

Title	お茶淹れの時間を日常生活における有意義な時間として活用できるお茶サービス「HIRAKUMADE」のデザイン
Sub Title	A design for green tea service to utilize tea brewing time as a meaningful experience in everyday life
Author	金, 知炫(Kim, Jihyun) 岸, 博幸(Kishi, Hiroyuki)
Publisher	慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科
Publication year	2018
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2018年度メディアデザイン学 第626号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002018-0626">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002018-0626</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 2018年度（平成30年度）

お茶淹れの時間を日常生活における有意義な  
時間として活用できるお茶サービス  
「HIRAKUMADE」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

Jihyun Kim

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。

Jihyun Kim

審査委員：

岸 博幸 教授 (主査)

古川 享 教授 (副査)

加藤 朗 教授 (副査)

修士論文 2018年度（平成30年度）

# お茶淹れの時間を日常生活における有意義な時間として活用できるお茶サービス「HIRAKUMADE」のデザイン

カテゴリー：デザイン

## 論文要旨

本研究は、ライフスタイルの変化や多様化されるお茶商品の増加など様々な要因によりお茶淹れの経験を非日常的で面倒な経験として感じる現代の人々に対してお茶淹れの時間を日常生活の中での有意義な時間として感じる事を目的とする新しいお茶商品サービスをデザインする。現代の人々にとってお茶やコーヒーなどの飲み物は単なる飲み物以上にライフスタイルにおける価値を与えてくれる存在になっている。その中でもお茶は人々へ日常生活から非日常生活まで多様な価値を与え、日本でもっとも馴染みのある飲み物として存在している。しかし、お茶の中でも最も高い歴史と文化的価値を持つリーフ茶は現代人にとって面倒で難しいという認識、便利なお茶飲料やティーバック商品の活性化などにより生産量及び消費量が減少し、人々の生活の中でも遠い存在になっている。そこで、筆者は日本の様々なお茶事情に関する関連研究を行い、実施にお茶企業やお茶サービスなどに関するフィールドワークを行なった。このような背景から筆者はお茶を淹れる際に必要な道具であるタイマー、そして日常生活の中で有意義な経験として必要とされる記録経験を融合させた ios アプリケーションサービスをお茶と一緒に提供する新しいお茶商品サービスをデザインする。このようなメソッドを元に、日本一のお茶生産地であり、日本全国のお茶が集まる静岡の茶の町と協力しサービスを開発、試作サービスを用いた検証実験を行う事によって、人々に日常生活の中での経験として活用できるお茶淹れの経験を提供することを証明する。

キーワード：

お茶、サービス、デザイン、日記、茶道具、地域産業

慶應義塾大学大学院 メディアデザイン研究科

Jihyun Kim

Abstract of Master's Thesis of Academic Year 2018

# A Design for Green Tea Service to Utilize Tea Brewing Time as a Meaningful Experience in Everyday Life

Category: Design

## Summary

Targeted at people in today's modern world who tend to find the experience of brewing green tea unusual and cumbersome, due to various factors such as changes in lifestyle and industry, this thesis provides a design for a new green tea product service, intending to make them feel that the time required for brewing green tea can be utilized as a meaningful time in their everyday lives.

To the people of modern society, beverages such as green tea and coffee are more than just beverages in that they are value-offering beings. Among them, green tea is considered the most familiar beverage in Japan, possessing various values for the context ranging from everyday life to special occasions.

However, people today have a notion with respect to leaf green tea, which has the longest history and profound cultural values, that it is inconvenient and difficult. This notion, along with the vitalization of convenient green tea beverages in PET bottles or tea-bag products, leads to the decrease in leaf green tea production and consumption, as well as the decline of local industries and societies founded upon it, ultimately making leaf green tea rather an unfamiliar thing.

With this background in mind, after reviewing related studies on the matter of various circumstances of green tea in Japan and completing fieldwork on the actual green tea companies or services, this thesis designs a new green tea product service in the form of an ios application that allows its users to record their daily lives in

a journal, which is essential in transforming their ordinary lives into meaningful ones, while at the same time providing green tea and a timer required to keep track of brewing time. Based on this method, and by developing the service in collaboration with a tea village in Shizuoka Prefecture, Japan ' s best green tea producer, as well as running a series of performance tests using the actual service consumers, this thesis proves the possibility that green tea brewing time can be a meaningful experience of our everyday life.

Keywords:

Green Tea, Service, Design, Diary, Tea Utensils, Local industry

Graduate School of Media Design, Keio University

Jihyun Kim

# 目 次

<b>第1章 序論</b>	<b>1</b>
1.1. 研究背景	1
1.1.1. 日本に置けるお茶の歴史と現在のお茶事情	1
1.1.2. 日常にお茶を飲む行為が持つ価値	2
1.1.3. 現代の日本人が考えるお茶を飲む理由	3
1.2. 研究紹介	4
1.2.1. 新しいお茶商品サービス「HIRAKUMADE」の提案	4
1.3. 論文構成	5
<b>第2章 関連研究</b>	<b>7</b>
2.1. お茶	7
2.1.1. お茶の歴史とそして本研究で使うお茶	7
2.1.2. 日本でのお茶の現状と問題	9
2.1.3. 現代社会にて拡張されるお茶の価値	12
2.1.4. 既存のお茶関連サービス	12
2.2. 記録経験：日記	15
2.1.1. 本研究での記録経験の定義	15
2.1.2. 日記の効果と期待	16
2.1.3. 既存の記録経験関連サービス	17
2.3. 本研究の位置付け	19
<b>第3章 デザイン</b>	<b>20</b>
3.1. コンセプト	20
3.2. フィールドワーク	21

---

3.2.1. 茶の町 . . . . .	21
3.2.2. 山梨商店での製茶工程観察およびインタビュー . . . . .	23
3.2.3. 茶町 KINZABURO . . . . .	26
3.2.4. 茶の葉での喫茶経験 . . . . .	28
3.2.5. 幻庵 . . . . .	30
3.3. コンセプト達成のための設計 . . . . .	32
<b>第4章 Proof of Concept</b>	<b>34</b>
4.1. Proof of Concept の準備プロセス . . . . .	34
4.1.1. お茶商品のデザイン . . . . .	35
お茶の選定 . . . . .	35
お茶容器のデザイン . . . . .	39
お茶のパッキング方法 . . . . .	40
4.1.2. アプリケーションサービスのデザイン . . . . .	43
HIRAKUMADE アプリケーションの概要 . . . . .	43
アプリケーションのストーリー設計 . . . . .	44
アプリケーションのロゴデザイン及びキーカラーデザイン . . . . .	45
アプリケーションの機能詳細 . . . . .	47
4.2. 検証 . . . . .	50
4.2.1. 検証方法 . . . . .	50
4.2.2. 観察 . . . . .	51
4.2.3. インタビュー . . . . .	54
4.3. 観察、インタビューを通して . . . . .	61
4.4. 「HIRAKUMADE」の改善点 . . . . .	62
<b>第5章 結論</b>	<b>64</b>
今後の展望 . . . . .	65
<b>参考文献</b>	<b>66</b>
<b>謝辞</b>	<b>68</b>

# 目 次

1.1	日本人が緑茶を飲む理由	4
2.1	皇国製茶図会第五号蒸せし葉を丸め日に晒す図 <sup>1</sup>	8
2.2	世界初「缶入りウーロン茶」 <sup>2</sup>	8
2.3	1世帯当たりの緑茶・茶飲料の年間消費支出金額 <sup>3</sup>	10
2.4	お茶の作付面積・生産量の推移 <sup>4</sup>	10
2.5	お茶を飲まない理由 <sup>5</sup>	11
2.6	紀伊茶屋 <sup>10</sup>	13
2.7	紀伊茶屋のお茶 <sup>11</sup>	13
2.8	蔦屋書店 <sup>12</sup>	14
2.9	「本を読むときのお茶」 <sup>13</sup>	14
2.10	星野リゾート 界 遠州 <sup>14</sup>	14
2.11	オリジナルの「お茶玉入浴」 <sup>15</sup>	14
2.12	My 日記 <sup>20</sup>	17
2.13	SONOWATA <sup>21</sup>	18
3.1	茶の町マップ <sup>6</sup>	22
3.2	山梨商店の製茶作業の様子 1	23
3.3	山梨商店の製茶作業の様子 2	23
3.4	お茶を淹れる山梨さん	25
3.5	お茶のサンプルを確認している前田さん	26
3.6	茶町 KINZABURO のイートインスペース <sup>7</sup>	27
3.7	茶の葉で販売されているお茶商品	28
3.8	茶の葉のお茶セット	29

3.9	スタイリッシュな幻庵のデザイン . . . . .	30
3.10	お茶のサンプル . . . . .	31
3.11	幻庵のお茶 . . . . .	31
4.1	「HIRAKUMADE」で使用したお茶 1 <sup>8</sup> . . . . .	37
4.2	「HIRAKUMADE」で使用したお茶 2 <sup>9</sup> . . . . .	38
4.3	イメージ予想 . . . . .	39
4.4	1回分ずつパッキングした HIRAKUMADE 茶 . . . . .	40
4.5	HIRAKUMADE 茶 . . . . .	41
4.6	HIRAKUMADE 茶 . . . . .	42
4.7	アプリケーションのストーリーボード . . . . .	44
4.8	HIRAKUMADE のロゴデザイン . . . . .	46
4.9	HIRAKUMADE のキーカラー . . . . .	46
4.10	HIRAKUMADE のメインページ . . . . .	47
4.11	HIRAKUMADE の記録作成ページ . . . . .	47
4.12	HIRAKUMADE の写真撮影ページ . . . . .	48
4.13	HIRAKUMADE の写真編集ページ . . . . .	48
4.14	HIRAKUMADE のまとめページ . . . . .	49
4.15	SNS へ共有できる機能 . . . . .	49
4.16	多様な茶道具を使って HIRAKUMADE を利用する参加者 C さん	52
4.17	参加者 C さんが投稿した SNS 画面 . . . . .	52
4.18	参加者 D さんが書いた日記画面 . . . . .	52
4.19	朝に目覚めるために HIRAKUMADE を利用する参加者 E さん .	53
4.20	休憩中に日程確認をするために HIRAKUMADE を利用する参加 者 E さん . . . . .	53
4.21	帰宅後、簡単にお茶淹れを楽しんだ参加者 B さん . . . . .	53
4.22	帰宅後、ゆっくりとお茶淹れを楽しんだ参加者 A さん . . . . .	54

# 第1章 序

# 論

## 1.1. 研究背景

### 1.1.1. 日本に置けるお茶の歴史と現在のお茶事情

「朝茶に別れるな」これはお茶にまつわる日本の有名なことわざの一つである。1日が始まる朝にお茶を飲むとその日の災いから守られるという意味である。逆に毎日お茶を飲み忘れると縁起が悪いとも言われている。他にも様々なお茶にまつわることわざが存在していてその中には「朝茶」に関することわざがいくつもあり、また毎日お茶を飲む事に関することわざが多く存在する事から古くから日本でお茶を日常的に飲む事に意味を置いていたことが分かる。しかしながら日本でお茶がこのように日常的な飲み物として広まった歴史はそれほど長くはない。平安時代<sup>1</sup>初期にお茶の原産地とも言われる中国から持ち込まれてきたものの皇族などの上流階級の人しか飲めない一般的な飲み物ではなかった。日本でお茶が日常的な飲み物として広まったのはそれから長い時間が立った江戸時代<sup>2</sup>からである。1738年、当時の農民である永谷宗円<sup>3</sup>の青製煎茶製法により急速に日本全国まで広まり上流階級だけではなく庶民までも日常的な嗜好品として存在するようになった。それから280年ほどが立つ今、変わっていく時代の中でお茶も様々な形の商品として発展されてきたお茶は日本で嗜好品を超えて最も馴染みのある日常的な飲み物として存在するようになった。伝統的な製茶法により製茶されたリー

---

1 日本の歴史に置ける 794年から1185年までの時代である。

2 日本の歴史に置ける 1603年から1868年までの時代である。

3 日本の農家である永谷宗円により開発された日本の茶業における大きな変革のひとつ。

フ茶はもちろん、手軽にお茶を淹れられるティーバック茶、100円ほどのお手頃な値段でお茶淹れも必要ないペットボトルの茶飲料まで様々な形として展開されてきたお茶は今では家庭内や学校、オフィスなどの日常生活を過ごす様々な場所はもちろん、街中のカフェ、コンビニエンスストアでも手軽に手に入れることができる。それほど長くない歴史を持つお茶は長くない時間の中で様々なことわざを生むほど深く日本人の生活の中に存在するようになったと言えるだろう。

しかし今の時代、日本では自分で直接お茶を淹れてお茶を楽しむ人は多くはない。お茶は本来、家などの人々が集まる場所の中で会話や食事をしながら誰かと一緒に飲むのが一般的な飲み方であった。そして人々はその中で自然とお茶を自分で淹れる経験をすることができた。しかし時代の変化により核家族化が進むなど個人の行動が増えてきた。また街中にはカフェやコンビニエンスストアなどが増え、手軽で便利なお茶商品をどこでも購入できるようお茶飲料市場は拡大されてきた。こういった様々な理由により現代の生活の中ではわざわざ自分でリーフ茶を淹れなくてもお茶を楽しむ機会が増えたのである。つまり、現代の日本においてお茶が最も日常的な生活の一部であることには変わらないものの、お茶淹れの経験は日常的な生活とは言えないと考えられるだろう。

### 1.1.2. 日常的にお茶を飲む行為が持つ価値

お茶は多くに知られてるように健康によい飲み物である。お茶はお肌の美容や健康から癌などの深刻な疾患にまで役に立つと様々な研究にて示され、Sabu M Chacko、Priya T Thambi、Ramadasan Kuttan、Ikuo Nishigakiの研究では、お茶に含まれるカテキン成分が実際に身体面だけではなく精神的な面であるストレス減少にも効果があると述べていて、実際にお茶を飲むことでストレスの減少に役に立つと述べる。<sup>4</sup>しかし、昔から飲まれてきたお茶の価値が健康に限るわけではないと考えられる。ここで筆者は上記でも紹介した「朝茶に別れるな」ということわざの意味をもう一回考えて見た。「朝茶に別れるな」は毎日が始まる朝にお茶を飲むと良いという意味であるが、何故「毎日」であるかともう少し深く考

---

4 Sabu M Chacko, Priya T Thambi, Ramadasan Kuttan, Ikuo Nishigaki(Chacko et al. 2010)

えてみた。日本の有名な思想家であり文人である岡倉天心は1906年執筆した「茶の本」<sup>5</sup>で「茶道は日常生活の俗事の中に存する美しきものを崇拜することに基づく一種の儀式であって、純粹と調和、相互愛の神秘、社会秩序のローマン主義を諄々と教えるものである」と語った。お茶を飲むことが単なる飲み物を飲む行為だけではなく日常生活の中で起きる俗事にまつわる調和、相互愛や社会の秩序まで教えるものであると語る岡倉天心の言葉の意味は毎日お茶を飲むべきでと語ることわざの「朝茶に別れるな」と通じる意味を持つのではないだろうか。また、お茶を飲む事は個人が他人との社会的交流においても効果を持つ。齋藤 美華, 小林 淳子, 服部 ユカリは「お茶飲み」に関する研究にてお茶を飲む事がソーシャル・サポートと主観的幸福感および交流の充実感に及ぼす影響について研究し、お茶を飲む事が友人や知人からの情緒的サポートと手段的サポートにおいて影響を及ぼす要因となった事を述べ、お茶を飲む事に社会的交流としての昨日がある事と確認した。<sup>6</sup>こういった点から考えると、お茶は健康に良い飲み物であるがお茶を飲む行為は体を考えて健康に良い飲み物を飲む以上の生活に置ける多様な価値のある日常生活に置ける一つの行為として存在してきた事がわかる。

### 1.1.3. 現代の日本人が考えるお茶を飲む理由

もちろん、現代のお茶飲料は手軽で便利な飲み物であり変わり続ける社会の中でお茶を日常的な生活の一部として存在するように手助けをしてくれた存在である事には変わらない。しかし、「便利さは感受性をのっぺりさせるし、豊かさは活力を奪う」と語った日本の有名映画監督である山田太一の言葉のように便利さはその中に存在する感受性を薄くさせる面を持つのではないだろうか。実際、現代社会の日本人はお茶を飲むりゆうとして岡倉天心が語る思想や意識より「健康に良いと思うから」や「習慣になっているから」「食事に合うから」などの理由でお茶を飲んでいると答えた事(図 1.1)<sup>7</sup>をみてもお茶が持つ飲み物以上の価値が薄

---

5 岡倉天心 (岡倉天心 2008)

6 齋藤 美華, 小林 淳子, 服部 ユカリ (服部 ユカリ 2005)

7 農林水産省 (農林水産省・安全局消費・安全政策課 2006)

まっている事が分かる。

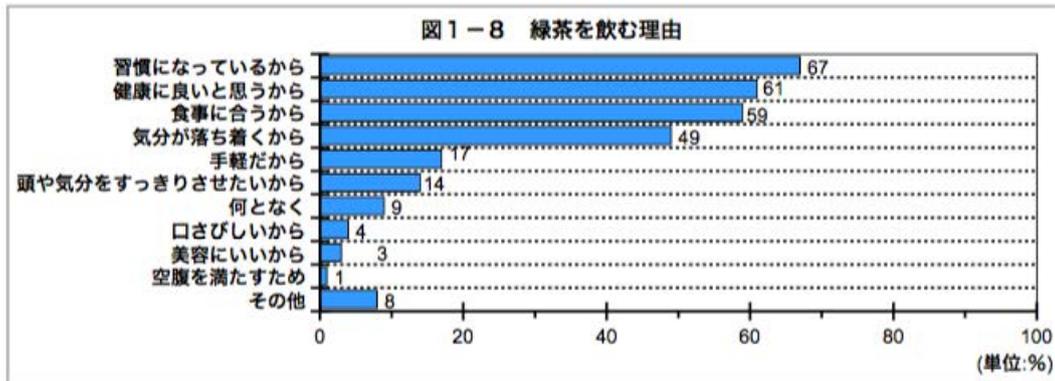


図 1.1: 日本人が緑茶を飲む理由

こういった環境の変化や多様なお茶市場の展開される今の時代にて自分でお茶を淹れる経験をする事が減少され、お茶が持つ価値に考える機会さえ減る事は避けられない事かもしれない。毎日の日常を考えるとどこか毎日お茶を飲む事への意識さえ薄まっている状況の中、人々は日本の大切な文化の一つであるお茶文化に関する意識が薄まるのはもちろんの事、本来のお茶を届けるリーフ茶市場が縮小されていく事もみられるようになったのである。

## 1.2. 研究紹介

### 1.2.1. 新しいお茶商品サービス「HIRAKUMADE」の提案

以上のような状況を鑑みて、日本においてお茶はお茶淹れをしゆっくりとした時間を設けて飲む事で日常の出来事を考えたり、振り返してみる感受性の高い有意義な時間を持つという価値を持っていたと考えられるが、現代時代の便利なお茶飲料の登場や生活環境などの様々な変化によりその価値を感じる機会が減少している問題を抱えている事がわかった。そのため、筆者は本論で「HIRAKUMADE」というコンセプトを提案する。「HIRAKUMADE」はお茶商品と日記などを記録できるアプリケーションサービスを結合する商品サービスである。

本研究でデザインする「HIRAKUMADE」の意味は「お茶の葉が開くまで」という意味である。お茶はお湯を淹れると乾燥されている葉が水に戻されることで柔らかくなり、本来のお茶の形へと広がる。「HIRAKUMADE」の意味はそのようなお茶が開くまでの時間を活用するという意味とお茶が持つ本来の価値へと広がるサービスであるという意味の2つの意味を持つ。「HIRAKUMADE」の目標はお茶淹れの経験を日常生活での有意義な時間として活用できる事で本来のお茶が持つ「日常生活での価値のある時間を持つ」行為に繋がる経験をし、お茶に関する距離感を縮める事である。

そのために「HIRAKUMADE」ではまず、美味しく健康に良い良質のお茶を提供するために静岡県のお茶の専門家たちのご協力の元にお茶商品をデザインする。続いて、「HIRAKUMADE」ではお茶を淹れる時に必ず必要な道具の一つであるタイマーを活用したアプリケーションサービスをデザインする。このアプリケーションはタイマーとしての機能だけではなく、お茶を淹れる際にセットされる必要な時間の中で日記やメモなどを写真などを添付しながら自由に記録する事ができる機能を搭載している。

つまり、「HIRAKUMADE」を利用するユーザーはリーフ茶を淹れながら同時に日常生活を振り返し、考える経験をする事ができ、美味しく淹れられたお茶を楽しむお茶経験をする事ができる。筆者は本来のお茶が持つ価値を経験する機会が減少している現代時代にて本研究にてデザインする「HIRAKUMADE」を通して日常生活における有意義な時間を持つという本来のお茶が持つ価値を経験する事ができると考え、その検証実験を行う。

### 1.3. 論文構成

「HIRAKUMADE」のコンセプトデザインするにあたり、慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の地方創生 Creative Industry プロジェクトの中でお茶プロジェクトを結成し、指導教員である岸博幸先生の指導を受け、静岡県の茶の町にあるお茶の専門店のご協力ももらった。本論文は「HIRAKUMADE」の背景から目的と紹介まで述べた本章を含め全5章で構成される。続く第2章では「HIRAKUMADE」

の目的を達成するにあたって関連研究としてお茶の定義と現在日本のお茶現状、現代社会にて拡張されるお茶の価値と関連サービス、また「HIRAKUMADE」で使われる記録経験に関する定義と効果、関連サービスなどについて考える上で本研究の位置付けと貢献する領域について言及する。第3章では、1,2章に基づいた「HIRAKUMADE」のコンセプト、フィールドワークによる設計まで行う。第4章では、3章で設計した「HIRAKUMADE」のコンセプトを実装するために準備プロセスを設けた上で「HIRAKUMADE」が持つ目的に対して有効であるかを実証実験の結果を示す。最後に第5章では本研究にて提案する「HIRAKUMADE」の結論を述べ、今後の展望と課題について述べる。

## 第2章

# 関 連 研 究

本研究でデザインした「HIRAKUMADE」は美味しく健康に良い良質のお茶とお茶淹れに必要な道具であるタイマーを活用し毎日の日記を残す記録経験ができるアプリケーションサービスの組み合わせで本来のお茶が持つ日常生活に置ける有意義な時間を設ける価値を提供するサービスである。本章では「お茶」「日記」の2つの分野について紹介した後、本研究の位置付けと貢献する領域について明確にする。

### 2.1. お茶

#### 2.1.1. お茶の歴史とそして本研究で使うお茶

お茶とは茶の木の葉や茎を加工した飲み物である。お茶の歴史は大変長く、お茶の原産地とも言われる中国では唐時代<sup>1</sup>にすでに中国の全国でお茶が栽培されるようになり、お茶を飲む習慣が全国に広まっていたと言われている。宋時代<sup>2</sup>になるとお茶を飲みながら絵を描いたり哲学を論じるなど文化生活の友になり、明時代<sup>3</sup>では庶民までもお茶を日常的に楽しみはじめたという。お茶は中国から日本や韓国など周辺の国へ伝われ、それぞれの国では独自なお茶の文化を発展させていった。お茶が日本に伝わった時期ははっきりしていないが、一般的に平安時代

---

1 中国の歴史に置ける618年から907年までの時代である。

2 中国の歴史に置ける960年から1279年までの時代である。

3 中国の歴史に置ける1368年から1644年までの時代である。

に唐から伝わったと言われている。しかし、当時は皇族などの上流階級の人しか飲めない飲み物として一般的ではなく、それから長い時間がたった江戸時代に発明された青製煎茶製法により急速に日本全国へと広まり一般的飲み物として飲まれるようになった。明治時代<sup>4</sup>になると輸出総額の大きい部分を占める産業の一部ともなったという。(図2.1)。こうやって日本でも一般的な庶民の飲み物として定着したお茶は家庭などの様々な生活の中で家族や友人、一人の時間の友になる存在になっていった。その後、日本の飲料メーカーである伊藤園から1981年3月、缶やペットボトル入りのお茶(図2.2)を開発、発売される事で様々な形の商品として市場が作られ日本人の生活に欠かせない飲み物として定着されていった。



図 2.1: 皇国製茶図会第五号蒸せし葉を丸め日に晒す図<sup>5</sup>



図 2.2: 世界初「缶入りウーロン茶」<sup>6</sup>

4 日本の歴史に置ける1868年から1912年までの時代である。

5 静岡県立中央図書館 [http://www.tosyokan.pref.shizuoka.jp/contents/library/ref\\_tenji/tenji\\_201305.html](http://www.tosyokan.pref.shizuoka.jp/contents/library/ref_tenji/tenji_201305.html)

6 日本のお茶、お〜いお茶ストーリー [https://www.itoen.co.jp/oiocha/history/kansenchu\\_history/index.html](https://www.itoen.co.jp/oiocha/history/kansenchu_history/index.html)

お茶に対する基本概念と歴史を理解した上で、筆者は本研究でしようするお茶について考え始めた。お茶が日本で日常的な飲み物である分、日本ではすでに多様な種類のお茶が存在していて様々な種類のお茶を楽しむ事ができる。日本においては日本茶としても呼ばれる最も基本的なお茶である緑茶の中でも煎茶、ほうじ茶、抹茶など多くの緑茶がある。その他にジャスミン茶、烏龍茶、プーアル茶など比較的特殊な部類に入るお茶も一般的に楽しむ事ができる。本研究でデザインする「HIRAKUMADE」のターゲットは元々お茶を日常的な飲み物として飲んでいるが様々な原因により自分でお茶を淹れる事を非日常的な経験として感じやすい現代の人々である。そのため、日本人にとって最も日常的で馴染みのある緑茶、そしてその緑茶の中でも生産、消費ともにほぼ日本に限られていて日本のお茶とも言える煎茶を「HIRAKUMADE」のお茶として定義し提供した方が適切だと考える。その後、「HIRAKUMADE」は日本一のお茶の産地でもある静岡県にある茶の町のお茶の専門店のご協力の上、良質でありながら美味しいお茶を選定した。

### 2.1.2. 日本でのお茶の現状と問題

日本人にとって最も馴染みのある飲み物であるお茶。上記で述べたように長い歴史の中でお茶は多様な形として発展されてきてどこでも楽しむ事ができるようになった。そして、変わる社会や生活と共にお茶の市場や消費者の状況もまた変わっていく。現代の日本においてお茶市場は急速な変化を見せている。お茶の消費量についてお茶（リーフ緑茶）は減少傾向を見せているがペットボトル入れのお茶飲料は増加傾向を見せているのである。（図 2.13）お茶の年間支出金額がお茶飲料の年間支出金額より多かった平成 14 年とから徐々に変化し続けてき、近年ではお茶とお茶飲料の年間支出金額が逆転するようになっている。これは簡便な形でのお茶をより消費するようになったとも言える。コンビニエンスストアや自動販売機などで手軽な金額で簡単に飲めるお茶を好み、消費するようになったには生活環境の変化に伴う便利な買い物環境の増加や飲料メーカーなどの積極的な

開発、マーケティング活動などの要因があると考えられるだろう。<sup>7</sup>

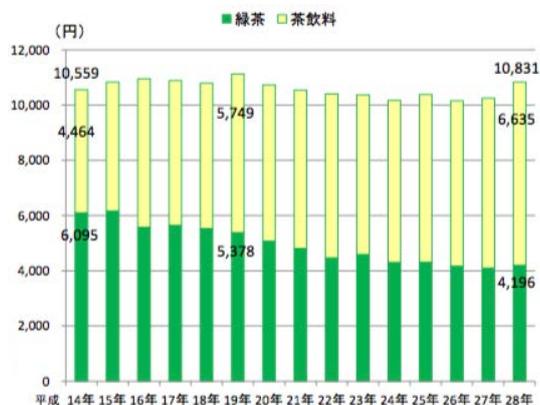


図 2.3: 1世帯当たりの緑茶・茶飲料の年間消費支出金額<sup>7</sup>

お茶の年間支出金額が減少する事はお茶の生産動向にも影響を持たせた。お茶の生産量が減少傾向を見せるようになったのである。(図 2.4)<sup>8</sup>お茶の生産量はお茶飲料需要の増加により一時期増加の傾向を見せたものの、減少傾向を見せ続けている。

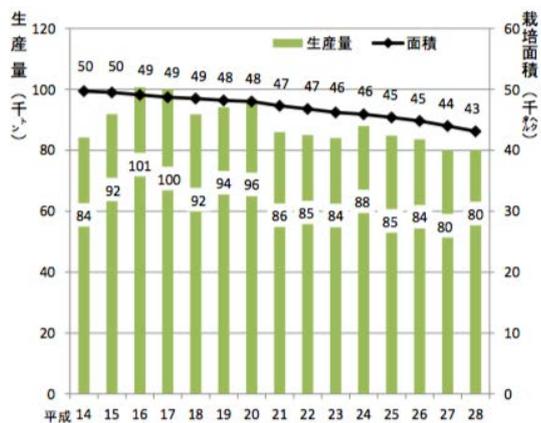


図 2.4: お茶の作付面積・生産量の推移<sup>8</sup>

<sup>7</sup> お茶をめぐる情勢 (農林水産省 2009)

<sup>8</sup> お茶をめぐる情勢 (農林水産省 2009)

お茶の生産量が減少し、お茶の消費量も減少する事はお茶（リーフ茶）産業が衰退していく事を意味するが、その他にも意味する事があると考え。現代の人々へ本来のお茶であるリーフ茶を楽しむ経験でもあるお茶淹れの経験の減少を意味するとも言える。

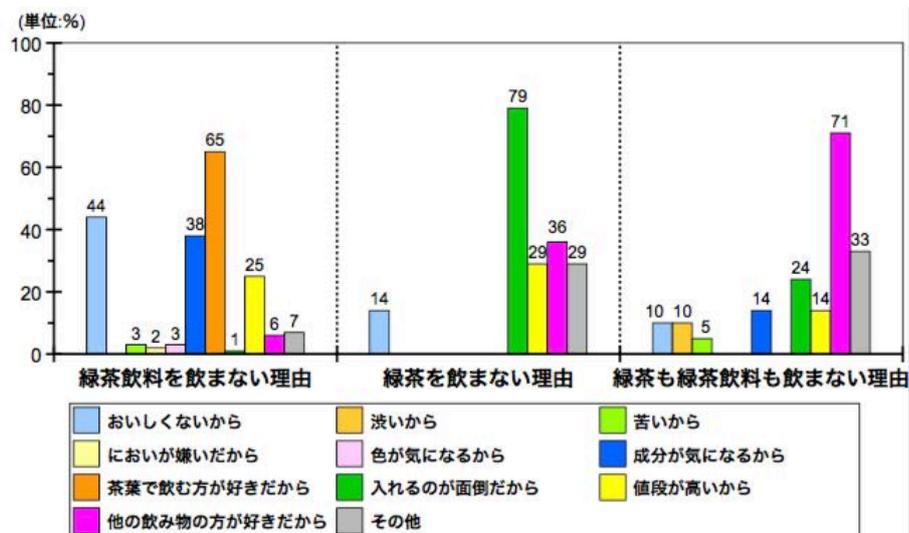


図 2.5: お茶を飲まない理由<sup>9</sup>

お茶を飲まない理由（図 2.5）<sup>9</sup>の中で最も多い意見が「お茶を淹れるのが面倒だから」である事から現代の日本人においてお茶淹れの経験が日常的な生活の一部だった昔に比べ、非日常的な経験になっている事がわかる。序論でも筆者が述べたように、日本の有名な思想家であり文人である岡倉天心は執筆した「茶の本」にて「茶道は日常生活の俗事の中に存する美しきものを崇拜することに基づく一種の儀式であって、純粹と調和、相互愛の神秘、社会秩序のローマン主義を諄々と教えるものである」と語った。お茶を飲む事は単なる飲み物を飲む行為ではなく、日常生活に置ける様々な価値を持つと語る岡倉天心の言葉が伝えるお茶の価値は現代の日本人には伝わっていないのだろうか。

9 農林水産省（農林水産省・安全局消費・安全政策課 2006）

### 2.1.3. 現代社会にて拡張されるお茶の価値

では、現代の日本で人々はお茶の価値を忘れているのだろうか。日本では他人との交流のために人々は「お茶しませんか?」と話をかけたりする。こういった事から日本においてお茶というのは単純な飲み物を超える文化的価値を持っているかがわかる。お茶の消費量や生産量が減少しているのは確かな事である。しかし、お茶が日本人にとって最も馴染みのある飲み物であり、お茶に対する文化が日本に置ける大事な文化の1つでありながら、大きな市場でもある事もまた否定できない。実際に人々は日常生活の中で様々な形としてお茶を接する事ができるためである。伝統的なお茶の文化を守っているとも言える茶道に対する関心が高く、茶道を学べる場は存在し続けている。また、お茶を勉強し、考える機会を設けられるワークショップなども増え続けている。雑誌やメディアではお茶に対するコンテンツを多く出している。これらを考えるとお茶に対する意識自体が薄まっているわけではないと考えられる。さらにこのようなお茶に対する意識は現代社会に合わせて拡張されている。ただ健康によく、美味しい飲み物としてお茶を飲むだけではなく、お茶を通して得られる様々な価値を提供するサービスやコンテンツもまた近年増え始めたのである。

### 2.1.4. 既存のお茶関連サービス

近年、日本では多様なお茶関連サービスが増え続けている。上記で述べたようにお茶を通して得られる様々な価値を提供するためにお茶を様々な形として活用、融合した新たなお茶関連サービスが登場し始めたのである。その中の1つの例として日本の大手書店である紀伊国屋では書店でありながら事業を拡張し、2015年からお茶屋さんの紀伊茶屋(図2.6)(図2.7)を始めた。紀伊国屋でお茶屋さんの事業を始めたのは本を読む時人々が飲み物を飲む事が多い事と関連しているだろうと筆者は解釈する。それは逆にお茶を飲む時、本を読むなど生活において有意義な価値を持つ経験をする事ができるとも解釈できるのであるだろう。書店に訪れた消費者は本を選びながら自然と本を読む時の行動を想像するようになりお茶を求めるようになり、またお茶を飲みながら自然と本を読む行動を想像する

ようになれる。紀伊国屋の新しい事業である紀伊茶屋はお茶が持つ単純な飲み物以上の価値を消費者に提供していると筆者は考える。



図 2.6: 紀伊茶屋<sup>10</sup>



図 2.7: 紀伊茶屋のお茶<sup>11</sup>

本と関連しているお茶関連サービスは他にもある。日本の有名書店の1つである蔦屋書店（図 2.8）が静岡県牧之原市の茶農園「カネジユウ農園」とコラボレーションで発売したお茶商品である「本を読むときのお茶」（図 2.9）である。

蔦屋書店は書店でありながら、本や音楽、映画など様々なコンテンツを提供している書店である。蔦屋書店は消費者にそこで過ごす時間を楽しんでもらうことを目指している。このような書店である蔦屋書店で「本を読むときのお茶」という商品名のお茶商品を出した理由は深くまで考えなくても理解できる。本を読む時の時間の友としてお茶を飲んでもらいという蔦屋書店が考えるこのお茶関連サービスは紀伊茶屋から考えられるお茶が持つ価値と類似性を感じる事ができる。

書店だけではなくまた、リゾートホテル業界でもお茶関連サービスは新たに登場している。静岡県浜松市の温泉どころ舘山寺の麓にある「星野リゾート 界 遠

10 <https://www.kinokuniya.co.jp/c/store/Shinjuku-Main-Store/20161202141846.html/>

11 <http://kinochaya.co.jp/>

12 [https://www.ccc.co.jp/showcase/sc\\_004033.html?cat=life](https://www.ccc.co.jp/showcase/sc_004033.html?cat=life)

13 <https://store.tsite.jp/item-detail/cooking/10455.html>



図 2.8: 蔦屋書店<sup>12</sup>



図 2.9: 「本を読むときのお茶」<sup>13</sup>

州」(図 2.10) である。星野リゾート 界 遠州では日本のお茶をコンセプトの中心にリゾートで提供している多くのサービス(図 2.11)にてお茶を取り入れている。ロビーに入り、まずお茶が出される瞬間から茶葉を詰め込んだお茶玉入浴を楽しみ、お茶を使った会席料理を楽しむまでリゾートの隅々のサービスにてお茶を活用し、お茶の世界に浸る旅をコンセプトとしている。人々がリゾートに行く主な理由は安らぎの時間を設けるためである。このようなリゾートでお茶を取り入れたサービスを提供する事はお茶が人々に届ける有意義な時間を過ごすという価値が安らぎの時間を届けるリゾートが持つ価値と関連しているのではないだろうか。



図 2.10: 星野リゾート 界 遠州<sup>14</sup>



図 2.11: オリジナルの「お茶玉入浴」<sup>15</sup>

こうやって近年、日本では単純な飲み物としてお茶を商品として提供するだけでなく、お茶が持つ「有意義な時間を過ごす」という生活の中で求められる価値を活用する事によりお茶が持つ価値を拡張し、新たなお茶関連サービスを提供している事が増え始めた。このような事からお茶の消費量と生産量が減少傾向を見せている現代社会でもお茶を親密に感じ、生活の一部として持ち続けたい日本のお茶に対する意識の高さを感じる事ができる。ただ、上記の「日本でのお茶の現状と問題」で述べたようにお茶を飲まない人々の多くが「お茶淹れが面倒」と感じる事を考慮した時、このようなサービスたちはお茶における大事な経験の1つであるお茶淹れ経験の減少問題を解決するにはまだ不完全さを感じさせると筆者は考える。

## 2.2. 記録経験：日記

### 2.1.1. 本研究での記録経験の定義

本研究でデザインした「HIRAKUMADE」ではお茶淹れに必要な道具であるタイマーを活用し、毎日の日記を残す記録経験ができる。日記とは日々の出来事を記録する記録経験である。しかし、単純に記録として扱われるものから「アンネの日記」<sup>16</sup>のような文学や哲学として扱われるまで深い価値を持つ経験であり世界の誰でも共通として経験した事があるといっても過言ではないほど日常的な経験の1つである。期間や分量にも制限がなく、自分の日常の中で起きる出来事を記録する事だけではなく、自分の生活の出来事や感情、記憶などを振り返って見る事までできる。このような経験は日常生活の中で高い費用や長い時間を使わなくてもどこでも、誰でも得られる有意義な価値を持つ経験の1つとして考えられ

---

14 <https://www.jalan.net/yad358809/photo/?screenId=UWW3001&yadNo=358809&smlCd=213508&distCd=01#cate3>

15 <https://www.jalan.net/yad358809/photo/?screenId=UWW3001&yadNo=358809&smlCd=213508&distCd=01#cate3>

16 ユダヤ系ドイツ人のアンネ・フランクにより残された日記。文学作品

る。本研究ではこのような記録経験：日記を文学のような分類の経験ではなく、お茶を淹れる時間の中で簡単に記録を残せて、日常的な経験として定義する。

### 2.1.2. 日記の効果と期待

日常生活の中で日記を残す事は様々な面で人々の生活に役に立つと言われていく。上記で述べたように日記を書く事は単なる記録だけではなく、日々の生活を振り返って見る事でその日の出来事から、感じた感情や気分、考えた事や閃いたアイデアや考えなどをまとめる事ができ、忙しく余裕を持ちにくい現代社会を生きる人々には大変役に立つ経験だと言える。このような経験は実際に様々な分野にて効果があると言われている。アメリカのウェブメディア運営会社 Gawjer Media 社が運営し、世界中で発信される Lifestyler の記事<sup>17</sup>では「いくつかの研究結果に夜と実際に紙やアプリケーション、または違う記録を通して食べた物などを記録する事で人々は食生活に注意深くなり、健康習慣の維持により成功する」と述べている。日々の食生活に対する簡単な日記のように記録を残す簡単な行動をすることでその日の自分の食生活を振り返って見て、考える事ができる事により普段の生活に注意深く考える機会を設ける事ができると考えられる。また、「日記から人々の持続的な健康と対処戦略に対する洞察力ををもらうことができる」と Christine Milligan、Amanda Bingley、Anthony Gatrell は語る。<sup>18</sup> そのほかに、Department of Psychology University of Iowa Iowa City の Philip M Ullrich と Susan K. Lutgendorf<sup>19</sup>が著述した論文では感じたストレスについて書く事で心が軽くなった結果が示されている。

---

17 Lifestyler 2012 年 11 月 30 日掲載記事 (Lifestyler 2012)

18 Christine Milligan、Amanda Bingley、Anthony Gatrell(Christine Milligan 2005)

19 Philip M Ullrich,Susan K. Lutgendorf(Ullrich and Lutgendorf 2002)

### 2.1.3. 既存の記録経験関連サービス

上記で述べたように日記という記録経験をする事は人々の生活に肯定的な効果を持たせてくれる事がわかる。そのため人々は手軽に日記などの記録経験に関連する様々なサービスを接する事ができる。スマートフォンを通して手軽に日記を残せるアプリケーションサービスの「My 日記」(図2.12)は最も高い評価と多くのユーザーを持つ代表的な日記アプリケーションサービスの1つである。アプリケーションを起動させると最初に表示されるカレンダーの画面が表示される事で毎日の記録を残し、確認しやすくなっている。また、入力画面では写真などを添付しやすく、スマートフォンの機能の1つであるメモ帳のように手軽で自由に自分の日々の日記を残す事ができる。ユーザーは寝る前や毎日の電車の中など、短い時間を活用して手軽にスマートフォンを活用し日記を書く記録経験ができ日常生活の中で様々な肯定的な効果を持つ事が可能であると考えられる。



図 2.12: My 日記<sup>20</sup>

20 My 日記@公式アカウント <https://twitter.com/i/web/status/933360677271621632?lang=de>

その他にも日記関連サービスがある。こちらのサービスはウェブ上でこっそり日記を書く事ができるサービス「SONOWATA」である。(図 2.13)



図 2.13: SONOWATA<sup>21</sup>

こちらのサービスは意外と個人の正体が明かされる可能性を持ちやすい SNS<sup>22</sup>にて自由に記録を残す事ができない若い世代のユーザーのために自分の出来事や考える事を日記として記録できるウェブサービスである。現代の若い世代は自己主張が弱い。このような若い世代は個人の SNS でも自由な言葉を出しにく事が多い。その中、投稿した日記の公開範囲を自分で決める事ができ、同時に興味が似てる人々が集まる事もできる機能を提供するのが特徴である。My 日記と同じく画像などのコンテンツを添付する事も可能で個人の記憶を呼び起こすための様々なサービスを提供している。このようなサービスからも日記を残す事で人々が自分の考えや出来事を記録として残す事で感情的な安定感を求めている事がわかり、需要がある事がわかる。また、多くのサービスがアプリケーションなどウェブを活用する事で現代の人々のために手軽な日記関連サービスを提供している事がわかる。

21 SONOWATA-その時のワタシ-<https://www.sonowata.com/>

22 social networking service, SNS。

## 2.3. 本研究の位置付け

以上、本研究に関する関連研究や事例を述べてきた。本項ではこれらの関連研究に対する本研究の位置付けと貢献する領域について述べる。まず、お茶に関する関連研究でお茶の歴史と本研究で使うお茶を定義したように長い歴史の中で中国からここ、日本へ伝わってきたお茶は今も最も日常的な飲み物である事に確かである。

しかし、様々な環境の変化や個人の生活の変化により本来のお茶とも言えるお茶（リーフ茶）の消費、生産量は減少傾向を見せ続け、自然とお茶淹れを面倒で非日常的な経験として感じる人々が増えてきたのも明らかになった。このような事から本研究では日本人に最も馴染みのありながらも生産、消費量が減っていくお茶（リーフ緑茶）をお茶として定義し、使用する。しかしながら、このようなお茶状況の中でも本来のお茶が持つ価値を深く考え新たな価値として消費者に提供しようとするサービスは今も増え続けていて日本においてお茶に対する意識がある事も関連サービスの事例などから明らかになった。

続いて、日記など個人の日々の記録を残す記録経験について、本研究では日記に対してお茶を淹れる時間の中で簡単に記録を残せて、日常的な経験として定義した。また、様々な研究やサービス事例を通して日記を書く経験が個人の健康や精神面に置いて肯定的な効果を持たせる事ができ、その効果を目指すサービスなどを利用するユーザーが多くいる事も明らかにした。

以上のような事から本研究では美味しく健康に良い良質のお茶とお茶淹れに必要な道具であるタイマーを活用し毎日の日記を残す記録経験ができるアプリケーションサービスの組み合わせたサービスをデザインし、制作する事で本来のお茶が持つ日常生活に置ける有意義な時間を設ける価値を提供する。次章では、本研究のコンセプト「HIRAKUMADE」のコンセプトおよびフィールドワーク、コンセプト達成のための設計について述べる。

## 第3章

# デザイン

### 3.1. コンセプト

本研究ではお人々に茶淹れの時間を日常生活の中での有意義な経験として感じさせるサービス「HIRAKUMADE」をデザインした。「HIRAKUMADE」はお茶とアプリケーションサービスを結合したサービスである。「HIRAKUMADE」は日本全国のお茶が集まる静岡県茶の町のお茶の専門家たちとコラボレーションする事で現代社会の忙しい生活を過ごす人々が日常生活の中で淹れやすく健康にも良いお茶を選定し「HIRAKUMADE」のお茶を開発、デザインする。続いて「HIRAKUMADE」は開発、制作したお茶を人々が日常生活の中でより接してもらうようにお茶淹れに必要な道具であるタイマー機能を活用する事でお茶淹れの時間の間にタイマーの時間を測りながらその時間を活用し日記などの人々の有意義な時間過ごしに肯定的な効果を与える記録経験ができるアプリケーションサービスをデザインする。最後に、「HIRAKUMADE」は実際の人々に新しいお茶サービス「HIRAKUMADE」として提供され人々が生活の中で日常生活で得られる有意義な時間を過ごさせるようにする。「HIRAKUMADE」が使用するお茶は忙しい忙しい生活を生きる現代の人々のために厳選して作られたお茶である。アプリケーションサービスも「HIRAKUMADE」が人々に届けたい価値を重点としデザインされる。筆者はお茶を親密に、日常的な飲み物として感じながらもお茶淹れの経験を非日常的な経験として感じるようになった現代を生きる人々が「HIRAKUMADE」を通して新しいお茶淹れの経験をする事でより健康的で、美味しいお茶を楽しみながら日常生活の中で得られる有意義な時間を過ごせる経験ができると考える。

本章では、「HIRAKUMADE」のコンセプト設計を完成させるために実施にお茶

を製茶し既存の伝統的な形でお茶を消費者に届けているお茶企業に対するフィールドワーク、また多様な形でお茶を消費者に届けているお茶サービス企業に対するフィールドワークを行い、最後にコンセプト設計を完成させる。

## 3.2. フィールドワーク

「HIRAKUMADE」の具体的な商品制作に入る前に、コンセプトを設計するための手段や要素を明確にするために、「HIRAKUMADE」サービスの最も大事な要素であるお茶に対する調査のため、日本全国のお茶が集まる静岡県茶の町とそこにあるお茶企業に赴き、フィールドワークを行なった。また、近年日本で話題になり実際の消費者たちに高評価を獲得しているお茶サービス店である「玄」および「東京茶寮」に赴きフィールドワークを行なった。本項では、それぞれのフィールドワーク 及びリサーチについての内容と考察を述べる。

### 3.2.1. 茶の町

2017年8月10日、筆者は本研究のコンセプト設計のためのフィールドワークとして静岡県にある茶の町に赴き、フィールドワークを行なった。8月の調査ではコンセプトを固めるための調査の目的と日本全国のお茶が集まる茶の集約地でありながらお茶を専門として町が構成されているこの茶の町での歴史的背景、現状などを把握を行なった。本項では、主に8月の調査時にフィールドワークを通してわかった茶の町の歴史と現状について得た筆者の発見について記述する。茶の町は静岡市の茶町界隈に属する茶匠と企業が集まっている地域である。第1章と2章で述べたように明治時代、お茶は日本における重要な輸出品の1つであった。そのため当時からお茶の生産地として多くの生産量を持っていた静岡県ではお茶の商店や製茶企業などが増えた。そして戦後、静岡市の茶市場が開設され、製茶問屋や生産者との問屋などが続々と集まり、現在までも茶の町コンシェルとして存在しいながらお茶の復興を目指している。(図3.1)しかし、今では茶の町に直接訪れる観光客や消費者はそれほど多くなく、筆者が赴いた当時も長い時間を歩き回っていたのにも関わらず、観光客や消費者を多く見つける事がなかった。

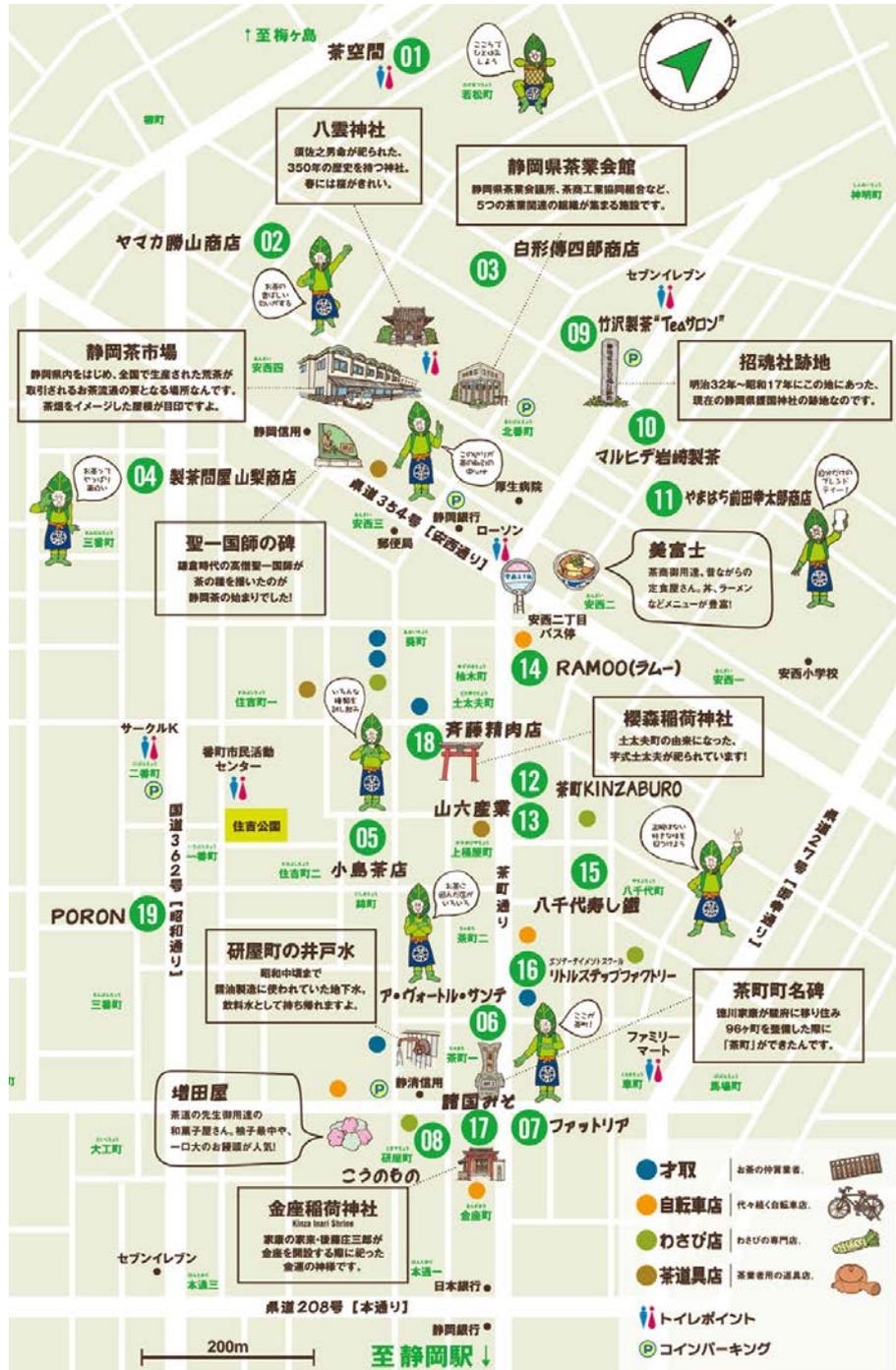


図 3.1: 茶の町マップ<sup>1</sup>

### 3.2.2. 山梨商店での製茶工程観察およびインタビュー

2017年8月10日、筆者は茶の町にある製茶問屋、「山梨商店」に赴き、フィールドワークを行なった。山梨商店はお茶の本場である静岡市の茶の町にて半世紀以上経営されている製茶問屋である。

山梨商店は香りに特徴的な強火入煎茶、ほうじ茶、釜炒り茶、烏龍茶、加湿熱風煎茶など高温度製造を得意として多様なお茶の製茶を行い、販売まで行なっている企業である。その中でも2013年より山梨商店は独自の製法を研究し製造、「La 香茶」を販売している。この「La 香茶」は生葉の酵素を利用し日本初の酵素発酵茶として、その製法の特許を取得、世界緑茶コンテスト2014で最高金賞を受賞している。筆者は8月10日、山梨商店の経営者である山梨さんの説明を受けながらお茶の製茶工程を観察した。(図3.2) (図3.3)



図 3.2: 山梨商店の製茶作業の様子 1



図 3.3: 山梨商店の製茶作業の様子 2

伝統的な製茶の工程とは決して簡単ではなく温度と湿度の管理などにも厳しく、製茶工房の中では息苦しいほど暑い温度に耐えながら高度の集中力を発揮しなけ

1 茶の町コンシェル [http://chanomachi.jp/map\\_member/](http://chanomachi.jp/map_member/)

ればいけない。また、山梨商店では製茶工程で残される葉や使えない葉などを静岡県近くの農家などに肥料などとして使ってもらおうようにしているなど飲み物として飲まれるお茶はもちろんお茶を活用できる小さな部分まで細かく気を使っている事を見る事ができた。

このように1つ1つ職人の手で細かく最前を尽くしながら製茶をしている職人は誰よりもお茶に関する想いを持つ人であるだろう。筆者は山梨商店の経営者であり、製茶の職人である山梨宏之さんに協力をいただき、インタビューを行なった。山梨さんは当然ながらお茶を愛し、毎日お茶を飲みながらお茶と共に生活を過ごしている。そのような山梨さんはお茶に関してどのような想いを持っているのだろうか。

筆者は山梨さんへ「お茶と共に生きる製茶職人であり、お茶を飲む一人の人としてお茶にどのような効果、および力があると思いますか？」と質問した。この質問に対して筆者は「健康に良い飲み物」といった答えを予想していたが、山梨さんの答えは筆者の予想とは違う答えであった。

山梨さんは筆者の質問に対して「お茶が持つ効果、そして力とはお茶が1つのきっかけになる存在である事だと思います。人々はよくお茶の効果はカテキンなどの健康によいと言われる成分について語ると思います。しかし、私の考えは違います。もちろんお茶はカテキンなどの健康に良い成分をたくさん含んでいます。しかし、人々はどのような時にお茶を飲むのでしょうか。本を読んだりする時みたいに一人で優雅な時間を過ごす時にお茶を飲んだりしますね。もしくは、誰かと話すとき、または誰かをおもてなしする時、人々はお茶を出します。誰かを誘う時さえ人々はお茶を飲みに行こうと話かけたりします。こうやってお茶はただ健康的な飲み物ではなく、自分との、もしくは誰かとの時間を過ごさせてくれるきっかけになります。人の健康とは科学的な、まさに成分などにより説明できる部分があるならば、精神的な面で説明できる部分もあるでしょう。お茶が持つ力とは人々がこのような時間を過ごさせてくれる事で得られる安らぎと安定感などもあると思います。」と答えた。

筆者はこの答えを通して筆者が1章にて述べたお茶が持つ価値に対する考えと繋がる部分を持つのではないかと考えた。真剣な表情で一杯ずつ丁寧に茶を淹

れながら（図3.4）お茶に対する想いを語る山梨さんは続く筆者の「では、現在の社会でそのようなお茶の効果が消費者に届いていると思いますか？」の質問に「個人個人の想いに関するのではっきりとは言えないですが製茶屋としては色々と研究している理由でもありますね」と答えた。

お茶とは確かに日本人における最も馴染みのある日常的な飲み物であり、どこでも手軽に飲める健康に良い飲み物である。変わり続ける社会の中で1つの飲み物がこれだけ長く愛され続ける事は決して簡単ではなかっただろう。時代の変わりと消費者の生活に合わせる便利な飲み物は続々と発売され常に人々の日常の中で存在しようとする多様な努力が行われていたはずであるだろう。そして、そのような努力の中には今もこうやってお茶が持つ価値と深い意味について考え続ける職人産たちの想いもきっと含められているはずである。しかし、山梨さんが語るようにお茶が持つ深い多様な価値はお茶を飲む人々の生活に届いているのだろうか。筆者は山梨商店でのフィールドワークを通して本研究に置けるコンセプトの固めるために「お茶が持つ価値を届ける事」への重要性を再び考える事ができた。

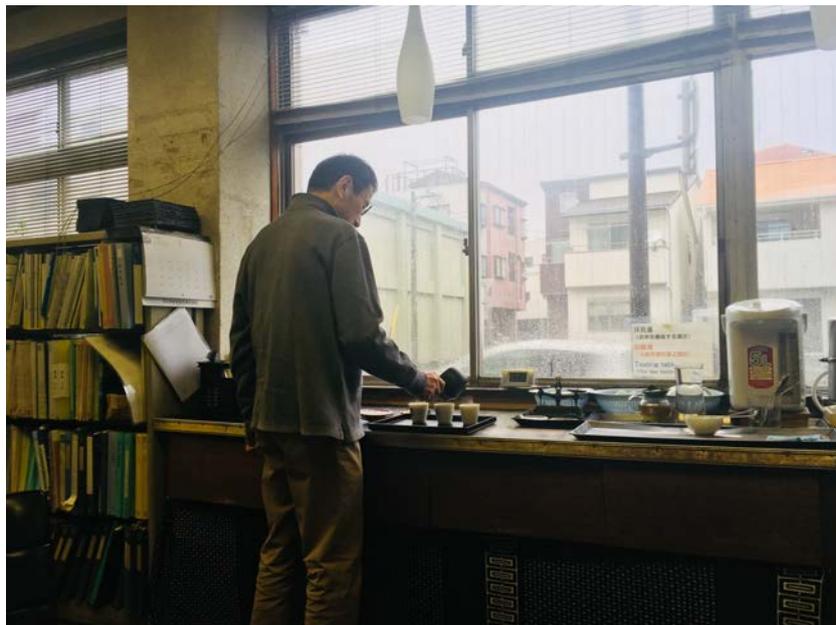


図 3.4: お茶を淹れる山梨さん

### 3.2.3. 茶町 KINZABURO

2017年8月10日、筆者は茶の町にある製茶問屋兼お茶販売専門店である「茶町 KINZABURO」に赴き、フィールドワークを行なった。茶町 KINZABURO はお茶の加工・製造から製造されたお茶を販売しながら多様なお茶を飲む事ができるカフェでもある。テレビチャンピオンお茶通王でもある茶町 KINZABURO の代表である茶師の前田富佐男さん(図3.5)の独自ブランド技術を持ち、多様なお茶商品とお茶関連スイーツまでを製造・販売している。



図 3.5: お茶のサンプルを確認している前田さん

茶町 KINZABURO ではカフェ(図3.6)のスイーツを購入すると11種類の多様なお茶を無料で楽しむ事ができる。筆者はこの茶町 KINZABURO で茶町 KINZABURO の代表である前田さんにお会いし、直接多様なお茶を観察、飲みながらフィールドワークを行なった。茶町 KINZABURO では多様なお茶をゆっくり見ながらお茶の専門家である茶町 KINZABURO のスタッフさんたちと相談をしながら自分に合う、お茶を選ぶ事ができる。数多くのお茶の中で自分が求めるお茶を選ぶのは消費者に対して楽な事ではないかもしれない。



図 3.6: 茶町 KINZABURO のイートインスペース<sup>2</sup>

しかし、茶町 KINZABURO ではお茶の専門家であるスタッフさんと自由に話をしながらお茶を選び、楽しむ事ができた。また、2階に用意されているイートインスペースは自然光が明るく差し込む空間にデザインされていて日本の美を感じる事ができるとても優雅なスペースであった。筆者はこのイートインスペースにて購入したお茶スイーツを楽しみながら11種類もある多様なお茶をじっくりと楽しむ事ができた。11種のお茶はそれぞれの特徴を持つ多様なお茶に構成されていて暖かいお茶から涼しく楽しめる冷たいお茶まで幅広く用意されていた。また、各お茶にはそのお茶に対する説明が書かれていて消費者はセルフサービスにてこの場所にて自由に自分が楽しみたいお茶を試飲する事ができる。

お茶だけで構成されている空間であるがその分、ここに訪れる消費者たちはゆっくりと本を読んだりお茶とお茶を通して得られる時間を過ごす様子を見せていた。筆者と同じく茶町 KINZABURO にてお茶を飲まれていた30代の一人の女性は「ここでお茶を飲むとお茶に集中できる事でじっくりと日常での出来事を考えまとめたりする事ができるような気がする」と話していた。見た目だけ見ると茶町

---

<sup>2</sup> 茶町 KINZABURO <http://kinzaburo.com//shop/>

KINZABURO は単なるカフェのようにも、またお茶を販売しているお茶販売店にも見える。

しかし、筆者はこの茶町 KINZABURO にてフィールドワークを行う事で消費者はお茶に集中できる環境を得る事でじっくりとお茶を飲む事で自分の考えをまとめるなど日常に置ける有意義な時間を過ごす価値を得る事ができる事がわかった。筆者は茶町 KINZABURO でのフィールドワークを通してお茶を飲む時に得られる価値のために必要な要素として単に飲み物としてのお茶が必要なだけでなく、そのための空間やコンテンツなどの環境的な要素が必要である事がわかった。

### 3.2.4. 茶の葉での喫茶経験

筆者は2017年9月16日、東京都中央区銀座にある「茶の葉」にてフィールドワークを行なった。「茶の葉」はお茶やお茶道具を販売しているお茶販売店（図3.7）であり、その奥の空間にて喫茶店を運営している。



図 3.7: 茶の葉で販売されているお茶商品

筆者はこの茶の葉の奥にある喫茶スペースにてフィールドワークを行なった。

喫茶スペースでは煎茶、抹茶、玉露の中で1つのお茶を選びお茶に合うお菓子が1つのセットを頼む事ができる。(図3.8) 深くて美味しいお茶とお茶に合うお菓子を楽しめるが、茶の葉のフィールドワークにて調査したのはこのようなお茶を顧客に届けるまでに顧客の目の前で行われるお茶淹れの工程だった。



図 3.8: 茶の葉のお茶セット

顧客が席についてメニューを見て、楽しみたいお茶を選び、茶の葉でお茶を注文すると、茶の葉ではお茶淹れの専門家であるスタッフが顧客の目の前でお茶を丁寧に淹れてくれる。そのお茶淹れはお茶淹れの道具からお茶までとても品のあり、スタッフさんは淹れるお茶に対する説明とお茶淹れの工程、またお茶の飲み方まで関して説明をしてくれる。

お茶が飲める既存のカフェや喫茶店では普通、顧客にお茶淹れの工程を詳しく見せない事が多い。カフェや喫茶店はお茶を飲める空間でありお茶淹れの経験が間接的にでもできる概念を持つ場所ではないためであるだろう。しかし、茶の葉ではお茶が淹れられるまでの工程を顧客に全て見せる。このような事を通して顧客は自然とお茶が淹れられるまでの工程に集中する事ができ、顧客自身が飲むようになるお茶に集中、考える事ができる。その中で自然とお茶に対する質問や考えが生まれるとスタッフさんに聞きながら会話をする事もできる。茶の葉でお茶

を楽しむ顧客は時には顧客同士の会話をしながら、時にはお茶淹れをしてくれるスタッフさんとの会話をしながらお茶を楽しむ有意義な時間を過ごしていた。筆者もこの間接的でありながらもお茶淹れ経験を見る事でお茶に集中でき、お茶淹れが与えてくれる優雅な時間を感じる事ができた。

筆者はこの茶の葉でのフィールドワークを通してお茶経験においてお茶を飲む経験だけではなく、お茶を淹れる経験もまたお茶を飲む人々へ与えてくれる価値の要素の1つである事を再確認できた。

### 3.2.5. 幻幻庵

筆者は2017年12月1日、東京都渋谷区にあるお茶屋「幻幻庵」に赴き、フィールドワークを行なった。(図3.9)



図 3.9: スタイリッシュな幻幻庵のデザイン

幻庵はお茶が持つ本来の美味しさやエネルギーのような力強いお茶の魅力が忙しい日常生活で溢れている現代を生きる人々に共有したいという目的により日本の首都である東京、その中でも特に様々な人々が集まる渋谷にお茶屋を開いたという。筆者はこの幻庵で現代日本社会で高評価を得ているお茶の要素を調査する目的としてフィールドワークを行なった。幻庵の持つとく強い特徴の中の1つはデザイン力である。小さい幻庵のお店の中には現代のスタイリッシュでモダンなデザインで溢れている。見た目だけでみるとここがお茶を販売しているお茶屋であるか疑問を持つほどの既存のお茶が持つ伝統的なイメージではない現代のスタイリッシュさを感じる事ができる。幻庵では販売しているお茶の葉のサンプルと液状のお茶のサンプルを展示していて顧客はメニューはもちろんスタッフさんと話をしながら飲みたいお茶を選ぶ事ができる。(図 3.10) (図 3.11)



図 3.10: お茶のサンプル



図 3.11: 幻庵のお茶

幻庵の高いデザイン力、また渋谷という立地のためか、幻庵には若い世代

や一人で訪れる女性の社会人顧客など比較のお茶屋では珍しい顧客を多く見る事ができた。顧客たちは渋谷という現代の町にてお茶屋という伝統的なイメージを持つ空間でお茶を楽しみながら自分の時間を過ごしたりお茶屋のスタッフとお茶に関連する会話を持つなどお茶が人々に与えてくれる日常生活での価値を十分に得ているような様子を見る事ができた。

現代社会にてデザインとは商品の魅力を最大限に出す事ができる重要な要素の1つであり、SNSなどの多様な媒体から商品を接する顧客との繋げ橋にもなる。第2章にて筆者は現代社会にてもお茶が持つ本来の価値を届けようとする努力は今にも存在し、増え続けていると述べていた。お茶が持つ価値を人々に届けるために既存のお茶にはあまり見つける事ができなかった現代のスタイリッシュなデザインをお茶に取り入れる事もまたそのような努力の中に含まれるのではないだろうか。

幻庵が高い評価を顧客からもらっている理由は単にデザインが良い店である事だけではないだろう。スタイリッシュなデザインを通して馴染みのある飲み物でありながらも、逆に馴染みのありすぎて深く考える事が少なくなっていったお茶に対する新しい感覚を届けてくれた事ではないかと筆者は幻庵でのフィールドワークにて考える事ができた。

### 3.3. コンセプト達成のための設計

筆者は2017年8月から2017年12月までに静岡県茶の町、山梨商店、茶町 KINZABURO、茶の葉、そして幻庵にてフィールドワークによるリサーチを行なった結果から、本研究でデザインする「HIRAKUMADE」のコンセプトに基づいて以下のような4つの重要点を再確認し、軸として定義し「HIRAKUMADE」を設計、実装及び検証を行う。

- 日常生活で手軽に楽しめるように淹れ方に面倒がない事。
- お茶を飲む人がお茶を飲む経験だけでなく、お茶を淹れる経験を活用、楽しめる事。

- そのお茶淹れの経験とはお茶が持つ本来の価値を活かせるために日常生活に置ける有意義な時間を過ごせる価値の要素を含める事。
- お茶を淹れ、飲む人が現代社会を生きる人である事を考慮し、現代の日常生活にて使用、活用できるサービスとしての感覚を持つ事。

このような点を軸として本研究でデザインする「HIRAKUMADE」は美味しく健康に良い良質のお茶とそのお茶を淹れるために必要な道具であるタイマーを活用し、日常の中での出来事などをメモや日記として残せる記録昨日を持つアプリケーションサービスを結合する総合のお茶サービスとしてデザインする。筆者は本来のお茶が持つ価値を経験する機会が減少している現代時代にて本研究にてデザインする「HIRAKUMADE」を通して日常生活における有意義な時間を持つという本来のお茶が持つ価値を経験する事ができると考え、第4章でそれを検証するために「HIRAKUMADE」の検証実験を行い、その結果について述べる。

## 第4章

# Proof of Concept

本章では第3章で述べたコンセプト達成のための設計で定義した4つの軸を基に「HIRAKUMADE」の検証を行う。使った検証の方法は「Proof of Concept」というコンセプトが正しく魅力的だという判断を読み手に確率させる方法であり、その準備プロセスとして「HIRAKUMADE」のお茶商品及びアプリケーションサービスの実装を行う。以下から、本研究でデザインした「HIRAKUMADE」の検証の準備プロセスとその成果、また検証の結果などについて述べる。

### 4.1. Proof of Concept の準備プロセス

本項では、本研究でデザインした「HIRAKUMADE」のコンセプトが正しく、魅力的であるかを判断する検証実験のための準備プロセスとして「HIRAKUMADE」の実装を行う。本研究の実装はお茶商品のデザイン、アプリケーションのデザインの2つ部分に分ける。そしてお茶商品及びアプリケーションサービス共に本研究のコンセプトを考慮し、以下のようなプロセスに沿い、実装を行なった。

- お茶商品のデザイン

1. お茶の専門家に「HIRAKUMADE」のコンセプトを伝える。
2. 「HIRAKUMADE」に合うお茶を厳選し、提供してもらう。
3. コンセプトのイメージに合うデザインを考え、商品を入れるケースなどを

用意する。

4. お茶商品を筆者自身でデザインする。

- アプリケーションのデザイン

1. コンセプトのイメージに合うデザインを考え、筆者自身でデザインする。

#### 4.1.1. お茶商品のデザイン

##### お茶の選定

筆者は2018年4月、お茶の専門家である前田富佐男さんに本研究でデザインする「HIRAKUMADE」のコンセプトについて伝えた。前田富佐男さんは静岡県で「茶町 KINZABURO」を運営する代表であり、製茶の専門家でもある。2017年8月に「茶町 KINZABURO」で行なったフィールドワークで筆者が感じたようにお茶の専門家である前田さんもお茶淹れの経験に対する本研究について共感していただき、早速「HIRAKUMADE」に合うお茶を考えてもらい、提供してもらう事になった。前田さんとの話し合いの結果、「HIRAKUMADE」では3つの軸を持ち、既存のお茶の中で厳選した。

- 高い温度で淹れられるお茶である事。
- お茶を淹れるために1分半くらいの時間が必要なお茶であること。
- 香り高く、くせの少ない良質のお茶である事。

以上の3つの軸を立てた理由は以下のようなものである。第3章で述べた「HIRAKUMADE」のコンセプトの軸によると「HIRAKUMADE」のお茶は現代社会の忙しい生活を生きる人々が日常生活の中で飲めるお茶である。現代社会では家族で暮らしている人もいれば、一人暮らしをする人もいて多様な暮らしの生活を過ごし

ている。また、家でお茶を飲む人がいれば、オフィスや学校など多様な場所にてお茶を飲む人もいる。つまり、お茶を飲む人の生活環境、またその場所にて持つ雑貨の持ち状況も異なる可能性が高い。お湯ポットを持っていればある程度の温度を保つお湯でお茶を淹れる事が可能であるが、お湯ポットを持っていない人々もいるはずでらるだろう。

本研究で定義したお茶である煎茶の中でも数多くの種類が存在し、お茶を淹れるために必要な時間も異なる事が多い。お茶の中では熱湯を一定時間冷やした60度くらいの温度で淹れられるお茶もある。しかし、現代の忙しい日常生活の中でお茶を飲むためにわざわざ熱湯を冷やす事は決して簡単な作業ではない。熱湯を冷やすために必要な温度計を持つ人なんてそうそういないだろう。もしお茶をオフィスや学校など家ではない場所で飲むとしたらもっと難しくなるだろう。つまり、低い温度で淹れる必要があるお茶を楽しむ事は簡単な事ではない事がわかる。

「HIRAKUMADE」は人々の日常生活の中で手軽に楽しめるお茶を届けたい。そのため、筆者は前田さんと話し合い高い温度でも美味しく淹れられるお茶である事を「HIRAKUMADE」のお茶商品の第一の軸と決めた。ウォーターサーバーのお湯でも、家庭のキッチンで自分で沸かした熱い熱湯でも美味しく淹れられるお茶を製茶専門家である前田さんから教えてもらい、提供してもらう事にした。

また、「HIRAKUMADE」ではお茶を淹れる時に一定のお茶淹れに必要な時間を活用する。そのためにお茶を淹れるために必要な時間があまりにも短いとその時間を活用することが難しくなる可能性がある。数多くのお茶の中で各種のお茶はそれぞれ違う淹れ時間を必要とすることが多い。10秒くらいの短い淹れ時間を要するお茶もある。筆者はお茶を通して日常の中で得られる有意義な価値を届ける目標を持つ「HIRAKUMADE」である分、お茶淹れの時間に集中でき、日記などの記録経験をするために最低限に必要な時間といわれる1分くらいの淹れ時間が必要なお茶であることを1つの軸として決めた。

最後に、お茶を淹れる時間を活用する経験を提供する「HIRAKUMADE」のお茶ではお茶を淹れる時間に純粋な集中行為が含まれる事になる。そのためには高い香りとお茶を飲む人が抵抗を持ちにくい癖のない良質のお茶が必要となる。以上の理由から前田さんと話し合いをした上で、筆者は合計3つのお茶を

「HIRAKUMADE」のお茶として選定した。

「HIRAKUMADE」で使用した1つ目のお茶は製茶の専門家前田さんがブレンドした茶町ブランド茶シリーズの中の1つである「和」である。(図4.1) 茶町ブランドシリーズは本山のお茶を中心に深蒸しのお茶と品種茶をブレンドしたブランド茶であり、香りが高く、旨味が強いのはもちろん、大変綺麗な色のお茶である。その茶町ブランドシリーズのブランド茶の中でも「和」は比較的高い温度でも美味しい味を保ち、まろやかな味わいを出す事ができる。また淹れるために必要な時間も60秒から90秒ほどである。



図 4.1: 「HIRAKUMADE」で使用したお茶<sup>1</sup>

「HIRAKUMADE」で使用した2つ目のお茶はお茶の専門家である前田さんが

---

1 茶町 KINZABURO <https://kinzaburo.thebase.in/items/8529603>

ブランドした「やすらぎの雫」である。(図 4.1) やすらぎの雫は多様なお茶の品種を絶妙にブランドして作られた高級お茶である。淹れるために必要な時間も 90 秒から 120 秒ほどである。多様なお茶品種の中でも玉露をブランドする事でさらに味の深みを出したお茶として、「和」と同じく比較的高い温度でも美味しく味を保つ。最も推薦される温度は 80 度以上であるがその以上の温度でもある程度の味を保つ事ができるため今回の検証で「HIRAKUMADE」のお茶として使用する事にした。以上の「和」及び「やすらぎの雫」を「HIRAKUMADE」で使用するお茶と決めた筆者は 2 つのお茶を使用し「HIRAKUMADE」のお茶のデザインを行った。



図 4.2: 「HIRAKUMADE」で使用したお茶<sup>2</sup>

---

2 茶町 KINZABURO <https://kinzaburo.thebase.in/items/9030404>

## お茶容器のデザイン

筆者は本研究でデザインする「HIRAKUMADE」のコンセプトに合うお茶商品のデザインのための過程としてデザイン作業を行なった。第3章で考えたように既存のお茶商品といえば伝統的な日本を感じられるイメージが強い。しかし、その中ではデザインを活かし若い世代でも興味を持ちやすいお茶商品を提供するお茶屋も増え続け、高評価をもらっている。また、SNSなどが日常化されている現代社会では食品でも食品に見えない、日常雑貨のように見えるデザインを採用している商品もたくさん存在している。そのため、筆者は「HIRAKUMADE」のデザインに置いて「モダン」と「シンプル」をイメージしたデザインにする事を決めた。具体的なイメージとしてはキッチンにあっても、机やテーブルの上など日常生の環境の中でどんなところにあっても違和感のなくシンプルなイメージ（図4.3）である。そのためデザインの流行に左右される傾向が少なく好き嫌いが少ないガラス製でシンプルな形の容器に淹れる事にする。筆者はガラスの瓶にコルク栓で閉められる容器を使用する事に決める。



図 4.3: イメージ予想

## お茶のパッキング方法

お茶と容器を決めたあと、筆者はお茶を容器に詰めるパッキング作業を行なった。この過程で筆者は今までお茶商品であまり行われなかった形のパッキングの方法を選んだ。それは1回分のお茶を入れて個別でパッキングする事である。(図4.4) お茶商品の中でも「HIRAKUMADE」のようにリーフ茶の商品の場合、個別パッキングをする事は少ない。一定量をそのまま容器に入れる事が多い。多い量のお茶葉がそのまま入っていてそれをスプーンなどでいちいち量を計りながらお茶淹れの準備をする事は大変面倒な作業の1つである。個別パッキングをするお茶商品はティーバックお茶商品などで見る事ができる。



図 4.4: 1回分ずつパッキングした HIRAKUMADE 茶

しかし、筆者は第3章のコンセプトにおける軸として述べたように日常生活の中で手軽に飲める面倒な淹れ方を考慮し、最大限に淹れ方の面倒を減らしたいと考えた。ティーバックやペットボトルなどのお茶飲料が生まれたのはお茶淹れが面倒で必要な道具が多いという点も理由の1つであるだろう。そのような事を考えると日常生活の中でお茶淹れ経験をしてもらいたい「HIRAKUMADE」で既存

のパッキングと異なる、よりシンプルな淹れ方が実現できるパッキングの方法をとる必要があると判断され、筆者はリーフ茶商品では珍しいがお茶を1つのパックに1回分のにお茶を詰める事にした。

一人が1回飲めるために必要なお茶の量は2gほどである。「HIRAKUMADE」茶は一人が余裕持って飲める量でもあり、一人だけではなく他人と一緒に飲む場合でも簡単に計量できるように1回の量を4gに設計した。一人が一回だけ飲む場合は半分くらいを使用するだけで簡単にお茶の量を計る事もできるため、面倒な過程を少しながら簡単にする事が可能である。今回、使用したお茶の種類が2つであることから各お茶ごとに分類し、パックに詰め、最後にお茶を1つずつガラスの瓶に入れて、コルク栓で蓋を閉じることでHIRAKUMADE茶を完成した。(図4.5)



図 4.5: HIRAKUMADE 茶

このように製茶専門家である前田さんの協力をいただきながら HIRAKUMADE 茶で使用するお茶を決めて、容器などのデザイン、またお茶のパッキングの方法を研究し、決めることで筆者は本研究でデザインする「HIRAKUMADE」の検証実験のための HIRAKUMADE 茶をデザインした。(図4.6) 完成された HIRAKUMADE 茶は1つずつパッキングされていて計量も簡単で1つずつポーチなどに入れて持ち運びをすることも可能である。食品でありながらも食品っぽくないシンプルなデザインで置き場所を選ばない。筆者はこうやって作られた HIRAKUMADE お茶がお茶入れ経験を非日常的な日常として感じる現代の人々の日常生活において美味しく健康にいい飲み物であることはもちろん、日常生活における有意義な価値を与えることができる本来のお茶が持つ価値を与えてくれると考える。



図 4.6: HIRAKUMADE 茶

### 4.1.2. アプリケーションサービスのデザイン

筆者は2018年4月、本研究でデザインする「HIRAKUMADE」のアプリケーションサービスのデザインを始めた。アプリケーションサービスは「HIRAKUMADE」に含まれる1つのサービスであるが、同時にお茶淹れ経験を非日常的な経験として感じる現代の人々にお茶淹れの経験を日常的な経験として感じてもらうための大事な実装である。筆者はアプリケーションサービスをデザインすることにあたり、第3章で述べた「HIRAKUMADE」のコンセプトの軸をしっかり保つために4つの軸を再度確認し、デザインを考え始めた。

## HIRAKUMADE アプリケーションの概要

本研究でデザインする「HIRAKUMADE」のアプリケーションサービス、HIRAKUMADEはお茶を淹れる時に必要な道具であるタイマー機能を活用し、日記などの記録機能と結合したアプリケーションである。

お茶を淹れる時にはお茶葉、お茶を計量するスプーン、コップやポット、お茶を淹れる水の温度を計る温度計、またお茶の葉が開くまでの時間を計るタイマーなど必要な道具が思う以上に多い。日常生活においてオフィスや学校などの外の環境でこのようなお茶道具が全て揃うことは少なく、家でさえ多くない。また、このような道具たちを持ち運ぶことはもっと少ない。必要道具が多いこともお茶淹れの経験を非日常的な経験として感じさせる原因の1つであるかもしれないだろう。

筆者は第3章で述べた「HIRAKUMADE」のコンセプトの軸でもある「日常生活の中で手軽に楽しめるように淹れ方に面倒がないこと」をしっかり意識したいと考える。もちろん、全ての道具を排除することはできない。

しかし、筆者はお茶のデザイン作業にてお茶の計量をより簡単にするためにお茶のパッキング方法を研究し、面倒な淹れ方の過程を簡単にするための努力をしてきた。そのように筆者はアプリケーションでも面倒なお茶淹れの過程を少しでも簡単にするための努力をすることにした。筆者はそのためにお茶を淹れるために必要な道具の1つであるタイマーを活用することにした。

そしてそのタイマーを活用するために現代社会では誰もが持っているといっても過言ではないスマートフォンを活用することにした。筆者はタイマー機能でお茶を淹れるための時間を計ると同時に日記やメモなどを残せるアプリケーションをデザインすることにした。

### アプリケーションのストーリー設計

その後、筆者はアプリケーションのストーリーボードを作成した。以下は筆者が作成したアプリケーションのストーリーボードである。(図 4.7)



図 4.7: アプリケーションのストーリーボード

ストーリーボードで確認できるように HIRAKUMADE アプリケーションはシンプル構成で構成されている。ユーザーがお茶をお湯に淹れてアプリケーションを起動し、スタートボタンを押すと、日記やメモなどを残せる記録画面に移り、自動的にお茶淹れに必要な 90 秒間の時間がセットされたタイマーが始まる。

そしてその90秒間、日記などの記録を作成していると「お茶が出来上がりました」というタイマーの完了メッセージが表示される。具体的な機能については次項にて詳しく説明をする。

もしユーザーが記録を作成してる途中にタイマーの時間が経つ場合は自動的にまとめページに保存されるようになる。また、早めに記録を作成を終わらせるとまとめページにて今までの記録を見たり、修正することも可能である。

そしてHIRAKUMADEアプリケーションはSNSとの連動をしている。そのため、まとめページでは今まで残した記録をSNSに共有することができる。

このようなお茶淹れに必要な時間をタイマー機能を活用し、日記などの記録経験をする事で過ごせたユーザーはお茶淹れ経験が終わったあと、美味しく淹れられたお茶を飲むことができる。筆者はHIRAKUMADEを通して人々がはお茶淹れに必要な時間を活用し日常生活の中で有意義な時間を持つという価値のある経験をする可以考虑。

## アプリケーションのロゴデザイン及びキーカラーデザイン

筆者はその後、アプリケーションのロゴデザインをキーカラーを決める作業を行なった。ロゴデザインはそのサービスや商品を代表するイメージである。Bo van Grinsven、Enny Dasのマーケティングコミュニケーションにおけるロゴデザインの研究では優れたロゴはブランド意識とブランド・エクイティーを創造する上で不可欠だと語る。<sup>3</sup>

また、筆者は第1章で述べたように本研究でデザインする「HIRAKUMADE」の意味を考えながらロゴデザインをキーカラーのデザインを決める作業を行なった。

「HIRAKUMADE」の意味は「お茶の葉が開くまで」という意味である。お茶はお湯を淹れると乾燥されている葉が水に戻されることで柔らかくなり、本来のお茶の形へと戻り、お茶の葉が広がるように見える。「HIRAKUMADE」の意味はそのようなお茶が開くまでの時間を活用するという意味とお茶が持つ本来の価値へと広がるサービスであるという意味の2つの意味を持つ。

---

3 Bo van Grinsven and Enny Das(van Grinsven and Das 2016)

このような意味と第3章で述べたコンセプトの達成のために決めた軸を考慮し「HIRAKUMADE」のロゴデザインでは「HIRAKUMADE」の文字だけを落ち着く印象を与える渋めの茶色にデザインし、広がっているお茶ほ葉を描いた絵を合成することでシンプル且つ爽やかな印象を与えることにした。以下はこのような目標の上で完成した「HIRAKUMADE」のロゴデザインである。(図4.8)

また、筆者はお茶が持つイメージとの統一性を与えることができ、「HIRAKUMADE」のイメージ構築のために「HIRAKUMADE」を代表する色であるキーカラーを決めた。商品やブランドのキーカラーに対する重要性は既に多く研究されていて Satyendra Singh のマーケティングにおける色の影響に関する研究にて色の使いによって差別化だけではなく、気分と感情に対する影響を及ぼし特定商品に対する態度に寄与できると述べる。<sup>4</sup>

筆者が決めたキーカラーは爽やかでありながら落ち着いた印象を与えることができる緑色である。色の表現法の一つである RGB では R:104,G:185,B:17 に該当する色である。(図4.9) 筆者はこのキーカラーをアプリケーションのデザイン全般に取り入れることでアプリケーションのデザインとしての構成力を向上させることにした。



図 4.8: HIRAKUMADE のロゴデザイン



図 4.9: HIRAKUMADE のキーカラー

---

4 Satyendra Singh(Singh 2006)

## アプリケーションの機能詳細

ここでは上記で述べたアプリケーションの概要をより明確にするために HIRAKUMADE アプリケーションの機能に置ける詳細について HIRAKUMADE アプリケーションの画像を参考に具体的に述べる。まず、ユーザーがアプリケーションがアプリケーションを起動させると簡単な紹介ページが開かれた後に以下のようなメインページ（図 4.10）が開かれる。その後ユーザーが START ボタンを押すと記録作成ページ（図 4.11）に移る。



図 4.10: HIRAKUMADE のメインページ



図 4.11: HIRAKUMADE の記録作成ページ

記録作成ページが開かれると自動的に90秒でセットされているタイマーが働き始める。ユーザーはこの90秒間、自由に日記や閃いたアイデアメモなど記録を作成することができ、その記録にはカメラで写真を撮影（図 4.12）する事や撮

影した写真をフィルターなどで個人の趣味に合わせて綺麗にしたり、サイズの変更などの編集（図 4.13）を行うことが可能である。もちろん、撮影された写真はスマートフォン本来のカメラ機能を活用しているためスマートフォンに自動的に保存され、ライブラリー機能を通して既存に撮影しておいた写真などを持ち出して使用することもできる。また、写真を使わずテキストの記録だけを残すことももちろん可能である。

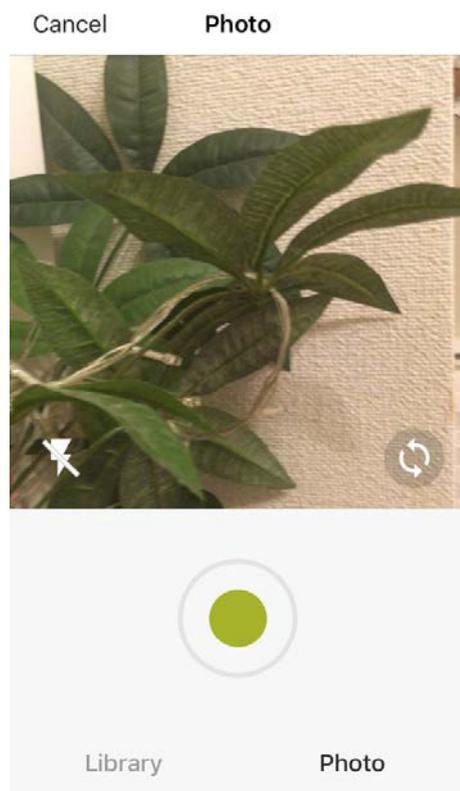


図 4.12: HIRAKUMADE の写真撮影ページ

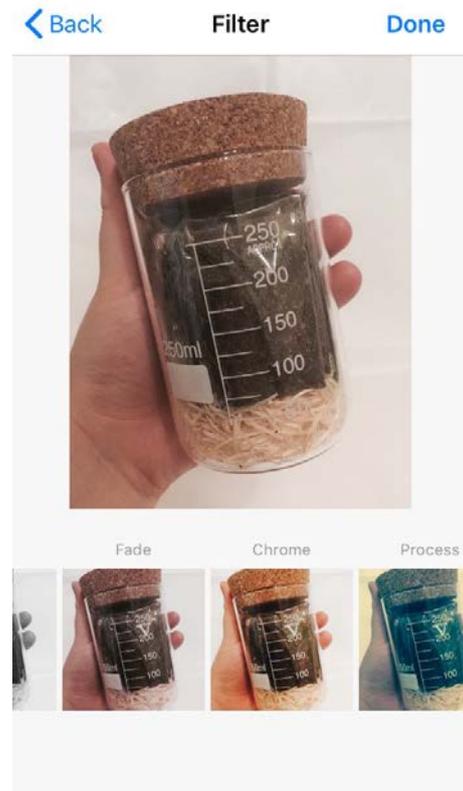


図 4.13: HIRAKUMADE の写真編集ページ

こうやって記録される日記やメモなどは全てまとめページ（図 4.14）に自動的に保存される。そしてユーザーは自分の記録を自由に再度編集したり、削除することも可能である。そして、記録は SNS である Instagram 及び Twitter と連動されるように設定されていて自分の記録を SNS に共有することも可能である。

(図 4.15) HIRAKUMADE アプリケーションの機能についての詳細は以上となる。ユーザーとなる HIRAKUMADE サービスを利用する人々はこのような機能を持つ HIRAKUMADE アプリケーションを使用することでお茶淹れに必要な短い時間を活用し、日常生活に置ける有意義な時間を過ごせるという本来のお茶が持つ有意義な時間を過ごす価値を得ることが可能であると筆者は考える。



図 4.14: HIRAKUMADE のまとめページ



図 4.15: SNS へ共有できる機能

本項では、本研究でデザインする「HIRAKUMADE」の検証を行うための準備プロセスとしてお茶商品及びアプリケーションのデザイン実装を行い、その過程と成果について述べた。筆者は次項にて「HIRAKUMADE」が正しく魅力的であるかを判断するために実際に行なった検証実験について述べることにする。

## 4.2. 検証

本研究の検証実験は2018年5月に行なった。使った検証の方法は「Proof of Concept」というコンセプトが正しく魅力的だという判断を読み手に確率させる方法である。検証はコンセプト達成のための設計において定義した4つの重要点に基づいて行なった。まず、4つの重要点をおさらいする。

- 日常生活で手軽に楽しめるように淹れ方に面倒がない事。
- お茶を飲む人がお茶を飲む経験だけでなく、お茶を淹れる経験を活用、楽しめる事。
- そのお茶淹れの経験とはお茶が持つ本来の価値を活かせるために日常生活に置ける有意義な時間を過ごせる価値の要素を含める事。
- お茶を淹れ、飲む人が現代社会を生きる人である事を考慮し、現代の日常生活にて使用、活用できるサービスとしての感覚を持つ事。

### 4.2.1. 検証方法

2018年5月の10日から7日から14日間、日本に住む20代から60代までの5人の社会人を対象に検証実験を実施した。検証には事前に筆者が用意した「HIRAKUMADE」のお茶商品とアプリケーションを用いた。お茶商品は製茶専門家である前田さんの協力をもらい筆者が制作したHIRAKUMADEお茶である。また、アプリケーションは検証実験に参加してくださる参加者の方々が実際に日常生活の中で長時間使用してもらうためにHIRAKUMADEアプリケーションの完成版をApple社のアプリケーションダウンロードサービスであるiTunes App Storeにて正式にリリースした。iOS10.0以降のiPhone,iPad, 及びiPod touchに対応していて、アプリケーションをインストールし、誰でも無料で使用することができる。今回の検証実験では、実際に検証実験の参加者にApp Storeから自身のスマートフォン端末にインストールしてもらった。今回の検証の流れは以下の通りである。まず、検証実験の参加者は筆者が制作したHIRAKUMADEお茶を提

供され、参加者自身が普段から利用しているスマートフォン端末にリリースされた HIRAKUMADE アプリケーションをインストールしてもらった。その後、参加者は7日から14日間、毎日1回以上 HIRAKUMADE お茶とアプリケーションを使ってお茶淹れ経験をし、毎日の記録を残しながら HIRAKUMADE サービスを体験する。検証中の参加者たちと筆者は毎日連絡を取り合いをしながら観察し、参加者たちの質問や意見に筆者は対応をした。全員の体験が終わった後、一人ずつインタビューを行なった。

#### 4.2.2. 観察

検証実験の参加者の5人はそれぞれ年齢や職業、生活パターンも異なる。20代で社会人になったばかりの参加者から60代のフリーランサーデザイナーもいる。そのため、参加者5人はそれぞれ違う形で HIRAKUMADE サービスを利用する様子を見せた。参加者Cさんは毎日全ての道具を揃えて、道具を変えたりしながら1つの文化生活としてじっくりお茶を楽しむ様子を見せた。(図4.16) 参加者Cさんは HIRAKUMADE の共有機能を活用し SNS などに投稿するなど多様な活用を行う様子も見せた。(図4.17) 参加者Dさんはオフィスにてバタバタする中でも少しの間を取りながら休憩の感覚としてその日の反省点などを書く感じで HIRAKUMADE サービスを利用する様子を見せた。(図4.18) 参加者Eさんは自宅で仕事をする事が多い事から毎朝、目覚めのためにお茶淹れをしながら1日の予定を考えたり、仕事中に日程を再確認するために休憩を取りながらお茶淹れをする様子を見せた。(図4.19) (図4.20) 参加者Bさんは普段からはお茶淹れをあまりしないため、帰宅後に簡単にお茶淹れをしながら簡単に日記を作成する様子を見せた。(図4.21) また、参加者Aさんは普段も多くはないとしてもお茶淹れをする方で帰宅後にゆっくりとお茶淹れをしながら HIRAKUMADE を利用する様子を見せた。(図4.22) そして、5人の参加者のうち、1人の参加者からは検証2日目にしてアプリケーションの使い方について質問をもらい、対応した。検証3日目になってからは5人の参加者が全員使い方と活用方法に対してそれぞれの理解をしたと思われ、各自が自分の日常生活の中で HIRAKUMADE サービスを利用することができた。



図 4.16: 多様な茶道具を使って HIRAKUMADE を利用する参加者 C さん



図 4.17: 参加者 C さんが投稿した SNS 画面



図 4.18: 参加者 D さんが書いた日記画面



図 4.19: 朝に目覚めるために HIRAKUMADE を利用する参加者 E さん



図 4.20: 休憩中に日程確認をするために HIRAKUMADE を利用する参加者 E さん



図 4.21: 帰宅後、簡単にお茶淹れを楽しんだ参加者 B さん



図 4.22: 帰宅後、ゆっくりとお茶淹れを楽しんだ参加者 A さん

### 4.2.3. インタビュー

検証実験の参加者が全身体験を終了した後、体験していた期間での感想について前に述べた4つの軸に基づいて事前に用意した以下の質問に答えてもらう形で1名ずつインタビュー調査を行なった。

**質問 1** HIRAKUMADE を利用する時、あなたは日記やメモを作成することでその日の時間を振り返してみたり、アイデアや考えなどを考えることができましたか？また、その時間が有意義な時間になったと感じましたか？

**質問 2** 質問 1 で出来たと答えたなら、それがあなたの日常の中で有意義な時間を過ごせることに役に立つと考えた理由はなぜですか？

**質問 3** もし、質問 1 で出来なかったと答えたならその理由はなぜだと考えますか？

**質問 4** あなたはお茶を淹れる時間に日記などを作成する事でお茶を淹れる時間が少しでも面倒ではない時間として感じましたか？

**質問 5** HIRAKUMADE を利用するにあたり、難しい点や改善してほしい点がありましたか？

**質問 6** あなたは日常生活の中でお茶を淹れて飲む事が日記などの日々の記録を残す事と関連性があると感じましたか？

質問7 その他の感想があれば教えてください。

#### 体験者 A さん

Aさんは、IT企業に2018年に新卒として入社した社会人1年目（25歳）の女性で、東京都世田谷区の実家にてご両親、祖母と一緒に住んでいる。若い世代ではありながらも祖母の影響を受け、お茶に触れ合いはある方だが、自ら興味を持ちお茶を淹れることはそれほど多くは無く、知識が多いわけではない。普段は午前10時くらいに出勤し夕方7時くらいに帰宅する。工作中や休憩を取る時はコーヒーよりお茶を楽しむ方であるが、日本のお茶よりは紅茶やミルクティーなどを楽しむことが多い。まめな性格ではあるが、普段から日記などを取ることは無く、その理由は「面倒で続かない」である。普段の休憩時間にはモバイルゲームをしたりYouTubeで動画鑑賞をすること。自宅にお茶道具もたくさんのお茶もあることを知りながらもお茶を淹れて飲むのはお客さんがきた時だと感じていて、それも母や祖母が淹れることを飲むだけである。

回答1 はい。その日の時間を振り返したり、考える事ができ、有意義な時間になったと思います。

回答2 一もともと頻繁にSNSに投稿するタイプでもないのですが、自分の考えや出来事を残す場所として利用できそうだと思います。他人に発信する必要がなく自分だけが見られるので気兼ねなく使えそうです。

回答3 なし。

回答4 お茶を待つ時間は短く感じることができました。ただ、お茶を入れるまで（お湯やきゅうすを準備するなど）はまだ少し面倒です。日記を書く癖がついてきてから、「あ、今日の日記を書こう」と思って積極的にお茶を入れることができました。

回答5 お茶が出来るまでの時間が短めなので、日記を書く前の写真を選んで加工してる間にお茶が出来できてしまうことがよくありました。また、お茶を入

れる時タイマーを使うことが今までなかったので、スマホを手元に置いていなかったりすることもあり意識していないとアプリで日記を書くのを忘れそうでした。

**回答 6** 感じました。日記を書く時間というと、夜寝る前とか手持ち無沙汰な時とか、時間に余裕がある時なのでお茶入れの待ち時間も少し似ていると思います。

**その他の感想** アプリ自体はシンプルで初見でも使い方がわかりやすかったです。7日間使ってみて初めのうちはお茶入れの面倒さがあったけれど、後半は日記を書く＝お茶の時間になってきたので自分だけの義務感ができて意識的に習慣化してきている気がしました。初めのうちからもっと日記を書くことの楽しさが感じられたら、より早く習慣付きそうです。

### 体験者 B さん

Bさんは、病院に勤めている社会人5年目（28歳）の女性で、東京都世田谷区の実家にてご両親と一緒に住んでいる。職業上、日常的に感じる精神的なストレスがある。普段お茶淹れをすることはほとんどなく、お茶淹れに対する興味もそれほど高くはない。カフェなどではコーヒーより紅茶を楽しむ方である。しかし、健康に良い点からお茶に対する興味を持ち、ペットボトルではお茶をよく飲む。普段は朝8時くらいに会社へ夕方6時くらいに帰宅する。趣味は韓流ドラマやアーティストの動画をYouTubeで鑑賞すること。まめで落ち着いた性格で日記やメモを書くことは少々あるが長く続くわけではない。またSNSなどもほとんどしてなく日々の出来事を定期的に記録するわけではない。

**回答 1** 振り返ることはできました。その時間が有意義な時間だったと思います。

**回答 2** はい。普段誰かと話せば振り返ることはあるけど、一人でいるときに振り返ることははないからです。日記も普段あまり書くことがなかったからでもあります。最後に、大きいことがないと振り返らないけど、書くとなると

小さいことでも振り返ることができたと感じましたので役にたつと思いました。

回答3 なし

回答4 はい。私は個人的にお茶を淹れる時間にぼーっとするタイプでした。別に激しく面倒な時間だと感じるほどではなかったですが、その時間に日記を書く事だけでも抵抗感は少し減った感じがしました。

回答5 お茶をいれるのを忘れてしまいそうになるのでお茶を飲んでない日があったときにリマインドしてくれたら忘れないと思う。いつもお茶を飲む時間にお知らせの時間設定ができれば嬉しい。

回答6 日記をただ書くよりもお茶を飲んで書くことで癒しの時間になると思う。

その他の感想 意外と日記に夢中になってしまい続きを書きたくなくなってお茶が濃くなりすぎました。お茶の見た目がおしゃれでかわいくて好きです。茶葉の小さいパッケージ一つ一つに「月曜」「火曜」とか「今日は〇〇な日」とか書いてあったらより嬉しくてもっと飲みたくなりそうです。

体験者 C さん

Cさんは、60代の女性フリーランサーデザイナーである。独身で現在は横浜市にある自宅で猫一匹と暮らしている。普段からもお茶に対する関心が高く、日本のお茶はもちろん、中国や韓国のお茶も楽しんでいる。自宅には世界中の茶道具を揃えていて中国の茶器に日本のお茶を淹れて楽しんだり、多様な形でお茶淹れの経験をしている。趣味はフラダンス、ワインの勉強、茶道、美術鑑賞、などで多様な趣味を持ち忙しい生活を過ごしている。そして、休憩時間や休みの日にはお茶や紅茶、コーヒーなどを自ら淹れて飲みながらゆっくりと時間を過ごす多い。しかし、お茶を淹れながら違うことは意識したことがなく、ただ待つ時間として認識している。普段は日記を書く習慣は無く、日々の出来事はSNSなどに記録することが多い。

回答 1 できましたが、ある面においてはできなかつたとも言えます。しかし、有意義な時間であったとは思いますが。

回答 2 できたと思う理由はお茶を淹れながらその日の日程を考えたり、何をしようかなーと考える事ができたためです。

回答 3 できなかつたと思う理由もありました。私は主に朝にお茶を飲みますがその日の予定を考えたりする事はあってもそれを記録するまでは時間が足りなかつたです。年齢のせいかもしれませんが。

回答 4 なると思います。夜のゆっくりしたい時間にお茶をいれるなら日記やメモを作成する事が出来ると思います。

回答 5 ポットを暖めたりお茶を湯冷ましに移したり以外とお茶を美味しく飲む手順は複雑なので、それに囚われているとスタートを押すのを忘れてたり、日記を書くのに夢中になりお湯を注ぐのを忘れてたりとお湯を注いだ瞬間にスターを押すのは以外と難しいので、シンプルにスタートを押す道と、スタートまでの手順を優しく誘導するものがある道があっても良いかなーと思いました。(例えばポットを暖める為にポットにお茶を注いでください→次へ→茶葉をポットに入れてください→次へ→お湯を注いでください→スタートを押してください) とか。若い世代の人なら大丈夫かもしれませんが私には混乱する時がありました。慣れればうまくできるとは思いましたが。

回答 6 お茶きちんと淹れる事できっと落ち着いてゆっくり飲みたくなると思います。そしてそうやってゆっくりしてる時間に今日を振り返る時間を持つから関連性はあると思います。

その他の感想 とくにありません。

#### 体験者 D さん

D さんは東京にある大手広告代理店に務める韓国出身の社会人 8 年目 (30 歳) の女性である。外国出身でありながら子供の頃から日本に住み、日本のお茶文化

に慣れている。独身で現在は東京都中央区にて一人暮らしをしている。普段から仕事が大変忙しく徹夜をすることが多い。仕事上、プライベート上の会食が外食が多く睡眠不足、崩れた健康バランスで悩みを抱えている。普段はコーヒーを好み、カフェや職場ではコーヒーを主に飲んでいる。しかし、お茶が健康に良く美容効果が高いと考えてお茶を良く飲むようにと意識している。ただ、お茶を飲むとしてもペットボトルのお茶が多く、お茶淹れの経験はほとんどない。業務に関してはきっちりした性格であるが普段は忘れがちな性格で日記などを定期的作成しているわけではない。メディアに関連する仕事に勤めていることから普段からアプリケーションなどに関して興味が高く、多様なアプリケーションを使用している。

回答 1 Yes です。私は SNS のような暇つぶしのような感覚で使う事ができました。

回答 2 90 秒という時間が与えられるので、そこで一息ついて次の作業に集中する事ができました。

回答 3 なし。

回答 4 お茶の味自体も好きで健康に良いと考えているのでお茶は好きです。ただ、忙しい生活の中ではまだ淹れ方がや後処理などに対する抵抗はあったと感じました。仕事とかはやはりペットボトルお茶を飲む事が多いかもしれないと感じました。

回答 5 元々もの書く事が好きな人ではなく、苦手な人は一時的には効果があるとしてもモチベーションが保つことには制限があったと感じました。ただ、アプリケーション内に SNS のように他の人に見せる機能があれば自己顕示欲の強い人は食いつくかもしれないと思いました。

回答 6 あるかも知れないし、ないかも知れないと考えました。ただ、お茶を淹れて、お茶を飲む事で一息つく事ができたためある程度の関連性があるとは感じました。

その他の感想 個人的にはお茶を淹れう時間が面倒であると感じる事と同時に後片付けも大変だと考えていました。そのため、後片付けに関してまで簡単に

なったり面倒を減らしてくれる事ができればと思いました。私の場合は、日記を書く事もお茶を飲む事に対する興味があまりにもなさすぎるのが原因かもしれないので個人差があるとは思いますがお茶を飲むつもりが少しでもある人には向いていると思います。もし、茶葉タイプのお茶を飲むつものない人を飲んで見たいと感じさせるためには日記+何かの違う仕掛けをすれば役に立つのではないかと感じました。

### 体験者 E さん

Eさんは、大学を卒業してフリーランサーで仕事をしながら大学院の入学をする準備をしている20代の女性である。現在は横浜市にある自宅でご両親と一緒に住んでいる。飲食メーカーに勤めているお父さんの影響もあり、若い世代でありながらもお茶に関する興味が高い。飲み物全般に対する知識が多く、ワインなどのお酒に関して非常に高い知識と興味を持っている。海外留学経験があり、海外で日本の文化に関する様々な活動をしていたことからお茶に関する知識も豊富で普段からも自らお茶淹れをしてお茶を飲むことが多い。大変まめな性格で普段からも日記やメモを作成することが多いがSNSなどではそれほど記録を残さない。

回答1 できました。

回答2 日記を書く、メモを取るという行為は、時代にかかわらず実際にやってみると、なかなか取り組みづらいように感じられる。自分の考えやある瞬間に感じる心情のメモを取ることは、普段から自分の意識や感情の変化に向き合っていないと、どう表現していいのかわからないと思うこともしばしばありそうだ。現代の特に、東京のような大都市での生活は1分1秒で目まぐるしく変化し、スマートフォンやSNSの発展で人が集中する平均的な時間の長さも短くなってきている。集中できる時間が短くなっているということは、それだけ自分の意識への感度も低下している。そんな意識レベルの中で、お茶を入れる間の90秒=1分半の間に一つのことに集中されられる環境ができたことで、ふとバラバラに無造作に頭の中にあった数々の思考の一つ一つが繋がって、日記としてアウトプットできたような気がする。

回答3 もしできなかった人がいるとすれば、多分お茶を入れるということ自体に慣れていない人なのかなと想像する。

回答4 元々、お茶を入れるときに茶葉によってお湯の温度や茶器の温度など色々と気になるときに、全く気にならずに適当に自分の時間の軸に合わせてのんびり入れることが多いので、お茶を入れる時間は面倒な時間とは思わない。しかし、コンビニにペットボトルに入ったお茶が売っているせいで、瞬時に蓋をひねればお茶が飲めることに慣れている人は、やっぱり面倒だと思ってしまうように想像する。地球環境へ配慮を考えれば、プラスチックよりも茶葉だけのゴミの方がよっぽどいいけれど、そんなことを考えている人はほとんどいない気がする。

回答5 お茶の茶葉に合わせてタイマーの長さが変更できたら嬉しかったなあと  
思う。

回答6 茶道やお茶が元々好きなので、歴史的にお茶の時間がいかに人間の人生において大きな役割を果たしてきたのかを考えると、お茶を飲む5分がより良い時間になるようなアプリは現代人に、お茶の重要性を再認識させるのに有効な気がする。

その他の感想 特にありません。

### 4.3. 観察、インタビューを通して

参加者の観察とインタビューを通して、「HIRAKUMADE」を利用しながら実際にお茶淹れの時間に日記などの記録を残す経験に対して、参加者たちは皆、積極的な行動を見せていた。仕事の一息のためにお茶淹れをしたり、朝の仕事を始める前にその日の日程を考えるときに茶を淹れたり、もしくは逆に仕事が終わって帰宅し、お風呂に入ってからその日を振り返りながらなど参加者の生活パターンや環境などで異なる使用目的を持ち「HIRAKUMADE」を活用する様子を見せた。また、既存のSNSにお茶淹れの時間に対する投稿をするなど拡張された活用をしながらお茶淹れの経験が既存の日常生活と繋がるよう使用していた。

参加者たちはお互い日記に書く内容や長さなどもそれぞれで、普段の反省や感じたことを書く参加者がいれば、そのときの感情などを日記にて語る参加者もいて自然と個人の日記として活用することができた事がわかった。普段日記を書く習慣がなくてもお茶を淹れることによって日記を書くようになったり、逆に日記を書くことができるため積極的にお茶を淹れることができる様子を見せていて日記とお茶淹れが関連性を持ち相互の経験に影響を及ぼすこともわかった。つまり、参加者たちは皆、それぞれ異なる生活パターンの中で自分なりの「HIRAKUMADE」の使用法と目的を自然とつくる事で自ら日常生活にお茶淹れを繋げていた。一部の参加者は最初日記を書く事やお茶を淹れる事に慣れてない様子を見せていたが、時間が経つ事によって自然と早めに慣れていき、抵抗感が減り、習慣に付きそうと語る参加者もいた。

ほぼ、全員の参加者がお茶淹れをする時、日記などを作成する事ができて、さらに全員の参加者がお茶を淹れる事で日々の時間を振り返って見たり、考える事ができ、有意義な時間と感じたと答えた事から「HIRAKUMADE」がお茶淹れの時間を活用する事に有効的である事がわかった。

#### 4.4. 「HIRAKUMADE」の改善点

検証実験の結果から「HIRAKUMADE」サービスを利用する事で従来のお茶淹れ経験とは異なった、お茶淹れの時間を日記などを作成する時間として活用する事でお茶淹れの時間を日常生活に置ける有意義な時間として活用できる事を証明する事ができた。

しかし、参加者たちが「HIRAKUMADE」を体験する様子を観察し、インタビューを行なった結果から、中には使用法について早めに理解できなく質問をしたりする様子を見る事でアプリケーションサービスにおいてユーザーインタフェースの面での改善が必要であると感じた。お茶を淹れるために必要な90秒間の時間は日記に添付できる写真などのイメージを加工するのに夢中になったり、日記を書く事に夢中になる事で短く感じる参加者たちがいて、時間の配分に悩む様子を見る事ができ、お茶淹れに必要な時間が延長できる新しいお茶商品の開発への

必要性なども感じた。また、お茶商品とアプリケーションサービスへもっとお茶を淹れたいくなる、もしくは日記を書きたいくなるようにモチベーションを上げて、保つことができる要素があると嬉しいという意見をもらう事もできた。そのほかに、参加者たちの中ではお茶淹れの経験をすることでお茶淹れに対する全体的な経験を考えるようになり、お茶淹れに対する経験を拡大し、お茶を淹れる時だけではなくお茶を淹れ、飲み終わった時の片付けの時間までも活用できる事に対する要望もあった。

このような点から、お茶商品サービスの観点から見ると「HIRAKUMADE」のお茶サービスはまだユーザーエクスペリエンスが浅いと言える事ができ、ユーザーにより多様で幅広くお茶淹れに対する全体的な新しい経験を届けるためには、多様な時間が活用できるように様々なお茶商品の開発が行われる必要性があり、アプリケーションのユーザーインターフェースなどに対する改善と追加機能の開発への取り組みが必要であると考えられる。

## 第5章

# 結 論

本研究ではお茶淹れの時間を日々の出来事を作成する日記などの記録経験をその時間として活用することができるお茶商品とアプリケーションサービスを結合する事で新しいお茶淹れ経験が可能になり、お茶を淹れて飲む事に本来のお茶が持つ「日常生活に置ける有意義な時間設ける」という価値を届けてくれるコンセプトを持つ「HIRAKUMADE」のサービスをデザインし、サービスの有効性について検証を行なった。

そのために本研究では関連研究を行い、実際様々なお茶に関連するフィールドワーク調査へ赴き、その結果から得られた知見からコンセプトを達成するための4つの軸を設定し、「HIRAKUMADE」の制作にあたった。「HIRAKUMADE」はこのようなプロセスを持つ。お茶を淹れるために必要な道具であるタイマー機能を活用した HIRAKUMADE アプリケーションを使い、手軽にお茶淹れができるようにデザインされた HIRAKUMADE 茶にお湯を淹れる時間の中でサービスを利用する人は日々の出来事やその時の気分などの記録を残す時間を設け、その後にお茶が出来上がったメッセージが表示されると美味しいお茶を飲む事ができる。そのため「HIRAKUMADE」ではお茶を淹れる人に手軽な淹れ方が実現できるお茶商品を製茶専門家の協力をもらいデザインし、手軽なお茶淹れと新しいお茶淹れ経験が実現できるアプリケーションサービスをデザイン、制作した。

「HIRAKUMADE」を用いてサービスの有効性を検証する検証実験では、コンセプト達成のための4つの軸に基づき観察とインタビュー調査を行なった。その結果、それぞれ異なる人々の生活パターンの中で自分なりの「HIRAKUMADE」の使用法と目的を自然とつくる事で自ら日常生活にお茶淹れを繋げる成果を得る事ができた。さらに、全員の参加者がお茶淹れをする時、日記などを作成する事で日々の

時間を振り返って見たり、考える事ができた事から、最終的に「HIRAKUMADE」サービスを利用する事で従来のお茶淹れ経験とは異なった、お茶淹れの時間を日記などを作成する時間として活用する事でお茶淹れの時間を日常生活に置ける有意義な時間として活用できる事を証明する事ができた。

## 今後の展望

本研究でデザインした「HIRAKUMADE」は、日本で最も日常的な飲み物であるお茶が持つ健康以外の有意義な時間を設けるといふ本来の価値を現代のお茶を飲む人々に届ける事を目的として行われてきた。しかし、現代ではこうやって物事、もしくは文化が持つ本来の有意義な価値が薄くなっていく場合が多い現状を抱えている。このような現状に対して、本研究に置ける実際の物とその物が持つ価値を活用するメディアサービスという2点を利用すればこうやって薄くなっていく有意義な価値を持つお茶に活用する事が可能である事を明確にする事で、お茶のみならず、様々な物事、もしくは文化をより人々に伝えていく事ができるだろう。また、このような本来の価値が薄まっていく事への再定義と拡張は様々な産業や地域にも貢献できる事が可能であると考えられる。

## 参 考 文 献

- Chacko, Sabu M., Priya T. Thambi, Ramadasan Kuttan, and Ikuo Nishigaki (2010) “Beneficial effects of green tea: A literature review,” *Chinese Medicine*, Vol. 5, No. 1, p. 13, Apr.
- Christine Milligan, Anthony Gatrell, Amanda Bingley (2005) “Digging deep : Using diary techniques to explore the place of health and well-being amongst older people,” *Social Science & Medicine*, Vol. 61, No. 9, pp. 1882-1892.
- van Grinsven, Bo and Enny Das (2016) “Logo design in marketing communications: Brand logo complexity moderates exposure effects on brand recognition and brand attitude,” *Journal of Marketing Communications*, Vol. 22, No. 3, pp. 256-270.
- Lifehacker (2012) 「Keep a Daily Food Diary to Track Your Diet, Lose Weight, and Build Healthy Habits、Lifehacker2012年11月30日掲載(最終閲覧:2018年06月09日)」, , <https://lifehacker.com/5964540/keep-a-daily-food-diary-to-track-your-diet-lose-weight-and-build-healthy-habits>, 11月.
- Singh, Satyendra (2006) “Impact of color on marketing,” *Management Decision*, Vol. 44, No. 6, pp. 783-789.
- Ullrich, Philip M. and Susan K. Lutgendorf (2002) “Journaling about stressful events: Effects of cognitive processing and emotional expression,” *Annals of Behavioral Medicine*, Vol. 24, No. 3, pp. 244–250, Aug.
- 岡倉天心 (2008) 『茶の本』, Ibcパブリッシング, 179頁.

農林水産省 (2009) 「茶をめぐる情勢、お茶の基本情報 2009 年 06 月掲載 (最終閲覧 : 2018 年 06 月 17 日)」, 06 月.

農林水産省・安全局消費・安全政策課 (2006) 「平成 17 年度食料品消費モニター 第 2 回定期調査結果、食料品消費モニター調査結果 2006 年 10 月 13 日掲載 (最終閲覧 : 2018 年 06 月 17 日)」, 10 月.

服部 ユカリ 齋藤 美華 (2005) 「前期高齢者の「お茶飲み」がソーシャル・サポートと主観的幸福感および交流の充実感に及ぼす影響」, 『日本地域看護学会誌』, 第 7 巻, 第 2 号, 41-47 頁.

# 謝 辞

本研究の進行と論文の執筆にあたり、幅広い知見からの的確な指導と提案、そして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岸博幸教授に心から感謝いたします。Creative Industryにて岸先生の下で研究できた事を常に誇りに思い、今後もCreative Industryの一員として常に頑張ってお参ります。

研究の方向性や可能性への助言はもちろん、私個人の将来へのアドバイスや応援までいつも心温かく見守ってくださった慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の古川享教授に心から感謝いたします。サムさんを尊敬する一人として残れる事を誇りに思っております。

研究指導や論文執筆はもちろん、お茶に対する深い知見から常に的確な助言をいただき、フィールドワークや様々な経験をさせてくださった慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の加藤朗教授に心から感謝いたします。

プロジェクトを進める上で、様々な知見と経験からアドバイスをいただいた杉山結さんに感謝いたします。また、本研究を進める上で、お茶に対する幅広いご協力をいただきました静岡県茶の町の前田富佐男さん、山梨宏之さんに感謝いたします。

そして、KMDにて研究するきっかけ、応援をいただきました女子美術大学芸術学部アート・デザイン表現学科メディア表現領域の内山博子教授に感謝いたします。また、学部から大学院生活まで幅広い知見と経験からアドバイスと応援をいただきました女子美術大学・評議員の為ヶ谷秀一先生に感謝いたします。

幼い頃から現在に至るまで私の希望を第一に尊重し続け、いつも心温かく支え見守ってくれた祖母と祖父、そして父と母に心から深く感謝いたします。また、いつも姉の事を思い応援をしてくれた妹、弟に感謝いたします。

最後に、私に初めて言葉を教えてくれた初めての勉強仲間であった曾祖母に心から深く感謝いたします。