慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	展示会体験を中心とした感想交換を行うUXによる、展示会の思い出をリッチにするサービスのデザイン
Sub Title	Service design to which enrich memories of exhibitions by UX which exchanges impressions centered on exhibition experience
Author	永松, 健志(Nagamatsu, Takeshi) 稲蔭, 正彦(Inakage, Masahiko)
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696号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002018-0696

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

展示会体験を中心とした感想交換を行うUXによる、展示会の思い出をリッチにするサービスのデザイン

慶應義塾大学
大学院メディアデザイン研究科

永松 健志

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。

永松 健志

研究指導コミッティ：

稲蔭 正彦 教授　(主指導教員)
奥出 直人 教授　(副指導教員)

論文審査委員会：

稲蔭 正彦 教授　(主査)
奥出 直人 教授　(副査)
石戸 奈々子 教授　(副査)

修士論文 2018 年度

展示会体験を中心とした感想交換を行うUXによる、展示会の思い出をリッチにするサービスのデザイン

カテゴリ：デザイン

論文要旨

本研究では既存の展示会やアートに関わるコミュニティの敷居の高さに不満を感じ、アートそのものについて語るのではなく、展示会に行くという体験の共有に注目することで、今まで共有されてこなかった、カジュアルにアートを見るユーザーの感想共有を目的とし、思い出をリッチにするサービスのデザインを行なった。

あえて、展示会に行った人しか感想を閲覧・共有できないシステムにすることによって、既存SNSでは投稿するのことをはばかられていた、行ってない人にはわからない感想を喚起することに成功し、その上で、ユーザーにとって興味のある人によって書かれた感想を読むことで、ただ知らない人の感想を読むよりずっと、共感したり楽しくなったりする効果が得られることを検証した

キーワード：

美術館, SNS, セグメンテーション, 感想共有, 思い出, アート鑑賞

慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科

永松 健志

Abstract of Master's Thesis of Academic Year 2018

Service Design to Which Enrich Memories of Exhibitions by UX Which Exchanges Impressions Centered on Exhibition Experience

Category: Design

Summary

In this research, I felt dissatisfied with the height of the threshold of communities related to existing exhibitions and art. Rather than talking about art itself, by paying attention to sharing experiences of going to the exhibition aim to share feelings of users who see casual art, which has not been shared so far, to provide services that make rich memories Design was done.
By not allowing people who went to the exhibition to share/view their impressions, I made people write what they usually do not write in SNS such kind of impression. On top of that, by reading comments written by someone who is interested as a user, it has been verified that by sympathizing with reading comments from unknown people, it becomes interesting.

Keywords:

Museum, SNS, Segmentation, Impression Sharing, Experience, Art Appreciation

Keio University Graduate School of Media Design

Takeshi Nagamatsu

目　　次

第 1 章　Intro **1**

1.1. 研究背景 1

1.1.1　Then プロジェクトについて 3

1.1.2　筆者の貢献について 3

1.1.3　共同研究者の貢献について 4

1.2. 研究目的 4

1.3. 論文構成 5

第 2 章　Related-Works **6**

2.1. 体験を共有するサービス 7

2.1.1　Instagram、Facebook を使って人と体験を共有する 7

2.1.2　Twitter を使って同じ趣味や体験の人とつながる 10

2.2. 体験ベースの導線デザイン 13

2.2.1　記録媒体としての位置情報サービスから体験を考える . . . 13

2.2.2　アクションを記録する媒体としての食ベログ / AirBnB . . 14

2.3. 同じ体験をした人と繋がるサービス 16

2.3.1　美術館主催の展示会のツアーの取り組みと敷居の高さ . . . 16

2.3.2　ターゲットは感想共有サイトの感想が読みたいか 17

2.3.3　Filmarks で体験の感想を共有し続ける 18

2.4. まとめ 20

2.4.1　本論文の貢献する領域 20

第 3 章　Implementation **22**

3.1. 提案の方向性 22

3.1.1 ターゲット設定 22
3.1.2 提案の方向性の検討と考察 23
3.1.3 体験の共有の有効性を確かめる実験 27
3.2. UX のデザイン 29
3.2.1 オンライン上に、展示会の雰囲気を持ち込む 29
3.2.2 興味のある人の感想が、展示会の後から見られる仕組み . 31
3.2.3 展示会の雰囲気を持ち込む 32
3.3. まとめ 34
3.3.1 ユーザーのワークフロー 34

第 4 章 Proof of concept 35
4.1. 実験の概要 35
4.1.1 基本的な検証実験用 UI のデザイン 35
4.2. 実験 A 39
4.2.1 実験フローの解説 39
4.2.2 第 1 実験 A さん 46
4.2.3 第 2 実験 B さん 50
4.2.4 第 3 実験 C さん 54
4.2.5 第 4 実験 D さん 58
4.2.6 実験 A まとめ 62
4.3. 実験 B 63
4.3.1 一連の実験のフローの解説 63
4.3.2 単一の実験のフローの解説 65
4.3.3 1 人目 E さん 70
4.3.4 2 人目 F さん 72
4.3.5 3 人目 G さん 74
4.3.6 実験 B まとめ 76
4.4. 2 つの実験のまとめ 77

第 5 章　Conclusion **80**

5.1. 展望 80

5.1.1　展示会の感想を見る前にどれぐらい感想が観られるか . . . 80

5.1.2　ユーザーにたくさん書かせる 81

5.1.3　Then をマネタイズする 83

謝辞 **85**

参考文献 **86**

付録 **87**

A.　Then UX のストーリー 87

図　目　次

2figure.1.1
2.1 Instagram 7
8figure.2.2
2.3 Twitter における趣味のアカウント 10
10figure.2.4
2.5 同じ体験をしていない人の投稿 11
2.6 Google Map に適した美術館への感想の書き方 (展示会について書かない) 13
2.7 アクションに対しての記録 14
2.8 ギャラリートーク 森美術館 16
2.9 Artagenda とその感想例 17
2.10 カジュアルな投稿 18
2.11 Filmarks 19
2.12 友達のアクティビティ 20

3.1 レアンドロ・エルリッヒ展：A さん と B さん 27
3.2 作成したペルソナ 29
3.3 ビーコンを使ったプッシュ通知 30
3.4 あとから感想を見る仕組み 31
3.5 既存 SNS での感情の動き 32
3.6 Then での感情の動き 32
3.7 友達のアクティビティ 33
3.8 単体の UX フロー 34

3.9 全体の UX フロー 34

4.1 チェックイン 36
4.2 記録を書く UI 37
4.3 興味のある相手の感想を読む UI 38
4.4 チュートリアルの UI 41
4.5 機能紹介の UI 42
4.6 展示会に入場し、チェックインする 43
4.7 書くか書かないかを選ぶ 44
4.8 感想を書く 45
4.9 ”友人の感想” 45
4.10 A さん用の友達の文章 47
4.11 作品を鑑賞する A さん 48
4.12 B さん用の友達の文章 51
4.13 フェルメール展 52
4.14 C さん用の友達の文章 55
4.15 前日にスマホを水没させた C さん 56
4.16 D さん用の友達の文章 59
4.17 民藝展と D さん 60
4.18 3 人まとめた実験フロー 64
4.19 Then 世界観の理解 66
4.20 友達のアクティビティ 67
4.21 「Facebook 上の友達が感想を書きました」 68
4.22 民藝展と E さん 70
4.23 夜のミッドタウン 72
4.24 民藝展と G さん 74

第 1 章
Intro

1.1. 研究背景

近年、世界中でアート人口は増加傾向にあり、日本もその一途を辿っている。沢山の人が新たにアートに触れ、新しいアートイベントが行われるようになり、SNS の普及や映像技術なども含め、年々その勢いは増している。
しかし、アートを取り巻く環境は十分に整備されてるとは言い難い。
例えばアートを共有するコミュニティなどである。美術館の感想を共有するためのサイトはいくつかあるが、筆者が考えるに「美術館の感想」と聞くと、なんとなく「アートに対しての批評」という意味を連想しないだろうか。
アートの感想を共有するためのサイトは、主に作品や展示物の良し悪し、好みの話が書いてあり、批評を行い合う場所となっている。しかし、全てのユーザーがアートをそのような批評で楽しんでいるわけではなく、むしろ少数だろう。それらのサイトがあまりユーザーを確保できていない点からも、需要は少数であると推測できる。

マイボイスコム株式会社の行った[1]、男女約 12,000 に対して行われたアンケートでは、美術館に行く理由の 1 位に「ゆったりした時間を過ごすことができる」4 位に「非日常を味わえる」5 位に「なんとなく」との回答が続く。

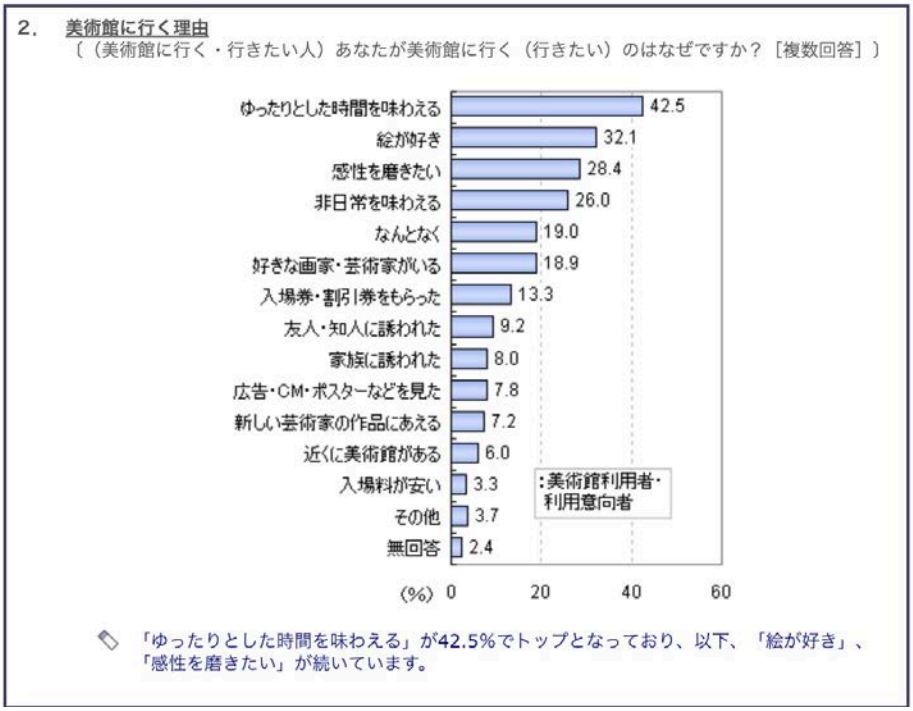


図 1.1 美術館に関するアンケート[2]

恐らく、それらの人は「アートを理解しよう !· 批評しよう」と考えているのではなく、「アートを見て楽しい」「なんとなく考えるのが好き」「美術館の雰囲気が好き」[1] のような、もっとカジュアルな感情で美術館を楽しんでいることだろう。

1 インターネット調査（ネットリサーチ）会社

2 [出典] マイボイスコム,2019/1/28,「美術館に関するアンケート」
Retrieved from URL : http://www.myvoice.co.jp/biz/surveys/11410/index.html

例えば、美術館の作品に加え「誰かと美術館に行った」ことや「美術館の帰りにカフェで素敵なランチをした」ことなども美術館の体験と一緒に楽しんでいるだろう。であれば、それらの感想を共有するのに向いていない現在の感想共有サイトは、事実として敷居が高い。有り体に言えば「展示会の体験を中心としたゆるいコミュニティ」ぐらいのものが求められているのではないだろうか。

展示会の感想共有がもっと親しみやすいものになれば、今までになかなか投稿しなかったユーザーが、さながら自分たちの日記の代わりのように、展示会の体験を共有するようになるだろう。

本研究で提案するサービスのターゲットは、アートをカジュアルに楽しむ人たちである。アートを理解しよう！と熱心に研究するのではなく、もう少し”ゆるい”「なんとなく美術館が好き」「なんとなくアートが好き」と感じる人たちだ。

1.1.1 Thenプロジェクトについて

「Then」は、スウェーデンの通信事業会社エリクソンの支援のもと、展示会で得られる経験価値の向上を目的としたサービスをデザインしようというプロジェクトである。筆者達は展示会にまつわる行為の中で、特にそれらに行った後の感想を記録につける行為に着目した。なお、Thenとは筆者達の提案するサービスの名前でもあり、以後本論文で記述されるThenはサービスの名前として扱う。

1.1.2 筆者の貢献について

筆者が行ったのは、「展示会に行ったターゲットの思い出をちょっとよくするためには、何をデザインすればいいか」という研究である。その上で提案するコンセプトは、「展示会に行ったことを中心に感想共有を行うUXをデザインし、興味ある人物との展示会に関する感想交換を可能にすることで、展示会に関する思い出をよりリッチにする」というものである。本論文を通して、展示会を中心としたデザインの説明、およびThenトータルのUXUIを提案する。

【展示会】
本論文では便宜上、「国立新美術館」「原美術館」「Bunkamura ミュージアム」のように美術館と明示されているもの、「Good Design Award」「六本木アートナイト」「Tokyo Design Week」のようなデザイン・アートイベント、「国立科学博物館」「Intermedia Tech」のような博物的展示等を総称して、展示会と記述する。また提案の特性上、語られる美術館及び博物館等に関しては期間限定の企画展を想定してデザインが行われており、常設された作品・展示を中心にデザインしてないことを明記しておく。

1.1.3 共同研究者の貢献について

筆者の共同研究者は、「展示会で作品を見た時にしばしば起こる、何かを感じているが、その感じたものをうまく表現できず、結果として記録することも共有することもできない」という問題についての研究を行い、その解決としてユーザーの表現のサポートをする「感想表現サポートツール」を提案した。本研究は、筆者の共同研究者の提案する「感想表現サポートツール」に関連する部分が多々あり、ThenUX の最終的な形はそちらの提案を含んだものとなる。筆者の研究は、そちらの研究なしに成立するものとして行われたが、そちらと合わせることによって、より効果的な UX となるだろう。それに関しては若干 5 章で言及することとする。そちらに関しての情報を希望する場合は、筆者の共同研究者 卓映萱の論文 [感想を上手く言葉で表現できない人のための感想表現サポートツールのＵＸデザイン] を確認していただければ幸いである。

1.2. 研究目的

本研究を行うことで、展示会に行くユーザーの思い出をリッチにできると考えている。また、この研究を行うことで、展示会体験後にも展示会の雰囲気そのままに展示会を楽しむことができるようになり、あるいは、今まであまり共有されてこなかった、アートをカジュアルに楽しむユーザーの感想が投稿されるようになる。加えて「期間限定のイベントに対する記録」を可能にするプラットフォー

ムのデザインを行うことによって新たなマーケティング・展示会デザインなども可能であると考えている。

1.3. 論文構成

本論文は 5 章構成である。続く 2 章では、「THEN」のトータル UXUI デザインに関する先行事例を説明することで Then のコンセプトと本論文が社会的に与える貢献を説明し、3 章では、コンセプト実現のためのデザインおよび、デザインのために行われた予備実験や考察について紹介する。4 章では、コンセプト検証のため、デザインをプロトタイプという形で実装し、その上で行われた検証実験と、その考察を行う。5 章では、以上からなる本論文の結論及び将来への展望について述べる。

第 2 章
Related-Works

本章では、Then のトータル UXUI デザインの先行事例となる「体験を共有するサービス」「体験ベースのユーザー動線デザイン」「同じ体験をした人と繋がるサービス」という 3 種類の事例を紹介することで Then のコンセプトと本論文が社会に与える貢献を説明する。加えて ThenUX の関連研究の一つである「感想表現サポートツール」について言及することで、想定している ThenUX の理解の為の補足を行い、3 章で行われるコンセプト実現のためのデザインの先駆けとする。

展示会に行ったことを中心に感想共有を行う UX をデザインし、興味ある人物との展示会に関する感想交換を可能にすることで、展示会に関する思い出をよりリッチにする

2.1. 体験を共有するサービス

Facebook、Instagram、Twitter、現在では自分の体験を共有できる SNS のサービスは数多く世の中に存在する。本節では、それらのサービスの説明を踏まえながら、展示会に行く人達は体験を共有できる相手を求めていること、そして共感できる相手と会話したいこと、その用途での既存 SNS の限界と、それを踏まえて安定して共感できる相手と繋がることの必要性を提示する。

2.1.1 Instagram、Facebook を使って人と体験を共有する

図 2.1 Instagram

Facebook / Instagram は、体験を共有することができるサービスである。日常散見される投稿のほとんどは体験したことについてであり、この二つは毎日の体験を残すサービスとして最大勢力とも言える。

Tokyo Art Beat の調査では、鑑賞後の感想共有について聞いたところ、半数以上の人が SNS （Twitter、Instagram、Facebook 等）を使ってシェアすると回答した。それ以外、会った人や LINE などのメッセンジャーで、コミュニケーションのきっかけとして直接感想を共有する人はおよそ 4 割を占めている。

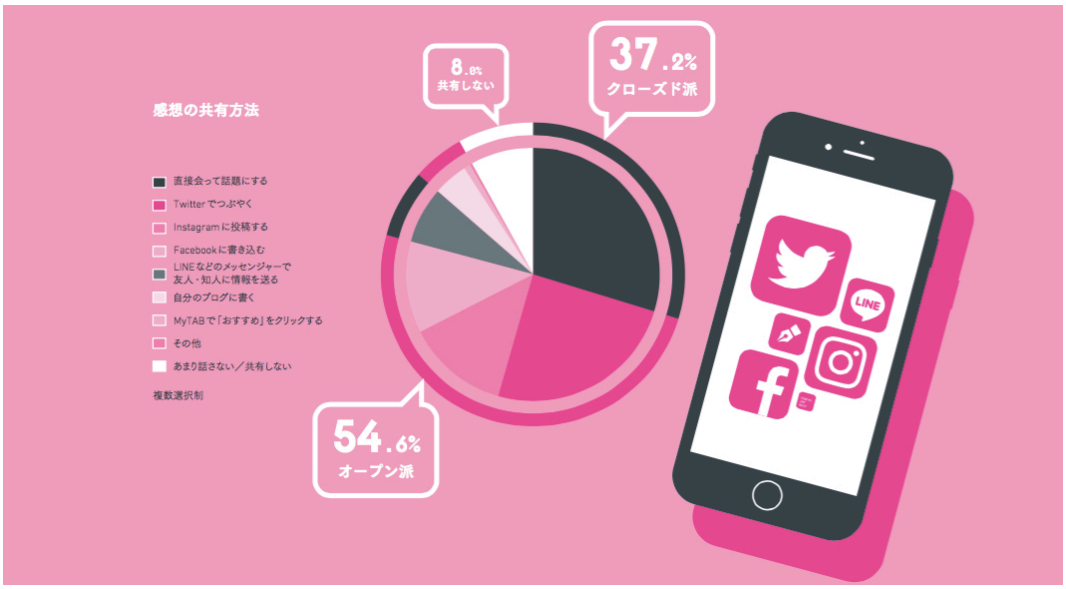


図 2.2 鑑賞後の感想共有[1]

SNS に残さない人が 4 割いる理由はなんだろうかと疑問を持ち、筆者が周りの展示会に行く人達にヒアリングを行ったところ「Facebook や Instagram に投稿してもわかってもらえない」という理由があげられた。
基本的にユーザーは自分が投稿するものを他人に共有したいしてもらいたいと思っている。端的に言えば、自分の投稿にいいねや Like が沢山欲しい。筆者自身も展示会などについて「これはいいねがもらえないだろう」と投稿しなかった経験がある。

一方で、投稿を見たユーザーがいいねを押す理由は、現実のしがらみを含めた人付き合いを除けば、体験を共有できた、ということでもある。展示会で見たものや、作品への解釈、そこで発生したディープな感情が含まれた投稿に他のユーザーが共感するためには、同じ体験をしている必要がある。つまり同じ展示会に行っている必要がある。

1 [出典]Tokyo Art Beat ,2019/1/28,「オンラインアンケート結果発表！アートイベント、どう見に行く？」
Retrieved from URL : http://www.tokyoartbeat.com/tablog/entries.ja/2017/09/questionnaire-tokyo-art-goer-research.html

Instagram と Facebook は現実の友人と繋がる側面が強いため、必ずしも似たような価値観、共通の趣味を持っているわけではない。当然同じ展示会に行った人達だけで構成されているわけでもない。
ディープな投稿はなかな共有由来のいいねを押されることはなく、場合によっては現実の知り合いということで、中身をろくに読まずにいいねをつけることすらあるだろう。それでも時折、たくさんの共感が得られるトピックがあるかもしれない。しかし、それは自分の見た展示会と自分の Instagram や Facebook 上の友人の趣味嗜好がたまたま近いだけで、常に起こるわけではない。
これは展示会に限らず、アーティストのライブ、講演会など、何かのイベントであればほとんどの場合、趣味嗜好に類するものでは、おおよそ起きうることである。そこでの体験や発生した感情などを Instagram や Facebook に投稿したところで、大半のユーザーはそのコンテクストに共感することができない。それによって、ユーザーはみんなにわかってもらえないからいっその事共有しない、という選択をする。

まとめると、Instagram と Facebook は趣味や体験ごとのセグメンテーションがされているわけではないので、ユーザーは自分のディープな投稿にあまり共感してもらえない (なので投稿をためらう傾向にある)。もし、同じ趣味や体験をしてる人だけで構成されたコミュニティを用意することができれば、ユーザーは今より多く共感してもらうことができるようになるだろう。

次は、趣味や体験ごとのセグメンテーションがされた例として、Twitter に注目する

2.1.2 Twitter を使って同じ趣味や体験の人とつながる

図 2.3 Twitter における趣味のアカウント

Twitter は日本語にして 140 字のつぶやきを投稿することのできるサービスである。Instagram や Facebook のようにユーザーは体験を残すことができる。

名古屋短期大学で行われた SNS とつながりについての研究 [2] では、Twitter の利用目的は下記のようなデータが出てきた。

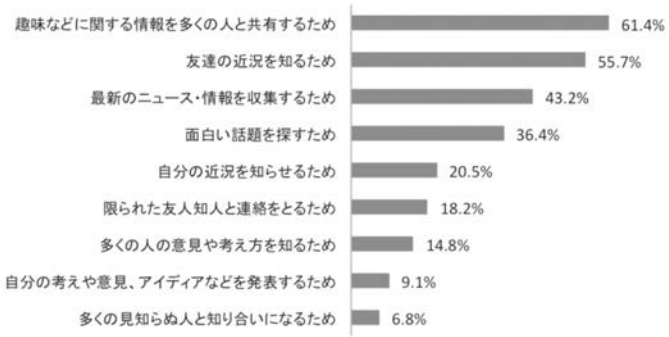


図 2.4 Twitter の利用目的 名古屋短期大学[2]

2 [出典] 名古屋短期大学,2017 55 号, 名古屋短期大学研究紀要 , ソーシャルメディアは新しいつながりを生んでいるのか？ P21 より

Twitter は Instagram や Facebook とやや異なる文化を形成している。
使用目的の 1 番は趣味などに関する情報を多く供するためであり、必ずしも現実の知り合いに向けたアカウントしか作らないわけではない。
ユーザーは用途によってアカウントを分ける傾向にある。例えば、現実の知り合いと話すためのもの、趣味に特化したもの、政治に関して話すもの、インターネット上の知り合いとだけつながる目的のもの、用途は多種多様である。一人が複数のアカウントを持っていることも多く見られる。

つまり、Twitter には自然とセグメンテーションを行ってアカウントを作る文化があるとも言える。当然アートに関して呟くアカウントを作り、同じような指向のアカウントをフォローし、そこで展示会について話すことが可能だ。自分のフォロワーは Instagram や Facebook の友人よりは、高い確率で同じ展示会に行っており、その結果ユーザーは多くの人に体験を共有することができる。

Twitter の問題点は、つぶやきのゆるさからノイズが多いことが挙げられる。

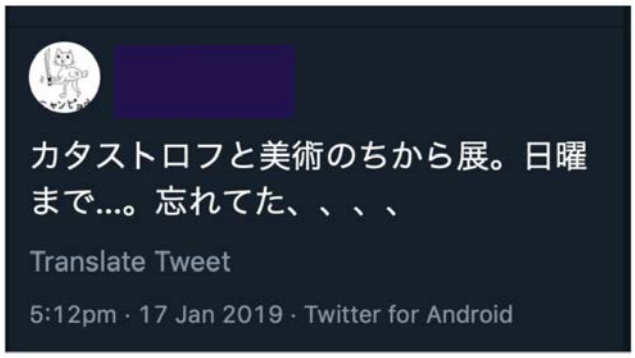


図 2.5 同じ体験をしていない人の投稿

一口に展示会の話をしている、と言っても、ユーザーがキーワードを使っていなかったり、また行ってない人が投稿することもあり、ノイズが多く、行った人と確実に繋がるという点において、検索性が悪いという問題点がある。

また、Instagram,Facebook,Twitter やはその特性上、過去の投稿であればあるほど辿り着くことは難しく、時間とともに相手を探すことが難しくなる。

これらを踏まえ、同じ体験をした人だけが感想を投稿する場を作る必要がある。

次節では、どのような体験をベースにデザインすれば良いかを考える。。

2.2. 体験ベースの導線デザイン

本節では、同じ体験をした人とマッチングする方法として、体験そのものに記録を紐づける必要があることを位置情報サービスについて考えることで明らかにし、その後既存の体験そのものに記録をつけるサービスとの差異について考える。。

2.2.1 記録媒体としての位置情報サービスから体験を考える

Google Map / Swarm / Forsquare は現在地情報をもとに、ロケーションにチェックインするサービスであり、体験ごとに感想を投稿する場である。

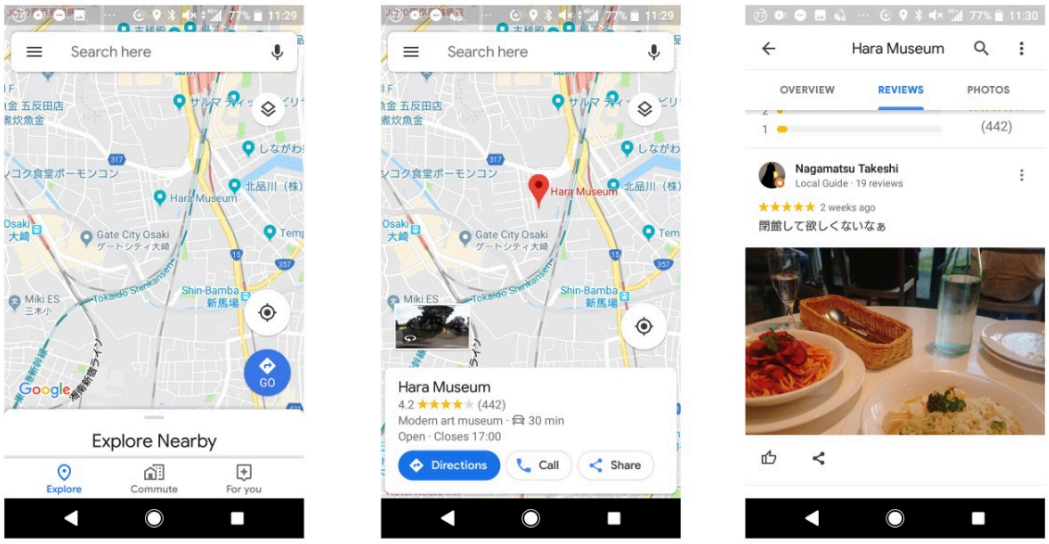


図 2.6 Google Map に適した美術館への感想の書き方 (展示会について書かない)

体験をベースにしているので、同様のシステムを使えば同じ体験をした人とのマッチングが可能だ。東京タワーに紐づけられている感想は、常に東京タワーの感想だ。であれば、美術館に行くたびに google map でチェックインすることで、同じ体験をした人とマッチングすることは可能だろうか？

常設色の強い博物館や、歴史的建造物ならともかく、同じ美術館一つとっても、企画展は常に変わりゆく。一つの場所に複数の種類の感想を記録することはあま

り有用ではなく、保存性、閲覧性としても悪い。時制を伴ってない感想は変わらない建物にのみ有用で、体験できることが激変する企画展とは相性が悪い。

以上のことから、体験の中でも、美術館に行ったというアクションそのものに紐づけて記録をする必要があることになる。

次項では、既存のアクション共有サービスについて分析することで、Then の UX の新しさを示す。

2.2.2 アクションを記録する媒体としての食べログ / AirBnB

図 2.7 アクションに対しての記録

食べログはレストランや居酒屋などのお店を探すことができるサービスである。その上でユーザーはお店に行った体験を、食べたアクションに対しての記録をつけることができる。AirBnB は民泊を探すことができるサービスである。その上でユーザーは泊まった体験を、宿泊したアクションに対する記録をつけることができる。どちらも行動そのものに対する記録をつけられるという点で、Then の目指す形の一つである。

一つ目の違いは、誰のためにサービス上で記録をつけるかという点である。まず、今まで展示会関係関係のアクションをベースにした記録サービスが普及しないのは、既存のサービスとのマネタイズの違いだと推測される。食べログや AirBnB の記録は、お店や宿への入り口 (集客目的) のために使われている。人は評価の高い店でご飯を食べ、評価の高い宿に泊まりたい。お店や宿はそれらの集客のために各サービスを使うことができるので、食べログや AirBnB はお店や宿からお金をもらうことで運営をなしている。一方で、展示会について記録する行為は、展示会に行った本人のためであって、それを見る人のためには書かれていない。展示会に対する記録は、それらに行ってない人にとって、食事や宿泊体験に比べてわかりづらいことも相まって、集客用途には向いていないと推測される。

二つ目は、記録する対象に寿命が存在するという点である。店や宿はずっとあり、展示会は長くても半年程度で無くなる。店や宿のようにずっとある場合、記録は蓄積していき、昨日オープンした店は (経営不振などで店をたたんでいなければ)1 年後に食べログで見たときには沢山のレビューがついているだろう。そしてそれは増え続ける。何らかの理由で食べログ上からそのお店がなくなるか、あるいは食べログがなくなるまで。一方で展示会の記録には寿命が存在する。展示会に関しての記録は確実にイベント期間中に書かれたものであり、たかだか 3ヶ月程度の短いイベント期間中しか記録が増えない。展示会の記録をつけられる期間には実質的なタイムリミットが存在する。

店や宿の記録を見る行為はそれらの評価を知るための側面が強いため、お店や宿がなくなってしまったら価値を失ってしまう。一方で展示会の記録を見る行為は共感のために行われる側面が強い。展示会が終わると同じ展示会に行った人を見つけるのは加速度的に難しくなる。展示会都度都度に記録を残すことができればその終了後にも記録を見つけられるので、時間の経過による難易度の上昇と比例して、サービス内の記録も価値を増していく。

本項では既存事例と Then の UX の差異を示した。次節ではの行動に紐づいて感想を共有する事例について述べ、Then のあるべき方向性を明らかにする。

2.3. 同じ体験をした人と繋がるサービス

本節では、Musemu Note、TokyoArtBeat などの既存の擬似対話が可能なプラットフォームを分析することで、ユーザーの擬似対話のためには、ユーザーが読みたくなる相手によって書かれた文章に出会うこと、投稿数を増やすことで出会う機会を増やすことの二つを、本論文のアイディアの方向性として提示する。それぞれを実現するために体験ベースのデザインが重要という方針を示す。

2.3.1 美術館主催の展示会のツアーの取り組みと敷居の高さ

そのうちの一つが、美術館主催のギャラリートークの取り組みだ[3] 。

図 2.8 ギャラリートーク 森美術館

六本木にある森美術館では、時折、キュレーターと一緒に企画展を回るイベントが開催されている。これは確実に同じ展示会に行った人と出会え (そもそも一緒に展示会を回っているので)、その後体験を共有することができる。

ギャラリートークの問題点は、物理性に伴う弊害と、敷居の高さである。物理的にそのイベントの時に行かないといけないので、自分のタイミングで展示会に行くことができない。あるいはそもそもそのイベントにいけなければ如何しようもない。同様に、他の回を知ることも難しいなどの問題点も存在する。端的に言えばその場に居合わせないとマッチングが発生しないのが問題である。

3 https://www.mori.art.museum/jp/learning/1623/

1章でも述べたが、アートに関するイベントは事実として敷居が高く、これもまた、「キュレーターの解説のもとでアートを楽しもう!」というコンセプトの「アート理解」のためのイベントだ。カジュアルな層にとっては、言うなれば「アート好きサークル」ぐらいのコミュニティが求められているのではないだろうか。

次項でも、既存の展示会行ったことに紐づいて感想を共有するオンライン上のサービスを元に、更に問題点を深掘りする。

2.3.2 ターゲットは感想共有サイトの感想が読みたいか

Artagenda[4]は、アートのイベントごとに感想を記録できるサイトだ。

図 2.9 Artagenda とその感想例

4 https://www.artagenda.jp/

図 2.10 カジュアルな投稿

中にはただの報告のようなものもあり、(そもそもこのようなサイトを使うことがアートに対して強く興味がある点に目をつぶれば)、投稿においての敷居はそれほど高くないだろう。その上で、共有となってくると、もう一つ問題が生じる。

Artagenda は感想共有サイトと言っているが、それを元にコミュニケーションを行うサイトではなく、せいぜい、参考になったことと、Like 的な共感を示すことしかできない。そして、事実として体験の共有はできているが、果たしてユーザーは知らない人の感想を読みたいのだろうか？

1 章で述べた、「展示会の体験を中心としたゆるいコミュニティ」という構想を踏まえると、もう少し SNS ライクなサービスを目指す必要がある。

次節では、既存の体験に紐づいて感想を共有する SNS ライクのサービス事例を見ることで、Then の最終的な UX を明らかにする。

2.3.3 Filmarks で体験の感想を共有し続ける

“Filmarks（フィルマークス）は「いい映画と出会おう。」をコンセプトにした国内最大級の映画レビューサービスです。映画レビューをチェック・投稿できる機能をベースに「映画探し」「観たい映画のメモ・備忘録」「鑑賞記録ノート」「映画の感想や情報をシェアして楽しむコミュニケーションツール」としてご利用いただけます。”

図 2.11 Filmarks

Filmarks[5]には、単純に映画をレビューして自分のために記録する機能の他に、自分の友人の (Twitter や Facebook などを連携して探す)、映画に対する感想や、Clip した (見たいと思った) 映画などを知ることができる。全く知らない人のおすすめした映画に比べて、知り合いであることは大きく「あの人が良いと言ってるなら」と感化されて映画を見る行動は十分にありえるし、自分の知り合いが近日公開予定の映画を Clip してるから誘って一緒に行く、という行動の喚起もありえる。それらの行動は、ユーザーに新たな感情を呼び起こし、ゆるい繋がりの作成や思い出をリッチにすることに寄与するだろう。

Then ではこのような、コミュニケーションを目指すべき「ゆるいコミュニティ」の一つとして、検討する。具体的には、展示会に関する感想を共有したり、行きたい展示会をクリップしたり、友達の感想を読むことで、少しつづ展示会に関する思い出がリッチになる例といえるだろう。Filmarks では友達を中心としてのコミュニティづくりが行われているが、Then では可能であれば知らない人や、あるいは別種のセグメント分けのコミュニティを作りたい。ユーザーがコミュニケーションとりたい相手を、その特性から総称して興味のある人物として扱う。本論文での Then は、友達を中心とした展示会のコミュニティ作りを行なっているが、5 章では別種の興味のある人物について考察を行う。

5 https://filmarks.com/

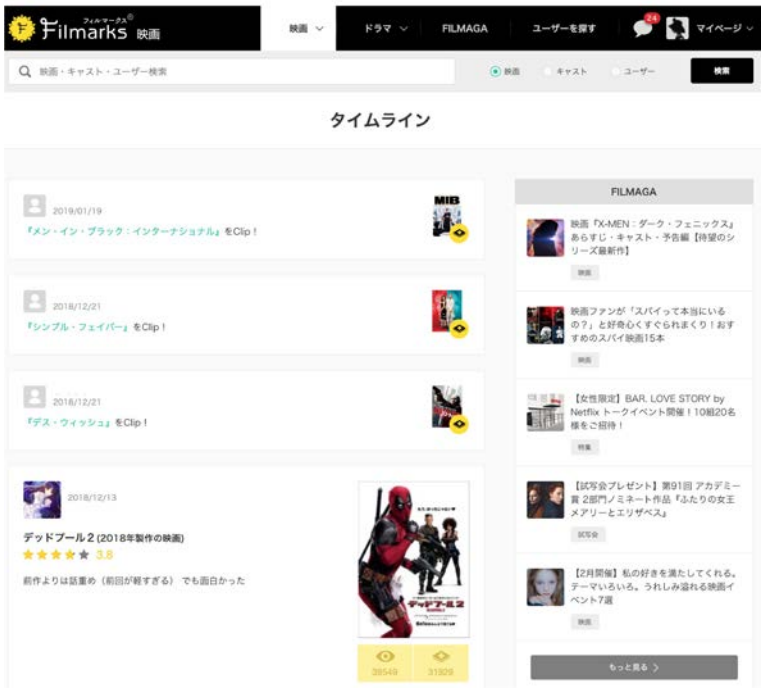


図 2.12 友達のアクティビティ

2.4. まとめ

2.4.1 本論文の貢献する領域

以上 7 つの先行事例から、Then の UX は・Instagram / Facebook に比べセグメンテーションごとの感想共有が可能。・Twitter のように検索時に行った人にたどり着けないようなノイズが発生しない。・位置情報ベースではなくアクションベースで記録を残す。

・既存のアクションベースのデザインとはマネタイズと記録対象の寿命という点で違いを持っていることを意識する。

・既存のアート関係のイベントの物理性に依存する問題点や敷居の高さを取り払う

。・興味のある人を使ったゆるいコミュニケーションが行える

の要素を満たす必要があるとわかる。

それらをまとめると「展示会に行ったことを中心に感想共有を行う UX をデザインし、興味ある人物との展示会に関する感想交換を可能にすることで、展示会に関する思い出をよりリッチにする」というコンセプトになり、この取り組みは新規性を有し、意義のある研究だと主張する。

以上をもって関連研究の紹介を終了とし、次章では ThenUX の目的である、展示会を中心としたゆるいコミュニティ作りを実現する為のデザインについて、説明を行う。

第 3 章
Implementation

本章では、デザインに至るまでの過程の説明、および最終的にデザインしたUXの提案を行う。感想共有することの有用性をそこに至るまでの過程を踏まえながら説明し、サービス全体のUX、およびそのデザインについて話すことで、4章への先駆けとす

3.1. 提案の方向性

本章では設定したターゲットについて、展示会についてのFWを経てアートの後にどんな体験を求めているか。ヒアリングを踏まえターゲットは現状の情報提示に満足しており、具体化には言語化とビジュアル化が存在すること。まとめとして思い出をリッチにするためには感想共有のデザインが必要であるということを説明する。

3.1.1 ターゲット設定

展示会を時折見に行き、カジュアルにアートに触れている層をターゲットとし、彼らがアートを見る時にもっと理解が深まるようにしたいと考えた。

彼らは傾向として、・“アートをわかりたい!”と向上心を持ってアートを見ているではなく、自分が知っている作品、アーティストのものを見ることや、そこで何かを考えること自体に楽しさを感じていて、いろんな方法でそれぞれ楽しんでいる。

・展示会での感想Facebookや Instagram、Twitterに書くことはあるが、本当は

もっといい方法で記録をつけたい。なおかつ時々振り返りたいと感じている。
・自分の意見を言うことに抵抗があり、その点でもなかなかSNSなどで自分の考えてることを投稿しない。それも踏まえて写真などが多くなる。などの特徴が存在する。

3.1.2 提案の方向性の検討と考察

本節では思い出をリッチにするデザインの取っ掛かりとして、改めて人がどのように展示会に行き、どのように体験や経験を向上させようとしているかについての予備調査をまとめたものとなる。
FW 1 : T さん
T さんは他大の学生であり、筆者がいくつか展示会に誘ううちにアートに興味を持つようになり、最近自分一人でも見に行くようになった。絵画的な美術よりは現代アートを好み、アートを目前にして様々な事柄に思いを寄せることを良しとしている。今回に関しては、筆者側から品川の原美術館で行われた「リー・キット 僕らはもっと繊細だった。」に行こうと提案し、提案したのは筆者であるが、基本的に一人で展示会に来る時のように見て欲しい、と説明して行動してもらった。リー・キット展は現代アートに類する展示で、映像作品が多く、何を意味しているかわかりづらいものが多い。

・T さんは基本的に何も調べないで来場する。最初の部屋で彼の映像作品を見たときに、今日の展示が思った以上にわからなさそうだという予測がつき、展示会場でもらったパンフレットを何度か確認した。何度か繰り返し読むととりあえず展示を見るのに戻った。作品を楽しむのに情報が必要であると示唆される。
・基本的に一人で展示会に来る時のようにみる、という体で観察をしていたが、時折、T さんが理解に苦しむ展示を見たときは、こちら側にどう思うかを聞いてきた。筆者の方が多く展示会に行くため知識に関して信頼されているおかげか、確かに普段もわからないときは聞いてくる傾向にあると感じた。自分が作品についてわからなかった時は自分より詳しいとされる人の意見を聞くことを好むと推測される。

・わからなかったことを人に話すことでスッキリするのだという。基本的に展示会に関しては口頭でシェアすることを選び、仲のいい友人に話す。仲のいい友人が展示会に行っているわけではないが、世間話の一環として聞いてくれている。行ってない友人に対して話したところで、細かい部分までは伝えられないが、多少はスッキリするようだ。

FW 2 : I さん

I さんは他大の建築を専攻する 4 年生であり、普段はあまり美術展に行かないとのことである。建築、その他デザイン領域に関して多少の心得があり、基本的にデザイン一般に対して興味を持っている。今回に関しては I さんが興味を持った展示のなかで、筆者の興味のあった世田谷美術館で行われた「ブルーノ・ムーリ 役に立たない機械を作った男」に行くことにした。なお、I さんはブルーノ・ムナーリの本を何冊か読んでいた。ブルーノ・ムナーリ展はグラフィックデザイン、プロダクトデザイン、近代アート系の展示であり色彩豊かな木製作られた抽象的なものが多い。こちらも、何を意味してるかがわかりにくいものが多い。ただしリーキット展に比べると、ずっと視覚的に楽しむことができる。

・本の中に出てきた特徴的な作品に出会うと、I さんは嬉しそうにしその話をした。知らない作品を見るより知っている作品を見た方が、色々なイメージが湧くらしい。これもまた、作品への印象を強めるのに情報が有用であると示唆される。
・I さんは図録を手に取ると、椅子に座って読み込んでいた。展示会のキャプションなどに表示されず、展示会に関しての図録にしか載ってない話も多いため、以前はよく買っていたとのこと。I さんも作品の写真ではなく、図録を作るために書かれた文章に興味があって読んでいるようだった。周辺知識に関連して、展示会について知ることも、体験を深めるようだ。
・展示会でわからないことがあると、帰った後に調べるタイプで、周辺知識を固めることで、より理解を深めようとしていることがわかった。
・展示会後に筆者とカフェで話をする。あれが良かった、これが良かった、I さん

は色々と感じていたことを話してくれた。

2 つの FW を経て、思い出を深めるのにはいくつかの方向性があるが、その特性上しばしばアートを理解しようとする動きと関連性があることがわかる、しかし改めて体験や経験を深めるためにしていた行動は以下の二つに分類できる。
1. 展示会に関して得られる情報増やす。
展示会前後、あるいは展示会中に情報を増やすことで、アートを理解できるとのこと。このアプローチは、アート自体を楽しもうという方向で、アートの鑑賞体験をカジュアルに楽しむものではないため、本研究の方針とは反する。よって情報を増やしてアートに対しての考えを深めるデザインを目的としない。

2. 展示会で感じてたことを共有する。
展示会後に人と共有する。共有することの目的はいくつかあり、自分の考えていたことをを聞いてもらう、話すとすっきりする、人の考えが知りたい。あるいは、別のタイミングで言っていた人と話をすることで、お互いの思い出を共有したりすることが楽しいとのことである。この方向であれば、アート自体以外に、例えば「カフェに行った」のような思い出を共有することでも楽しむことができる。
Then ではこの方針のデザインを目指す。

3.1.3 体験の共有の有効性を確かめる実験

前節では共有のデザインの必要性について説明したが、改めて、展示会で感じたことの共有することで思い出がリッチになると確認する必要がある。
本節では、同じ展示会に行ったターゲットを計3組、それぞれのイベントに関して最低30分以上の対話をさせ、その後ヒアリングを行った結果について説明する。
本実験では、同じイベントに行った人同士が自分の感想を共有することで、。行われた共有そのものの有効性をより正確に観察するため、対談をする被験者はあえて知らない人同士に設定し、内容が過度に脱線しないよう心がけた。
実験は3組行った。

図 3.1 レアンドロ・エルリッヒ展：A さん と B さん

実験のヒアリングから得られた対話の効果に関する意見を抜粋する。
基本的に全ての意見は複数人から回答を得られ、「行ってない友人より、行ってる知らない人の方がいい」に関しては全員からの回答を得られた

1. 共有する経験を経て気づいたこと
・話をする時は共感を求めている。
・共通の経験をした人と話をすることで楽になった。
・行ってない友人より、行ってる知らない人の方がいい (全員)

2. 共有してよかったと思うこと
・普段あんまり具体的に考えず、話すことによってうまく言葉にできて良かった
・自分が感じていたことを、相手がうまく言語化してくれた。
・新たな意見をもらうことによって、アートを思い出して楽しくなった
・共有したことで、作品に対しての熱が戻った。

3. 共有して困ったこと
・知らない人と展示会の話をするルールだったので続かない瞬間があった
・お互いの価値観や熱量、知識量が違いすぎると共有が難しい

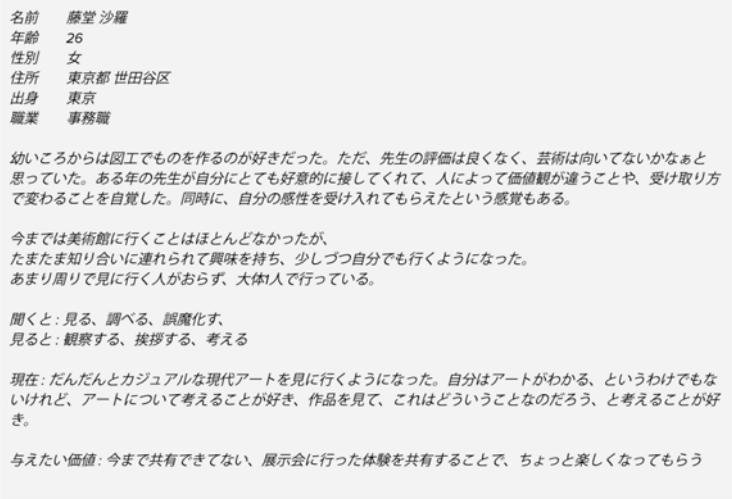
4. 知らない人だったことは共有に影響したか
・人となりわからないので当たり障りのない話しかしなかった
・(実験の都合上) 共通の知り合いがつなぎ入ってたから、した話があった

まとめとして、共有を通して、作品についての熱が戻ってきたり、相手の考えや、その日の行動を聞いて盛り上がったり、あるいは、初対面ながら相手の人となりを知って面白がっていた。つまりアートに関しての部分、そしてアート以上の展示会やその日の行動の部分に関して被験者はそれぞれ面白いと感じており、感想共有をすることで思い出がリッチになった。また、展示会に行ってない知り合いより、行ってる知らない人の方がいい、という意見が得られ、行っている人同士のコミュニティ作りが大事だと判断する。

同時に、会話の難しさがあげられた。同じ体験以上の共通点がないことが原因だろう。総じて知らない人と共有するのは難しく、相性の良い人や、興味ある人との共有が望ましい。

3.2. UX のデザイン

以上の調査を持って、サービスの全貌を考えることとし、まずペルソナを作成した


名前　藤堂 沙羅
年齢　26
性別　女
住所　東京都 世田谷区
出身　東京
職業　事務職

幼いころからは図工でものを作るのが好きだった。ただ、先生の評価は良くなく、芸術は向いてないかなぁと思っていた。ある年の先生が自分にとても好意的に接してくれて、人によって価値観が違うことや、受け取り方で変わることを自覚した。同時に、自分の感性を受け入れてもらえたという感覚もある。

今までは美術館に行くことはほとんどなかったが、
たまたま知り合いに連れられて興味を持ち、少しづつ自分でも行くようになった。
あまり周りで見に行く人がおらず、大体1人で行っている。

聞くと：見る、調べる、誤魔化す、
見ると：観察する、挨拶する、考える

現在：だんだんとカジュアルな現代アートを見に行くようになった。自分はアートがわかる、というわけでもないけれど、アートについて考えることが好き、作品を見て、これはどういうことなのだろう、と考えることが好き。

与えたい価値：今まで共有できてない、展示会に行った体験を共有することで、ちょっと楽しくなってもらう

図 3.2 作成したペルソナ

ユーザーがどのようにサービスを使うか考えるためにストーリーを書き、その後ジャーニーマップを作成した。ストーリーに関しては付録にて添付する。UX 理解のためには是非読まれたい。

改めて、Then の UX の大事な部分をまとめる

3.2.1 オンライン上に、展示会の雰囲気を持ち込む

Then の UX で大事な要素の一つは、展示会に行った人と共有できる相手と話をすることだ。行ってない人に配慮しない、行った人にしかわからない話をするためである。そのためには 2 章で述べたようにも、現在地情報でなく、イベントそのものを記録の対象としなくてはならない。確実に行った人と、というのが条件なので、展示会に行かないとできない/手に入らないものを使って記録のトリガーを作るのが望ましい。

その手段として候補に挙げられるのは

1.Beacon
Beacon は近距離での Bluetooth の通信によって、スマートフォンに直接プッシュ通知などを送る技術である。Line Beacon や iBeacon などが有名だ。最大でも半径 10m ほどの範囲でしか拾うことができず、確実にその場に来たことの証明となる。展示会場のどこか必ず通る場所に置くことで、スマートフォンにプッシュ通知を発信し、それによって、チェックインを行う

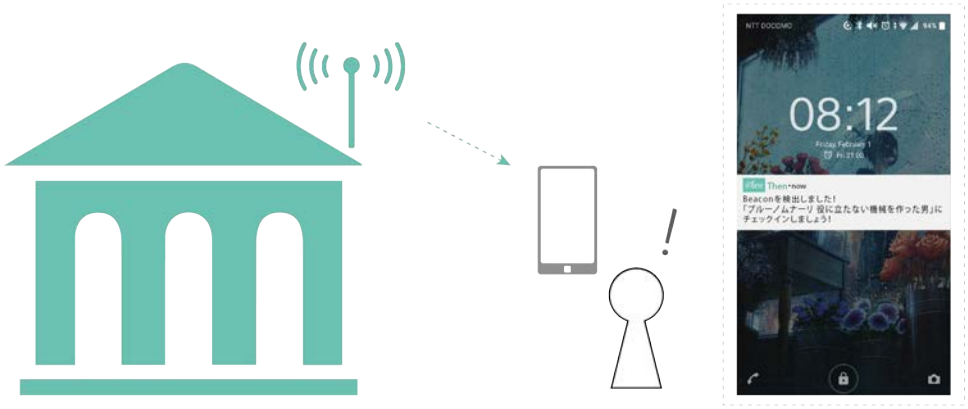


図 3.3 ビーコンを使ったプッシュ通知

2. カメラでのスキャン
現在は OCR(画像認識) 技術が進んでおり、スマートフォンでも十分にカメラに移しているものの判別が可能だ。あるいは画像検索のような類で、カメラからチケットの半券を読み込んで、何の展示会に行ったかを判別する。半券はお金を払わないと手に入れることができず、なおかつ、なんらかの事情でその場で iBeacon を拾えなかったり、チェックインすることができなかったりする場合の代替案として有効だ。さらに、おおよそ展示会と言われるものはチケットを購入する仕組みとなっているので、ほぼ確実に半券が手に入ることもメリットとなる。

これらの二つの手段を使うことで、展示会に行ったことをトリガーとして記録をさせる。

3.2.2 興味のある人の感想が、展示会の後から見られる仕組み

また、共有するときの問題として挙げられるものに、そもそも行ったことを知らないというものがある。普段から熱心に会話する相手ならいざ知らず、自分が意識してないタイミングでその情報を手に入れるのは難しい。Instagram や Facebook を見ているときに、運よく見つける場合ぐらいである。Then では、後に書いた人の感想を前の人に共有することで、後ろの人は前の感想をみる、前の人も後ろの人の感想を見る、という仕組みを取る。これに関しては後ろの人が感想を書いたら、それを前の人に通知をする形で解決をする。

図 3.4 あとから感想を見る仕組み

通常では、自分の言った展示会に対する感想を後から取得することはほぼないため、Then の強みの一つともなるだろう。

3.2.3 展示会の雰囲気を持ち込む

以上の 2 つの要素をまとめると、Then では展示会の雰囲気を持ち込んだまま、興味のある人の感想を見ることができる。下記は感情値のイメージである。通常の SNS では、美術館に行ったのちに、SNS で共有をする。若干のレスポンスがあるが、そもそもさほど気持ちを込めて書いた文章でもないので、それほど感情の動きはない。Then の UX では、自分が感想を書いたのちに、どんどん興味のある

図 3.5 既存 SNS での感情の動き

人の感想が増えていく。既存 SNS と比べて、行った人しか見ないことがわかっているので、自分が行ったことにまつわる話や、自分の気持ちを書くことができる。読み手側としても、単純に SNS に書くような情報の羅列より、ディープな話に触れることができ、思い出がどんどんリッチになっていく。

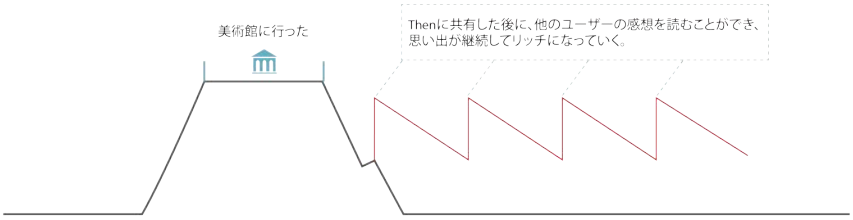


図 3.6 Then での感情の動き

興味のある人物の動向を知る

また、Then ではゆるいコミュニティの作成を目的とし、2.3.3 であげた Filmarks のような、興味のある人物のアクティビティを見ることで、アートそのものだけではなく、展示会に関する思い出や、友達の評価などを由来の行動喚起を試みたい

図 3.7 友達のアクティビティ

3.3. まとめ

3.3.1 ユーザーのワークフロー

以上を踏まえて、Then の UX のフローをデザインする
まずは、興味のある人物の感想を読むことで思い出がリッチになるフロー、

図 3.8 単体の UX フロー

そして、その感想を相互に交換し合うフローである、

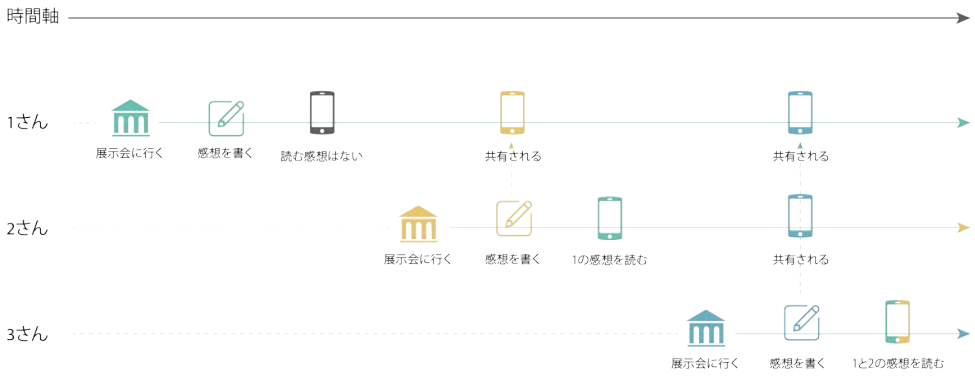


図 3.9 全体の UX フロー

本章では ThenUX のためのワークフローを紹介した。次章では ThenUX の検証実験のためのプロトタイプと、その結果、考察について述べる

第 4 章
Proof of concept

4.1. 実験の概要

本章では 3 章で示したワークフローに添って、実験プランを作成し、検証実験とその結果、および考察を行う。

改めて、本論文においてのコンセプトは、「展示会に行ったことを中心に感想共有を行う UX をデザインし、興味ある人物との展示会に関する感想交換を可能にすることで、展示会に関する思い出をよりリッチにする」というものである

実験 A では、実験 B では、相互に感想を共有しあい、それによってゆるいコミュニティが形成されたかどうかに重点をとする。

4.1.1 基本的な検証実験用 UI のデザイン

設計した UX をもとに UI を作成した。本項ではそれぞれフローを確認する。

【チェックイン】

チェックインは、ユーザーが確実に展示会に行ったことをシステム上で記録（共有）するための仕組みである。イベントごとに記録を行いたいため、会場にビーコンをおいて、近くを通った時にチェックイン用のプッシュ通知を行うことを想定している。なお、ビーコンを置く場所は、チケットを買って、その後入場した後に行うのが望ましく、半券を切る場所や、その後の通路などが良いだろう。

また、今回の実験では行わなかったが、現実にはビーコンのみでしかチェックインできないことは、システムとしての冗長性がなく、いくつかの問題が生じると推測される。代替手段として、チケットの半券を、スマートフォンのカメラを通してチェックインできることとしたい。

図 4.1 チェックイン

1.Then が展示会場にてビーコンを認識する
2.Then からチェックインしてくださいと通知が来る
3. ユーザーが通知を見てアプリを開く (1 枚目)
4. ビーコンを検出しチェックインを促される (2-3 枚目)
5. チェックインしましたと表示。他 SNS へのシェアも提示 (4 枚目)
6. チェックインしたことによりスタンプを手に入れる (5-7 枚目)
7. 記録が書けるようになる (8 枚目)

【記録を書く】

記録はチェックインすることで書けるようになる。そして、記録を書くことで他の人の投稿が見られるようになる。そうすることで、コンテンツを増やしつつ、行ってない人のことを配慮する必要のない投稿が可能となる。また、感想を書いてもらうインセンティブとして、UI 上で、感想を書くことで興味のある人物の感想を読むことができます、と表示することにした。

図 4.2 記録を書く UI

1. 記録を書くことに関してのチュートリアル (1 枚目)
2. 感想を書くことで、表示されてる人の感想が読めることを提示 (2 枚目)
3. それぞれのプロフィールを確認することができる (3 枚目)
4. 記事を書く (4-6 枚目)

5. 記事を書いたことにより表示されている人の感想が見られる (7 枚目)
6, 記事を書いたことによりスタンプを手に入れる (8 枚目)

【興味のある人の感想を読む】
感想を書いたユーザーは興味ある相手の感想を読むことが可能となる。今回の実験では、全部の回において興味のある相手を、実在のユーザーの友達に設定した。これは確実性を期すためであり、事前のヒアリング時に、友達の感想に強く興味を持つ、と判明していたからである。1. 友達が感想を書いていますと表示 (1 枚目)

図 4.3 興味のある相手の感想を読む UI

2. 友達の感想を読む (2 枚目)

なお、今回は 2 種類の実験を行った。
実験 A : 被験者ごとに展示会を選び、展示会に行ったのちに友達の感想を読むことで、どのような変化が生まれるか。友達の感想を読むことそのものにフォーカスを当てた実験である。計 4 回行った。
実験 B : 3 人の被験者を同じ展示会に行かせ、Then の UX 上で感想を読んだり、Then の UX の特徴の一つである、行った後にも感想が増え続けることの効果を検証した。実験 A に比べて、より Then の UX そのものにフォーカスを当てた実験である。計 3 人で一連の実験を行った。

4.2. 実験 A

この検証の最大の目的は、THEN の UX を通して、興味のある人物の体験を読むことで思い出がリッチになどうかを判断することでであり、その他の項目の検証を非優先的なものとする。つまり、ユーザーが記事を読みたくなったか、あるいは自発的に書きたくなったかどうかに関わらず (UX 上は書かないと感想を読めないので) 実験を続行し、ユーザーには必ず興味のある人物の投稿を読ませ、その後ユーザーの思い出がリッチになったかどうかを確認する。
今回は 3 章の UX において説明した、ユーザーがアプリケーションを DL してからアプリを試し、そして次に行く美術館を決めて行くまでの体験などを一切検証しない。

手法としてはアプリケーションの UI を用意し、それを補助としながら実際の展示会鑑賞後に、興味のある人物の感想を読んでもらう。
本研究は質的調査であるため、その実験の評価法とし、Then の UX 上で書かれた興味のある人物の感想を読むことで、ユーザー自身が「展示会に行った人しか通じない話ができた」「興味のある人との繋がりを楽しむことができた」あるいは「感想に刺激を受けて、より思い出や考え方、関係性に少し変化が生じた」、加えてそれらの変化に対してユーザーがポジティブな印象を持つかどうかとする。

4.2.1 実験フローの解説

本項では実際の実験 A のワークフローの説明を行う。

【実験準備】
1. 被験者と相談して美術館を決める
被験者と相談し、被験者の行きたい展示会を選択した。

2. 被験者ごとにコンテンツの調整
被験者ごとに、内容の入れ替えや、インセンティブとして被験者の興味のありそ

うな人の選択、友達の感想を用意した。
興味のありそうな人の選択とあるが、実際の実験 A 時には、インセンティブとして有名人、芸能人、知識人などの感想が読めることを提示するシステムとしていた。ただし、今回の実験はインセンティブの展示によって感想を書く気になったかどうかを検証するものではない。そのため本章では詳しく語らず、5 章の展望にて説明する。

3.Then の世界観を理解してもらう実験より前に、展示会に関する記録がつけられるアプリだと説明として、より雰囲気を理解してもらうため、アプリのチュートリアルのような画面を、AdobeXD を使って作成し、触って動くものを Line 上で URL を使って提示した。なお、現実の状況を鑑みると、ユーザーが細部までアプリケーションを理解していることは少ないため、ユーザー本人が触ってみて、どのような雰囲気かを確認するだけとし、それ以上の説明を行わなかった。

・Then の説明

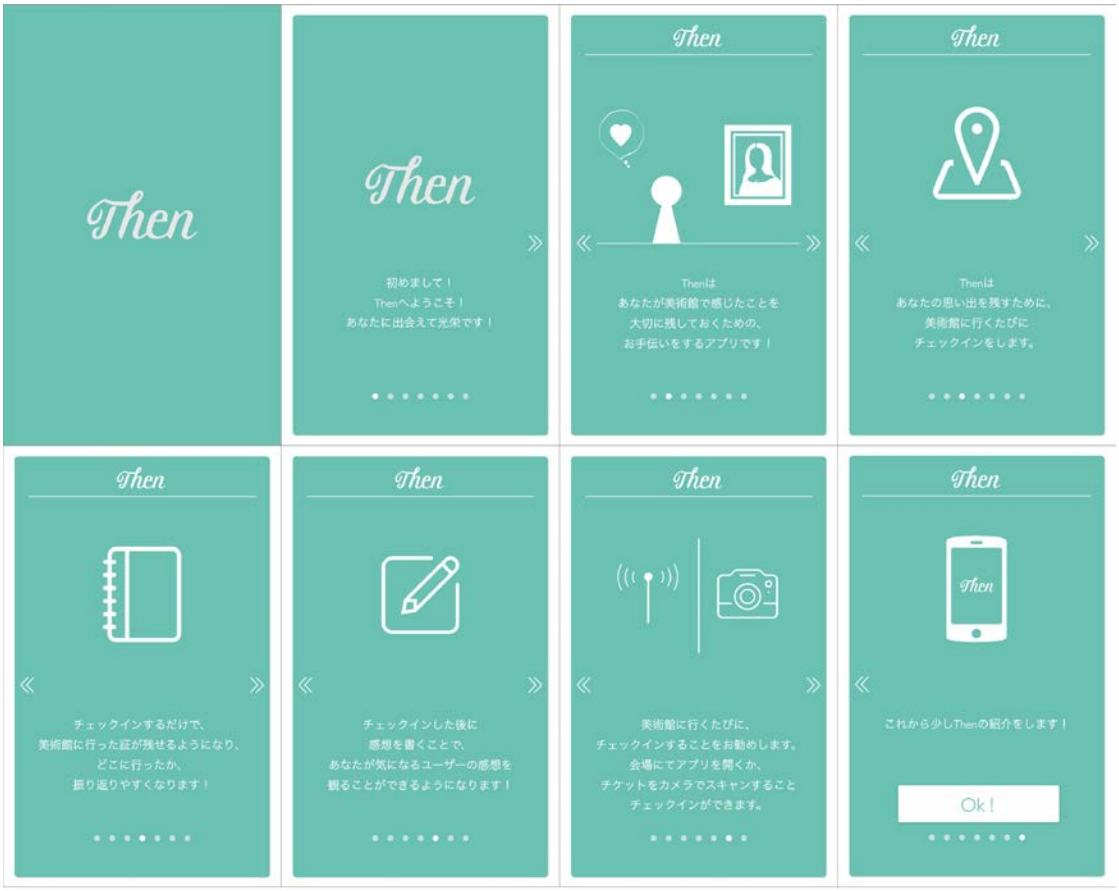


図 4.4 チュートリアルの UI

この UI では以下の事項に関して説明を行った

1.Then は記録を行うアプリであること (3 枚目)

2. チェックインを行うサービスであること (4 枚目)

3. それにより美術館にいったことが管理しやすくなること (5 枚目)

4. 記録をつける事で気になるユーザーの感想が見られること (6 枚目)

・機能紹介

Then の基本的な機能について紹介し、理解を深めてもらう。

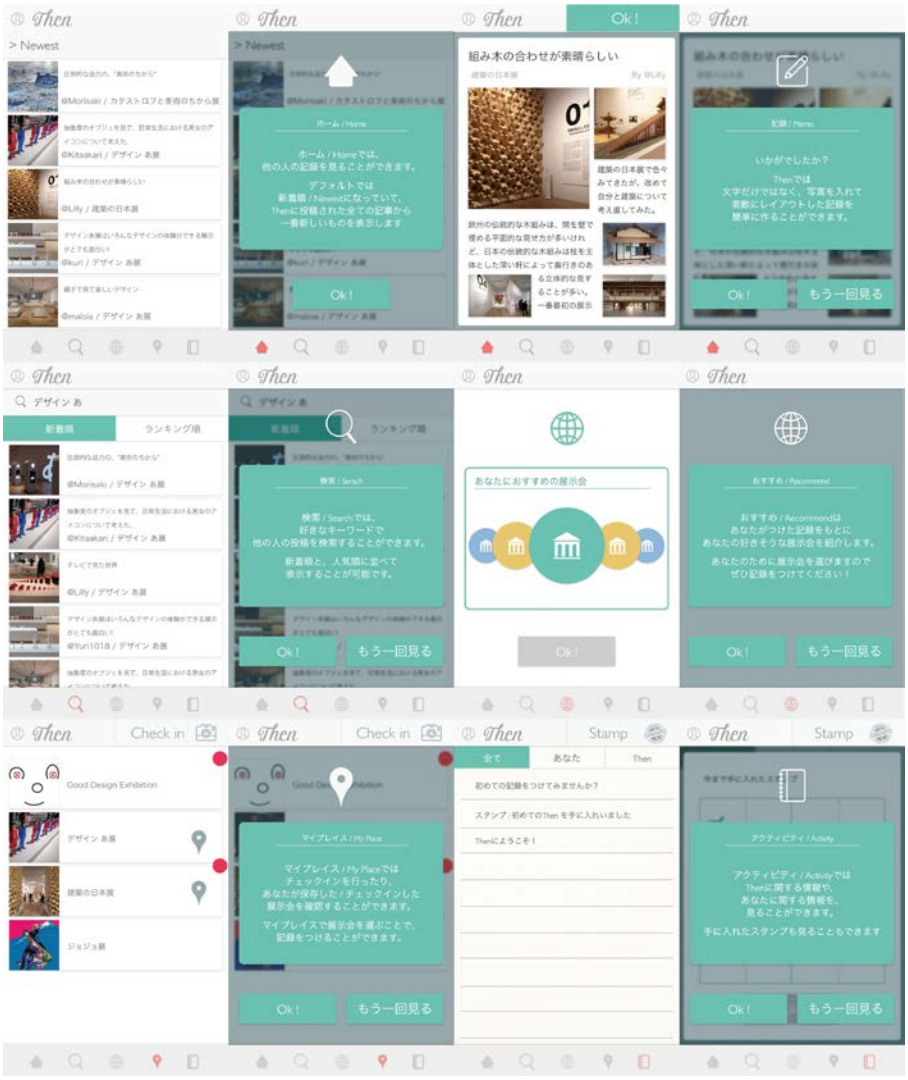


図 4.5 機能紹介の UI

このUIでは以下の事項に関して説明を行った
1. デフォルトの画面、その機能 (1,2 枚目)
2.Then で作成される記録のイメージ (3,4 枚目)
3. 検索機能について (5,6 枚目)
4. レコメンド機能について (7,8 枚目)
5. マイプレイス機能について (9,10 枚目)
6. アクティビティ機能、そしてスタンプについて (11,12 枚目)

【実験】
4. 実験工程の説明
当日直前に、流れについて大まかに説明する。事前のチュートリアルに補足し、展示会に行った記録をつけるアプリである事の確認。チェックインに関するURLをLineで送ることを事前に伝え、通知を受け取る設定であることを確認した。いつチェックインの通知を送るかについては伝えなかった。

5. 展示会へ入場する
展示会場に行き、チケットを購入し、スタッフによるチケットの確認を行い、展示会へ入場をする。

図 4.6 展示会に入場し、チェックインする

6. チェックイン

ビーコン型のチェックインであることを意識して、実際に展示会に入場する瞬間に(概ねチケット確認の瞬間を選んだ)、Line を経由してチェックイン用のデモ URL を送る。その後ユーザーの任意のタイミングでチェックインしてもらう。

7. 展示会を見る

実験を意識せずに自由に見てもらうことで、通常の展示会体験を再現するよう心がけた。そのため誰かと展示会に行った時に起きうることは全て発生する可能性があった。実際の実験中にも、何かの際に被験者が手持ちぶたさになったり、展示会に関係ない雑談などがあったが、これらを一切コントロールしなかった。そのため展示会場での体験にはばらつきがあり、これは鑑賞スタイルや筆者との関係性の個人差によるものである。ただし実験に影響する部分に関しては (主に擬似対話を考慮して) 関係する作品を全て見るよう、それとなく誘導をした。

8. 感想を書くか書かないかの選択

図 4.7 書くか書かないかを選ぶ

書く・書かないという選択肢を提示して、ユーザーが提示されて書きたいと思うかなどを確認した

9. 感想を書く

図 4.8 感想を書く

書いたことによって、ユーザーは 3 人の感想を見ることができるようになる、という流れを説明した。今回実際にはそれぞれの感想を用意しなかった。

10. 感想を読む

“ 友人の感想 ” を読んでもらう。読んでもらって実験終了とする。

図 4.9 ”友人の感想”

【実験後】

11. インタビュー

実験後にいくつかの質問を行った。それらを概ね以下の観点でまとめて記述する。

・Then の UX 上で感想を書きたいと感じたか。　普段は書いているか。あるいは書いていないか。今回書こうと思ったなら、それはなぜか。

・興味のある人物の感想を読みたいと思ったか

　ユーザーにとって興味のある人とは誰なのか。興味のある人、はインセンティブ足り得るか。

・友達の感想を読みたいと思ったか　なぜ読みたいと思ったか。何を期待していたか。知らない人の感想との違いは何か。

・友達の感想を読んでどうだったか　読んだことでどう感じたか。読めたことは良かったか。知らない人の感想だったらどう感じていたか。

・Then の UX について　アプリに対して不満や改善点はあったか、また使いたいと思うか。

・質問や疑問に対しての返答、その他今回の目的などを適宜説明　改めてその目的に対して達成できていたか (今後の参考のため)

4.2.2 第 1 実験 A さん

【被験者説明】

T さん。20 代女性。3 章の T さんと同一人物。T さんは他大の学生であり、筆者がいくつか展示会に誘ううちにアートに興味を持つようになり、最近自分一人でも見に行くようになった。アートに関するリテラシーはそこまで持ち合わせていない。絵画的な美術よりは現代アートを好み、アートを目前にして様々な事柄に思いを寄せることを良しとしている。T さんをカジュアル層だと判断する。

【T さんの選んだ展示会】

建物：国立近代美術館

タイトル：遠くへ行きたい

Web サイトでの説明：
日々の生活の中で、「遠くへ行きたい」という思いが頭をよぎることはないでしょうか。それは決まった目的地があるときであったり、たった今置かれている状況から抜け出したいときであったりもするでしょう。「遠く」という漠然とした単語には、地理的に隔たった場所という意味ばかりでなく、今いるのとは違う場という意味合いも含まれるからです。本企画は、1962 年に生まれた歌謡曲「遠くへ行きたい」（永六輔作詞、中村八大作曲）から着想されました。現代を生きる私たちの心にも深く訴えかける普遍性をもつこの曲は、発表から 50 年以上たってなお、歌い継がれています。ここでは、今いる場所から遠く離れたところへの憧れや、どこか非日常的な空間をさまよう姿などを表した作品を集めました。芸術家たちがどのように「遠く」への思いを表してきたかを見ながら、「遠く」に思いをはせてみたいと思います。

【コンテンツの調整】
1. 興味のある人の調整

3 人の知識人などを選んだ。なお、展示会との関係性を鑑みて、現代アーティスト、俳優、カメラマンを用意した。

2. 友達の文章

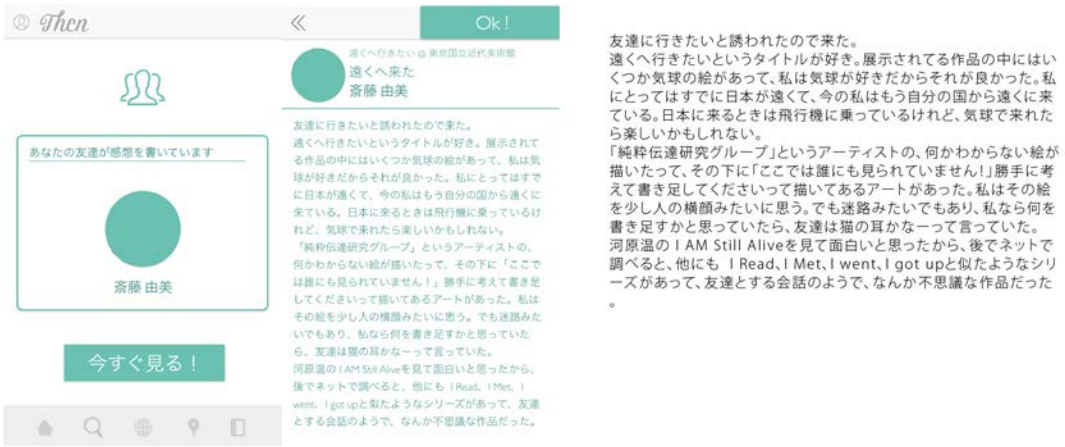


図 4.10 A さん用の友達の文章

【実験】

図 4.11 作品を鑑賞する A さん

実験は予定した流れ通り行われた。しかし、筆者の確認不足により、今回は常設展の一部で行われる小企画展であり、対話性センテンスの内容は小企画展に関するものだけだった。T さんが常設展から見ることを希望し、展示会体験に関するコントロールを基本的にしない予定だったのでそのまま続行した。そのため、小企画展に関する印象が薄くなってしまったことは否めない。同時に行ってない展示会、あまり詳しくない展示会場について、調べただけで感想を作成するという行為には注意が必要であると判明した。Then へのチェックインは、筆者が作品を見ており少しだけ手持ちぶたさになった間に、椅子に座ってスマートフォンを取り出し行なった

Then へのチェックインを行なったタイミング：展示会鑑賞中

The での感想作成：書かない

【インタビュー】
・Then の UX 上で感想を書きたいと感じたか。
書かない。もともと文字で表現するのが得意じゃないし、普段から一切記録していないない。実験時もうまく表現できないと言っていた。

・興味のある人物の感想を読みたいと思ったか
ユーザーにとって興味のある人とは誰なのか。興味のある人、はインセンティブ足り得るか。(筆者のレコメンドした)3 人とも興味がない人だった。ヒアリングしたところ、彼女が友達の他に興味を持つのは好きな歌手などだった。その人が書いていればインセンティブとして足り得るようだ

・友達の感想を読みたいと思ったか
実験とは関係なく、読みたいと感じた。その友達の人となりに興味を持った

・友達の感想を読んでどうだったか
(A さんは) 今回の展示会に対してあまり感情を抱いておらず、友達の感想を読んだ時に、内容と自分の感情の差に悲しくなった。読まなければ良かった、と言っていた。
彼女は、「自分にはわからなかった」というような感情に対しての同意を求めていたものと考えられる。
なお、その後の、知らない人だったらそもそも読んでいなかったし、さらっと流していた、との発言を受け、「思い出がリッチになる」という観点では成功した例と考えている。
のちのヒアリングから、A さんは自分の意見に対して自信を持てない人であり、共有することに抵抗を感じることもわかった。それ以外にも感想の齟齬が大きすぎるとそれを苦痛に感じてしまうユーザーがいるということも留意しておきたい。
A さんはあまり Then に向いていないユーザーだろう。A さんはこのサービスに登録したところで、齟齬に苦痛を感じ、サービスをやめてしまうかもと推測される。

この実験の成否に関しては悩みどころだが、向いていないユーザーの例とし、失敗と判断する。

・Then の UX について感想を記録するアプリ、他の人の感想を読むアプリとしての Then にはそこまで興味はないが、チェックインで記録を残すのは嬉しい。ぜひそうしたい。

4.2.3 第 2 実験 B さん

【被験者説明】
K さん。KMD 生修士であり、今は月 1 程度美術館に行く。筆者の事前の認識不足ゆえだが、アートに関するリテラシーが非常に高く、カジュアルな層とは言えない。本来は Then のターゲットではない。
【B さんの選んだ展示会】
建物：上野の森美術館
タイトル: フェルメール展 Making the Difference: Vermeer and Dutch Art
Web サイトでの説明 :
オランダ絵画黄金時代の巨匠、ヨハネス・フェルメール (1632-1675)。国内外で不動の人気を誇り、寡作でも知られ、現存する作品はわずか 35 点とも言われています。今回はそのうち 9 点までが東京にやってくる日本美術展史上最大のフェルメール展です。「牛乳を注ぐ女」「手紙を書く女」「真珠の首飾りの女」「ワイングラス」… 欧米の主要美術館から特別に貸し出される、日本初公開作を含む傑作の数々が、ここ上野の森美術館の【フェルメール・ルーム】で一堂に会します。日本美術展史上、最多のフェルメール作品が集う本展は、美術展では適用の少ない「日時指定入場制」にて、お客さまをご入場の際に長時間お待たせせず、ご覧いただく運営をめざします。さらに来場者全員に音声ガイドを無料でご提供するなど、より快適に作品と向き合える、かつてない贅沢なひとときをおとどけします。そして、フェルメールだけでなく、ハブリエル・メツー、ピーテル・デ・ホーホ、ヤン・ステーンらの絵画と合わせた約 50 点を通して、17 世紀オランダ絵画の広がりと独創性をご紹介いたします。

【コンテンツの調整】

1. 興味のある人の調整

3 人の知識人などを選んだ。なお、展示会との関係性を鑑みて、カメラマン、歌手、小説家を用意した

2. 友達の文章

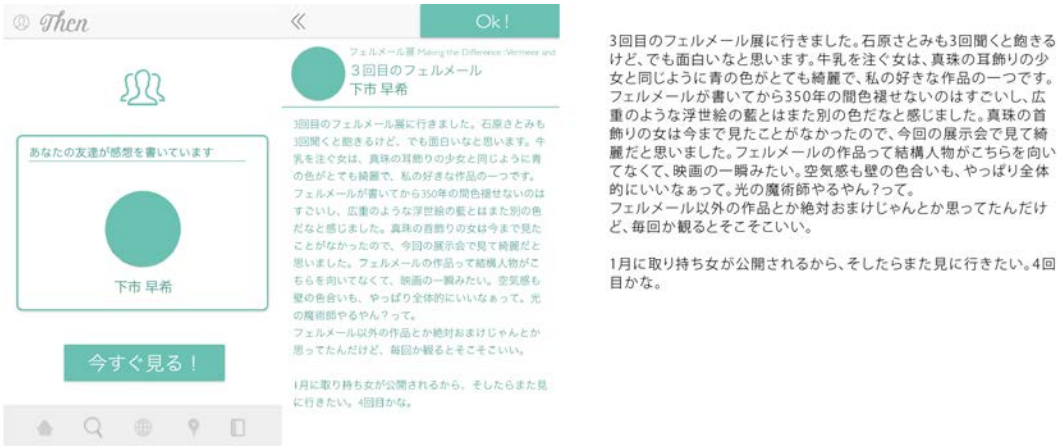


図 4.12 B さん用の友達の文章

【実験】

図 4.13 フェルメール展

B さんのスマートフォンで AdobeXD のデモが開くことができず、筆者も自分のスマホを私物の 1 台しか用意していなかったため、通知を送って Then にチェックインするというフローを実行できなかった。その事実を事前に B さんから伝えてもらってなかったため、実験直前にチュートリアルとチェックインの説明をし、その場でチェックインまで行ってもらった。なお、B さんは展示会中に一度もスマートフォンを出さず、会場を出てから次に行くカフェを探すときに初めてスマートフォンを出したため、その時点でチェックインする可能性が高いと推測される。本人への確認時もそう述べていた。

Then へのチェックインを行なったタイミング：実験の都合上事前に行った。おそらく展示会鑑賞後と推測される

Then での感想作成：書く、しかし Then だから書くわけではなく、展示会の内容に左右される。

【インタビュー】

・Then の UX 上で感想を書きたいと感じたか。

比較的日常で感想を書いているが、それは内容に左右される。今回書こうと思ったのは展示会について気になった事があったことが大きいが、Then の淀みない UI に好感を覚え、記録をしてもいいかなと感じたそうだ。

・興味のある人物の感想を読みたいと思ったか

評論家のような人なら読みたかった。歌手とかはもう少しカジュアルなら興味があるかもね。自分はその小説家がたまたま昔好きだから読みたかった。インセンティブにはなり得るけれど、自分はアートの話をする人が好き。感想を見るために書くことはいいけれど、感想を入れないと見れない、というのは少しストレス。

・友達の感想を読みたいと思ったか

なぜ読みたいと思ったか。何を期待していたか。知らない人の感想との違いは何か。読みたいと思った。人となりに興味があった。この感想読みたいな、ってのはやっぱり人で、知らない人なら流してしまうかもしれない。自分の友達には美術関係の仕事をしている人も多く、そういう子の感想もすごく読みたい。

・友達の感想を読んでどうだったか

読んでよかったなって思った。同じ展示会について話せる人を見つけたな。それはよかった。行った話ができそうだな。3 回行ったんだ。3 回行った感想としては薄いな (笑)、など、感想から様々な情報を得て面白がっていた。

・Then の UX について

感想を書くツールとしてまた使いたい。チェックインに関して言えば、普段から書くことを忘れたりはしないが、アプリ側からプッシュで、それもイベントごとに通知をしてくれるのはいい。それからチェックインを積み重ねて、何回目の来場です！ってしてくれるのもあったらいいかもしれない。

・質問や疑問に対しての返答、その他今回の目的などを適宜説明
展示会に対してのレーティングをできるようにし、人のレーティングと友達のレーティングは別で出してほしい。

4.2.4 第 3 実験 C さん

【被験者説明】
C さん。KMD 生修士であり、今は月 3 回程美術館に行く。C さんは、月に多く展示会を見にいくが、アートに対してリテラシーを豊富に有し深い解釈を行うことを目的とするわけではなく、アートを見るという行為を非日常として楽しんでいるカジュアル層である。

【C さんの選んだ展示会】
建物 : 世田谷美術館
タイトル: ブルーノ・ムナーリ 役に立たない機械を作った男
Web サイトでの説明 :
イタリアの画家にして、デザイナー、さらには絵本を多数制作し、子どものための造形教育にも力を注いだ、ブルーノ・ムナーリ（1907-1998）。その多彩な活動を短い言葉で表すのは困難ですが、その作品は、どんなジャンルのものであってもシンプルな考え方から作られており、誰にでも（大人でも、子どもでも）親しめるものとなっています。本展覧会では、イタリア未来派に始まるムナーリの活動を、約 300 点の作品で振り返ります。

【コンテンツの調整】

1. レコメンド

2 人の知識人などを選んだ。なお、展示会との関係性を鑑みて、グラフィックデザイナー、女優を用意した。

2. 友達の文章

図 4.14 C さん用の友達の文章

【実験】

図 4.15 前日にスマホを水没させた C さん

C さんは実験前日の夜にスマートフォンを水没させるというハプニングがあり、筆者もスマホを 1 台しか用意していなかったため、通知を送って Then にチェックインするというフローを実行できなかった。実験直前にチェックインの説明をし、美術館に行ったときいつスマートフォンを開くか確認したところ、美術館に入ったら出るまで開かないと言っており、鑑賞後にチェックインしてもらうこととした。

Then へのチェックインを行なったタイミング：都合により展示会鑑賞後。通常も同様と推測される

Then での感想作成：今日は書かない。レコメンドが刺されば書いてもいい。

【インタビュー】
実験後にいくつかの質問を行った。それらを概ね以下の観点でまとめて記述する。
・Then の UX 上で感想を書きたいと感じたか
普段は書いているか。あるいは書いていないか。今回書こうと思ったなら、それはなぜか。普段はノートに記録を手書きで書いている。デジタル上では記録してない
・興味のある人物の感想を読みたいと思ったか
ユーザーにとって興味のある人とは誰なのか。興味のある人、はインセンティブ足り得るか。今回は興味がない人たちだった。でも、システム的にははい。きちんと当ててくれたら。自分はカジュアルに見る人なので、グラフィックデザイナーの難しい話を聞きたいわけではない。それでも一応はアートの話のできそうだなって感じる人が見たい。

・友達の感想を読みたいと思ったか
なぜ読みたいと思ったか。何を期待していたか。知らない人の感想との違いは何か。読みたい。友達がどんなことを考えているか知りたい。書いている人に期待感があったからみたが、別の人ならそこまで響かずに見ていないかもしれない。知らない人は尚更。

・友達の感想を読んでどうだったか
(展示会に関する内容が多めだったので) 私はカジュアルに見ていたが、こういう見方もあるんだな、と、自分の考えをもう一度考え直した。改めて回ったらもっと見れそうんだなと感じたし、もう一度回りたい。友達がどんなことを考えてるか知るのは面白い。

・Then の UX について
紙媒体にしか記録する気がないので、記録するアプリとしての Then は使わないと思う、ただ、チェックインできることは嬉しいと感じる。C さんはそのために使うと、言っていた。なお、行く回数にはムラがあるから他の人にいついつ行っ

たとか見られたくない、自分だけで日付を見たい。

4.2.5 第 4 実験 D さん

【被験者説明】
D さん。社会人であり、展示会は年 5,6 回、主に旅行の時に行く。D さんとは兼ねてよりアートやデザイン、展示会に関しても話をしているが、その時の展示会の鑑賞スタイルの傾向などから、細かく考えるのではなくカジュアルに楽しむ層だと判断した。なお、リテラシーレベルや解釈力レベル、は一般より上だ。
【D さんの選んだ展示会】

建物 : 21_21 Design Sight
タイトル: 民藝 MINGEI -Another Kind of Art 展
Web サイトでの説明 :
21_21 DESIGN SIGHT では 2018 年 11 月 2 日より、プロダクトデザイナーの深澤直人ディレクションによる「民藝 MINGEI -Another Kind of Art 展」を開催します。1925 年、民衆の用いる日常品の美に着目した柳 宗悦（1889-1961）が、無名の職人たちによる民衆的工芸を初めて『民藝』と名づけました。
民藝の特徴でもある風土や風習を生かしたものづくりは、世代を超えて受け継がれていくなかで、素材、色、工程、用途、形などの独自性が際立ち、革新的で衝動的な、枠に捉われない創意工夫へと発展していきました。地域ごとの特色が失われ、ものへの愛着が希薄になりがちな時代だからこそ、民藝に宿る無垢な美意識と精神性は、使い手のみならずものづくりに携わるすべての人々に大きな衝撃を与え、新しい時代のエネルギーを生み出すきっかけとなるのではないでしょうか。
本展では、日本民藝館館長を務める深澤直人が、同館の所蔵品から 146 点の新旧さまざまな民藝を選び抜き、素直にその魅力を語るコメントとともに展示します。また、民藝のつくり手やそれを伝える人の暮らしと仕事を捉えた映像、深澤直人の個人コレクション、民藝の新たな表情を映し出す写真によって、現代に生きる

民藝の姿を紹介します。さらに、柳 宗悦が著した「日本民藝館案内」や心の内を短い句で表現した「心偈（こころうた）」、柳 宗理がレイアウトを手がけた機関誌『民藝』の表紙、民藝運動初期のものづくりの様子が収められた「民藝運動フィルムアーカイブ」などを通して、民藝の歩みを振り返ります。最後に、日本各地で民藝を受け継ぐ現代のつくり手による品々も紹介し、これからのデザインのインスピレーションとなる「Another Kind of Art ＝民藝」を紐解いていきます。

【コンテンツの調整】
3 人の知識人などを選んだ。なお、展示会との関係性を鑑みて、陶芸家、俳優、プロダクトデザイナーを用意した

2. 友達の文章

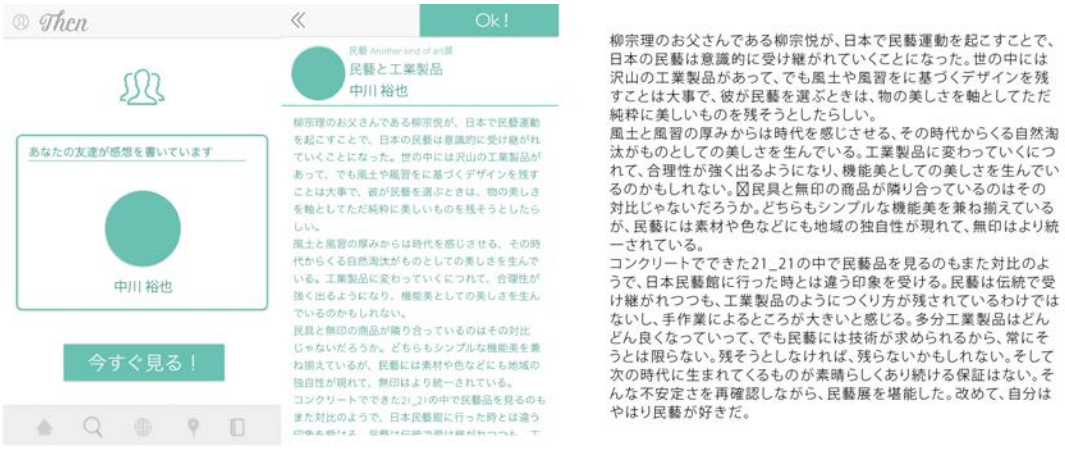


図 4.16 D さん用の友達の文章

【実験】

D さんの実験は全く滞りなく行われた。

図 4.17 民藝展と D さん

展示会途中に、少し離れてそれぞれ作品を見ているときにスマートフォンを確認し、チェックインした。話しているときはスマートフォンを見ないが、一人だとスマートフォンを確認する傾向にある。展示会に関しては 20 代 30 代が多いとの印象を受けた。

Then へのチェックインを行なったタイミング：展示会鑑賞中

Then での感想作成：書く

【インタビュー】
・Then の UX 上で感想を書きたいと感じたか。
Then で書きたい。普段は全く書かない。Then のサービスの流れに好感を持ったこと、加えて、書きませんか、と聞かれると、じゃぁ書こうかな、となる。

・興味のある人物の感想を読みたいと思ったか
はい。ある程度のその人がコメントできそうか、という印象。真面目さとか、アートとの関係とか。知識人や有識者のコメントには興味がある。それらはインセンティブたり得る。

・友達の感想を読みたいと思ったか
なぜ読みたいと思ったか。何を期待していたか。知らない人の感想との違いは何か。友達に期待感があった。その友達がどんなことを考えているかを知りたかった。知らない人の感想はどっちでもいい。

・友達の感想を読んでどうだったか
意見を聞いて、民藝館 (展示会中で言及されている、日本民藝館という施設) に行って見たいなと感じた。似たようなポイントを面白いと感じていたり、自分にはない目線で見ていることなど、読むことができてよかった。

・Then の UX について
アプリをまた使いたい。書くという行為を意識的にしていなかったので、これはとても面白い体験だった。特にチェックインが好きで、これは嬉しい。自動で記録が始まって、感想を書くきっかけを与えてくれるからやろうかなと思える。Facebook や Twitter は自分から書こうかなって行かないといけない。

・質問や疑問に対しての返答、その他今回の目的などを適宜説明
行かないでも先に感想を見たい人だから、ある程度は行く前に確認できるようにしてほしい。

4.2.6 実験 A まとめ

【チェックインについて】
・チェックインはどちらかと言えば嬉しく、シェアにも抵抗感はない。・ただし、いつ行ったか、など知られたくない情報も存在する

【レコメンドについて】
あまり成功したとは言い難い。前述の通り、5 章にて説明を行う。

【友達の文章】
・概ね、知らない人の文章に興味はない
・友達の文章を読むことで思い出がリッチになった。展示会の中身や、展示会にあまり関係ないことも含め、どちらの情報も知って楽しんでいた。

【その他】
・UI として違和感はなかった
・普段から記録として使いたいと答えたのは 4 人中 2 人。残りはチェックインに
・スタンプへのコメントが多く、何かもらえたらいいのに、とのこと
・残り 2 人はアプリ側が書くことを思い出させてくれるのは良いと言っていた。

【実験手法】
AdobeXD でデモを作り、それを Line 経由で送るという実験方法は概ね期待通りの機能をした。アプリの画面遷移アニメーションが普段見ているものと若干違うことを除けば、違和感は感じない。
ただし、Adobe XD が開けないパターンがあったので (スマートフォンでひらけない、そもそもスマートフォンを水没させた)、予備のスマートフォンを用意しておく必要かもしれない。

4.3. 実験 B

この検証の最大の目的は、THEN の UX を通して、感想を共有することで、ゆるいコミュニティが形成されたかどうかを検証することとし、その他の項目の検証を非優先的なものとする。
つまり、ユーザーが記事を読みたくなったか、あるいは自発的に書きたくなったかどうかに関わらず (UX 上は書かないと感想を読めないので) 実験を続行し、ユーザーには必ず興味のある人物の投稿を読ませ、その後ユーザーの思い出がリッチになり、それを一連の実験で見たときに、ゆるいコミュニティとして相互に良い感情を抱いているかどうかを確認する。

今回は 3 章の UX において説明した、ユーザーがアプリケーションを DL してからアプリを試し、そして次に行く美術館を決めて行くまでの体験などを一切検証しない。

手法としてはアプリケーションの UI を用意し、それを補助としながら実際の展示会鑑賞後に、感想を書き、興味のある人物の感想を読んでもらう。その後に別の被験者の感想を追加することで、思い出の本研究は質的調査であるため、その実験の評価法とし、Then の UX 上で書かれた興味のある人物の感想書き、読み、その後交換し合うことで、ユーザー自身が「興味のある人との繋がりを楽しむことができた」あるいは「のちに感想が増えることが嬉しい」などに加えてそれらの変化に対してユーザーがポジティブな印象を持つかどうかとする。

4.3.1 一連の実験のフローの解説

実験 B は実験 A と違い、3 人に対する実験を通して一つの検証実験として扱う。

実験 B では、3 人の被験者を同じ展示会に行かせ、実験 A と同様に Then の UX 上で感想を読んだり、行った後にも感想が増える UX を体験させる。友達の感想を読むことについて検証した実験 A に比べて、より Then の UX そのものにフォー

カスを当てた実験である。計 3 人で一連の実験を行った。

3 人まとめた実験のフローとしてはこのような形をとる。

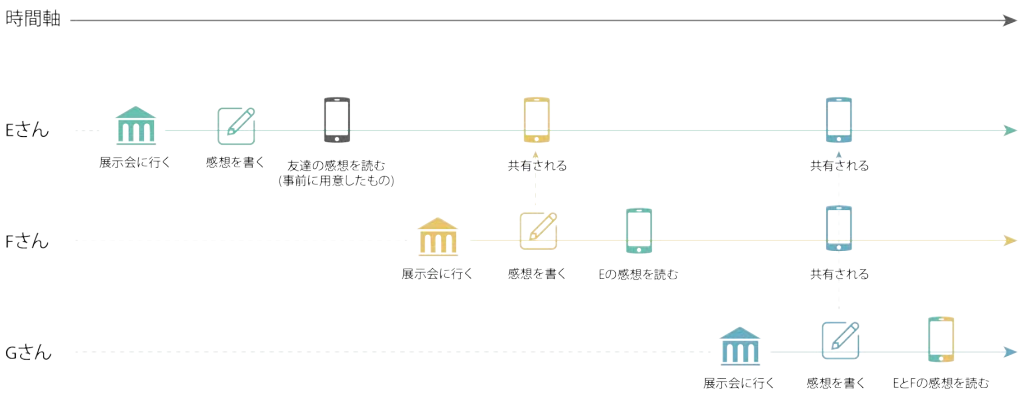


図 4.18 3 人まとめた実験フロー

まず、E さんの実験を行い、展示会にいって、感想を書いてもらい、友達の感想 (事前に用意されたもの) を見てもらう。次に、F さんの実験を行い、展示会にいって、感想を書いてもらう、書いた感想は E さんに共有され、その後 E さんの感想を見てもらう。最後に、G さんの実験を行い、展示会にいって、感想を書いてもらう、書いた感想は E と F さんに共有され、その後 E さんと F さんの感想を見てもらう。

こうすることで、全員が全員の感想を読むことができる。従来のサービスでは主体的に行動しないと友達の感想を手に入れることができなかったが、Then では感想側からこちらにやってくる。友達の感想を読むことでゆるっとしたコミュニケーションを行うことができる。

3 人が行く展示会として、実験 A の第 4 実験と同じ、21_21 Design Sight の民藝 MINGEI -Another Kind of Art 展とした。周りに体験を共有できる人が居なそうな展示会として採択した、なお実験 A と実験 B はそれぞれ別の人で行っている。

4.3.2 単一の実験のフローの解説

本項では実際の実験 B の 1 人に対してのワークフローの説明を行う。

【実験準備】
1. 被験者を集める。
今回の実験では、友達と感想を相互に交換し合うことになるため、全員知り合いが望ましい。お互いが知り合いの 3 人を集めた。なお、実際にアプリケーションがどうやって彼らが知り合いであるかを把握する手段として、SNS を連携し、そこから関係を取得する方法が有効だと考える。Facebook 上で知り合いであること、そして普段から交流があること、アートに興味があることを条件に 3 人の組み合わせを探した。なお美術館に関しては、こちらの都合で決めることとした。

2. 被験者ごとにコンテンツの調整
今回はより SNS ライクになり、次第に感想が増えていくスタイルである。

3.Then の世界観を理解してもらう
実験より前に、展示会に関する記録がつけられるアプリだと説明として、より雰囲気を理解してもらうため、アプリのチュートリアルのような画面を、AdobeXD

を使って作成し、触って動くものを Line 上で URL を使って提示した。なお、現実の状況を鑑みると、ユーザーが細部までアプリケーションを理解していることは少ないため、ユーザー本人が触ってみて、どのような雰囲気かを確認するだけとし、それ以上の説明を行わなかった。

・Then の説明
Then の世界観を共有するために、説明を用意した。

図 4.19 Then 世界観の理解

前回は、かなり記録に関して重視して説明を作っていたが、より UX に合わせて変更した。

1.Then は記録を行うアプリであること (3 枚目)
2. 既存 SNS では言いたいことが言えないことを提起 (4 枚目)
3. 同じ体験をした人で繋がるためにチェックインについて紹介 (5 枚目)
4. チェックインした同士でしかできない話ができることの良さの提示 (6 枚目)
5.SNS を連携することを推奨し、ゆるいコミュニティを目指す (7 枚目)

・機能紹介
Then の基本的な機能について紹介し、理解を深めてもらう。
基本的には実験 A と同様変更点としては、SNS であることを踏まえ、友達のアクティビティを閲覧できることを説明した。

図 4.20 友達のアクティビティ

友達のアクティビティは、友達が展示会にチェックインしたこと、記録をつけたこと (≒評価したこと)、行きたい展示会をリストに入れたこと、などが含まれる。

【実験】
4. 実験工程の説明
実験 A と同様

5. 展示会へ入場する
実験 A と同様

6. チェックイン
実験 A と同様。

7. 展示会を見る
実験 A と同様

8. 感想を書くか書かないかの選択
概ねは A と同様。今回は誰の感想が見られるかを表示せず、ブラインドで表示した。

図 4.21 「Facebook 上の友達が感想を書きました」

9. 感想を書く
概ね実験 A と同様。ただ、前回までと違い感想を相互に共有しあうので、この SNS に投稿するならどのようなものを書くか、というのを踏まえた上で感想を書いてもらった。

10. 感想を読む

“ 友達の感想 ” を読んでもらう。読んでもらって実験終了とする。
実験 A とは違い、知らない人の感想も同時に読めるような UI とする。
結果的に、知らない人の感想をほぼ必ず読むようになり、改めて知らない人の感想と友達の感想の対話が可能となる。

【実験後】
11. インタビュー
実験後にいくつかの質問を行った。それらを概ね以下の観点でまとめて記述する。

・Then の UX 上で感想を書きたいと感じたか。
　普段は書いているか。あるいは書いていないか。今回書こうと思ったなら、それはなぜか。

・友達の感想を読みたいと思ったか
　なぜ読みたいと思ったか。何を期待していたか。知らない人の感想との違いは何か。

・友達の感想を読んでどうだったか
　読んだことでどう感じたか。読めたことは良かったか。知らない人の感想だったらどう感じていたか。

・Then でしかかけないこと (既存 SNS では書かないこと) が存在したか

・それを見て面白いと思ったか

・感想が後から増えることはどうか

・Then の UX について

アプリに対して不満や改善点はあったか、また使いたいと思うか。

・質問や疑問に対しての返答、その他今回の目的などを適宜説明

4.3.3 1 人目 E さん

【被験者説明】
E さん。KMD 生修士であり、普段は月 1 回程展示会に行く。E さんはテクノロジーよりの展示を見ることが多く、あまりアートのような作品を見ない。今回は E さんにとって珍しい展示会となったようだ。
【実験】

図 4.22 民藝展と E さん

実験は滞りなく行われた。

Then へのチェックインを行なったタイミング：展示会鑑賞後、カフェに移動したのち。

【インタビュー】

・Then の UX 上で感想を書きたいと感じたか。
普段はあまり書かないが、Then を通して友達の感想が見られるのであれば、感想を残したい。ただし、感想を読む体験が面白かったので、その前に友達が書いていなければ書かない。あとから書いてくれるかも、と期待して書くことはない。

・友達の感想を読みたいと思ったか
知らない人と友達で情報自体に差はないが、やっぱり友達の方がどんなこと書くかに興味がある。

・友達の感想を読んでどうだったか
経験を共有できるはやっぱり面白い。Then の特性もあり、行っただけではなくその人の人となりが出ていて良かった。自分と見ている部分が違うので、いろんな視点があって、それに共感した場合はもう一回展示会に行ってもいいかもって思えそう。

・Then でしかかけないこと (既存 SNS では書かないこと) が存在したか
Facebook や Instagram にはこんなに細かく書かない。今回は自分の感じたことに加え、自分と展示の個人的な関係性についても書いた。Facebook や Instagram なら、〇〇行ったとしか書かない。それが書けることは良かった。ネタバレを避けたい人で、行った人しかいないから気にせず書けるのは好き。

・感想が後から増えることはどうか
普段は会話してる時に行ったかどうかを知る。Then では自分が意識してないタイミングであとから感想がやってくるから面白い。今までにない体験。とても面白い。

・Then の UX について
また使いたい。友達のイベントに対する評価は気になる。
システムとしては納得できるが、書く前に友達の感想が見れないのはちょっと不

満がある。チェックインにはあまり興味はないが、おしゃれなところ (直島などの少し生きづらいようなところ) に行った時は自慢の意味を込めて入れたい。

4.3.4 2 人目 F さん

【被験者説明】
F さん。KMD 生修士であり、展示会には月 1 でいく。アートや建築、絵画などを見にいく。
なお筆者は F さんの写真を撮り忘れた。

【実験】

図 4.23 夜のミッドタウン

実験は滞りなく行われた。
Then へのチェックインを行なったタイミング：展示会鑑賞後、カフェについたあ

と。

【インタビュー】
・Then の UX 上で感想を書きたいと感じたか。
普段は毎回アンケートを書く。のでその延長で Then にも書いた。

・友達の感想を読みたいと思ったか
読みたい。友達がどんなことを書いているか知りたかった。
なお、知らない人の感想に興味はなく、読んだけどどうも思わなかった。

・友達の感想を読んでどうだったか
友達が来てるということを知られるのが良い。友達の感想を見ることで、その人の人となりを知ることができる。(F さんは今回の展示をとても好いていて)、自分が好きな人と思っていることに、みんながどんなことを感じているか知ることができて面白かった。

・Then でしかかけないこと (既存 SNS では書かないこと) が存在したか
Twitter に書く人だけど、それならもっとふわっと書く。行った人には雰囲気が共有できるからいい。

・感想が後から増えることはどうか
受け手側と考えると、通知が来るのは嬉しい。調べた時しか見ない。この通知をもらった後に、その友達に話しかけた。感想を書く側と考えると、書いてすぐ通知が向こうに行くのは嫌。日付が変わるタイミングや、特定のタイミングに来て欲しい。

・Then の UX について
チェックインがイベントごとに残っていくのは嬉しい。自分のために残していきたい。知ってる人が、知らない間に行っていることは普段では得られない情報だか

ら嬉しい。友達が行きたい展示会を知れるのは面白い。評価が 5 段階だった（今回は感想を書いてもらう歳に星 5 つで評価してもらった）けど、1 とか 2 がついているものは見たくない。いいねをしてるときだけ表示してほしい。

4.3.5 3 人目 G さん

【被験者説明】
G さん。KMD 生修士であり、展示会にはほぼ行かない。
元々の出身もありテクノロジーに興味がある。

【実験】

図 4.24 民藝展と G さん

実験は滞りなく行われた。
Then へのチェックインを行なったタイミング：展示会鑑賞後、会場を出る前に。

【インタビュー】

・Then の UX 上で感想を書きたいと感じたか。
普段はあまり書かないが、Then を通して友達の感想が見られるのであれば、感想を残したい。ただし、感想を読む体験が面白かったので、その前に友達が書いていなければ書かない。あとから書いてくれるかも、と期待して書くことはない。友達の感想を見られることはインセンティブになる。先に友達の感想が見えないと、どういうテンションで書いていいかわからない。あんまり外れすぎていても恥ずかしい。雰囲気を知りたい。

・友達の感想を読みたいと思ったか
友達が行ったことを知るのが面白いし、読みたい。自分は SNS 上で完結したくなくて、会ってその後に話ができるのが面白いから友達がいい。知らない人の感想は興味ない。知らない人だったら詳しいことが書いてある感想がいい。逆に言えば、何回も同じ人を見かけていたら面白いかもしれない。

・友達の感想を読んでどうだったか
自分の思い出と引っかかった部分を見て、この人はこういうことを考えるのか、比較する。引っかからない部分はあまり興味がない。でもそれでも知れてよかったし面白い。

・Then でしかかけないこと (既存 SNS では書かないこと) が存在したか
Facebook ならもっと端的。どこどこ行きました、とか。Insta ならいい写真があれば。あるいは写真だけとか Then のような感想をかけることは嬉しいし、こういう感想を見る方が楽しい。

・感想が後から増えることはどうか
受け手側と考えると、やっぱり気になる。悪い気分ではないし、面白い。感想を書く側だと、相手に通知が行くことを気にしちゃう。少し押し付けがましい感じ。

・Then の UX について
また使いたい。感想は書かないが、チェックインは積極的に使いたい。特別なイベントでみんなと繋がってる感覚がいい。SNS だけで完結したくなくて、何か SNS を飛び出た体験の共有がしたい。

4.3.6 実験 B まとめ

以上の 3 つの実験を踏まえて実験 B を一連の実験として振り返ると、
やはり友達の感想を見られることがよく、友達の感想が見られることは書く理由になり得るほど強かった。
一方で大抵の場合、知らない人には興味を持っていなかった。
全体では特に普段はない体験後に感想が増えることへの評価が高かった。

Then でしか書けないような感想を書くことにも、見ることにも興味があり、全員が全員の感想を見て楽しんでいた。そして全員がそれらをまた使用したいと言っていたこともあり、ゆるいコミュニティがきちんと成立したと判断する。(もちろん登録者数少ないという問題は発生するが) 被験者はこの用途で Facebook や Instagram などより使いたいと言っており、
結局、友達がどれぐらい参加するか (そしてどれぐらい展示会に行くかは) が Then の楽しさの肝でもあり、現在は友達に大きく依存している。その観点で言えば登録者をどのように増やすか (より魅力的にするか) は今後の大き課題とも言える。友達以外に体験を共有して楽しい相手はいないか？という議論もあるだろう。

また、この実験では SNS を連携して友達関係を取得するという設定で、Facebook 上の友達である 3 人を選んだが、被験者に確認したところ、3 人とも Instagram で登録すると答えていた。理由として、Facebook は社会性が強いこと、彼らが見られたくない相手も存在すること。Instagram はよりプライベートで、より親しい友達が多いとのことだった。Twitter に関しては特に言及されていなかったが、Instagram には劣るのだろう。

なお、複数のサービスと連携することで共有できる相手が増えるので、Then としては全て連携してほしい。User は複数連携する時にしばしばそれらが相互に露呈すること (例えば Facebook の知り合いに Twitter が知られること) を恐れているが、その辺は繋がった経路同士に表示の方法を変えれば問題ないだろう。(Facebook の知り合いには Facebook で、Twitter の知り合いには Twitter で表示される)

4.4. 2つの実験のまとめ

実験 A、実験 B と 7 人の被験者からわかることとして、友達の感想を読むことで 7 人中 7 人とも思い出がリッチになった。そして知らない人の感想にはほとんど興味を持たず、読んでも特に感情の変化がなかった。ただし A さんのように感想を共有することに抵抗感があるユーザーも存在し、サービスに向いてないユーザーの性質も明らかになった。

一連の実験では友達の感想としてかなり様々な感想を被験者が読むことになったが、今回はどのような感想でも思い出をリッチにするのに寄与しており、そしてどの場面でも「その人の人となり」に強く興味を持っていた。
普段知っている人がどんなことを考えているのか、あるいはどんな評価をしているかなどが気になり、その内容の方向性にかかわらず、概ね知れてよかった、と感じているようだ。

実験 A では友達を、特に興味を持ちそうな人を選び、その人の感想を見たいかどうかを問うスタイルにした。実験 B ではただ単に 3 人が相互に知り合いであり、普段から多少の交流があるということ、最低限アートに誘われたら行くぐらいの興味を持ってることを条件に集め、その人たちの感想を書いたら見られるようにしたが、問題なく思い出がリッチになった。

筆者は実験 B の被験者同士が特筆するほど仲良し同士だと感じていたわけではなく、むしろ平均的な同級生程度の関係だったと判断している。その上できちんと

思い出がリッチになる体験が得られたということは、プライベートなつながりである Instagram 上の知り合いだったらほぼ確実に成功し、Facebook も部があるのではないかと感じる。今回は 3 人ともあまり twitter をしている被験者ではなかったようなので、Twitter に関しては未知数である。

また、友達の評価が気になる、どう増えた感想が通知されるか気になる、友達の感想が先に見たい、などの意見があった
・友達の評価
Like をつけるというものにしたい。B さんのようなリテラシーの高い人にとっては、5 段階などの数字で見ることを望むようだが、カジュアル層にとっては、友達が低い評価をしているということは行かない理由になってしまう。ポジティブな評価だけを見たいとのこと。

・どう増えた感想が通知されるか
増えた感想がプッシュ通知で来るのは抵抗感が大きいようだ。アプリを開いたときに中の通知で確認できる案と、アプリアイコンの右上に 1 件新着と出すかの案がある。アプリへのリテンションも考えると、後者のような通知デザインが望ましいだろう。

・友達の感想が見たい
これに関しては 5 章で展望として考察する

それぞれの実験の結果をまとめると、

実験 A の、友達の感想を読むことそのものにフォーカスを当てた実験では、確実に興味を持つような相手の感想を用意し、それが被験者の思い出をリッチにすることが検証された。

実験 B の、行った後にも感想が増え続ける Then の UX そのものにフォーカスを

当てた実験では、感想があとから追加されるという今までにない体験に被験者全員が強い好感を抱き、副次的に、その友達とそれほど強固な関係を気づいていなくても思い出がリッチになることが検証された。

以上をもって、Then の UX でユーザーの思い出がリッチになることが検証された。

次章では、論文全体のまとめと、Then 自体の今後の展望について考察する。

第 5 章
Conclusion

本章ではまとめと将来への展望について述べる

本論文では「展示会に行ったことを中心に感想共有を行う UX をデザインし、興味ある人物との展示会に関する感想交換を可能にすることで、展示会に関する思い出をよりリッチにする」という仮説のもとに、先行事例、コンセプトのデザイン、検証実験について述べてきた。本論文では 4 章で得られた結果により、Then の UX を用いて思い出をリッチにできると結論づける。

5.1. 展望

5.1.1 展示会の感想を見る前にどれぐらい感想が観られるか

本論文で示した Then の UX では、展示会に行ってチェックインのち記録をしないと、他の人の感想を見ることができない、という設定だった。
被験者の中には、実際には行く前に感想を見たい、あるいは感想を見ないとどんなことを書けばいいかわからない (あんまり雰囲気と違いすぎる感想を書くのは恥ずかしい) という意見があり、完全に見えなくするのではなく、多少見える必要があるのではないだろうか。
例えば
【投稿前】
・各展示会に投稿された記事を自由に見ることができない。それぞれ新着 3 件のみ閲覧可能
・友達の感想を見ることができない。

【投稿後】
・行った展示会に関する記事を自由に閲覧することが可能。記事に対してのいいねなども可能となる
・友達の感想を見ることができる。
などが妥当ではないかと考えている、
しかし、ネタバレを見たくない (純粋な気持ちで見たい) や、見ることで引きずられてしまう、そもそも Then の UX では展示会参加者しか見れないことによって展示会の雰囲気が保たれている (今までには出なかった感想の共有を可能にしている)、などの観点もあり、これは今後研究をへて妥当なバランスを明らかにしていきたい。

5.1.2 ユーザーにたくさん書かせる

本論文で示した Then の UX では、友達の感想がキーとなる。
Then での体験は、興味のある人物の感想が見られることに強く依存しており、言い換えればサービスとしての成否はいかにユーザーにとって興味のある人物の感想を集められるかにかかっている。
ともすれば、サービス最初期に感想が集まらないことが問題であり、興味のある人物の投稿を増やす仕組みが必要だろう。
筆者は以下の方針を検討している。
1. ユーザーのアクションをベースに、ユーザーが展示会体験を投稿したくなるタイミングを探る
2. 投稿に対してインセンティブを提示する
3.Then 上で友達を作る
4. 感想表現サポートツールを使う

1. ユーザーのアクションをベースに、ユーザーが展示会体験を投稿したくなるタイミングを探る
Then では、チェックインを使って、ユーザーが美術館に行ったタイミングを把握することができる。ビーコンを拾ったタイミングが受付を通過したタイミングで、

実質的なチェックインはそこで済まされてるとも言える。例えば、ユーザーが美術館に行ったのちの行動をプロファイリングすることで、ユーザーにとって記録をつけてもいいと考える時間が割り出せないだろうか。例えば人と午後に会って展示会にいく。展示会に行った後に少しショッピングなどをし、夜ご飯を食べる。夜ご飯を食べて解散すれば大体は 20 21 時ぐらいには電車に乗っており、20:30 21:30 に投稿を促す通知を送ることで、行動を喚起できるかもしれない。アクションベースという考えをもとに、フローの中の最適な瞬間を探りたい。

2. 投稿に対してインセンティブを提示する
実験 B によって、友達の感想を見ることは感想を書くインセンティブになり得ることがわかった。そもそも友達とは興味のある人物というカテゴリの一部として設定している。その点、実験 A では、知識人や有識者、芸能人などをインセンティブにできないか？という提案をしていた。そちらの解説等をこちらで行う。
もともと、筆者は展示会に対して適切なコメンテーターを、展示会の情報から導出できないか、という発想の元、展示会をそれぞれ分析し、実験 A では 4 人の被験者に計 11 人レコメンドをした。結果は 4 件成功したが、手法として不安定で、まぐれ当たりという印象が強かった。
展示会に対して選ぶ有名人に関しては、
・知性を感じる方がいい。知性的なイメージを持つ人、思慮深い人、など。
・アートとの関連性、テーマとの関連性などがわかると興味を持つ。
・芸能人などは、幅が広く、興味を持つかが本人の好みに所以するところが多い。
・アートへのリテラシーが低いと、その人の感想ではなく、興味がある人を選ぶ。
・アートへのリテラシーが高いと、知らない有識者でも読みたくなる傾向がある。
などの知見が得られた。
自分のレコメンドは失敗していたが、被験者自体は、自分が興味のある人の感想を見られるなら書いても良いと述べており、別の方法を模索して見つけることができれば良いと考えている。
また、実験 B の結果から、ユーザーにとってプライベートを許しているのは Instagram の友人であり、彼らは連携も Instagram で行ったことを考えると、サービス

全体で Instagram からの連携は多い可能性がある。その場合は、ユーザーが行きたい展示をウォッチリストに登録することを生かして、〇〇の展示会にウォッチリストを入れているユーザーに連携された Instagram のアカウントで一番多くフォローされている有名人、という方針などが可能かもしれない。何れにせよ、展示会の情報などから導出するより、ユーザーの普段の好みから導出した方が最適であると推測される。

3.Then 上で友達を作る
友達の感想を見ることで楽しくなるのであれば、Then の中で友達を増やす仕組みが作れないだろうか？
例えば自分と同じ展示会にチェックインしているユーザーは好みが近いユーザーとしてレコメンドされたり、評価の傾向など常に感想表示の上位に来るようにする、などがありえる。例え知らないユーザーであっても、複数の展示会の感想で見かけることがあれば、次第に興味を持っていくことだろう。どちらにせよ、知らないユーザーとの接点を意図的に増やすことで、知らないユーザーを知ってるユーザーに変え、その上で Then 上で友達を増やしていきたい。

4. 感想表現サポートツールを使う
筆者の共同研究者が、感想表現のサポートツールをデザインしたことは、1 章でも若干のべた。概要を説明すると、既存 SNS でうまく文字が書けない人のために、文章を参考にすることで、自分の感想をきちんと表現できた記録を作るという提案なのだが、そちらの検証実験の被験者が、全員、その感想サポートツールで感想を作る体験がとても楽しく、是非また使いたいと述べているそうだ。
であれば、筆者の研究の感想を書く部分にそれを使うことによって、ユーザーの記事を書くというモチベーションを大きく喚起することができると考えている。

5.1.3 Then をマネタイズする

Then をサービスとして提案をする以上は、マネタイズについて考えることは避けられない。

Then の強みは、展示会に行くユーザーのセグメンテーションと、展示会に行ったというアクションベースのマーケティングを使ったビジネスの二つだと考える。

Then を使うことで、展示会と展示会をつなぐ傾向が見えるようになる。本論文を書く上で様々な美術館を調べたが、例えばどの年代の客層が来ているかを正確に把握しているものは少数で、当然ながら彼らがどのような属性を持っているかは知られていない。展示会にどんなユーザー行くかが今より明確にわかるようになること、ユーザーのセグメンテーションが可能になれば、今より的確にマーケティングができるようになるだろう。

また、アクションベースのマーケティングをすることで、今まで到底不可能だった、複数の展示会同士のつながりがわかるようになり、これらが明らかになることは新たなレベル感のマーケティングが可能になるだろう。新たなセグメンテーションは新たなマーケティングを可能とし、それを元に新しいタイプの展示会が生まれることも期待している。

筆者はそれらの課題を誰か研究することを願いつつ、以上をもって擱筆とする。

謝　　辞

はじめに、本研究の指導教員であり、幅広い知見からな指導と暖かい励ましやご指摘をしていただきました慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の稲蔭正彦教授に心から感謝いたします。自分はいつも Playful とは何か悩まされ続けておりました。しかしながら間違いなくこの研究は Playful でした。

論文の執筆を中心について様々な助言や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から感謝いたします。論文を組み立てる作業は思いの外楽しく、苦しみながらも続けられたのは教授のおかげだと思っております。

第二副査として公聴会を審査していただいた慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の石戸奈々子教授に心から感謝いたします。公聴会時に、きちんと説明を伝えられなかったことを悔やんでおります。

本研究を進める上で様々な面からサポートをいただきました植木淳朗先生にも心から感謝いたします。何より行き詰まった時に、度々相談に乗っていただき、卓映萱さんと二人で「先生が私たちの表現サポートツール」などと冗談を言っていました。

本研究の共同研究者である卓映萱さんには、いつも研究者とはこうあるべきかと思いつつ見習わねばと感じていました。共に研究してくれた事に心から感謝しております。あなたの研究である「モヤモヤして言葉にならない思いの表現をサポートするツール」を論文用に開発する予定はないでしょうか。

研究するにあたって、一体どれほどの人に助けていただいたかはもはやわかりません。この場を借りて関係したすべての人に感謝申し上げます。

そして最後に両親には、小中高大に加えて更に 2 年間通うことを許し、時に思慮深く、時に激していただいた事に深く感謝をいたします

参 考 文 献

[1] 藤田令伊. 芸術がわからなくても美術館がすごく楽しくなる本. 2015.

[2] 高谷邦彦. ソーシャルメディアは新しいつながりを生んでいるか？名古屋短期大学研究紀要, 55 号, p. 21, 2017.

付　　録

A. Then UXのストーリー

Thenサービスの UX を作成する上で、ペルソナをデザイン、その後ペルソナがサービスに触れるストーリーを書くことによって、サービスに必要なものを検討した

――――――――――――――――――――――――

朝のまどろみの中、明るさに目を覚ますと、心地よい日差しが入ってきているのに気づく。
心地よい天気に、少し気分も高揚し、こういう日はいろんなことをするのに向いているなどと思う。
今日は何をしようか考えているうちに、ふと窓の外を見る。
秋に葉っぱが色づき、少し絵みたいに綺麗だ。
印象派みたいな光景に、じゃぁ今日はアートでも見ようかなと頭をよぎる。
あぁ、よし。ちょうど良いので、午後に美術館に行くことにしよう。
何を見ようかをスマホで調べる。［東京 美術館］などと調べると、少しまとまっているサイトにたどり着く。
フェルメール、ボナール、ルーベンス。でも、ちょっと今日は絵を見る気分じゃない。
ムンクはこないだ見た。北斎…？そういえば浮世絵を見たことはないな
デュシャン…？ 誰これ。カタストロフ 美術のちから …六本木はこわい。
いろいろ探すうちに気になる展示を見つけた。
「愛について アジア・コンテンポラリー展」、何より名前がよかった。

場所は恵比寿ね。じゃぁ今日はここに行こう。

————————————————

午前中は家事をして、少し買い物に行く。
家を出たのが少し遅くなってしまったが、電車に揺られる中で、前回見たムンク展はどんなものだったかなぁと思いを馳せていた。
さっきも広告を見た。今売り出し中なんだね。
いろんなことを感じたのは覚えている。あと、あの絵もよかった。
誰かとそういう話をしたいなぁ、と、考える。
————
恵比寿の駅を降りて美術館を探す。今日行くのは今まで行ったことのない東京都写真美術館。
えーっと、どっち側から降りればいいのかな？
————
少し迷いつつも、ようやく美術館に辿り着く。
SNS にあげるように看板の写真を撮る。一応いつも通りそのまま Insta の Story に投稿する。
チケットを買って入る。

————————————————

展示会はよかった。
愛について、というテーマは、人生で幾度となく考えることだし、
作品も写真が多く、度々これはなんだろうなと考えていた。
こう言う時に、話す相手がいるといいのだけれど。
————
展示会を見たあとにショップに立ち寄ってみる。別に買う気はないけれど、何があるんだろうか。
特設の shop の中には、商品の他にも別の展示のチラシが置いてあって、
まぁ興味があるのがあったら行ってもいいかななどと思いつつ、今何をやってる

のか漁る。
さっき web を調べた時に出てきた広告がある。絵画よりはもっと現代アートみたいなものが多い。今日見たのも写真だしね。
その中に、THEN というアプリの広告が置いてあって、
「SNS 映えを気にして、思ったことが書けないことってありませんか？美術館に行った人だけの感想共有サービスで気軽に感想を書きましょう！」と書いてあった。
すごく身に覚えがある。Instagramって結局映えない写真はあげられないし、Facebookで思ったことを書いても、みんな反応をくれないから、ついつい「行った！」とかだけ書いちゃう。
ちょっと見過ごせなくて、私はそのチラシを手に取った

————————————————

一息つこうと思って、少しカフェを探すが見つからない。
そういえば、さっき駅にスタバがあったなぁと思い起こす。
じゃぁ駅に行こう。
————

生まれ持った方向音痴が際して、なんとかスタバを見つけて入る。
しかも意外と狭い。まぁいいか。
コーヒーをオーダーして受け取り、席に座る。
ぼんやりとさっきの展示で見たものを思い返す。あの展示は良かったから、今度友人に話そう。
ふと、さっきのチラシを思い出す。
結局友人に話すと言っても、友人は行ってない。いつも私が良かったと話すのをただ聞いてくれているが、
本当は共有できるのがいい。たとえ知らない人でも。
チラシの裏の説明を軽く読んだところ、美術館で見たことを記録につけるためのアプリのようだった。
物は試し。アプリを store から DL

————

Store から DL されたアプリを開くと、
Instagram,Twitter,Facebook, のそれぞれの連携の項目が出てくる。
ID で登録したい方は、こちら、となっている。
煩雑な入力をしたくなかったし、まぁいいかと思って Facebook で登録した。
————
登録を済ますと、何人かの Facebook の友人がこのサービスを使っていることが表示された。10 人ぐらい使ってるみたい？
追加で説明が出てきて、どうやら Twitter や Instagram を登録しても、それぞれのユーザーには自分が繋がったサービスで表示されるらしい。つまり Facebook と Twitter を登録しても、Facebook の友人に Twitter がバレることはない。
————
“ THEN ではあなたが展示会に行った感想を、共有することができます ”
“ また、友達の感想を見たり、あなたにオススメの展示会に関する情報を手に入れることができます ”
“ 展示会に行った人しかあなたの感想が読めないので、自分が書いたことを友達にわかってもらえないかな？と気にする必要はありません ”
“ THEN では、記録をつけることで、様々な特典がもらえることもあります ”
“ THEN を使って、どんどん記録をつけていきましょう !”
友達の感想が行く前に読めない、というのは一見面倒だったが、
確かに言われてみれば行く前に読んでもわからないなと感じる。
行ってない人に、うまく伝えられないもん。

————————————

ウィンドウが閉じると、次に、もう一つ画面が一つ出てきた。
“ 初めまして！Then の世界にようこそ !”
“ 最近、美術館に行きましたか ?”
“ はい | いいえ ”
突然の問いに戸惑いながら、はい、を押す。

“Then では、美術館に行くか、美術館の半券をスキャンすることで行われた展示会にチェックインができます !”
“ また、1 回目だけに限り、検索して登録することが可能です !”
“ 半券をスキャンする ” “ 検索する ”
まださっきの半券を持っているので、スキャンするを選ぶ。
カメラが起動したので、カメラに読み込ませると少し読み込み、
“「愛について アジア・コンテンポラリー展」にチェックインしますか?” と表示された
チェックインしてみる。
————
そうすると画面にリストみたいな画面が出てきて
“ 以下のアクティビティを行いました ”
“ 初めてのチェックイン ”
“ 初めての 東京都写真美術館 ”
“ 愛について アジアコンテンポラリー展 にチェックイン ”
“ 初めての現代アート ”
と出て。そのあとに可愛いスタンプみたいなものをもらう。
これも
“ OK ”

————————————————
“ あなたの Facebook の友達が一人、この展示会の感想を書いています ”
と表示される。
“ あなたも感想を書くことで、友達の書いた感想が見られるようになります !”
誰だろう ? と思ったが、ここでは確認できない。
ちょっと、誰か気になる。
“ 感想を書きますか ?”
” はい | いいえ ”
アプリに釣られたようではあるが、私も感想を書くことにした。

————

まず感想にレーティングをする。私は面白かったので星 4 かな。
Facebook に書くより、もう少しわかりづらい話をしても良いのは、少し嬉しかった。
愛について、いろいろ考えたよ、と。あの写真が私は好きだった、とか。

————————————

“ 以下のアクティビティを行いました ”
“ 初めての記録 ”
ok を押した。
もう一度、
“ あなたの Facebook の友達が一人、この展示会の感想を書いています ”
と、出る。
今度は、” 読む ” とボタンがあった。
開くと、そこには椿埼レイ、という名前が表示されていた。大学の先輩だ。
彼女の感想も星 4
椿埼さんは、面倒見のいいお姉さん気質の人で、学部頃に仲良くしてもらった記憶がある。
美術館に行く人だとは知らなかったので、意外だ。
私は少し面白くなって、椿埼さんの感想を開く。
————
椿埼さんは友達と来たようだ。
愛の話も書いていたし、ご飯の話も書いている。あと、今恵比寿はイルミネーションをやっているみたい。
イルミネーション。あと 30 分ぐらいで始まるみたいだし、それを少しみながら帰ることにしよう。

————————————

帰りの電車で、Then を漁ってみる。さっきは流れるように感想を書かされてしまっ

たので、他にはどんな機能があるのだろう？
まず、タイムライン。新着の投稿が表示されるみたいだ。
いろんな人のいろんな展示に対する投稿が見ることができる。
こないだ行ったムンク展とか、探せば今日行った展示とか、レイアウトされた感想がそれぞれあるもので、なるほどと思ったり、わからなかったり。そこそこに賑わっているアプリのようだ。
右の上のフィルターを押せば、展示会ごとに分けることもできる、今日行った展示会だけのもみることができる。「愛について」のところでは、椿埼さんのが一番上に来ている。
友達というボタンを押すと、友達が投稿したのが表示された、けれども、友達の投稿は、行ってない展示会のを読むことができないようだ。見たいんだけど、みれない。行くしかないなぁ
どうやら、友人が言った展示会のレートを見ることができるけど、感想は知らない人のしか読めなかった。
————
検索をすると、キーワードやユーザー、展示会情報などを調べられるようだった。

————
レコメンドを開くと、あなたにオススメの展示会を表示します、と出た後、いくつか表示される
一番上に、「リーキット 僕らはもっと繊細だった」が表示されている。友達が3人興味を持っています、と書かれている。マイリストに入れるとあったので、私も一応入れておくことにした。
その他、今人気の展示会や、「愛についてに行った人はこんなところも行っています」と表示されたりしていた。
————
それからチェックイン。
さっきのチェックインについての説明がもう一度出てきた。どうやら会場の受付か、半券を読み込んでチェックイン、というのが定番のようだ。

――――
そのあとにマイリスト。
開くと、愛について、のアイコンが一つだけあったので開くと、椿埼さんや、知らない人の感想が見られるようだった。少し漁ってみる。
最後にアクティビティ。
私の行った、感想を書いた、スタンプをゲットした、という情報に加え、友達の情報も見られるようだ。
友達がどこどこに行きました、友達が感想を書きました、友達がメイヤーになりました？メイヤーってなんだろう。
友達のアイコンを押すと、友達の名前とプロフィール、行った展示会やその他のアクティビティなどが確認できる。

――――――――――――――――――――――――――

暫く経つ。
ある朝起きると小雨が降っていた。初冬の雨は少し肌寒く、心なしか寂しさを連想させる。
しとしと窓を叩く音は憂鬱で、色んなことを考える。
ある意味こんな日は感受性が豊かで、アートを見に行くのに向いていると思う。
雨の日はあまり出かけないたちだが、今日は出かけてもいいかもしれない。
――――
何を見ようかをスマホで調べようとして、THEN のことを思い出す。
アプリ立ち上げ、レコメンド機能を開く。
「リーキット 僕らはもっと繊細だった」
と一番上に出てくる。
そういえばこないだマイリストに入れたな、と思って開く
見ると、友達の３人平均は「4.0」と表示されている。友達が行ったことで、点数の平均が表示されるようだった。
結構みんな気に入ってるみたい。決めた、今日はこれにしよう。

————————————————

電車に乗って、品川駅へたどり着く
美術館に辿り着き、スマホを鞄にしまい、チケットを買って入る。
ふと時間をみようともう一度スマホを出すと、THEN から通知が来ている。
“「リーキット 僕らはもっと繊細だった」にチェックインしますか?”と出ている。

OK を押す。
例のごとく、アクティビティが記録される
“ 以下のアクティビティを行いました ”
“ 初めての原美術館 ”
“ リーキット 僕らはもっと繊細だった にチェックイン ”
これも、OK を押す。
美術館に入ろう。

————————————————

今回も展示会は良かった。
愛について を見たときよりは、ずっとわかりづらかった。他の人はどのように解釈しているんだろう？

————————————————

併設のカフェが素敵なので入ることにした。
カフェでランチを待ちながら、感想を書くことにする。書いたら 3 人見れるみたい。
————
展示会も面白かったし、カフェも雰囲気がよかったので星 4 をつけた。
————
感想を書いたので、友達の感想を見る。
またレイさん、それからそんなに話さなかった大学の頃の友人、あと結衣だ。高

校の頃の友達。
レイさんが 4、友人が 3、結衣が星 5 をつけている。結衣はそんなに気に入ったんだ？
————
結衣の感想を開くと、展示会について、原美術館が 2020 年になくなる話と、それからカフェの料理が美味しかったことが書かれてた。あと、彼氏とデートだったらしい。
————
こんなに素敵な建物なのに、2020 年に閉館か、と少し悲しくなる。
それから、結衣が展示会に行くことを知った。結衣は普段あんまりインスタとかに投稿しないので、そういう子だとは知らなかった。最近はなにしてるのかな。元気かな。

————————————————————————

また暫くが経つ、ある夜に。
最近は美術館に行ってなくとも、時折 THEN を見ていた。
相変わらず感想はみれない。
知らない展示会についての雰囲気は知らない人のを読んでもなんとなくわかるし、

でも細かい感想は友達とはいえ、同じ展示会に行ってないといとわからない。レートで気に入ったんだな、というのはわかる。
Then に書かれてる感想は、行った人しかわからない話が多くて、最近は友達の感想を行く前に見てもわからないということをなんとなく察し始めた。Facebook にいいねをつけて表面的に共有するより、もう少し大人っぽいコミュニケーションだと感じる。
私を美術館に連れて行ってくれた友人に THEN を紹介をした。最近は SNS で繋がった友人のアカウントが別で見えること (Facebook のアカウントと Twitter のアカウントで繋がった友人にはそれぞれ表示されること) を理解したので、Twitter も

連携してみた。THEN で繋がってる人が少しづつ増えていく。
Twitter で繋がった人は、Facebook とは違うけれど、自分の数年来の知り合いが意外と美術館に行ってることを知る。不思議な体験だった。でも住んでる地域が違うから、全然感想が見れなかったりもする。いつか感想を見てみたいなぁ。
————
明日は展示会でも行こうかとレコメンドを漁る。
「カタストロフと美術のちから展」に結衣さんが興味を持ってます、と書かれている。
あ、結衣を誘ってみよう。
結衣に Line をする。” 最近何してる？元気？”
10 分ぐらいして返事が来る。” 元気にしてるよ。どうしたの w ”
“ 森美術館行きたい、明日空いてない？” と送る。
“ 明日空いてるよ！でもどうして？”
“ THEN で見た ”
“ あ！理解！確かにチェックつけた！”
“ そう w ”
“ いいよ。行こう！”
“ じゃぁ時間はね……

そうして、私は 1 年ぶりに結衣に会うことになる。THEN がなかったら美術館に一緒に行ったりはしなかっただろう。

————————————————
起きた。今日はどっていうことのないの天気。予定に対してちょうどいいぐらいの時間だ。
気だるさに身を委ねながら顔を洗い、朝ごはんを食べ、身支度をする。
結衣に LINE をし、集合時間に間に合うように家を出る。電車に乗る。
————
出口を伝えておいたからスムーズに合流できた。

六本木は初上陸。ルートを辿りながら美術館へ向かう。

————————————————

大人二人で、とチケットを購入し、エレベーターに乗る。
結衣とは 1 年ぶりで最近の話で盛り上がった

————————————————

展示会場に入る。
話しながら展示を見る。
カタストロフか。災害ねぇ。

————————————————

会場を出たあとに、スマホを見るとアプリから通知が来ていて、
“「カタストロフと美術のちから」にチェックインしますか?”と出ている。
チェックインをする。
“ 以下のアクティビティを行いました ”
“ 初めての森美術館 ”
“ カタストロフと美術のちからにチェックイン ”
OK を押す。
その後に、
“ 結衣さんと一緒に来ましたか?”
“ はい | いいえ ”
と表示される。今までは見たことなかったからちょっとびっくりしたけど、
結衣に画面を見せると、結衣の方もそうなっていた。
————
結衣もアプリ使ってる人と初めて一緒に来たらしく、いいね、と行って、結衣が ”はい ” を押した。
そうすると、私の方のスマホも画面が変わり、”結衣さんがチェックインしました ”と表示されている。

“ 以下のアクティビティを行いました ”
“ 初めての友達との美術館 ”
OK を押す。

————————————————

そのあとウィンドウショッピングをし、ひとしきり話した。
明日もあるということだし、夜を軽く食べて解散することにした。

————————————————

帰路につき、電車で揺られる。
家には 20 時ぐらいにつく。
————
家について、お風呂に入ってから出てきてスマホを見ると、アプリから通知がきていた。
“ 結衣さんが「カタストロフと美術のちから」の感想を書きました ”
じゃぁ私も、と思って、今日の感想を書き始めた。

————————————————————————————————