

Title	「COOKBOOK for Co-cooking」：毎日の食卓を地域で共有する美食俱楽部「CoCoel」のレシピ集
Sub Title	"COOKBOOK for Co-cooking" : recipes for "CoCoel", the gastronomic club that shares daily dining tables in local community
Author	塩瀬, 博之(Shiose, Hiroyuki) 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760号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002019-0760

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

「COOKBOOK for Co-cooking」：
毎日の食卓を地域で共有する美食俱楽部
「CoCoel」のレシピ集



慶應義塾大学
大学院メディアデザイン研究科

塩瀬 博之

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。

塩瀬 博之

研究指導コミッティ：

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

「COOKBOOK for Co-cooking」：

毎日の食卓を地域で共有する美食俱楽部

「CoCoel」のレシピ集

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俱楽部「CoCoel」において、人と一緒に調理をする為のレシピ集「COOKBOOK for Co-cooking」をデザインした。「COOKBOOK for Co-cooking」は、当日用意された食材や調味料、調理器具などあらゆるリソースを用いて調理可能なレシピが表示され、閲覧者は好みに合わせて作りたい料理を選ぶ事ができる。また、調理工程は主に「火を使うかどうか」で2人用に分けられており、調理工程の中で「どこで」「誰が」「どのような順番で」「何をするのか」が2人各々のタスクとして分かれて表示される。これを「CoCoel」内で使うことにより、料理の上手下手に関わらず初対面の人と一緒に調理を楽しめる様になる。具体的には、料理初心者は、失敗する心配をする事なく、料理を作る楽しさを味わいながら人と交流でき、少し手伝えば美味しい手料理を食べられる様になる。また、料理好きな人は、普段作らない様な大人数用の料理に挑戦でき、料理という趣味を深めながら人と交流する機会を得られる。「CoCoel」とは、都市近郊に住む「定期的に同じ駅を使っているもしくは使っていた人」を対象とし、家の外で自由に使えるキッチンで、その場にいる人と一緒に食卓を共創する事（以下 Co-cooking）を通じて Well-being 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」と「仕事で忙しい料理初心者」が対象だ。「COOKBOOK for Co-cooking」は、料理が作られる度にそのレシピを記録し、更新され続ける。更にコミュニティ内に公開される為、料理

の知識や新たなレシピが蓄積していく。「COOKBOOK for Co-cooking」があるからこそ、新しい人との交流が促進され、コミュニティ内での繋がりがより強固なものになり、コミュニティが存続していく。本研究を実施するにあたり、フィールドワーク調査及び民族誌調査を行い、サービス開発を行った。

キーワード：

Co-cooking, COOKBOOK, デザイン思考, サービスデザイン, イノベーション

慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科

塩瀬 博之

Abstract of Master's Thesis of Academic Year 2019

“COOKBOOK for Co-cooking”: Recipes for “CoCoel”, the Gastronomic Club that Shares Daily Dining Tables in Local Community

Category: Design

Summary

This thesis proposes “COOKBOOK for Co-cooking” the collection of recipes for two people to cook at “CoCoel” gastronomic club shares daily dining tables in local community. “CoCoel” is a kitchen that anyone can use freely outside the house for people living in the city suburbs . By co-creating a table with people in the place (hereinafter referred to as “Co-cooking”) It is the purpose of living in well-being. “COOKBOOK for Co-cooking” is designed to divide the cooking process for two people and clearly understand their role in each process. This will allow you to enjoy cooking with the first person you meet, regardless of how well you cook. Specifically, cooking beginners who are busy with work can rest assured that they don't have to worry about cooking failures, interact with people while enjoying the joy of cooking, and with a little help they can eat delicious home cooking. In addition, those who want to cook your own hobbies, you can make a large number of dishes that you don't usually make, and have the opportunity to interact with the first-time person through cooking. “COOKBOOK for Co-cooking” records and update all cooking recipes. Furthermore, since it will be released to the community, cooking knowledge and new recipes will accumulate. “COOKBOOK for Co-cooking” promotes first-to-face interaction, strengthens the connection within the community, and retain the community alive. The concept

Abstract

of “COOKBOOK for Co-cooking” is designed base on field work surveys and ethnographic surveys were conducted to develop services.

Keywords:

Co-cooking, COOKBOOK, Design Thinking, Service Design, Innovation

Keio University Graduate School of Media Design

Hiroyuki Shiose

目 次

第 1 章 序論	1
第 2 章 リテレチャーレビュー	6
2.1. 食とコミュニティ	6
2.1.1 食のコミュニティによる生産性の向上	6
2.1.2 食のコミュニティにおける初対面同士の信頼の獲得	7
2.2. 食と調理スキル	8
2.2.1 食のリテラシー	8
2.2.2 食の伝承	8
2.3. 食のイデオロギー	9
2.3.1 食と食べ方	9
2.3.2 食事のサイクル	10
2.3.3 食とレシピ	10
2.4. 食と贈与経済	11
2.5. 本論文が貢献する領域	11
第 3 章 デザイン	13
3.1. コンセプト	13
3.2. コンセプトデザインの手法	14
3.3. サービスエコシステムのデザイン	15
3.3.1 シェアハウスでの民族誌調査	16
3.3.2 KitchHike での民族誌調査	23
3.3.3 2 度目の KitchHike での民族誌調査	29

3.3.4 ターゲットペルソナ	30
3.3.5 A2A	33
3.3.6 サービスエコシステム	37
3.4. コンセプトマイキング	37
3.4.1 アイディエーション	38
3.4.2 コンセプトスキーム	38
3.4.3 赤坂でのコンセプトスキット	40
3.4.4 コンセプトスケッチ	41
3.4.5 西伊豆で MVP	42
3.4.6 広尾での MVP	45
3.5. COOKBOOK for Co-cooking の設計	46
3.5.1 コンセプトスケッチ	46
3.5.2 ナラティブ	47
3.5.3 ユースケース	48
3.5.4 COOKBOOK for Co-cooking のデザイン	48
注	60
第4章 Validation	61
4.1. Validation の概要	62
4.2. Validation の手順	64
4.2.1 ターゲットユーザー	65
4.2.2 調理をするユーザーの様子	68
4.2.3 考察	73
注	76
第5章 結論	77
謝辞	80
参考文献	82

図 目 次

3.1	Fieldwork Master	18
3.2	シェアハウスでの民族誌調査の様子	18
3.3	シェアハウスでの民族誌調査のまとめ	19
3.4	フロー モデル 1	20
3.5	アーティファクト モデル 1	20
3.6	カルチュラル モデル 1	21
3.7	フィジカル モデル 1	21
3.8	メンタル モデル A1	22
3.9	メンタル モデル B1	22
3.10	メンタル モデル C1	23
3.11	KitchHike 1 での民族誌調査の様子	24
3.12	はっちさんのプロフィール	25
3.13	フロー モデル 2	26
3.14	アーティファクト モデル 2	26
3.15	カルチュラル モデル 2	27
3.16	フィジカル モデル 2-1	27
3.17	フィジカル モデル 2-2	28
3.18	メンタル モデル C2	28
3.19	2回目の kitchHike での民族誌調査の様子	29
3.20	ターゲットペルソナ（仕事で忙しい料理初心者）	30
3.21	ターゲットペルソナ（趣味の料理を人に振舞いたい人）	31
3.22	ターゲットペルソナ（地元食材を提供する人）	31
3.23	ターゲットペルソナ（場所を提供する人）	32

3.24	ターゲットペルソナ (S.P.B.A Community Manager)	32
3.25	ターゲットペルソナ (S.P.B.A Human Resource Integrator)	33
3.26	A2A-1	33
3.27	A2A-2	34
3.28	A2A-3	34
3.29	A2A-4	35
3.30	A2A-5	35
3.31	A2A-6	36
3.32	A2A-7	36
3.33	サービスエコシステム	37
3.34	ポストイット アイデーション	38
3.35	コンセプトスキーム	39
3.36	赤坂でのコンセプトスキットの様子	40
3.37	コンセプトスケッチ	43
3.38	MVP1 キッチンの様子	44
3.39	MVP1 ベランダの様子	44
3.40	MVP1 ダイニングの様子	45
3.41	MVP2 キッチンの様子	45
3.42	MVP2 ダイニングの様子	46
3.43	COOKBOOK for Co-cooking コンセプトスケッチ	47
3.44	ナラティブ	48
3.45	ユースケース 1	49
3.46	ユースケース 2	49
3.47	COOKBOOK for Co-cooking 設計図	50
3.48	COOKBOOK for Co-cooking 表紙	51
3.49	COOKBOOK for Co-cooking メニュー	52
3.50	COOKBOOK for Co-cooking 魚メニュー	53
3.51	COOKBOOK for Co-cooking サーモンのパイ包み焼き 1	55
3.52	COOKBOOK for Co-cooking サーモンのパイ包み焼き 2	56

3.53	COOKBOOK for Co-cooking サーモンのパイ包み焼き 3	57
3.54	COOKBOOK for Co-cooking ソース	59
3.55	COOKBOOK for Co-cooking 完成	60
4.1	MVP3 ダイニング	62
4.2	MVP3 キッチン	63
4.3	COOKBOOK for Co-cooking MacBook Pro 13-inch	63
4.4	COOKBOOK for Co-cooking iPhone11 Pro MAX	64
4.5	CoCoel ポイント	65
4.6	MVP3 ターゲットユーザー	66
4.7	ダイニングでメロンを調理する参加者	69
4.8	COOKBOOK for Co-cooking サーモンパイ包み焼き 4	74
5.1	異なる料理を作る初対面同士が交流する様子	79

第 1 章

序論

自分の好きな事を深められるコミュニティに属し、仲間と交流する事は人生を豊かにする方法の一つである。Robert D. Putnum は著書『Bowling Alone』(Putnam et al. 2000) にて、黒人差別があった 1900 年代のアメリカにおいて、黒人男性が白人男性に無償で臓器提供した事例を挙げている。驚くことに 2 人の関係は、週末に近所で一緒にボーリングを楽しむ仲間、それだけである。Putnum は、人と人が助け合い、より生産的な暮らしを獲得する為には、コミュニティに属しそれを継続する事が重要だとしている。その為には、ボーリングやマーチングバンドなどの何かしらを通じて人と交流する事、そしてそこから生じる互酬性、つまり人と人が贈与し合う関係性を構築する事が必要だと主張している。更に、コミュニティ内で何か共通項を持つある集団の中の人が、他の集団の人と繋がることで、新たな集団が生まれていく。これにより、コミュニティ内での繋がりがより強固なものになり、コミュニティが存続していく。Putnum はこれを Bonding のある集団同士が Bridging するという言葉で説明している。

本研究でデザインした「COOKBOOK for Co-cooking」は、料理の上手下手に関わらず初対面の人と一緒に調理を楽しむ事を可能にするレシピ集だ。つまり、Bonding 同士の Bridging を可能にする。なぜなら「COOKBOOK for Co-cooking」は、調理工程の中で「どこで」「誰が」「どのような順番で」「何をするのか」が 2 人各自のタスクとして分かれて表示され、それぞれの工程での自分の役割を明確に理解できる様にデザインされているからだ。ここでの役割を明確に理解できるとは、どんなに料理ができない初心者であっても、各調理工程での細かい時間や分量などを数値で把握し、画像を通じて具体的にイメージできる事を指す。万が一理解できない時でも、一緒に作ってくれる人やレシピを作成した人に相談することが

できる為、失敗する心配をする事がなくなる。また、各調理工程には他の料理にも転用可能な調理知識が「料理の四面体」(玉村豊男 2008)を元に盛り込まれており、料理初心者の人でも実践を通して調理の基本を学ぶことができる為、料理を作る楽しさを味わいながら人と交流する事ができる。更に、少し手伝えば美味しい手料理を食べられる様になる。一方、料理好きな人は、普段作らない様な大人用の料理に挑戦でき、料理という趣味を深めながら新しく出会う人と交流する機会を得られる。

この「COOKBOOK for Co-cooking」を、毎日の食卓を地域で共有する美食俱楽部「CoCoel」に適用することで、参加者はその場にいる誰とでも一緒に調理をする事が可能になる。また、その場の人と一緒に「COOKBOOK for Co-cooking」を使って料理するに至る為に、参加者の調理と交流を促進させる現場監督者「Community Manager (以下 CM)」が会場にいる人に声をかけ、一緒に作る人を探す役割を担う。

「CoCoel」とは、都市近郊に住む「定期的に同じ駅を使っているもしくは使っていた人」を対象とし、家の外で自由に使えるキッチンで、その場にいる人と一緒に食卓を共創する事、つまり Co-cooking を通じて Well-being 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」と「仕事で忙しい料理初心者」が対象だ。「CoCoel」は「COOKBOOK for Co-cooking」以外に以下3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を提供する事だ。これは、「定期的に同じ駅を使っているもしくは使っていた人」達が家の外で集まり近隣コミュニティを形成する事を可能にする。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。これは本サービスの根幹を担う価値の提案であり、食事をコミュニティ内で行う事に貢献する。3つ目は、コミュニティに貢献した分だけ食事を食べられるというルールだ。これにより、参加者は食事に対して自分の持つ能力の範囲内で互酬的に行動する様になる。

「COOKBOOK for Co-cooking」は CM により、料理が作られる度にそのレシピが記録され、更新され続ける。更にコミュニティ内に公開される為、料理の知識や新たなレシピが蓄積していく。「COOKBOOK for Co-cooking」があるからこそ、新しく出会う人との交流が促進され、Co-cooking コミュニティ内の暮らしが

Well-being なものになる。本研究を実施するにあたり、フィールドワーク調査及び民族誌調査を行い、サービス開発を行った。「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、計3回の Proof of Concept を通じてその有用性が証明された。その後、ターゲットペルソナに近い人達を対象に行った Validation を通じ、Value Co-creation を行った。また、Well-being 及び Social Capital の理論的枠組みを用いて評価、改善されたものだ。

本研究のコンセプトをデザインするに至った理由は、都市近郊の街として鷺沼でのフィールドワーク調査を 2018 年 6 月末に行った事がきっかけである。ここで、健康的な食生活を送る生活者が少ないという気付きを得られた。この気付きが感じられた場面は大きく 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だと発見した場面。2 つ目に、仕事帰りの生活者の多くが駅前にあるスーパーへ向かい、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。一般的に鷺沼は子育て世代が住みやすい街として評価が高い一方で、この様に偏った食生活を送る生活者が多い点を考慮すると、子育てに満足な環境が整っているとは言い難いと私は考えた。以上の調査結果を踏まえ、Co-cooking を通じて人と交流する事で、毎日の食卓を地域で共有しながら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 Well-being を深めるのではないか、という仮説を立てるに至った。

また現代社会において、不特定多数の人と一緒に調理を行う Co-cooking の様に「食事をコミュニティで行う」イデオロギーの兆候は様々な場面で感じができる。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。

そもそも、食事とは「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」というサイクルだという考え方がある。(土井善晴 2016) その上で本研究において、Co-cooking とは「その場にいる人と一緒に食卓を共創する」という行為の事だと定義する。尚、「食卓を共創する」とは、調理に参加するだけでなく、皿洗いやその他片付け、食材を持ち寄るなど、各人が持つリソースに合

わせて食事コミュニティに貢献する事を指す。これらにより、調理ができない人でも Co-cooking する事は可能である為、「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。つまり、食事のサイクルの中の「調理し、料理が出来上がり、食べ、片付ける」事を行うのが Co-cooking である。

アリストテレスの Well-being

人にとって幸福とは何か。また、どうやって獲得するのか。Anthony Kenny は著書『The Eudemian Ethics』(Kenny 2011)において、アリストテレスの考える Well-being について言及した。まず前提として、Well-being は人にとって最高の善であると述べた。また、Well-being は activity であると述べ、つまり幸福とはその状態を指すのではなく、その活動を指すのである。その上で、Wisdom と Virtue と Pleasure の全てが適切な状態で妨げられる事なく行使される事が Well-being だと述べた。では、Wisdom とは何か。Wisdom とは知恵と訳せるが、ただ知恵を持っている状態ではなく、その知恵を行使する事で幸福に貢献する。同様に、Virtue とは美德と訳せるが、ただ美德を持っている状態ではなく、それを行使する事で幸福に貢献する。最後に、Pleasure とは喜びと訳せるが、飲食物や性的な喜びが美的及び知的な喜びと組み合わさる事で幸福に貢献する。これらを「CoCoel」での「COOKBOOK for Co-cooking」について考えてみる。Wisdom とは、Co-cooking を行う上での調理や食材などの様々な知恵を獲得し行使することである。「COOKBOOK for Co-cooking」を使うと、参加者は調理スキルを実践しながら学ぶ事ができる為、Wisdom を叶える事ができる。Virtue とは、ポイント制の導入により贈与経済が生まれ、参加者は Co-cooking を行う上での互酬性を獲得し行使する事である。「COOKBOOK for Co-cooking」を使うと、参加者は調理工程における自分の役割を明確に理解し調理する事ができる様になる為、互酬性を行使する事を助け、Virtue を叶える事ができる。Pleasure とは、Co-cooking を行い飲食という行為をする事、及びこれが Wisdom や Virtue と組み合わさる事である。「COOKBOOK for Co-cooking」は、当日調理可能なレシピを提供する為、食材

1. 序論

と合わせて使う事で Pleasure を叶える事ができる。つまり「CoCoel」は参加者の Well-being を叶え、「COOKBOOK for Co-cooking」はそれを補助する事ができる。

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「COOKBOOK for Co-cooking」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 Validation を通し、デザインした「COOKBOOK for Co-cooking」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。

第 2 章

リテレチャーレビュー

本章では、本研究に関連する「食とコミュニティ」「食と調理スキル」「食のイデオロギー」「食と贈与経済」の4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. 食とコミュニティ

2.1.1 食のコミュニティによる生産性の向上

ペル一人に対し「あなたにとってペル一人とは何か?」という国民性に関する質問を投げかけると、移民の歴史から様々な人種が入り混じっている事から、人種で共通項を見出すのが難しいという結果が出た。しかし、ペルーにはインカ時代に遡る様々な技術と、その移民の歴史から世界中の料理に影響を受け、更にその恵まれた環境から豊かで多様性のある魚や作物が摂れるという特徴がある。それらにより、ペルーでは逆説的に豊富なフュージョン料理が確立され、ペルー民族としての団結を想像させるものとして働いている。ペルー料理は近年大きな成長を遂げ、国内では美食ブームと呼ばれており、また対外的にもペルーのトップレストラン3店舗が世界のトップ50に位置し、そのうち2店舗はトップ10に入っている。レストラン店舗や職業として食の道を目指す学生の数は指数関数的に増加している。これらの影響もあってか、ユネスコは文化的無形遺産としてペルーの食文化を認めており、このペルーの料理革命は国としての経済的及び社会的発展に大きく貢献している事が証明されている。(Nass 2018) 中でも強調したい事は、ペルーの料理革命運動は政府ではなく国内のシェフが先頭に立って行っている。

るという点である。経済的および社会的発展をより効果的に促進する為に、政府によるトップダウン型のアプローチではなく地域コミュニティによるボトムアップ型のアプローチの有用性が証明されている。クスコの地域にある高級レストラン「MIL Centro」は地域コミュニティとの関係性を強く持ち、その地域の食文化を高級料理に昇華し、NGOを通して世界に発信している。これにより、地域コミュニティの食文化が国全体としての生産性を向上させることができると証明できる。「COOKBOOK for Co-cooking」は、料理が作られる度にそのレシピを記録し、更新され続ける。更にコミュニティ内に公開される為、料理の知識や新たなレシピが蓄積していく。これにより、「CoCoel」での地域コミュニティ特有のレシピが形成される様になる。その地域共通の市民性として「COOKBOOK for Co-cooking」の料理が確立され、地域コミュニティの団結を想像させるものとして機能すると言える。

2.1.2 食のコミュニティにおける初対面同士の信頼の獲得

オランダの食事共有プラットフォーム「Thuisafgehaald」は、近所に住んでいるというだけの関係でインターネット上で知り合い、作りすぎてしまった料理を格安で売買するというサービスである。2019年現在約10,000人の料理人と70,000人の消費者で構成されており、コンビニエンスストアやファミリーレストランがないオランダにおいて人気を博している。食事の共有はなじみのない行為なので、人々がどのように振る舞うかわからず不安要素があるが、信頼を担保できている事が証明されている。また、料理を提供する人は料理に情熱を傾けており、見知らぬ人であっても振る舞う機会が拡大することに喜びを感じている。定性調査の結果、交換において貨幣が介されるのが重要な役割を果たすと同時に、受け取る側は料理提供者の非営利さを重視している事がわかった。受け取る側は、食事が高品質であると考えられている場合でも、家庭で作られた食事は、一般的な商業的な取引よりも低価格であるべきだと主張した。(Veen 2019) 「COOKBOOK for Co-cooking」は料理の上手下手に関わらず初対面の人と一緒に調理を楽しむ事を可能にするレシピ集であり、初対面同士の食における信頼の獲得は可能であると証明できる。また、「CoCoel」も同様に見知らぬ人に料理を振る舞う機会を獲得

できる為、料理好きな人の「自分が作った料理を人に提供したい」というコンテストを満足させる事ができると言える。

2.2. 食と調理スキル

2.2.1 食のリテラシー

Heather MC Thomas と Jennifer D Irwin(Thomas and Irwin 2011) は、カナダに住む若者に対して 18 ヶ月のコミュニティベースの料理プログラムを計画し、実行した。このプログラムは、生きる上でかけがえのないライフスキルとして、調理スキルと食のリテラシーを開発し身に着けるために実施された。食のリテラシーとは、食品を購入し、適切に取り扱い、調理するスキルと知識を持ち、健康的な食品を選択できる能力だと定義している。この料理プログラムでは、料理の知識を学ぶだけでなく、実際に調理しながら調理知識を実践する事で、果物や野菜の消費量の増加、食品安全行動の改善、調理頻度の増加、栄養知識の増加、調理や健康的な食事に対する行動や態度に良い影響を与えることが証明されている。「COOKBOOK for Co-cooking」は料理の知識を実践しながら学ぶ事ができる為、同様の影響を与えられる事が証明でき、つまり利用者の食のリテラシーを開発し身に付ける事を促すと言える。

2.2.2 食の伝承

核家族化が進み、また時間帯のずれなどが原因で、家族そろって食事をする機会の減少とそれに伴い食教育の場面が減ってきている。以前まで、家族そろっての食事は、親から子へ食文化を伝承する機会であった。孤食により偏った食生活を送る、または朝食を食べないなど、特に子供の食生活の乱れが取り上げられるようになっている。こうした中、食に対する見直しの風潮が高まり、子供に食に関する正しい知識と望ましい習慣を身につけさせ、食育を推進する事が重要課題とされ、平成 17 年 6 月には「食育基本法」が、同年 4 月には「学校栄養教諭制度」が制定された。つまり国や学校は、学校給食を通じて食に関する知識を広めてい

く方針をとったのだ。(鷲見孝子他 2006) 鷲見らは、食文化を学ぶひとつとして行事食を挙げている。行事食は、古くからあるものから、近年になってから加わったもの、また廃れてきたものなど、時代とともに料理内容に変化があるので、家族独自の要素を加えながら伝えられていくものである。食文化への理解と知識を深めるためには、特定の料理の認知度や程度、食経験や調理経験の有無が関係しているという。「COOKBOOK for Co-cooking」は、料理が作られる度にそのレシピを記録し、更新され続ける。更にコミュニティ内に公開される為、その地域特有の調理知識や新たなレシピが蓄積していく。受動的に食べるのみの学校給食に比べ、「COOKBOOK for Co-cooking」は、実際に調理をしながら学べるという特徴やいつでもレシピ情報にアクセスできるという特徴がある為、食経験や調理経験を得られるより優れた料理の伝承法だと言え、同時に食教育をより活発にするものだと言える。

2.3. 食のイデオロギー

2.3.1 食と食べ方

『食文化からみた食生活論』(永井鞆江 納身節子 早渕仁美 1988) では、食とは(1) 食べ物を調達し、(2) それを調理・加工し、(3) それを食べる（食べ方）の事だと定義している。中でも、「喫食」という概念について触れており、「喫食」とは“楽しんで美味しく食べる事”であり、この“食べ方”が重要だと主張している。Co-cooking とは、その場にいる人と一緒に食卓を共創する事を通して“楽しんで美味しく食べる事”であり、「喫食」の方法・文化の1つと言える。また、Co-cooking のイデオロギーは、家で作って食べるでも無く、外でプロの料理を食べるでも無く、「家の外で作って食べる」というものであり、かつ「COOKBOOK for Co-cooking」によりコミュニティ内での Bridging を可能にする為、誰にでも開かれたオープンな地域コミュニティを形成する事ができる。

2.3.2 食事のサイクル

『一汁一菜でよいという提案』(土井善晴 2016)では、食事とは「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」というサイクルだと主張している。その上で本研究において、Co-cooking とは「その場にいる人と一緒に食卓を共創する」という行為の事だと定義する。尚、「食卓を共創する」とは、調理に参加するだけでなく、皿洗いやその他片付け、食材を持ち寄るなど、各人が持つリソースに合わせて食事コミュニティに貢献する事を指す。これらにより、調理ができない人でも Co-cooking する事は可能である為、「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。つまり、食事のサイクルの中の「調理し、料理が出来上がり、食べ、片付ける」事を行うのが Co-cooking だと定義する。「COOKBOOK for Co-cooking」は、食事のサイクルの中の調理をするという箇所において、人と一緒に行う事を可能にするという立場をとる。

2.3.3 食とレシピ

料理を作る際に利用するレシピは、その目的によってデザインするものが大きく異なる。(赤澤康之, 赤澤康之 2011) 赤澤らは、冷蔵庫内の食材を考慮した料理レシピ検索システムを開発した。これと「COOKBOOK for Co-cooking」には「当日作れる料理を提示し、選ぶ事ができる」という点においては共通している。しかし、その目的が異なる。この冷蔵庫のシステムは、主に 3 つの基準でレシピを提案する。1 つ目は、スーパーでどんな食材を買えば良いのかわからない、つまり冷蔵庫内の食材の充足度に合わせた提案である。2 つ目は、作る料理は珍しいのか、つまり特異度でランキングしたレシピを提案する。3 つ目は、冷蔵庫内の食材が賞味期限切れになり無駄にならないか、つまり冷蔵庫内の使い切りを考慮した上でランキングしたレシピを提案する。総じてこれら 3 つは、一般家庭において主婦層がより便利に料理するという目的の元にデザインされている。これに対し、「COOKBOOK for Co-cooking」は、調理工程を主に「火を使うかどうか」で 2 人用に分け、各調理工程でのポイントが見れ、他の料理にも転用できる調理の知

識を実践しながら学べるなど、目的である「人と一緒に楽しく料理する事」を達成する為のデザインが施されている。ここに「COOKBOOK for Co-cooking」のレシピ集としての特徴が現れていると言える。

2.4. 食と贈与経済

Marcel Mauss は著書『贈与論』において、贈与に対する返礼を義務と感じ、最終的に円環が閉じられることに意義を見出した。しかし、(曾我千亜紀, 曾我千亜紀 2014) 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した。これはつまり不特定多数の人に贈与する事であり、『Bowling Alone』(Putnam et al. 2000) における「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を行使する事と同義であると考えられる。Putnam は、一般的互酬性のある社会、特定的互酬性のある社会、互酬性のない社会の3つを比較すると、一般的互酬性のある社会がもっとも効率がいい、つまり取引の回数が増えて生産性が向上するという事だ。これらを踏まえた上で、「COOKBOOK for Co-cooking」は初対面の人と一緒に調理を楽しむ事を可能にする為、作られた料理を不特定多数の参加者に向けて作ることになり、それを受け取り食べた人達は一般的互酬性を持ちながら新たに調理をする、という様に円環を開けたまま贈与し合う。つまり、これは初対面同士の調理回数をより増やすといえる。

2.5. 本論文が貢献する領域

本章の第1節では、食とコミュニティについての先行研究を取り上げる事で、「CoCoel」において「COOKBOOK for Co-cooking」を使用する事は、コミュニティ全体の生産性向上に繋がり、また初対面同士の信頼の獲得が可能である事を証明した。第2節では、食と調理スキルについての先行研究を取り上げる事で、「CoCoel」において「COOKBOOK for Co-cooking」を使用し料理の知識を実践しながら学ぶ事は、食のリテラシーの開発に貢献し、地域特有の食文化を伝承す

る方法として有用である事を証明した。これは、調理や食材に関する知識の獲得と行使を可能にし、つまりアリストテレスの Well-being における Wisdom の獲得と行使に寄与する。第 3 節では、食のイデオロギーについての先行研究を取り上げる事で、Co-cooking とは「喫食」のひとつで「家の外で作って食べる」というものであり、食事のサイクルの中の「調理し、料理が出来上がり、食べ、片付ける」事だと述べた。また、「COOKBOOK for Co-cooking」によりコミュニティ内での Bridging を可能にする為、誰にでも開かれたオープンな地域コミュニティを形成する事ができると主張した。また、レシピ集としての他との差異についても言及した。第 4 節では、食と贈与経済についての先行研究を取り上げる事で、「CoCoel」において「COOKBOOK for Co-cooking」を使用し、不特定多数の参加者に向けて一般的互酬性を行使する事は、他の参加者の一般的互酬性の獲得に繋がり、結果として初対面同士の調理回数をより増やすという事を証明した。

第3章

デザイン

3.1. コンセプト

本研究でデザインした「COOKBOOK for Co-cooking」は、料理の上手下手に関わらず初対面の人と一緒に調理を楽しむ事を可能にするレシピ集だ。つまり、Co-cooking コミュニティ内での Bridging を可能にする。なぜなら「COOKBOOK for Co-cooking」は、調理工程の中で「どこで」「誰が」「どのような順番で」「何をするのか」が2人各々のタスクとして分かれて表示され、それぞれの工程での自分の役割を明確に理解できる様にデザインされているからだ。ここでの役割を明確に理解できるとは、料理初心者であっても、各調理工程での過去の調理者のアドバイスでレシピを補完し、画像を通じて具体的にイメージできる事を指す。万が一理解できない時でも、一緒に作ってくれる人やレシピを作成したCMに相談することができる為、調理を間違う心配がなくて安心できる。また、各調理工程には他の料理にも転用可能な料理の知識が盛り込まれており、料理初心者でも実践を通して料理の基本を学ぶことができる為、料理を作る楽しさを味わいながら人と交流する事ができる。更に、少し手伝えば美味しい手料理を食べられる様になる。一方、趣味の料理を人に振る舞いたい人は、普段作らない様な大人数用の料理に挑戦でき、料理という趣味を深めながら新しく出会う人と交流する機会を得られる。この「COOKBOOK for Co-cooking」を、毎日の食卓を地域で共有する美食俱楽部「CoCoel」に適用することで、参加者はその場にいる誰とでも一緒に調理をする事が可能になる。また、その場の人と一緒に「COOKBOOK for Co-cooking」を使って料理するに至る為に、参加者の調理と交流を促進させる現場監督者のCMが会場にいる人に声をかけ、一緒に作る人を探す役割を担う。

「CoCoel」とは、都市近郊に住む「定期的に同じ駅を使っているもしくは使っていた人」を対象とし、家の外で自由に使えるキッチンで、その場にいる人と一緒に食卓を共創する事、つまり Co-cooking を通じて Well-being に暮らす事を目標とするサービスである。「CoCoel」は「COOKBOOK for Co-cooking」以外に以下3つの価値を提供する。1つ目は、家の外で自由に使えるキッチンを提供する事だ。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事を可能にする。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。これは本サービスの根幹を担う価値の提案であり、食事をコミュニティ内で行う事に貢献する。3つ目は、コミュニティに貢献した分だけ食事を食べられるというルールだ。消費や獲得を繰り返すポイント制を導入して贈与経済を生むことにより、参加者は自分の能力に見合った労働で互酬的に行動する様になる。

「COOKBOOK for Co-cooking」はCMにより、料理が作られる度にそのレシピが記録され、更新され続ける。更にコミュニティ内に公開される為、料理の知識や新たなレシピが蓄積していく。「COOKBOOK for Co-cooking」があるからこそ、新しく出会う人との交流が促進され、Co-cooking コミュニティ内での暮らしが Well-being なものになる。本研究を実施するにあたり、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、計2回の MVP の設定を通じてその有用性が証明された。その後、ターゲットペルソナに近い人達を対象に行った Validation を通じ、Value Co-creationを行った。

3.2. コンセプトデザインの手法

「CoCoel」のデザインにあたり、コンセプトデザインの手法として2つのフレームワークを用いた。

1つは、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『デザイン思考と経営戦略』(奥出直人 2012) で提唱する手法である。まず民族誌調査から始まる。調査対象者を師匠とみなし、調査を行う自身を弟子と位置づけ、参与観察と質問を通して調査を行う。その後、間主観性、つまり調査内容とそれに対

する自分の解釈を交えた「濃い記述」をA3用紙に2Bの鉛筆で書き起こす。この「濃い記述」を元に、5分析を用いて調査内容を「フローモデル」「カルチュアルモデル」「フィジカルモデル」「アーティファクトモデル」「シークエンスモデル」として5つの異なる視点で分析する。これらの分析内容を踏襲し、師匠である調査対象者のメンタルモデルを抽出する。メンタルモデルとは、人間が固有に持つ内的表象であり、外的世界で起こる出来事を予測・対処する為に形成する、認知と行動のモデルである。例えば、調査対象者が車を運転する際、サイドミラーを見て巻き込み確認をした後に左折・右折する時、「見ると、確認する」という認知と行動のモデルを抽出できる。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。1回目は、インドネシア料理が得意なRenny Noviantyさんが自身が住むシェアハウスで一緒に暮らすシェアハウス仲間に作った料理を振る舞う場面を調査した。2回目は、隣人が集まり食卓を囲むサービス「Kitch Hike」において、料理好きなはっちゃんが参加者に料理を振る舞う場面を調査した。それぞれの民族誌調査でメンタルモデルの抽出を行った。

もう1つは、Stephen L. VargoとRobert F. Luschが提唱した『Service Dominant Logic (以下SDL)』(Lusch and Vargo 2014)に基づき、サービスコンセプトをデザインした。具体的には、フィロソフィーとビジョンの設定、ターゲットペルソナの設定、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。

3.3. サービスエコシステムのデザイン

SDLの観点では、コンセプトデザインにあたりサービスエコシステムの構築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合い、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のデザインにおいて計2回の民族誌調査を行った。2回の調査で得られた内容を元に、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為、ターゲットペルソナのデザインを行った。

その後、それらのアクターが行うサービス交換についての A2A 分析を行い、その組み合わせを用いてサービスエコシステムをデザインした。

3.3.1 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た為、2018年12月7日、シェアハウス内の住人に対して作った料理を振る舞う Renny Novianty さんを対象に民族誌調査を行った。フォーカスポイントは、「Renny さんがリビングにいる人に料理を振る舞うモチベーションは何か」「Renny さんは一緒に調理を行う際どの様なコミュニケーションを取るのか」、「Renny さんと料理を食べる人のコミュニケーションはどの様なものか」の3点だ。以下、調査後に綴った「濃い記述」の抜粋である。

「19時10分に新丸子駅集合。メンバーは研究室メンバーの筆者、シールズ、新井、武さん。今回会うシェアハウスメンバーには武が Party と伝えたらしく、それぞれが飲食物を持ち寄るが、僕らは FW も兼ねていたので、Renny さんに作ってもらうインドネシア料理の材料を揃える為、まずはスーパーで買い出しをした。メニューはココナッツミルクスープとチャーハンだ。人数は僕ら含め8人くらいらしく、ちょっと余るくらいの量を買った。ビールやお菓子、あとみんなで飲めるようにレモンサワーも購入。多摩川駅から10分程歩くと、シェアハウスに到着。Renny さんが登場すると、ご飯はレンジで作るものを持ってきたみたいだけど、炊いたお米でしかチャーハンを作ったことがないから、私が冷蔵庫に保管してあるご飯使う？ と Renny さんが提案してくれた。キッチンにいた筆者は、そしたら買ってきたレンジ用ご飯は全部あげるね、と言った。その後みんなで乾杯するも、Renny さんは黙々と作っている。フライパンでにんにくを炒めている時に音と匂いがとてもよく、みんなで釘付けで見た。写真も撮った。その後口クが、手伝った方が良い、と言い、筆者が手伝いに行った。じゃがいもを剥いていたので、それやるよ！ 何か他にすることある？ と筆者が言うと、Renny さんが手渡してくれた。Renny さんは、Renny さんも飲む？ と筆者が言うのを聞くと、私お酒飲まない、と言った。Renny さんはじゃがいもを手渡しした後、水で洗ってからやつてね、と教えてくれた。Renny さんは何やらフライパンを使って料理をしている。

完璧に皮を剥けなくて、1つのじゃがいもと格闘する筆者の手元を見ると、手で持っていると色が変わっちゃうからそんなにやらなくて大丈夫、と教えてくれた。Rennyさんは筆者のじゃがいもを受け取ると、包丁で素早く綺麗に目を取ってくれた。さすが早いね！ と言う筆者。Rennyさんはその言葉を聞くと、ニコッと笑った。Rennyさんがチャーハンを持ってきてくれて、みんなが、美味しいそう！、と言った。Rennyさんは料理や僕らの様子を見て大丈夫だと感じると、スープを作りにキッチンに戻った。武や星さんが、Rennyさんも一緒に食べよう！ と言うのを聞くと、私ご飯食べたから大丈夫、とRennyさんは言った。ご飯食べたのに作らせてしまっていることを気づき、みんなでごめんね！ と言った。Rennyさんはそれを聞くと、あまり気にした様子もなく、大丈夫大丈夫、と言った。みんなで、美味しい！ とRennyさんに向かって言うと、それを聞いたRennyさんは少し照れながら笑った。ココナッツミルクスープが出来ると、Rennyさんがテーブルに持ってきてくれた。星さんがそろそろ帰る時間になり、自分の使ったお皿を洗っていた。急いでいるみたいだったが、せめてもの気持ちだろう。その場にいる人それぞれが良い空間にしようという心掛けが見えた。映画が終わり、筆者が洗い物を全部した。ユウ子さん食器を拭くのを手伝ってくれたが、他の人は何もせずレモンサワーを飲み干していた。え、見る専なの？ と筆者が冗談を言えるような空気で、なごやかなムード。食器を洗う手間もあるのがまた良いと感じる筆者。めんどくさいけれど、それを通じてコミュニケーションが生まれるのだと実感した。洗い物が終わると僕達は、そろそろ帰ります！ と言って、シェアハウスを後にした。」

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、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のも好き。料理が上手で、友達に頼まれて料理を作ることも多い。

図 3.1 Fieldwork Master



図 3.2 シェアハウスでの民族誌調査の様子

Findings

私は、シェアハウスのリビングで購入に料理をシェアするRennyさんに会いに行った。主に、料理してくれる人のコンテキスト(モチベーション)を観察しに行った。

印象的な点はいくつかあり、夕飯を済ませていたのに作ってくれた事には驚いた。また、特にインドネシア料理は得意だからか、とても早く作ってくれた。こだわりの絶品料理を頂いた。

その後、食卓を囲みながら全員で“Back To The Future”を観た。とても楽しくて来てくれて良かった、と彼女の方から感謝してくれた。最後私達で片付けをする時間も絶えず交流があり、その手間も楽しいと思える事だった。

このFieldworkを通じ、スペインにて料理自慢が振る舞う美食クラブ“リシェダ”を、自宅リビングの様な空間で実現したい！というVisionに向けた第一歩を踏み出した。

図 3.3 シェアハウスでの民族誌調査のまとめ

以上の濃い記述から感じた印象的な点はいくつかあり、特に夕飯を済ませていたのにも関わらず料理を振る舞ってくれた事には驚いた。そして、特にインドネシア料理が得意だからか、早く作ってくれた。料理を振る舞うモチベーションとして、単純に自分の得意な料理で初対面の人でも喜んでもらう事に嬉しさややりがいを感じている事がわかった。筆者自身、料理に参加するだけでなく皿洗いやその他片付けをする事もコミュニケーションを生む要因になり得、その手間でさえも楽しいと感じられた。これは、Co-cooking が「その場にいる人と一緒に食卓を共創する」という行為であり、調理に参加するだけでなく、皿洗いやその他片付け、食材を持ち寄るなど、各人が持つリソースに合わせて食事コミュニティに貢献する事だと定義するきっかけになった。以上の1回目の民族誌調査を経て、デザイン思考における5分析を行った。以下の図は行った5分析と抽出したメンタルモデルだ。特に抽出したメンタルモデルCは、本サービスの受益者のペルソナ設計をする際に活用した。

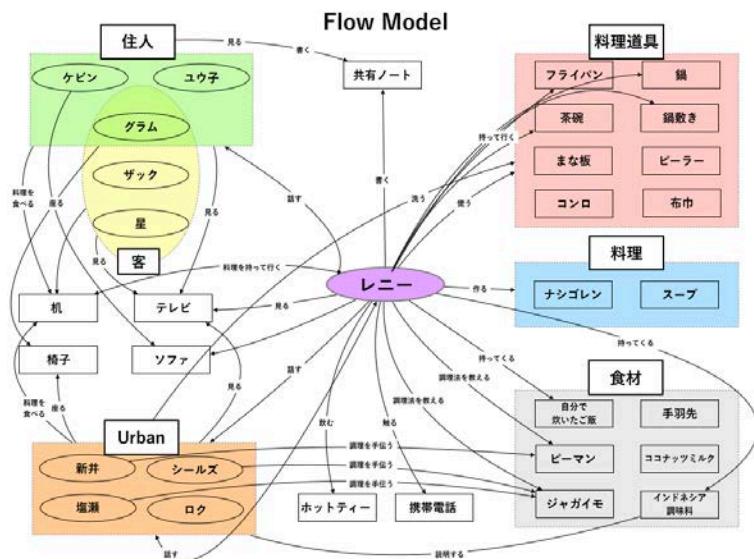


図 3.4 フローモデル 1

Artifact Model



図 3.5 アーティファクトモデル 1

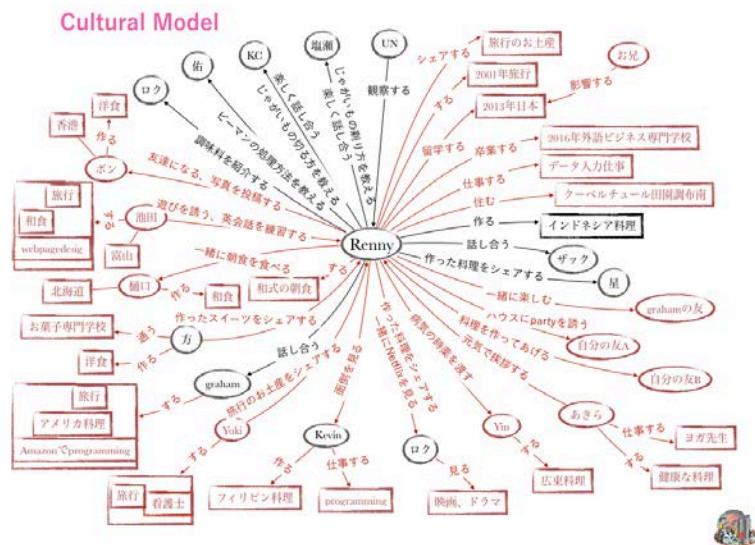


図 3.6 カルチュラルモデル 1

Physical Model

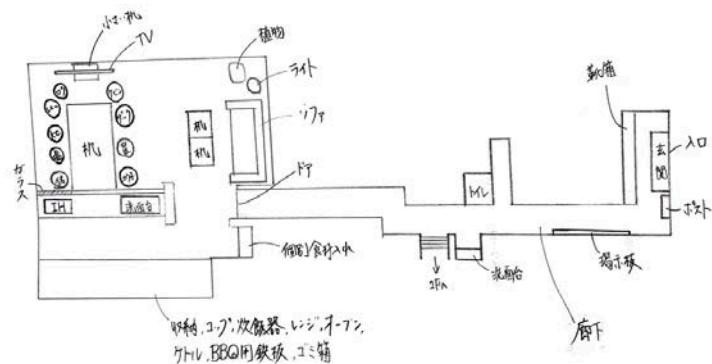


図 3.7 フィジカルモデル 1

3. デザイン

3.3. サービスエコシステムのデザイン

Mental Model A



図 3.8 メンタルモデル A1

Mental Model B



図 3.9 メンタルモデル B1

Mental Model C

・見ると、	・提案する	・感謝する
	・拭く	・確認する
	・作る	・行く
	・戻る	・座る
・聞くと、	・言う	・聞く
	・作る	・笑う
	・手渡す	・答える
	・言う	・座る
・触ると、	・取る	・教える
	・見せる	・説明する
	・並べる	
	・教える	
	・持つ	
	・運ぶ	
	・渡す	



図 3.10 メンタルモデル C1

3.3.2 KitchHike での民族誌調査

シェアハウスでの民族誌調査を経て、「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更に理解する必要があると考えた為、隣人が集まり食卓を囲むサービス「KitchHike」を利用した。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い、参加者に作った料理を振る舞う専業主婦のはっちさんを観察した。フォーカスポイントは「はっちさんはどの様なメンタルモデルを持ち、知らない人がいる中で率先して調理を行うのか」だ。以下、調査後に綴った「濃い記述」の抜粋である。



図 3.11 KitchHike 1 での民族誌調査の様子

「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。メンバーは研究室メンバーの筆者、シールズ、新井、武。鶯谷駅から15分程歩いた。到着すると、キッチンのみならず古民家を改築したバーが設置されていた。お酒を頼み、はっちさんを待った。はっちさんを待っている間に「KitchHike」にご飯を食べに来た人が続々とやって来た。性別・属性はバラバラで、参加理由は日常的に手料理を安く食べられるから、友達を作りたいから、などなど様々。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。参加者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、食品宅配業者の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。しかしほ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違うティストにアレンジしていたのが印象的だった。さらに、食材を上手に使って、1品増やしたという。食事をする前の準備では、ハッチさん以外の参加者もご飯をよそったり食器に盛り付けたりと、協力的な参加者が多かったためスムーズに進んだ。また、調理中はっちさん自身が新井に味噌汁のお味噌を溶いておいて欲しいと言い、調理に巻

き込むシーンも見られた。はっちさんは、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たいと言っていた。」

以上の濃い記述から感じた印象的な点はいくつかあり、特に手製ヨーグルトを事細かに説明し参加者に振る舞う場面からは、やはり料理が得意な人は自分の料理を初対面の人であっても披露したいというコンテキストがある事がわかった。2回目の民族誌調査を経て、デザイン思考における5分析を行った。以下の図は行った5分析と抽出したメンタルモデルだ。抽出したメンタルモデルから分かる事は、「自分の作った料理が食べられるのを心配そうに様子を伺う事」や「率先して調理し食卓作りを先導する事」などが現れている。これは1回目の民族誌調査同様、本サービスの受益者のペルソナ設計をする際に活用した。

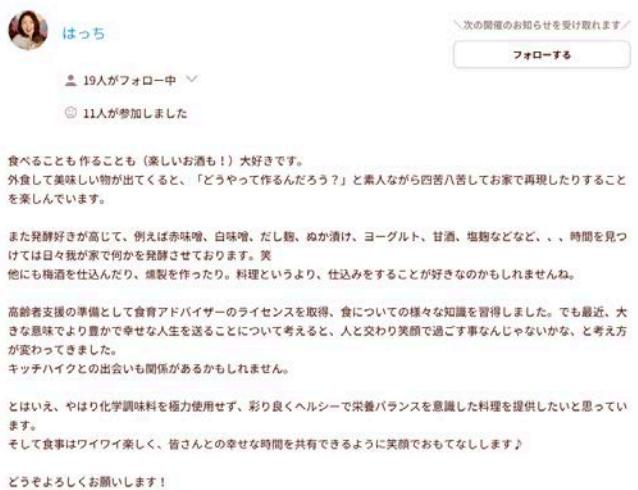


図 3.12 はっちさんのプロフィール

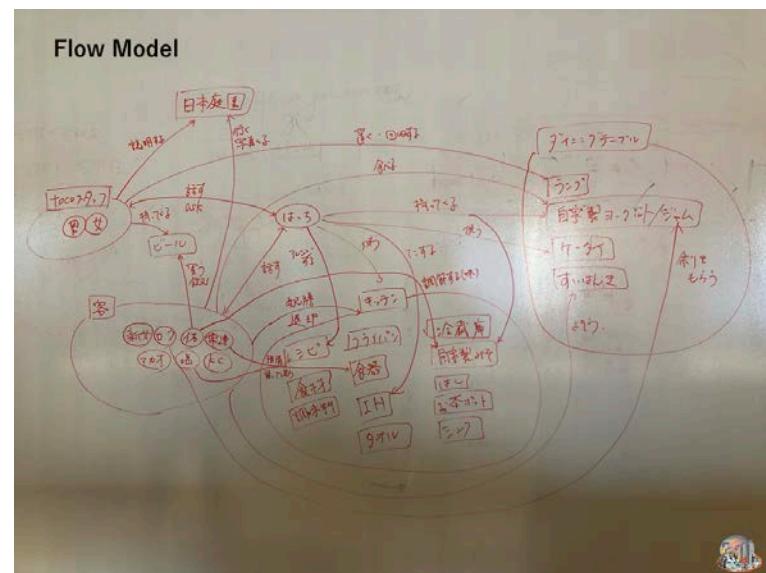


図 3.13 フロー モデル 2

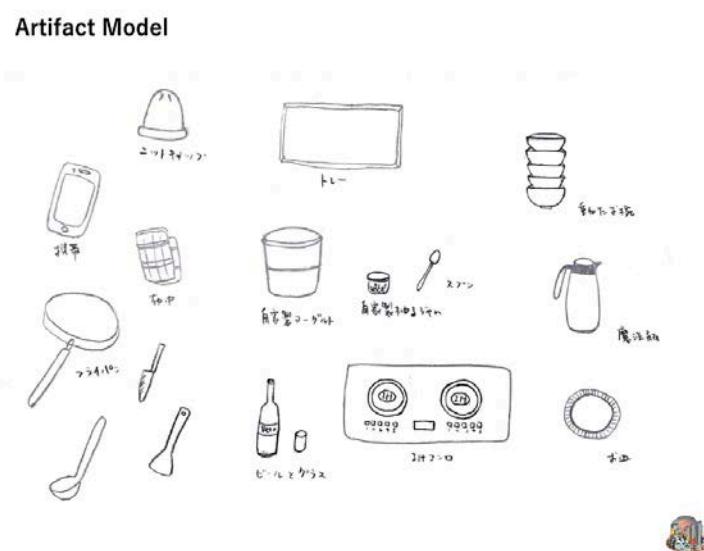


図 3.14 アーティファクトモデル 2

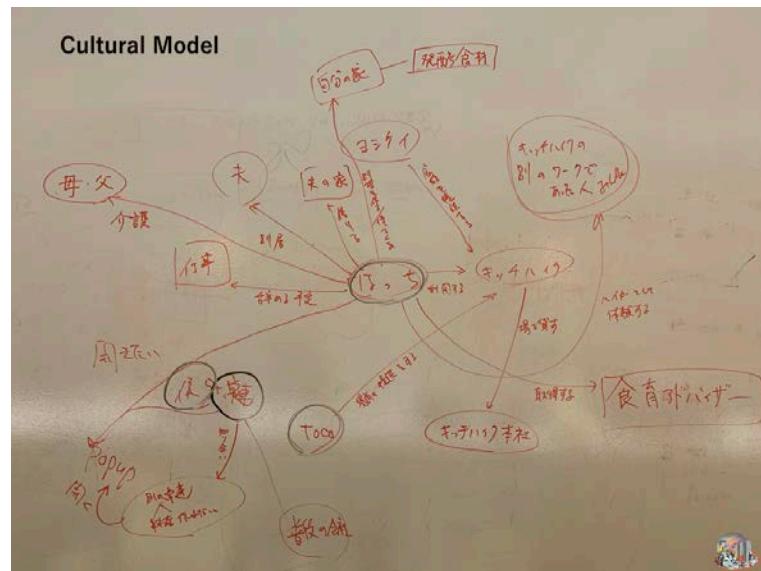


図 3.15 カルチュラルモデル 2

Physical Model 1

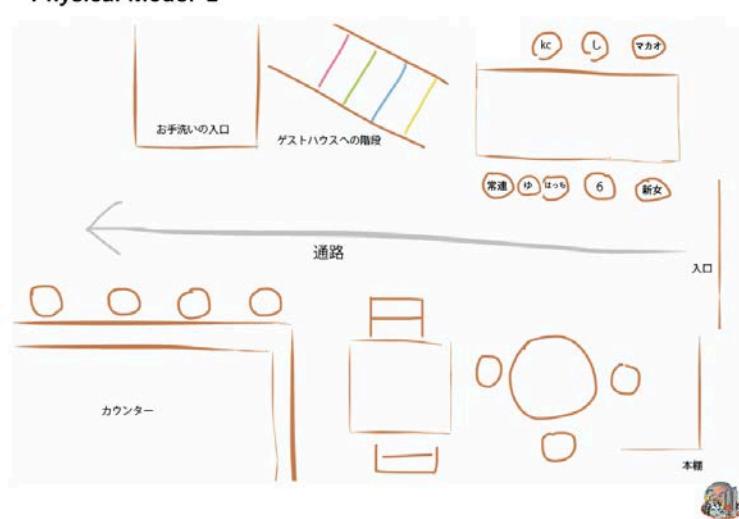


図 3.16 フィジカルモデル 2-1

Physical Model 2

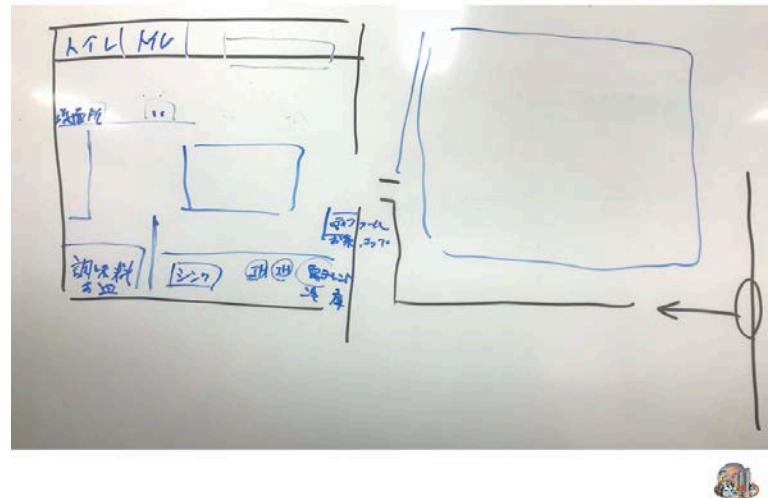


図 3.17 フィジカルモデル 2 – 2

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、勧める



図 3.18 メンタルモデル C2

3.3.3 2度目の KitchHike での民族誌調査

2019年2月7日、再度、隣人が集まり食卓を囲むサービス「KitchHike」を利用し、初めて料理人としてデビューするGotaさんという男性主催の会に参加し、Gotaさんの自宅にて参加者に作った料理を振る舞う男性のメンタルモデルを把握する為に民族誌調査を行った。フォーカスポイントは、「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」である。Gotaさんの自宅がある三軒茶屋にて「KitchHike」が開催された。この家は第二の持ち家で、Gotaさんが趣味を満喫するために持っているという。印象に残った点は、「参加者1人1人が会を盛り上げようと、様々な工夫をしていた事」だ。例えば、参加者全員分の名札を自作して来た人、360度で撮影できる特殊なカメラを持参した人だ。特に主催者のGotaさんは、自分が持っている特殊な調理器具やジャグジー付きの家を紹介してくださり、更に自前の高級な食材や日本酒も躊躇い無く提供してくれた。キッチンには全員が入ったわけではないが、アイランドキッチンであった為、キッチン内外の交流が盛んに行われたのも印象的であった。この調査から、これまで仮定していた「料理が得意な人は自分の料理を初対面の人であっても披露したい」というコンテキストを再度確認する事ができた。



図 3.19 2回目の kitchHike での民族誌調査の様子

3.3.4 ターゲットペルソナ

これらの民族誌調査及び分析を踏まえ、ターゲットペルソナを作成した。ターゲットペルソナは、これまでの民族誌調査から得られたメンタルモデルとそのターゲットペルソナが達成したいゴールを元に作成される。その為、現象学的に起こった事象に即した事実を用いてコンセプトをデザインできる為、より現実性が増しデザイン思考ならではの、机上の空論ではない、現実味を帯びた設計を行う事ができる。本研究では「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」「Human Resource Integrator」「Community Manager」「食材を提供する人」「場所を提供する人」の6名をターゲットペルソナとしてデザインした。特に、「趣味の料理を人に振る舞いたい人」のメンタルモデルは、これまで抽出した料理を振る舞う人のメンタルモデルを活用し、「自分の作った料理が食べられるのを心配する様子を伺う事」や「率先して調理し食卓作りを先導する事」を反映させた。また、「仕事で忙しい料理初心者」は、初心者ながらも積極的に料理に参加する様なメンタルモデルを設計する為、「趣味の料理を人に振る舞いたい人」のメンタルモデルを踏襲して一部転用する様にデザインした。これにより、両者がCo-cookingする事が可能になると考えた。

仕事で忙しい料理初心者 (Co-Cooker)	
	
Mental Model	
見ると 挑発する。話す。質問する。笑る。片付ける。笑う。手に取る 聞くと 聞く。質問する。答える。考える。笑う。頷く 触ると 使う。見せる 球わうと 笑う。頷く。動かす	
Goal <ul style="list-style-type: none"> 子供と接する時間を見るべく娘や夫と一緒に東京で一人暮らしを始めたが、結婚を前に夫が住んでいた鶴沼に引っ越す。娘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績を出そうとも日々奮闘している。その性格もあってか、なかなか肯定ができない状況。子供の進路をどうするか、いつも迷っている。 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。 	
Personal Profile <p>神奈川県横浜市生まれ。戦闘と共に東京で一人暮らしを始めたが、結婚を前に夫が住んでいた鶴沼に引っ越す。娘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績を出そうとも日々奮闘している。その性格もあってか、なかなか肯定ができない状況。子供の進路をどうするか、いつも迷っている。</p> <p>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。</p>	
Working Profile <p>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年間の育休を挟み、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。また外勤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。毎日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。</p>	
Name	平井 晴季
Age	36歳
Current City	鶴沼
Hometown	神奈川県横浜市
Occupation	化粧品メーカー企画部

図 3.20 ターゲットペルソナ（仕事で忙しい料理初心者）

3. デザイン

3.3. サービスエコシステムのデザイン

**趣味の料理を人に振舞いたい人
(Kitchen Manager)**



Name 柳井 美咲
Age 38歳
Current City 貴沼
Hometown 神奈川県川崎市
Occupation 専業主婦

Mental Model

見ると 言す、笑う、続ける、確認する、可愛がる、使う、説く、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 黙く、目を見る、頷く、勧める、説明する、考える、笑う、お話しする
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、腕まくりする
味わうと 笑う、頷く、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てくれる人を慕っている。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。インスタグラム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ボールで、人と接する事が好き。特に子供好き。旅行も好きで、夫や友人と美食巡りの旅にปกครองが毎年楽しむ。いつもちょっと孤独で寂しさを感じている。

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、退社。現在専業主婦12年目。学生時代に料理教室に3年程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して自分磨きに努めている。

図 3.21 ターゲットペルソナ（趣味の料理を人に振舞いたい人）

地元食材を提供する人



Name 田中 健斗
Age 36歳
Current City 貴沼
Hometown 青森
Occupation 郊外農家

Mental Model

見ると 微笑する、話す、質問する、触る、笑う、使う、水をやる、撮る
聞くと 黙く、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、想入する、飲む、食べる
味わうと 笑う、頷く、勧める、確かめる、目を閉じる

Goal

- 自分が育てる野菜のクオリティを追求したい
- 自分が育った野菜で他の野菜の美味しい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
- 農業のより方や食のあり方の発展を推進したい

Personal Profile

岡崎市青森で大きめの農家を持つていて、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、野菜の栽培方法を得意とし、山田部に所属していた。実家の農作物で育った野菜を都内に広めたいという理由から郊外に自分の畑を購入した。ご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探し食事。

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動した。農業ビジネスに興味がある。
現在は郊外に畑を買え管理しながら、自分が栽培する自慢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 3.22 ターゲットペルソナ（地元食材を提供する人）

3. デザイン

3.3. サービスエコシステムのデザイン

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 挟むる、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、選ぶ、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、頷く、
 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、頷く、周りを見る、動める、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
- ・美味しいで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年間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営業客と交流することや、大学時代の友人と2ヶ月に1度魚釣りに行くこと。

Working Profile

薬剤師として調剤薬局に勤めている。ここ最近エアリマネージャーに昇進し業務のみならず、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検索しているところ。

図 3.23 ターゲットペルソナ（場所を提供する人）

SPBA CM



Name 塩瀬 博之
Age 24歳
Current City 西早稲田
Hometown 湘南
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、お評価する、
 お願いする、片付ける、洗う、手伝う、促す、説く、写真を撮る、一緒に食べる
 聞くと 聞く、目を見る、目を見聞く、頷く、話す、質問する、動める、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、頷く、周りを見る、動める、説明する、質問する

Goal

- ・都市にコミュニティ形成を促し、人と人が繋がれるサービスをデザインしたい
- ・行けば美味しい食事の食べられて、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

図書になる兄がいるのに對し、本人は小へ院と私立学校に通い、遊び歩いてきた。論文でえぐっている生き甲斐は、毎週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店に出会いたいと渴望しつつも、マンネリ化してしまっている。食やライフスタイル系の情報には敏感で、芸能分野にも興味がある。好奇心旺盛で、知りたい事はすぐにつぶやく。スマホなしの生活には戻れない現代っ子。いつでもChillせしにはいられない。

Working Profile

大学では法律/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。友人とPを立ち上げ中。これまで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 3.24 ターゲットペルソナ（S.P.B.A Community Manager）

3. デザイン

3.3. サービスエコシステムのデザイン



図 3.25 ターゲットペルソナ (S.P.B.A Human Resource Integrator)

3.3.5 A2A

ターゲットペルソナをデザインした後、それらのペルソナをSDLのフレームワークに当てはめ、エージェンシーを持つアクターとして置く。エージェンシーとは、アクターが自己の持つゴールを達成しようとする能力の事である。そしてそれらのアクター間のサービス交換がA2A (Actor to Actor) で行われる事を分析した。SDLにおいて、各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価値を提案し、それを受け取るアクターは文脈価値を感じる。



図 3.26 A2A-1

3. デザイン

3.3. サービスエコシステムのデザイン



図 3.27 A2A-2



図 3.28 A2A-3

3. デザイン

3.3. サービスエコシステムのデザイン



図 3.29 A2A-4



図 3.30 A2A-5

3. デザイン

3.3. サービスエコシステムのデザイン



図 3.31 A2A-6



図 3.32 A2A-7

3.3.6 サービスエコシステム

以上の A2A 分析を通して生まれたサービス交換のペアを適切に組み合わせる事で、サービスエコシステムの構築を行った。「COOKBOOK for Co-cooking」は当日調理可能な 2 人用レシピを参加者に提供し、参加者はこれを参考にしながら作る料理を決定し、Co-cooking を行う。CM は一緒に作る人を紹介して交流の手伝いを行い、また「COOKBOOK for Co-cooking」の編集や更新を行っている為、調理のアドバイスも行う。「Human Resource Integrator」と呼ばれるサービス運営者は、「Co-cooking とはなにで、なにをするのか」を参加者に理解してもらうべく情報を提供する。「CoCoel Guide」という名称でコミュニティマネジメントを行うが、これについてはプロジェクトメンバーのシールズさんが担当したので、そちらの論文を参照されたい。

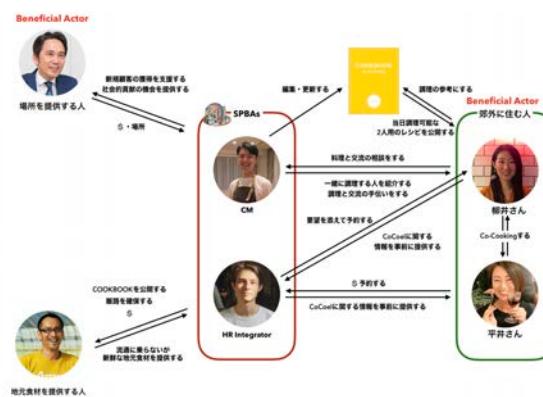


図 3.33 サービスエコシステム

3.4. コンセプトメイキング

サービスエコシステムの構築後、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（1）ポストイットを用いたアイディエーション（2）そこから生まれた要素が各アクターに提案する価値をリソース、Value Proposing、Value in Context の 3 つに整理し、コンセプトと Value Co-created を創造するコンセプト

スキームの作成 (3) 各アクターが想定された Value in Context を感じうるかの確認を行うコンセプトスキット (4) 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。

3.4.1 アイディエーション

アイディエーションは、構築したサービスエコシステムを元にどの様なサービスが提供されうるか、思いつくアイディアをポストイットに書き記し、それをチームメンバーと共有しながら発想を拡散させる。ここで、サービス開発始動当初に Vision として掲げていたスペインバスクにある美食俱楽部「ソシエダ」の様な場所を日本の都市近郊に実現させる為のアイデアが多く出てきた。これにより、チームメンバー間での Vision の相互認識を得る事ができた。

Ideation



図 3.34 ポストイット アイデーション

3.4.2 コンセプトスキーム

これまでの民族誌調査やアイディエーションなどを通し、リソース、Value Proposition、Value in Context を1枚のスキームとしてまとめた。「CoCoel」は主に以下

4つのValue Proposingを行う。(1) 家の外で自由に使えるキッチンを提供する。(2) Co-cookingを通じて人と交流する機会を提供する。(3) 調理中の役割分担が織り込まれたレシピ集「COOKBOOK for Co-cooking」を公開する。(4) コミュニティに貢献した分美味しい食事を食べられる。これらに対し、「仕事で忙しい料理初心者」は、「少し手伝えば美味しい手料理を食べられて嬉しい」「料理を作る楽しさを味わえて楽しい」というValue in Contextを感じる。また、「趣味の料理を人に振る舞いたい人」は、「好きな時に料理自慢ができる嬉しい」「初対面の人と料理を通じて交流できて楽しい」「普段作らない様な大人数用の料理を作れて楽しい」というValue in Contextを感じる。これらにより、「食事をコミュニティ内で行う」「いつも美味しい食事にありつける」というValue Co-createdと呼ばれるアクター同士の価値の共創を創造した。



図 3.35 コンセプトスキーム

3.4.3 赤坂でのコンセプトスキット

2019年6月16日、Airbnb¹を利用し、赤坂のマンションの1室でコンセプトスキットを行った。フォーカスポイントは「参加者は、食材が用意されたオープンキッチンを用い、その場にいる人とCo-cookingできるか?」だ。当日の参加者の動きは、「参加者が来店し、その場にいる人と挨拶する。主催者の導きにより、他の参加者と一緒に調理し、一緒に食べ、一緒に片付ける。」である。



図 3.36 赤坂でのコンセプトスキットの様子

コンセプトスキットを終え、定量及び定性調査を行った。定量調査としては、参加率 50% (2人 / 4人)、参加者の呼びかけによる当日の飛び入り参加者 2名、調理参加率 70% (7人 / 10人) であった。定性調査としては、「参加者全員が Co-cooking とは何なのかわからなかった」と回答し、「料理初心者でもアドバイスをもらいながら、わからないなりに創意工夫して調理を楽しめる」事が確認できた。このスキットを通じて、大きく 2 点の学びを得た。Co-cooking というものがどの様なものなのかわからないので、調理や交流に自主的な参加が見られなかった事。料理初心者でもアドバイスをもらいながら、わからないなりに創意工夫して調理を楽しめる事。以上 2 点だ。これらの学びを通じ、レシピを熟知し、調理と交流をサポートする人が必要だと判断した為、次回以降の Minimum Viable Product

(以下 MVP)²では「参加者の調理と交流をサポートする Community Manager を数人配置し、Co-cooking を促す」「事前にレシピを作成し、Community Manager が作り方を熟知した状態で Co-cooking に臨む」を設定する事にした(エリック・リース, エリック・リース 2012)。

3.4.4 コンセプトスケッチ

コンセプトスキットを通して身体的にサービスを疑似的に体験した後、コンセプトスケッチをデザインした。以下の 1 から 18 は順序立て作ったストーリーである。

1. 生活者が、SNS にて、楽しそうに一緒に料理を作って美味しいように食べてる投稿を見る
2. SPBA が、Co-cooking の投稿に関してイイねを押した生活者と、予めデザインしたメンタルモデルに即した顧客に対してオンライン上で広告を貼る
3. これらを見た生活者たちは興味を持ち、ウェブサイトに飛ぶ
4. サイト上には CoCoel の概要と当日の食材や CM の個人情報、空間の写真が描かれている
5. SNS の下の方にある新規と既存の予約フォームで来店予約をする
6. 参加者は予約時間に入店すると、いきなり料理をするのではなくキッチン横のダイニングテーブルに座り、ドリンクを飲みながら CM や他の参加者が準備してくれた料理を食べて小腹を満たす
7. 参加者はダイニングテーブルでその場のいる参加者や CM と軽く会話する
8. CM が一緒に料理しよう！と誘ってくれて、料理上手で、周りを巻き込むことがうまい CM にサポートしてもらしながら料理を作る。
9. 手を洗い、タオル付きのエプロンをまとい、一気に料理をするスイッチが入る。

10. キッチンの上には予め下準備されてある食材が自由に使える様に置いてあって、何を作るか CM から簡単なアイデアをもらいながら、自由にキッチンを使う。あらかじめ下準備されてあるので手軽に調理ができ、調理を行う
11. 料理がある程度できると、他のお客様がビールを持ちながら調理に参戦。自分もそこで乾杯。一緒に料理を作りお酒を飲みながら他の人の交流が促進する。料理という共通項がある為、会話の導入が簡単に行える
12. 調理中の様子や出来上がった料理を CM が写真に納める
13. 調理したら、出来上がった料理に感動して写真を撮り、CM から教えてもらった情報を添えて SNS にシェアする。料理を楽しくポジティブにシェアできて嬉しくなる。料理初心者でも、楽しく美味しい料理が作れる。
14. もっとこんな味のやつ食べたいよね、と話が出て、あの～食材を使ってみんなで食事を作りましょうよ！ と提案する
15. 次第にその場であった人との関係も深まり、コネクションが広がっていく。一緒に料理を作って食べる事に魅力を感じる
16. 気づくと CM が簡単な片づけをしていて、みんなで手伝う。皿洗いまでもが楽しい。CM 自身もみんなと交流できて嬉しく感じる
17. 明日も早いしそろそろ帰ろうかなと思っていると、CM がお土産をくれる
18. 次の日、朝ごはんに前日もらったお土産を食べて、その日の出来事を思い出しながら仕事場に向かう。また Co-cooking したい！ と思う

3.4.5 西伊豆で MVP

2019年9月2日、西伊豆の宿「然」で、赤坂で行ったコンセプトスケッチで得た学びを元に、フォーカスポイントを「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



図 3.37 コンセプトスケッチ

る人と Co-cooking できるか？」と設定し、MVP の Validation を行った。西伊豆での Validation を終え、定性調査を行った。参加者から「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」「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」という事が確認できた。この Validation を通じて、大きく 2 点の学びを得た。未だ Co-cooking とは何なのかわからないので、調理や交流に自主的な参加がみられないという事。料理の流れがなく、Community Manager が全体を把握できない事。以上 2 点だ。これらの学びを通じ、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、具体的には、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」を設定する事にした。



図 3.38 MVP1 キッチンの様子



図 3.39 MVP1 ベランダの様子



図 3.40 MVP1 ダイニングの様子

3.4.6 広尾での MVP

2019年9月16日、広尾ガーデンフォレストで、西伊豆で行ったコンセプトスケッチで得た学びを元に、フォーカスポイントを「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」と設定し、MVP の Validation を行った。



図 3.41 MVP2 キッチンの様子

]



図 3.42 MVP2 ダイニングの様子

広尾での Validation を終え、定性調査を行った。参加者から「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」「その場で参加者のリソースを引き出す事ができた」「料理のできない人の役割がなく、若干名が調理を楽しめなかった」という事が確認できた。この Validation を通じて、大きく 2 点の学びを得た。全員が Co-cooking とは何なのかを理解できていた事。料理ができる人のみ料理を行っており、自らの役割がわからず右往左往する参加者がいた事。以上 2 点だ。これらの学びを通じ、次回以降の MVP では「参加者 1 人 1 人の役割が明確にわかるレシピ集を配置する」「交流を促す Community Manager とは別に、料理が作れる Kitchen Manager を調達・配置する」を設定する事にした。

3.5. COOKBOOK for Co-cooking の設計

3.5.1 コンセプトスケッチ

サービス全体のコンセプトスケッチの他に、「CoCoeL」において「COOKBOOK for Co-cooking」がどのように使われるかを示した。調理参加者 2 人はレシピを参考にしながら一緒に調理し食べる。レシピでわからなかった事や改善点がある場合は CM がヒアリングしレシピを編集するので、利用者の要望を取り込み反映する

仕組みがある。CM は、他にも一緒に作る人を紹介し、写真を撮るなど、調理と交流に関する手伝いを全般的に行う。

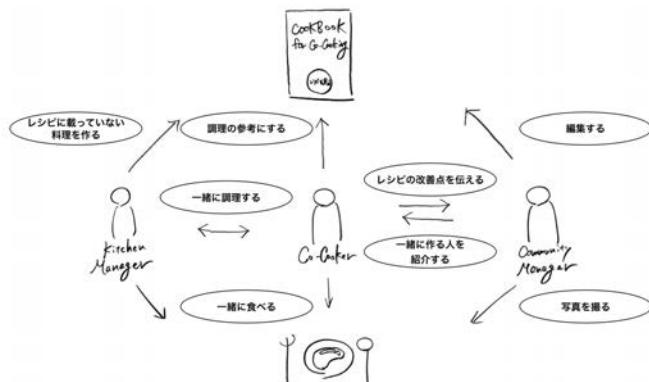


図 3.43 COOKBOOK for Co-cooking コンセプトスケッチ

3.5.2 ナラティブ

これまでのデザインプロセスを経て、「CoCoel」の MVP のシステムの 1 つである「COOKBOOK for Co-cooking」をデザインした。その Value Proposing は、(1) 調理中の自分の役割が明確にわかる (2) 調理時間を予測できる (3) 調理の知識を学びながら実践できる (4) 大人数で取り分けて食べられる一品料理のレシピを公開する である。これらにより、「仕事で忙しい料理初心者」は、「調理を間違う心配がなくて安心」「少し手伝えば美味しい手料理が食べられて嬉しい」「料理を作る楽しさを味わえて楽しい」という Value in Context を、「趣味の料理を人に振る舞いたい人」は、「初対面の人と料理を通じて交流できて楽しい」「普段作らない様な大人数用の料理を作れて楽しい」という Value in Context を感じるのではないかという仮説を立てた。その後、「COOKBOOK for Co-cooking」を用いる際のナラティブをデザインした。このナラティブから、「仕事で忙しい料理初心者」がサービスを認知し、実際に店舗に赴き、サービスを経験し、再度利用するまでの一連のサービス利用に関する流れを物語としてデザインする事ができた。



図 3.44 ナラティブ

3.5.3 ユースケース

ナラティブを元に、特に「COOKBOOK for Co-cooking」を用いる際の詳細な設計図としてユースケースをデザインした。これにより、CM と「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」の 3 者と「COOKBOOK for Co-cooking」とのインタラクションを図式化し、実際に Validation する際の利用手順をデザインした。詳細な利用手順については後述する。

3.5.4 COOKBOOK for Co-cooking のデザイン

以上のデザイン過程を踏襲し、Adobe XD³を用いて「COOKBOOK for Co-cooking」のプロトタイプを作成した。ユースケースでデザインした通り、「COOKBOOK for Co-cooking」は「CoCoel」のキッチン内でタブレット端末を通して参加者が閲覧できる形をとり、CM と一緒に料理を作らないか誘われた料理初心者が同意し、CM から「青い文字をタッチすると過去に調理した人のアドバイスが表示される」という旨を伝えられ、「COOKBOOK for Co-cooking」を受け取る場面から始まる。また、「COOKBOOK for Co-cooking」のデザインに使用した Adobe XD 上での画面は計 68 枚で、レシピは計 12 種類である。まず表紙は、Co-cooking の為の COOKBOOK である事を知らせ、レシピを見たい人には端末をタッチして

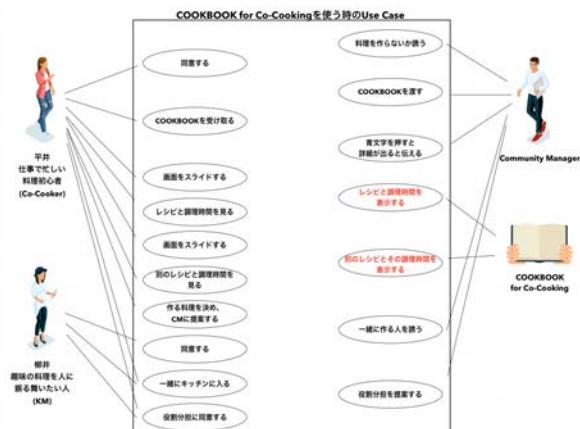


図 3.45 ユースケース 1

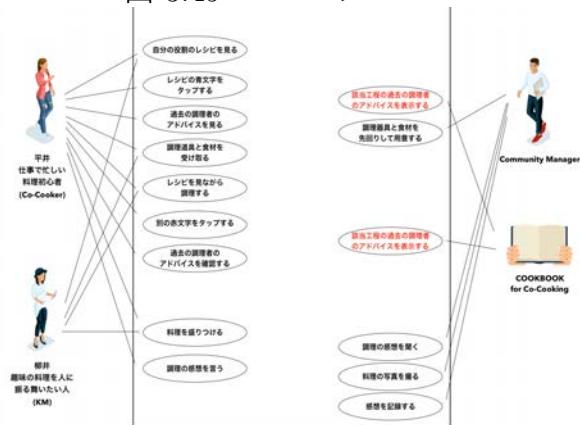


図 3.46 ユースケース 2

次のページに進める様に促すデザインをした。

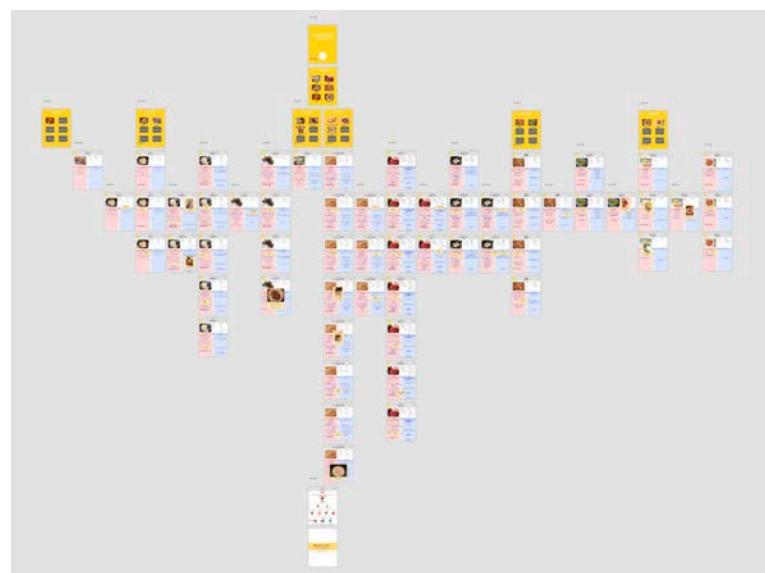


図 3.47 COOKBOOK for Co-cooking 設計図

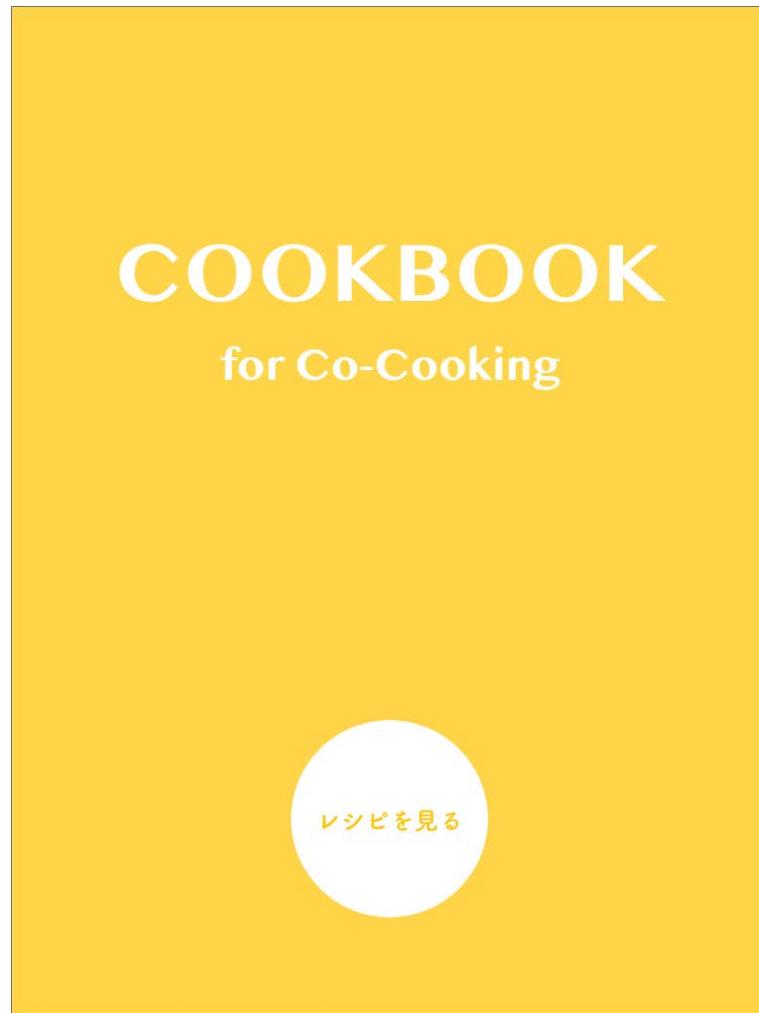


図 3.48 COOKBOOK for Co-cooking 表紙

次に、「当日作れる料理をカテゴリー別に表示したページ」が表示される。具体的には、「肉料理」「魚料理」「小皿料理」「サラダ」「ご飯」「デザート」という6つのカテゴリーに分け、どのカテゴリーの料理のレシピを閲覧したいのかを写真と共に選べる様にデザインした。閲覧者は、各々のカテゴリー別に当日作れる料理の中から作りたい料理を選ぶ様にしてこのページを使う。ここで仮に「魚料理」を選んだとする。



図 3.49 COOKBOOK for Co-cooking メニュー

次の画面では、今回調理が可能なレシピ3種が表示され、閲覧者は、「サーモンのパイ包み焼き」「アクアパッツァ」「サーモンのムニエル」の3種が完成イメー

ジ画像と共に表示される。今回はサーモンと真鯛を食材として用意した為、それらを使って調理できる料理が表示されている。なお、ここで調理時間が表示される為、閲覧者の滞在可能時間や体力、料理意欲などに合わせて料理を選べる様にデザインした。そしてここで仮に、調理時間 40 分の「サーモンのパイ包み焼き」を選んだとする。



図 3.50 COOKBOOK for Co-cooking 魚メニュー

次の画面では、「サーモンのパイ包み焼き」という料理を 2 人で一緒に調理する事ができるレシピが表示される。作成過程でのイメージ写真と、使用する食材、使用する調味料が画面上部に表示される。そして、使用する食材と調味料を「ど

こで」「誰が」「どの様な順番で」「何をするのか」が、2人各々のタスクとして画面下部に分かれて表示され、2人で一緒に作る事ができる様に提示している。「メイン料理人」と「お手伝い」という2人の役割が分けられた状態でレシピを確認する事ができ、「メイン料理人」は2人のうち料理がより上手、もしくは先導して調理したい人を想定しており、「お手伝い」は料理が上手ではないが補助として調理に参加したい人を想定している。その為、主に「火を使うかどうか」で調理工程を分けている。青い文字をタッチすると各調理工程でのポイントが見れて、過去に調理した人のアドバイスが表示される。ここで仮に、「お手伝い」の人向けの「マッシュルーム」を選んだとする。

すると、画面上に吹き出しで「洗わない！先端だけ切り落とす！」というAyumiさんからのコメントが表示される。過去に調理した人のコメントを表示する事で、自分以外の経験者からの助言が得られる為、料理初心者でも調理に自信を持って挑める様にデザインした。ここで閲覧者が「サーモンのパイ包み焼き」を作りたいという意思表示をし、一緒に作る人がいない場合、CMがそれを一緒に作りたい人を会場内から探し、マッチングの手伝いをする。そこでCMが「メイン料理人」と「お手伝い」のどちらに挑戦したいか尋ね、2人に相談してもらう。ここで2人の役割分担が決定する。それぞれの役割分担が明確に分かれ、それぞれの工程での自分の役割を明確に理解できる為、調理者同士が初対面であっても、料理のできる側が命令したり、料理のできない人が何をやって良いのかわからないという過去のスキットやMVPでCo-cookingの障害となっていた事柄が排除される為、各人がよりスムーズに調理ができる様になる。また、それぞれが行う調理過程は最後には1つの皿にまとまる一皿料理の為、調理者同士の受け渡しが必ず発生し、交流が生まれるきっかけとなる。


<魚料理>

サーモンのパイ包み焼き

調理時間: 40分



【食材】

- ・パイ生地 2枚
- ・サーモン 1柵
- ・マッシュルーム 3つ
- ・ほうれん草 1/8束

【調味料】

- ・ディジョンマスタード
- ・バター
- ・塩胡椒(多め)
- ・クリームチーズ
- ・卵黄 1つ

メイン料理人	TIME	お手伝い
パイ生地を2枚解凍する 鍋でお湯を沸かす	~ 05:00	マッシュルームを薄切りにカットする
ほうれん草を塩茹でして 5cm大にカットする		
パイ生地の片面だけラップを剥がし、 木製のまな板に置き、棒で伸ばす		ほうれん草とマッシュルームを バターで炒め、皿に出す
ディジョンマスタードを中心部に塗る		サーモンの両面に塩胡椒を振る
炒めたマッシュルームとほうれん草、 サーモン、クリームチーズを乗せる 少し水を入れた卵黄を周りに塗る	~ 10:00	オーブン200°Cで温めておく
パイ生地で覆い、写真の様な魚の形に し、模様をつける		パイ生地で覆い、写真の様な魚の形に し、模様をつける
全体に卵黄を塗る	~ 15:00	全体に卵黄を塗る
オーブン200°Cで25分焼く		
ソースを作る	~ 40:00	ソースを作る

図 3.51 COOKBOOK for Co-cooking サーモンのパイ包み焼き 1

<魚料理>
サーモンのパイ包み焼き 次へ
 調理時間: 40分



【食材】

- ・パイ生地 2枚
- ・サーモン 1柵
- ・マッシュルーム 3つ
- ・ほうれん草 1/8束
- ・ディジョンマスタード
- ・バター
- ・塩胡椒(多め)
- ・クリームチーズ
- ・卵黄 1つ

【メイン料理人】

パイ生地を2枚解凍する
鍋でお湯を沸かす

ほうれん草を塩茹でして
5cm大にカットする

パイ生地の片面だけラップを剥がし、
木製のまな板に置き、棒で伸ばす

ディジョンマスタードを中心部に塗る

炒めたマッシュルームとほうれん草、
サーモン、クリームチーズを乗せる
少し水を入れた卵黄を周りに塗る

パイ生地で覆い、写真の様な魚の形に
し、模様をつける

全体に卵黄を塗る

オープン200°Cで25分焼く

ソースを作る

TIME

~05:00

~10:00

~15:00

~40:00

マッシュルームを薄切りにカットする

ほうれん草とマッシュルームを
バターで炒め、皿に出す

サーモンの両面に塩胡椒を振る

オープン200°Cで温めておく

パイ生地で覆い、写真の様な魚の形に
し、模様をつける

全体に卵黄を塗る

ソースを作る

洗わない!
先端だけ切り落とす!

By Ayumi

図 3.52 COOKBOOK for Co-cooking サーモンのパイ包み焼き 2

仮に両者最後の過程である「ソースを作る」まで進んだとする。ここではソースの調理過程のイメージ画像が表示され、作り方を見るページに促す様にデザインした。

<魚料理>

サーモンのパイ包み焼き

次へ

調理時間：40分



【食材】

- ・パイ生地 2枚
- ・サーモン 1柵
- ・マッシュルーム 3つ
- ・ほうれん草 1/8束

【調味料】

- ・ディジョンマスタード
- ・バター
- ・塩胡椒(多め)
- ・クリームチーズ
- ・卵黄 1つ

メイン料理人	TIME	お手伝い
パイ生地を2枚解凍する 鍋でお湯を沸かす		<u>マッシュルーム</u> を薄切りにカットする
ほうれん 5cm大		ソュルームを皿に出す
パイ生地の片面 木製のまな板		塩胡椒を振る
ディジョンマス		温めておく
炒めたマッシュルーム サーモン、ク		の様な魚の形に
少し水を入れ パイ生地で覆い し、封		かける
全体に		塗る
オープントップ		



作り方を見る！

ソースを作る

~ 40:00

ソースを作る

図 3.53 COOKBOOK for Co-cooking サーモンのパイ包み焼き 3

すると、次のページでは<調理知識>と書かれたソースの作り方が表示される。このページでは、シンプルな画像と説明文により、あらゆる料理に転用できるソース作りの調理知識を学びながら、2人で一緒にその場で実践して楽しんでもらえる様にデザインした。使い方は、上から順に見て、使うものを取捨選択するのみだ。その選択基準は、当日の2人の気分や好み、作る料理に合わせて組み合わせ

る事ができる。



図 3.54 COOKBOOK for Co-cooking ソース

ソース作りが完成し、画面右上の「次へ」をタップすると、「最後に盛り付けて完成！ みんなで一緒に食べましょう！ 片付けるともっと食べれます！」という文字が表示され、この時点で調理が終了する事を伝えると共に、その後の動きを促すデザインをした。ここで、「COOKBOOK for Co-cooking」を利用する動作は終了する。

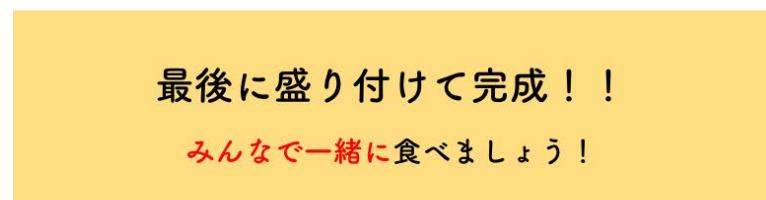


図 3.55 COOKBOOK for Co-cooking 完成

注

- 1 Airbnb <https://www.airbnb.jp>
- 2 MVP:Minimum Viable Product とは、構築一計測一学習のループを回せる製品で、最小限の労力と時間で開発できるものを指す。
- 3 Adobe XD <https://www.adobe.com/jp/products/xd.html>

第 4 章

Validation

本章では、毎日の食卓を地域で共有する美食俱楽部「CoCoel」において、「COOKBOOK for Co-cooking」が調理工程を 2 人用に分け、それぞれの工程での自分の役割を明確に理解できるという経験の提供を通して、料理の上手下手に関わらず初対面の人と一緒に調理を楽しめるというコンセプトの有用性について述べる。Validation は、本研究で作成した「COOKBOOK for Co-cooking」プロトタイプ、参加者に事前に CoCoel のコンセプトについての情報を提供するウェブプラットフォーム「CoCoel Guide」プロトタイプ、参加者が自由に使えるキッチンとダイニングテーブル、1000 円の支払いと交換可能な 1000 CoCoel ポイントが記載された紙、「COOKBOOK for Co-cooking」で表示される全てのレシピを調理できる食材と調味料、筆者が持っていた料理本『健全なる美食』(玉村豊男 2002)、CM2 人を用いたデモ環境で行った。また、コンセプトをデザインするにあたって設定したターゲットペルソナである「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」に沿った調査対象者を 4 つの異なるコミュニティから計 7 人集め、「COOKBOOK for Co-cooking」によってどの様な動きをするのか観察し、その後「COOKBOOK for Co-cooking」に関するインタビューを行った。また、参加者は「定期的に日吉駅を使っているもしくは使っていた事がある人」及びその友人である。「CoCoel Guide」については、プロジェクトメンバーのシールズさんが担当したので、そちらの論文を参照されたい。

4.1. Validation の概要

Validation は、12月15日の日曜日、11時から16時に目黒ノ杜（東京都目黒区目黒4-6-18 2F）で行った。開催場所である目黒ノ杜は、SPACEMARKET¹を利用してレンタルした。「COOKBOOK for Co-cooking」を使用するに当たって設定したフォーカスポイントは、(1) どの様なプロセスでどのメニューを選び、その選んだ基準はなんなのか (2) 調理中の自分の役割を理解し動けるのか (3) 仕事で忙しい料理初心者が、調理に自信を持ちながら人に料理を振る舞うのか (4) 調理知識を学びながら調理を実践して楽しんでくれるか、以上の4点である。また、「趣味の料理を人に振る舞いたい人」は男性1人女性1人、「仕事で忙しい料理初心者」は男性4人女性1人、SPBA である CM は男性2人の計9人で行った。参加者7人の内6人はCMである筆者の友人であり、残り1人は参加者の友人で CoCoel のコンセプトに興味を示し来てくださった。「COOKBOOK for Co-cooking」は、ダイニングテーブルには Macbook Pro で表示したものを置き、キッチンには iPhone 11 Pro Max で表示したものを置いた。



図 4.1 MVP3 ダイニング



図 4.2 MVP3 キッチン

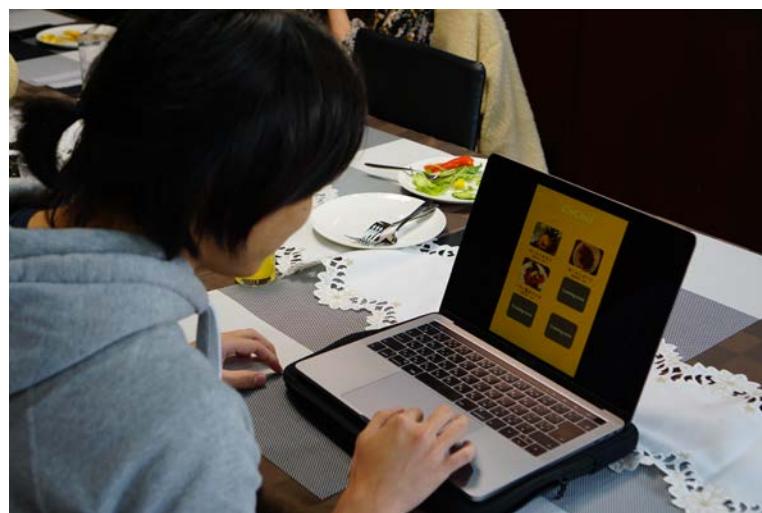


図 4.3 COOKBOOK for Co-cooking MacBook Pro 13-inch



図 4.4 COOKBOOK for Co-cooking iPhone11 Pro MAX

4.2. Validation の手順

Validation では、事前に参加者全員が「CoCoel Guide」を通して予約した後、当日の 11 時から 13 時にかけて来店し、16 時に終了した。「CoCoel Guide」には「CoCoel」のコンセプト概要、Co-Cooker と KM のそれぞれの説明、ポイント制度に関する説明、Co-cooker もしくは KM を選んで予約するフォームで構成されている。Validation の手順は以下である。

1. 参加者が来店し、CM の 2 人と挨拶する
2. CM の導きにより、参加者が他の参加者全員に向けて自己紹介を行う
3. 参加者は荷物を置く
4. 参加者はウェルカムドリンクという事で飲み物を選び、受け取る
5. 参加者は CM から「CoCoel」のコンセプト概要についての説明、Co-cooker と KM のそれぞれの役割の説明、ポイント制度に関する 説明を口頭で聞く
6. Co-cooker を選択した参加者は 1000 円を支払い、100CoCoel ポイントを 10 枚受け取る
7. KM を選択した参加者は無料で参加できる旨を聞く

8. 参加者が席に着く
9. 参加者は、CM から料理に挑戦してみないかと誘われる
10. 参加者は「COOKBOOK for Co-cooking」が表示された MacBook Pro を手渡され、青文字の箇所をクリックすると詳細が表示される旨を聞く
11. 参加者から調理をしたいという旨を聞いた CM が一緒に調理する人を選び、紹介する
12. 参加者 2 人はキッチンに入ると「COOKBOOK for Co-cooking」が表示された iPhone 11 Pro Max を手渡される
13. 参加者 2 人は「COOKBOOK for Co-cooking」を見ながら調理をする
14. 料理が出来上がると、参加者 2 人はそれぞれ 500CoCoel ポイントを受け取る
15. 参加者は他の人が作った料理を食べる際、CM に 500CoCoel ポイント手渡す
16. 参加者はポイントが減ると、皿洗いもしくは調理をする事で再度 ポイントを獲得する



図 4.5 CoCoel ポイント

4.2.1 ターゲットユーザー

「COOKBOOK for Co-cooking」のターゲットユーザーとして、KM は普段から料理を頻繁に行う男女 2 名、Co-cooker は料理初心者の男女 5 名が今回の Validation に参加した。



図 4.6 MVP3 ターゲットユーザー

A さん

Aさんは秘書の仕事をしながら大学院2年生として税理士を目指している24歳の女性。定期的に日吉駅を使った経験はないが、現在日吉駅を使っている筆者の友人である。住まいは豊島区で一人暮らしをしている。親が料理を全くしない影響で高校生になったばかりのAさんの料理レベルは悲惨なものであり、当時の恋人の親の前で大失態を犯してしまった経験から恥ずかしくなり、料理をする生活を始めた。高校生の時からチアリーディング部という女性のみのコミュニティに所属していたAさんは、菓子類を頻繁に作り、部員に配っていた。現在は一人暮らしで人に料理を振る舞う機会が減ってしまった為、バレンタインなどの催事がある毎に仲の良い女性の友人を自宅に招いて料理を教えている。普段は自炊をしていて、SNSの料理専用アカウントでフレンチレストランの実際の料理を再現してみたり、作りたい料理ができたら作って投稿している。自分の料理で人が喜んでくれる事や料理の腕が上達する事に楽しさを見出している。

D さん

Dさんは慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科メディアデザイン専攻の博士3年生の27歳の男性。筆者の先輩であり、現在日吉駅を使っている。プロ

グラミングやネットワーク関係の仕事が多く、パソコンを操作することが多いという。高校生になってから一人暮らしを始めた影響で、自炊を始める。お弁当も作っていた。大学生の頃はお金の関係で基本的に毎日自炊をして節約していた。現在は彼女と同棲中で昔よりお金にも余裕がある為、自炊する機会は減ったが、それでも2回に1回は自炊しているという。得意料理は中華とカレー。料理歴は9年目。

Tさん

Tさんはベンチャー企業で働くシステムエンジニア兼マーケティング担当者。現在24歳で、彼女と同棲している。筆者の大学時代のクラスメイトであり、日吉駅を使っていた経験がある。体を鍛えている為、金銭的にも健康的にも最も効率が良い食事をコンビニエンスストアで購入して食べているという。同棲中の彼女とは食生活を別にしている。外食する時は健康よりも人付き合いを優先して飲食店を選んでいる。料理は全くの初心者。

Yさん

Yさんは大学院1年生の23歳の女性。筆者の大学時代のサークルの後輩であり、現在日吉駅を使っている。実家は神奈川県厚木市で、現在は港区で一人暮らしをしている。料理は全くの初心者で、普段は外食する事が多い。自炊をする事は少なく、自宅では出来合いの惣菜を食べる事が多い。

Hさん

Hさんは大学4年生の23歳。Yさんの高校時代の友人であり、今回のValidationで唯一Yさん以外の参加者やCMとは初対面の参加者である。Hさんは居酒屋の厨房での調理経験がある。普段料理することは少ないが、簡単な調理であればできる。料理の楽しさを経験したことがある為、今回CoCoelのコンセプトを聞き、料理を楽しめる機会を得られそうだと思い参加してくれた。

W さん

W さんは大手商社で働く会社員の 24 歳男性。筆者の中学時代のクラスメイト兼部活の同期であり、日吉駅を使っていた経験がある。W さんは一人暮らしをしており、普段は簡単なパスタを作つて自炊する事はあるが基本的には外食が多く、人に料理を振る舞つた経験はない。

HK さん

K さんは大手商社で働く会社員の 24 歳男性。W さんとは違う会社で、W さんの付き添いで参加した。筆者の高校時代のクラスメイトであり、日吉駅を使っていた経験がある。K さんは大学時代にフェンシング部の主将をしていましたこともあり、現在でも食事の量がとても多い。一人暮らしをしていて、食費がかさむのが悩み。自炊を始めたいとは思つてはいるが、仕事が忙しい影響でどうしても外食が多くなってしまつてはいる。料理は全くの初心者。

4.2.2 調理をするユーザーの様子

実際に「COOKBOOK for Co-cooking」を使った際のターゲットユーザーの行動や発言を録画した映像やその際に書き取つたメモを元に、言及した内容毎に分類した。以下にその詳細を述べる。

レシピを見て調理したくなる

「よし、パイ作りたい。美味しそう。塩瀬一緒に作ろう。(T さん)」「レシピ表示されないですけど、この写真のパエリア作つてみたいです。置いてある本にさつきあったので、見ながら作つてみます！(H さん)」「レモンサラダさつき作つてたけど、もう一回作つて良い？ サラダでもポイントもらえるんでしょ？ 何か違う食材ない？(W さん)」「アクアパッツァなんて作れるんですか？ 今日作れますか？(Y さん)」「なんか簡単にできるのない？ お、アヒージョとかいいじゃん。作つていい？(D さん)」とコメントした。

食材を見て調理したくなる

「キッチン埋まってるし、このメロンこっちで使っていい？ まな板ある？ (Tさん)」「このアヒージョの皿に残ってるの使っていい？ あとこの海老も。ペペロンチーノ作ろうと思うんだけどいいかな？ (Aさん)」「この牛肉何に使うの？ おっきいね。こんないっぱいあるけど。さっきレシピにあったローストビーフかこれ？ 表面焼いて、すぐできるねこれ。丁度オーブン使うみたいだからそれ利用して作ろうかな。 (Dさん)」とコメントした。



図 4.7 ダイニングでメロンを調理する参加者

レシピを見てわからない事を CM に質問する

「これ全部料理できるの？ (Tさん)」「青い文字ってどれ？ (Tさん)」「レモンサラダってドレッシングなにが良いですかね？ (Yさん)」「冷蔵庫にあるこのサーモン使って良い？ (Kさん)」「ほうれん草が緑色になったらじゃどのくらいかわからない。これどのくらいやれば良いの？ (Tさん)」「ワインをドバドバってどのくらい入れれば良いんですか？ ワインそろそろなくなっちゃうんですけど。 (Hさん)」とコメントした。

CM がキッチンからいなくなる

「塩瀬がいない方が良い。料理も交流も自由にできた。塩瀬いない時に A さんと相談してソース勝手に作ってみた。(T さん)」「Co-cooker も、手伝って欲しいと言われたら、なんでも手伝いますよ！ てなる。(T さん)」「ソース作りはその通りには作らなかった。トマト、玉ねぎは嫌いだから使わなかった。でも周りに料理上手い人いるし挑戦してみようかなと思った。」「これもうそろそろいいですかね？ 汁減ってきましたけど。(H さん) いいと思う。出しちゃえ出しちゃえ。(A さん)」「なんかキッチン盛り上がってるね (A さん)」とコメントした。

料理が完成する

「これ自分で作ったの食べたらポイントなくなるの？ もっと食べたいんだけど(D さん)」「このパイ作るの何回目？(T さん)」「チキン南蛮うま！ すごいなこれ。(D さん)」「アクアパッツァってこんな味するんだ。初めて食べた、美味しい。(A さん)」「今日でかなり料理上手になった気がします。(H さん)」とコメントした。

料理を選ぶ基準

「料理初心者は、少し料理の楽しさを味わえれば良くて、調理工程は簡単に越したことではない。実質作業 15 分で言われたのもあってパイ作る気した。(T さん)」「料理教室はテーマがある。最初イタリアンの料理が多くて私はチキン南蛮作ったから流れが崩れないかなとか思ったけど、結果として良かった。(A さん)」とコメントした。

もっと改善したい

「それぞれの料理がこれまで何回調理されてきたのか、人気度が見たい。自由に作る時、どんな料理を作れば良いのかをある程度把握したい (A さん)」「レシピは参加者全員に事前に配って一人一人が手元で自由に見れる方が、好きな時に見れてもっと使う気がする。初めて会う人と一緒に一つの画面を見るのもいいけ

ど、そんな近付くのは抵抗がある（Aさん）」「時間とか分量を明確な数字で教えて欲しい。舌ができないと、自分でできない。Hさんのワインも計量してできたらもっとよかったです。（Tさん）」「ポイントの使い方は難しいだろうなと思ってたら、案の定難しかった。シールズが1人でポイント管理するんじゃなくて、自分で管理するのが良いと思う。私やりましたよ、みたいなのがちょっと恥ずかしかった。人が動くシステムだから、ポイント制はとても良い。ホームパーティーは料理する人と食べる人が分かれちゃう。ポイントないからWさんもKさんも黙々と作ってた。ただポイント欲しいから。皿洗いもやる。でも飲み物が全部200ポイントなのは微妙。メロンも1口500ポイント？明確な基準がなくて、遠慮しちゃったかも。何品以上作ったら、もう気にせず食べて良いとか。ポイントをお金で買えば良いとかになると、なんか嫌だ。足りなかつたら1000円払えば良いんでしょ、より、お皿洗いすればよいか、てなる方が良い。明確ならどんどんやりたくなる。WさんとKさんはポイントを明確にしてたから、どんどん動いてくれてた。（Aさん）」「みんなで揃って食べる時間があんまりなかった。クッキングが多くて、イーティングして時間が短い。もっとみんなでゆっくり食べたい（Aさん）」「料理の労力とポイントのズレがあると思います。1品に対して一定のポイントを取るとなると、支払ったポイントに対して食べれる量が少ないと感じた。アヒージョとか海老1つ食べて300ポイントは寂しい。1品作って自分で食べるとコストゼロになるとかで工夫が必要。（Hさん）」「レシピあんまり使わなかつたのは、カツレツ作ろうと思ったけどキッチン空いてなかつたから。結局作ったのはサラダだけだし、これはレシピなくても大丈夫だと思った。あとそもそもレシピブックを使って料理するのが基本っていうことを知らず、自分で勝手に作ろうと思ったから（Wさん）」「最初の説明で、知らない人とぜひ料理して！っていうコンセプト説明があると、声かけやすいかも。それないと、特に後から入ってきて、いきなり料理作りましょうはなかなか声かけられないかも。それか最初にもう料理作るペアを割り振っちゃうとか。セルフ声かけだとどうしてもコミュ力頼みになる気がするから。（Wさん）」とコメントした。「Coming Soonを埋めたいから、レシピに載っていないチキン南蛮やペペロンチーノを作った。（Aさん）」

Co-cooking の理解

「今のところ中華料理は作らないんだろうな。サラダがあってスープがあって、主菜があって、1品料理を作るってのはわかる。肉じゃがとかは作らなそう。大まかな料理の種別は分かった。(Dさん)」「CoCoelへのイメージは、塩瀬のFBで料理見てたし、一回行きたいと連絡してた。それで今回呼ばれたから来た。始まる前の印象は、野菜切るだけとかだと思ったら、意外と料理した。でも丁寧に優しく教えてくれたから、楽しかった。(Tさん)」「美味しいものを、街コンがてら、パパッと料理して食べたい。出会いの場として良さそう。(Tさん)」「良い休日だった！また来たい！(Wさん)」「いざ自分が行くとなって、私は知らない人に囲まれても大丈夫だしむしろ好きだけど、ハードルを高く感じる人もいそう。(Aさん)」「KMでも1000円払って良いと思った。料理好きだから、率先してやりたかった。最初は塩瀬がKMで、私はCo-cookerなのかと思った。電話で聞いてから、私もKMできるんだ、て気づいた。Co-cookerは全然料理しないで、KMが作るのかと思ってた。1000円かからない分働こうみたいな。(Aさん)」「料理が軸にあるから、コミュニケーションがとりやすい。来てる人は1人か2人連れだから初めましての人が多くて、意外と疎外感感じなくて、新鮮で楽しかった。新しい出会いの場。料理を通じて人と交流する場なんだと思った。初めましての人に料理するのは失敗できなくて緊張するけど、美味しいと言ってもらえて嬉しかった。来る前は、ホームパーティー的なみんな知ってる様な人がいると思っていた。大勢の人に食べてもらえる機会はそんないから、嬉しかった。学校とかもうないし。人に食べてもらいたい。(Aさん)」「料理という共通の目的を持つことで初対面の人でもコミュニケーションが取りやすい。1人での食事を寂しいと感じる人が多いと思うので、需要が増えそう。(Hさん)」「ポイント制によって積極的に料理に挑戦する人が増えそう。手伝いというシステムがあることで料理が苦手な人でも触れる機会になるのでいいと感じた。最近健康意識が高まってきていくと思うので需要がありそう。(Hさん)」「楽しかったよ！でも俺が元々料理そこそこ好きっていうのが大きい気もする。(Wさん)」とコメントした。

4.2.3 考察

Validation とインタビューの結果を踏まえ、「COOKBOOK for Co-cooking」のコンセプトの有用性を確認できたかを考察し、改善点について述べる。

Validation を通して明らかになった価値

「COOKBOOK for Co-cooking」は、料理初心者でも自主的に調理を始めようとするきっかけを提供する事が明らかになった。更に CM がキッチンにいない環境だとより初対面同士の交流が盛んになり、同じ料理を作る人ではなくても、レシピに記載されていることを元に調理の相談をする場面が確認できた。その場合は料理初心者が料理のできる人に話しかける場合が多かった。料理のできる人はレシピの詳細をじっくりとは見ないものの、どんな料理が「CoCoel」に適しているのかを把握する基準として「COOKBOOK for Co-cooking」を参考にしていた事がわかった。料理経験が少しある人にとっては、実践を通して「COOKBOOK for Co-cooking」に載っている調理の知識を学ぶ事に楽しさを見出す事がわかった。また、「COOKBOOK for Co-cooking は必要ですか?」という質問に対し、参加者 7 人の全員が「必要」と答えた。更に改善して欲しい事を参加者の方から多数述べていただいたことから、Product Market Fit の獲得に成功したと考察できる。

Validation を通して明らかになった課題点

調理工程の曖昧な表現

「COOKBOOK for Co-cooking」は、各調理工程での過去の調理者のアドバイスでレシピを補完し、画像を通じて具体的にイメージできるようにする事で、それぞれの工程での自分の役割を明確に理解できる様にデザインしていた。しかし料理初心者から、各調理工程での細かい時間や分量などを数値で把握したいという声があった。特に、「サーモンのパイ包み焼き」での青い文字の「ほうれん草を塩茹で」の詳細情報である「緑色が綺麗に出るまで!」という箇所である。この質問に対し、CM が 30 秒から 1 分くらいだと答えると、直ちにそれを実行するのを確認できた。この様な調理工程における曖昧な表現を改善する必要がある。

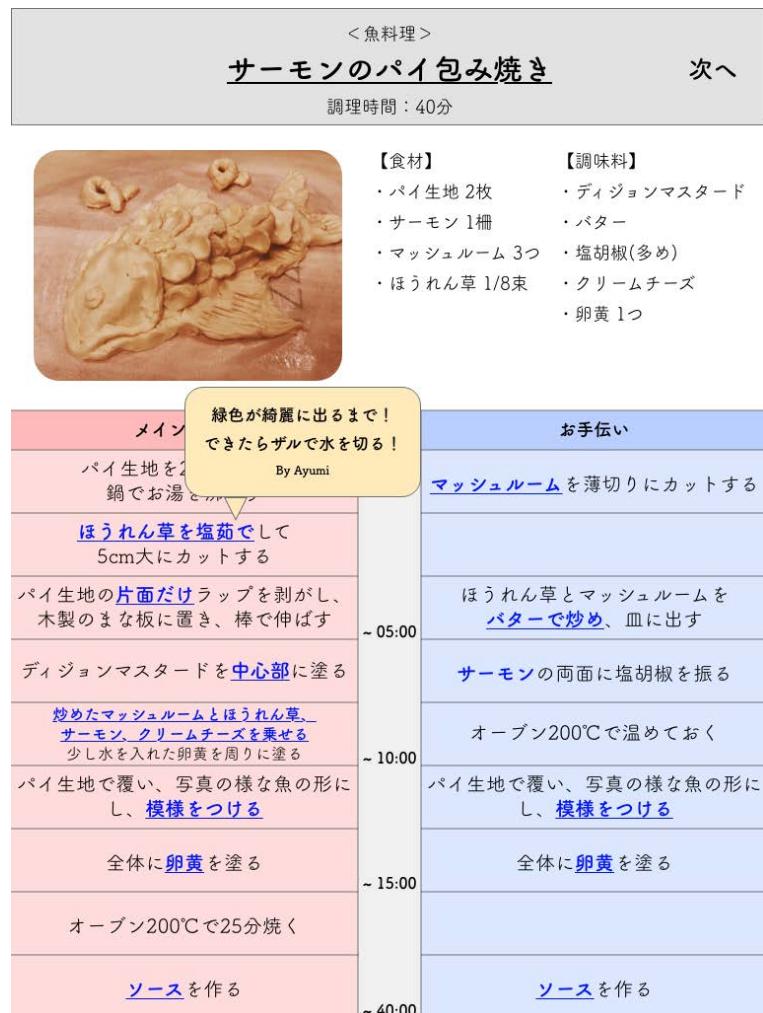


図 4.8 COOKBOOK for Co-cooking サーモンパイ包み焼き 4

「COOKBOOK for Co-cooking」の使い方

「COOKBOOK for Co-cooking」は、当日調理可能なレシピを表示しているが、その旨を事前に伝えていなかった為、使い方が人によって異なる結果になり、正しく使用できていない場面が確認できた。備えている事項を明確にし、参加者に使い方を理解してもらう様改善が必要である。表紙に一言添える、もしくは「CoCoel Guide」で事前に提示する必要がある。

レシピの閲覧のしやすさ

初対面同士で1つの画面を見るということに抵抗を示した参加者が確認できた。この解決策として各参加者の携帯電話端末でも閲覧できる様にするという案が参加者から挙がったが、「COOKBOOK for Co-cooking」は Adobe XD で作成している為、各参加者が自らの携帯電話端末で閲覧するには専用アプリケーションをダウンロードする必要があり、それは参加者にとって負担となり参加の足が遠のいてしまう可能性がある為実装が難しい。更に、「Coming Soon を埋めたいから、レシピに載っていないチキン南蛮やペペロンチーノを作った。(Aさん)」というコメントがあったが、参加者自身の手によって更新する事ができればオリジナルレシピを蓄積し、Coming Soon を埋める事が叶うが、それに必要な知識や労力を考慮すると、別のソフトウェアの活用を考えざるを得ない。もしくは、追加したいレシピを参加者に細かく教えてもらうことも可能だが、その手間を考慮すると実現は難しい。

調理時間の提示

当初、閲覧者の滞在可能時間や体力、料理意欲などに合わせて料理を選べる様に、各レシピ毎に調理時間の表示を行っていたが、料理初心者にとってはなるべく調理工程が簡単で短いものが好まれ、2人合計での調理時間ではなく手伝いの人が調理を行う時間や、参加者が直接手を加えないオーブンでの調理時間を差し引いた時間などの情報が欲しいという声があった。この点は、料理初心者の Co-cooking

におけるゴールを履き違えていた事がわかった為、再度プロトタイプを作成しなおす必要がある。

注

1 SPACEMARKET <https://www.spacemarket.com>

第 5 章

結論

本研究でデザインした「COOKBOOK for Co-cooking」は、料理の上手下手に関わらず初対面の人と一緒に調理を楽しむ事を可能にするレシピ集だ。つまり、コミュニティ内での Bridging を可能にし、初対面同士の調理回数をより増やすといえる。なぜなら「COOKBOOK for Co-cooking」は、調理工程の中で「どこで」「誰が」「どのような順番で」「何をするのか」が2人各自のタスクとして分かれて表示され、それぞれの工程での自分の役割を明確に理解できる様にデザインされているからだ。ここで役割を明確に理解できるとは、料理初心者であっても、各調理工程での過去の調理者のアドバイスでレシピを補完し、画像を通じて具体的にイメージできる事を指す。万が一理解できない時でも、一緒に作ってくれる人やレシピを作成したCMに相談することができる為、調理を間違う心配がなくて安心できる。また、各調理工程には必要な料理の知識が盛り込まれており、料理初心者でも実践を通して学ぶことができる為、料理を作る楽しさを味わいながら人と交流する事ができる。更に、少し手伝えば美味しい手料理を食べられる様になる。一方、趣味の料理を人に振る舞いたい人は、普段作らない様な大人数用の料理に挑戦でき、料理という趣味を深めながら新しく出会う人と交流する機会を得られる。この「COOKBOOK for Co-cooking」を、毎日の食卓を地域で共有する美食俱楽部「CoCoel」に適用することで、参加者はその場にいる誰とでも一緒に調理をする事が可能になる。また、その場の人と一緒に「COOKBOOK for Co-cooking」を使って料理するに至る為に、参加者の調理と交流を促進させる現場監督者のCMが会場にいる人に声をかけ、一緒に作る人を探す役割を担う。「CoCoel」とは、都市近郊に住む「定期的に同じ駅を使っているもしくは使っていた人」を対象とし、家の外で自由に使えるキッチンで、その場にいる人と一緒に食卓を共創する事、

つまり Co-cooking を通じて Well-being に暮らす事を目標とするサービスである。「COOKBOOK for Co-cooking」は CM により、料理が作られる度にそのレシピが記録され、更新され続ける。更にコミュニティ内に公開される為、料理の知識や新たなレシピが蓄積していく。「COOKBOOK for Co-cooking」があるからこそ、新しく出会う人との交流が促進され、Co-cooking コミュニティ内での暮らしが Well-being なものになる。本研究を実施するにあたり、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、計 2 回の MVP の設定を通じてその有用性が証明された。その後、ターゲットペルソナに近い人達を対象に行った Validation を通じ、Value Co-creation を行った。また、Well-being 及び Social Capital の理論的枠組みを用いて評価、改善されたものだ。コンセプトデザインの手法としては、2 つのフレームワーク『デザイン思考と経営戦略』(奥出直人 2012) と SDL(Lusch and Vargo 2014) が提唱する手法を用いた。計 3 回の Validation の結果から、「COOKBOOK for Co-cooking」は、料理初心者でも自主的に調理を始めようとするきっかけを提供する事が明らかになった。更に CM がキッチンにいない環境だとより初対面同士の交流が盛んになり、同じ料理を作る人ではなくても、レシピに記載されていることを元に調理の相談をする場面が確認できた。その場合は料理初心者が料理のできる人に話しかける場合が多かった。

料理のできる人はレシピの詳細をじっくりとは見ないものの、どんな料理が「CoCoel」に適しているのかを把握する基準として「COOKBOOK for Co-cooking」を参考にしていた事がわかった。料理経験が少しある人にとっては、実践を通して「COOKBOOK for Co-cooking」に載っている調理の知識を学ぶ事に楽しさを見出す事がわかった。また、「COOKBOOK for Co-cooking は必要ですか?」という質問に対し、参加者 7 人の全員が「必要」だと答え、更に改善して欲しい事を参加者の方から多数述べていただいたことから、Product Market Fit の獲得に成功したと考察できる。また、Co-cooking ではそれぞれが互酬的にコミュニティに貢献する、というモラルを前に出すだけでは CoCoel 内の社会システムは成立せず、今の貨幣経済に変わる贈与経済で、サービスが価値に交換できる様な仕組みを入れる必要があって、それが「CoCoel」におけるポイント制なのである。このポイ



図 5.1 異なる料理を作る初対面同士が交流する様子

ント制が MVP の 1 つであり、コンセプトスキームの中の Value Proposing の 1 つとして設定されている「コミュニティに貢献した分美味しい食事を食べられる」である。現在の資本主義の日本において、ポイント制を用いて贈与経済の仕組みを取り入れる事で、Co-cooking コミュニティに Social Capital を構築し、Well-being な生活を実現すると結論付ける。

展望

「COOKBOOK for Co-cooking」の今後の展望として、以下 4 点の改善策を検討している。(1) 各調理工程での細かい時間や分量などを数値で表示し、調理工程の曖昧な表現を最大限減らす。(2) 「CoCoel Guide」を通じて、「COOKBOOK for Co-cooking」が当日調理可能なレシピを表示している旨を伝える。(3) 各参加者の携帯電話端末で「COOKBOOK for Co-cooking」が閲覧できるようにする。(4) 調理者が直接手を加えない調理時間を差し引いた時間を記載する。以上 4 点である。また、「CoCoel」は実際にビジネスとして運用する事を目指している。Community Manager として筆者自身が店頭に立ち、Co-cooking 参加者の交流と調理のサポートを行う事で、利用者の生の声をサービス向上に取り入れ、更なる PMF の獲得と Value Co-created の醸成も展望している。

謝 辞

本研究は数多くの方々のご指導とご協力により成立いたしました。本研究の指導教員であり、幅広い知見から様々のご指導と暖かい励ましやご指摘をしていただきました慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の奥出直人教授に心底から感謝いたします。奥出先生による懇切なるご指導の元で得られた豊かな学びは、私の人生においてかけがえのない財産となりました。OIKOSにて奥出先生の下で研究できた事を常に誇りに思い、これからも精進していきたい所存です。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、研究の方向性について的確なご助言やご指導をいただき、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った同研究科の佐藤千尋特任講師に心から感謝いたします。佐藤先生には、英国に滞在時には、わざわざ貴重なお時間を割いてご指導いただき、本研究が成立したことに深く感謝いたします。そして、研究指導や論文執筆に限らず、大学院生活において目をかけてくださいり、数多くのご助言を賜りました同研究科の杉浦一徳教授に心から感謝いたします。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から感謝いたします。株式会社薬樹の吉澤隆治氏、吉澤靖博氏には、様々な形でご援助いただき、心より感謝いたします。今後ともご指導頂けましたら幸いです。そして、西伊豆「然」にて、ご協力いただいた、石古暢良氏、長田文一氏、鹿取啓介氏、Nirmal Raj Gyawali 氏に心から感謝いたします。またご多忙中にも関わらず、快く Validation にご協力していただいた、KMD Forum の来場者、先輩、同期、後輩、友人の皆様に心から感謝いたします。

本研究のメンバーとして共に研究に励んでくれたシールズ啓司君から多大なるご支援をいただきました。心から感謝いたします。共に調査を行い、様々な場面で協力し、共に研究できしたこと深くから感謝しております。元研究メンバーの藤井

翔太郎君、新井佑太郎君から多大なるご支援をいただきました。心底から感謝いたします。

所属プロジェクトである OIKOS の先輩方、同期、後輩の皆さんに深く感謝いたします。大学院生活を皆さんと一緒に過ごせたことを心から光栄に思います。特に、樋口冴子君、助川祥君。先輩としてご指導とご支援をしていただきましたこと深く感謝いたします。長年の学生生活を共に過ごし、OIKOS の同期としても共に大学院生活を共にしたシールズ啓司君、新井佑太郎君に心から感謝いたします。そして、田中公人君、論文執筆の際にご支援いただき、本研究が成立したこと深く感謝いたします。皆さんと頭を抱えながら議論を重ねた時間は、私にとって大変有意義な大学院生活となりました。

最後に、これまでお世話になりました諸先輩方と、いつも変わらぬ付き合いを続けてくれ、悩んでいる時には励ましてくれた大切な友人たち、そして大学院への進学と研究活動に理解を示し、学生生活を経済的かつ精神的にご支援頂いた家族に心から感謝の意を表し、以上をもって謝辞といたします。

参 考 文 献

- Kenny, Anthony (2011) *The Eudemian Ethics*: Oxford University Press.
- Lusch, Robert F and Stephen L Vargo (2014) *Service-dominant logic: Premises, perspectives, possibilities*: Cambridge University Press.
- Nass, J (2018) “Peruvian gastronomy as a tool for social development An analysis of processes of identification, cultural commoditization and the impact of gastronomic grassroots movements,” B.S. thesis.
- Putnam, Robert D et al. (2000) *Bowling alone: The collapse and revival of American community*: Simon and schuster.
- Thomas, Heather MC and Jennifer D Irwin (2011) “Cook It Up! A community-based cooking program for at-risk youth: overview of a food literacy intervention,” *BMC research notes*, Vol. 4, No. 1, p. 495.
- Veen, Esther J (2019) “Fostering Community Values through Meal Sharing with Strangers,” *Sustainability*, Vol. 11, No. 7, p. 2121.
- エリック・リース, 井口耕二 (2012) 「リーン・スタートアップ」, 『2012 年』.
- 永井鞠江 納身節子 早渕仁美石松成子 (1988) 『食文化から見た食文化論』, さんえい出版.
- 奥出直人 (2012) 『デザイン思考と経営戦略』, NTT 出版.
- 玉村豊男 (2002) 『健全なる美食』, 中央公論新社.

玉村豊男 (2008) 「料理の四面体料理の四面体, 1983」, 『日本家政学会誌』, 第 59 卷, 第 4 号, 211–219 頁.

赤澤康之, 宮森恒 (2011) 「冷蔵庫食材を考慮した料理レシピ検索システムの提案」, 『第 3 回データ工学と情報マネジメントに関するフォーラム, E3-2』.

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 卷, 13–24 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.

鷲見孝子, 石原加代子, 本間恵美, 食物栄養学科他 (2006) 「食文化伝承の現状: 第 2 報 行事食の認識度に与える要因」, 『東海女子短期大学紀要』, 第 32 卷, 27–32 頁.