

Title	東京の若者の夜の遊び方を楽しくする酔いどれガイドシステムのデザイン
Sub Title	Yoidore guiding system : designing an enjoyable nightlife in Tokyo
Author	林, 直也(Hayashi, Naoya) 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	2017
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2017年度メディアデザイン学 第583号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002017-0583

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 2017年度（平成29年度）

東京の若者の夜の遊び方を楽しくする
酔いどれガイドシステムのデザイン

慶應義塾大学大学院
メディアデザイン研究科

林 直也

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。

林 直也

審査委員：

奥出 直人 教授 (主査)

石戸 奈々子 准教授 (副査)

Matthew Waldman 教授 (副査)

修士論文 2017年度（平成29年度）

東京の若者の夜の遊び方を楽しくする 酔いどれガイドシステムのデザイン

カテゴリー：デザイン

論文要旨

本論文では、今の気分にあった複数の次の一軒と、それらをテンポよく回れるルートを提示することで、夜の東京の若者たちの遊び方を楽しくする「酔いどれガイドシステム」について述べる。「酔いどれガイドシステム」は、あらかじめ登録されている飲食店の情報、気分にあった次の一軒を複数導き出す次の一軒抽出機と、抽出された店を効率よく巡回することのできるルートを作成するルート作成器、それらの情報を視覚的に見せる画面で構成されている。東京の若者たちは、一軒目の店の情報と今の気分を入力し、広域から抽出された店を自動運転車に乗って見て回る。街を超えて点在する理想の次の一軒をはしごすることによって、東京の若者たちが友達と一緒に過ごす夜の遊びを楽しくする。本研究では、西荻窪の街案内の達人、東京で遊ぶ若者たちの民族誌調査を行い、「酔いどれガイドシステム」のコンセプトを設計した。また設計したコンセプトから実装を行い、実際に東京の若者たちを対象に実証実験を行い、コンセプトの有効性を示した。

キーワード：

都市, モビリティサービス, デザイン思考, サービスデザイン, ガイドシステム

慶應義塾大学大学院 メディアデザイン研究科

林 直也

Abstract of Master's Thesis of Academic Year 2017

Yoidore Guiding Sysytem:
Designing an Enjoyable Nightlife in Tokyo

Category: Design

Summary

Yoidore Guiding Sysytem is a guiding sysytem, that selects multiple ideal next bars and connects them into a single route to allow young people in Tokyo to have much enjoyable night-life with their friends, being released from a restriction of moving made by dependece on train.

This reasearch used Design Thinking method, and conducted ethonographical firld-works with a master of guidance in Nishiogikubo to learn about the cognition-action pattern of providing exciting experience while hanging out in the city. The value of this Yoidore Guiding Sysytem has been validated by conducting a user research in Nakameguro area in Tokyo.

Keywords:

City, Mobility as a Service, Design Thinking, Service Design, Guiding System

Keio University Graduate School of Media Design

Naoya Hayashi

目 次

第1章 序論	1
第2章 関連研究	6
2.1. 都市と夜	6
2.2. 都市と移動	8
2.3. 都市とガイドシステム	9
2.4. 本論文の貢献する領域	10
第3章 デザイン	12
3.1. コンセプト	12
3.2. 民族誌調査とモデリング	13
3.3. 設計	22
3.4. 実装	26
第4章 Proof of Concept	39
4.1. ターゲットユーザー	39
4.2. 「酔いどれガイドシステム」のフローとユーザーの動き	40
4.3. Proof of Concept	52
第5章 結論	54
5.1. 結論	54
5.2. コンセプトを良くするための課題	56
5.3. 酔いどれガイドシステムの今後の展望	58
謝辞	59

目次

参考文献	60
付録	63
A. バリデーション時の対象者の発言の文字起こし	63

目 次

3.1	酔いどれガイドシステムのコンセプトスケッチ	13
3.2	FW マスターの福田さん	15
3.3	西荻窪での FW の様子	15
3.4	西荻窪にある飲み屋通り	15
3.5	フローおよびカルチャルモデル	16
3.6	シークエンスモデル 1	16
3.7	シークエンスモデル 2	16
3.8	アーティファクトモデル	17
3.9	フィジカルモデル	17
3.10	ターゲットペルソナ：都市で遊ぶ若者たち	18
3.11	ターゲットペルソナ：サービスプロバイダー	18
3.12	ターゲットペルソナ：店のオーナー	18
3.13	サービスエコシステム	19
3.14	ポストイットを使うアイディエーション	20
3.15	紙粘土を使ったアイディエーション	20
3.16	スキットの様子 1	20
3.17	スキットの様子 2	20
3.18	酔いどれガイドシステムのコンセプトスケッチ	21
3.19	ユースケース	27
3.20	キーパスシナリオ	27
3.21	アンケート上の画像	30
3.22	アンケートにより得たデータ	31
3.23	飲食店のデータ	32

3.24	作成したグラフデータベース	33
3.25	実装した酔いどれガイドシステムの画面	34
3.26	コード	35
3.27	抽出された6軒	36
3.28	作成されたルート	38
4.1	土曜 20 時に集まる三人	42
4.2	八代井亭で楽しむ三人の様子	42
4.3	三人で今の気分を入力する様子	42
4.4	気分にあう雰囲気のお店にいいねする	42
4.5	抽出された6軒のお店	43
4.6	作成されたルート	44
4.7	車内の様子	44
4.8	車内から店の雰囲気を伺う様子	45
4.9	車内から見たトリプルクラウン	46
4.10	ベネンシアの看板	46
4.11	奥まっているベネンシアの入り口	47
4.12	ベネンシアの店内	47
4.13	誕生日を祝う乾杯をする三人	48
4.14	注文したチーズやバケット	48

表 目 次

第1章 序

論

『The city of tomorrow』の著者であり、MITのSensible City LabのリサーチャーであるCarloとMatthewは、2016年に出版された同書籍の中で都市とモビリティの関係性について論じている [1]。彼らは20世紀の自動車の急速な普及は、世界中の多くの都市の発展に大きな影響を及ぼしてきたと述べている。その代表例として彼らが行き上げているのがロサンゼルスだ。ロサンゼルスは、まさに1900年代初頭の自動車の普及に伴い急速に発展したアメリカの大都市であり、街全体に自動車を通るための道路が張り巡らされている。実際に私が2017年の春にロサンゼルスを訪れたときも、車がないと自由に移動することができなかった。この例からも分かるように、自動車というモビリティは20世紀の都市の発展に密接に関わり大きな影響を与えてきた。そして、21世紀の都市の在り方を考えていく上でも、モビリティについて考えることは重要になると言えるだろう。

それでは今日の東京とモビリティの関係はどうだろうか。都市交通について研究しているジョン・カリメンテは、質の高い公共交通機関が発達している東京に暮らす人たちにとっては、自動車は必需品ではないと指摘している [2]。たしかに私自身は今、東京で自動車や自転車を持たない生活をしている。メインの移動手段は電車だ。すると、自分自身の日々の行動範囲がアクセスしやすい鉄道の沿線沿いの街に限られていることに気づく。東急東横線の学芸大学駅を最寄り駅として使用する私の場合は、同じ東急東横線沿いにある日吉や中目黒、渋谷を訪れることが圧倒的に多い。またそうした沿線沿いの街に行ったとしても、せいぜい駅から歩いて5分ほどの店に入ることがほとんどだ。また金曜日の夜に友達と渋谷のシーシャバーで楽しく話し込んでいるにも関わらず、もう終電の時間だからと、午前0時を少し回ったくらいから、みなそわそわと帰り支度を始めてしまうこと

も多々ある。タクシーは高いため気軽に乗ることはできない。比較的近い渋谷から学芸大学駅までの距離でさえ約2000円かかる。軽くもう一軒遊びにいけてしまう値段だ。つまり、東京は電車というモビリティに大きな影響を受けている都市であり、そこで暮らす電車以外の移動手段を持たない若者の多くは、アクセスしやすい沿線沿いの街で、しかも駅から近い店で終電の時間を気にしながら友だちと遊んでいる。

一方で、東京には駅の近くに限らず魅力的な店はたくさん存在している。例えば、祐天寺駅と三軒茶屋駅の間に位置する世田谷公園の回りには、駅から歩いて20分弱かかるにも関わらず美味しいイタリアンレストランやハンバーガー屋がある。またこうした駅から遠い場所は、賃貸料が比較的安く開業資金を抑えられることもあり、新しく飲食店が出店をすることも多い。¹ 歩くのが気持ちのよい季節に、そうした魅力的なお店を上手にはしごすることができるのと楽しい。例えば、7月上旬の夜、友達と一緒に恵比寿のお店で軽くご飯を食べたあとに坂道を上り、目黒川沿いを歩いて中目黒にある寿司屋へと向かう。一休みをしたらコンビニによって10分くらい歩いて祐天寺の住宅街を突っ切り、三軒茶屋方面にある個性的な居酒屋に入る。そして近くにあるシーシャバーで深夜3時頃まで楽しくお喋りをして気持ちよく歩いて家に帰る。まるで一つの横丁を飲み歩いているかのように、街を越えてぶらぶらと魅力的なお店をハシゴすることができるのと気持ちが良い。

ただ徒歩だと遠く離れた店をはしごするのに時間が掛かってしまう。広域に点在する店を何軒か回って良さそうなところを選ぶこともできないため、比較的近い場所にあって、確実に良さそうな店を慎重に選ぶ必要もある。自宅近くでなければ、終電のことを考えて駅からあまり遠くにもいけない。駅から離れた場所に魅力的なお店があったとしても、それを知る機会がない。あるいは知ったとしても電車と徒歩の組み合わせだと気軽にアクセスすることができない。結局、頭に思い浮かんだ好きな店や、時間を掛けてスマホで調べた雰囲気の良い良さそうな店には混雑して入れず、消去法的に適当な店に入らざるを得ないことがよくある。せっかく久しぶりに友達と一緒に遊んでいるのに、やるせない気持ちになってしまう。

1 <https://www.businessinsider.jp/post-100651>

東京の若者たちの週末の理想の夜遊びは、自分たちの気分にあった雰囲気の良い店をテンポよくはしごしながら、帰りの心配をすることなく、夜遅くまで気の合う友人たちと、美味しい食事と酒と会話を楽しむことである。

以上を踏まえ、本研究では、自動運転車を活用することで、東京の街を横断して広域に点在する飲食店を、まるで一つの横丁で飲んだり食べたりしながら友達と楽しく一晩を過ごすことのできるモビリティサービスを開発し「TOKYO27:00」と命名した。このサービスを使えば、東京で深夜3時、つまり27時まで、沿線や終電の時間を気にせずに友達と楽しく遊ぶことができるというのが命名の理由だ。「TOKYO27:00」は、辺りをキョロキョロしながら直感的に店の雰囲気を掴むことのできるインターフェースが搭載された自動運転車である「ハッピー酔いどれ号」と、広域に点在する飲食店から今の気分にあった次の一軒を楽しく選ぶことのできるルートを提供する「酔いどれガイドシステム」の2つから成る。

「ハッピー酔いどれ号」を安島が担当して、「酔いどれガイドシステム」を筆者が担当した。本論文は、モビリティサービスである「TOKYO27:00」に用いられるガイドシステムである「酔いどれガイドシステム」を議論するものである。

「酔いどれガイドシステム」は、広域に点在する飲食店と、それらをテンポよく回ることのできるルートを提示することで、友達と楽しく次の一軒を選ぶことを可能にし、東京の若者たちの夜の遊び方を楽しむ。

「酔いどれガイドシステム」は、金曜日の夜に渋谷で鍋を食べた若者三人が、二軒目へはしごをしようと思った際に、アプリを立ち上げて自動運転車を一台リクエストする。店の外に到着した自動運転車に乗りこむと、これからはしごしたいエリアと次の一軒に求める今の気分を入力する。三人は、あまり詳しくないから開拓したいということで、中目黒から三軒茶屋をカバーする半径1.5kmほどのエリアを選択。また目の前に提示された複数の飲食店の画像に対して、各々が楽しく話し合いながら好きか嫌いかを選択する。その結果、しつぱりした雰囲気のある場所で軽くつまみながらお酒を飲みたい気分だとシステムが学習する。すると「酔いどれガイドシステム」は、当該エリアの中から三人の今の気分にあったお店を6軒抽出し、それらをテンポよく回ることの出来るルートを作成する。ルートに

沿って動き出した自動運転車の車内では、次の一軒に到着するまで、楽しそうに共通の知り合いの話で盛り上がる三人。一番最初の候補の店の前に着くと、自動運転車は一時停車。三人は店の中の雰囲気覗き込んで判断する。ちょっと違うなと思ったらノーブ、良さそうな店だと思ったらキープを選択して保存、ここに入ろうと思ったらゴーを選択して、理想の次の一軒を楽しく決める。三人は、いい感じにしっぽりしているけどちょっと敷居が高そうということで、次の候補に向かう。再び走り出した三人は、4軒目の雰囲気の良さそうなスペインバルに入店。美味しいワインと小洒落た料理を楽しみながら話をする。気づいたらもう深夜0時。三人は、もう一軒行こうということで、同じように自動運転車に乗って、まったりとリラックスできるシーシャバーに入店。くだらない話を楽しみながら深夜3時まで過ごす。良い気分のまま自動運転車で各々帰路につく。「酔いどれガイドシステム」は、こうして気分にあった理想の店をテンポよくはしごしながら、友達と一緒に夜遅くまで楽しむという東京の夜の遊び方を実現する。

本研究でデザイン及び実装を行った「酔いどれガイドシステム」は、2012年に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が書いた『デザイン思考と経営戦略』の中で取り上げられているデザイン思考の手法に則りデザインを行った [3]。民族誌調査に基づいてメンタルモデルの抽出とターゲットペルソナの設定をし、アイディエーションを行う。スキット、ユースケース、キープスシナリオを作成することで「酔いどれガイドシステム」を細部までデザインしていく。これらのプロセスを経て、作成したコンセプトに基づいた実装を行った。実装に関しては、私が作成した設計図を同研究科の博士課程に所属する浦瀬に見せることによって実装を手伝ってもらった。ユーザースタディは、ターゲットペルソナと一致するユーザーに対し「酔いどれガイドシステム」を使用してもらい、使用感、感想についてのインタビューを行う。

なお、本論文は、5章の構成から成る。本章に続く、第2章では「酔いどれガイドシステム」に関連する関連研究をもとに、「酔いどれガイドシステム」が貢献する研究領域を定義し、第3章ではコンセプトの詳細について述べると同時に、これに至った民族誌調査の詳細、「酔いどれガイドシステム」の詳細な仕様について述べる。第4章では、Proof of concept として「酔いどれガイドシステム」のコン

セプトの有効性を実地でバリデーションする。そして最後の第 5 章では、本論文の結論、課題、および今後の展望について述べる。

第2章 関連研究

本研究でデザインした「酔いどれガイドシステム」は、あらかじめ登録されている飲食店の情報、彼らが次の一軒として好む雰囲気を持つお店を複数導き出す次の一軒抽出機と、店をテンポよく回る事の出来るルートを作るルート作成器と、それらの情報を見せる画面で構成されている。本章では「都市と夜」、「都市と移動」、「都市とガイドシステム」の3分野を概観し、関連研究について述べる。

2.1. 都市と夜

夜と人々

都市で暮らす人々は、なにも日中のみ活動をしているわけではない。イギリスの学術誌 *UrbanStudies* は、2014年に「都市の夜間に関する地理 (Geographies of the urban night) [4]」と題した特集号を発売した。本誌では、多くの学術研究が夜間に都市で起きていることを見落としていると指摘し、ナイトライフに関する考察の重要性を説いている。著者の1人であるユトレヒト大学の Ilse は、都市でのナイトライフは、遊びの時間、会話をする時間、友情を育む時間、恋愛を楽しむ時間として重要な意味を持っているとしている [5] [6]。こうした夜間に生まれる社会的結びつきは、昼間の都市では見ることのできない社交の在り方や楽しく陽気な人々の気分を生み出す。またメルビンの研究によると、人々は夜になると、昼間の都市生活で感じる自身の無個性さや人との衝突がもたらすストレスから解放されて安心感を感じるという。また夜間の時間を一緒に過ごすだけで特殊な連帯感を得ることができるという [7,8]。本研究でデザインした「酔いどれガイドシステム」は、東京の若者たちが友達と一緒により夜を楽しく過ごせるようにする。

ナイトライフと制約

夜間の都市で、友人と楽しく過ごそうとすると様々な制約に直面する。鈴木は、夜間に人々が都市で行う行動を「夜遊びのツーリズム」として議論をしている。彼は夜間の都市での行動につきまとう制約条件を、時間地理学の枠組みで捉えることが有効とし、それらを (1) 能力の制限 (交通手段などの技術的限界によって生じる到達可能範囲の制約)、(2) 結合の制約 (特定の時刻・場所で一定時間、他と接触していなければならないことによって生じる制約)、(3) 権威の制約 (法や権威、規則によってなされる立ち入り制限が到達可能性に限界をもたらす場合) の3つに類型化している。彼は、飲酒などが理由で運転ができなくなった客の自動車を代わりに運転する運転代行業が、夜間の移動上の制約を軽減することによって対価を得ている代表的な夜の産業として研究をしている [9]。しかし、本研究でデザインした「酔いどれガイドシステム」のターゲットユーザーは、車を持たない東京の若者であるために、運行代行業は彼らの移動の制約の軽減には貢献しないと考える。「酔いどれガイドシステム」と自動運転車である「酔いどれ号」からなるモビリティサービス「TOKYO27:00」は、ナイトライフに伴う移動上の制約を軽減する。

夜間経済

夜の都市での人々の行動は、経済的にも注目を浴びている。東京学芸大学の池田は、都市間競争の苛烈化と24時間経済の覚醒 [10] を背景に、2010年以降世界的に夜間経済 (Night-Time-Economy) への注目度が増していると指摘している。夜間経済という概念は、ハニガンによれば食事、飲食、社交などの人々が夜間に行う一連のアクティビティのことを指す。[11]。もともとイギリスで都市計画に関わる人々の間で用いられた概念であり、1990年代初頭には夜間のアルコールとレジャー産業の発展を促すために用いられた。経済的なポテンシャルが低いとされ「死の時間」とされていた夜間に行われる経済活動に対する見方を変え、イギリス北部の市の経済規模を2倍にした [5] という。

東京においても夜間経済の活性化の動きが見られる。例えば、東京都が2017年度

初頭に発表した『PRIME 観光都市・東京—東京都観光産業振興実行プラン』¹ においては、ナイトライフ観光の推進など魅力的な観光資源の開発が必要であると明文化されている。また渋谷区では官民競業事業として作成した渋谷ナイトマップの配布活動などが行われており、池田によれば、東京において夜間時間特有の観光形態や観光資源への注目が今後より一層求められるだろうと述べている [12]。本研究でデザインした「酔いどれガイドシステム」は、東京の街に既に点在する飲食店をリソースとして捉え、それらを若者のナイトライフにおける資源化を行うことができる。

2.2. 都市と移動

都市エクイティと回遊性

川津によると、回遊性は都市エクイティの形成に影響を与える。都市エクイティとは「その都市を訪れる来訪者の心のなかに醸成される当該都市の魅力の価値」であり、回遊性を向上させることで消費者に付加価値をもたらし、都市エクイティの形成に貢献するという。選択肢 x パーソントリップ x 滞留時間から構成される回遊性を向上させるためには、消費行動の選択肢 (スポット) を最適にし、都市インフラの透過性 (パス) を高めることが必要である。彼は Amazon などのオンライン上のショッピングサイトにおいては、ユーザーの購買履歴や検索履歴などのデータを学習することで提示する選択肢を最適化し、サイバー空間におけるユーザーの回遊性を高めているという。そして都市においても、そうした手法の有効性が適用されることで回遊性のネットワーク化が可能になると論じている [13]。本研究でデザインした「酔いどれガイドシステム」は、ユーザーの訪問履歴と彼らの今の気分のデータを元に、広域に点在する飲食店の中から最適な次の一軒候補を複数抽出し、それらをテンポよく回ることでできるルートを作成する。これは川津が指摘する Amazon のようなサイバー空間で使われている選択肢の最適化のアルゴリズムを、実際のフィジカルな都市における回遊性を向上させる形で実現す

1 <https://http://www.sangyo-rodo.metro.tokyo.jp/plan/tourism/plan/prime2017/>

ることになる。その結果、「酔いどれガイドシステム」は、都市エクイティの形成に貢献することができる。

コンパクトシティ

国土交通省は、都市機能が集積するコンパクトシティを推進している。筑波大学の谷口守教授²によると、コンパクトシティは「都市活動（居住業務他）の密度が高く、効率的な空間利用がなされた、自動車に依存しない交通環境負荷の小さい都市」と定義される。田中は、そうしたコンパクトなまちづくりを進める上で、路面電車を活用した歩いて暮らせるまちづくりを目指す必要があると主張している。彼は北海道札幌市における路面電車利用者の回遊行動を調査で明らかにした上で、路線に並行して歩く回遊行動を誘発するために、小売店舗の連続的な配置や、沿線沿いに集客力のある建築用途を配置することが効果的であるとしている [14]。本研究でデザインした「酔いどれガイドシステム」と自動運転車である「酔いどれ号」からなるモビリティサービス「TOKYO27:00」は、物理的に離れた場所にある複数の飲食店をつなげるルートを作成し移動をする。これは、田中が効果的であると指摘する新たな建築物の投資を必要とせず、都市の回遊性を向上させることを可能にする。

2.3. 都市とガイドシステム

意向を汲み取るガイドシステム

東京の夜を友達と一晩楽しく過ごすために「酔いどれガイドシステム」は、どのように彼らの一晩をガイドすべきだろうか？倉田は、CT-Planner³という、Web上で対話的に旅行プランの作成を支援するシステムを作っている。CT-Planner³は、あらかじめシステムが作成した旅行のモデルプランをユーザーに提示し、それを見て生まれたユーザーの要望を汲み取り改善をするというプロセスを何度も行うことで、ユーザーが満足するようなプランを表示するというものだ。実際に

2 <http://infoshako.sk.tsukuba.ac.jp/tj330/Labo/taniguchi/ccity/images/tochi.pdf>

横浜の観光スポット 100 箇所を対象に旅行計画を作成する実験を行い、概ね高評価を得たとしている [15]。本研究でデザインした「酔いどれガイドシステム」においてもシステムが一方的に複数の店を提示するのではなく、ユーザーが入力した今の気分を反映することの出来るアルゴリズムを作る。

協調フィルタリング

倉田は、CT-Planner だけでなく、あえて案内しない都市でのガイドシステムに関する研究も行っている。これは旅行者たちに直接プランを提示するのではなく、他の旅行者たちが興味深いと感じた地点を提示することで、旅行者の新たな行動を促すというシステムだ。このシステムをデザインするにあたって、彼らは協調フィルタリングを活用する。なぜなら、協調フィルタリングの使用は、ユーザーと似たような関心を持つ多数の旅行者を抽出し、彼らが実際に関心を示した場所を優先的に提示することで、そのユーザーにとって関心度の高い提案をすることが可能になるとしている [16]。本研究でデザインした「酔いどれガイドシステム」においても、協調フィルタリングを使用し、同じお店に訪れた他のユーザーが次に行った一軒を優先的に抽出の対象にすることで、より満足度の高い次の一軒の提示を行う。

2.4. 本論文の貢献する領域

本研究でデザインした「酔いどれガイドシステム」は、今の気分にあった複数の次の一軒と、それらをテンポよく回れるルートを提示することで、夜の東京の若者たちの遊び方を楽しくする。

本節 1 節では、東京の若者が夜の都市で遊ぶことの意義を関連研究から概観した。日中のストレスから解放された気分になる夜間、友達と一緒に楽しく夜を過ごすだけで特殊な連帯感を得ることが分かった。また夜間に生まれる移動の制限を軽減することのできるモビリティサービス「TOKYO27:00」は、都市の競争力として注目を浴びつつある夜間経済の活性化を促せることが分かった。

本節2節では、都市と移動という観点から、夜の街を広域で移動しながらはしごを楽しむことを可能にする「酔いどれガイドシステム」および「TOKYO27:00」がどのような貢献をできるかを考えた。ここでは、選択枝の最適化を行うアルゴリズムを持つ「酔いどれガイドシステム」が、都市の回遊性をあげることも可能だと分かった。また新たな投資を必要とするコンパクトシティ論に対して、既存の飲食店をリソースとして捉える「TOKYO27:00」であれば、新しい投資を必要とせずに都市での回遊性を向上させることができると考えられる。

本節3節では、関連するガイドシステムについて概観した。ここでは、ユーザーの意図を組んだプランの提案、また協調フィルタリングを使用したアルゴリズムが、ユーザーが高い満足度を感じることでできるガイドの有力な在り方の一つだということが分かった。

以上の関連研究を踏まえ「酔いどれガイドシステム」は、協調フィルタリングを用いて、広域に点在する飲食店の中からユーザーの気分にもっとも適したものを抽出し、テンポよく都市を楽しく移動することのできるルートを作成することで、東京の若者の夜を楽しくする。

第3章

デザイン

3.1. コンセプト

本研究では、自動運転車を活用することで、東京の街を横断して広域に点在する飲食店を、まるで一つの横丁で飲んだり食べたりしながら友達と楽しく一晩を過ごすことのできるモビリティサービスを開発し「TOKYO27:00」と命名した。このサービスを使えば、東京で深夜3時、つまり27時まで、沿線や終電の時間を気にせずに友達と楽しく遊ぶことができるというのが命名の理由だ。「TOKYO27:00」は、辺りをキョロキョロしながら直感的に店の雰囲気を感じることのできるインターフェースが搭載された自動運転車である「ハッピー酔いどれ号」と、広域に点在する飲食店から今の気分にあった次の一軒を楽しく選ぶことのできるルートを提供する「酔いどれガイドシステム」の2つから成る。本章では、モビリティサービスである「TOKYO27:00」に用いられるガイドシステムである「酔いどれガイドシステム」を議論をする。

「酔いどれガイドシステム」は、夜の東京で遊ぶ若者たちに、今の気分にあった雰囲気を持つ複数の店と、それらをテンポよく回れるルートを提示することで、東京の若者たちの一晩の遊び方を楽しくする。「酔いどれガイドシステム」は、あらかじめ登録されている飲食店の情報、彼らが次の一軒として好む雰囲気を持つ店を6軒導き出す次の一軒抽出機と、テンポよくそれらの店を回ることのできるルートを作成するルート作成器、それらの情報を見せる画面で構成されている。若者たちが、次の一軒に行きたい店の雰囲気とエリアの選択、今夜一軒目に訪れた店の情報を入力すると、自分たちの今の気分にあった店が6軒ほどつながった一つのルートが作られる。若者たちは自動運転車である酔いどれ号に乗り、自分

たちの気分にあった雰囲気を持つ店をテンポよく覗き込みながら、楽しく東京を動き回り次の一軒を選ぶことができる。「酔いどれガイドシステム」は、こうして友達と一緒に夜遅くまではしごをして楽しむという東京の夜の遊び方を実現する。

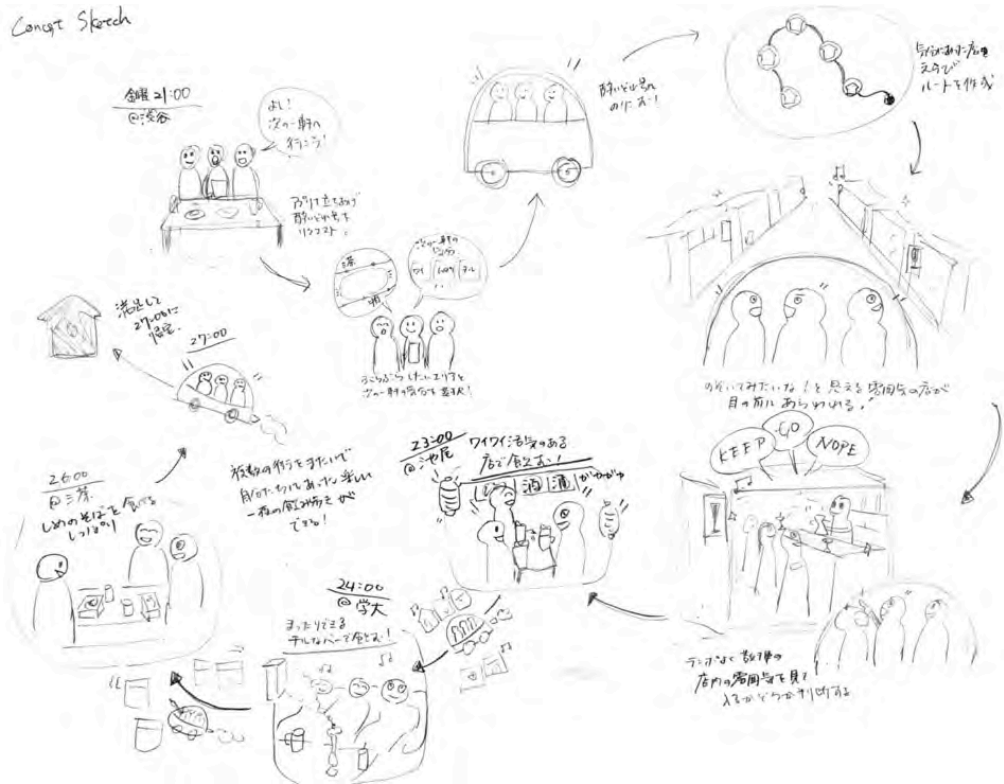


図 3.1: 酔いどれガイドシステムのコンセプトスケッチ

3.2. 民族誌調査とモデリング

本論文では「酔いどれガイドシステム」をデザインするに伴い、2つの民族誌調査を行った。ここで述べる民族誌調査とは、Contextual Inquiry という手法に基づくものである (Beyer 1997)。これは調査対象者を師匠と位置づける自身は弟子であるという態度で、参与観察と質問を行なう手法である。参与観察後には、そこで自身が見た世界を濃い記述 (Thick Description) としてまとめ、これを 5 Model Analysis という5つの分析手法を用いてモデリングする (奥出 2012)。濃い記述と5分析が

ら調査対象者のメンタルモデルとゴールを抽出し、それらをもったターゲットペルソナを設定する。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認知と行動がセットになった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基づいて行動する。

西荻窪での民族誌調査

一つ目の民族調査は、2017年9月26日に西荻窪で、カフェと不動産を営む福田倫和さん(図3.2)が、街のことをよく知らない私たちに対して、どのようにして西荻窪の魅力的なお店を案内してくれるのかについてをフォーカスポイントとして行った。西荻窪は個性的なお店が町の南北に点在するユニークな街である。私たちは、この街を深く知るために、福田さんに民族誌調査をお願いする前に2回ほど訪れ、自分たちの足で街を歩き回った。(図3.4)福田さんは、西荻窪への引っ越しを考え物件を探している人に対して、すぐに物件を紹介するのではなく、街を案内してから物件を提案するというサービスを提供している。私たちは、尋ねてきた人に合わせて、街の魅力的な場所を編集し案内する達人と福田さんを捉えて民族誌調査を行った。(図3.3)この民族誌調査からは、「訪問者を見るとどんな感じの場所に行きたいのかを尋ねる」「質問に対する答えを聞くと興味や好きな雰囲気のある場所に検討をつけて案内する」「店を気に入っている様子を見ると入りたか尋ねる」「訪問者の様子を見て、案内する場所を常に調整する」というメンタルモデルを抽出した。

神泉での民族誌調査

二つ目の民族誌調査は、2017年10月4日に渋谷区の神泉で、渡辺さんとヴァンさんと安島さんと筆者を含む4人の若者のグループが、あまり詳しくない街でどのように次に入る一軒を決めるのかということに注目をして行った。神泉には、横丁のように飲食店が左右に並ぶ一本の道が存在する。この道を中心として周囲にある15軒ほどの飲食店の中から、店の中を覗いては話しながら、最終的に照明



図 3.2: FW マスターの福田さん



図 3.3: 西荻窪でのFWの様子



図 3.4: 西荻窪にある飲み屋通り



図 3.8: アーティファクトモデル

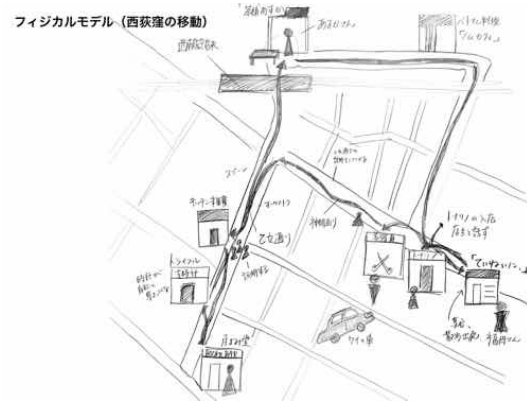


図 3.9: フィジカルモデル

の暗い沖縄料理屋さんに入店した。この民族誌調査からは、「店の感想を話すと、他の人の反応を聞く」「少し遠くに良さそうなお店があるのを見ると、そこまで歩いて行って中を確認する」「店を見ると、自分の中で評価をつける」「店内の雰囲気の良いのを見ると、テンションが上がる」というメンタルモデルを抽出した。

ターゲットペルソナ

これらの民族誌調査を踏まえて、ターゲットペルソナの設定を行った。ターゲットペルソナはこの民族誌調査から得られた仮想のユーザーモデルである。このペルソナを立てることにより、ターゲットがどのように考え、どのように行動するか、何を達成したいかをデザインに反映することができる。本研究では東京の夜の街で遊ぶ若者としてのターゲットペルソナと(図 3.10)、街にある店のオーナーのターゲットペルソナ(図 3.12)、サービス提供者のターゲットペルソナを作成した。(図 3.11)

サービスエコシステム

上述したターゲットペルソナをアクターとして捉え、彼らが適切な価値の交換を行うことで、サービス全体を成り立たせる枠組みであるサービスエコシステム

Target Persona : 街を移動する3人組



Personal Profile

三人とも同じ大学院に通っており、昔から非常に仲が良かった。卒業後は、それぞれ別の会社で働くが、暇があれば集まって山でキャンプしたり、車でサーフィンに出かけたり、一緒に遊びに出かける関係が続いている。金夜は普通の飲み屋には行きたくないけど、大層な有名レストランにも行く気分ではない。でも、仲の良い友達と雰囲気の良い小粋な場所で楽しむひとときを過ごしたいと思っている。

Working Profile

健太と環奈は、IT企業でそれぞれプランナーとデザイナーとして働いている。大輔は広告代理店で働いている。3人とも野心家で、いつか独立して自らのサービスを作りたいと考えており、懸命に社内で働く傍ら、会社の歯車として染まらないように意識して過ごしている。いつか自分にしかできない仕事をしたい。

名前: 斎藤健太 & 佐野大輔 & 飯田環奈

年齢: 27歳

職業: ITおよび広告

出身地: 東京都世田谷区

居住地: 東京都世田谷区

Mental Model

見ると→ のぞきこむ、見渡す、挨拶する、尋ねる、質問する
出る、期待を高める、聞く、待つ、話す

聞くと→ 入る、楽しむ、考える、答える

Goal

雰囲気の良い店に何軒も入って良いながら楽しく過ごしたい
自分たちしか知らないイケてる隠れ家のような場所を開拓したい
終電を気にせず遊びたい

図 3.10: ターゲットペルソナ：都市で遊ぶ若者たち

Target Persona : サービスプロバイダー



Personal Profile

東京出身。30歳で結婚。現在は二人の子供がいる。古い頃は3F以上の兄の先輩もあるサッカーに熱中。今はその合う友達と休みの日は一緒にゴルフをする。お酒を飲むことも好き。昔は一人でふらふらと知らない店に入っては、そこで人と仲良くふらふらしていた。最近ハマっていることは、家で半端な料理の作り方を他人に教えること。

Working Profile

慶応義塾大学でコミュニケーション学を学んだ。将来は誰よりも知りたがりやになりたいから自分で個人事業主になる。しかし、子供ができてからは今の職種のあり方に疑問を持つようになった。そこで学び直すために、米コロンビア大学大学院に留学。そこでテクノロジーデザインと都市設計について学び直した後、亦々ともにする仲間を数人誘って起業。都市をハックし、人の暮らし方を楽にしたいと思っている。

Mental Model

見ると→ 挨拶する、アドバイスする、説明する、期待を高める
促す、見渡す、確認する、質問する、紹介する、共有する

聞くと→ 疑問に思う、楽しむ、考える、計画する

Goal

人々が自由に東京を動き回って色々な店の個性に触れられるようにしたい
チェーン店だけじゃなく個性豊かな個人店があるような街にできで欲しい

図 3.11: ターゲットペルソナ：サービスプロバイダー

Target Persona : 居酒屋の店主



Personal Profile

高校が大阪府出身で友人関係のまっすぐ、いつも言葉でワイワイしていたので、今でもいる友人と飲みに行ったり、遊びに行ったりするの好き。面白い仕事をするためには、全力で頑張らなければいけないという哲学を持っていて休みの日も積極的に遊んでいる。これまで様々な経験を積み重ねてきたがここ数年は料理に興味を持って自分で作る料理をやることになり、得意料理はイタリアン、得意な食材は肉類の食材を買ってくるの好き。

Working Profile

早稲田大学の卒業生。通年で働いているとまだ見とらなれたら一歩で、自分が料理に強くなることを目指していることに気づく。大学を卒業後、いきなり自身ミラノに飛びそこで面白いから始めようと思ったイタリア料理の修行に情を注いだ。しばらく働いて帰国。イタリアや家庭で調理しながらも肉類と魚類を得意料理にイタリアンに憧れて、現在は3年未満ながら自分だけの店をオープンした。得意料理はイタリアン、得意な食材は肉類の食材を買ってくるの好き。

Mental Model

見ると→ 挨拶する、見渡す、促す、伝える、聞く、要する
待つ、確認する、挨拶をする、共有する、待つ

聞くと→ 疑問に思う、楽しむ、考える、計画する
確認確認する、促す、話す

Goal

もっと多くのお客さんに自分の料理と店の個性を楽しんで欲しい
お客さんと楽しく会話しながら、一緒に楽しい空間を作りたい

図 3.12: ターゲットペルソナ：店のオーナー

を設計した。既に東京の広域に点在する飲食店をリソースとして捉え、それらをモビリティサービスである「酔いどれ号」がつなぐエコシステムを作ることで、店のオーナーはお客さんが来店する機会が増え、東京の若者たちは広域でのほしご酒を楽しむことが可能になる。(図 3.13)

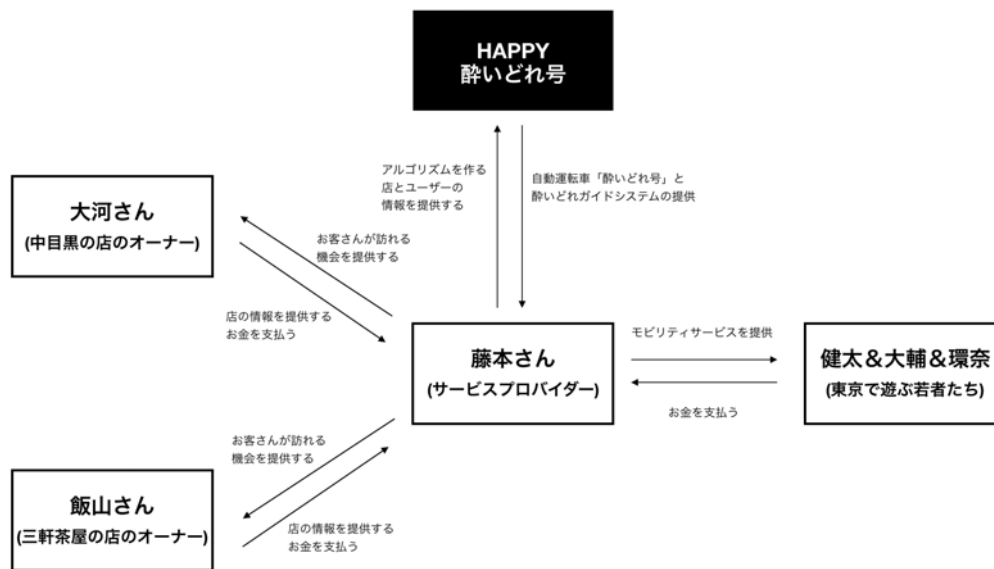


図 3.13: サービスエコシステム

アイディエーション

上述した民族誌調査、ターゲットペルソナ及びサービスエコシステムの設定を踏まえた上で、アイディエーションを行った。アイディエーションでは、ターゲットペルソナのゴールを達成するためのアイデアを自由に考え、数を重視してポストイットに書き込む(図 3.14)。ポストイットを用いたアイディエーションの後には、紙粘土を使用して立体的にアイデアを考える(図 3.15)。



図 3.14: ポストイットを使うアイディエーション 図 3.15: 紙粘土を使ったアイディエーション

コンセプトスキーム・コンセプトスキット

アイディエーションも含めた今までの作業により、コンセプトの要素の関係を確認する工程に入る。民族誌調査、アイディエーションなどで出てきた要素や材料により、どのような価値をユーザーに提案するかという value-proposing と呼ばれる価値の確認を行う。その後、コンセプトに含まれる要素をリソースとして書き、ダーティープロトタイプを工作し、value-in-context と呼ばれる価値を持ったターゲットペルソナを演じあってスキットを行う。こうしてアクター同士の価値の共創を確認する。(図 3.16)(図 3.17)



図 3.16: スキットの様子 1



図 3.17: スキットの様子 2

コンセプトスケッチ

これらのステップを踏まえてできたコンセプトの全体図をイラストや言葉を用いて書き起こしたものがコンセプトスケッチとなる。若者たちは、今夜一軒目に訪れた店の情報の入力、次の一軒に行きたい店の雰囲気とエリアの選択をすると、自分たちの今の気分にあった店が6軒ほどつながった一つのルートが作られる。若者たちは自動運転車である酔いどれ号に乗り、友達と一緒に気分にあったお店をテンポよくハシゴすることで、東京での一晩の遊び方を楽しむ。 (図 3.18)

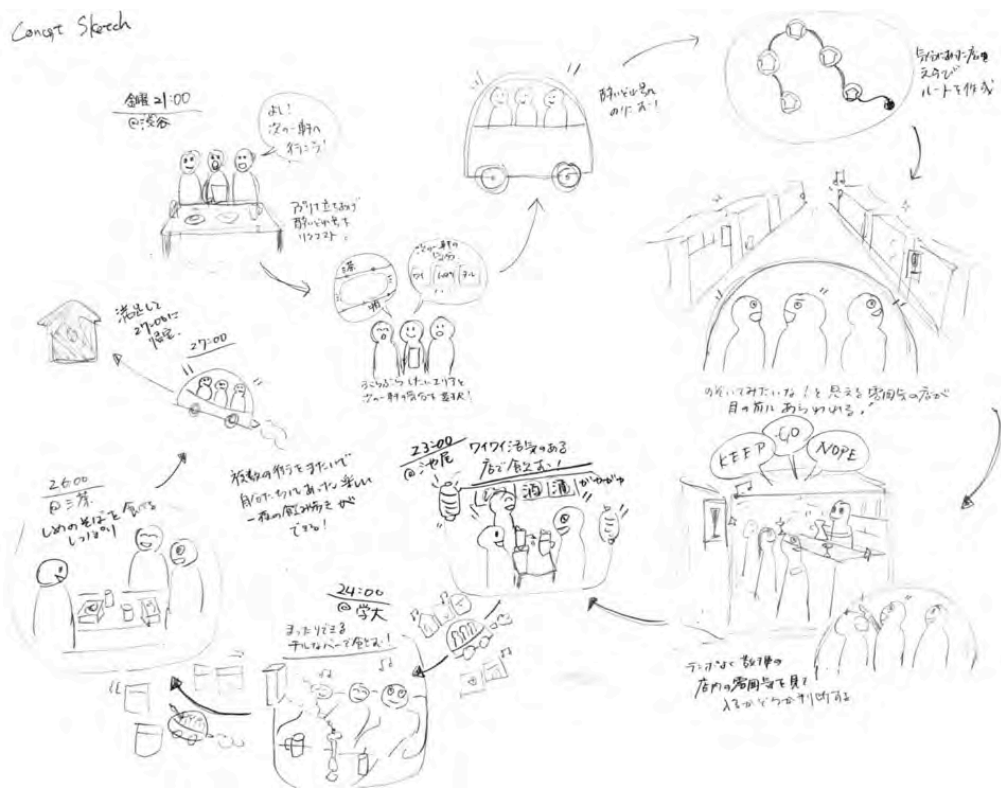


図 3.18: 酔いどれガイドシステムのコンセプトスケッチ

3.3. 設計

本節では、「酔いどれガイドシステム」の設計について述べる。設計においては、メイキングストーリー、ユースケース、キープスシナリオ、コンセプトドローイングを作成した。

メイキングストーリー

「酔いどれ号」と「酔いどれガイドシステム」から成るモビリティサービスである「TOKYO27:00」を、ターゲットペルソナたちがどのように使うのか、彼らがどのような経験を得ることができるのかなどをストーリーを作成することで設計した。

それぞれ仕事を終えた環奈・健太・大輔の3人は、中目黒に20時に待ち合わせをして、環奈が行きたがっていたお肉が美味しいビストロへと向かった。三人が集まるのは1ヶ月ぶりだ。レストランにはうるさい環奈が予約しただけあって美味しい料理をたくさん食べつつ、互いの近況を語り合っ楽しい時間を過ごした。食事を終えたのは、21時45分でまだ帰るには早いしまだまだ話し足りない。何と言っても今日は金曜日なので、今晚は仕事のことなど忘れて遅くまで好きなだけ酔っ払って遊ぶことができる。健太は、テーブルの上に残っていたビールを飲み干し、環奈と大輔の二人に「TOKYO27:00」を使って今日の夜はとことん楽しもうと提案した。二人はそれに賛成！お家計をする前にさっそくアプリを立ち上げ健太がログイン。健太は、今夜の酔いどれはしご酒のメンバーとして一緒にいる大輔と環奈のアカウントを追加して、ライドをリクエストした。健太は、3人が乗れる「酔いどれ号」を一台店の外まで呼んだ。どうやら5分程で到着するらしい。来るまでが早くて快適だ。お会計を済ませた3人は、酔いどれ号が到着するまでに今いるお店の情報を軽く入力する。一軒目で美味しいステーキを食べた三人は、二軒目では自分たちのペースでお酒を飲みなが楽しく話を楽しめるような个性的なお店に行きたいと漠然と話していた。大輔がそういえば三軒茶屋に行ってみたいと思っていたことを思い出し、みんなに提案する。電車はないけど、

ここからそう離れてはいないし、少し北に行くだけだ。中目黒から酔いどれ号で行くのにちょうどよい。大輔は、中目黒と三軒茶屋の間の半径 1.5km くらいのスペースを今夜ぶらつくエリアとして指定した。アプリから通知が来たので外に出ると、赤い可愛らしいけどビンテージ感のある車体のシュッとした車が店の前に駐車していた。

酔いどれ号に近づくと、自分たちが健太たち 3 人だとということを認識してドアが開いた。乗り込むと、フロントガラスにふわっと光が出てきた。車内はゆったりとしており圧迫感はなく、ほろ酔い状態でもリラックスして過ごせる。酔いどれ号は、ゆっくりと走り出す。車の上部は開け閉めが可能で、オープンカーのように夜の都会の風を切って進むのは気持ちいい。すると画面上に、お店の雰囲気やパッと掴むことが出来るような店の画像がでてきた。どうやらこうして提示されたお店に対して、今の気分で好きか嫌いかを答えることで、システムが自分たちの今の気分を学習してくれるらしい。三人は、最初に出てきたお店はちょっと大人のバー過ぎて微妙だとして NOPE を選択。次に出てきたシーシャバーには全員が反応をして満場一致で LIKE を押した。こうして出てきた 5 枚の店の画像に対して好き嫌いを選択すると、周囲をぐるっと囲むフロントガラス上に、道の脇にオシャレな飲食店が立ち並ぶ横丁のような雰囲気で映し出された。どうやらこれが今の自分達の気分に合わせてリコメンドされたお店らしい。パッと見た感じ、どれも良さそうなお店ばかりだ。三人はどのお店に入ったら良さそうかワクワクしてきた。横にはマップみたいなものが表示されていて、酔いどれ号は、さっき選んだ三茶エリアの方向に向かっていることが分かる。さっきの店の料理が美味しかったとか話しながら 3 分ほど人通りの少ない薄暗い道を走って行くと、一番手前に写っている店が光りだし、そのお店の看板メニューであるフカヒレスープが画面越しにポップアップで出てきた。3 人がそれに注目していると、車はゆっくりになり、その店の前に着くと横につけて停車した。お店はコンクリートで覆われている。窓が小さくて中の雰囲気はよく見えない。が、フロントガラスがブワッと一瞬光ったと思ったら、店の中が透けて見えているようになった。3 人とも思わず覗き込む。お店の中には、ほとんどお客さんがいないことに気がついた。スープは美味しそうだけど、どうも店の雰囲気は寂しそう。2 軒目だし、もう少

し活気があってガンガンお酒を飲みたいという意見を持つ3人は顔を見合わせると「ここはちょっと違うな」という意見が一致。よりどれ号に対して「ここは違う」と言うと、再びゆっくりと走り出す。するとフロントガラス越しに見える店のラインナップが、さっきまでと少し変わったようで、活気のありそうな雰囲気のお店が増えたように感じる。こっちの道のほうがさっきより更にいい感じでワクワクする。少し走ると、T字路に出くわした。右に行くか、左に行くか二つから自分たちで道が選べるようだ。しかも、両方の道の先にはそれぞれ違ったお店が並んでいる。比べてみると、右のルートの方が若干賑わいの良さそうな店が多いという雰囲気が感じ取れる。三人は迷わずに右ルートを選択。その後程なくして3軒を通り過ぎ、3人の意見が一致した店は、小さいながらもいい感じで混み合っており活気溢れるイタリアンバルだった。ここなら楽しく飲みながら話ができると感じた三人は、酔いどれ号に降りる合図を送る。1軒目から2軒目に来るのに大体7分弱くらいでテンポも良い。3人がさっと降りると、酔いどれ号はスーとそのまま自ら去っていった。

背の高さくらいに植えてあるオリーブに囲まれたアプローチを抜けると扉が見えた。駅からちょっと離れた場所に、こんなに感じのいいバルがあるのか!と三人は良さそうなお店を見つけた興奮を抑えられない。扉を開けると、いい感じの店の中からガヤガヤした雰囲気が伝わってくる。3人はカウンター席に座る。それぞれ美味しそうなお酒を頼み勢いよくお酒を飲む。マスターと軽く話す。どうやらマスターはイタリアで修行を積んだ叩き上げの料理人で、イタリア仕込みの調理法だけでなく、原産の本格的な食材やお酒にこだわっているらしい。おすすめて聞くと独自ルートで入手した新鮮なハムとチーズを出してくれた。ワインもオススメのものを聞いて飲んでみる。美味しい。けど重めでだんだん酔いが回ってきた。イタリアで修行を積んだマスターが出している陽気だが落ち着いた雰囲気が素晴らしくいい店で、ぜひまた来たいと思った。1時間ちょっとそのお店にいた三人は、アプリに搭載されている電子決済を使ってお会計を済ませた。そして3軒目に行くために、また酔いどれ号を呼んだ。酔いどれ号は、お会計のタイミングを察知してすぐ近くにいたので、会計を済ませるとすぐに外に到着したと連絡があった。店の前に止まっていた酔いどれ号に乗車すると、次のお店を見つけ

るために進むことのできるルートが3つほど目の前に表示された。一つ目は、お洒落な洋風バーがたくさんあるルート、二つ目は活気のある居酒屋がたくさんあるルート、三つめは日本酒が美味しそうなお店ばかりが表示されたルートだった。車に乗り込んだ三人は、さっきのイタリアンバルは最高だったという意見で一致した。三人ともほろ酔いだ。一軒目で美味しいお肉を食べ、二軒目であの小洒落たバルで楽しく飲めた。三軒目は、音楽でも流れているいい感じのバーでゆっくりしながらしっぽりと飲みたいと思っていたので、1つめのルートを進むことにした。車はゆっくり走り出す。気づけば、時刻は23:20分。いつもなら終電の時間が気になるところだけど、今日は酔いどれ号を使っているから関係ない。さっきみたいに最高の三軒目にたどり着けるのが楽しみだ。

酔いどれ号は、二軒目を探したときとは違った活気のあるお店が並んでいる道をすすむ。雰囲気良さそうなお洒落なバーが目の前に連なっている。バーは通りから直接見えにくい隠れたところにあるので、ほろ酔い号で横丁のようになっている状態で探すのは面白い。今回も同じように1軒、2軒と通り過ぎていくうちにどんどん目の前に見えるお店が更新されていく。このときは5軒通り越してようやくとても良さそうな雰囲気の店を見つけた。三軒目のお店は、Jazzバー。階段を上った3階にあるはずだ。外からはわかりづらいが、それが逆に隠れている感じを出していて良い。階段を上がる三人は、あまりに普通の階段に登っているために本当にここに店があるのか不安だった。3Fに到着するとドアが一つだけある。ドアには何も書かれていないが、おそらくこのドアが店内への入り口だろうということで開ける。すると薄暗い店内から音楽が流れてきた。ここもかなり良さそうなディープなバーのようだ。三人はここではお酒を飲み馬鹿な話をしたり真面目な話をしたりしながら時を過ごした。すると気づけばもう1:45を回っていた。そこで、もう一軒だけ行って締めようという話になった。

同じように酔いどれ号に乗り込む。三人は少しだけお腹が空いたので、何か軽く食べて締めたいと思っていた。酔いどれ号は、この時間までやっていて何かしら軽いものが食べられるお店をピックアップし、3人の目の前に表示した。一同は、遅くまでやっているカフェっぽい居酒屋を通り過ぎたあとに出てきた、深夜4時まで営業している蕎麦屋に行くことにした。外から覗いたときに蕎麦屋なのに薄暗くて

非常にいい感じだったので、三人共満場一致でここに決めた。さきほどのバーから5分もかからない場所にあった。ここでいっぱい飲みながらみな厚切りカットのお店の看板蕎麦を注文。それらを軽々と平らげ、蕎麦湯を飲みながら良い気分になった。お腹もいっぱいになったし、お酒も十分飲んでかなりいい感じに酔っ払った状態で、三人とも大満足。時計を見るともう3:00前だったので、これでお開きにすることにした。

お会計を済ませたあとに、帰りの酔いどれ号を呼んだ。すぐに2台分が店の外に駐車された。環奈は一人で、健太と大輔は帰る方向が同じだったので、一緒に乗って帰宅。三人ともほろ酔い状態で空きの東京の夜風を感じてリラックスしながら家まで移動する。東京の夜深夜3時まで楽しく遊んで、そのままスムーズに家まで帰れるなんて気分がいい。健太たちはそんなことを思いながら帰路についてた。

ユースケース

設計したストーリーから、システムに対してターゲットペルソナが行う動詞をユースケースとして抽出する。ユースケースを作成することで、ユーザーとシステムのインタラクションの整理を行い、システムの設計に活かす。(図 3.19)

キーパスシナリオ

「酔いどれガイドシステム」の詳細なインタラクションを設計するために、作成したストーリーの中から、鍵となるようなシーンを抽出してイラスト化する。(図 3.20)

3.4. 実装

本設では、友達と一緒に気分にあったお店をテンポよくハシゴしながら東京で一晩を楽しむという経験を実現する「酔いどれガイドシステム」の実装について

ユースケース

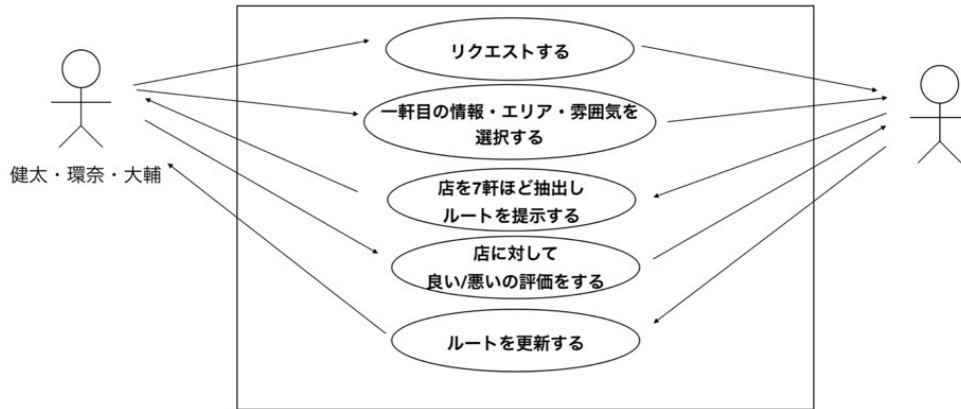


図 3.19: ユースケース

キープス

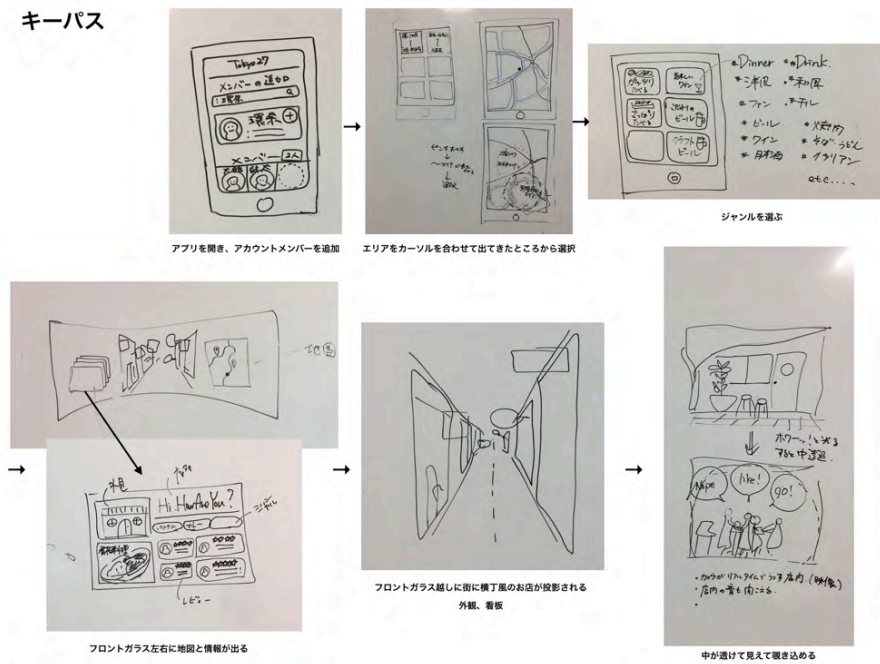


図 3.20: キープスシナリオ

述べる。「酔いどれガイドシステム」は、登録されている飲食店の情報から、ユーザーの好む雰囲気を持つ次の一軒を複数店導き出す「次の一軒抽出器」と、それらの次の一軒候補をテンポよく回ることのできるルートを作成する「ルート作成器」の2つから構成されている。

システム構成

「酔いどれガイドシステム」は、web アプリケーションであり、web サーバー上のプログラムと連携する。サーバー上のプログラム言語には python を使用し、画面には html と css、javascript と jQuery で実装を行った。次の一軒抽出機のデータベースは、グラフデータベースである Neo4j を使用し、言語は Cypher を使用した。またルート作成器の実装に使用した python の環境としては Python2.7.12 を用いた。特定のインターフェースに囚われずに、ユーザーからのインプットさえあれば、最適な次の一軒候補を抽出できるように設計した。

ユーザーの今の気分にあった次の一軒を複数提供する「次の一軒抽出器」

ユーザーに対して今の気分にあった次の一軒を複数提供する「次の一軒抽出器」を実装するにあたって、まず一軒目の店、二軒目の店、三軒目の店という時間軸を持った店と店の関係性を捉えることが重要であると考えた。これは西荻窪で行った民族誌調査でマスターである福田さんが、案内する店の順番を調整していたこと、また下記で述べるアンケートを行った際に、多くの人が店の順番を非常に気にしていたという事実に基づいている。そのため、 n 軒目に訪れた店 A から、 $n+1$ 軒目の店 B へハシゴしたというユーザーの行動履歴がアルゴリズムに反映されるようにした。またハシゴ酒をする際に店を選ぶ基準として「店の持つ雰囲気」「食事と酒のバランス」「予算」の3つが重要であると考えたため、それらを店の持つパラメータとして設定し、店の類似度を算出する際に使用した。行動履歴に基づく次の一軒の抽出と、そこから3つのパラメータを用いてユーザーの気分にあった飲食店を複数選択することのできるアルゴリズムを構築した。

店と店のハシゴの関係性データの取得

時間軸を持った店と店の関係性を捉えるに辺り、アンケートを通じて擬似的に店と店をはしごをしてもらう調査を行った。今回は東京の三軒茶屋/池尻大橋/中目黒/祐天寺エリアを対象とし、当該エリア内にある雰囲気の良いような飲食店を50軒ピックアップした。それをターゲットペルソナに近い人物に対して、金曜日の夜に友人と三人でハシゴをしたい店を、一軒目、二軒目、三軒目と選んでもらった。アンケートでは、店の雰囲気、食事と酒のバランスなどが直感的に分かるように、店の外観、内観、食事、飲み物の4枚の画像をひと目で見えるように工夫をした。また食べログのリンクを添付することで、気になる飲食店の詳細な情報にアクセスできるようにもした。(図3.21)合計76名にアンケートに解答してもらいデータを取得した。(図3.22)

飲食店の3つのパラメータの設定

はしごをする際に、店を選ぶ基準として飲食店の持つ特徴を3つに整理した。これは神泉での民族誌調査を通じて得られたメンタルモデルをベースにしているが、アンケート回答者にヒアリングを行った際も同様の結果が得られた。これにより(1)店の持つ雰囲気(2)食事と酒のバランス(3)予算の3つが店を選ぶ際に重要な基準であると判断したため、店の持つパラメータとして設定した。今回は、店の持つ雰囲気を、店内で飲食を楽しむ人々の気分や行動に影響を与える店が持つ空気感とし「ワイワイと活気のある雰囲気」と「しっぼりと落ち着いた雰囲気」の2種類に大別した。雰囲気のパラメータの設定は、店名、看板、外装、内装、照明の明るさ、お客さんの様子、食事の盛り付け方、皿などの画像と口コミ情報を参照して筆者自身が行った。また食事と酒のバランスに関しては、店のジャンルを判断対象として使用した。例えば、寿司屋やラーメン屋、フレンチレストランなどであれば食事中心。居酒屋やビストロ、バルなどは食事と酒のバランスが取れている。そしてバーやワインストア、立ち飲み形式の店の場合、飲み中心になると判断して行った。予算は、3000円以下、5999円以下、6000円以上の3つで区切って設定した。(図3.23)なお今回の実装においては、飲食店のデータ総軒数が



図 3.21: アンケート上の画像

Timestamp	NAME	GENDER	Birthday	Occupation	Countryoforigin	TheFirstStore	TheSecondStore	TheThirdStore
11/21/2017 17:55:42	Shota Sugimoto	Male	4/19/1991	Student	Japan	35.かくれ家	33.torse	49.シーシャカフェTRIBE
11/21/2017 18:10:57	kimi	Male	10/21/1993	Student	Japan	13.バーラヴァン	36.麻扇	47.BarSheets
11/21/2017 18:14:40	sae	Female	1/26/1993	Student	China	7.八代井亭	44.ホームラン	49.シーシャカフェTRIBE
11/21/2017 18:16:39	浦瀬裕基	Male	3/20/1993	Student	Japan	12.KAN	20.大衆煎茶藤八	49.シーシャカフェTRIBE
11/21/2017 18:40:54	小野田圭祐	Male	7/18/1991	Working	Japan	28.クレモンティエヌ	22.洋食ふじた	27.トリブルクラウン
11/21/2017 18:42:53	池田慎平	Male	4/19/1993	Student	Japan	7.八代井亭	44.ホームラン	23.グランドファイブ
11/21/2017 19:19:27	Naoya	Male	12/25/1991	Student	Japan	38.SAVOY	12.KAN	10.板蕎麦山灯香
11/21/2017 20:17:11	MAI	Female	2/24/1994	Working	Japan	17.JASMINE徳江南	44.ホームラン	2.手打蕎麦いしおか
11/21/2017 20:18:33	チャン	Male	11/2/1987	Student	Taiwan	48.豪雅バー	2.手打蕎麦いしおか	8.ミシン
11/21/2017 20:46:03	まき	Female	1/28/1995	Student	Japan	35.かくれ家	5.シープリーズ	32.焼肉芝浦
11/21/2017 21:37:15	渡辺 穂	Male	12/27/1992	Working	Japan	5.シープリーズ	15.旬菜おぐら家	38.SAVOY
11/21/2017 22:06:25	Kei	Male	3/1/1991	Student	Japan	5.シープリーズ	34.YokaYoka	49.シーシャカフェTRIBE
11/21/2017 22:17:41	きむる しょうこ	Female	1/24/1994	Student	Japan	13.バーラヴァン	25.SLOWJAM	44.ホームラン
11/21/2017 23:31:25	Mugino Tamaki	Female	8/1/1992	Working	Japan	7.八代井亭	8.ミシン	2.手打蕎麦いしおか
11/22/2017 0:30:20	よしき	Male	12/20/1991	Student	Japan	26.OWL	48.豪雅バー	49.シーシャカフェTRIBE
11/22/2017 5:46:11	前野友里	Female	1/26/1992	Working	Japan	6.和食処一陸	31.はがくれ	31.はがくれ
11/22/2017 8:56:03	西	Female	5/12/1992	Working	Japan	22.洋食ふじた	2.手打蕎麦いしおか	10.板蕎麦山灯香
11/22/2017 8:59:40	Junichi Shimizu	Male	5/30/1992	Working	Japan	5.シープリーズ	43.Wineダイナー	27.トリブルクラウン
11/22/2017 9:22:51	yu	Male	8/23/1991	Working	Japan	35.かくれ家	25.SLOWJAM	49.シーシャカフェTRIBE
11/23/2017 14:12:58	田端 俊也	Male	9/2/1988	Working	Japan	35.かくれ家	23.グランドファイブ	50.THEWINESTORE
11/23/2017 14:21:28	せき いくみ	Female	10/10/1991	Working	Japan	13.バーラヴァン	23.グランドファイブ	33.torse
11/23/2017 14:28:03	Vanna Jitsupa	Male	1/24/1989	Working	Thailand	16.マザーエスタ	47.BarSheets	20.大衆煎茶藤八
11/23/2017 15:57:14	ming	Female	12/26/1995	Student	China	28.クレモンティエヌ	20.大衆煎茶藤八	18.豊前屋
11/23/2017 18:43:37	山本康喜	Male	9/16/1993	Student	Japan	5.シープリーズ	43.Wineダイナー	13.バーラヴァン
11/24/2017 17:23:52	Yenuo Wen	Female	11/5/1992	Student	China	13.バーラヴァン	7.八代井亭	43.Wineダイナー
11/24/2017 17:33:23	Xu Cong	Male	11/18/1991	Student	China	22.洋食ふじた	7.八代井亭	15.旬菜おぐら家
11/26/2017 18:09:11	金森大輝	Male	4/18/1991	Working	Japan	33.torse	47.BarSheets	50.THEWINESTORE
11/26/2017 20:58:17	Mayu Shirai	Female	11/25/1992	Working	Japan	34.YokaYoka	46.ベネンシア	20.大衆煎茶藤八
11/26/2017 21:04:34	西川ゆか	Female	3/30/1992	Working	Japan	8.ミシン	21.marte	23.グランドファイブ
11/27/2017 0:52:16	HAZAR GIZEM PEK	Female	3/31/1991	Working	Turkey	12.KAN	32.焼肉芝浦	27.トリブルクラウン
11/27/2017 10:52:47	Ziqing Wang	Female	10/4/1994	Student	China	32.焼肉芝浦	33.torse	49.シーシャカフェTRIBE
11/27/2017 10:54:53	Liith Fan	Female	11/20/1994	Student	China	17.JASMINE徳江南	30.マージ	49.シーシャカフェTRIBE

図 3.22: アンケートにより得たデータ

少なかったこともあり、店の持つ雰囲気と食事と酒のバランスの2つのパラメータを使用してプロトタイプを作成した。

グラフデータベースの作成

上記のアンケートで得た店と店の関係性のデータを、グラフデータベースに変換した。(図 3.24) グラフデータベースは「ノード」「リレーション」「プロパティ」の3要素によってノード間の「関係性」を表現することのできるグラフ型のデータベースである。関係性を表現することができるため、複雑なデータを直感的に扱うことに向いている。今回は、ユーザーを person、店を shops、実際にユーザーが訪れた店の訪問履歴を history としてノードを作成した。そこから3軒目に訪れた店と person の関係性を recent とし、それ以前に訪れた2軒目、1軒目は、previous という関係性を使うことで整理した。今回は、人と飲食店の関係性、一軒目に訪れた飲食店と二軒目に訪れた飲食店の関係性などの複雑な関係性を扱いやすくす

shopid	name	type	typeid	eat	drink	kind	LO	latitude	longitude	Budget_low	logBudget_low	Budget_high	logBudget_high	Budget
1	ボンシュマン	しゃべり	1	1	0	110	21.30	35.634689	139.686771	10,000	1.333333333	15000	1.39203042	12500
2	手打蕎麦いしおか	しゃべり	1	1	0	110	20.00	35.631605	139.68656	2000	1.100343332	3000	1.159040418	2500
3	トキヤ	しゃべり	1	1	1	111	23.30	35.633156	139.687453	5000	1.232990001	6000	1.25938375	5500
4	ウグイス	しゃべり	1	1	1	111	2.00	35.639465	139.674939	6000	1.25938375	8000	1.301029996	7000
5	シュープリーズ	しゃべり	1	1	0	110	21.30	35.644216	139.680076	3000	1.159040418	4000	1.200686664	3500
6	和食処一壺	ワイワイ	0	1	1	10	21.30	35.643548	139.680114	6000	1.25938375	8000	1.301029996	7000
7	八代井香	ワイワイ	0	1	0	10	22.00	35.645903	139.681456	6000	1.25938375	8000	1.301029996	7000
8	ミシン	しゃべり	1	1	0	110	22.30	35.641723	139.679531	4000	1.200686664	5000	1.232990001	4500
9	オルオルCafe	しゃべり	1	1	1	111	22.30	35.644281	139.679679	1000	1	2000	1.100343332	1500
10	板蕎麦山灯香	しゃべり	1	1	1	111	4.00	35.648603	139.67762	1000	1	2000	1.100343332	1500
11	DGINO	しゃべり	1	1	0	110	21.00	35.648223	139.681995	6000	1.25938375	8000	1.301029996	7000
12	KAN	しゃべり	1	1	1	111	23.00	35.649826	139.689305	6000	1.25938375	8000	1.301029996	7000
13	バーラヴアン	しゃべり	1	1	0	110	23.00	35.649364	139.691659	6000	1.25938375	8000	1.301029996	7000
14	バーレンテッソ	ワイワイ	0	1	0	10	23.30	35.649716	139.687237	6000	1.25938375	8000	1.301029996	7000
15	和菓おぐら家	しゃべり	1	1	1	111	1.00	35.649723	139.68342	6000	1.25938375	8000	1.301029996	7000
16	マゼエスタ	しゃべり	1	1	0	110	22.00	35.648687	139.683663	5000	1.232990001	6000	1.25938375	5500
17	JASMINE徳江南	しゃべり	1	1	0	110	22.00	35.647104	139.692477	6000	1.25938375	8000	1.301029996	7000
18	豊前房	しゃべり	1	1	0	110	22.30	35.648302	139.691983	1000	1	2000	1.100343332	1500
19	魚哲	ワイワイ	0	1	1	10	23.30	35.64274	139.696602	4000	1.200686664	5000	1.232990001	4500
20	大衆別京藤八	ワイワイ	0	1	1	10	23.00	35.644976	139.700429	3000	1.159040418	4000	1.200686664	3500
21	marte	しゃべり	1	1	0	110	1.00	35.645177	139.698528	5000	1.232990001	6000	1.25938375	5500
22	洋食ふじた	しゃべり	1	1	1	111	23.00	35.640842	139.702616	10000	1.333333333	15000	1.39203042	12500
23	グランドファイブ	しゃべり	1	0	1	100	4.00	35.644655	139.698039	3000	1.159040418	4000	1.200686664	3500
24	BarSputnik	しゃべり	1	0	1	100	5.00	35.645182	139.69769	2000	1.100343332	3000	1.159040418	2500
25	SLOWJAM	しゃべり	1	1	1	111	3.00	35.641384	139.694019	2000	1.100343332	3000	1.159040418	2500
26	OWL	しゃべり	1	0	1	100	4.00	35.645479	139.697366	4000	1.200686664	5000	1.232990001	4500
27	トリブルクラウン	しゃべり	1	0	1	100	3.00	35.647253	139.692936	1000	1	2000	1.100343332	1500
28	クレモンティーヌ	しゃべり	1	1	1	111	21.30	35.637673	139.68933	6000	1.25938375	8000	1.301029996	7000
29	船宿煎茶流風	しゃべり	1	1	1	111	22.30	35.641651	139.688683	10000	1.333333333	15000	1.39203042	12500
30	マーゴ	しゃべり	1	1	1	111	23.00	35.638927	139.692356	6000	1.25938375	8000	1.301029996	7000
31	はがくれ	ワイワイ	0	1	1	10	23.00	35.640318	139.683997	4000	1.200686664	5000	1.232990001	4500
32	焼肉芝浦	ワイワイ	0	1	0	10	23.00	35.6406	139.68203	10000	1.333333333	15000	1.39203042	12500
33	torse	しゃべり	1	0	0	100	0.00	35.637663	139.68409	500	0.8996566681	1000	1	750

図 3.23: 飲食店のデータ

るために、グラフデータベースを使用した。

類似度に基づく店のフィルタリング

酔っ払っている状態でもユーザーが今の気分を直感的にシステムに伝えることが出来るように、店の雰囲気や伝わるような画像を用意し、それに対して好きか嫌いかを判断することのできる画面を実装した。(図 3.25) これは本来であれば「酔いどれ号」のフロントガラスに映し出されるものであるが、「酔いどれガイドシステム」が提供する経験をプロトタイピングするにあたり必要だと判断したため PC 上で操作できるよう実装した。画面に映し出される画像は、外装、内装、看板料理、飲み物の 4 枚と店の名前、予算感が把握できるような構成になっている。提示された店の画像に対して、ユーザーが好きと判断した店の持つ 3 つのパラメータと一致しているもの、類似しているものが優先して抽出されるように、以下で述べるおすすめの次の一軒を複数提示するアルゴリズムに組み込まれている。

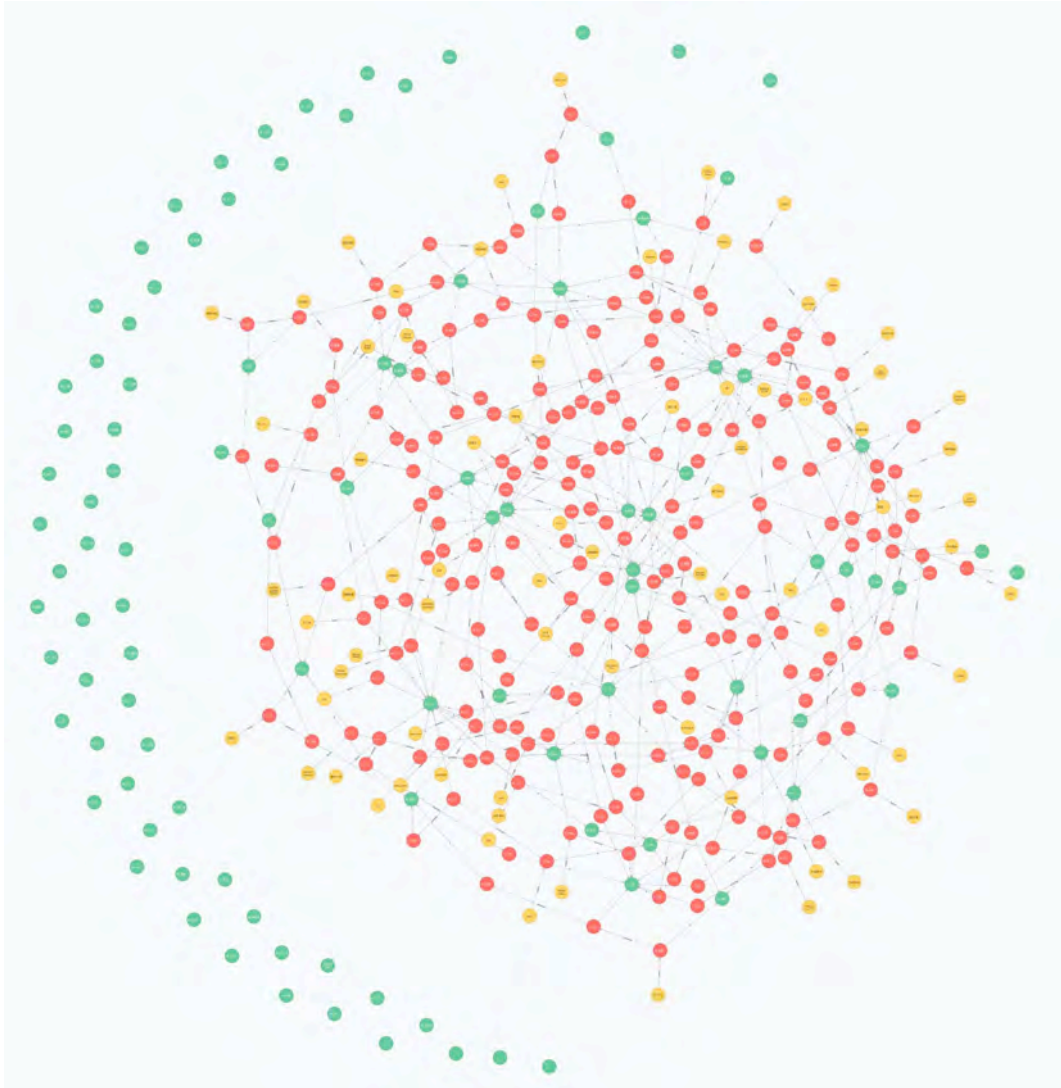


図 3.24: 作成したグラフデータベース

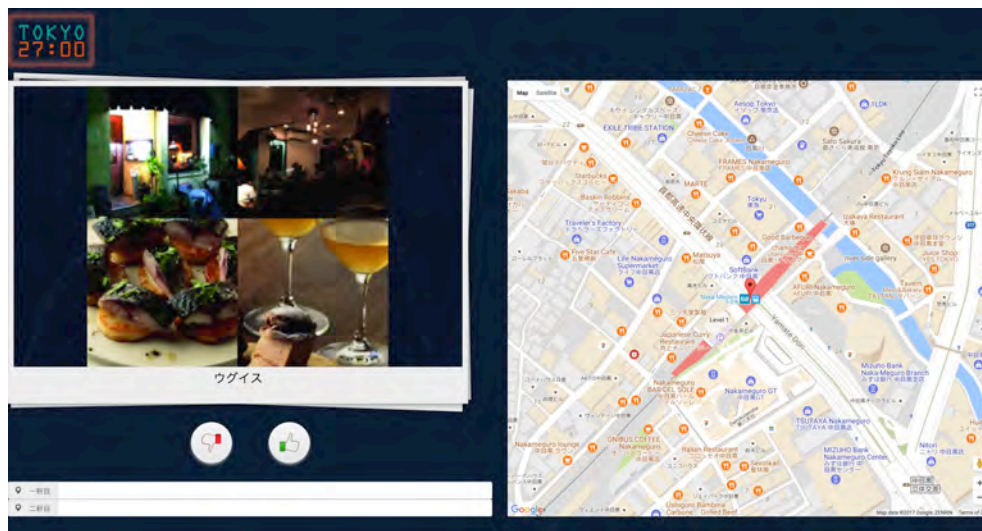


図 3.25: 実装した酔いどれガイドシステムの画面

おすすめの次の一軒を複数提示するアルゴリズム

今回実装したおすすめの次の一軒を複数提示するアルゴリズムにおいては、協調フィルタリングを使用した。協調フィルタリングは、ユーザーの嗜好や行動履歴に基づいて特性を推定し、類似した嗜好を持つユーザーの行動履歴と参照した上で、有用な選択肢を提示する推薦システムの代表的な手法として広く受け入れられている。今回はユーザーの行動履歴に基づく次の一軒候補の抽出と、そこから3つのパラメータを用いてフィルタリングを行うことで、ユーザーの気分にあった飲食店を複数選択することのできるアルゴリズムを以下のように構築した。

1. そのユーザーと他のユーザーの類似度を「n軒目にどの飲食店に訪れたか」を元に算出する
2. 同軒目に同じ飲食店に訪れた他のユーザーが、次に訪れた飲食店を抽出しリストに加える
3. n軒目に訪れた飲食店と類似した飲食店に訪れた他のユーザーが、次に訪れた飲食店を抽出しリストに加える
4. ユーザーが次の一軒に求める飲食店の気分を、店の持つ雰囲気、食事中心か飲み中心の店か、予算の3つのパラメータを用いてフィルタリングを行い、類似している飲食店の順にリストを並べ替える
5. 上記で並べ替えられた飲食店の上位6軒を、次の一軒候補として抽出する。

```
match (s: Shop {name:"12.KAN"})
match (sims: Shop {eat: s.eat, type: s.type, drink: s.drink})<-[:is]-(h1_now{order: "first"})<-[:previous]-(h1_next)-[:is]->(s1)
WHERE NOT (h1_next)-[:is]->(s)
return s1 AS Recommended, count(*) AS Strength ORDER BY Strength DESC
```

図 3.26: コード

このアルゴリズムを用いて、6軒を抽出することができた。(図 3.27)

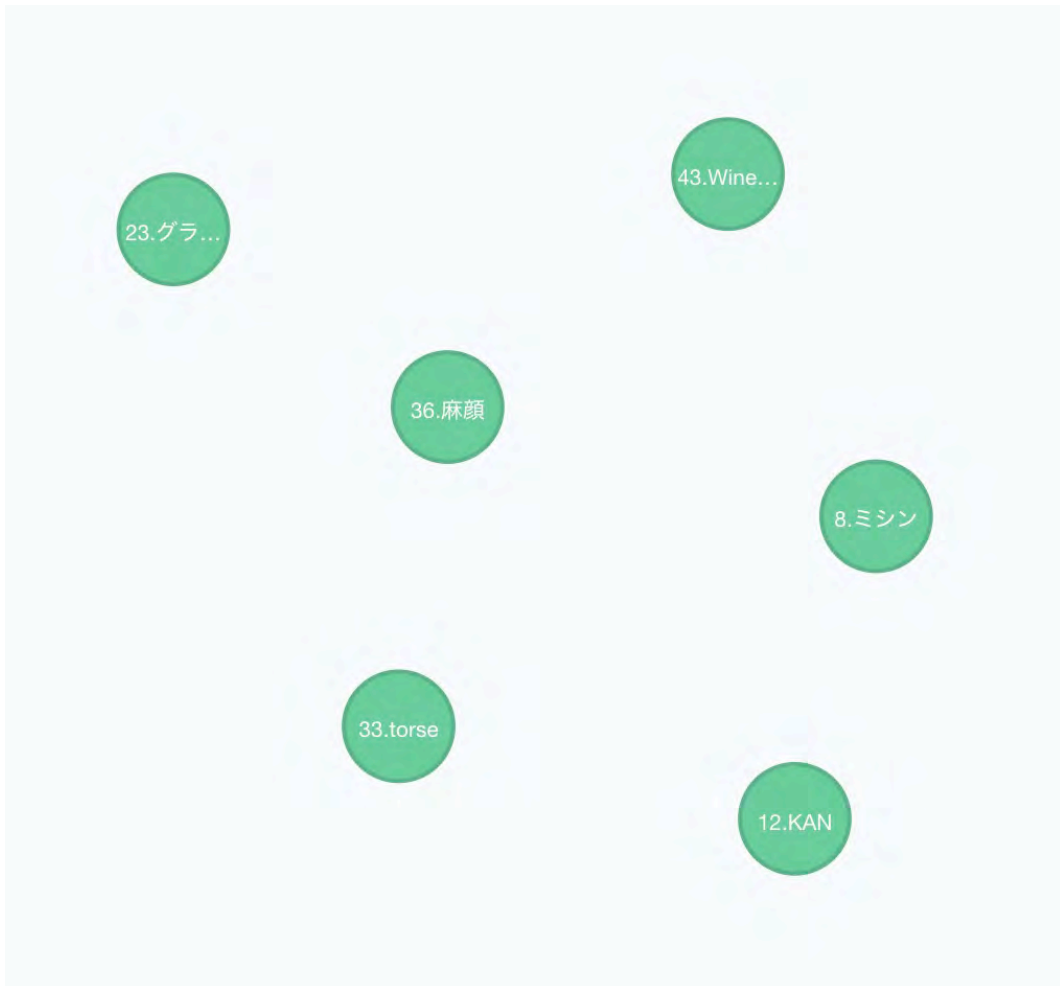


図 3.27: 抽出された 6 軒

抽出された6軒をテンポよく回ることでできるルートを作成する 「ルート作成機」

ルート作成機は、次の一軒抽出機によって抽出された6軒の店を最も効率よく回るルートで結ぶ。現在地と抽出された6軒のそれぞれを単純な最短経路で結ぶのではなく、出発地点である現在地から6軒を最も効率良く回り出発地に戻ることでできる巡回路を作成する。坂上によると、これは巡回セールスマン問題と言われ、計算の数が莫大になることで多項式時間では最適解を得ることができないと予想されている問題である [17]。本研究の実装にあたっては、Google が提供する Google Maps Direction API を使用して実装を行った。これにより以下のようなルートが生成される。(図 3.28)

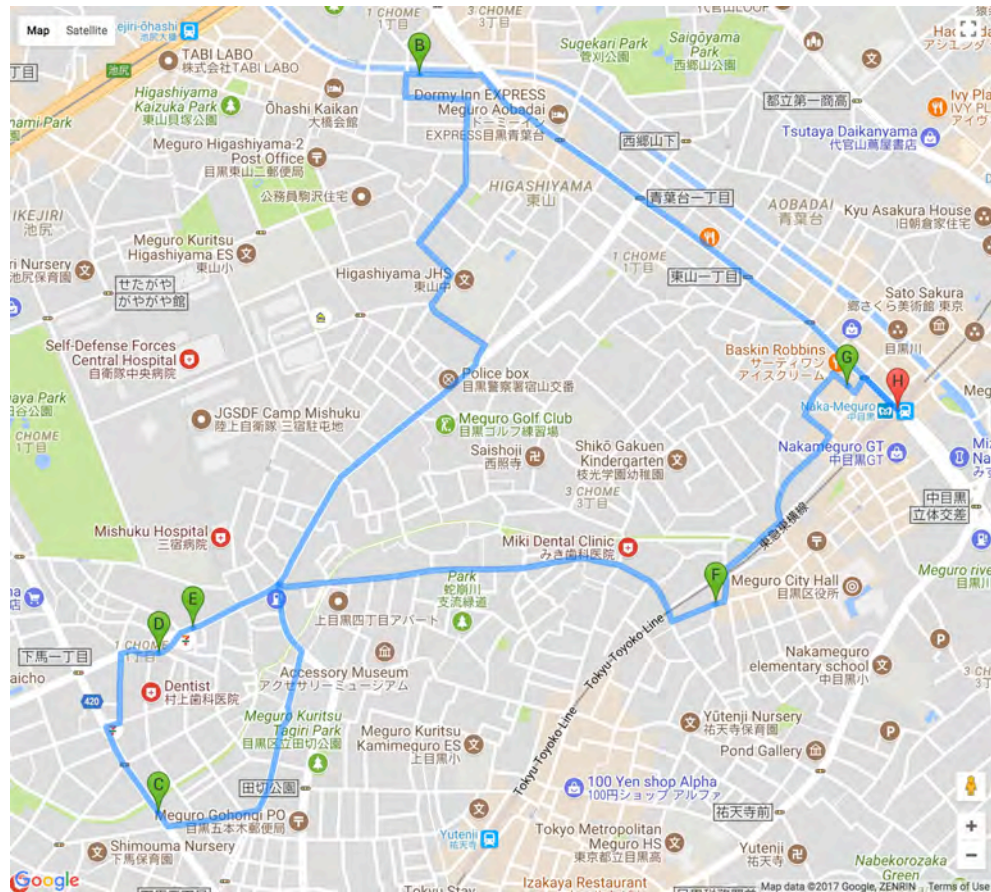


図 3.28: 作成されたルート

第4章

Proof of Concept

本章では、「酔いどれガイドシステム」を実際に使用することによって、コンセプトの有効性を実地でバリデーションをした。コンセプトを作るにあたって作成したペルソナに近い調査対象者に「酔いどれガイドシステム」を使用してもらうことで、コンセプトによってどのような感情が引き起こされたか確かめる。ペルソナに非常に近い同じ大学のサークル出身の男女3人組が、「酔いどれガイドシステム」を使用して、提示された6軒を回って移動をしているときや入店した店内での様子など、彼らの東京での一晩の経験を書き起こす。バリデーション後には、彼らの率直な感想を聞き、文字起こしを行った。

4.1. ターゲットユーザー

「酔いどれガイドシステム」のユーザーとして設計したターゲットペルソナは、週末に昔から知っている友達と一緒に夜の東京で飲み歩いて楽しく過ごしたいと思っている20代男女三人組である。このターゲットペルソナに非常に近い、Gさん、Rさん、Yさんの男女三人組にバリデーションに参加していただいた。コンサルティング会社で働いている26歳男性のGさん、エンジニアとしてIT企業で働いている24歳男性のRさん、千葉県浦安市に住む大学4年生の24歳女性Yさんの3人は、もともと大学生時代に同じサークルに所属し活動を共にしていた。GさんとRさんが社会人になってからも、彼らは頻繁に飲みに行ったり、お互いの家に遊びに行ったり、年末年始はスノーボー旅行に一緒に行ったりと、非常に仲のよい大学時代からの友達である。また設計したストーリーになるべく近づけるために、翌日が休日の土曜日夜20時よりバリデーションを行った。

「酔いどれガイドシステム」のバリデーシヨンのフロー

2017年12月9日(土)20時より、東急田園都市線池尻大橋駅と三軒茶屋駅、東急東横線中目黒駅、祐天寺駅、学芸大学駅に挟まれたエリアにて、上述した3名に、1軒目から2軒目に行く際に「酔いどれガイドシステム」を使用していただいた。そこで抽出された6軒のお店を筆者が運転する車で回りながら、いいなと思ったお店に入店してもらうという形で次の一軒を選び入店した。バリデーシヨンは以下の手順で行った。

1. 1軒目の飲食店「八代井亭」にて普段通り飲み食いする
2. 食事が終わると、店を出て自動車の後部座席に乗り込む
3. 車内で「酔いどれガイドシステム」を起動し、今の気分と1軒目の情報を入力する
4. 抽出された6軒とそれをつなぐルートに沿って、筆者の運転で目的地に向かう
5. 車を止めて店の様子を伺い、三人が良さそうだなと感じたら入店する

4.2. 「酔いどれガイドシステム」のフローとユーザーの動き

ユーザープロフィール

Gさん 26歳 男性

大学卒業後、コンサルティング会社でアナリストとして働いている。新宿の近くに住んでいるため、よく飲みに行く場所も新宿。仕事が忙しくなればばるほど、朝まで飲んで遊びたいと思っている。バーボンが好き。

Rさん 24歳 男性

大学卒業後、IT企業でエンジニアとして働いている。お酒を飲むことが大好きで、行きつけのバーをたくさん持つ。安くて美味しい飲み屋がたくさんある高円寺に住んでいる。自分の知らない新しいお店に出会いたいと強く思っている。お酒は何でも飲む。

Yさん 24歳 女性

現在大学4年生で、千葉県浦安市から神奈川県湘南まで通っている。お酒はあまり強くないが、飲み会の幹事を任されることが多い。最近は恵比寿によく友達と遊びに行く。

1軒目の飲食店「八代井亭」での様子

今回はプロトタイプとして作成したデータベース上にあるお店の中から、その日にあらかじめ予約をとることができた4軒を三人に提示し、1軒目を選んでもらった。選ばれたお店は、池尻大橋にあるお肉に力を入れている八代井亭という飲食店であった。三人は、揚げなすなどの簡単なおつまみとビール、そしてしゃぶしゃぶを3人分注文。休みに訪れた軽井沢での話や、出張で大阪に行ったときの話で盛り上がっていた。2時間ほど楽しく飲み食いをし、22時過ぎにお店を後にした。(図4.1)(図4.2)

車内で「酔いどれガイドシステム」を起動し、今の気分と1軒目の情報を入力する

店を出た三人は車内の後部座席で「酔いどれガイドシステム」を起動。提示されたお店の画像に対して、三人で話し合いながら今の気分を好きか嫌いを選択してもらった。(図4.3)画面上に出てくる5つのお店に対して、結果的にシーシャカフェと魚哲という居酒屋の2つに対して好きを選んだ。三人は楽しそうに以下の



図 4.1: 土曜 20 時に集まる三人



図 4.2: 八代井亭で楽しむ三人の様子

ような会話をしていた。(図 4.4) 「ここはなんかね、予約していく店のイメージかな。」「この感じはいいんだけど三軒目だよね。だから今はノーかな。二軒目は難しいよね」「シーシャカフェ！お！行きたいって言ってたよね。」「行きたい！」「お、魚哲。これはね、ありっちゃあり。」「俺はねえ、あり。」「シーシャと魚哲、両方好きってやったから、何が出てくるんだろうね」



図 4.3: 三人で今の気分を入力する様子

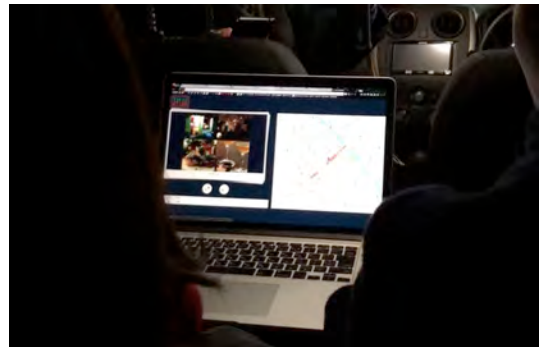


図 4.4: 気分にあう雰囲気のお店にいいねする

抽出された6軒と作成されたルート

今の気分と1軒目の情報を入力をして選ばれた次の一軒候補は、KAN、トリプルクラウン、しとらす、グランドファイン、ベネンシア、クオーレアズー口の6軒であり(図4.5)、作成されたルートは以下のとおりである(図4.6)。

shopid	name	number	type	typeid	eat	drink	kind	LO	latitude	longitude
12	12.KAN		しっぽり	1	1	1	111	23:00	35.649826	139.689305
23	23.グランドファイン		しっぽり	1	0	1	101	4:00	35.644655	139.698039
27	27.トリプルクラウン		しっぽり	1	0	1	101	3:00	35.647253	139.692936
40	40.クオーレアズー口		ワイワイ	0	1	0	10	0:00	35.640966	139.695131
37	37.しとらす		ワイワイ	0	1	1	11	3:00	35.638638	139.683229
46	46.ベネンシア		しっぽり	1	0	1	101	1:30	35.642368	139.69768

図 4.5: 抽出された6軒の店

抽出された6軒とそれをつなぐルートに沿って、筆者の運転で目的地に向かう

「酔いどれガイドシステム」によって抽出された6軒のお店を、筆者の運転する車で見に行く。車に乗った場所である池尻大橋から近い順番で回れるように提示されたルートに従って進む。今回は、KAN、トリプルクラウン、しとらす、グランドファイン、ベネンシア、クオーレアズー口の順番に回った。Gさん、Rさん、Yさんの3人は車の後部座席に並んで座りお喋りをしていた。真ん中に座ったYさんのスマホを覗き込みながら、三人の共通の友人の話題で盛り上がったり、目黒川が目に入るとそれをきっかけにした会話を始めたりして楽しそうに過ごしていた。(図4.7)

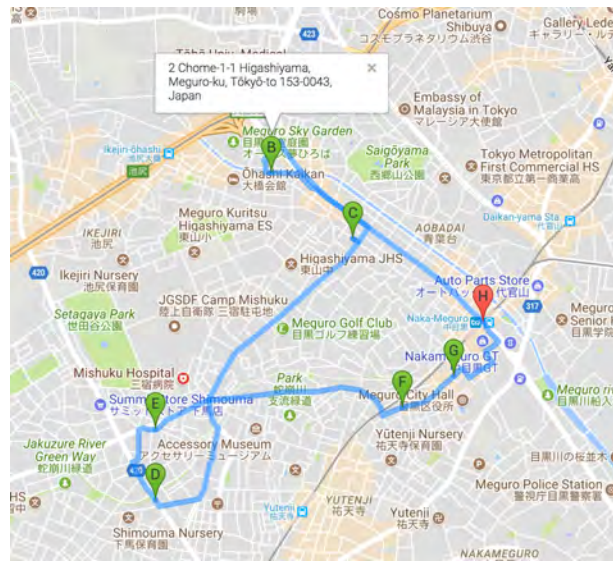


図 4.6: 作成されたルート



図 4.7: 車内の様子

車を止めて店の様子を伺い、三人が良さそうだなと感じたら入店する

抽出された6軒のお店の前に到着すると、お店の様子を見てお店の様子を判断してもらった。本来のコンセプトでは、車の中から店の様子を直感的に把握することの出来るインターフェイスが自動運転車に搭載されている予定だが、インターフェイス部分は他のメンバーが担当しているために、今回は車の中から充分に見えない場合は、降りて店の雰囲気を見るようにした。三人は、店の外観や、看板に書かれた店名などの情報からすぐにどんなお店なのかを把握し、それぞれ感想を口にしていた。(図4.8)



図 4.8: 車内から店の雰囲気を伺う様子

車が出発してから10分程で最初の店KANに到着した。バリデーション時にお店が営業していなかったため入店することができなかったが、こじんまりとした居酒屋で「雰囲気はお洒落で良さそう(Rさん)」と話していた。次に目黒川沿いを南下して池尻大橋と中目黒の中間地点にあるパブのトリプルクラウンに向かった。そこでは「外に出てきた年配の店員の制服がかっこいい(Yさん)」や「HUBより

も少し落ち着いていて良さそう（Gさん）」(図 4.9) と入店しようかどうか迷っていたが、Gさんが次の店を見に行こうと促した。人通りの少ない祐天寺エリアを7分ほど突っ切って、三宿にある居酒屋しとらずに向かった。中でお客さんたちが賑わっている様子が見えて、三人とも良さそうということで盛り上がった。またたまたま道路の向かい側にあったワイン専門店にも興味を持ち覗きに行った。しかし、満員状態で入店ができなかったために次のお店に行くことにした。4軒目に訪れたのは中目黒にあるグランドファイブというバーだった。ここは敷居と値段が高そうという理由で入らなかった。5軒目は、すぐ近くにあるスペインバルであるベネンシアに向かった。道に出ている看板(図 4.10)とマンション1階の奥まった場所にある店内へつづく扉を見て、少し勇気があるけど面白いかもしれないということで三人は入店することにした。二軒目に入店したのは23時頃だった。



図 4.9: 車内から見たトリプルクラウン



図 4.10: ベネンシアの看板

入店したスペインバル、ベネンシア店内での過ごし方

マンション1階の奥まったところにある扉(図 4.11)を開け店内に入った三人は、マスターに案内されて一番手前の6人掛け用のテーブルに座った。思い切って店の中に入ってみると「意外にもお洒落で可愛い感じがする（Yさん）」(図 4.12)と言って喜んでいた。店内は落ち着くオレンジ色の照明が光っているが暗めで、小さめのボリュームでかかる少し陽気な音楽を聞きながら、他のお客が2組しっ

ぼりと話をしている。三人は、お通しとして出されたバナナチップスを食べながら、マスターにおすすめされた白ワインのボトル、羊のチーズ、オリーブオイルとレバーがついたバケットを注文した。3人は食事に来るまではお店の雰囲気に少しそわそわしつつ、1月末にスノーボードに一緒に行く計画などを立てて会話をしていた。白ワインをそれぞれのグラスに注いで乾杯をするタイミングで、Rさんが実は今日が誕生日だということを二人に告げる。「え、そうだった？すっかり忘れてた！」と三人で笑い「誕生日おめでとう！」「お誕生日おめでとうございますー」と笑顔で乾杯をした(図4.13)。注文した食事がテーブルにくると、羊のチーズが載ったお皿にはマーマレードジャムがついていて、それを付けて食べるととても美味しいと驚いていた(図4.14)。軽食をつまみながら白ワインを飲み、たまに店の外にタバコを吸いに行くということを繰り返しながら、三人はしっぼりと昔話に花を咲かせたり、遊びに行く計画を立てて深夜2時過ぎまでこのお店で過ごした。

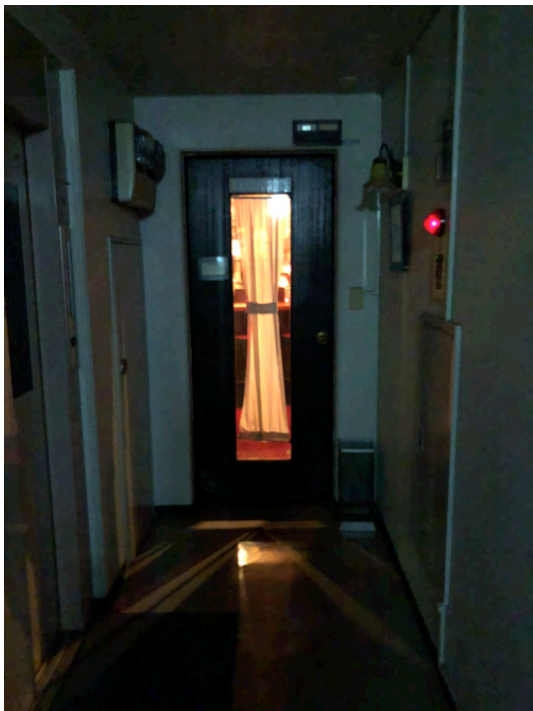


図 4.11: 奥まっているベネンシアの入り口



図 4.12: ベネンシアの店内



図 4.13: 誕生日を祝う乾杯をする三人



図 4.14: 注文したチーズやバケット

Gさん Rさん Yさんへのインタビュー

実際に「酔いどれガイドシステム」を使用してもらった後に、インタビューを行い感想を聞いた。なお彼らの発言は全て文字起こしを行った。以下では、(1)「酔いどれガイドシステム」を使用した一晩の良かったことに関する発言、(2)「酔いどれガイドシステム」を使用した一晩の不満・改善点に関する発言の2つに分けて整理した。

「酔いどれガイドシステム」を使用した一晩の良かったことに関する発言

いい店と出会える

「このエリアではお店を知らなかった。でもおしゃれなお店を今日は7～8個くらい見つけられて。池尻大橋ってイメージがなかったけど、意外にいいお店がめちゃくちゃあるじゃんとなった。もうちょっと開拓したいねって思った。(Gさん)」

「俺は自分が出会えなかったお店に出会えることが素晴らしいと思う。途中で出会った店とか。素晴らしいと思う。本当に。今度中目黒で飲もうねってなる。俺今高円寺に住んでるじゃん。で、高円寺って飲み屋がめっちゃ多いのね。そこで一番の悩みが、今50軒くらいあったのね。でも最近は50軒の中で、一番好きな10

軒程度を回すということをしている。だから収束しちゃってるんだよね。だから新規に開拓する勇気がなくて最近。飲みに行くなら楽しい思い出にしたいじゃん。安定しちゃうんだよね。そこに対して、他の店を知って自分の好きなところを見つけられる機会を知れるというのは素晴らしいと思う。(Rさん)」

もっと飲みたくなる

「はしごの選択肢が増えるとか、もっと飲んじゃうんだらうなって思った。3時4時まで飲んじゃう。(Gさん)」

「酔っ払っていいじゃん。酔っ払っていいってよくない？お酒飲んで酔っ払って何も変なことも考えずに、忘れ物だけしないように帰ればなんとかなるんだよ。超いいじゃん。あと多分お酒の消費量も上がると思う。はやく正式サービスとしてローンチして欲しい。(Rさん)」

「私ならはしごするきっかけになるかなと思いました。次これがあるなら行きたいと思うかも。(Yさん)」

店選びが楽しい

「選択肢が複数あるのっていいよねって話をしていて。二人で街を歩いていて飲み屋を探すときって「あ、いいお店見つけた」ってのあるけれど、食べログとか使って一個しかレコメンドされないと自分で探したって感覚がない。でも6から7個の中から選ぶと、検索コストを下げつつも、(見つけて嬉しいという)セレンディピティの感情は残っているから、すごいと思う。(Gさん)」

「考えなくていいっていうのはいいね。街をぶらりとしていて、いいなあと思って入るのと同じで。行ってみたら、いいのかどうか分かる。それと1軒口スしても、残り5軒ある。そうするとそれ以外にも、いいところがあるという余裕があるんだよね。この先店ある？っていう会話を今まで何回したことか。(Rさん)」

「本当に雰囲気を選べるっていう感じがしますよね。知らない場所だったらぐるなびとかで調べるじゃないですか。それって幹事みたいな人が頑張ってるから、私それやるから、その手間がすごい省けるなと思って。みんなで勝手に決めて、

勝手に連れてってくれるから。スマホ見てなくていいし、調べて電話しなくていいし。それにインスタで複数投稿できるから、1軒目2軒目3軒目って投稿できるよ。すごい楽しいですね。(Yさん)

会話が止まらない

「不安がないよね。次お店探すのどうしようって。だから会話が止まらなかったね。コミュニケーションにかかる時間は増えた。いつもよりすごい話した気がする。逆にいうと、ぎゅっと凝縮されるからさ、飲み会の時間が長くなるじゃなくて、むしろ短くなる人もいるんだろうね。濃厚な時間を2時間を過ごせる。しかも2軒3軒巡ってね。(Gさん)」

「ある意味ゆとりをもって店選びが出来るとね、会話が楽しめるよね。今日は俺たち何も探さないで楽しく話してただけだもん。だから、いつもより話している感じが30倍くらいするよね。だって今3時か4時だと思ったもん。で、1時40分かって。幸せだなって思うね。(Rさん)」

都市での遊び方・飲み方が変わる

「どこ駅集合ってというのが変わる気がする。なぜ渋谷とか新宿に集合するのかっていうとさ、あそこには店が集積していて、二軒目三軒目を探しやすいからあそこに集合するんだよね。だから自分の家の近くとか、会社の近くとか、飲める場所が変わる気がする。そしたら今回みたいに、一駅二駅離れたところもレコメンドしてくれるからさ。基本的に俺らは二軒目三軒目を前提に場所を選ぶから。あと、渋谷で飲んでたら、わざわざ恵比寿にはいかないけど、渋谷恵比寿プランというのでできるわけでしょ？それいいじゃん。(Gさん)」

「今までは新宿、池袋、渋谷の三択だったのが、これがあれば10択くらいに増えそうというのはある。かつ高円寺とか中目黒編とかって飲み屋が多いじゃん。でも飲み屋が少ないと思われているところでも、探せばいろいろと飲み屋はあるはずで。だから飲むために集まる場所が三ヶ所から十箇所になって、その10個所の中にはもっとローカル、本当に家の周りで飲むとかってのが増えてくるのはある

よね。高円寺の飲み屋は割りと駅チカに密集してるんだよね。でも西荻とか三鷹とかは、割りと距離があるはず。そういうところでやったらすごいよ。価値の再発見になると思う。自分の暮らしているところが好きになるって、すごい幸せなことだと思うんだよね。(Rさん)」

「酔いどれガイドシステム」を使用した一晩の不満・改善点

Gさん

「営業時間と、混雑状況はあったほうがいい。混雑情報がないと、店の前まで行ってここいいなと思って入れなかったときに、うーんってなっちゃう。」

Rさん

「移動時間は3分出なくても15分でもいいかもしれない。乗っている間にバナナチップスとかちょっとしたお酒があればいける。むしろ適当に次のお店を選ぶよりは、7とか10分かかってても全然問題ない。割り勘アプリと連携して、みんなで割り勘できるのもいいね。あと、今の気分じゃないけど、あのときなら行っているなという店があるから、それがどこにある店なのか保存したい。地図を見たのが最後だけだから、自分がどこにいるのか分からなくなったから。」

Yさん

「車に乗ってから気分を入れるのではなくて、飲んでいる間に店でアプリを開ければ、女子は盛り上がると思う。海鮮が無理な人とかいた場合には、最初の店選びの条件設定がもっと細かくてもいいかも。それと、もし一緒にはしごしている人の中に上下関係があると、結局グループで力を持っている人の意見に影響を受けちゃうかもしれない。あとは今日巡ったルートを、名前をつけて次のときに使えとかいいですよ。この回り方良かったんだよみたいな」

4.3. Proof of Concept

バリデーションの結果を踏まえて、コンセプトの有効性を実地で検証できたかどうか、また「酔いどれガイドシステム」の改善について述べる。

proof of concept で明らかになった価値

あらかじめ登録されている飲食店の情報、彼らが次の一軒として好む雰囲気を持つお店を複数軒導き出す次の一軒抽出機、それらをテンポよく回ることの出来るルートを作成するルート作成器で構成されている「酔いどれガイドシステム」は、東京の若者たちの一晩の遊び方を楽しくできたと言える。

「酔いどれガイドシステム」は、グループの中の誰かがスマホを使って食べログやまとめサイトで店を探す手間や、近場でみんなが楽しめるような次の一軒が見つけれないのではないかという普段ユーザーが感じる不安をなくすことができた。店探しのストレスがなくなる分、いつもよりお酒を飲んで、気持ちよく酔っ払いながら一晩中何も考えずに友達と会話を楽しむことができる。また店探しの手間はなくしつつも、複数軒の中から主体的に入店するお店を選ぶことができるため、街に点在するいいお店をたくさん知ることができ、普段の飲み歩きでは見つけることのできないようなお店に出会うことができる。

「酔いどれガイドシステム」の改善点

今回のバリデーションにおいては、飲食店側のデータとして店の持つ雰囲気、飲み食べのバランス、位置情報のみを使用して店の抽出に使用していたが、営業時間や混雑状況といったデータも使用することが非常に重要であると再認識した。せっかく訪れて気に入った店があったとしても、ラストオーダー後であったり、満員で入れなかったりしたときにユーザーが大きな落胆を感じるからである。また移動中の車内では、簡単なおつまみを食べれたり、気分に適した音楽が流れるなどすれば、より楽しく店を選びながら街を移動することができるのではないかと考えられる。依然としてテンポよく次の一軒候補を見て回れるということは大切

にしなければならないが、理想として想定していた3分ごとに一軒見れるようなテンポではなく、10分程度の移動時間でも楽しくユーザーが過ごすことができると分かった。

第5章

結 論

5.1. 結論

本論文では、夜の東京で遊ぶ若者たちに、今の気分にあった雰囲気を持つ複数のお店と、それらをテンポよく回れるルートを提示することで、東京の若者たちの一晩の遊び方を楽しくする「酔いどれガイドシステム」について述べた。「酔いどれガイドシステム」のコンセプトである、あらかじめ登録されている飲食店の情報、彼らが次の一軒として好む雰囲気を持つお店を複数導き出してテンポよく回ることに出来るルートを作成するルート作成器と、それらの情報を見せる画面は、Proof of Conceptの中で、東京の若者の夜の遊び方を楽しくすることができるとわかった。

バリデーションにおいて、GさんRさんYさんは、システムが提示した店の雰囲気が直感的にわかる画像を見て、三人で楽しく話しながら今の気分にあった店を車内で楽しく選んでいた。抽出されて実際に店の前までいった次の一軒候補の店は、全てが彼らの理想の雰囲気を有した店というわけではなかったが、それも含めて店を眺めて会話をし、次の一軒選びを楽しんでいた。店を回っている際の車内では、ルートを間違えるなどして、想定よりも多少時間がかかったにも関わらず、終始三人の共通の友人の話で盛り上がったり、たまたま通りかかった目黒川を見て盛り上がっていた。最終的に入ったベネンシアという中目黒のスペインバルでは、マスターオススメの白ワインとチーズを食べながら、時間がすぎるのも忘れて深夜2時過ぎまで楽しく話をしていた様子からも、次の一軒抽出機、およびルート作成機とそれらの情報を見せる画面で構成される「酔いどれガイドシステム」は、彼らの夜の遊び方を楽しくさせることができた。

本論文では「酔いどれガイドシステム」をデザインするにあたり、2つの民族誌調査を行った。一つ目の民族調査は、2017年9月26日に西荻窪で、カフェと不動産を経営する福田倫和さんが、街のことをよく知らない私たちに対して、どのようにして西荻窪の魅力的なお店を案内してくれるのかについてをフォーカスポイントとして行った。西荻窪は個性的なお店が町の南北に点在するユニークな街である。福田さんは、西荻窪への引っ越しを考え物件を探している人に対して、すぐに物件を紹介するのではなく、街を案内してから物件を提案するというサービスを提供している。私たちは、尋ねてきた人に合わせて、街の魅力的な場所を編集し案内する達人と福田さんを捉えて民族誌調査を行った。この民族誌調査からは、「訪問者を見るとどんな感じの場所に行きたいのかを尋ねる」「質問に対する答えを聞くと興味や好きな雰囲気のある場所に検討をつけて案内する」「店を気に入っている様子を見ると入りたいか尋ねる」「訪問者の様子を見て、案内する場所を常に調整する」というメンタルモデルを抽出した。二つ目の民族誌調査は、2017年10月4日に渋谷区の神泉で、渡辺さんとヴァンさんと安島さんと筆者を含む4人の若者のグループが、あまり詳しくない街でどのように次に入る一軒を決めるのかということに注目をして行った。神泉には、横丁のように飲食店が左右に並ぶ一本の道が存在する。この道を中心として周囲にある15軒ほどの飲食店の中から、店の中を覗いては話しながら、最終的に照明の暗い沖縄料理屋さんに入店した。この民族誌調査からは、「店の感想を話すと、他の人の反応を聞く」「少し遠くに良さそうなお店があるのを見ると、そこまで歩いて行って中を確認する」「店を見ると、自分の中で評価をつける」「店内の雰囲気が良いのを見ると、テンションが上がる」というメンタルモデルを抽出した。その分析結果を踏まえ、ペルソナ・シナリオ法を用いて、ターゲットペルソナと、そのペルソナがゴールを達成できるまでのストーリーを作成した。このストーリーを基に、ユースケース、キープスシナリオの抽出を行いコンセプトデザインの設計を行った。「酔いどれガイドシステム」のコンセプトの有効性の証明を行うために、GさんRさんYさんたち友人3人に対してバリデーションを行った。「酔いどれガイドシステム」を使用して、楽しく土曜日の一晩を過ごす三人の様子から、「酔いどれガイドシステム」は東京の若者の夜の遊びを楽しくできることが明らかになった。

5.2. コンセプトを良くするための課題

バリデーションによって「酔いどれガイドシステム」のコンセプトは、東京の若者たちの夜の遊びを楽しくできることが明らかになった。しかし、同時に今後の展望を考える際の課題も明らかになった。「酔いどれガイドシステム」をより良いものとするために、気分を入力する際の店を選択するインタラクション、気分にあった店を6軒選ぶ次の一軒抽出機、テンポよく回ることの出来るルート作成機について課題と展望を述べる。

今の気分を入力する際に店を選択するインタラクションについて

本研究において、設計し実装した気分を入力するためのインタラクションは、ユーザーが、酔っ払っている状態でも、なるべく直感的に自分たちの気分を伝えられること、そして複数の人たちが同時に同じものを見てみんなで話をしながら楽しく雰囲気を伝えることが出来るという2つの店を意識して作成した。しかし、実際に体験してもらったYさんからは、一緒に遊ぶ人の中に少なからず上下関係があると、結局意思決定権を持っている上の方が意思決定をしてしまい、ユーザー全員の気分を反映させることが出来ないかもしれないとフィードバックを頂いた。これを解決するためには、彼らの店や車内で行われる自然な会話の中から、彼らの求める次の一軒に求める雰囲気を自動で読み取れるようにしてもよいかもしれない。そうすることで、もはやユーザーは意識的な入力なしで、自分たちの気分にあった店を回ることができるかもしれない。実際に、AmazonEchoやGoogleHomeなどのスマートスピーカーは、ユーザーの声を認識しインタラクションを行っているため、近い将来には実現可能になると思われる。

次の一軒抽出機について

本研究において、設計および実装を行った次の一軒抽出機は、多くのユーザーが店Aから店Bにいったというはしごのデータをもとに、次の一軒を抽出するという基本的なアルゴリズムのもと動いている。これに関しては、実際に「TOKYO27:00」

がサービスとしてローンチされ多くのユーザーに使われれば使われるほど、より精度の高い店の抽出が可能になる。その際には、ユーザーが実際に訪れた店を評価する機能を付け加えれば、どの店からどの店へとはしごをすると楽しいのかということがより正確に分かるようになるだろう。またお店が持つ変数は無限に変更することが出来る。例えば、タバコが嫌いな人のためには禁煙の店を探ることができたり、日本酒が大好きな人には、日本酒が美味しい店ばかりを案内することも可能になる。また精度が高まれば高まるほど、ユーザーに対して提案する店の数を6軒より少なくすることも可能であり、それは将来的にユーザーの利用状態を鑑みながら修正を加えるべきだろう。

ルート作成機について

本研究において設計、実装したルート作成機においては、車内での移動が長すぎることはユーザーにとって心地の良くない体験であると仮定した上で、店間の移動時間を理想的には3分程でテンポよく回ることが重要と考えていた。そのためルート作成機が導き出すルートは、複数の目的地を最も時間効率よく回するために最短経路問題で扱われるアルゴリズムを用いて、最短ルートを導き出していた。しかし、実際に実験を行ったところ、店間の移動が10分弱かかってしまったケースがあったにも関わらず、ユーザーは楽しそうに会話を続けていた。また彼らからは、抽出される店の精度がより高くなれば、むしろ移動時間は長くなってもいいとする発言があった。更には2軒目で過ごしているとき、既に三軒目の気分であるという発言もあったために、簡単なおつまみやお酒を提供することで、店から店へと自動運転車に乗って移動する時間を1.5軒目と位置づけることも効果的かもしれない。だとすれば、擬似的にお店の中にいるような感覚で移動できる車内空間のデザインが求められるようになるだろう。またルートとしても最短距離ではなく、景色が良くて気持ちのよい道を通ったりすることが、よりよい移動体験を提供することにつながる可能性もある。

5.3. 酔いどれガイドシステムの今後の展望

本論文は「酔いどれガイドシステム」の今後の展望を述べて擱筆することとする。今回実装を行った「酔いどれガイドシステム」は、東京の若者たちの夜の遊び方を楽しくすることがバリデーションを通じて明らかになった。それと同時に上述したような様々な改善点も見つかったため、今後はそれらをアップデートする必要がある。実際にリリースを想定した場合は、今回エリアを指定して実験を行ったように、東京で3つほどテストエリアを定め、データセットを揃えた上で試験的に実施しながら修正を加えていくというプランが想定される。また今回は東京という都市が持つコンテキストを重視したが、地方都市で「TOKYO27:00」をサービス展開しても同様に価値が発揮されると考える。「人の経験の集積が都市を生み出す」という哲学のもと進めてきた本研究であるが、東京の若者たちの夜がより楽しくなることで、人々にとっての楽しく幸福な都市の在り方に近づけば幸いである。

謝 辞

本研究は、多くの方のご指導、ご協力の下に行われました。幅広い知見からの的確な指導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奥出直人教授に心より感謝いたします。学問への真摯な態度、勇気を持って物事と対峙し前進することの大切さを教えていただきました。ありがとうございます。

いつも優しくご指導してくださいました慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の佐藤千尋先生に心から感謝いたします。千尋さんからたくさんのことを学ばせていただきました。ありがとうございます。

論文執筆に関して多くの助言を賜りました同研究科、石戸奈々子准教授に心から感謝いたします。ご多忙中、的確なアドバイスをくださった同研究科 Matthew Waldman 教授に心から感謝いたします。

また急な日程にも関わらず、ユーザースタディとして酔いどれガイドシステムを使用していただいた皆様、ありがとうございました。

またプロジェクトメンバーである安島さん、実装を手伝ってくださった浦瀬さん、共に学んだ UrbanMedia2.0 のメンバーのみなさまにも感謝いたします。また共に論文執筆活動に取り組んだネットワークのみなさま、ありがとうございました。

最後に、研究活動に関する理解とともに、経済面や精神面において支援してくれた家族に心から感謝いたします。

参 考 文 献

- [1] Carlo Ratti and Matthew Claudel. *The City of Tomorrow: Sensors, Networks, Hackers, and the Future of Urban Life*. Yale University Press, 2016.
- [2] John Calimente. Rail integrated communities in tokyo. *Journal of Transport and Land Use*, Vol. 5, No. 1, pp. 19–32, 2012.
- [3] 奥出直人. デザイン思考と経営戦略. NTT 出版, 2012.
- [4] Ilse van Liempt, Irina van Aalst, and Tim Schwanen. Introduction: Geographies of the urban night. *Urban Studies*, Vol. 52, No. 3, pp. 407–421, 2015.
- [5] Franco Bianchini. Night cultures, night economies. *Planning Practice & Research*, Vol. 10, No. 2, pp. 121–126, 1995.
- [6] Andy Lovatt and Justin O'Connor. Cities and the night-time economy. *Planning Practice & Research*, Vol. 10, No. 2, pp. 127–134, 1995.
- [7] Murray Melbin. Night as frontier. *American Sociological Review*, pp. 3–22, 1978.
- [8] Murray Melbin. *Night as frontier: colonizing the world after dark*. Free Pr, 1987.
- [9] 鈴木晃志郎. ツーリズムの『隠れた次元』: 「夜のツーリズム」と運転代行業に関する予備的考察. 日本観光研究学会全国大会学術論文集, Vol. 28, pp. 353–356, 2013.

- [10] Jonathan Crary. *24/7: Late capitalism and the ends of sleep*. Verso Books, 2013.
- [11] John Hannigan. *Fantasy city*, 1998.
- [12] 池田真利子. 東京におけるナイトライフ研究の可能性. 日本地理学会発表要旨集, Vol. 2017, p. 100191, 2017.
- [13] 昌作川津. 都市の回遊性と消費者行動に関する考察. 名古屋学院大学論集社会科学篇, Vol. 51, No. 3, pp. 177–192, jan 2015.
- [14] 田中元, 瀬戸口剛, 永島健児. 7002 コンパクトシティへ向けた路面電車による都心回遊行動の誘発と都心構造の形成: 札幌市都心部市電沿線を事例として (地域資源等を活用したコンパクトな市街地形成のための技術 (1): 中心市街地 (1), オーガナイズ土セッション, 都市計画, 2012 年度大会 (東海) 学術講演会・建築デザイン発表会). 学術講演梗概集, Vol. 2012, pp. 5–8, 2012.
- [15] 倉田陽平. Ct-planer 3: Web 上での対話的な旅行プラン作成支援. 観光科学研究, Vol. 5, pp. 159–165, 2012.
- [16] 倉田陽平, 杉本興運, 矢部直人. あえて案内しない着地型観光案内-観光関心点群の抽出と活用. 第 19 回地理情報システム学会学術大会, 地理情報システム学会講演論文集, Vol. 19, , 2010.
- [17] Tomohide SAKAGAMI, Makoto YOSHIZAWA, and Yoshikatsu OHTA. On the approximation algorithm for traveling salesman problem. *Research reports of the Faculty of Engineering, Mie University*, Vol. 25, pp. 81–96, dec 2000.
- [18] 晃志郎鈴木. A hidden dimension in tourism : Nightlife and replacement driver service in japan. 日本観光研究学会全国大会学術論文集, Vol. 28, pp. 353–356, dec 2013.

- [19] 松尾徳朗, 鮫島正樹, 橋本喜代太. 観光情報システムの歴史とトレンド. 電気学会論文誌 C (電子・情報・システム部門誌), Vol. 133, No. 3, pp. 562–566, 2013.

付 録

A. バリデーション時の対象者の発言の文字起こし

筆者：

トラブルも込みで、今日良かったこと悪かったことざっくばらんに感想を聞かせてください。

Gさん：

営業時間と、込み状況はあったほうがいい。込み情報がないと、目の前まで行ってこいいいなと思って入れなかったときに、うーんってなっちゃう。その場合、期待値が上がっちゃって、次もっといい店を探さないといけなくなる。モードがちょっと変わるかも。4軒目に中目黒で出てきたバーにいったときには、2軒目に見たバーがよかったけど入れなかったこともあって、ちょっと違うなと感じてしまった。

Rさん：

同じ行く途中のルート上で、いい店が見つかったらそっちに行きたいとなる。トラブルを元にした上でどうするかというところもある。だいたい皆に受けて大丈夫な店、安牌がある。

Gさん：

2軒目は大体安牌に行く。3軒目は、本当にそのときに感じる感情の今ここに行きたいに変わっていく。

Rさん：

すごくいいところだと思うのは、全く知らない街でというのもあるんだけど、例えばこの店を自分で調べたりしたら来ないから、そういう店に出会えるのはすごいと思う。普通だったら、とりあえず決まったから行ってみようって入るじゃん。この店の場合は、普通に見て入らない。

Gさん：

もう一個いいなと思ったのは、複数店舗あるじゃん。もしこれが一店舗しかレコメンドされないとなったときに、1店目が良くなかったときに、二店舗目をどこに行くかとまたどこに行かなくてはいけないというのがまためんどくさいじゃん。6とか7店舗というのが絶妙な気がしている。3店舗だと、今回は4店舗回ってようやくここじゃん。だから6店舗は絶妙かも。これ以上増えると逆に決められない気がする。

Rさん：

逆にもっと精度が高くなったら、減らしてもいいくらいかも。外れがないからね。今だったらこれくらいがちょうどいいと思うけど。

筆者：

理想的には、一店舗3分毎に回れるような感覚のルート案内をしたかった。

Yさん：

車に乗ってから気分を入れるのではなくて、飲んでる間にアプリで連動していて、みんなと一緒に見れるとか。で、乗った瞬間には決まっているみたいな方が面白いかも。女子同士はすごいキャーキャー言っちゃうと思う。

Gさん：

自動運転を前提に考えたら、3分でもなくて15分でもいいかもしれない。

Yさん：

乗っている間に話してるみたいなね。

Rさん：

15分だったら、おつまみとかバナナチップスとかちょっとしたお酒があればいけるやん。

Yさん：

音楽が流れていても楽しいかも。

Gさん：

適当に二軒目を選ぶよりかは、ちょっと7~10分かかっても問題ないと思う。

Rさん：

そっちのほうが俺はいいや。変な店に行くよりも。

やっぱりどういうテンションで次の1軒に望めばいいかというところを、話の中でみんなで決めていて。その中でも6店舗あって、その中でも雰囲気が違うからさ、気持ちがよるとそれが変わりづらい。

Gさん：

あと知らない土地だったというのは大きい気がする。知っている土地だったら、次のお店ここあるよというのを、誰か1人がここあるよ!っていうじゃん。知らないお店だったら、誰かが率先してここ行こうよってならないから、決め切らないし、でもいいお店行きたいみたいなものがある。

Yさん：

それを本当に雰囲気で選べるっていう感じがしますよね。

Rさん：

考えなくていいっていうのはいいね。街をぶらりとしていて、いいなあと思って入るのと同じで。行ってみたら、いいのかどうか分かる。

Yさん：

観光地でもいいかも。皆知らないから。地方から都内に来た人とか。私達が大阪に行ったときとか。

Rさん：

いいね。でも俺も中目黒は来たことはあるけど、あんまり知らないから、ほぼ旅行客みたいな感覚だけどね。

Gさん：

あと、ここ今度来ようよってならない?二軒目はその時のムードとは違ったけど、ここいいじゃん!っていうのはある。

Yさん：

あ!あのときなら行ってるなみたい!あ~!保存したい!

Rさん：

それはある!保存したい!俺たち分かんないから、それを履歴としてこういうところに行きましたよねと行った感じ。

Gさん：

お店知らなかったじゃん。でもおしゃれなお店、今日7～8個くらい見つけたよね。

Rさん：

うん、結構良かったよね。

Gさん：

そうそう。そうすると次あそこ行こうみたいなのにつながりやすい。

Rさん：

確かに。今度中目黒で飲もうねってなる。

Yさん：

おじさんが出てきたところもすごい良さそうでしたよね。車を止めていたら、中からおじさんが出てきたところ。あそこも良さそうだった。制服がかっこよかった。

Rさん：

あそこビールが旨そうだった。

Gさん：

ハブより若干落ちつていそうだった。

Rさん：

多分大事なのって、俺達は細かな差異はあれど、割りとなんでも飲むじゃん。日本酒しか飲めない人とか、それって野宮を探す上で一番大事じゃん。私ビール飲めませんみたいな人は、さっきのおじさんのところ行ったらエグいじゃん。それでいいか悪いかわ変わるよね。

Yさん：

じゃ最初に条件設定がもっと細かくていいかも。アレルギーとか含まれるのかな。海鮮が無理な人は、そこが省かれてチヨイスがでるとか。

筆者：

たしかに、そういうお店に対するデータのバリエーションはいくらでも細かくは出来るかも。タバコが吸えるとか吸えない場所とかも。

Rさん：

タバコはオープンになってないからデータを取るのが難しそうだね。

Gさん：

ここに入る前の雰囲気と、入った後の雰囲気って違ったよね？俺はかなり違ったんだよね。

Rさん：

違った。

Yさん：

あそこの扉では分からなかった。

Rさん：

ネットで見たとときのイメージと、今のイメージと、入ったときの今のイメージは全部違う。最初はもっと明るくて、スペインバルっぽい感じだった。

Gさん：

もっとワチャワチャしているかと思った。

Rさん：

だからもっとしつぽりというか、大丈夫かなみたいな感じはあったけど、まぁ実際入ったら、始めてイメージしていたものに近くはなったかも。バルってずるいよね。もともとはバーじゃん。スペイン語でバルなだけだからさ。

筆者：

電車ではなく自動運転車を使ったサービスだからということに関してはどう感じたか？例えば、さっき3軒目に見に行ったら満席で入れなかったシトラスという店があったが、あそこは電車と徒歩の組み合わせだけだとたどり着けなさそうな場所にある。

Rさん：

電車での移動だったら、シトラスには、調べても見つけても行かない。良さそうだと思っても、行かないね。

Yさん：

自動運転車の技術がどれだけ今後進むかわからないけど、会話の内容を汲み取って、出てきた単語を学習して行き先をリコメンドするとか。今回は、風俗の話とか出てたからそれ

とか出てきたもいいかも笑。

Rさん：

たしかに会話だったら、聞いているだけでその人達の気分が変わるよね。

Yさん：

そうそう。例えばスペイン旅行の話が出てきたら、アヒージョ食べたくなるよね？私はそうなるんだけどね笑。それで美味しいアヒージョが食べられるお店が出てきたら、ときめくわけじゃないですか。どこまで自動運転の技術が進むかは分からないけど。

Rさん：

あとは電車から開放されるのはめっちゃでかいよね。そもそも経験したことがないことだから分からない感はあるけど。完全に自分だけだったら、出会うことのなかったお店に出会えたということが、なんかすごいよね。

Yさん：

だし、将来的にそこに通ったりするかもしれないよね。これくらいの年齢のかたって、結構ハシゴするんですか？私は、千葉に住んでいることもあって先輩と一緒に飲むときくらいしか普段はハシゴはしないんですよ。

Rさん：

するよ。毎週ハシゴやな。俺。Gもするでしょ。毎週一回か、二週に一回するでしょ。ハシゴをして二軒目探しましょってなったときに、一番味気ないので、ここはいいと思ったけど、歩いて何分だからこっから行けないよねってなる。だから消去法になっちゃうじゃん。でも行きたい店に直接行けるっていうのはすごい良くない？ストレスフリーである。ある意味実験的に気になるお店を消化できるってのはすごい良い。

Gさん：

あとはじめのさ、どこ駅集合っていうのが変わる気がする。なぜ渋谷とか新宿に集合するのかっていうとさ、あそこには店が集積していて、二軒目三軒目を探しやすいからあそこに集合するんだよね。だから自分の家の近くとか、会社の近くとか、飲める場所が変わる気がする。そしたら今回みたいに、一駅二駅離れたところもレコメンドしてくれるからさ。基本的に俺らは二軒目三軒目を前提に場所を選ぶから。

Rさん：

たしかに。今までは新宿、池袋、渋谷の三択だったのが、これがあれば10択くらいに増

えそうというのはある。かつ高円寺とか中目黒編とかって飲み屋が多いじゃん。でも飲み屋が少ないと思われているところでも、探せばいろいろと飲み屋はあるはずで。だから飲むために集まる場所が三ヶ所から十箇所になって、その10個所の中にはもっとローカル。本当に家の周りで飲むとかってのが増えてくるのはあるよね。

Gさん：

とはいえ、お店が合わなかったときは怖いけどね。全部noみたいな。歩いて飲み歩くとときと変わらずに、最終的に消極的に決めちゃうみたいな。

Rさん：

まあでも試行回数が歩くよりは多いから、まだマシだとは思うけどね。

Yさん：

私ならハシゴするきっかけになるかなと思いました。

Rさん：

Yは、ムードで店を変えるとかないでしょ？

Yさん：

ないですね。

Rさん：

ちょっと飲んで、もうお酒いいやってなって、別に店を変える必要もないでしょ。

Gさん：

そう。ハシゴの選択肢が増えるとか、もっと飲んじゃうんだらうなって思った。というのも、シーシャ出てきたじゃん。俺らは頭のなかに飲み屋をイメージして、2店目3店目をイメージしてたから。シーシャって出てきたときに全員に刺さった。それは前々から行きたかったんだけど、シーシャって選択肢が頭のなかになかったんだよね。

Rさん：

というか、ここらへんにあるとは思ってなかったからね！

Gさん：

そう！思わない思わない！だからシーシャが出てきていいじゃん！今ではないけど、4軒目に行こうよってなりそう。

筆者：

最初は飲み屋とかレストランで考えていたが、人に聞いたら俺はそんなに飲まないからシーシャバーとかにあってチルしたいと言う人が何人かいた。

Rさん：

それはそうだよね。飲んでる人でもシーシャバーに行きた人は割りといえると思うしさ。アクティビティじゃん。

Gさん：

そうだよね。落ち着いて話せるアクティビティだもんね。そういうのはちょっと欲しいよね。シーシャ以外にもさ、お酒をガッツリ飲めるだけの場所じゃなくて、ちょびっとプラス1とか。

Yさん：

ダーツバーとか。

Rさん：

そうそう。カラオケがあったりしてもいいかもね。卓球とか、ビリヤードとかもね。

Gさん：

それを選ぶのって、新宿とか自分がよく飲む場所であれば、もう既にそういう店が近くにあるってインプットされているからさ、行こうよってなる。

Rさん：

あと俺がシーシャ吸いに行こうよっていうのと、AIみたいなサービスがシーシャどうですかって言うのってちがくない？なんか発言力がある人が言うのと、機械的に言われるって、受けての印象が違うよね。情報がフラットになる。Yは、俺らより年齢が下だけど、カジュアルじゃん。もっと上下関係がある人とかだとさ

Yさん：

そうですね。そうすると「いいですね、行きましょうか」ってなりますね。

Rさん：

そうすると多数決じゃないけど、より近くなるよね。

Yさん：

でも結局さっき雰囲気を選んだときも、チームの中の誰かじゃないですか、選ぶのは。その雰囲気が合わないときってあるんですかと思って。

筆者：

お店の雰囲気を選ぶときに今実装している好き・嫌いという仕組みは、本来はフロントガラスにあるべきもので、それをみんなが一つの画面を見て話し合いながら決めるのも楽しいんじゃないかと思ってです。

Yさん：

フラットな関係ならそれがいい。それだとデートのほうが二人だからそういう風に雰囲気を決めたいかも。でもデートだとハシゴしますか？

G & Rさん：

するよ～！

Rさん：

最初は予約した店で、次はちょっとお酒飲んで、最後はバー行って帰ろう。それが健全的なデート。

あれY、さっきなんて言ってたっけ？

Yさん：

えーと、もし一緒にハシゴしている人の中に上下関係があれば、みんなと一緒に画面を見ているけど、結局グループの中で力を持っている人の意見に影響を受けちゃうんじゃないかと思ったってことです。

筆者：

今日トラブル続きで、準備不足感はあるんですが、総じて今日の経験はどうでしたか？

Rさん：

俺は自分が出会えなかったお店にであることが素晴らしいと思う。それに尽きる。途中で出会った店とか。素晴らしいと思う。本当に。

Gさん：

池尻大橋ってイメージがなかったから、どういうところなんだろうというのはあって。意外にいいお店がめちゃくちゃあるじゃんというのはあったね。もうちょっと開拓したいねっ

て思った。

Rさん：

開拓したい！俺今高円寺に住んでるじゃん。で、高円寺って飲み屋がめっちゃ多いのね。そこで一番の悩みが、今50軒くらいいったのね。でも最近は50軒の中で、一番好きな10軒程度を回すということをしている。だから収束しちゃってるんだよね。だから新規に開拓する勇気がなくて最近は、飲みに行くなら楽しい思い出にしたいじゃん。安定しちゃうんだよね。そこに対して、他の店を知って自分の好きなところを見つけられる機会を知れるというのは素晴らしいと思う。

Yさん：

あとは知ってる店がある人であればいいんですけど、知らない場所だったらぐるなびとかで調べるじゃないですか。それって幹事みたいな人が頑張ってるから、私それやるから、その手間がすごい省けるなと思って。みんなで勝手に決めて、勝手に連れてってくれるから。スマホ見てなくていいし、調べて電話しなくていいし。

Rさん：

確かに。1人がなんちゃらじゃなくて、みんなで楽しめるというのはあるね。

Yさん：

そうそう。私いつも1人で調べてストレスだし責任も感じるし。でもみんなが好きな雰囲気だったら、絶対外れないしいいなと思いました！

Rさん：

1人が決めるとさ、その店がよくなかったら、みんなで非難しちゃうもんね。

Gさん：

自分で言ってると思ったのは、あそこいいよ！っていうときって、俺今池尻大橋っていいよって言ったときに、駅をイメージして言ってるのね。でもこのサービスを使うと、多分街の名前とか出てくるじゃん！この街いいよって。そう。今はあそこいいよって言うときに、池尻大橋いいよとか新宿駅の周辺がいいよってなるけども、ゴールデン街いいよみたいな感じに変わっていく。あそこは名前がついているから呼びやすいけど。

Rさん：

たしかに！地域の名前が出てくるんだよね。

Gさん：

そうそう。それが駅からの開放にすごく近いと、自分で言っていて思った。ここいいよって紹介するときに、アイコンを求めちゃうからね。中目いいよとか、池尻大橋いいよ、渋谷いいよみたいなね。そう今どこにいるのかね考えちゃうね。笑

筆者：

今日動いたのは田園都市線と東横線の間なんだよね。目黒区と世田谷区をオーバーラップしている。だから明確な名称はないんだよね。

Rさん：

東急サンドイッチエリアでしょ笑。俺が今作ったんだけど笑。

Yさん：

終電調べるときにここ何駅だろうって聞きましたもん。

Gさん：

そうだよ。駅以外のアイコンが欲しいよね。今日回ったところはこういう名前みたいな。

Rさん：

普通名前ってゴールデン街とか飛田新地とか、そういう割りと極小な狭いエリアじゃない。道何本くらいみたいな。ちょっと広域で、祭りをやる規模くらいのエリア。距離的には。それに対する呼称がないよね。

Yさん：

あとは今日巡った道を、総称して名前をつけて、次のときに使えるとかいいよね。この回り方良かったんだよねみたいな。

Rさん：

それインスタにあげるんでしょ？

Yさん：

そうそう！笑。

Gさん：

で、インスタ上でなになにルートはすごくいいとかね。

Yさん：

そうそうそうそう！そしたらいいじゃないですか！ときめきルートみたいな。

Rさん：

ありそうだよね！それいいよね！

Gさん：

NAVARまとめとかに、伝説のときめきルートとかね。ヤルートとかね笑

Yさん：

インスタで複数投稿できるから、1軒目二軒目三軒目って投稿できるよ。すごい楽しいですね！

Rさん：

それだったら俺もインスタやりたいって思うもん。人のルートをみたいから。#なんとかルートで調べるもん。誰かが作ったルートを見て、コイツは始めてなんだなとか笑。

Yさん：

初心者ルートいいですね！なんとか区初心者ルートとかね！超いいですね！日本酒ルートとか！

Gさん：

日本酒ルートありそうだね！いいかもね～！

Rさん：

最近一番イヤなのが、「東京都 クラフトビール」って調べる。すると東京で有名なクラフトビール10店って出るじゃん。でも、ここ、ここ、ここ、って点在してて、それはいかんわ！ってなるんだよね。クラフトビールってもっと探せばめっちゃあって。こんくらいのエリアだったら、充分収まるから。そういうのができるんだったらいいよね。

Gさん：

あ、あと一個ね、喧嘩が起こるんじゃないかと思ってしまった瞬間が一個だけあった。これってセレンディピティじゃん。いいお店見つめました。じゃあ行きましょうって。言ってる途中で他にいいお店が見つかって、でもこれ見つけてくれたんだからこっち行こうよとか、いいじゃんそれってただのガイドなんだからこっちいこうよみたいな笑。杞憂な気

もするけどね。

Yさん：

人数が多かったらそうなるかもしれないね。

Rさん：

たぶん、その気になったお店に行くのが正しいことなのかな。それをいかにインターフェースに取り入れられるかっていうところなのかな。だから、そういうのはあっていいんだと思う。それを想定して、それをも学習できるようにすればいいんだと思う。

Gさん：

ぼん、ぼん、ぼんってピックアップされるからさ。その候補に入っていればいいんだと思う。

Rさん：

それがインターフェースのほうなんだよね、きっと。計画性と偶然性の混ざり合いみたいなね。

Gさん：

でも、たしかに、いいお店は見つかったよね。本当に。それはそう思う！

Rさん：

地図を見たのが最後だけだから、途中でどの店に行ったのかが覚えられない笑。それだけは本当にお願ひします笑

Gさん：

今日いったあのワインのお店どこにあんねんみたいなね！

Rさん：

多分真ん中だよなしかわからないよね笑。旅行系のバス会社の駐車場があるところみたいな笑。高円寺の飲み屋は割りと駅チカに密集してるんだよね。でも西荻とか三鷹とかは、割りと距離があるはず。そういうところでやったらすごいよ。価値の再発見になると思う。自分の暮らしているところが好きになるって、すごい幸せなことだと思うんだよね。

Yさん：

浦安でもできるよ。二軒目に行くときもタクシー使うもん。歩いたら30分はかかると思

う。

Rさん：

高円寺だと、タクシーに乗らないからさ。歩いて10分がマックスだもん。この機能を車じゃなくても、普通のスマホアプリでも出してほしいよね。

Gさん：

それでストック機能があったらすごいいいよね。

Rさん：

あとは自分でフィルタリングをカスタムしたいよね。誰と行く店なのか、みんなで行く店、しっぼり行く店、彼女と行く店、やりたい女の子と行く店みたいなね笑。

Yさん：

オススメのルートとかシェアできたらいいですよ。僕が回ったルートですとか。それをこの機会に入れたらぴゅっと回ってくれるとか。

Rさん：

探すというものと、記録してくれるということが二つ両立されていることはあまりない。それが一緒になったら絶対に使うよね。完結するもんね。

Yさん：

お店の滞在時間がわからないけど、全体で何時間くらいかかるとか分かりたい。移動時間も含めて。明日の予定がとか。

Rさん：

たしかに。じゃ今日は何時から何時までって入力できて、それで何軒回るを決めるとかね。そしたらコース料理のコース店 ver みたいな感じになりそう！勝手に予約してくれるのも嬉しいね。自分が予約するんじゃなくて、勝手に機械がここがいい？OK承認ってなったら、勝手に予約してくれる。そうすれば何も考えずにただそのことだけに集中できるんだよ！

Yさん：

本当に人間はなにもしなくていいですね。幹事がいなくなりますね。

Rさん：

割り勘アプリと連携して、みんなで割り勘するのもいいね。電子マネーにしてほしいね。

Gさん：

最終的に、遠すぎる所に住んでいたら、近くのホテルを探してくれるとかでもいいんじゃない。

Rさん：

リアルタイム予約ってやばいよね。だって、お酒飲んで酔っ払って何も変なことも考えずに、忘れ物だけしないように帰ればなんとかなるんだよ。超いいじゃん。あと多分お酒の消費量も上がると思う。

Gさん：

一番最初に言ったけど、3時4時まで飲んじゃうなって思った。

Rさん：

しかも酔っ払っていいじゃん。酔っ払っていいってよくない？

Yさん：

最後家まで送ってくれるもんね。

筆者：

お店側からしたら、プロモーションを課金したらうてたり、来てくれたお客さんからの売上の5%とかもらえるとかでも嬉しいね。

Yさん：

お店側からしても、駅と駅の真ん中であつたらあんまり人が来なさそうですね。だから人がきて、お金がもらえたら嬉しい。

Rさん：

プロモーション出すところと出さないところが出ると思うけど、そういう出さないところをどうやって他の人がいけるようにするとかってところが大切かも。そもそも食べログとかに乗ってないんだけどいいところ。その埋没しているところに、一番質もいいお店が揃っていそう。

Gさん：

このサービスに期待するところってそこだよね。例えば、ワタミがでてきたらさ、ムード

としてはあってるけどワタミって出されたらさ笑。ムードとしてあってるとしてもでしょ笑。嫌だと思うんだよね。なんかね

Rさん：

ブチ切れるね笑。俺たちのニーズはいい店に行きたい。
自分たちが知らないところで、また行きたいと思える店に行きたい！というのが俺が感じたコアなコンセプトの価値かな。

筆者：

値段に関しては、一応雰囲気を選んでくれるときの画面に出るようにしている。今は機能はしていないけど、使う人の懐次第かな。

Gさん：

そうそう、これくらいの出し方でいいと思う。3000円 - 6000円 - 9000円でいいよね。スタート地点は3000円でいいと思うんだよね。これってさ、自家用車に実装するの？それともタクシーとかに実装するの？

筆者：

それは社会の中でどのように自動運転車が受け入れられるかにもよる。個人が自動車を持つのであればそこにあってもいいかもしれないし、半分公共のものになるのであれば、そうした会社が提供するものにすればいいと思う。

Rさん：

俺的には一番のターゲットは今回のタイムズだと思う。東京の限界じゃん。自家用車一台持つのは。
はやく正式サービスとしてローンチして欲しい笑。

Gさん：

そうだね。Rettyとかいいお店探せるけど、一店舗だけだもんね。

Rさん：

ストーリーじゃん。飲み会って。

Gさん：

即興ストーリーだね。作るって意識はないけど、作られているよね。

筆者：

今日は時間がないけど、本来であれば、このあとシーシャバーにいけたり、締めそばを食べたりできる。

Gさん：

それいいね。

Rさん：

最高だと思う。

Gさん：

さっき言ったのは、タクシーか自家用車で若干違うと思った。自家用車だったらサブスク
リプションみたいな形でいいと思うけど、タクシーだったらこのセットでこれくらいの値
段という感じなのか。それだったらお店変えられないじゃん。くるくるくるくる。自家用
車だったら、ずっとつけとくのはいいかもね。とはいえ、自家用車を持つのかどうかわか
らないけどね。

Rさん：

一番はやくやってほしいのはさ、テストエリアとかを指定して、ここらへんのエリアのプ
ランみたいな。どこどこエリアぷらんみたいなのをやってほしい。

Gさん：

そうだね。駅じゃなくてエリアごと。

Rさん：

とりあえず3エリアくらい作ってみて、良さそうと思って行って見て、ああ楽しかったね
となって、そこに詳しくなるとね。

Gさん：

渋谷で飲んでたら、わざわざ恵比寿にはいかないけど、渋谷恵比寿プランというのができ
るわけでしょ？それいいじゃん！

Rさん：

目黒・祐天寺プランとかね。

筆者：

今回は目黒・祐天寺プランと、世田谷プランの半分ずつをくっつけたんだよね。

Rさん：

それでいいと思う。たぶんね、電車で到達できない場所っていうところに価値がある。

Gさん：

そういう店を探したいというのはあるからさ。

Rさん：

そうそう。

Yさん：

田舎だと駅と駅の間になんかを探したいというのはある。千葉だと車がないとキツイもん。お店はその中にいっぱいあるのに、駅と駅の間が広すぎるみたいなの。

Gさん：

ラーメン食べに行きたいね～～。

Rさん：

これって論文を書いて終わりになるの？俺はこれを絶対に実用化したほうがいいと思う。俺のために笑。
これはね結構ね、開発になると思う、東京の。

Gさん：

分散されるね。たしかに。

Rさん：

これ流行ったらパワーがあると思う。タクシー移動にはなるけど。
タクシー会社をエリアで貸し切って、今回のやつをするってのは実現性が高そう。
今日のエリアで100組のグループに対しても、10台のタクシーがあれば足りそうだよ。

Yさん：

使っていないタクシーがあるからですよ。私達が店のなかにいるときの、タクシーはヒマ

ですもんね。

あとはリモパみたいですね。リムジンパーティ。リムジン乗りながら、東京タワーの前でみんなで写真を撮ったりね。さっき車の中でお酒飲めたらみたいなのを聞いてて思いました。

Gさん：

都市の集積の考え方が変わるよね。例えば、高円寺って駅の近くにいろいろなお店が歩ける範囲に集まっているけど、これがあれば高円寺周辺って考えるんじゃなくて、もっと広い範囲で考えられるようになるよねって。それってブラブラ出来る範囲が広がるということだから、それが広がると、行き先の選択肢も増えるから、自分の気分にあったものを見つけやすくなるよねという話だよ。

Rさん：

それによって東京が変わるよね。人が作る都市開発だから、サービスが作る極めて民主的な。事業だよ、アプリじゃないよ。ってね。だから二人もまず高円寺に来たほうがいいんじゃないかと笑。高円寺は本当に正解例だと思う。幸せだなんて思える街なんだよね。

Gさん：

今回は人工知能がやってくれたけど、次は人工知能の代替を高円寺でRがしてくれるって笑

Yさん：

人力車にやってほしい。

Rさん：

自動運転ってできるのいつかな？

このサービスが、自動運転車という技術の壁に阻まれているのがすごく嫌だ。

Gさん：

今回のサービスRにどんぴしゃなんだよね笑。あと選択肢が複数あるのっていいよねって話をしている。二人で街を歩いていて飲み屋を探すときって「あ、いいお店見つけた」ってのあるけれど、食べログとか使って一個しかレコメンドされないと自分で探したって感覚がない。でも6~7個の中から選ぶと、検索コストを下げつつも、(そうした見つけて嬉

しいという) セレンディピティの感情は残っているから、すごいいいと思う。

Rさん：

一個口スしても、残り5軒ある。そうするとそれ以外にいいところがあるという余裕があるんだよね。「この先店ある？」っていう会話を今まで何回したことか。ある意味ゆとりをもって店選びが出来るとね、会話が楽しめるよね。

Gさん：

不安がないよね。次お店探すのどうしようって。

Rさん：

今日は俺たち何も探さないで楽しく話してただけだもん。

Gさん：

それはあるよね！会話が止まらなかったね。

Rさん：

1人スマホを見たら、みんな見るやん。やっぱ。

Gさん：

コミュニケーションにかかる時間は増えたよね。

Rさん：

たしかに。いつもより話している感じが30倍くらいするよね笑。

Gさん：

そうそう。なんかすごい話した感じがするわ。

Rさん：

まだ2時だとは思わないよね。

Gさん：

たしかに。

Rさん：

でしょ。俺だって今3時か4時だと思ったもん。で、1時40分かってなって、ふーんっ

て。幸せだなんて思うね。こうやって。

Gさん：

逆にいうと、ぎゅっと凝縮されるからさ。飲み会の時間が長くなるじゃなくて、むしろ短くなる人もいるんだろうね。濃厚な時間を2時間を過ごせる。しかも2軒3軒巡ってね。

Rさん：

たしかに、平均的な一軒での滞在時間は短くなるけど、それ以外が長くなる可能性が高いと思う。短いと思って、まだ時間にゆとりがあるとね。

Yさん：

次これがあるなら行きたいと思うかも。あそこでこれ食べて～みたいなね。

Rさん：

たしかに！別腹が増えていくんでしょ笑

Gさん：

別腹は増えるね！食べ物だけじゃなくて趣味という観点から広がるよね。

Rさん：

そういうことって、そもそも検索しようって思わないもんね。
普通の人ってどうなんだろうね。どうやって遊んでるんだろうね。

Gさん：

元からハシゴをしようという考え方がない人たちね。

筆者：

本当は帰りたい人が帰らなくなるかもね笑

Gさん：

笑。こたつにつづく人間をクズにするサービス。

Yさん：

時間を登録して、何時になったらだれだれさんお帰りですってというのがいいな。千葉に帰ることはこちらですって笑。

Rさん：

疲れているときほど、遊びたいってなるよね。

Gさん：

それはすごい分かる。そうなるほど楽しく朝まで遊びたくなるよね。すごい忙しい人とかはむしろいいかも。11時とかで仕事終わったときにどこの店がやってるかもしれないし、本当にいっぱいだけみたいないな気分を選択して、ぱっと一軒いけてもすごくいいと思う。

Rさん：

普段は1人でさっと一軒だけでいいよね。ハシゴは一週間に一回とか、二週間に一回とかでね。1人だと決まったバーにしかいかないかもね。想像できないことを実現するのがお酒だと思う。

Gさん：

なんやかんやさ、探してるんだよね。みんなで飲みたいというのがゴールだけど、そのサブ目的みたいなところには、自分が知らない店に行ってみたいところがある。

Rさん：

あと飲み会のお誘いが来たときに人によっては和民とかを選ぶからね。そういう場合は、行こうか迷うよね。

Gさん：

でも終電で帰りたいがる人もいるよね。あれはなんでなんだろうね笑。でも本当はそういう人たちは2時頃帰って、3時4時には寝たいんだろうね。でも終電を逃すと帰るのが5時とか6時になるのがいやなのかも。今日とかも終電のがすとなったら、あーおっけいーってなったもんね。あんまり違和感がなかったかもね。それは車で送ってくれるという安心感があったからかもね。

Yさん：

私は車で送ってくれるってことを数時間前まで知らなかったけどね笑。でも面白かったです！