Aさん「そうですね。」

## アパレル店員のインタビューより



図 4.17: アパレル店員 K さん

Fiction Stylist の使い心地、これを使うと新しいお客さんに出会えそうかを中心に WEB を一緒に使いながら、話を聞いた。

著者「最初の表紙を見たときはどう思いましたか。」

Kさん「正直、最初は自分が何をしたらいいのかわからなかった。ページを見ていくうちにどうすればいいかわかった。」

著者「その表紙を消すと、言葉とコーディネートサンプルを見せるようにしたんですけど、どうでしたか。」

Kさん「これ見て、結構面白そうだなぁと思いました。分かりやすかった。」

著者「このあとは、何をしましたか。」

Kさん「使い方を見ました。ここでこういうことがしたいんだなって分かりました。」

著者「文章が何個か投稿されたと思うんですが、なぜAさんのものを選んだんですか。」

Kさん「今寒くて、その気持ちとリンクしてるなぁと思ったからです。」

著者「このAさんの言葉からどうコーディネートを考えていったんですか。」

Kさん「もともとこの本は知らなかったの、変なイメージや先入観だけで考えられると思ったから、この文章から読み取れるフレーズからピックアップして、“夏への扉”とかですね。夏らしい色とかを考えたいうえで、春夏のモノを使うというよりは、今は秋冬なので、冬の物を使って、夏らしさを演出しようと思いました。」

著者「それでこのようなコーディネートをあげられたと思うんですけど、その上しっかりと説明されていますね。これはやはり相手が服のことを知らないということでもやられたんですか。」

Kさん「そうですね。人に伝えるときに、疑問が残らないように全てのアイテムについて説明しました。」

著者「そのあと、Aさんから返信やメッセージがきたと思います。今までのスナップサイトだったら、店員さんがあげて、それをいいなぁと思った人がお店に足を運ぶっていうことしかなかったと思うんですけど、今回はスナップをあげた先に、コミュニケーションする環境を作りました。会ったことない人コミュニケーションすることについてどう思いましたか。」

Kさん「そうですねえ、私が働いてるお店がお客さんとスタッフって関係よりもより近い関係を築こうとしています。知ってる人が予備知識ある状態できてくれ

たら、自分の人間性、雰囲気に分かってくれたら、より接しやすいので、ありがたいと感じました。」

著者「WEB上でのコミュニケーションはやりやすかったですか。」

Kさん「今回の件については、Aさんが文章やメッセージを通して落ち着いた人だなと思ったので、全然身構えることはなかったです。」

著者「実際にこのWEBサイトを使って、全体的にどう感じましたか。」

Kさん「すごいやろうとしてることが面白くて、これでファッション業界をより掘り下げて、深く見てくれると思いました。やることの水準がある程度高いので、人を選ぶとは思いますが、それが広まっていったら、それぞれのクオリティが上がると思います。」

## 二人のインタビューを通して

手間をかけて、店員さんが考えてコーディネートを提案することが、小説好きの心に響くということがわかった。服の組み合わせよりも、そのコーディネートになぜしたのかを小説好きが納得するように説明することが小説好きの気持ちが動く大切な要素だということに気付いた。

## 4.8. 考察

本研究で開発した Fiction Stylist は、小説好きがアパレル店員を通して新しい服に出会う。小説好きが提示したフレーズを元にアパレル店員がコーディネートを提供し、小説好きには服との出会い、アパレル店員には新しい顧客の獲得を経験として提供する。

以上のユーザスタディから、Fiction Stylist の有効性が示された。本章の冒頭で示した検証項目と設計段階で構築した小説好きとアパレル店員の両者のペルソナのゴールが達成されているかについて考察を行い、以下において、その評価を述べる。

### 小説好きの考察

ケース1～ケース5を通じて、小説好きは好きな小説の文章を通じて自己表現し、新しい服に出会えたのかを考察する。

ケース5において、Aさんは実際にお店に足を運ぶ結果となったので、ペルソナのゴールは達成できたといえる。Aさんの場合、六個のケースの中で一番ペルソナに近い人物である。服に関する知識はあまりなく、これからお洒落を楽しみたいと思っている人だからである。自分が投稿した文章で、本当にコーディネートはできるのかという思いのまま投稿した。そんな思いの中、アパレル店員が説明を通して、コーディネートを考えてということをお伝えするとAさんは感銘を受けていた。そして、実際に会いたいという気持ちからメールを送信し、お店に足を運んだ。お店に足を運んだ後にインタビューをしたが、また行きたいという意志をお伝えしてくれた。インタビューを通して、ペルソナのゴールは達成できたといえる。

ケース1～ケース4において、実験期間中に小説好きはお店に足を運ぶことはなかったが、アパレル店員の提案に対して、感銘を受けた文章で返信をしている。ケース1でいえば「古着」、ケース2でいえば「スニーカーとセットアップの組み

合わせ」、ケース3でいえば「シンプルイズベスト」、ケース4でいえば「今までチャレンジしたことのない服装」、である。このことから時間、タイミングが合えば、お店に足を運ぶ可能性は十分にあるといえる。だから、新しい服に出会うというゴールはケース1~ケース4でも十分にいえる。

## アパレル店員の考察

ケース1~ケース5を通じて、アパレル店員は投稿された文章に合うコーディネート提案することで、新たな客に出会えたのかを考察する。

ケース5において、Aさんが実際にお店に足を運び、Kさんが接客する結果となったので、ペルソナのゴールは達成できたといえる。Kさんの場合、6個のケースの中で一番ペルソナに近い人物である。なぜなら、まだ働きだして一年未満ということもあり、これから自分のお客さんを獲得したいという意志があるからである。Aさんが投稿した文章の小説は読んだことはないがKさんが思っていたことと似ていたということもあり、Aさんの投稿からコーディネートを考えることにした。しっかりと丁寧に文章の説明を加えていた。そして、Aさんからコンタクトがあると丁寧にメールを返した。そんな普段と変わらない接客の仕方をメールでも行うことで、Aさんがお店に来たときもAさんはメールと同じように会話できた。そして、Aさんのインタビューを通じて、Aさんがまた行きたいと言っていたこともあり、Kさんは新たなお客さんと出会うことができたといえる。

ケース1~ケース4において、実験期間中に小説好きはお店に足を運ぶことはなく、アパレル店員は直接接客することはなかったが、丁寧に一つ一つの投稿に対して、コーディネートと説明を寄せている。また、コーディネートに対して小説好きは感銘を受けた文章で返信していることから、十分お客さんになり得る可能性が高い。だから、新しお客さんに出会うというゴールはケース1~ケース4でも十分にいえる。

## 第5章

# 結 論

### 5.1. 結論

本論文では、小説が好きな人には新しい服との出会い、アパレル店員には新たなお客さんとの出会いを与える SNS のデザインについて述べてきた。小説好きが自分の好きな小説の文章を通じて自己表現し、その投稿に合うコーディネートのアパレル店員が提案し、その提案に対して小説好きがコンタクトをとる。この一連の流れによって、小説が好きな人は新しい服と出会い、アパレル店員は新たなお客さんとの出会うことができる。Fiction Stylist は、「読書会」「セレクトショップ」という2つの民族誌調査と分析を元としてデザインされた。この SNS は Wordpress をベースに、PHP と JavaScript で実装した。検証ではこの Fiction Stylist を用いて、小説好き6名、アパレル店員4名でユーザスタディを行った。小説好きは新しい服と出会えたのか、アパレル店員は新たな客と出会えたのか、を検証した。

ユーザスタディから、Fiction Stylist は小説好きに新しい服との出会いをもたらし、アパレル店員は新たな客と出会えたといえる。小説好きは自分が好きな小説の文章を通して、自己表現をする。そして、その自己表現に合うコーディネートをアパレル店員がなぜそれを選んだのかの理由も添えて、提案する。その提案が自分にとって新しい感覚だと、アパレル店員に対してコメントを返したり、メールを送ったりする。小説の文章からコーディネートを考えるのは、小説好きには想像しがたいことである。本当にできるのだろうか。と自分が文章を投稿したときに感じることである。しかし、アパレル店員がそれを自分なりに解釈し、一生懸命伝えることで、小説好きはその姿勢に心動かされる。敢えてハードルの高い



提供をすることで、その分返ってきたときの感動が大きいことが分かった。小説好きにとって、言葉でちゃんと説明されることで、服への理解がより深まる。また、アパレル店員にとっては言葉で服を説明することは店舗での接客力の向上にも繋がる。

## 5.2. 今後の課題

WEB上でコミュニケーションするという行為は、ユーザスタディから楽しんでもらえたと感じた。しかし実験期間内であったが、お店に足を運んでくれたのは一人であった。次に目指すべきは、小説好きとアパレル店員のWEB上での会話促進が課題だといえる。「行ってみたい」という気持ちまでをデザインすることは達成できたが、いかにしてお店に足を運ぶという行為までスムーズに繋げるか。一つと考えることは、小説好きが提案されたコーディネートにコメントを返したとき、二人のメッセージ機能に反映させ、スムーズにメールのやりとりができるようにすることだと感じる。コメントを返すところから、メッセージができるようにすれば、アパレル店員もアピールの場として使えるものとなるだろう。

また、今回のユーザスタディは、WEBサイト用に作ったが、実験をやっていくうちに、スマホアプリを作った方がもっと使い勝手がいいと感じた。

## 5.3. 今後の展望

既存のファッションスナップサイトは、アパレル店員がお店の服を着て、特にテーマもなくコーディネートをあげていくものがほとんどである。また、ブログを使ってコーディネートを発信していくお店も数多くあるが、あくまでそれはファッション好きしか見ることがないものだ。今までファッション系のサービスはあくまでファッション好きに向けられたものでしかなかったが、この試みは、今後ファッションが違う業界とのコラボレーションするための第一歩と言えるだろう。今回の試みを通して、小説好きも実はお洒落をしたいと思っている人が多いというこ

とが分かった。今回の実験は、小説好きにターゲットを絞ったが、同じように他のジャンルが好きな人が自己を最大限に発揮できるような仕組みを作れば、新しい服との出会いをもたらすことができるだろう。これは、アパレル店員がファンを増やす契機を与えると同時に、言葉でいかに客を魅了するかのトレーニングともなる。優れたコーディネートだけでなくアパレル店員にとって、言葉でいかに客に服の魅力を説明するかもファンを獲得するための重要な要素といえるだろう。また Fiction Stylist は、読書会のイメージアップにも寄与すると考えられる。夏フェスやクラブといったアクティブなイベントにおいて、必ずそのイベントのファッションがある。読書会もファッションのイメージ、「知的でお洒落なイベント」という認識がつけば、コアな読書好きだけではなく、もっと幅広い層の参加が見込める。

# 謝 辞

本研究の指導教員であり、幅広い知見からの確な指導と暖かい励ましやご指摘をしていただきました慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の奥出直人教授に心から感謝いたします。

また、励ましのメールをいただきました慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の砂原秀樹教授に心から感謝いたします。忙しい中、研究指導や論文執筆など数多くの助言を賜りました慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の石倉洋子教授に心から感謝いたします。UI設計のアドバイスをいただいた慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の植木淳朗特任講師にも深く心から感謝いたします。

研究を行う上で多くの助言や協力をいただいた OIKOS PROJECT の皆様に心から感謝いたします。さまざまな面から研究活動を支えていただき、時に苦楽を共にした慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科 OIKOS BOOKSTORE PROJECT の皆様に心から感謝いたします。

本論文におけるイラストを提供していただいた慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科博士課程の伊是名氏に心より感謝致します。

2年間、同じプロジェクトで共に活動してきた佐藤みなみさんに心より感謝いたします。小説好きである佐藤みなみさんがいたからこそ、この研究を成し遂げることができました。この研究を思い立ったのも彼女の服装が契機となりました。多くの意見やアドバイスをいただいたことで、この研究がより深いものになりました。

最後に、研究活動に関するご理解とともに、経済面や生活面において支援していただきました家族に心から感謝いたします。

## 参 考 文 献

- Cooper, Alan (1996) *Goal-directed design: InContext Enterprises Incorporated*.
- Cooper, Alan, Robert Reimann, and David Cronin (2012) *About face 3: the essentials of interaction design*: John Wiley & Sons.
- 奥出直人 (2007) 『デザイン思考の工具箱』, 早川書房 .
- 奥出直人 (2012) 『デザイン思考と経営戦略』, NTT 出版 .
- 小林知己, 高橋聡, 國上真章, 吉川厚, 寺野隆雄 (2011) 「オンラインコミュニティにおける効用相反とそのハーネシングに関するエージェントシミュレーション」, 『第3回知識共有コミュニティワークショップ論文集』, 第5巻, 第3号, 11-20頁 .
- 辰巳槇, 永井由佳里, 森田純哉 (2012) 「アパレルセレクトショップにおける店員顧客間の同調傾向の研究」 .
- 西田健志, 濱崎雅弘, 栗原一貴 (2012) 「超消極的な人でも安心して使える学会での交流促進システム」 .
- 松尾直博 (2011) 「中学生の読書と自己意識の関係: 読書療法の観点から」 .
- 三浦麻子, 川浦康至 (2009) 「内容分析による知識共有コミュニティの分析: 投稿内容とコミュニティ観から」, 『社会心理学研究』, 第25巻, 第2号, 153-160頁 .
- 三和義秀 (2013) 「小説を対象とした読後の感情状態形成モデルの研究-読者のパーソナリティ特性と認知的評価に基づいて」, 『情報知識学会誌』, 第23巻, 第1号, 92-110頁 .

安永明智, 野口京子 (2012) 「ファッションへの関心と着装行動に関する基礎的調査研究: 性別, 年齢, 主観的経済状況, 性格による差の検討」.

吉田知世, 小林一郎 (2011) 「感情極性に基づく文書の俯瞰分析への取り組み」, 『第73回全国大会講演論文集』, 第2011巻, 387-389頁, 5月.

大澤真希子 (2010) 「『精神現象学』とファッション: 自己意識を中心とした考察」.