

| | |
|------------------|---|
| Title | 「CoCoel Guide」： 食卓を地域で共有する美食倶楽部「CoCoel」のコミュニティマネジメントシステム |
| Sub Title | "CoCoel Guide" : community management application of CoCoel Gastronomy Club that allows individuals to join others in a communal dining and social environment |
| Author | シールズ, 啓司(Shields, Keishi) 奥出, 直人(Okude, Naohito) |
| Publisher | 慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科 |
| Publication year | 2019 |
| Jtitle | |
| JaLC DOI | |
| Abstract | |
| Notes | 修士学位論文. 2019年度メディアデザイン学 第759号 |
| Genre | Thesis or Dissertation |
| URL | https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002019-0759 |

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 2019年度

「CoCoel Guide」：
食卓を地域で共有する美食倶楽部「CoCoel」の
コミュニティマネジメントシステム

慶應義塾大学大学院
メディアデザイン研究科

シールズ 啓司

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。

シールズ 啓司

研究指導委員会：

奥出 直人 教授 (主指導教員)

佐藤 千尋 特任講師 (副指導教員)

論文審査委員会：

奥出 直人 教授 (主査)

佐藤 千尋 特任講師 (副査)

杉浦 一徳 教授 (副査)

修士論文 2019年度

「CoCoel Guide」：
食卓を地域で共有する美食倶楽部「CoCoel」の
コミュニティマネジメントシステム

カテゴリー：デザイン

論文要旨

本研究では、毎日の食卓を地域で共有する美食倶楽部「CoCoel」において、生活者が調理を1人で行うのではなくコミュニティで一緒に行うという経験を提供すべく、コミュニティ空間で調理を主体的に行ってくれる参加者—Kitchen Manager 及び Co-Cooker を募るコミュニティマネジメントシステム「CoCoel Guide」をデザインした。

「CoCoel」とは、都市近郊に住む「同じ駅を使っているもしくは使っていた人」を主な対象とし、その場にいる人と一緒に食卓を共有する事（以下 Co-cooking）を通じて、Wellbeing に暮らす事を目標とするサービスである。具体的には「趣味の料理を人に振る舞いたい人（Kitchen Manager）」、「仕事で忙しい料理初心者（Co-Cooker）」が対象だ。前者に対しては、料理という趣味を深めながらその場にいる人と交流する経験を、後者に対しては、仕事で忙しくても簡単に美味しい手料理が食べられるという経験を提供する。「CoCoel Guide」は、Co-cooking したいと思う Kitchen Manager 及び Co-Cooker を募るに当たって、Co-cooking に関する事前情報：Co-cooking とはどのようなものか・どのような役割で調理を行うのか・どのような形で参加者と交流できるのか、を把握する事が出来るコミュニティマネジメントシステムである。「CoCoel Guide」があるからこそ、Co-cooking というイデオロギーを理解し、食事を1人で行うのではなくコミュニティで行うようになる。

キーワード：

コークッキング、コミュニティマネジメント、贈与経済、互酬性、デザイン思考、サービスデザイン

慶應義塾大学大学院 メディアデザイン研究科

シールズ 啓司

Abstract of Master's Thesis of Academic Year 2019

“CoCoel Guide”: Community Management Application of
CoCoel Gastronomy Club That Allows Individuals to Join
Others in a Communal Dining and Social Environment

Category: Design

Summary

In this research, I designed “CoCoel Guide”. CoCoel Guide is community management system enabling recruiting participants who will be cooking in the community -Kitchen Manager and Co-Cooker in order to provide the experience that consumers do the cooking together in the community instead of doing it alone.

“CoCoel” is a service that targets people living in the suburbs of the city, and aims to live in Wellbeing through co-creating a table with people who are there (hereinafter referred to as “Co-cooking”). “CoCoel” is a service that targets people living in the suburbs of the city, and aims to live in Wellbeing through co-creating a table with people who are there (hereinafter referred to as “Co-cooking”). For the Kitchen Manager, Co-cooking provides an experience of interacting with people on the spot while deepening the hobby of cooking. For the Co-Cooker, Co-cooking provides an experience where you can easily eat delicious homemade dishes even if you are busy with work.

The “CoCoel Guide” provides information on Co-cooking in advance when recruiting Kitchen Managers and Co-Cookers who want to do Co-cooking. It is a human resources management system that shows how Kitchen Manager and Co-Cooker can participate in cooking and how to interact with participants. “CoCoel Guide” helps consumers understanding the ideology of Co-cooking.

Keywords:

Co-cooking, Community management, Grant economy, Reciprocity, Design thinking, Service design

Keio University Graduate School of Media Design

Keishi Shields

目 次

| | |
|---|-----------|
| 第1章 序論 | 1 |
| 1.1. イントロダクション | 1 |
| 1.2. 食をコミュニティで行う | 3 |
| 1.3. 料理とは何か | 4 |
| 1.4. 理論的枠組みについて | 5 |
| Wellbeing | 5 |
| Social Capital | 6 |
| 1.5. デザイン手法 | 7 |
| 1.6. 本論文の構成 | 8 |
| 注 | 8 |
| 第2章 関連研究 | 9 |
| 2.1. 食をコミュニティで行う有益性 | 9 |
| 2.2. 贈与的なコミュニティ | 11 |
| 2.3. CoCoel にスムーズに参加してもらう為のコミュニティマネジメント | 12 |
| コミュニティをマネジメントするとは | 12 |
| 参加動機を事前に向上させる | 13 |
| 当事者意識を事前に向上させる | 13 |
| 2.4. 本研究が貢献する領域 | 14 |
| 注 | 15 |
| 第3章 デザイン | 16 |
| 3.1. コンセプト | 16 |

| | | |
|--------------|----------------------|-----------|
| 3.2. | フレームワークを用いたコンセプトデザイン | 18 |
| 3.3. | サービスエコシステムのデザイン | 19 |
| | フィールドワーク | 19 |
| | ターゲットペルソナ | 34 |
| | A2A | 38 |
| | サービスエコシステム | 41 |
| 3.4. | コンセプトメイキング | 42 |
| | アイディエーション | 42 |
| | コンセプトスキーム | 43 |
| | 赤坂でのコンセプトキット | 43 |
| 3.5. | コンセプトスケッチ | 46 |
| 3.6. | MVP | 47 |
| | 西伊豆での MVP1 | 47 |
| | ワイン会での MVP2 | 51 |
| | MVP からの分析 | 54 |
| 3.7. | 設計 | 55 |
| | ナラティブ | 55 |
| | ユースケース | 55 |
| | CoCoel Guide の設計 | 56 |
| | 注 | 64 |
| 第 4 章 | ヴァリデーション | 65 |
| 4.1. | ヴァリデーションの概要 | 65 |
| | ターゲットユーザー | 66 |
| | ヴァリデーションの準備 | 68 |
| 4.2. | ヴァリデーションの様子 | 71 |
| 4.3. | ヒアリング | 75 |
| | CoCoel に参加する前 | 76 |
| | CoCoel に参加した後 | 77 |
| | CoCoel にて感じた改善点 | 78 |

| | |
|----------------------------------|-----------|
| 4.4. 考察 | 80 |
| ヴァリデーションを通じて明らかになった価値 | 80 |
| ヴァリデーションを通じて明らかになった改善点 | 80 |
| 第5章 結論 | 82 |
| 5.1. 結論 | 82 |
| 5.2. 今後の課題 | 83 |
| 5.3. 今後の展望 | 83 |
| 謝辞 | 85 |
| 参考文献 | 86 |

目 次

| | | |
|------|---|----|
| 1.1 | 鷺沼にあるファストフード店で家族が談笑している様子 | 3 |
| 1.2 | 鷺沼にあるスーパーでのお惣菜コーナー | 4 |
| 1.3 | お惣菜コーナー2 | 4 |
| 3.1 | CoCoel の concept sketch | 17 |
| 3.2 | CoCoe Guidel の concept sketch | 17 |
| 3.3 | Fieldwork Master | 21 |
| 3.4 | シェアハウスでの様子 | 21 |
| 3.5 | Flow model | 22 |
| 3.6 | Artifact model | 22 |
| 3.7 | Physical model | 23 |
| 3.8 | Cultural model | 23 |
| 3.9 | Mental modelA | 24 |
| 3.10 | Mental modelB | 24 |
| 3.11 | Mental modelC | 25 |
| 3.12 | Fieldwork Master | 26 |
| 3.13 | はっちさんと一緒に盛り付けている様子 | 27 |
| 3.14 | 食事を運んでいる様子 | 27 |
| 3.15 | みんなで食事を食べている様子 | 28 |
| 3.16 | Flow model | 28 |
| 3.17 | Artifact model | 29 |
| 3.18 | Physical model | 29 |
| 3.19 | Physical model2 | 30 |

| | | |
|------|--|----|
| 3.20 | Cultural model | 30 |
| 3.21 | Mental modelC | 31 |
| 3.22 | みんなでご飯を食べる様子 | 32 |
| 3.23 | みんなで調理している様子 | 32 |
| 3.24 | 置いてあったポップコーンマシーン | 33 |
| 3.25 | 仕事で忙しい料理初心者 | 34 |
| 3.26 | 趣味の料理を人に振る舞いたい人 | 35 |
| 3.27 | 地元食事を提供する人 | 35 |
| 3.28 | 場所を提供する人 | 36 |
| 3.29 | Community Manager | 36 |
| 3.30 | SPBA-HRI | 37 |
| 3.31 | A2A | 38 |
| 3.32 | A2A | 38 |
| 3.33 | A2A | 39 |
| 3.34 | A2A | 39 |
| 3.35 | A2A | 40 |
| 3.36 | A2A | 40 |
| 3.37 | A2A | 41 |
| 3.38 | サービスエコシステム | 41 |
| 3.39 | ideation | 42 |
| 3.40 | コンセプトスキーム | 43 |
| 3.41 | 用意した自由に使える食材 | 44 |
| 3.42 | 料理経験の少ない参加者が Co-Cooking している様子 | 44 |
| 3.43 | 余った鶏肉を適当に焼いている | 45 |
| 3.44 | ダイニングの人がアドバイスしている様子 | 45 |
| 3.45 | CoCoel の concept sketch | 46 |
| 3.46 | 事前スキット 1 | 47 |
| 3.47 | 事前スキット 2 | 48 |
| 3.48 | 西伊豆にて Co-Cooking している様子 | 49 |

| | | |
|------|---|----|
| 3.49 | 調理初心者が調理に参加している様子 | 49 |
| 3.50 | 調理を巻き込んでいる様子 | 50 |
| 3.51 | 作った食事をみんなで食べる様子 | 50 |
| 3.52 | 当日のチェックインメモ | 51 |
| 3.53 | ワイン会の様子 | 51 |
| 3.54 | ワイン会の様子 | 52 |
| 3.55 | ワイン会の様子 | 52 |
| 3.56 | ワイン会の様子 | 53 |
| 3.57 | ワイン会の様子 | 53 |
| 3.58 | CoCoe Guidel の concept sketch | 54 |
| 3.59 | CoCoe Guide を使用した時のナラティブ | 55 |
| 3.60 | CoCoe Guide のユースケース | 55 |
| 3.61 | 料理人のメンタルモデル | 56 |
| 3.62 | CoCoe Guide v1 イメージ図 | 57 |
| 3.63 | CoCoe Guide v1 イメージ図 | 57 |
| 3.64 | CoCoe Guide v1 イメージ図 | 58 |
| 3.65 | CoCoe Guide v1 イメージ図 | 58 |
| 3.66 | CoCoe Guide v1 イメージ図 | 59 |
| 3.67 | CoCoe Guide v1 イメージ図 | 59 |
| 3.68 | CoCoe Guide v1 遷移図 | 60 |
| 3.69 | CoCoe Guide v2 イメージ図 | 61 |
| 3.70 | CoCoe Guide v2 イメージ図 | 61 |
| 3.71 | CoCoe Guide v2 イメージ図 | 62 |
| 3.72 | CoCoe Guide v2 イメージ図 | 62 |
| 3.73 | CoCoe Guide v2 イメージ図 | 63 |
| 4.1 | 各アクターの行動予測 | 65 |
| 4.2 | ターゲットユーザー | 66 |
| 4.3 | CoCoel 看板 | 68 |
| 4.4 | 当日のポイントシステム | 69 |

| | | |
|------|---|----|
| 4.5 | CoCoel Point | 70 |
| 4.6 | Kitchen Manager がサッと前菜を作っているシーン | 72 |
| 4.7 | 暇な時間に cook book を見ながら調理するシーン | 72 |
| 4.8 | みんなで作った料理を写真に収めるシーン | 73 |
| 4.9 | ポイントを貰うべく簡単な調理に挑戦するシーン | 74 |
| 4.10 | 皿洗いをみんなで共同しているシーン | 74 |
| 4.11 | Kitchen Manager に対するヒアリングシート | 75 |
| 4.12 | Co-Cooker に対するヒアリングシート | 75 |

表 目 次

第1章

序 論

1.1. イントロダクション

本研究は毎日の食卓を地域で共有する美食倶楽部「CoCoel」において、生活者が食を1人で行うのではなくコミュニティで一緒に行うという経験を提供する為、コミュニティ空間で調理を主体的に行ってくれる参加者— Kitchen Manager 及び Co-Cooker を募るコミュニティマネジメントシステム「CoCoel Guide」をデザインする。

「CoCoel」とは、都市近郊に住む「同じ駅を使っているもしくは使っていた人」を主な対象とし、その場にいる人と一緒に食卓を共有する事（以下 Co-Cooking）を通じて、Wellbeing に暮らす事を目標とするサービスである。具体的には、「趣味の料理を人に振る舞いたい人」、「仕事で忙しい料理初心者」が対象だ。前者に対しては、料理という趣味を深めながらその場にいる人と交流する経験を、後者に対しては、仕事で忙しくても簡単に美味しい手料理が食べられ困らなくなるという経験を提供する。「CoCoel」は、実際に鷺沼にて行ったフィールドワーク調査及びその他民族誌調査を元にコンセプトデザインされ、Wellbeing 及び Social Capital の理論的枠組みを元に計3回の MVP を通じて有用性を証明する。

「CoCoel」は以下4つの特徴を持つ。1つ目は、家の外で自由に使えるキッチンと食材を提供する事だ。これは、都市近郊に住む人々が家の外で集まり近隣コミュニティを形成する場となり得る。2つ目は、Co-Cooking を通じて人と交流する機会を提供する事だ。参加者の調理と交流を促進させる為、現場監督者「Community Manager（以下 CM）」を配置する。3つ目は、調理中の役割分担が織り込まれたレシピ集「COOKBOOK for Co-Cooking」をコミュニティ内に公開する事だ。参加者

は、調理する際にレシピを参考にすることができるだけでなく、調理中の自分の役割が明確に分かる為、人と一緒に調理する事が容易になる。4つ目は、コミュニティ空間で調理を主体的に行ってくれる参加者－ Kitchen Manager 及び Co-Cooker を募るコミュニティマネジメントシステム「CoCoel Guide」だ。「CoCoel」で行う Co-Cooking とはどのようなものか・どのような役割で調理を行うのか・どのような形で参加者と交流できるのか、事前に共有し、「CoCoel」での調理をスムーズに促すシステムだ。

1.2. 食をコミュニティで行う

2018年6月末、プロジェクトの一環で生活しやすく子育てしやすい街として名がある鷺沼へのフィールドワークを行なった。定評通り鷺沼には親子連れが多く、子供がスクスクと遊べる大きな公園や優しく話しかけてくれる店員さんの様子から総合的に治安の良い街であると感じた。しかし、本格的に子育てしやすい街であるとは感じられなかった。理由に、健康的な食生活を送る生活者が少なく、各々が満足感を持って生活している様子が見られなかったからだ。この様な感覚を得た場面は大きく2つある。1つ目に、鷺沼は子育て世代が多いとされる街であるにも関わらず、家族で利用している飲食店が主にファストフード店ばかりだと発見した場面(図1.1)。



図 1.1: 鷺沼にあるファストフード店で家族が談笑している様子

2つ目に、仕事帰りの生活者殆どが駅前にある街唯一のスーパーへ向かい、売れ筋の惣菜売場で揚げ物を購入する様子を発見した場面。(図1.2)。



図 1.2: 鷺沼にあるスーパーでのお惣菜コーナー



図 1.3: お惣菜コーナー 2

これら 2 点から、偏った食生活を送る生活者が多い点を考慮すると、生活しやすい環境が整っているとは言い難いのではと考えた。治安が良く、見知らぬ他者ともコミュニケーションが取れる街である事を実感した私は、地域の食卓をみんなで共有する Co-Cooking サービスを展開する事で、忙しい中でも美味しい食事を食べる事が可能となり、都市近郊に住む生活者の Wellbeing を深めるのではなか、という考えに至った。

これらの背景を踏まえ、本研究では、毎日の食卓を地域で共有する美食倶楽部「CoCoel」において、生活者が調理を 1 人で行うのではなく「同じ駅を使っているもしくは使っていた人」が集う場で一緒に調理を行うという経験を提供する。またこの経験を実現可能にするべくコミュニティ空間で調理を主体的に行ってくれる参加者ー Kitchen Manager 及び Co-Cooker を募るコミュニティマネジメントシステム「CoCoel Guide」をデザインする。

1.3. 料理とは何か

食をコミュニティで行う事を考えるにあたって、そもそも料理とはどのような定義か、土井の『一汁一菜でよいという提案』を参考に述べる。料理とは「買い物して、下ごしらえし、調理し、料理が出来上がり、食べ、片付ける」というサイクルの総称を料理という定義づけをしている(土井 2016)¹。その上で本研究において Co-Cooking とは、土井が述べた料理のサイクルを 1 人で回すのではなく「その場

にいる人と協同してサイクルを回す」という形で料理を行う事だと定義する。つまり調理に参加するだけでなく、皿洗いや片付け、食材を持ち寄るなど、それぞれの生活者が持つリソースに合わせてコミュニティに貢献する事を指す。つまり「CoCoel」は調理ができない人もしくは調理をしない人でも利用する事ができる。

現代社会においても「食をコミュニティで行う」というイデオロギーの兆候は様々な場面で感じる事ができる。例えば、グラマラスなキャンプ体験を提供するグランピングが挙げられる。一般的なキャンプと比較すると、予め下準備された食材と調理器具を使い、複数人で手軽に調理を楽しめる事が強みの1つとして考えられる。京都で運営される「ファームグランピング京都天橋立」では、食育をテーマに食材を自由に使って参加者とスタッフが食材を洗ったり切ったり食べたりしている。まさしく料理のサイクルを分担し複数人で行っている事から、食をコミュニティで行っていると言える²。

1.4. 理論的枠組みについて

Wellbeing

本研究で言及する「CoCoel」にて、食を「同じ駅を使っているもしくは使っていた人」が集うコミュニティで行う事が何故生活者の Wellbeing を深めるのか、Wellbeing の定義に触れながら Robert D. Putnam が述べた Social Capital と合わせて説明する。

Anthony Kenny はアリストテレスが述べた Wellbeing について、Wellbeing は状態ではなく activity なものであると述べた。³つまりその活動の事を指すのである。これに加えて、知恵を行使する事。美德を行使する事。美的及び知的な喜びが組み合わさる事、以上3つの Wisdom・Virtue・Pleasure の全てが適切な状態で行使される事で、人として満たされ、Wellbeing になると述べた。

これらの考えを Co-Cooking に置き換えてみる。まず知恵を行使する文脈から考えてみる。「CoCoel」では今までに出会った事のない食材や調理を学びつつ、自分の意見をアウトプットできる環境にあると言える。美德の観点から考えると、食事をするコミュニティでお互いが交流し美德を行使できる環境であると言える。最

後に Pleasure の観点から見ると、ご飯を食べたり飲んだりしながら多くの人と交流する事で喜びが組み合わさる環境でもあると言える。以上の観点から Co-cooking は3つの Wisdom・Virtue・Pleasure の全てが適切な状態で、行使されている状態を提供できる為 Wellbeing を深めると考えた。

Social Capital

このようなサービスをデザインする為に、Social Capital の概念について触れる。Social Capital とは、社会的ネットワーク及びそこから生じる互酬性と信頼性の規範であり、個人的及び集団的生産性を向上させる。これは従来の物的資本及び人的資本から類推され、そして市民的美徳と密接に関係している。市民的美徳とは、市民としての資質や振る舞いのことで、市民が何かの権利を得る為にはそれを十分に活用できるだけの能力や素養を持っている事が要請される⁴。この市民的美徳を、独立した人々が持っている状態よりも、社会的ネットワークの活発な人々が持っている状態の方が、より Social Capital が力を発揮するものだとしている。

また、人と人とのやりとりを意味する互酬性には、「あなたがこれをしてくれるなら、私もこれをしてあげる」という特定の互酬性と、「あなたからの何か特定の見返りを期待せずに、これをしてあげる。きっと他のだれかが私に何かしてくれるという確信があるから」という一般的互酬性の2種類が存在する。特定の互酬性のある社会はない社会に比べると効率はいいが1回毎に帳尻合わせをする必要がある為、より取引の回数を増やし生産性を向上させる一般的互酬性のある社会が最も望ましいと言える。

更に、Social Capital には Bridging と Bonding という概念がある。Bridging とは潤滑油のようなもので集団と集団を繋げる事であり、Bonding は強力接着剤のように集団内の結束を強める事である。多くの集団は何らかの社会的次元で Bonding し、同時に他の集団と Bridging を行っている。著書『Bowling Alone』において Robert D. Putnam は、ボーリングや宗教、同窓会など、人と一緒に何かを行えば社会的ネットワークは保たれ、コミュニティを存続させる事ができると主張している⁴。これらの考えを元に CoCoel では「同じ駅を使っているもしくは使っていた人」を主な Bonding と定義し、それらの要素を持った生活者達が、Co-Cooking

を通じて他要素を持った生活者達と Bridging を行う事で、より強いコミュニティが形成されていくと考えられる。また本章の2節でも述べた様に、調理とは一連のサイクルである為、どんな人でも誰かしらの役に立つ行動ができ、一般互酬性のあるコミュニティへ育っていくと言える。

以上の枠組みを踏襲する事で Wellbeing を深めるコミュニティをデザインできると考えられる。

1.5. デザイン手法

本サービスのデザインにあたっては、慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の奥出直人教授が提唱するデザイン思考プロセスの一つである民族誌調査を行なった(奥出 2012)⁵。民族誌調査においては Karen Holtzblatt と Hue Beyer の提唱する Contextual Inquiry という他者のコンテキストを知るための手法を用い、フィールドワークを行なった(Holtzblatt and Beyer 1997)⁶。フィールドワークでは、調査の対象を師匠と位置づけ観察を行った。その後、起こった出来事と自らの解釈を交えて「濃い記述」として書き起こした(Geertz 1967)⁷。その記述を基に、5分析という手法を用いて、調査内容を時間・物理・空間・人間関係・文化という5つの角度から分析を行い、調査対象者の「メンタルモデル」を抽出した。メンタルモデルとは、人間が固有に持つ内的表象であり、外的世界で起こることを予測したり、対処したりするために形成する認知と行動のセットのモデルである(Craik 1967)⁸。本研究においては、料理を振る舞う人のコンテキストを探る為、計2回の民族誌調査を行った。具体的には、インドネシア料理が得意な Renny Novianty さんがシェアハウスのリビングで隣人に料理をシェアする場面と、隣人が集まり食卓を囲むサービス「Kitch Hike」において料理好きのはっちさんが参加者に料理を振る舞う場面の民族誌調査を行い、各調査対象者のメンタルモデルを抽出した。更に『Service Dominant Logic』に基づき、サービスコンセプトをデザインした(Lusch and Vargo 2014)⁹。具体的には、フィロソフィーとビジョンの決定、ターゲットペルソナ作り、A2A 分析、サービスエコシステムの構築、アイディエーション、コンセプトスキームの作成、コンセプトスキット、コンセプト

スケッチの作成を行った。これらの調査内容及び分析手法、サービスコンセプトについては第3章において詳細に述べる。

1.6. 本論文の構成

本論文の構成は全5章から成る。本章では研究の概要とその背景、理論的枠組み、調査手法、及びコンセプトのデザインに関する概観を示した。続く第2章では、本研究に関連する分野の先行研究に基づき、本研究の貢献する領域を明確化する。第3章では、「CoCoel」のコンセプトとそのデザインのプロセスを詳細に述べ、また「CoCoel Guide」のデザインについても述べる。第4章では「CoCoel」のプロトタイプを使用して行ったヴァリエーションを通じ、デザインした「CoCoel Guide」の効果及びその有用性を評価する。最後に第5章において、本論文の結論と現状の課題、そしてサービスコンセプトを発展させていく為の今後の展望について述べる。

注

- 1 土井善晴 (2016) 『一汁一菜でよいという提案』: グラフィック社.
- 2 ファームグランピング京都天橋立公式サイト <http://www.farm-glamping.com/>
- 3 Kenny, Anthony (2011) 『The Eudemian Ethics』: Oxford University Press.
- 4 Putnam, Robert D and others(2000) 『Bowling alone: The collapse and revival of American community』: Simon and schuster.
- 5 奥出直人 (2012) 『デザイン思考と経営戦略』, エヌティティ出版.
- 6 Holtzblatt, Karen and Hue Beyer (1997) *Contextual Design: Defining Customer-Centered Systems*: Morgan Kaufmann.
- 7 Geertz, Clifford (1997) *The Interpretation of Cultures*: Basic Books.
- 8 Craik, Kenneth (1967) *The Nature of Explanation*: Cambridge University Press.
- 9 Lusch, Robert F and Vargo, Stephen L (2014) *Service-dominant logic*: Cambridge University Press.

第2章

関 連 研 究

本章では、本研究に関連する「コミュニティで行う食」「贈与的なコミュニティ」「CoCoel にスムーズに参加してもらう為のコミュニティマネジメント」の3分野に関する先行研究を概観した上で、本研究の学問的立ち位置及び貢献する領域を明示する。

2.1. 食をコミュニティで行う有益性

地域の食卓を共有する美食倶楽部「CoCoel」におけるコミュニティマネジメントシステム「CoCoel Guide」に関して、食をコミュニティで行う有益性を孤食の現状と比較しながら示す。

孤食の危険性

Aki Kuroda らは高齢者の重要な危険因子として一人暮らしという要素がしばしば引用されているのにもかかわらず、一人で食事をすることはめったに議論されないという背景から、「うつ病と孤食の関係性」を主なテーマに研究した (Kuroda Aki, Tanaka 2007)。¹千葉県在住の 1856 人の高齢者に対して、社会的関与の有無がどれほどうつ病と関連があるのか、老年期うつ病評価尺度 (Geriatric depression scale 15) を用いて検討した。結果として社会的関与は抑うつ症状と関連しており、1 人で食事を行う事は地域在住の高齢者にとって重要な危険因子であると述べている (オッズ比 $\frac{1}{4}$ 5.02、95 %信頼区間 2.5e9.9 が若年層、オッズ比 $\frac{1}{4}$ 2.41、95 %信頼区間 1.2e4.8 が高齢者)。また食事中に彼ら高齢者の交際を考慮した社会予防策

が必要であると述べている。このデータから分かる様に1人で食事を行う事、つまり社会的関与の有無は抗うつ症状にかかるリスクを高める事に繋がり、早急な解決策が求められている状態である。

食をコミュニティで行う事でのメリット

次にコミュニティで食事をする際の効果を事例を参考に述べる。明治製菓株式会社の中川らは、地域住民や友人、仕事、仲間等家族を含めた様々なグループで、外食や中食を利用しながら継続的に共食する機会を設けることが重要であり、「家族・毎日・手料理」という固定的な枠組みにとらわれず共食を行うべきであると述べた（中川 2010）²

中川らの調査では、一般的に食生活が不規則になりがちであるとされている20代の学生を中心に食生活に関するアンケートと聞き取りを行い、彼らの食生活の実態や食事観を明らかにすることで、個食や欠食等食の乱れの実態と食事の際にコミュニケーションの欲求が存在していることを明らかにした。このような課題に対して、「共食」のもつ純粋な機能として挙げられる「コミュニケーション機能」に着目し、千葉県袖ヶ浦市にて伝統的な共食形態である八日講、念仏講、子安講の参加者に聞き取り調査を行うことで、これまで世代間で受け継がれてきた慣習としての「共食」について分析を行い、これら伝統的な共食形態にはどのような機能と可能性があるのかを明らかにした。聞き込み調査の結果、食事を共にするメリットとして①会話が進む②集団内の人間関係の構築③相手への理解が進む④新たな料理・食材・調理法との出会いが挙げられ、共食を行う事は心の充足を感じられる事だと考察で述べた。

食をコミュニティ空間で行っている実例

札幌福祉大学の片山は、社会実験としての日本の北海道にあるコミュニティ・レストラン「風のごはんや」での調査と実践を通してコミュニティ・レストランで育まれるソーシャル・キャピタルについて考察した。片山は、来店目的の変化を探るべく、来店者に対して年に3回のアンケート調査を行った。そこで職場外

同士も含む地域によるソーシャルキャピタルの醸成を見ると、当初「値段が安い」「メニューがいい」を皮切りに来店していた生活者も「誰かに会える」「程よい人間関係ができる」「安心感がある」「元気をもらえる」「情報交換ができる」といった空気感を共有しに来店している事が定性調査で分かった。また高頻度で来店する生活者の間では、通い続ける様になった前後を比較して精神的な変化を感じる人がいることは分かったと片山は述べている（片山 2018）。³

以上の事からも食をコミュニティで一緒になって行う事は、ただお腹をいっぱいにするだけでなく、集団内の人間構築や今までにない気づきを得られる場となり、個食よりも有益性が高いと考えられる。同様に「CoCoel」の目指す食をコミュニティで行う場を提供する事で、精神的余裕が生まれより良い生活ができると考えられる。

2.2. 贈与的なコミュニティ

曾我はモースの贈与論を引用するにあたって次の点を重視していた。贈与したモノに対する返礼は直接なされるわけではなく、必ず第三者あるいはさらに別の人間たちを介することである。もし二人の人間あるいは二つの共同体間で贈与と返礼がなされるならば、単なる事物の交換として終わってしまうであろう。しかし贈与と返礼のネットワークは、三人あるいはそれ以上の人間を巻き込むのである。モースは返礼を義務として感じ、最終的に円環が閉じられることに意義を見出す。曾我は、あえて円環を開けたままにする事で意義があるのではと考察する。円環を敢えて閉じさせないことで、どこまでも続いていく贈与の連なりが情報を無際限に増殖させる一つの契機となると考えているからだ（曾我 2014）⁴。

同様に CoCoel 内でも円環を敢えて閉じさせない形での贈与と返礼が生まれるコミュニティを目指す。これは Robert D. Putnam が述べた「贈与した際、特定の見返りを求めるのではなく、いつか自分に誰かがお返ししてくれる」一般的互酬性のある社会と近い。一般的互酬性のある社会は生活者同士のやりとりが増加する為、生産性が向上すると述べられている（Putnam 2000）⁵。同様に CoCoel 内でも一般的互酬性のある、贈与論を踏まえた仕組みを提供する事で積極的に調理

に参加し、積極的な交流が図られ、よりよい循環が回ると考える。CoCoel Guide ではこの考え方を持ってお金のやりとりを毎回するのではなく何かしらの仮想通貨やポイントシステムを提示する事で、一般的互酬性のある贈与論を踏まえた環境を目指す。

2.3. CoCoel にスムーズに参加してもらう為のコミュニティマネジメント

CoCoel の情報を事前に把握できる「CoCoel Guide」を通じて、参加者が現場でスムーズに食をコミュニティで行う為には、どの要素が必要になり得るか、コミュニティマネジメントの方向性から記す。

コミュニティをマネジメントするとは

CoCoel に参加し、食をコミュニティで行う事ができるシステムを考えるにあたって、コミュニティをマネジメントするとはどのような事か。ドラッカーが記したコミュニティマネジメント論を元に「CoCoel Guide」の方向性を述べていく。ドラッカーはコミュニティに対してこのように述べている。「今日の組織は、個人としての自覚をもって行動する個人の集合体。一人ひとりの行動は自発的でなければならない。メンバー一人ひとりが「歯車のひとつ」ではなく、「ひとりの人間」として行動すればするほど、組織は強くなる。」(Drucker 1986)⁶。ドラッカーは組織が強くなった実例として、ある病院での看護師不足対策について述べている。当初、看護師不足を解決するにあたって、社内の居心地を良くする事で問題を解決しようと試みたが、さらに深刻化してしまった。理由に一人ひとり自発的な行動をする際モチベーションになった事が、「患者の世話が出来る事」であるのに、居心地をよくしたとしても、雑用と事務業務ばかりで貢献できているかどうか分からなかったという。これを元に各フロアに事務員を一人配置させ雑務を減らした事で看護師の本来価値として感じていた「患者の世話が出来る事」に集中する事が出来、辞める者はなくなった。(Drucker 2006)⁷

つまりコミュニティをマネジメントするにあたって、一人ひとりの生活者が特定の空間においてどのような役割を持っているのか、またその役割からどのような成果を出し貢献できるのか、組織全体としてではなく個人に焦点を当てた上で、個人が参加する意義とその空間での役割を認知させられるシステムが必要があると考えられる。次小節より参加動機を向上させるべくどのように役割を付与するのか、どのように目的を共有し当事者意識を向上させるか、事例を出しながら参考にする。

参加動機を事前に向上させる

藪谷は、市民が主体となってまちづくり市民活動団体をマネジメントするために、まちづくり市民活動団体の構成員の役割と参加動機に着目して分析を行い、まちづくり市民活動団体を成立させているメカニズムを明らかにした(藪谷 2019)⁸。藪谷によると地域団体のマネジメントには、構成員の現状把握と課題抽出が必要となり、構成員の類型化を行うにあたって役割と参加動機を切り口に行う方法があると述べる。役割という観点で見ると「万能リーダー型役割」「サポーター型役割」「フォロワー型役割」の3つがあり、参加動機という観点では、「余暇活用型動機」「承認欲求型動機」「自己実現型動機」3つがある。

今回「CoCoel Guide」をデザインする際は、事前に自分がどのような構成員でまたそれがどのような役割なのか判断できるような仕組みがある事で、自らの参加動機につながり、活動を活発化できると考えた。一方でデザイン思考にて作成したペルソナとエコシステムは上記のマーケティング的なセグメンテーションとは違う。本論文では藪谷が述べた分類を意識した上で、デザイン思考の発想から生まれたペルソナが自らの参加動機に繋がると感じられる様なマネジメントをデザインする。

当事者意識を事前に向上させる

堀尾は青年期の市民が闊達なコミュニケーションを交わし参加意欲を高めるためには、議論の創造性と公平性を高め、かつ当事者意識と貢献感を持てることを前提とする必要がある事を示した(堀尾 2014)⁹。つまりただ参加するのみならず、

生活者が「CoCoel」に参加している感覚を事前に提供する事で、「CoCoel」に対して貢献しているという実感を得る事が出来るので、食をコミュニティで行い易くなると考えた。

更にピョートルは催事を企画する際、アイデア出しの段階ではロジックよりも閃きを重視し、参加者が楽しみながらアイデア発想することが組織活性化につながると述べている(ピョートル 2017)¹⁰。

これら2つの観点を踏まえると、コミュニティ内で自分はこの様な行動をするのか、そして自分自身どんな貢献ができるのか、柔軟性の高さを来場者に対して提示する事が必要である。

2.4. 本研究が貢献する領域

食をコミュニティで行う様促す「CoCoel Guide」は、Co-Cooking に関する事前情報：1.CoCoel がどの様なものか 2. どの様な形で自分が調理に参加するのか 3. どの様な形で友人と交流できるのか 4. どの様な料金システムになっているのか、を提示するシステムである。

本章の第1節では、食をコミュニティで行う事の重要性を述べ、第2節では、一般的互酬性が生まれる贈与経済の考え反映させ、第3節では、CoCoel にスムーズに参加してもらう為の人材マネジメントについて明らかにした。

以上の先行研究を踏まえた、本研究の学術的貢献は、食をベースに行ったコミュニティマネジメントを Social Capital や贈与論の考えを用いたデザイン手法の先行例として確率する事ができ、料理を作る人と食べる人が別れていないという Co-Cooking イデオロギーの新規性と、コミュニティデザインでの分野に貢献できると考える。

注

- 1 Kuroda, Aki and Tanaka(2007) Eating alone as social disengagement is strongly associated with depressive symptoms in Japanese community-dwelling older adults: Elsevier.
- 2 中川李子 (2010) 共食の機能と可能性—食育をより有効なものとするための一考察—: 千葉大学大学院園芸学研究科.
- 3 中川李子 and 長塚未来 (2010) 共食の機能と可能性—食育をより有効なものとするための一考察—: 千葉大学大学院園芸学研究科.
- 4 曾我千亜紀 (2014) 贈与としてのコミュニケーション:大阪産業大学人間環境論集
- 5 Putnam, Robert D and others(2000) 『Bowling alone: The collapse and revival of American community』: Simon and schuster.
- 6 Drucker, Peter(1986) 『Landmarks of Tomorrow, a Report on the Post Modern World』: Harper & Row Publishers, Newyork, US.
- 7 Drucker, Peter(2006) 『Managing the Nonprofit Organization. Reprint ed』: HarperBusiness, New York, NY.
- 8 籾谷祐介 (2019) 博士論文: まちづくり市民活動団体の人材マネジメントに関する組織論的研究: 札幌市立大学.
- 9 堀尾大悟 (2014) 若年層を中核としたコミュニティ参加支援策:「30年後の埼玉」を見据えた新しい都市型コミュニティの形: 彩の国さいたま人づくり広域連合事務局政策管理部.
- 10 ピョートル (2017) 世界一速く結果を出す人は、なぜ、メールを使わないのか グーグルの個人・チームで成果を上げる方法: SB クリエイティブ

第3章

デザイン

3.1. コンセプト

「CoCoel」とは、都市近郊に住む「同じ駅を使っているもしくは使っていた人」を主な対象とし、その場にいる人と Co-Cooking を通じて、Wellbeing に暮らす事を目標とするサービスである。具体的には、「趣味の料理を人に振る舞いたい人」、「仕事で忙しい料理初心者」が対象だ。前者に対しては、料理という趣味を深めながらその場にいる人と交流する経験を、後者に対しては、仕事で忙しくても簡単に美味しい手料理が食べられるという経験を提供する。「CoCoel」は、実際に鷺沼を訪れて行ったフィールドワーク調査及びその他民族誌調査を元にコンセプトをデザインされた。

「CoCoel」は以下4つの特徴を持つ。1つ目は、家の外で自由に使えるキッチンと食材を提供する事だ。これは、都市近郊に住む人々が家の外で集まり近隣コミュニティを形成する場となり得る。2つ目は、Co-Cooking を通じて人と交流する機会を提供する事だ。参加者の調理と交流を促進させる為、現場監督者「Community Manager」を配置する。3つ目は、調理中の役割分担が織り込まれたレシピ集「COOKBOOK for Co-Cooking」をコミュニティ内に公開する事だ。参加者は、調理する際にレシピを参考にすることができるだけでなく、調理中の自分の役割が明確に分かる為、人と一緒に調理する事が容易になる。4つ目は、コミュニティ空間で調理を主体的に行ってくれる参加者ー Kitchen Manager 及び Co-Cooker を募るコミュニティマネジメントシステム「CoCoel Guide」だ(図 3.45)。



図 3.1: CoCoel の concept sketch

中でも、本研究は毎日の食卓を地域で共有する美食倶楽部「CoCoel」において、生活者が調理を1人で行うのではなくコミュニティで一緒に行うという経験を提供する為、コミュニティ空間で調理を主体的に行ってくれる参加者ー Kitchen Manager 及び Co-Cooker を募る人材マネジメントシステム「CoCoel Guide」をデザインした。「CoCoel Guide」は事前に Co-Cooking に関する事前情報 1.CoCoel がどのようなものか 2. どのような形で自分が調理に参加するのか 3. どのような形で友人と交流できるのか 4. どのような料金システムになっているのか、という情報を提供しスムーズな Co-Cooking を実現させる事で食をコミュニティで行うようにする (図 3.58)。

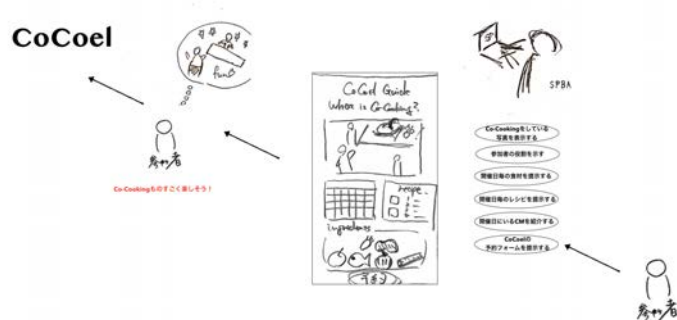


図 3.2: CoCoe Guidel の concept sketch

3.2. フレームワークを用いたコンセプトデザイン

本研究では、「CoCoel Guide」をデザインするにあたり、民族誌調査を実施した。この民族誌調査は、慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の奥出直人教授が著書『デザイン思考と経営戦略』において提唱したものであり、デザイン思考を用いて新たなコンセプトを創出する際のプロセスのうちの一つである(奥出 2012)¹ 調査にあたっては、デザインするコンセプトに関わりうる他者のコンテキストについて学ぶため、調査対象者を師匠、調査員を弟子と位置付け、師匠の活動に対して参与観察を行う。

その調査内容を濃い記述 (Thick Description) としてまとめ、5 model analysis(5 分析) という5つの分析手法を用いて解釈する。この5つの分析は、(1) フローモデル：民族誌調査で登場した人物がそれぞれのゴールを達成するために、何を使って誰とコミュニケーションをしていたのか、各人の仕事の役割や仕事の調整方法、コミュニケーションの流れ、仕事の分担などをフローにして表したものの、(2) シーケンスモデル：民族誌調査で登場した人物の行動がどのような流れで行われていたかを時系列に表したもの(3) アーティファクトモデル：観察した人物がゴールの達成のために使用していたものを全て絵に描き起こしたもの、(4) フィジカルモデル：民族誌調査の舞台となった現場を図に表したものの、(5) カルチャラルモデル：民族誌調査で観察できた登場人物の関係性や人物と組織の関係性など、観察した行動の背景にある人間の力関係を図で表したものの、の5つのモデルを使って調査内容を分析する。その結果から調査対象者の持つゴールとメンタルモデルを抽出し、コンセプトに関わる人物のターゲットペルソナを作成する(奥出 2018)²。そのターゲットペルソナに基づいてスキットを繰り返し行いながら、コンセプトをデザインし、コンセプトを構成する要素とそれらが統合されて浮かび上がる全体図を表したコンセプトドローイングを作成、そして、デザインしたコンセプトドローイングに基づいて、そのプロトタイプを作成を行う。

3.3. サービスエコシステムのデザイン

サービス・ドミナントロジックの観点ではコンセプトをデザインするにあたってサービスエコシステムを構築する事が重要とされている。サービスエコシステムとは、サービスに関わるアクター（顧客や企業、その他全てのステークホルダー）がサービスを交換し、価値を共創するネットワークの事である。

そこで本研究ではサービスエコシステムをデザインするにあたり鷺沼でのフィールドワーク調査とその他2回の民族誌調査を行った。そこで得られた知見を元に、サービスエコシステム内でサービス交換を行うアクターを創出するためにターゲットペルソナをデザインした。その後、それらのアクター達がどのようなサービス交換を行うのかA2A分析を用いて考察し、それらを組み合わせる事でサービスエコシステムのデザインを行った。

フィールドワーク

シェアハウスでの民族誌調査

「CoCoel」をデザインするにあたって料理を振る舞う人のコンテキストを理解する必要があると考え、2018年12月7日、シェアハウス内の住人に対して調理を率先して行い料理を振る舞う Renny Novianty さんを対象に民族誌調査を行った。具体的には以下に焦点を当てた。「Renny さんがみんなに料理を振る舞う際どのようなモチベーションを感じ、どのような行動をするのか」、「Renny さんと一緒に調理を行う際どのようなコミュニケーションを取るのか」、「Renny さんと Renny さんの料理を食べる人間のコミュニケーションはどのようなものか」以上3点だ。

2018年12月7日金曜日の夜19:30に新丸子駅で集合。目の前にあった TokyuStore で買い物をし、お酒は家の近くのマイバケットで購入。初めてシェアハウスに入るといった事もあったのでかなりワクワクしていた。扉を開けると既に何人かがゆっくりしており、一人はソファに座りながら全体を眺めていて、3人はお酒とおつまみを楽しんでおり、アメリカ人の方は焼きそばを作っていた。部屋の中にはソファと、小さいテーブル、大きいテーブル、テレビ、キッチンがあった。みんなまで買って来たおつまみを食べているうちに Renny さんが到着。簡単な自己紹介

をした後、すぐに料理場へ移動した。買って来た食材をロクが渡す。サトウのご飯を見て、このご飯でちゃんと作ることができるかどうか分からないから、自分がこの前炊いたご飯使ってもいい？ と自分の部屋からご飯を持ってくる。そして手を洗い、食材1つ1つを台所の見えるところに並べていた。すぐさま僕自身何か手伝おうか？ と声をかけたが、インスタントの簡単なやつだし大丈夫だよと謙遜するような形で言われた。会って間もない人がすぐさま手伝うというものでもないのだろうかという疑問に思いつつダイニングに戻る。せっかく全員揃ったし何か映画でも見ようかという流れになり、「Back to the future」を見ながら、なんだかんだで調理に参加する事になった。塩瀬君はジャガイモの皮むきを頼まれたらしい。僕はその向いたジャガイモを一口サイズにきる作業をした。Rennyさんはまず今いる部屋の人数を確認して、この人数だったらこれぐらいのサイズかな。と目の前で僕に実演してくれる。言われたやり方に沿ってジャガイモを切ってみてと僕は言われた。その間 Rennyさんは違う準備をしていた。今日は何作るの？ と僕が聞くとインスタントのパッケージを見せながらインドネシア料理のナシゴレンとスープを作るよと教えてくれた。そんな話をしているうちにジャガイモを切り終わった僕は次何すればいいか聞いたところ、もうあとは簡単だから大丈夫だよと言われ自分は元の席に戻った。印象的だったのが Rennyさんは夕飯を済ませていたのに作ってくれた事だ。特にインドネシア料理は得意だからか、とても快く作ってくれた。作ったナシゴレンの感想を Rennyさんに伝え、それを聞いたと同時にスープ作りに取り掛かったシーンも印象的であった。ただ食べるだけでなく最後私達で片付けをする時間も絶えず交流があり、Rennyさんからもとても楽しかったと感想を頂いた(図 3.3)(図 3.4)。

1回目の民族誌調査を経て、デザイン思考における5つの分析を行った。以下の図は行った5つの分析に関する図である (Flow model, Artifact model, Physical model, Cultural model, Mental modelA/B/C) (図 3.5)(図 3.6)(図 3.7)(図 3.8)(図 3.9)(図 3.10)(図 3.11)。

Fieldwork Master



Renny Noviantyさん
 職業：会社員
 出身：インドネシア
 年齢：26才

Goal

- ・日本人にインドネシア語を教えたい。
- ・色々なところに旅行したい。
- ・自分が作った美味しい料理で他人を喜ばせたい。

Working profile

お兄さんの影響で2013年に日本へ留学。2016年外語ビジネス専門学校で卒業。卒業した後、データ入力の仕事をしている。

Personal profile

2年前にクーベルチュール田園調布南というシェアハウスに引っ越した。趣味は映画やドラマを見ることがと旅行すること。旅行するたびにいつも綺麗な写真を撮っている。出費を抑えて旅行するために、自炊を始めた。毎回大体三日間分ぐらいの料理を準備している。いっぱい作ったから、いつもルームメイトに自分が作った料理をシェアしている。ルームメイトと一緒に好きな映画を見ることも好き。料理が上手で、友達に頼まれて料理を作ることも多い。

図 3.3: Fieldwork Master

Fieldwork



クーベルチュール田園調布南

図 3.4: シェアハウスでの様子

Mental Model C

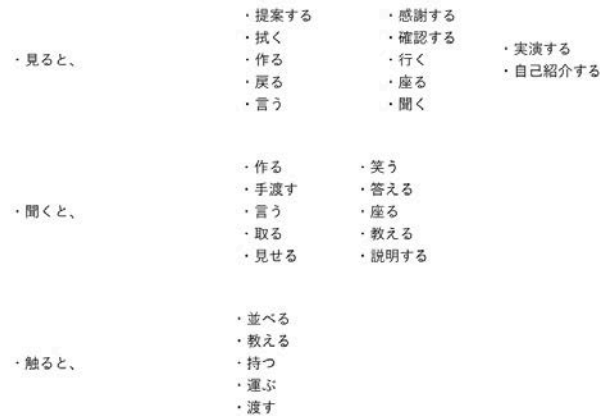


図 3.11: Mental modelC

KitchHike での民族誌調査

シェアハウスでの民族誌調査を通じ、「CoCoel」をデザインするにあたって、他人に料理を振る舞う人のコンテクストを更に理解する必要があると考え、料理を作る人と食べる人のマッチングアプリ「KitchHike」を使用した。本サービスを用いて、2019年1月21日、知らない人が多くを占める場で調理を行う専業主婦のはっちさんを観察した。具体的には以下に焦点を当てた。「はっちさんはどの様なメンタルモデルを持って知らない人ばかりがいる中で率先して調理を行うのか」だ。

開催場所は、築98年の古民家を改装したゲストハウスの飲食スペース。ゲストハウスの中にはキッチンのみならず古民家を改装したオーナーのバーが設置されていた。早くついたこともあってメンバーは先にお酒を頼み、はっちさんを待っていた。はっちさんを待っている間、「KitchHike」に食事をメインとして参加する人がきた。性別・属性はバラバラで、普段から家庭料理を安く食べられるからという理由で参加する人や、友達を作りたいから参加してみた、と色々な背景を持った参加者がいた。他の参加者と話しているとはっちさんが大きな荷物を持って到着した。みんなに軽く挨拶を済ませ、古民家内の調理場に自分が家で作ってきたオリジナルヨーグルトとヨシケイが提供している食材を並べ調理し始めた。

「KitchHike」では事前にレシピが決まっており、それに応じてヨシケイという会社が食材をある程度下準備されている形で提供してくれるらしい。しかしはっちさんはレシピ通りに調理を行うのではなく自分の個性を出しながらレシピを違ったテイストにアレンジしていたのが印象的だった。またハッチさん以外の参加者もご飯をよそいだり食器に盛ったり協力的な人が多かったためスムーズに調理が進んだ。調理中、はっちさん自身が祐太郎君に味噌汁のお味噌を溶いておいて欲しいと巻き込むシーンも見られた。はっちさん自身旦那さんが出張中で普段1人で料理をするのも寂しいのでみんなと一緒に食卓を囲みながら、お手製ヨーグルトを自慢しているシーンから自分の料理をみんなに披露したいというコンテキストがある事がわかった(図 3.12)(図 3.13)(図 3.14)(図 3.15)。

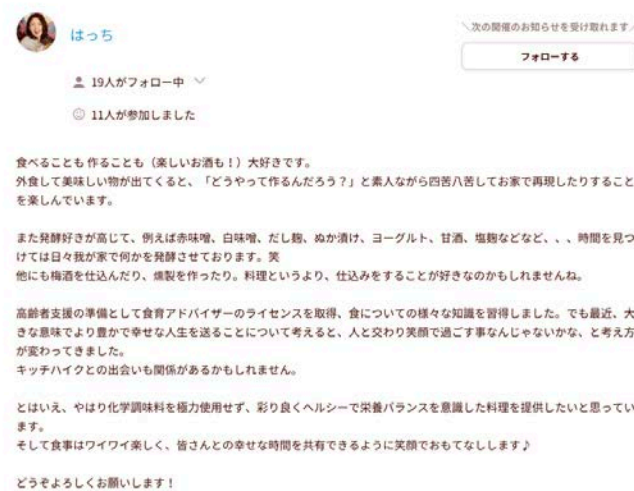


図 3.12: Fieldwork Master

2回目のフィールドワークを経て、デザイン思考における5つの分析を行った。以下の図は行った5つの分析に関する図である (Flow model, Artifact model Physical model, Cultural model, Mental modelC) (図 3.16)(図 3.17)(図 3.18)(図 3.19)(図 3.20)(図 3.21)。



図 3.13: はっちさんと一緒に盛り付けている様子



図 3.14: 食事を運んでいる様子



図 3.15: みんなで食事を食べている様子

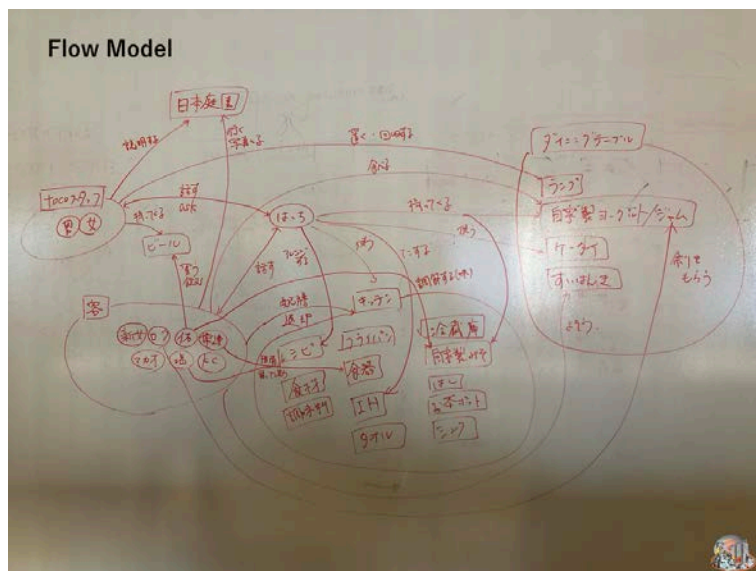


図 3.16: Flow model

Physical Model 2

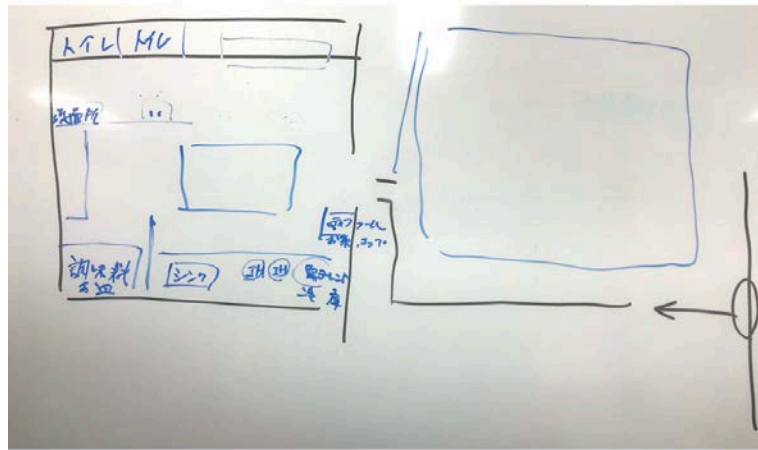


図 3.19: Physical model2

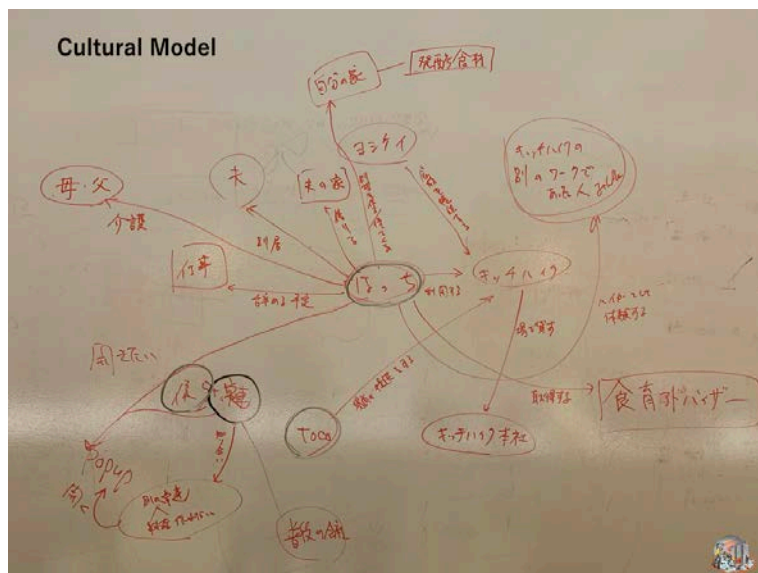


図 3.20: Cultural model

Mental Model C

| | |
|------|--|
| 見ると | 話す、質問する、触る、片付ける、 食べる、笑う、使う、洗う、安堵する |
| 聞くと | 驚く、話す、質問する、答える、 考える、笑う、目を見る、頷く、安堵する |
| 触ると | 笑う、使う、料理する、飲む、 食べる、見せる、試行錯誤する |
| 味わうと | 笑う、頷く、周りを見る、勤める |



図 3.21: Mental modelC

2度目の KitchHike での民族誌調査

2019年2月7日、同様の「KitchHike」にて、初めて料理人としてデビューする Gota さんという男性の自宅にて男性目線でのメンタルモデルを把握するべく「Gota さんがどの様なモチベーションを持って調理に取り掛かるのか」に焦点を当てた。

Gota さんの自宅である三軒茶屋にて「KitchHike」が開催された。特に印象に残った事としては以前のはっちさんと比べ参加者全員が、互酬性を持って会に参加しているという事であった。Gota さん自身は自ら調理するというよりも自分が持っている調理器具や家を自慢する事、そして食材やお酒の知識を周りに共有する事にモチベーションを感じていた為、自ら調理をするのではなく監督的な立ち位置で調理場全体を見ていた。家主が監督的立場を取っている分、他の参加者が調理を行ったりカトラリーを準備していたりした。またスペースの関係上、全員がキッチンに入れるわけではなかったので、ダイニングにいる人はその場を盛り上げる様なリアクションを取ったり、ある人は自宅から360度カメラを持参して、全体感がわかる写真を撮影し場を盛り上げていたのが印象的であった。キッチン自体もアイランドキッチンであった為、交流が測りやすかったのもポイントだ(図

3.22)(図 3.23)(図 3.24)。



図 3.22: みんなでご飯を食べる様子



図 3.23: みんなで調理している様子



図 3.24: 置いてあったポップコーンマシーン

ターゲットペルソナ

これらのフィールドワーク調査と民族誌調査、及びそれらの分析を踏まえ、「Co-Coel」の設計を行うためにターゲットペルソナを作成した。ターゲットペルソナは、この調査から得られたメンタルモデルとこのペルソナが達成したいゴールを元に作成される。このペルソナを立てることにより、ターゲットがどの様に考え、どの様に行動し、何を達成したいか、をデザインに反映する事が出来る。本研究では「趣味の料理を人に振る舞いたい人」「仕事で忙しい料理初心者」「地元食材を提供する人」「場所を提供する人」「Community Manager」「SPBA-HRI」をターゲットペルソナとして築いた(図 3.25)(図 3.26)(図 3.27)(図 3.28)(図 3.29)(図 3.30)。

**仕事で忙しい料理初心者
(Co-Cooker)**



Name 平井 咲季
Age 36歳
Current City 鎌沼
Hometown 神奈川県横浜市
Occupation 化粧品メーカー企画部

Mental Model

見ると 挨拶する、話す、質問する、驚く、片付ける、笑う、手に取る
聞くと 笑く、質問する、答える、考える、笑う、聞く
触ると 使う、見せる
味わうと 笑う、聞く、勧める

Goal

- 子供と接する時間をなるべく増やしたい(立派な大人になって欲しい、スタスク買って欲しい)
- 仕事と育児に全力投球し、たまにワインで息抜きもしたい。
- 身体に優しい食生活を送りたい。

Personal Profile

神奈川県横浜市生まれ。就職と共に東京で一人暮らしを始めたが、結婚を期に夫が任んでいた量産に引っ越し。親が教育熱心であったため、小さい頃から習い事に多く通わされており、実はそろばんや水泳が得意。大学時代には夏休みを使ってアメリカに短期留学もした。好奇心が高く、色々挑戦させてもらっている分の成果を出そうと日々奮闘している。その性格もあってか、なかなか育児ができていない状況。子供の進路をどうするか、いつも職場の仲間相談している。

趣味は学生時代の友人や夫とワインを飲みに行く事で、東京中の美味しいワインが飲めるお店を熟知している。

Working Profile

上智大学在学中のゼミ活動を通じてビジネスの奥深さにはまり、化粧品メーカーの営業担当として7年間働き、2年間の育児を挟み、現在は夢の企画部として働いている。商品開発のみならず、マーケットリサーチからPRまで幅広く行っている。仕事量は営業時代より多い。また外部とのやりとりも多く常に笑顔でいる事が求められている為かなり気疲れする。繁忙期には会社の電灯が消える22時ギリギリまで働き、朝8時には出社する事が普通。

図 3.25: 仕事で忙しい料理初心者

**趣味の料理を人に振る舞いたい人
(Kitchen Manager)**



Mental Model

見ると 話す、笑いかける、確認する、可愛がる、使う、誘う、味わう、安堵する、お辞儀する、片付ける、手伝う、教える、一緒に食べる

聞くと 驚く、目を見る、聞く、勧める、説明する、考える、笑う、お礼する

触ると 笑う、料理する、飲む、食べる、見せる、説明する、準備する、振まくりする

味わうと 笑う、聞く、周りを見る、勧める、説明する、質問する

Goal

- 自分の料理で人を喜ばせたい
- 料理の腕を自慢したい
- 料理を通じて人ともっと交流したい

Personal Profile

神奈川県川崎市鶴沼在住。家庭的な美味しい料理やパーティー料理が大好き。夫は出張が多く、いつも自分の料理を食べてくれる人を探している。よく学生時代の仲間達とホームパーティーを行い、そこで腕を振るうのが何よりの楽しみ。Instagramを駆使して料理と愛猫を日々投稿し、友人達からいいねやコメントが来るのも楽しんでいる。学生時代の部活はバレー部で、人と話す事が大好き。特に子供好き。無行も好きで、夫や友人と美食記りの旅に行くのが毎年の楽しみ。いつもちょっと冒険で楽しさを感じている。

Working Profile

慶應義塾大学法学部法律学科出身。卒業後は商社の一般職として4年間働き、専業主婦。現在専業主婦歴12年目。学生時代に料理教室に3年通っていた事があり、人に教えられるくらい料理上手。夫が出張中はヨガ・ピラティスや料理本を読むなどで自分磨きに努めている。

図 3.26: 趣味の料理を人に振る舞いたい人

地元食材を提供する人



Mental Model

見ると 挨拶する、話す、質問する、勧める、笑う、使う、水をやる、撮る

聞くと 驚く、話す、質問する、答える、考える、笑う、目を見る、説明する、確認する

触ると 笑う、使う、見せる、試行錯誤する、勧める、飲む、食べる

味わうと 笑う、聞く、勧める、確かめる、目を閉じる

Goal

- 自分が作る野菜のクオリティを追求したい
- 自分が作った採れたての野菜の美味しさをもっと人に伝えたい
- 実家の農業ビジネスを拡大したい
- 農家のあり方や食のあり方の発展を推進したい

Personal Profile

両親が青森で大きい農家を持っていて、子供の頃はよく弟と畑で遊んでいた。現在は娘が2人いる。農業高校/大学農学部出身で、野菜の栽培方法を専攻とし、山形県に所属していた。実家の農作物で育った野菜を都内にも応用したいという理由から郊外に自分の畑を購入した。こだわりの栽培方法で、安く安定的に全国に提供することに力を注いでいる。趣味は料理と野菜を採り食す事。

Working Profile

北海道大学農学部を卒業後、農業・IT企業に就職し、人工知能や最新技術を使って農業を支えることをメインに活躍した。農業ビジネスに興味がある。現在は郊外に畑を購入管理しながら、自分が栽培する自産の農作物を広めることに努力している。Web pageなどもすべて自作

図 3.27: 地元食事を提供する人

場所を提供する人



| | |
|---------------------|--------|
| Name | 田中 健二 |
| Age | 45歳 |
| Current City | 二子玉川 |
| Hometown | 広島県広島市 |
| Occupation | 薬剤師 |

Mental Model

見ると 挨拶する、話す、話しかける、質問する、触る、片付ける、食べる、笑う、使う、洗う、教える、撮る、紹介する
 聞くと 話す、質問する、答える、考える、笑う、目を見る、聞く、
 触ると 笑う、使う、料理する、飲む、食べる、見せる、試行錯誤する、質問する
 味わうと 笑う、聞く、周りを見る、勧める、質問する

Goal

- 薬剤師や管理栄養士の仕事の幅を広げたい
- 街に住む人の健康寿命(元気で生きられる時間)を延ばしたい
- 美味しく健康的な食事を楽しむ生活を送りたい
- 行きつけのお店に通い続けるなどして、人との交流を継続して行い、公私共に人脈を広げたい

Personal Profile

広島県広島市生まれ。地元の広島では、親が眼科医として開業しており、自宅は裕福。大学時代に上京し、それ以来25年以上東京に住んでいる。現在は大学時代から交際していた人と結婚し、2児の父としての顔も持つ。趣味は行きつけのレコードバーでマスターや常連客と交流することや、大学時代の友人と2ヶ月に1度魚を釣りに行くこと。

Working Profile

薬剤師として薬局勤務に勤めている。ここ最近エリアマネージャーに昇進し買出しのみならず、新川崎全体の薬局会社を統括している。薬局のそばに物件を持っており何か活用できないか模索しているところ。

図 3.28: 場所を提供する人

SPBA CM



| | |
|---------------------|-------|
| Name | 塔瀬 博之 |
| Age | 24歳 |
| Current City | 西早稲田 |
| Hometown | 湖南 |
| Occupation | 大学院生 |

Mental Model

見ると 話す、質問する、笑う、触る、使う、広げる、食べる、味わう、安堵する、お辞儀する、お願ひする、片付ける、洗う、手伝う、促す、誘う、写真を撮る、一緒に食べる
 聞くと 聞く、目を見る、目を見開く、聞く、話す、質問する、勧める、答える、考える、笑う、お礼する、一緒に食べる
 触ると 笑う、使う、料理する、飲む、食べる、見せる、試行錯誤する、説明する、共有する、準備する
 味わうと 笑う、聞く、周りを見る、勧める、説明する、質問する

Goal

- 都市にコミュニティ形成を促し、人と人が繋がるサービスをデザインしたい
- 行けば美味しい食事が食べられて、楽しく過ごせる場所が欲しい
- co-cookingというアイデアロギーンを日本に広めたい
- デザインファームを起業し、Wellbeingに暮らせる新たなライフスタイルを提案したい

Personal Profile

医者になる兄がいるのに対し、本人は小一歳と私立学校に通い、遊び多かったです。論文で大きく伸びている生き甲斐は、毎週末友人と美味しいレストランやバーで飲み歩く事。特にバーは行きつけのお店に行く事が多く、いつもとは違う人や話に出たい気持ちで準備しつつも、マンネリ化はしている。食やライフスタイル系の情報には敏感で、芸術分野にも興味がある。好奇心旺盛で、知りたがる。スマホ無しの生活には興味が無い現代っ子。いつでもどこでも遊ばせられない。

Working Profile

大学では法律/経済/政治学等を学び、現在大学院M2でデザイン思考を使ったサービスデザインを専門に、人とPJを立ち上げ中。これまでの様々なサービス経験やサービスデザインの知識を生かし、ライフスタイルプロデュース業に興味を持ち始めている。

図 3.29: Community Manager

SPBA-HR Integrator
人材マネジメントをする人



| | |
|---------------------|---------|
| Name | シールズ 啓司 |
| Age | 24歳 |
| Current City | 青山 |
| Hometown | 東京 |
| Occupation | 大学院生 |

Mental Model

見ると 話す、質問する、笑う、触る、使う、広げる、食べる、味わう、安堵する、お辞儀する、お願ひする、片付ける、洗う、手伝う、促す、誘う、写真を撮る、一緒に食べる

聞くとき 驚く、目を見る、目を凝視し、聞く、話す、質問する、勧める、答える、考える、笑う、お礼する、一緒に食べる

触ると 笑う、使う、料理する、飲む、食べる、見せる、試行錯誤する、説明する、共有する、準備する

味わうとき 笑う、聞く、周りを見る、勧める、説明する、質問する

Goal

- 都市にコミュニティ形成を促し、人と人が繋がるサービスをデザインしたい
- 行けば美味しい食事が食べられて、楽しく過ごせる場所が欲しい
- co-cookingというイデオロギーを日本に広めたい
- デザインファームを起業し、Well-beingに暮らせる新たなライフスタイルを提案したい

Personal Profile

イギリスで生まれ、父の仕事の関係で4つの国日本に移住する。中高男子校に在籍していたこともあり、男との友情を大事にするタイプ。高校時代はテニス部に所属しており、少し体育会系な性格もある。部活を引退した後は今にかけてファッション関連の仕事しながら友人と2人1組でDJを組んでいる。いろんな人と交流するのが好き。最近山にハマっている

Working Profile

大学では市場分析を主とした経済学部のゼミに所属しており、更に学びたいという好奇心から慶應メディアデザインに進学。来年から事業会社に勤める

図 3.30: SPBA-HRI

A2A

ターゲットペルソナが構築された後、それらのペルソナを SDL のアクターとして置く。そしてそれらのアクター達のサービス交換が A2A（アクタートゥアクター）で行われる事を A2A 分析を用いて分析した。SDL においてアクター達は自らが持つリソースを、サービス交換を通して得たリソースと統合する事で文脈価値を創出すると考えられている。そこで本研究では専用のフォーマットを作成し、そのフォーマットを元にサービス交換の分析を行った (図 3.31)(図 3.32)(図 3.33)(図 3.34)(図 3.35)(図 3.36)(図 3.37)。



図 3.31: A2A

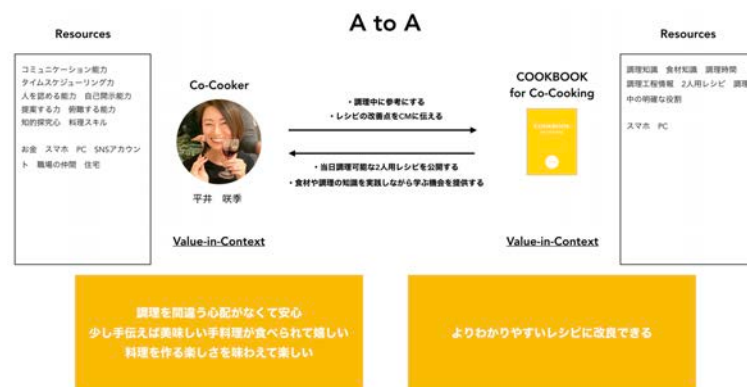


図 3.32: A2A



図 3.33: A2A



図 3.34: A2A



図 3.35: A2A



図 3.36: A2A

3.4. コンセプトメイキング

サービスエコシステムが構築された後、コンセプトメイキングを行った。具体的なプロセスとしては、ポストイットを用いたアイディエーション、作業から生まれた要素がターゲットペルソナに提案する価値を整理したコンセプトスキームの作成、ターゲットペルソナが Value in Context を感じるかの確認を行うコンセプトスキット、それらの作業から生まれたコンセプトを1枚の紙にまとめたコンセプトスケッチの作成、である。

アイディエーション

アイディエーションは構築されたサービスエコシステム を元に、どのようなサービスが提供されうるか、各人の持つアイデアをポストイットを用いて表現し、それをチームメンバーと共有しながら、徐々にコンセプトの枠組みを作っていくものである。(図 3.39)

Ideation



図 3.39: ideation



図 3.41: 用意した自由に使える食材



図 3.42: 料理経験の少ない参加者が Co-Cooking している様子



図 3.43: 余った鶏肉を適当に焼いている



図 3.44: ダイニングの人がアドバイスしている様子

スキットを終え、参加者に対してヒアリングを行った。参加者からは「そもそも Co-Cooking というものがよくわからずどう行動すれば良く分からなかった」「携

帯電話で友人と調べながらなんとか食事でありつけた」「料理の撮影やアドバイスでキッチンとダイニングで交流が生まれていたのが楽しかった」というコメントを頂いた。

今回のスキットを通じて、2点の学びを得た。Co-Cooking が何か参加者内での共有知が無いので、調理や交流に自主的な参加が見られなかった事。また料理の流れが全く決まっていないので、Community Manager がスポット的に個人個人に対応する場面が多く全体を把握できない。以上2点だ。

これらの学びから、次回以降はMVPとして「料理のタイムスケジュールリングを行う(作る料理の種類や品数を事前に決め、適切な人員を配置する)」「Co-Cookingのコンセプトを参加者に伝える」「キッチンとダイニングの物理的な距離を縮め、Co-Cooking への自発的な参加を促す」事を意識する事にした。

3.5. コンセプトスケッチ



図 3.45: CoCoel の concept sketch

3.6. MVP

西伊豆での MVP1

2019年9月2日、以前赤坂で得た学びを元に「参加者は、食材が用意されたオープンキッチンを用い、レシピを熟知した Community Manager の助けを得ながら、その場にいる人と Co-Cooking できるか？」という観点から MVP を行った。赤坂で行った Co-Cooking のスキットでは周りのメンバーが Co-Cooking が何か全く分からないという事から積極的参加を促せなかった。そこで事前に Co-Cooking に詳しい人材を作る事で他のメンバーが調理に参加してくれると考えた私は、メンバーの何人かを集め、スキットを通じて、Co-Cooking がどのようなものか身体的にスキットを通じて体感して貰い、Co-Cooking に詳しい参加者が既に一定いる状態で臨んだ。(図 3.46)(図 3.47)



図 3.46: 事前スキット 1



図 3.47: 事前スキット 2

西伊豆での MVP を終え、参加者に対してヒアリングを行った。参加者からは「キッチンとダイニングが分断されていた為、人の流動性がない事」「キッチンとダイニングが分断されていた為、CM 含む参加者全員が、どこで何が行われているかわからなかった」「料理のできない人が調理に参加できず、料理の楽しさを感じられなかった」というコメントを頂いた。

今回の MVP では赤坂でのスキットと比較した際、一定数 Co-Cooking が何か分かっている参加者がいた為、周りにも伝播して Co-Cooking を知らない人達にもある程度調理の参加は促せた。しかし参加者によって情報の強弱とインプットするスピードがあった為、調理慣れしている参加者ばかりの方が飲み込みも早く、1人で Co-Cooking に参加しており、料理スキルが低い参加者は自らの役割がわからず右往左往するシーンが見られた。(図 3.48)(図 3.49)(図 3.50)(図 3.51)



図 3.48: 西伊豆にて Co-Cooking している様子



図 3.49: 調理初心者が調理に参加している様子



図 3.50: 調理を巻き込んでいる様子



図 3.51: 作った食事をみんなで食べる様子

これらの発見を元に次回以降の MVP では「料理のタイムスケジューリングを行う (作る料理の種類や品数を事前に決め、適切な人員を配置する)」「Co-Cooking のコンセプトと参加者の役割を明確に伝える」「キッチンとダイニングの物理的な距離を縮め、Co-Cooking への自発的な参加を促す」事を意識する事にした。

ワイン会での MVP2

2019年9月16日、以前行ったスキットと MVP1 を元に「参加者は、食材が用意されたオープンキッチンを用い、レシピと料理のタイムスケジュールを把握した Community Manager の助けを得ながら、Co-Cooking における自分の役割を理解して、その場にいる人と Co-Cooking できるか?」という観点から MVP2 を行った。前回、情報量の差で Co-Cooking への参加の仕方が変わっていたので今回は会が始まる前に同じ情報を共有するべくチェックインの時間を設けた(図 3.52)(図 3.53)(図 3.54)(図 3.55)(図 3.56)(図 3.57)。

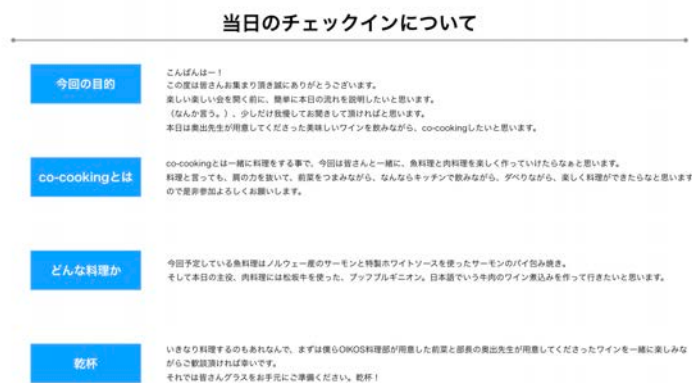


図 3.52: 当日のチェックインメモ



図 3.53: ワイン会の様子



図 3.54: ワイン会の様子



図 3.55: ワイン会の様子



図 3.56: ワイン会の様子



図 3.57: ワイン会の様子

ワイン会を終え、参加者に対してヒアリングを行った。総じて料理に対する不満はなく、過半数が Co-Cooking を通じて交流を楽しめたと回答しており、全員が co-cooking が何かを分かったかを上で調理できていた事が分かった。共通意識が芽生えた事で自然とキッチンに向かう様促す事ができた。また調理スキルの高い参加者がいることにより調理スキルの低い参加者も気軽にキッチンに向かえる様になったと回答した。一方でキッチンに入れるスペースに限界があった為料理のできない人は変わらず役割がなく、若干名が楽しめなかったと回答した。

MVP からの分析

今までのスキットと MVP2 から Co-Cooking する能力を持った調理スキルの高い生活者に加え、役割が与えられ貢献している感覚を得られる調理スキルの低い生活者を配置する事ができるのであれば Co-Cooking 全体がワークし人々が食を1人で行うのではなくコミュニティで行う様になるのではと考え、CoCoel がどのようなものか分かり、どのような形で自分が調理をし、どのような形で友人と交流できるのか把握できる「CoCoel Guide」を作成する事にした (図 3.58)。

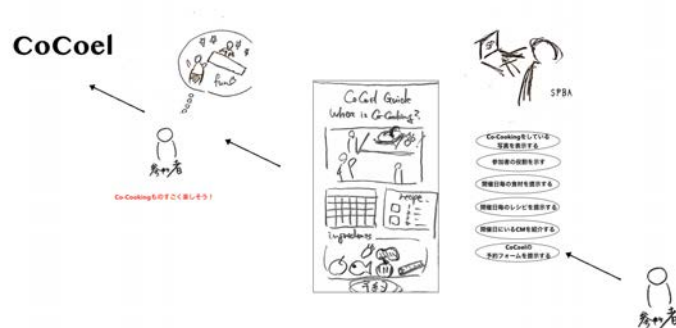


図 3.58: CoCoe Guidel の concept sketch

3.7. 設計

「CoCoel Guide」

ナラティブ

柳井さんのナラティブ(CoCoel Guideを利用した時)

月曜日、朝6時にセットした目覚まし音が鳴る。
 自然は単身社中なのでもつちも起きる時は1人。少し寂しさを覚えながらもパートの準備をする。今日は週2回毎週やってる企業受付の仕事だ。業務時間も自分で自由に決められるし、遊べるぐらいの小銭も稼げるので重宝している。何より仕事の雰囲気も良いので仲良く同僚とお話ししながら業務に取り掛かれるのもポイント。
 会社に行く前は必ず自分で作ったお弁当を持っていく習慣している。小さい頃からお菓子作りが好きだった私はそのまま料理にもハマってしまい、学生時代は複数の料理教室に通うくらいだった。友達とレストランに行く時も、同じ味は使ってるんだらうとすぐ覚えてしまいますほど。今では料理番組やCook pad、料理系YouTuber、SNSを見て、美味しいレシピがあれば自分で作ったりしている。
 お手製弁当を作り終わったら、普段からやっているヨガで体を整える。朝日を浴びながらのヨガは気持ちいいしなあって心が晴れるから会社でも嫌な顔せず仕事できる様になるのだ。いつものルーティーンを終え、少し涼しい電車に乗って会社に向かう。
 朝の通勤も終わらせて、夕飯は何を作るかなといつもの様にレシピ検索がわりに使っているSNSを見ていると、「好きな時間にありのままの自分で、みんなと調理してお金を稼ぐ」というキャッチフレーズに惹かれて調理をしている人の写真が出てきた。一瞬何かのバートかな?と思ったが写真を見ると普通に仕事をしながら調理していた。ちょうど良かったし、料理も好きだった私は興味を湧きその広告をタップして見た。すると先ほど出ていたキャッチコピーと写真が大きく出て、「CoCoelって何?」「Co-cookerとして参加する」「Kitchen Managerとして参加する」の3つが出てきた。そもそもこのサービスがどの様なものか分かっていなかった私はCoCoelがどの様なものかまず知ることにした。するとCoCoelの概要が簡単に書いてあった。「CoCoelとは地域で食卓を囲む美食倶楽部です」「自由に使えるキッチンと食材、みんなで作る専用のレシピ、そして調理をサポートし盛り上げてくれるスタッフがいます」。文字を読むよりもすくごく自由に楽しめそうな感じがした。するとそれぞれの役割に関する説明が書かれていたCo-cookerは料理上手なkitchen managerの元気の力を抜きながら調理に参加したりお洒落を教んだりご飯を食べたり、色々できるらしい。一方Kitchen Managerは正社員控人として自分の得意料理や作り慣れた料理を一緒に調理する役割であり報酬も発生すること。イメージ画像も何枚かあった。メイン料理人というも料理人であるのみではなく、周りの人との交流が好きなお客さんが多いとそうだな。だんだんと理解してきた。Kitchen Managerの今日の役割も説明されている。なんか面白そうだな。さらにスクロールするとKitchen Managerとして活動したときの報酬制度が書いてあった。えーこんなに楽しそうにしかも報酬もあって、好きな調理もできてものすごく楽しそうだな。いつも感じさせてみよう!早速私は予約者フォームから必要な情報(名前、ニックネーム、自分が行ける時間、入れる時間、得意料理、当日参加してくれるco-cookerに向けた簡単な自己紹介文(いらなくても))を書き加えて当日調理に臨んだ。
 当日自分が指定した時間に会場入りするとCoCoelのスタッフらしき人が早速出迎えてくれた!携帯でみた内容を改めてもう一度おさらいする様に教えてくれる。一度携帯で見た情報だったのでスッと頭に入った。スタッフさんがそこで実際にお客さんが来た時のtipsをくれたりしていたのでco-cookerが来てくれたらいいよco-cookerが来てもらうスムーズに進んだ。
 Co-cookerのみんなもそうだし、何よりスタッフさんが食材の下準備を手伝ってくれたり、場を盛り上げてくれたりしてくれたので自分がキッチンマネージャーというよりも友達に教えてくれるぐらいの感覚で調理に臨めたのもものすごく楽しかった。特に出来立てのご飯をダイニングに持って行ってみんなのワクワクした顔は印象的だった。
 これから楽しい時間に臨むべく行く感覚でまたKitchen Managerとして参加してみよう!

図 3.59: CoCoe Guide を使用した時のナラティブ

ユースケース

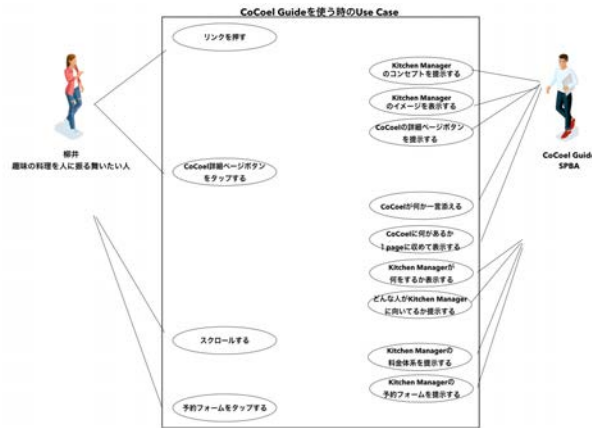


図 3.60: CoCoe Guide のユースケース

CoCoel Guide の設計

今回 CoCoel Guide のプロトタイプを作るにあたって、まずは Sketch を使用し作成した。また作成する際に主に Kitchen Manager の人口の方が全体数に比べ少ないと感じたので料理人のメンタルモデルを参考に内容・遷移・デザインを決めた(図 3.61)。後に作成したプロトタイプを周りのメンバーに使ってもらい、使用感やコメントから、URL で誰にでも送れるよう Webflow を使ってリデザインした。

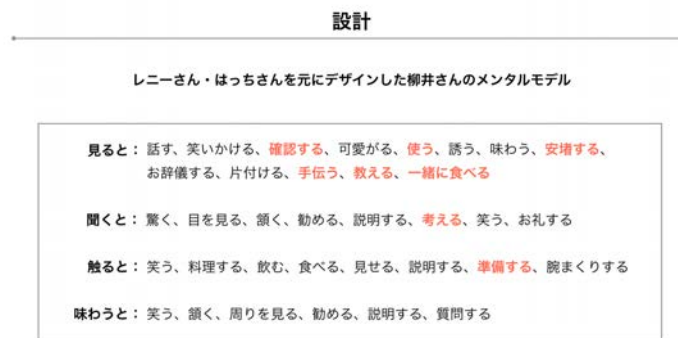


図 3.61: 料理人のメンタルモデル

CoCoel Guide v1 の設計

以下が CoCoel Guide v1 である。



図 3.62: CoCoe Guide v1 イメージ図

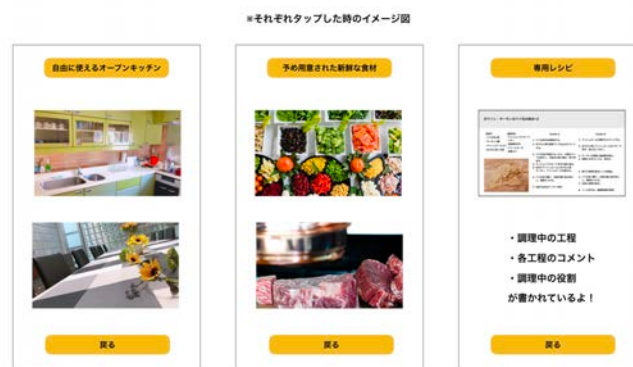


図 3.63: CoCoe Guide v1 イメージ図



図 3.64: CoCoe Guide v1 イメージ図



図 3.65: CoCoe Guide v1 イメージ図



図 3.66: CoCoe Guide v1 イメージ図



図 3.67: CoCoe Guide v1 イメージ図



図 3.68: CoCoe Guide v1 遷移図

今回多かったコメントとしてはスタート画面に殆ど情報がない為、CoCoelがどんなサービスかもわからない。そして情報がないからこそ惹かれない。というコメントが上がった。また料金システムとして当初料理を作ってくれる人には一品あたり 500 円の報酬を支払う様な料金システムに設定したのだが、お金を前面に押すとコミュニティというより仕事感が出てしまいなかなかオープンな感じがしないという事で誰でも参加できる様な贈与経済的の考えを用いてポイント制を導入し再構築する事にした。

CoCoel Guide v2 の設計

以下が CoCoel Guide v2 である。前回のコメントを生かし、スクロール型でより多くの情報を分かる様に設計。また料理金システムに関しても利害関係の感覚が出ない様、Kitchen Manager はエントランスフリーで入店できるが、料理を食べる際にはお金がかかるので調理してポイントを増やさないといけないシステムにした (図 3.69)(図 3.70)(図 3.71)(図 3.72)(図 3.73)。



図 3.69: CoCoe Guide v2 イメージ図



図 3.70: CoCoe Guide v2 イメージ図



図 3.71: CoCoe Guide v2 イメージ図



図 3.72: CoCoe Guide v2 イメージ図

予約する

CoCoeはポイント制です。

ポイントは使うだけでなく贈り物も出来ます。

入店する際に**Co-Cooker**を選択された方は
1000円入場料としてお支払い頂き、
1000ポイント付な致します。

Kitchen Managerを選択された方は
フリーでご入場頂けます。

ポイントの詳細は以下の通りです

| | |
|---|---------|
|  | -500P/品 |
|---|---------|

| | |
|---|---------|
|  | -300P/品 |
|  | -200P/杯 |
|  | -200P/個 |
|  | +500P/品 |
|  | +50P/枚 |

こちらのリンクにて予約お願いします！
<https://forms.gle/r2WFk6ZJNRU85nJ56>

図 3.73: CoCoe Guide v2 イメージ図

注

- 1 奥出直人 (2012) 『デザイン思考と経営戦略』：エヌティティ出版.
- 2 奥出直人 (2018) 『デザイン思考とヴァリデーション』：月間品質委員会.

第4章

ヴァリデーション

4.1. ヴァリデーションの概要

本章では地域の食卓を共有する美食倶楽部「CoCoel」におけるコミュニティマネジメントシステム「CoCoel Guide」が提供する Co-Cooking に関する事前情報:1.CoCoel がどのようなものか 2. どのような形で自分が調理に参加するのか 3. どのような形で友人と交流できるのか 4. どのような料金システムになっているのか、という情報を通して、作成した MVP から「同じ駅を使っているもしくは使っていた人」達が存在する場において食をコミュニティで行う事ができるのかヴァリデーションする。ヴァリデーションでは本研究で制作した「CoCoel Guide」プロトタイプの内容を元に、Kitchen Manager を選択した人、Co-Cooker を選択した人が、事前にこちら側で想定していた動きとどのような相違があったのか、行動観察とヒアリングを通じて考察する (図 4.1)。

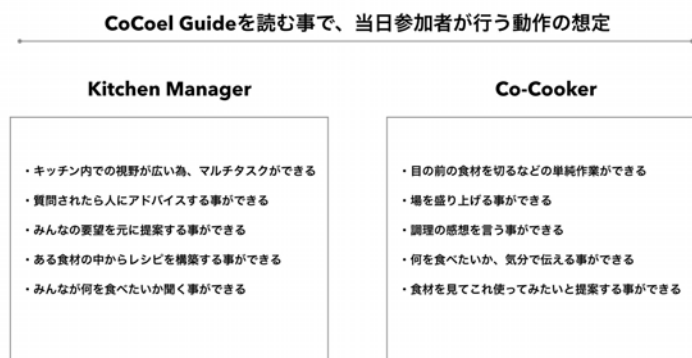


図 4.1: 各アクターの行動予測

ヴァリデーションは2019年12月15日、目黒駅から徒歩10分程にあるシェアリングスペース「目黒ノ杜」を使って、事前に「CoCoel Guide」を使用してもらった状態で「CoCoel」に参加してもらった。

ターゲットユーザー

今回ヴァリデーションをするにあたって、「同じ駅を使っているもしくは使っていた人」という Bonding の元、3章でデザインしたペルソナのコンテキストを持った、料理上手でみんなと交流したいと考えている Kitchen Manager。普段は学業や仕事で忙しく、なかなか美味しいご飯を食べれていない調理初心者 Co-Cooker の2タイプだ。それぞれ日吉駅を利用した事がある生活者を呼んだ。今回の検証に Kitchen Manager として参加してくれた方は24歳女性のAさん、27歳男性のDさんの2名。また、Co-Cooker として参加してくれた方は24歳男性のTさん、23歳男性のHさん、23歳最近女性のYさん、他2人計7名である(図4.2)。



図 4.2: ターゲットユーザー

Aさん

現在、ビジネス科学企業法学を専攻している大学院生。料理を始めたきっかけは、昔付き合っていた彼氏の母親からご飯作れない彼女と思われるのが恥ずかしいと思ったのが初め。そこからどんどんと料理にハマり始めていき、高校生の頃

には毎日自分でお弁当を作っていた。また高校時代チアリーディング部に所属しており、お菓子を作ってはみんなに配っていた。想像以上に美味しいと言ってくれた事に喜びを覚え、人にご飯を作ってあげるのが好きにもなった。今では自宅で料理教室を開いたりしている。

Dさん

現在博士の3年生。岩手出身。最近自分で会社を立ち上げた。食べ盛りの頃、お腹がどうしても空いていたDさんは親に食事を作ってくれと頼むも、自分で作りなさいと言われ自分で料理し始めたのがきっかけ。料理歴は11年。大学生になってから一人暮らしを始め、毎日自分で作ったご飯を食べられるという環境からどんどん料理にハマっていく。今は料理好きの3人とシェアハウスしており、毎日誰かが作ったご飯を食べては、自分が披露したりしている。

Tさん

香りのプロダクトをベースにしたIT起業で働いている。社会人2年目。普段は料理を自分ですることが少なくもっぱらローソンで済ますことが多い。筋トレをしているので、タンパク質の高い食事が取れる様心がけている。健康面よりも筋肉に良いかどうかが一番大事。洗い物を始めとした家事全般が嫌い。

Yさん

ペルソナマーケティングを専攻している大学院1年生。趣味はダンス。現在は一人暮らしだが、そこまで料理はしない。自宅で作る料理は大体が簡単でパッと作れる品が殆ど。

Hさん

大学4年生。居酒屋でキッチンでバイトしている為、ある程度の料理経験はある。実家暮らしではあるが親があまり料理を作らない。自分で食べたいものは自

分で作って食べてきた。

ヴァリデーションの準備

今回ヴァリデーションに臨むにあたって、CoCoelのサイトを見た感覚を思い出してもらおうべく、必要最低限の情報を事前に印刷し看板として設置した(図4.3)。また当日ポイント制を導入した為、CoCoel Pointを作成した(図4.4)(図4.5)。



図 4.3: CoCoel 看板

| | |
|---|----------------|
|  <p>メイン</p> | -500P/品 |
|  <p>その他小皿</p> | -300P/品 |
|  <p>飲み物</p> | -200P/杯 |
|  <p>お持ち帰り袋</p> | -200P/個 |
|  <p>料理を作る</p> | +500P/品 |
|  <p>お皿洗い</p> | +50P/枚 |

図 4.4: 当日のポイントシステム

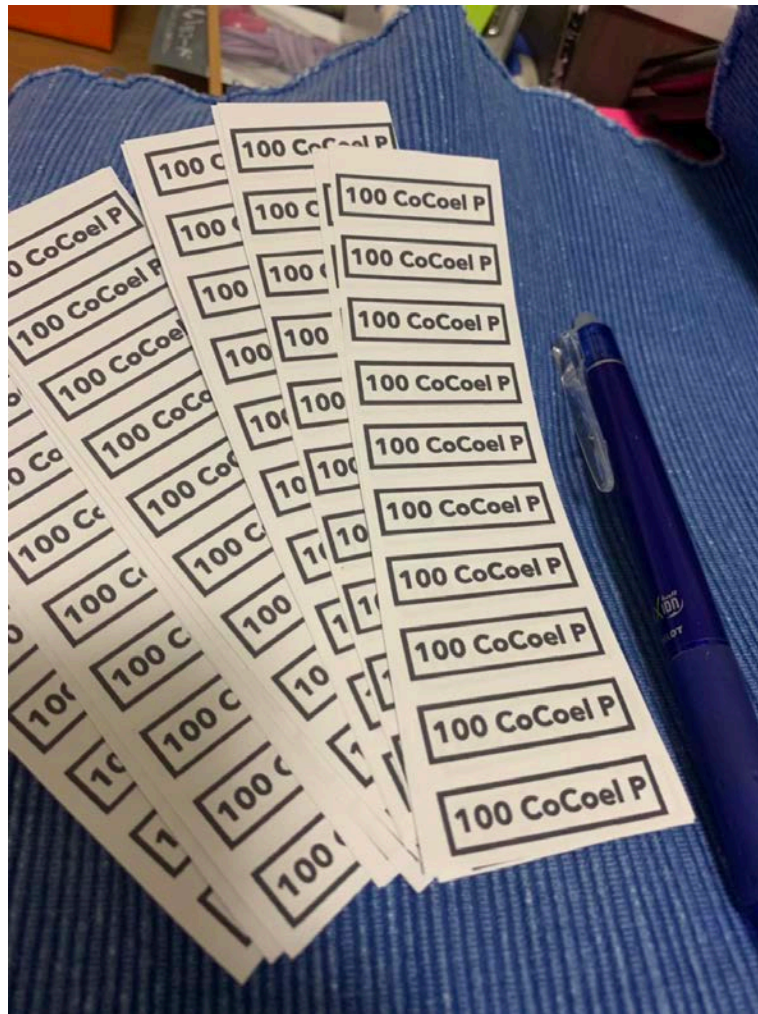


図 4.5: CoCoel Point

4.2. ヴァリデーションの様子

ヴァリデーションは2019年12月15日に目黒駅から徒歩10分にある「目黒ノ杜」にて片付け含め11時から16時、計5時間行った。以下に印象に残ったシーンを記す。

まずはCo-CookerのYさんとHさん、そして続く様にKitchen ManagerのDさんが入店した。今回はCoCoelの情報をサイトという手段で事前に提供しているので深くは話さず、簡単な概要と場所の案内、そしてポイントシステムの説明を行った。まだオープン仕立てという事もあって、会場内はとても静かで特にすることがなかったという状態。Dさんがキッチンに入ってどんな食材があるか確認していると、それに続いてYさんとTさんがキッチンに入っていく。料理が得意なDさんは食事を見た瞬間、「サッとアヒージョ作っちゃうわ！」と準備を始めた(図4.6)。サッと料理をするDさんを見てHさんが「僕たちも暇だしなんか簡単そうなやつ作ってみようよ」とYさんを誘う。Cook Bookを見ながらYさんが「レモンサラダなら簡単そうじゃない？ しかも食べた事ないから作ってみたい」と同調した(図4.7)。Yさんは普段料理をしないという事もあってか包丁捌きが辿々しい様子。Yさんが「レモンってこれで切り方良いのかな」とボソッと呟くとアヒージョを横で作っていたDさんが「どんな感じ？」と様子を見てアドバイスを2人にしていった。するとYさんは自信がついたのかどんどん食材を切ってサラダボウルに入れていった。サラダが出来上がる頃にはTさんも来店し、サラダが用意されているところを見て場所がどんどん賑わっていった。



図 4.6: Kitchen Manager がサッと前菜を作っているシーン



図 4.7: 暇な時間に cook book を見ながら調理するシーン

HさんとCMが共同で作ったパエリアを見て、テンションが上がり思わず写真に収めるYさん(図4.8)。



図 4.8: みんなで作った料理を写真に収めるシーン

会が始まってから2時間ほど経った。参加者達のポイントも少なくなり、同時に美味しいご飯が出来上がるぐらいの時間帯であった。調理場からは美味しい匂いと楽しそうな声がダイニングの方に聞こえてくる。もう1人のKitchen ManagerであるAさんが作ったチキン南蛮とペペロンチーノが出来上がるらしく調理場が盛り上がっていた。Co-Cooker達は前菜や飲み物にポイントを使い果たしてしまい、どうしようと相談し始める。するとTさんが「調理すればポイントがもらえるから簡単そうなやつを今一個作っちゃおうよ」とメロンとハムを取り出して生ハムメロンを作ろうとしていた(図4.9)。それを見ていた他のCo-Cookerも何とかポイントを稼ぐべくお皿を洗う事でポイントを稼ぎ、美味しそうな料理が来るのを待っていた。(図4.10)



図 4.9: ポイントを貰うべく簡単な調理に挑戦するシーン



図 4.10: 皿洗いをみんなで共同しているシーン

4.3. ヒアリング

会が終わった後、さらに心情を探るべくヒアリング調査を行った。ヒアリング調査を行うにあたって以下の様な質問項目を作成し、インタビューを行った(図4.11)(図4.12)。

ヒアリングシート - Kitchen Manager

1 セットアップ
この度はCoCoelに参加していただき誠にありがとうございます。
今回は参加するにあたって事前に共有させていただいたCoCoelのサイトに関するインタビューを実際のCoCoelでの行動と絡めながらお聞きできたらと思います。
まずはご自身の簡単な自己紹介をお願いします。

2 CoCoelに参加する前
・今回参加するにあたってCoCoelに対してどのようなイメージ・期待していましたか。またそれはどんな情報を得て、その様に感じましたか
・今回Kitchen Managerを選択したかと思いますがそれは何故ですか
・参加するまでに把握しておきたい情報などはありましたか

3 CoCoelに参加している時
・実際にCoCoelに参加してみて、CoCoelとはどのようなサービスだと感じましたか。事前に目を通したサイトとどのような違いがあったか教えてください
・Kitchen Managerとして参加して思った事、サイトとの比較
・Kitchen Managerとして参加してみて、Co-Cookerはどのようなものか感じましたか?

4 クロージング
最後にCoCoelのサイトに関して何か改善点や感想があれば教えてください。

図 4.11: Kitchen Manager に対するヒアリングシート

ヒアリングシート - Co-Cooker

1 セットアップ
この度はCoCoelに参加していただき誠にありがとうございます。
今回は参加するにあたって事前に共有させていただいたCoCoelのサイトに関するインタビューを実際のCoCoelでの行動と絡めながらお聞きできたらと思います。
まずはご自身の簡単な自己紹介をお願いします。

2 CoCoelに参加する前
・今回参加するにあたってCoCoelに対してどのようなイメージ・期待していましたか。またそれはどんな情報を得て、その様に感じましたか
・今回Co-Cookerを選択したかと思いますがそれは何故ですか
・参加するまでに把握しておきたい情報などはありましたか

3 CoCoelに参加している時
・実際にCoCoelに参加してみて、CoCoelとはどのようなサービスだと感じましたか。事前に目を通したサイトとどのような違いがあったか教えてください
・Co-Cookerとして事前に参加して思った事、サイトとの比較
・Co-Cookerとして参加してみて、Kitchen Managerはどのようなものか感じましたか?

4 クロージング
最後にCoCoelのサイトに関して何か改善点や感想があれば教えてください。

図 4.12: Co-Cooker に対するヒアリングシート

CoCoelに参加する前

- Dさん「Co-cookingと言ってるだけあって誰かと調理をするのだろうとは思っていた。」
- Dさん「調理実習の様な形でシステム化された中で作るものだと思っていた。」
- Tさん「調理実習や料理教室の様に、テーブルが何個かあって、各テーブルのリーダーになると思っていたからリーダーっぽくない co-cooker にした。」
- Aさん「ホームパーティの様なイメージを連想していた。誰が当日行くのかわからなかったかったのが不安だった。」
- Aさん「自分が自宅で料理教室を開催するときはテーマがあるんだけど、料理をバラバラに作ってしまって cocoel 全体の雰囲気壊さないかなあっていう部分で不安だった。」
- Aさん「どっちの役割でも良かったが料理が好きだったので、だったらエントランスがかからない Kitchen Manager として参加しようかなと思った。」
- Yさん「一緒に何か作るというニュアンスは伝わっていたので、料理を軸に展開していくイメージはつけた。一方で料理のレベルはみんな高そうに思えた。」
- Yさん「始めましての人に料理を作るのは少し緊張しそうだなと思った。」
- Hさん「サイトを見て、大まかなポイントのシステムはざっくり理解できた。ポイントを当日増やせるとのことなのでできるなら積極的に料理に参加していと思う」

コメントから分かる様に、コミュニティで誰かと調理するという事が伝わっていたため予め心の準備ができていた。その分自分が迷惑かけないとかしっかり交流できるかどうか当日のイメージ連想までできる様になっていた。またポイントシステムの導入から積極的な参加をしようと意気込んでくれていた。

CoCoelに参加した後

- Aさん「料理が軸にあるから、事前のサイト通りコミュニケーションが取りやすいと感じた。初めましての人が多くて、最初は知らない状態でいくのかなと思ったけど、疎外感はそんな感じなかった。」
- Aさん「それぞれの役職にあんまり境がなかった様に感じる。もっと野菜切って欲しいとか、頼もうと思えば頼めたけどキッチンが狭かったから、キッチン場での交流は遮られたかもしれない。」 item Aさん「最初はイベントって認識があったけど、会が終わった後、みんなでライングループを作った時に少しコミュニティ感が感じられた。もっと最初からお互いの年齢とか土地柄とかそういった共通項があったら最初からコミュニティ感は感じられると思った。」
- Tさん「Co-Cookerとして参加したが思った以上に自分で手を動かす事にびっくりした。それが自分でもやれる様な内容だったのが良かった。普段料理しない身ですと料理がうまい人のやつを食べたいのもものすごく嬉しい。Kitchen ManagerとCo-Cookerと本当にただ食べるだけの3種類の役職がいそうな気がした。」
- Tさん「ポイントが足りない時にみんなで皿洗いするのは結構楽しかった」
- Hさん「鍋パの延長線上みたいで、みんなで料理を作ることが一体感を生んでコミュニケーションにもつながっていてものすごく暖かい感情を覚えた。すごく楽しかった。」
- Tさん「Co-CookerもKitchen Managerもどっちにしろ料理するんだなって思った。明確な違いをよく分からなかった。」
- Yさん「実際に参加してみたらみんなキッチンにいてもものすごくびっくりした。」
- Hさん「サイトを初めて見たときは料理っていうイメージがものすごく強かったけど、料理とコミュニティどっちもあって、料理できなくても意外と

いけるなって思った」

- Yさん「料理がそんなにできなくても近くに Kitchen Manager がいるとすぐに聞けるので、料理を作る際にも自信になった。」
- Dさん「友達作るにはいいなあって思った。今回は男の人も女の人もいたから、全体的に分け隔てないような付き合いをするのはいいな。知らない人と仲良くなるには良さそう緊張感もないし、ビジネスライクな感覚みたいなのはなかった。交流ができそうだなって感覚はあった。」

疎外感なく料理スキルが高い人でも低い人でも、自分が貢献できる範囲で行動し食をコミュニティで行う事を楽しんでいた。CoCoel内での交流が他での交流より緊張感がなく、ハードルが案外低いこともコメントとして得られた。

CoCoelにて感じた改善点

- Tさん「写真をもっと清潔感あふれるスタイリッシュなものにしてほしい。和気藹々な感じと広報は別だなって思った。」
- Tさん「もっと全体感を知りたい。例えば当日何人くるのかっていう規模とか」
- Tさん「ポイントシステムをもう少し改善してほしい。今自分が何ポイント持っているか分からない状態だったから行動しづらかった」
- Aさん「ポイントをホワイトボードとかで簡単に管理できる様にしてほしい。いちいち自分お皿洗ったよって申告するのが恥ずかしかった」
- Hさん「ポイント制度で感じたのは、作る労力に対する振れ幅がすごい。今回は調理をすれば一律 500 ポイントで明朗な基準が用意されていたけどもう少し複雑に区分しても分かると思う。それと同じくものを食べる時に、人数が多いとポイントは一律でも食べれる量が少ないのでエビ一個しか食べれてないのに 300 ポイントもかかったっていう事が起きた。」

- Hさん「自分が食べたくない時、ポイントを使いたくない時でも、せっかく作られたものを出されると食べなきゃ感が出ちゃう。サラダを2回も食べる事になってしまった。」
- Yさん「写真はものすごく良かった。もっと載せてほしい。動画とかもみてみたい。今までやってきた会の様子とかもみたい」
- Yさん「最初の情報のみではハードルがあった。というのも載っている写真の料理がおしゃれで自分が言って大丈夫なのって思った。料理で全く貢献できなかった人でも楽しめる様な人の話を聞きたい。」
- Tさん「自分たちの役割をもう少し具体的に提示してほしいと感じた」
- Dさん「CoCoelが思う調理の定義とかフィロソフィーみたいなのがあったと大枠のイメージを掴めるのでいいかもしれない。」

4.4. 考察

ヴァリデーションとインタビューの結果を踏まえ、4章概要で述べた1. CoCoelがどのようなものか2. どのような形で自分が調理に参加するのか3. どのような形で友人と交流する事ができるのか4. どのような料金システムになっているのかという軸を踏まえながら、事前情報「CoCoel Guide」の有効性があった点、改善する点を記していく

ヴァリデーションを通じて明らかになった価値

Co-Cookingに関する事前情報:1. CoCoelがどのようなものか2. どのような形で自分が調理に参加するのか3. どのような形で友人と交流する事ができるのか4. どのような料金システムになっているのかが分かる「CoCoel Guide」は趣味の料理を人に振る舞いたい Kitchen Manager・仕事が忙しく調理スキルの低い Co-Cooker 両方に対して Co-Cooking を促し食をコミュニティで行う経験を提供する事ができたと言える。検証対象者の5人（Kitchen Manager2人 Co-Cooker3人）はみな CoCoel に入店し、前置きの説明を殆どせずとも、スムーズに Co-Cooking の和に入っていた。ヒアリングの結果からも、事前に共有した「CoCoel Guide」があったからこそ、参加者全員に対して「CoCoel ではとりあえず皆と一緒に料理するんだ」という共通の目的を一般的互酬性のある形で意識させられた事で、交流を促進させている事が分かる。また「CoCoel Guide」内に記述した、贈与経済の観点から導入したポイント制もあってか参加者は積極的参加を見せ、1章で述べた一般的互酬性がある事で生まれた事により、互いの取引回数が増え、食をコミュニティで行うという経験を提供できたと言える。

ヴァリデーションを通じて明らかになった改善点

情報を提示する手段について

今回ヒアリングを通じて参加者から「みんなで調理するという事は分かったが具体的にどんな行動を現場でするのかイメージが付き辛い部分がある」と意見を

得られた。現状の CoCoel Guide を作るにあたって情報量が多すぎても困惑させてしまったり途中で閲覧するのが苦になってしまうのではないかと考えていたが、文字ではなく映像や写真が多い分にはむしろ嬉しいという事がわかった。こちらから CoCoel では〇〇な体験が出来ます！ と主張するのではなく、実際に参加した方の体験談や感想などを提示する事で、参加者が CoCoel に対して安心感を持ち、当日のイメージを膨らませつつ参加できそうであると予測ができた。今後は CoCoel Guide 内に利用者が実際にサービスを利用している映像やインタビューの追加し、事前イメージの解像度を上げる必要があると考えた。

ポイントシステムに関して

2つ目の改善点としてラフなポイントシステムではなく、仮想通貨をはじめとした、デジタル的なコンピューターシステムの導入を検討する必要があると感じた。

今回は明朗さを重視して少ない基準でポイントの設定を行った。例えば、調理するのであれば一律 500P、飲み物を飲むのであれば 200P などだ。結果、ポイントの基準が少なすぎるせいで、作り手・食べ手各々の行動を制限してしまった。料理によって作りやすさが変わるにもかかわらず、時間をかけて作った手の込んだ料理をもすぐできる調理と同じ価値になってしまうという状態が起こってしまい、壮大な料理を作ったのになかなかポイントを稼げないと気にしてしまう場面が見受けられた。これらの観察結果を踏まえ、複雑なポイントシステムをみんなが理解しやすい形で基準を設ける必要があると感じた。

第5章

結 論

5.1. 結論

本論文では毎日の食卓を地域で共有する美食倶楽部「CoCoel」において、生活者が調理を1人で行うのではなくコミュニティで一緒に行うという経験を提供する為、コミュニティ空間で調理を主体的に行ってくれる参加者— Kitchen Manager 及び Co-Cooker を募るコミュニティマネジメントシステム「CoCoel Guide」のデザインについて論じた。

「CoCoel Guide」の有用性を検証するために、まず Sketch で簡易的なプロトタイプを行い実際に使用してもらった感覚から Webflow を用いて、「CoCoel Guide」をリデザインした。リデザインした「CoCoel Guide」を「CoCoel」で行う Co-Cooking がどのような体験か知らない生活者に対して「CoCoel Guide」を使ってもらい、Kitchen Manager と Co-Cooker が事前に想定していた動きとどのような差異があるか観察した。検証対象者の5人（Kitchen Manager2人、Co-Cooker3人）はみな CoCoel に入店した際に、前置きの説明を殆どせずとも、スムーズに Co-Cooking の和に入っていった事を確認できた。深くお互いの興味関心を探らなくとも、食や調理という共通項を通じて、普段の会話以上に楽に交流する事ができたというヒアリング結果もでた。また贈与経済の観点から導入したポイント制度があっても、参加者の積極性が増し、お互いが貢献し合う形で調理に参加していた姿を観察できた。

以上より食をコミュニティで行う経験を提供するにあたって「CoCoel Guide」は必要不可欠なものであると言える。一方で、後述の 5.2 に示すような課題も見受けられた。

5.2. 今後の課題

情報を提示する手段について

今回ヒアリングを通じて参加者から「みんなで調理するという事は分かったが具体的にどんな行動を現場でするのかイメージが付き辛い部分がある」と意見を得られた。ただ CoCoel では〇〇な体験が出来ます！ と主張するだけでなく、実際に参加した方の体験談や感想などを提示する事で、参加者が CoCoel に対して安心感を持ち、当日のイメージを膨らませつつ参加できそうであると予測ができた。今後は CoCoel Guide 内に利用者が実際にサービスを利用している映像やインタビューの追加し、事前イメージの解像度を上げる必要があると考えた。

ポイントシステムに関して

2つ目の改善点に、ラフなポイントシステムではなく、仮想通貨をはじめとしたデジタル的なコンピューターシステムの導入を検討する必要があると感じた。

今回は明朗さを重視して少ない基準でポイントの設定を行った。例えば、調理するのであれば一律 500P、飲み物を飲むのであれば 200P などだ。しかしポイントの基準が少なすぎるせいで、作り手・食べ手各々の行動を制限してしまった。

またポイントを消費するという観点では、今自分が何ポイント保持しているか把握できていない生活者が多かった為、デジタル上で簡単に、各々が今何ポイントあるのか把握できる仕組みが必要だと考えた。

5.3. 今後の展望

Co-Cooking に関する事前情報を提供する事で、スムーズな Co-Cooking を促し、食をコミュニティで行うという経験を提供する「CoCoel Guide」は必要最低限の情報を提供することができ、特に説明をせずとも Co-Cooking している姿が見受けられた。今後は2節で述べた課題を修正し、実際の仮想通貨を用いながら Co-Cooking を体感できる環境構築を行い、より強い PMF の構築をする。ただ研究と

して終わらせるのではなく、ビジネスモデルの部分にも言及しながら様々なパートナーと共同して実社会に実装を目指したい。

謝 辞

本研究は多くの方のご指導・ご協力のもとに行なわれました。

本研究の指導教員であり、幅広い知見からの的確な指導やご指摘をしていただきました慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の奥出直人教授に心より感謝申し上げます。奥出先生による懇切なるご指導の元で得られた学びは、私の人生においてかけがえのない財産となりました。

また、同研究科の佐藤千尋特任講師には、研究の方向性についての的確なご助言やご指導をいただきました。本当に有り難うございました。プロジェクトの指導教員としてご指導いただくと同時に、共に研究に取り組んでくださり、研究に関してだけでなく大学院生活におけるあらゆる点において親身なアドバイスをくださり心より感謝申し上げます。特に論文提出前や公聴会前には、お忙しいところ日中に何度も時間を作っていただき、本論文や発表資料に対するフィードバックをいただきました。佐藤先生がいなければ、本論文が完成することはなかったですし、卒業はすごく遠い存在になっていたと思います。本当に有り難うございました。

そして、私たちの研究生活を支えてくださった、奥出先生の秘書である鈴木節さんに心より感謝申し上げます。

OIKOSで共に過ごした、同期の塩瀬くん、新井くん、松井さん、奥田さん、ロクさん、先輩の助川さん、和さん、Changさん、田中さん、そして個性の豊かな修士2年生のみなさん、本当に有り難うございました。

最後に、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、生活面や精神面など多くのことで私のことを支え、温かく見守ってきてくれた家族に万謝いたします。

参 考 文 献

- Beyer, Hugh and Karen Holtzblatt (1998) *Contextual design: defining customer-centered systems*, Vol. 1: Morgan kaufmann.
- Drucker, Peter (1986) “Landmarks of Tomorrow, a Report on the Post Modern World.”
- Drucker, Peter F (2006) “Managing the Nonprofit Organization. Reprint ed,” *HarperBusiness, New York, NY*.
- Geertz, Clifford (1973) *The interpretation of cultures*, Vol. 5019: Basic books.
- Kenny, Anthony (2011) *The Eudemean Ethics*: Oxford University Press.
- Kniffin, Kevin M, Brian Wansink, Carol M Devine, and Jeffery Sobal (2015) “Eating together at the firehouse: how workplace commensality relates to the performance of firefighters,” *Human Performance*, Vol. 28, No. 4, pp. 281–306.
- Kuroda, Aki, Tomoki Tanaka, Hirohiko Hirano, Yuki Ohara, Takeshi Kikutani, Hiroyasu Furuya, Shuichi P Obuchi, Hisashi Kawai, Shinya Ishii, Masahiro Akishita et al. (2015) “Eating alone as social disengagement is strongly associated with depressive symptoms in Japanese community-dwelling older adults,” *Journal of the American Medical Directors Association*, Vol. 16, No. 7, pp. 578–585.
- Lorenz, Edward N and Edward N Lorenz (1967) *The nature and theory of the*

- general circulation of the atmosphere*, Vol. 218: World Meteorological Organization Geneva.
- Lusch, Robert F and Stephen L Vargo (2014) *Service-dominant logic: Premises, perspectives, possibilities*: Cambridge University Press.
- Putnam, Robert D et al. (2000) *Bowling alone: The collapse and revival of American community*: Simon and schuster.
- ピョートル・フェリクス・グジバチ (2017) 『世界一速く結果を出す人は、なぜ、メールを使わないのかグーグルの個人・チームで成果を上げる方法』, SBクリエイティブ.
- 奥出直人 (2012) 『デザイン思考と経営戦略』, NTT 出版.
- 山下三香子, 若林良和 (2018) 「食生活改善推進員の活動におけるソーシャル・キャピタルの醸成食習慣, 食に関する主観的 QOL と食の社会性を通して」, 『日本食育学会誌』, 第 12 巻, 第 1 号, 9-18 頁.
- 石川直樹, 下田篤, 田隈広紀 (2019) 「地域コミュニティ活性化に向けた青年期の主体的参加を促すネットワーク基盤の設計」, 『国際 P2M 学会研究発表大会 予稿集 2019 春季』, 218-231 頁, 一般社団法人 国際 P2M 学会.
- 曾我千亜紀他 (2014) 「贈与としてのコミュニケーション」, 『大阪産業大学人間環境論集』, 第 13 巻, 13-24 頁.
- 中川李子, 長塚未来, 西山未真, 吉田義明 (2010) 「共食の機能と可能性—食育をより有効なものとするための一考察—」, 『食と緑の科学』, 第 64 巻, 55-65 頁.
- 土井善晴 (2016) 『一汁一菜でよいという提案』, グラフィック社.
- 片山めぐみ (2019) 「コミュニティ・レストランにおけるソーシャル・キャピタルの醸成」, 『デザイン学研究』, 第 65 巻, 第 3 号, 3.1-3.6 頁.

堀尾大悟 (2014) 「若年層を中核としたコミュニティ参加支援策: 「30 年後の埼玉」を見据えた新しい都市型コミュニティの形」, 『Think-ing: 彩の国さいたま
人づくり広域連合政策情報誌』, 第 15 号, 50-55 頁.

藪谷祐介他 (2019) 「まちづくり市民活動団体の人材マネジメントに関する組織論的研究」.