



PORTFOLIO

Riku Iino

# PROFILE

飯野 璃空

信州大学大学院 総合理工学研究科 繊維学専攻 感性工学ユニット 修士一年



農作業お手伝いの様子

## 感性工学 × 未来洞察

VISION

未来の「ココロの充実」をデザインする

### POINT 1 感性工学

学部時代は、感性価値のあるモノづくりのための研究を行っており、心理学や認知科などの工学的な視点から感性や情緒の評価や計測、人間の感情処理や知覚のメカニズムについて学びました。以後、学内のデザイン系の研究室に配属し、これまで学んだ「感性工学」×「未来洞察」によるイノベーション創発を目的とした研究を行っています。

### POINT 2 未来洞察

イノベーション創発のアプローチの1つである未来洞察を学ぶため、ischool(東京大学イノベーション教育プログラム)に参加し、強制発想による未来共創を行いました。先行きが不透明な現代社会では現状の課題の解決だけでなく、ありたい望ましい未来の姿を描き、必要なモノを模索するバックキャスティングが合理的であることを学びました。

## どんな人？

### コミュニケーション好き

人との関わりを大切にしています。

関わりの中で自分とは違った価値観や考え方が自分を成長させてくれます。デザイン活動でも困ったら第三者の意見を聞くことを大切にしています。

### 挑戦的

興味を持ったことには果敢に挑戦します。デザイナーを目指す就職活動も自分にとっては大きな挑戦の1つ。悔いのないように最後まで挑戦します。

### 主体性

リーダー、副リーダーを任せられる場面が多くチームをまとめ、主体的に行動できます。一歩引いて冷静に物事を判断し、チームをまとめてきました。

## 経験



### 中高6年間サッカーに没頭

特に役職はなかったが、常に客観的にチームを見て問題解決をしてきた。



### 信州大学に進学

地元の神奈川県を離れ、感性工学を学ぶため、長野県に進学。



### 長尾研究室配属

学科内で唯一の新しく出来たデザイン系の研究室に第一志願で所属。研究室リーダーとしてメンバーをまとめる。



### i.school 参加 (東京大学イノベーション教育プログラム)

未来洞察を学ぶため、公募生としてワークショップに参加する。



### 学士研究活動

i.school で学んだ未来洞察を駆使し、中長期的な未来の新たな機会領域の提案を行った。



### スノーボードサークル設立

副代表としてサークルを設立。主にイベントの運営や企画に従事。現在では100名を超えるサークルに成長させた。



### 修士研究活動

長野県上田市の中心市街地の歩行者歩行量の増加促進のための情報発信サービスの提案。5年間お世話になった上田市に卒業前に少しでも貢献したいという思いからこのテーマに至りました。市役所や街の様々なステークホルダーからの意見を参考にデザイン活動を行っています。

## その他の経験

### アルバイト



・居酒屋（酒肴くろ本） 期間：3年

バイトリーダーを務め、イベントの企画やシフトの調節を行う。個人のお店であるため常連のお客様が多く、関係の構築を意識しています。



・結婚式・宴会場（ささや株式会社） 期間：2年

設立50年以上の地域では老舗の伝統的なお店。厳しいルールも多いため、基本的なマナー、接客について学ぶ。



・ベーカーリーパンビ（ささや株式会社） 期間：1年

ささや株式会社がベーカーリーへの事業を拡大。オープンスタッフを勤め、新人スタッフに業務を教える役割に従事。



・スキャンングマテリアル作成（株式会社日本総合研究所） 期間：1年

i.school でファシリテータを務めていた株式会社日本総合研究所の方に紹介をいただいた。「未来の兆し」を収集する業務。自身の研究やデザイン活動に活かしている。

### インターンシップ

・株式会社グッドパッチ（UXデザイナー） 期間：2日

「ユーザーのインサイトの発見」、「事業として成立させるためには」など高レベルな社員さんからのFBを基に学ぶことが出来た。

・Panasonic 株式会社（デザインコンサルティング） 期間：6日

5~10年後を想定して新たな事業の提案を行った。提案に未来性を持たせつつ、納得させるエビデンスを示すのが難しかった。

・株式会社LIXIL（研究開発職） 期間：5日

ユーザーのニーズを捉え、企画職と工場の橋渡しを行う職種。コミュニケーションの重要性や、エンジニアとして必要なスキルを学んだ。

・TOPPAN ホールディングス株式会社（映像プロデューサー職） 期間：5日

映像制作の全体を見通して企画を行う職種。個人として求められるスキルが多く、非常に成長できる職種だと感じた。

# 感性工学科の三軸



## 心の喜ぶモノを創る

- 感性を知り感性を活かすデザイン
- 芸術的表現法や、人と人、人とモノとのやり取りを科学的に解明し、優れた対話型デザインシステムを研究

## 心の仕組みを知る

- 感性価値を創り出す技術
- 感性の生じる源としての脳、並びに感覚器官の生理的機能と感情・情動の問題を究明する領域

## 心の形を求める

- 感性価値を評価する技術
- 感性材料学、感性造形法、快適製品評価法など、豊かな暮らしを生み出す、サポートする感性製品を研究開発

# 感性価値とは？

感性価値は

作り手と使い手によって共創される  
作り手の思いが使い手に何らかの感動を与える

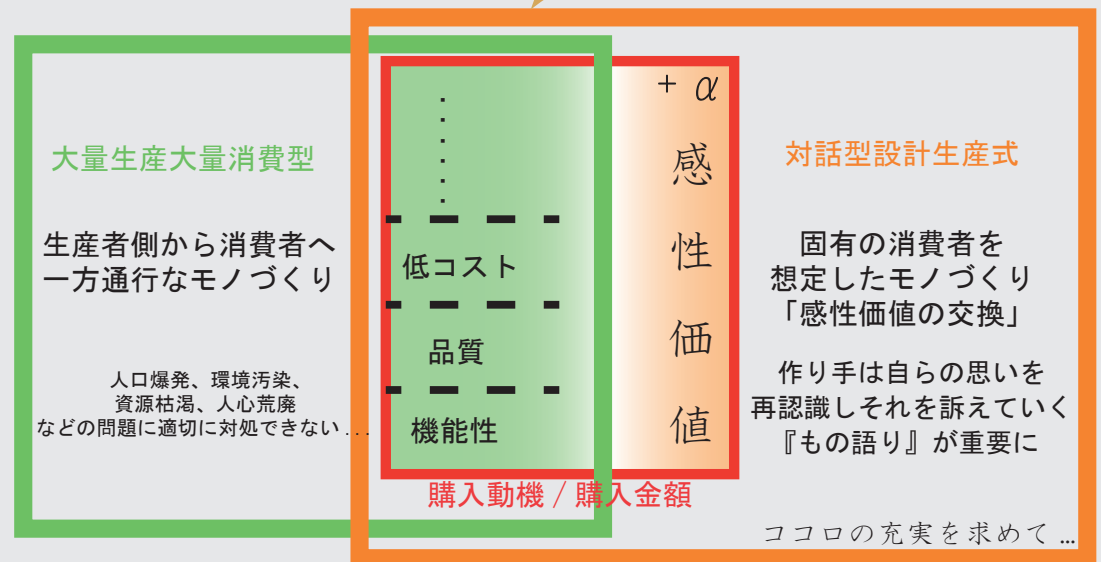


# 感性価値は『+αの価値』

大量生産大量消費型から  
対話型設計生産式へ

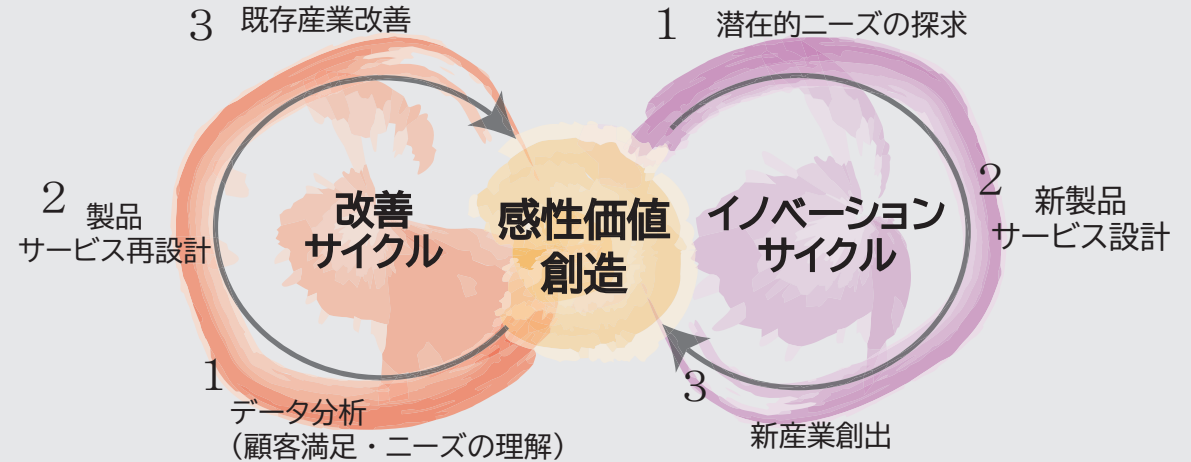
モノが溢れた現代では  
固有の消費者を想定した  
モノづくりが求められる

従来の生産方式 → これからの生産方式



## 感性価値創造の二つのサイクル

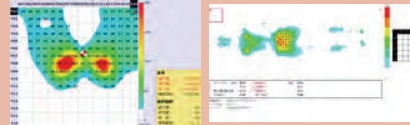
感性価値創造には  
現状あるものを  
更に良いものにしてゆく  
改善サイクル  
と  
新しいものを創造してゆく  
イノベーションサイクル  
が必要



## 研究室配属前の学習

研究室配属前（学士）では  
改善サイクルに必要な分野を  
幅広く学んだ。

座り心地、寝心地の実験（体圧分布計測）

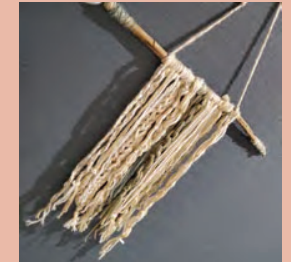


高分子物理特性

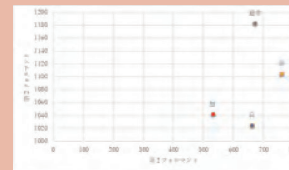
表1-4 30℃での各種パラメーター

| 品名 (絶対湿度) (GPA) | 含水率 (%) | 吸気 (絶対湿度) (GPA) | 参考値      |
|-----------------|---------|-----------------|----------|
| ナイロンA           | 0.538   |                 | 0.150    |
| ナイロンB           | 0.630   |                 | 0.200    |
| ナイロンC           | 0.452   |                 | 0.173    |
| ポリカーボネート        | 0.692   |                 | 2.06E-01 |

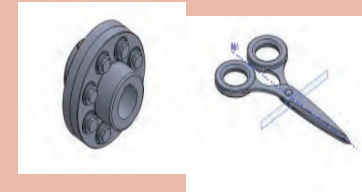
感性デザイン



感情による声の特性評価実験



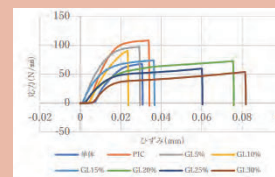
SOLIDWORKS (CAD)



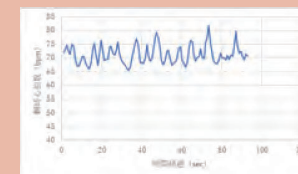
衣服シュミレーション



フィルム引張試験



心拍数計測



# 長尾研究室配属後 デザイナーとしてのビジョン

## 未来の“ひょっとして”を創る

少し先の未来を見据えて  
「ココロの充実って何だろう？」  
を考える。

心の充実とは？

バックキャストイング

中長期的な **望ましい未来の姿** から

新たなモノを創造する **未来洞察** に着目し、

未来を見据えて **心の喜ぶモノを創る** こと。

デザイン思考

感性価値創造



# iPPO



修士研究活動（製作途中）

長野県上田市の中心市街地の  
歩行量増加促進のための  
街の情報収集サービスの提案



# BACKGROUND



## 1. 様々な不安を抱える上田市

歩きたくなる街「ウォーカブルシティ」について

歩行者のニーズに合わせて設計された歩きやすい都市を指して使われる言葉です。

効果

- ・地域の小売店の消費
- ・公共交通の利用
- ・ふれあいの機会の増加
- ・コミュニティの醸成
- ・脱炭素

→ 都市全体の活力向上

上田市でも  
上田城下町エリアビジョン  
の始動が決定



## 3. ウォーカブルシティについて

## 上田市中心市街地活性化基本計画 (H6~R2)

目指す将来像

- ・住む人が豊かで快適な時間を過ごせる生活都市空間
- ・訪れる人が豊かで快適な時間を過ごせる交流快適都市

実現のための3つの目標

1. 市民・事業者が連携した活動により地域活力の向上を図る（域内交流）  
～市民がつくり、市民が楽しむ、上田市交流の舞台をつくる～
2. 市民・事業者が連携した活動により地域活力の向上を図る（域内交流）  
～市民がつくり、市民が楽しむ、上田市交流の舞台をつくる～

数値指標 中心市街地の歩行者歩行量

2つ目に着目



図1 上田市中心市街地活性化基本計画

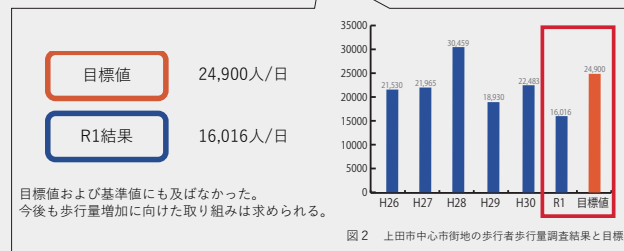


図2 上田市中心市街地の歩行者歩行量調査結果と目標値

## 2. 中心市街地活性化計画

## 1. 様々な不安を抱える上田市

現在、人口12万人の長野県上田市は人口減少、高齢化、スプロール化など様々な課題を抱え、このままでは持続不可能になってしまうと言われている。

## 2. 中心市街地活性化計画

上田市において経済・社会的に中心的な役割を担う中心市街地は上田市及び東信州の発展に友好的であるとされ、中心市街地の活性化を図るための基本方針が記載される。

「目指すべき姿」が定められ、その実現に必要な3つの目標の内、2つ目の目標に着目した。

2つ目の目標：域内交流の活性化  
具体的数値指標として中心市街地の歩行者歩行量が設定されている。

<結果>

目標値及び基準値にも及ばなかった。  
今後も歩行量増加に向けた取り組みが求められる。

## 3. ウォーカブルシティについて

人口減少や少子高齢化による街の活力低下という社会問題に対する解決策として、政府を中心に導入が進められている。

上田市でも、上田城下町エリアビジョンが来年に策定される予定。調査、社会実験、ワークショップの3つの取り組みを基に今後の策定してゆく予定とお話を伺った。

## 4. 研究目的

これらの背景を踏まえ、自身の研究の目的を、

長野県上田市中心市街地歩行者歩行量の増加促進のためのサービスの提案

とした。



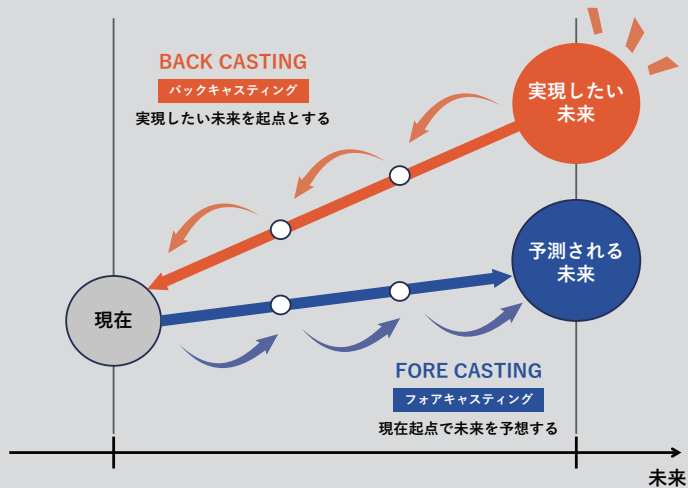
都市計画課、DX推進課の方々に調査を行いながら進めています。



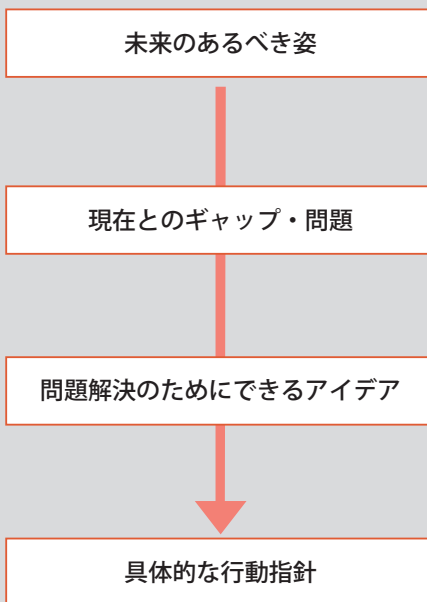
城下町エリアビジョン (来年から) 資料

# BACK CASTING

本研究では、現状に囚われない創造的な発想を目指し、未来のあるべき姿を起点とするバックキャストिंगでサービスの提案を検討。このようなアプローチを取ることで、創出されるアイデアをありたい未来の姿に着実に繋がる一歩目にする事が出来ると期待できる。



バック  
キャスト  
イング



あるべき姿  
ウォークアブルシティ  
上田

## 中心市街地の将来像 (中心市街地活性化計画より抜粋)

### 住む人が豊かで快適な時間を過ごせる生活快適都市

- ・生活に必要な都市機能の集積によって、誰もがコンパクトシティの利便性を享受できる街
- ・「上田地域 30(サンマル)交通圏構想」による道路網の整備や公共交通がネットワーク化され、各地域からも人を集めることが出来る街
- ・地域に密着した活動が主体的に展開される街
- ・中心市街地の魅力が再評価され移り住む人が増える街
- ・そこに住んで着ることに誇りを持つ街

### 訪れる人が豊かで快適な時間を過ごせる交流快適都市

- ・専門的・個性的な品揃えなど魅力ある商店が増え、ゆっくりと歩いて楽しめる街
- ・市内外の地域資源の連携によって東信州の新たなファンが交流の拠点として訪れる街
- ・市内の農産物を活かした郷土色など、地域色あふれるサービスを提供できる街

## 現在と未来のギャップから必要なことを考察

### 上田市の既存ストック、資源の活用

- ・市街地の個店の魅力向上  
↳ 現状ある個店の魅力を引き出し、発信していく必要がある。

### 歩きと公共交通 (バス) の連携

- ・公共交通をネットワーク化し、中心市街地外からの集客に結び付ける。  
↳ チケット QR サービスの発展・活用が有効的か？

### 街を「歩く」ことへの魅力を高める

- ・利便性 (車移動) < 楽しい、魅力的 (歩く)  
↳ 車移動の利便性よりも歩くことの楽しさや魅力を高める。



現状  
車移動中心で、日常生活ではあまり歩いていない。

# POINT OF FOCUS

## 「歩く」 × 「情報発信」

都心の場合は人口も多く、情報発信が活発だが、上田市のような地方都市では情報発信に課題があり、市民に街の魅力を感じてもらうには、情報発信は必要不可欠であると考えた。

地域にある既存の資源を活かし、歩くことで市民が街の魅力を感じることができるような魅力的なコンテンツの考案を検討。

人間の興味 / 関心の領域



### 興味を抱くはずだが知らない情報

関心を抱くためには「きっかけ」が必要



「歩く」がきっかけとなり  
興味領域に入るようにする

### 興味を持っている領域

関心を抱き自ら調べる、訪れる



「歩く」がきっかけとなり  
興味領域に入るようにする

### 現状では関心のない情報

関心を抱くような魅力として発信

## 上田市の特性

城下町の複雑な街並み



細い道が多く  
そこにある店の存在に気づきにくい

市民主体のソフト系事業



市民主体でイベントが企画されているが  
情報発信方法の改善に課題がある

昔ながらのお店



入れば魅力が伝わるが  
入店にハードルがある個店が多い

CONCEPT

# IPPO

もっと

その「一歩」が街を好きにする。

歩くことで偶発的に街の情報を収集することができる。

今まで気付いていなかった街の魅力に歩くことで触れることができるサービス。



②

近くにある個店の情報や  
近くで開催されるイベントの情報が  
ランダムに入手できる。

人間の興味 / 関心の領域



今までは自身の興味領域内で街の魅力を感じていたが、  
ランダム性にすることで領域外の情報にも触れる機会を与え、  
市民の感じる街の魅力の拡大に繋げる。



①

サービスに登録して、街を歩く！

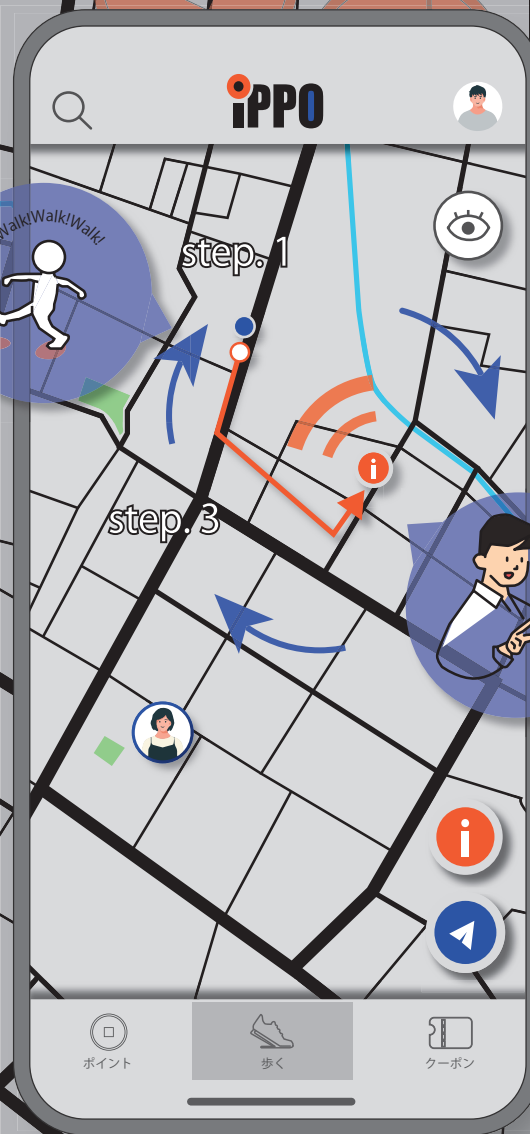


③

街の新たな魅力に気付き  
街回遊のきっかけに！

# iPPO

歩いているとアプリから「通知」が届く。  
アプリを開くと付近のスポットの情報がランダムに入手できる。  
歩くことが「街の魅力」を知るきっかけになることを  
このサービスを通して体験することができる。



# 歩いて街を知る

歩いてランダムに付近の街の情報を収集することができる。知らなかった情報を収集して街を一番知る人になろう！

現在地から 400 ~ 600 m の範囲で  
ランダムに情報を提示

(ユーザーにはこの範囲で情報が出現することは非公開)

補足 1

※補足情報を後述に記載の予定  
なぜ400~600mなのか

## 提示する情報は検討中

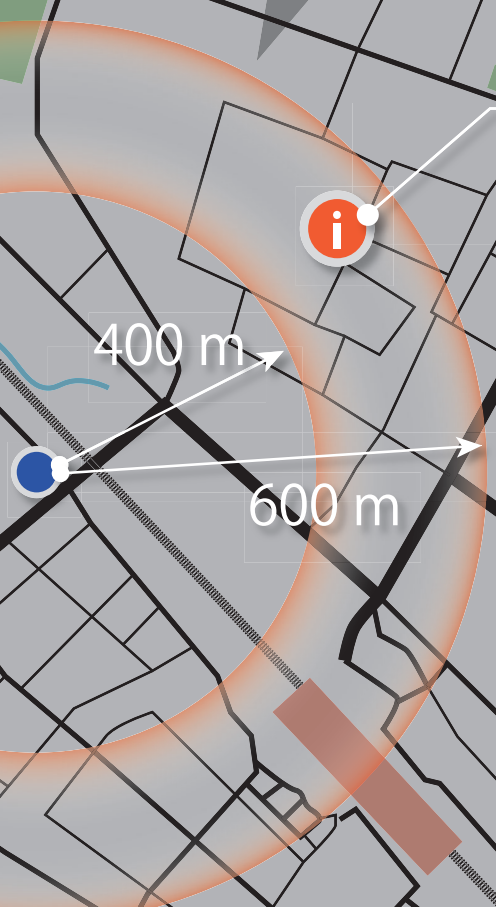
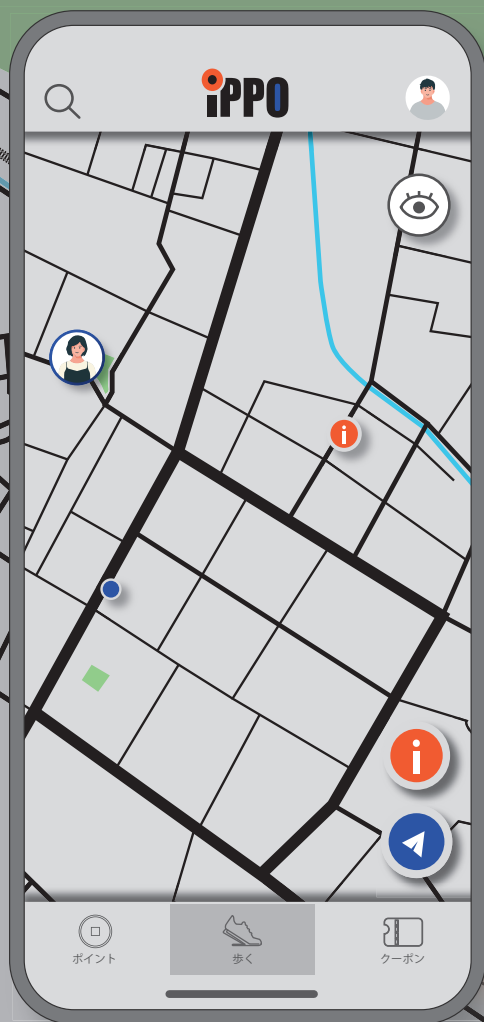
インタビューを基に掲載する情報を検討する予定

ユーザー側  
どんな情報を求めているか？

店舗側  
どんな情報を発信したいか？

- ・店の商品、メニューについて
- ・店を始めた理由
- ・店長がどんな人か
- ・店長から来店者へのメッセージ

など



# 検討している事

インタビューを基に構成を検討する予定



- ・クーポン
- ・限定メニュー
- ・ドリンク一杯無料

など



など



など

検討余地あり

※インタビューを基に  
掲載する情報を検討の予定



情報のリア度

現在地からの行き方を表示

この店の収集した情報一覧へ

ポイント

歩く

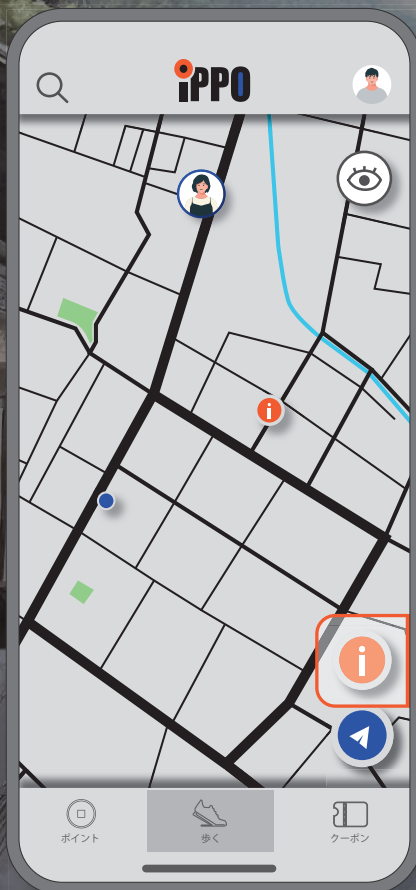
クーポン



# マップ機能

簡単操作で今まで収集した街の情報を閲覧。  
表示されるおすすめの探索エリアを参考に街を探索するのがオススメ！

マップ機能



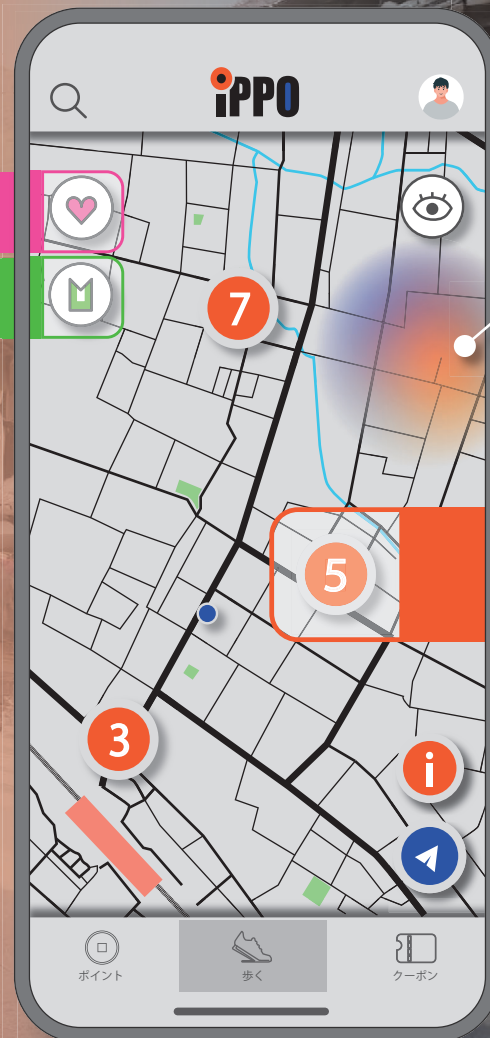
Like した情報を表示

Siori した情報を表示

- 行きたいカフェ！
- よさげな居酒屋
- 安価な居酒屋
- 気になる店

Siori を登録して簡単に情報を整理！

集めた情報を表示



おすすめの探索エリアを表示

エリアごとに収集した数を表示





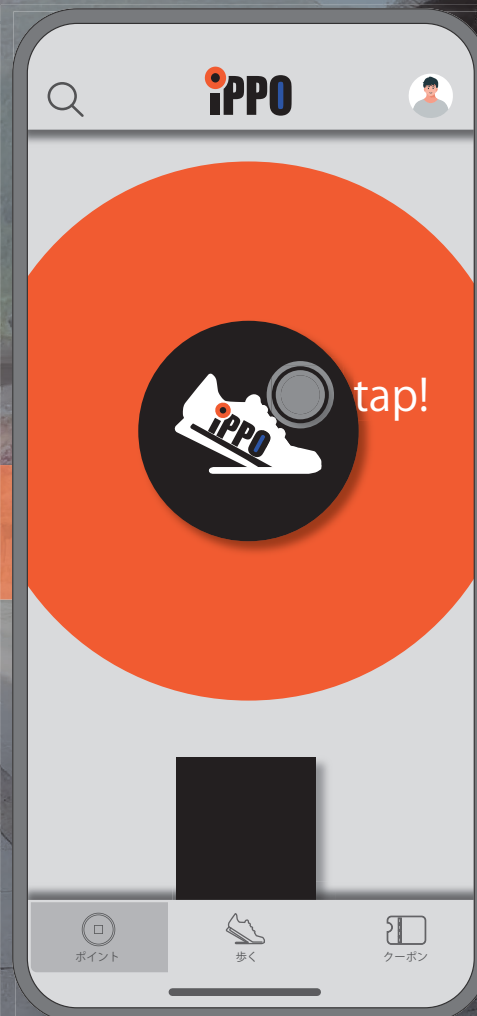
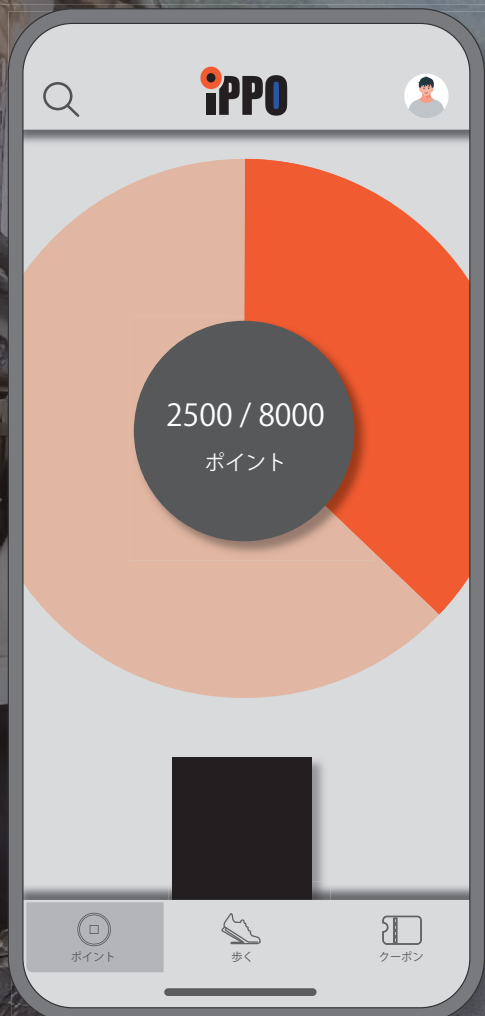
# 歩いて・貯めて・お得！

検討余地あり

※「公共交通との連携」  
「歩数とポイントの還元」  
について商工課へ相談の予定

「歩く」と「公共交通の利用」でポイントがたまる。

既定のポイントを貯めれば **iPPO** 加盟店共通クーポンが貰える。クーポンゲットを目指してたくさん歩こう！



# WORKSHOP

上田市内在住の大学生 10 名を対象に、「市内を歩きたくなるサービス」のアイデア出しワークショップを 2 回開催。  
アイデアを分類し、より共感性、実現性の高いアイデアを抽出。

|   |  |   |                              |                                     |  |   |
|---|--|---|------------------------------|-------------------------------------|--|---|
| POINTで情報を購入<br>や<br>アプリ機能を拡大できる         | 歩数が POINT になる<br>楽いときは POINT 3 倍             | 定期的に場所が<br>変わる隠れミッキー                      | お店と連携した説明書                   | 店のリアルタイムの<br>混雑状況                   | 野菜や地元食材が<br>安く売っている<br>×<br>育てている人のこだわり        | クーポンや体験など<br>店に行くきっかけが<br>特典がいいかも？      |
| 元々空き家に住んでいた<br>人の情報<br>生き方など匿名で         | 「天気」に対応した<br>情報やサービス                         | ユーザー同士で<br>ゲームを開催<br>→写真でとって探す            | リピーターを増やす<br>人との繋がり          | 人の動向管理<br>コントロールを<br>アプリでできる？       | 歩いて消費したカロリー<br>減らした CO2<br>シンプルほめてくれる          | 歩くと<br>クーポン<br>うれしい！                    |
| イベントのタイムテー<br>ブルや出典会場の様子がリ<br>アルタイムで分かる | 歩くと気持ちいいところ<br>時間帯ごとのおすすめ                    | 上田県情報大会<br>(特典アリ)                         | おすすめの店と<br>その空き情報            | 歩く(歩数、時間、距離、<br>消費カロリーなど)を何<br>かに換算 | 特定の時間にしか<br>出現しないレア情報<br>(クーポン)                |   |
| イベント参加者の<br>年齢層が分かたら<br>行きたくなるかも？       | アプリ利用者だけに<br>提供できる裏メニュー                      | 市民同士の競争みたいな<br>ゲーム性<br>チェックポイントや写真<br>で競う | 冬でも犬を中に入れて<br>一緒に過ごせる<br>カフェ | フレンドと一緒に<br>お店に行くと<br>POINT アップ     | 歩いてカットされた<br>ガス代とか成果が見える<br>一か月で〇〇円お得に<br>なった！ | チャリや車を利用せず<br>来店した人<br>割引               |
| 駐車場が近くにないが<br>車では行きにくい<br>場所を教えてください    | 一定量歩いた段階で<br>狂喜的な情報が手に入る                     | 昔の写真を見て<br>現在のその場所に行く<br>ゲーム              | 犬を連れていける<br>お店が欲しい           | フォロワーの行った<br>店の履歴の共有                | 上田市の何かに<br>数値を置き換える<br>〇履歩〇カロリー消費              | 毎日〇km など<br>ノルマを与えて<br>一定期間継続で商品<br>Get |
| テイクアウトで食べ歩き<br>と定義して既存の店で<br>食べ歩きルートの提案 | この店は何の店？<br>通るけど入ったことない<br>一目で見たら分かる<br>店の情報 | 上田市の至る場所に<br>トリックアート<br>→フォトコンテスト         | IPPO 専用<br>駐車場               | 入りたいけど<br>入れない店に向けた<br>フレンドマッチング機能  |  |   |
| 体験型が好き<br>伝統アート、アクセなど<br>お手軽に作れるイベント    | 自分が普段いかない<br>ような所を時々<br>提案してくれる              | 撮った写真を<br>アップロードできる<br>いいね！が付く            |                              |                                     |  |   |

## アイデアを分類

- 情報の提供
- ゲーム性
- 街の人との繋がり形成
- 欲しい施設
- リアルタイムの店舗の状況
- フレンド機能
- 頑張りの見える化
- クーポン



様々な方々からの意見を参考にブラッシュアップを続けています

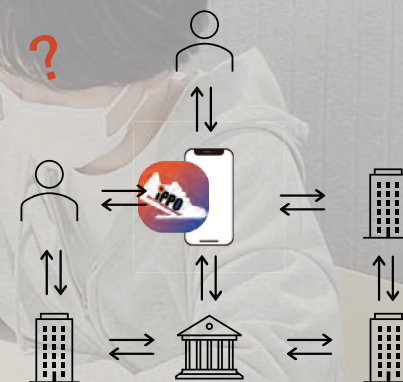
## インタビューしている方々

- ・ 上田市役所 都市計画課
- ・ 上田市役所 DX推進課
- ・ 上田市役所 商工課
- ・ まちなかキャンパスうえだ
- ・ 海野街商店街 理事長
- ・ 上田リバーズ会議

## 最終提案先

上田商工会議所

## BUSINESS MODEL



ビジネスモデルを検討する予定

## 更に加えるサービスも検討中

- ・ フレンド機能
- ・ ゲーム性



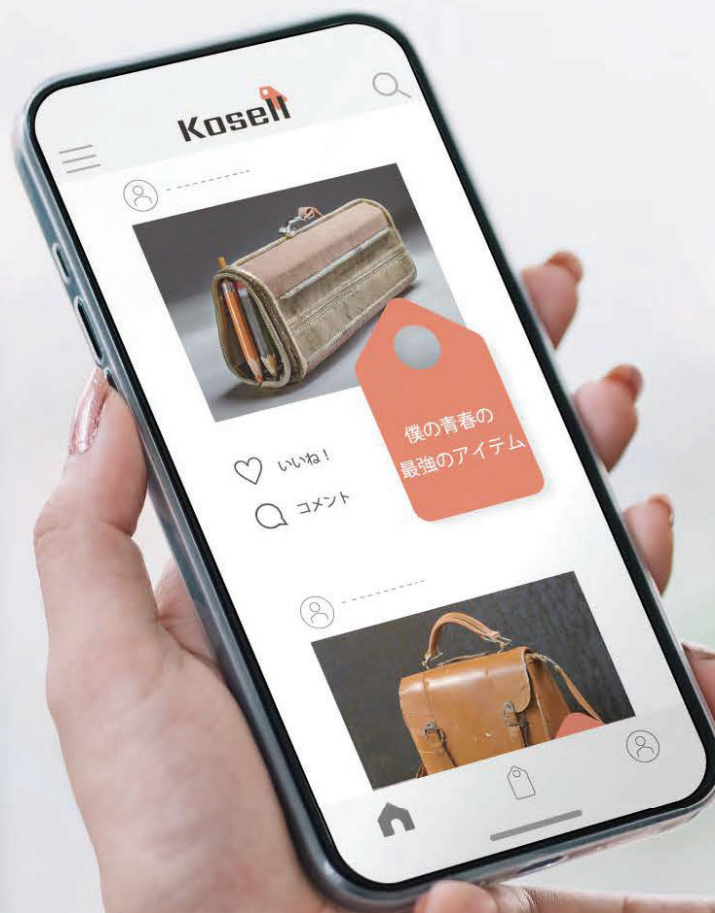
# Koseil

【コセール】

「モノへの愛着」を伝える。

モノに宿る潜在的な価値に着目した  
新たなフリマアプリの提案。

UX/UI



# Theme

## 未来の暮らしを豊かにする循環型サービス

5~10年後の技術やインフラを想定して、  
現代の製品・サービスのあり方に一石を投じる  
何らかの「循環」が行われるサービスを提案してください。

# Output

## 愛着が見える化する新たなフリマアプリ

使ってたモノにはその人にとっての価値（愛着）が  
あります。それが見える化することで従来のフリマアプリでは  
価値の薄かったモノにも新たな価値を付与し、流通させることができる。

# Concept

## あなたにとっての価値（モノ語）を伝える

このフリマアプリではあなたにとっての価値が  
その商品の主要の価値となり、それに共感した人が購入をする。  
この共感により更に大切な循環を生み、モノに価値が付与され続ける。

学校での思い出



バッグ

机のキズ、落書き



学習机

失恋した時支えられた



本

etc...

従来のフリマアプリ  
モノが溢れて出品しても  
なかなか売れない



販売者

捨てるんじゃなくて  
まだ誰かに使ってほしい...

長く使ってきた物への  
「自分にとっての愛着」  
を乗せて投稿



販売者

自分にとっての価値を  
伝えられる！

愛着への共感  
によって商品を  
購入するか判断



購入者

共感が購入の意思決定になる  
新しい購買体験！

前の使用者の愛着  
を知ること  
で次の人も物を大切に



購入者

次は自分  
にとっての価値を

# Focus

## フリマアプリの購買シーン

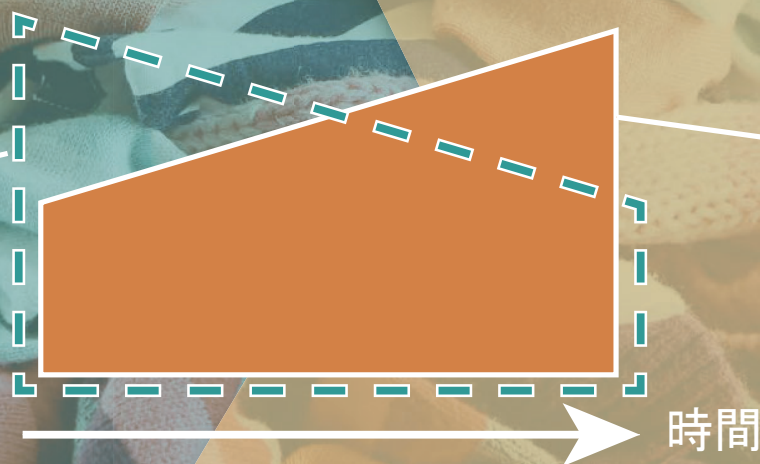
利用者が増加するフリマアプリ。  
モノが溢れ、なかなか売りたいくても売り手が見つからない。

自分にとっては不要だが、  
必要とする誰かにまだ大切に使ってほしい。



## 従来のフリマアプリ

見えているモノの価値は  
時間と共に低下



## 提案するフリマアプリ

時間と共に増加する  
「愛着」を見える化する

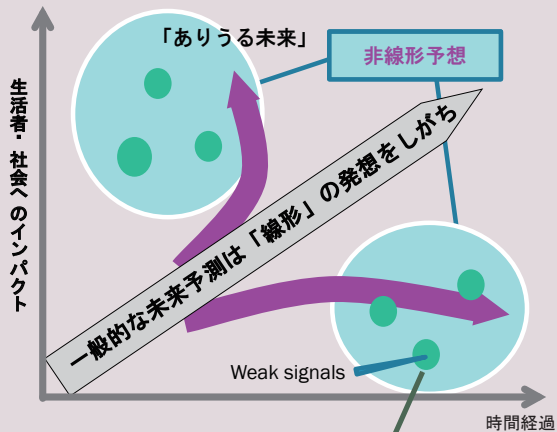


## Concept

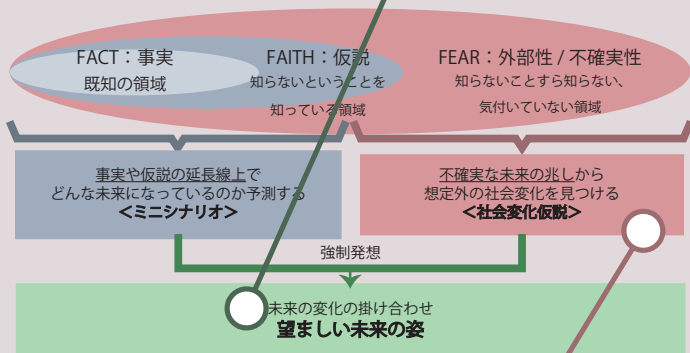
あなたにとっての価値（モノ語）を伝える

モノへの愛着を見える化することで  
従来のアプリでは流通できなかったモノを流通させる





### 1. 未来洞察



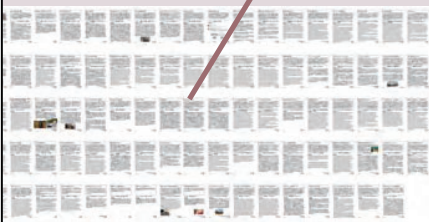
### 2. 強制発想

移動時間が短縮時間に  
イギリスで生まれた移動する美容師 "Trim-IT" というサービスが話題になっている。1.5倍速くして、移動する美容師のサービスを提供している。顧客は仕事場、ジムなどの目的地に向かっているが、美容師が待てるという、美容師にとっては、顧客を待つ時間を短縮できるので、よりアイデア的なもの、髪を切る時間が取れない忙しいビジネスWomanに採用される。

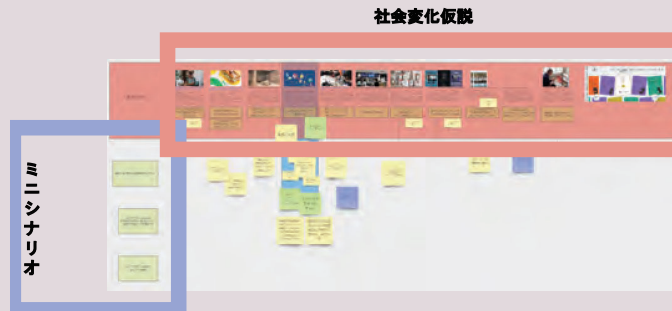
キーワード: (サービス業、イギリス、移動する美容師)

参考資料  
Shaving hair and beauty appointments has become much easier in recent years with the evolution of businesses such as Treatwell. However, whilst booking has become much easier there are still issues such as the quality of services. One business making strides to solve this issue for men seeking a haircut is tech-enabled mobile barbering TRIM-IT, founded by Darren Tankering  
Seeking to do something innovative he came up with the question: how to create a mobile barbering by renovating the back of a van. The premise was that through the TRIM-IT app customers could book a mobile barbering to their home, office or even the gym. TRIM-IT barbers would make more than the average barber, as customers would pay more for the convenience.

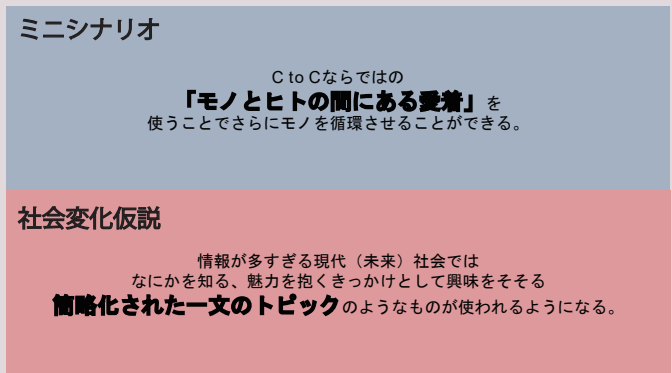
Mar 2011



### 3. 未来の変化の兆しカード



### 27 種類の強制発想



### 4. 強制発想結果

# APPROACH

## 1. 未来洞察

「世の中に一石投じる」  
「5~10年後の未来を想定する」ために現状から非線形の未来を創出する未来洞察に着目した。

## 2. 強制発想

非線形の未来を創出する手法として強制発想を用いた。

確実性が高い定性的なデータや関連分野の動向だけでなく不確実性の高い定量的なデータや異分野の動向にまで視野を拡げて情報を収集する。既存の視野外にある兆しの情報に目を向け、新たな未来観を創発する“気づき”を得る。

## 3. 未来の変化の兆しカード

未来に変化をもたらす兆しとなる情報を100枚以上作り、それを基に社会変化仮説を立てる。

## 4. 強制発想結果

ミニシナリオ (3) × 社会変化仮説 (9) で計 27 通りの強制発想を行い、特に新規性の高い掛け合わせを抽出。

# SNS × フリマアプリ

読者  
購入者

購入画面

閲覧・購入

モノ語を読む

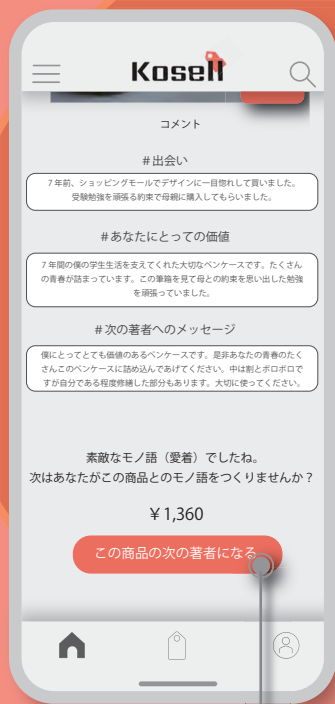
タイムライン画面

投稿

著者  
販売者

モノ語を描く

カテゴリと価格の設定



購入



scroll



tap!  
僕の青春の最強のアイテム



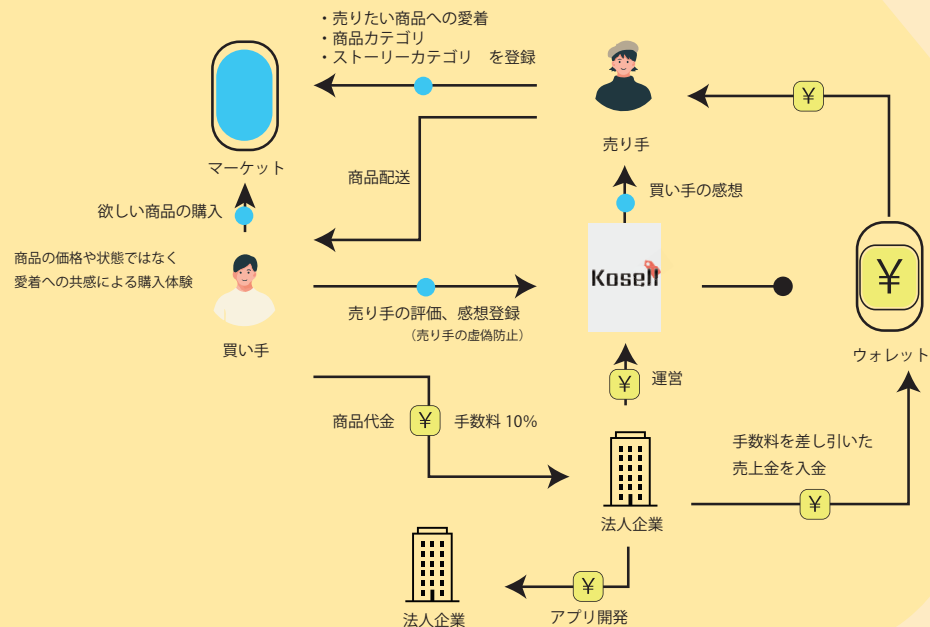
この商品を出版する



ChatGPT

モノ語からタグを生成

# BUSINESS MODEL



# VALUE



販売者（著者）

自分が所持しているモノが自分にとってどんな価値があるのか見直すきっかけになる。

自身のモノへの愛着を伝えることができる。

モノを大切に使うてもらえる。

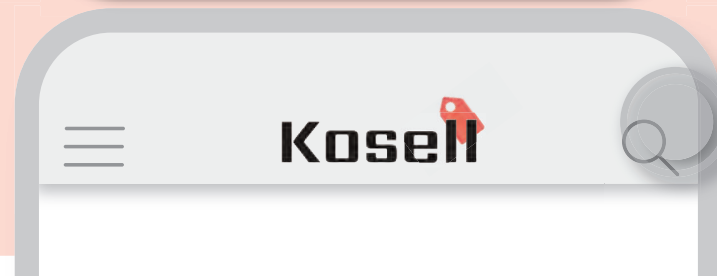
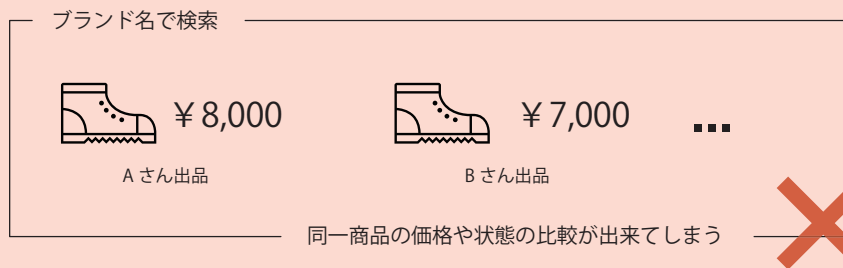
購入者（読者）

モノ語への共感による新たな購買体験。

販売者側の想いを知ることができる。

# 検索機能について

商品（モノ語）の発見はタイムラインかカテゴリ検索のみとする。



# 検証

モノ語を伝えることで  
流通の可能性を高めることが  
できるのか？



図1  
従来のフリマアプリ

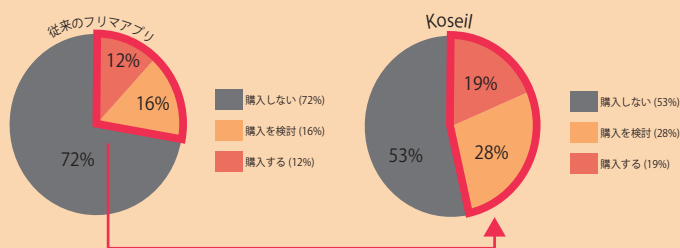
図2  
Koseil

従来のフリマアプリで提示される主な情報（図1）と  
Koseilで提示される情報（図2）をそれぞれ提示。  
あなたはフリマアプリにてペンケースの購入を検討しています。  
図1、図2それぞれを見て以下の3つ選択肢から1つ選択してください。

- ・購入したい
- ・購入を検討する
- ・購入しない

## 結果

20～24歳、男子学生を  
対象にアンケートを実施。  
32名の結果を示す。



[購入する][購入を検討する]を選択する割合が 19% 増加

chatGPTによる  
タグの生成フローは  
正常にワークするのか？

実際に生成してみた。

ChatGPTに以下の内容を入力。

出会い：7年前母親に買ってもらいました。  
あなたにとっての価値：僕の学生生活を7年間支えてくれた筆箱です。  
僕の青春が詰まっています。大学受験も一緒に乗り越えました。

以上の文章を面白い一文のトピックにしてください。



結果

"7年前、母親から買ってもらった筆箱。  
まるで魔法のアイテムのように、僕の学生生活を支え、  
大学受験の戦いでも仲間として側にいた。  
今では、その筆箱こそが、僕の青春の最強アイテム  
だったんだなって思う。"



検討の余地はあるが  
生成可能であると言える。

# 展望

他に提示することで  
購買意欲が高まる可能性のある  
情報はあるか？

[アンケート結果]

- ・販売者の趣味
- ・販売者の他の所有物
- ・販売者の価値観
- ・販売者の好きなアーティスト
- ・どんな人に購入して欲しいのか など

販売者に関する情報を提示することで  
更に購買意欲を高めることができるかもしれない。

2人目、3人目へと  
更にモノ語りを蓄積することで  
商品を流通させることができるかもしれない。



僕の青春の  
最強アイテム

モノ語りの蓄積



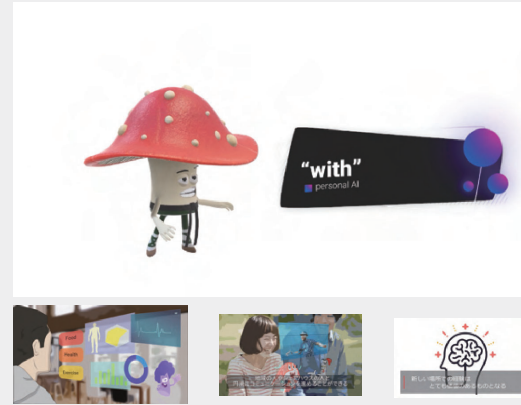
学士卒業研究

在宅勤務単身者を対象とした新たな暮らしの提案  
～ 2040 年前後の社会動向を想定して～

専属のAI "with" によって提案される想定外の環境での体験や出会いによって  
新しい価値観に触れることができる多拠点での暮らし



### 3. 自身の提案を示す動画の製作



## 学士研究活動

# 在宅勤務単身者を対象とした 新たな暮らしの提案

～ 2040 前後の社会動向を想定して～

未来洞察

強制発想

未来で増加が見込まれている閉塞的な暮らしになりがちな在宅勤務の単身世帯を対象として、未来洞察を駆使し、様々な未来の兆しから非線形の望ましい未来の暮らしを提案し新たな機会領域の発見を目的としました。

### 提案する未来の暮らし



「パラレルライフ」

個人が所持している専属の AI によって提案される  
想定外の環境での体験や出会いによって  
新しい価値観に触れることができる多拠点での暮らし

## デザインのポイント

### 1. コミュニケーションを促進する触媒としての AI "with"

技術的な進歩によって便利になることが想定できる未来で人々にとっての「豊か」を考え、AI は人が一人でも生きていける便利な世の中をつくるのではなく、人々のコミュニケーションを活性化させる触媒のような役割を果たすべきと考えました。

### 2. 価値観を上げ続けることができる暮らし

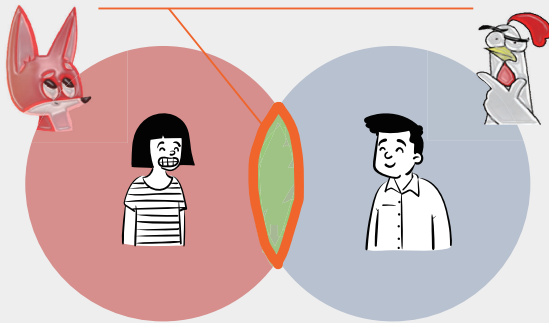
この暮らしは多拠点を想定しており、住む環境は自身で決めません。共に暮らす専属 AI "with" がユーザーにとって最適な環境へと導きます。ユーザーにとって思いがけない環境での暮らしは「想定外の気付き」をもたらし、その人の価値観を上げ続ける。

### 3. 自身の提案を示す動画の製作

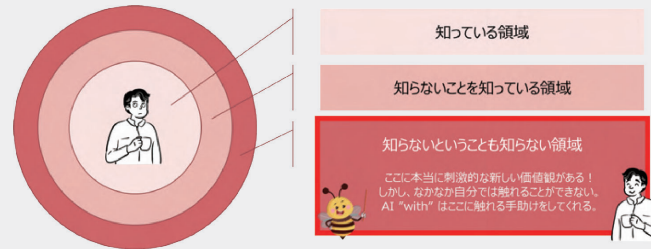
本研究では自身の未来の暮らしをビジュアル化するため動画の製作を行いました。是非ご覧ください。(2:44)

<https://drive.google.com/file/d/1Lj1pKEDIFAuSKdw1SdqD-7rd1JEijgfJ/view?usp=sharing>

共通の趣味や話題を  
見つけてくれる



### 1. コミュニケーションを促進する触媒としての AI



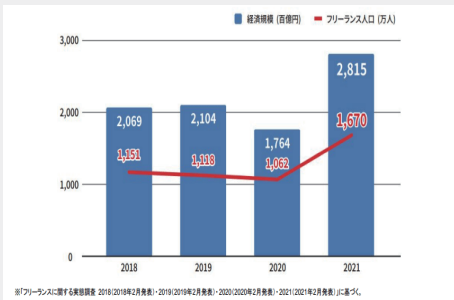
### 2. 価値観を上げ続けることができる暮らし



収集した未来の兆し

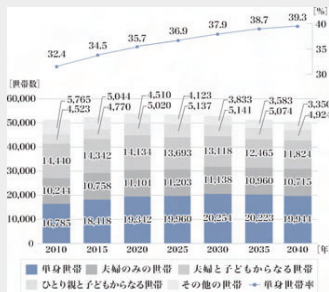
|                 | 多拠点生活が一般的になる | 素を交錯しながら暮らすようになる | 地方での暮らしがコンテンツとして消費されるようになる |
|-----------------|--------------|------------------|----------------------------|
| 無味を楽しむなどの価値に気付く |              |                  |                            |
| 自然コントロール社会      |              |                  |                            |
| 専属AIを所持する社会     |              |                  |                            |

強制発想によるアイデアの創出



フリーランス人口推移

働き方の多様化により  
年々増加傾向。  
2021年時点で  
1,670万人にも及ぶ。



世帯形態の変化推移

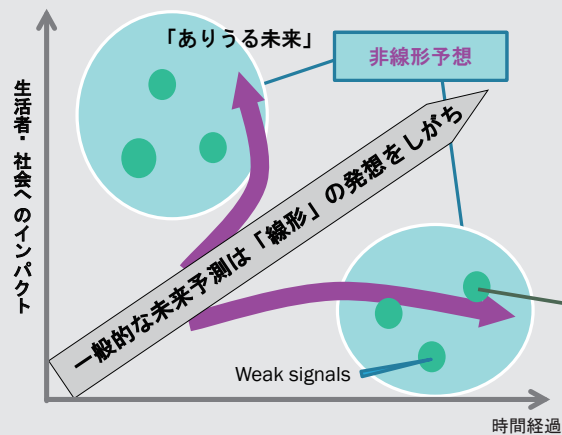
2040年時点で  
単身世帯数の割合は  
約40%にも及ぶ。

## BACKGROUND

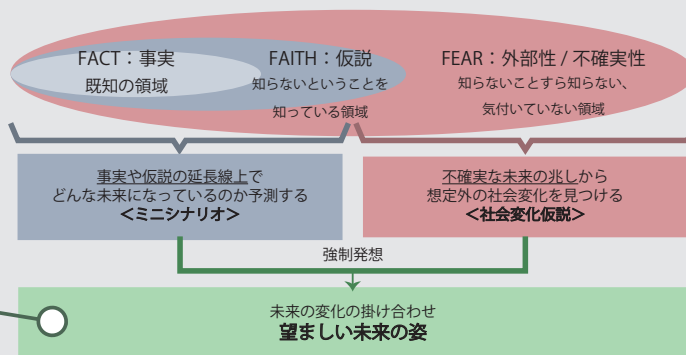
フリーランスの人口増加、単身世帯の増加などの社会変化に応じて人々が求める暮らし方も変化してきている。

— 目的

閉塞的な暮らしになりがちな在宅勤務単身者を対象として中長期的な未来の新たな暮らしを提案することで新たな機会領域を発見すること。



### 1. 未来洞察



### 2. 強制発想

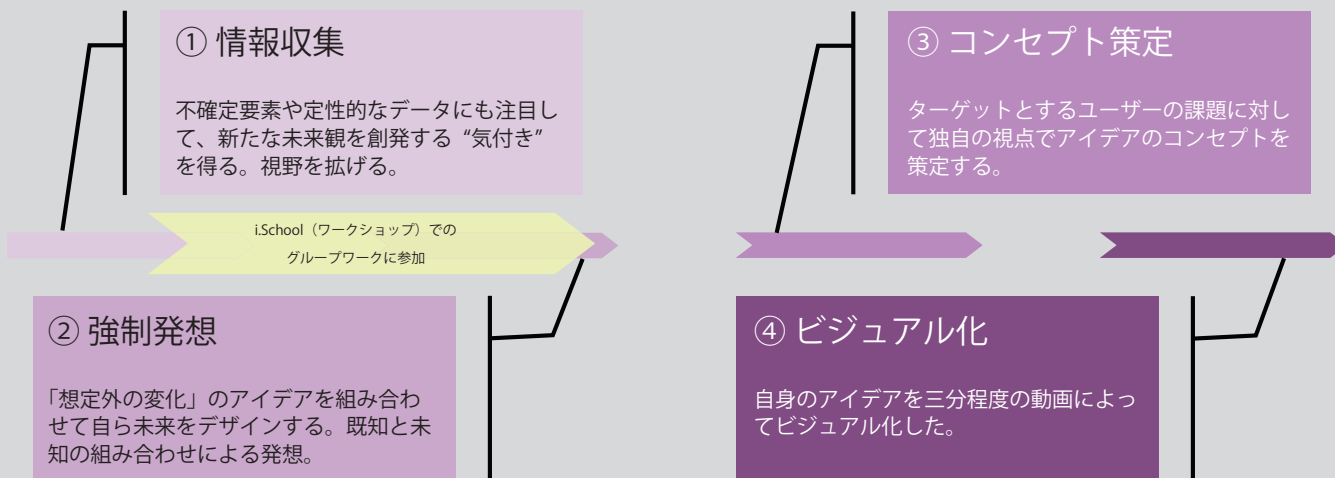
## APPROACH

### 1. 未来洞察

将来の予測が困難な VUCA 時代における未来の潜在的ニーズの探索として未来洞察に注目した。

### 2. 強制発想

未来の望ましい姿を創出する手法としてバイアスに囚われずあらゆる情報を横断的に収集し、新たな未来観を創出できる強制発想に注目した。



## PROCESS

本研究は以下の通り行った。

- ① 情報収集
- ② 強制発想
- ③ コンセプト策定
- ④ ビジュアル化

※一部 i.School でのワークショップの内容を含む。  
未来洞察によるイノベーション創発について株式会社日本総合研究所様がファシリテータを務めるワークショップに参加し学んだ。

情報の領域

FACT: 事実  
既知の領域

FAITH: 仮説  
知らないということを知っている領域

FEAR: 外部性 / 不確実性  
知らないことすら知らない、  
気付いていない領域



3. トレンドカード作成 (計 70 枚)

情報の領域

FACT: 事実  
既知の領域

FAITH: 仮説  
知らないということを知っている領域

FEAR: 外部性 / 不確実性  
知らないことすら知らない、  
気付いていない領域



1. 未来年表作成

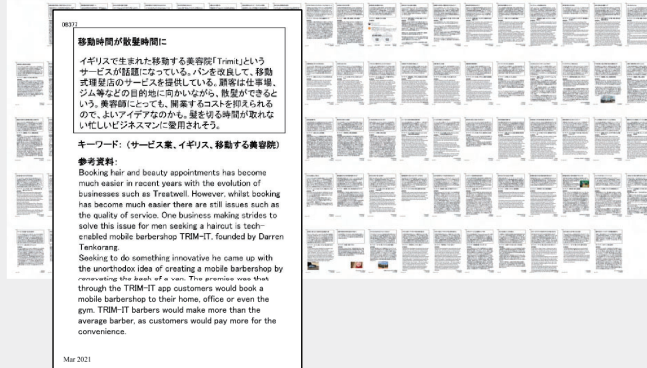
事実や仮説の延長線上で  
どんな未来になっているのか予測する  
＜ミニシナリオ＞

情報の領域

FACT: 事実  
既知の領域

FAITH: 仮説  
知らないということを知っている領域

FEAR: 外部性 / 不確実性  
知らないことすら知らない、  
気付いていない領域



2. スキャニングマテリアル

不確実な未来の兆しから  
想定外の社会変化を見つける  
＜社会変化仮説＞

① 情報収集

1. 未来年表作成

日本と世界でメガトレンドと呼ばれる比較的確実性の高い情報をまとめた2050年までの未来年表を作成した。

※ 研究室で製作

2. スキャニングマテリアル - 変化の兆し - (計 100 枚超)

異分野での技術・ビジネス動向や、海外でのライフスタイルの変化や価値観変化などの情報の要約とコメント (未来への示唆)、タイトルを付けたもの。

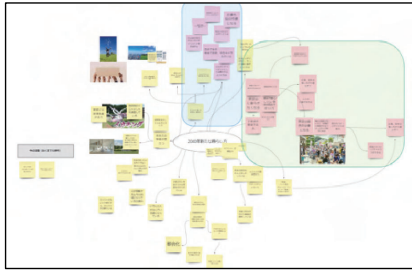
※ i.School を含む

3. トレンドカード作成 (計 70 枚)

自身の研究のテーマに関連のある業界や異分野の動向で新しい「気付き」を得たものをカードとして蓄積。



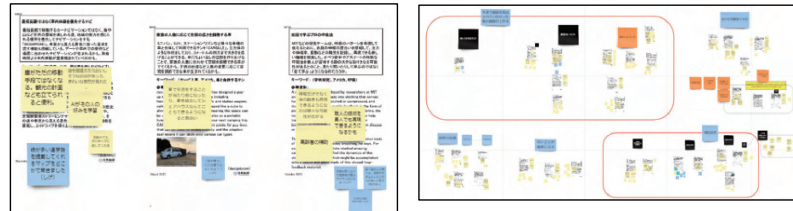
事実や仮説の延長線上で  
どんな未来になっているのか予測する  
＜ミニシナリオ＞



- 1 2040年、多拠点生活が浸透し、多くの人が多拠点での生活を行うようになる。  
具体的には、A2人は、東京・田舎の家をシェアし、時期をずらしながら暮らしている。  
大半の人が47都道府県行ったことがあるようになる。
- 2 2040年、人々は仕事や住まいを交換して暮らしている。  
具体的には、A2人は、東京・田舎の家をシェアし、時期をずらしながら暮らしている。  
A2人とB2人は東京都と田舎、それぞれ別々の場所に暮らしているが、時期になると暮らす場所を交換する。
- 3 2040年、地方での仕事・暮らしがエンターテインメントとして消費されるようになる。  
具体的には、都会で暮らす人が田舎の生活を体験できるサービスが増え、  
地方自治体だけでなく民間主導でもコンテンツが提供されるようになる。

1. ミニシナリオ策定 (3つ)

不確実な未来の兆しから  
想定外の社会変化を見つける  
＜社会変化仮説＞



aの様子

bの様子

- 1 無駄を楽しむなどの価値に気づく  
価値観の変化により、無駄を楽しむなどの価値に気づく。無駄を楽しむことで、生活の質が向上する。無駄を楽しむことで、生活の質が向上する。
- 2 自然コントロール社会  
自然環境をコントロールする社会。自然環境をコントロールすることで、生活の質が向上する。自然環境をコントロールすることで、生活の質が向上する。
- 3 専属AIを所持する社会  
専属AIを所持する社会。専属AIを所持することで、生活の質が向上する。専属AIを所持することで、生活の質が向上する。

2. 社会変化仮説策定 (3つ)

(3×3=9) 強制発想

|                 | 多拠点生活が一般的になる | 家を交換しながら暮らすようになる | 地方での暮らしがコンテンツとして消費されるようになる |
|-----------------|--------------|------------------|----------------------------|
| 無駄を楽しむなどの価値に気づく | ...          | ...              | ...                        |
| 自然コントロール社会      | ...          | ...              | ...                        |
| 専属AIを所持する社会     | ...          | ...              | ...                        |

ミニシナリオと社会変化仮説が  
実際に同時に起こったら...  
話を広げていく

面白い！実現したい！と思う  
アイデアを選出する  
多拠点生活一般的になる × 専属AIを所持する社会

選出した強制発想

② 強制発想

1. ミニシナリオ策定 (3つ)

テーマに関連の深い情報から  
二次、三次の事象へと拡散させてゆく。  
面白い、インパクトのあるモノを  
選出しそれを基にミニシナリオ策定を行った。

2. 社会変化仮説策定 (3つ)

- a. スキャニングマテリアル (SCM) の中から自身の知らなかった情報や、一般に言われている未来像とは異なるインスピレーションが湧く記事を選出する。次に、選出したSCMから触発された未来の可能性や、自身の思い込みをどう壊したかなどのインスピレーションをメモする。
- b. 選出したSCMをKJ法によってグループ化し、情報の整理を行う。  
(KJ法とは、データに注目した理由や背景が似ているものや関連しそうなものを統合し新しい意味づけを行うことである。)

3. 強制発想 (3×3=9通り)

ミニシナリオと社会変化仮説が  
もしも同時に起こったら...?  
面白い、実現したいと思うアイデアを選出

# 選んだ強制発想

2040年、多拠点生活が浸透し、多くの人が多拠点での生活を行うようになる。  
 具体的には、様々な形態の住まいを提供する住まいのサブスクリプションサービスが普及して、  
 大半の人が47都道府県行ったことがあるようになる。

### 専属AIを所持する社会

背景：テクノロジーの発達により現在のスマートフォンのような新しい形として一人一人が専属のAIを所持するようになるのではないかと。

自分でも気付いていない自分の潜在的な部分をAIによって理解できるようになるのではないかと。

結果  
 自分を最もよく知る存在は友人や恋人、家族でもなく自身のAIとなり、AI同士の情報の共有によって人間関係が良好になる。テクノロジーの発達はあくまで生活を便利にして味の無い暮らしにするのではなく今まで暮らしを豊かにする触媒のような役割としての技術開発が進められる。

着想の基になったマテリアル  
 ・無意識なメンタルの異常を検知する  
 ・健康チップによって健康状態を管理できるようになる  
 ・結婚は遺伝子解析して満足できる人だけにする

## 多拠点生活

閉塞的な暮らしになりがちな在宅勤務単身者にとって多拠点での暮らしは相性がいいのではないかと、地方創生にも繋がられる。

## 専属AIを所持する社会

### 着想のもとになったマテリアル

- ・無意識なメンタルの異常を検知できるようになる
  - ・健康チップによって健康状態を管理できるようになる
  - ・結婚は遺伝子解析して満足できる人だけにするようになる etc...
- AIが自分よりも自分をよく知る存在になるのではないかと。

## ③ コンセプト策定

### 1. 世界を広げる

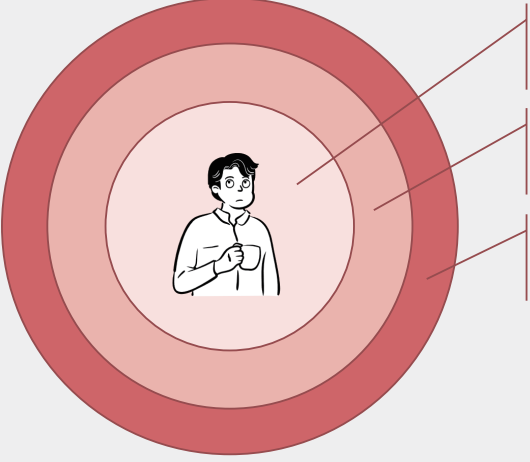
- ・背景（なぜこのアイデアが起こると言えるのか）
- ・変化の中身（どのような変化が起きているか）
- ・テーマにとっての意味（この変化はテーマに対するどのような気付きを示唆しているか）

以上の3点について検討し、まとめた。

### 2. コンセプト

専属のAIによって提案されるユーザーにとって想定外の環境での体験や出会いによって新しい価値観に触れることができる多拠点での暮らし

## 2. コンセプト



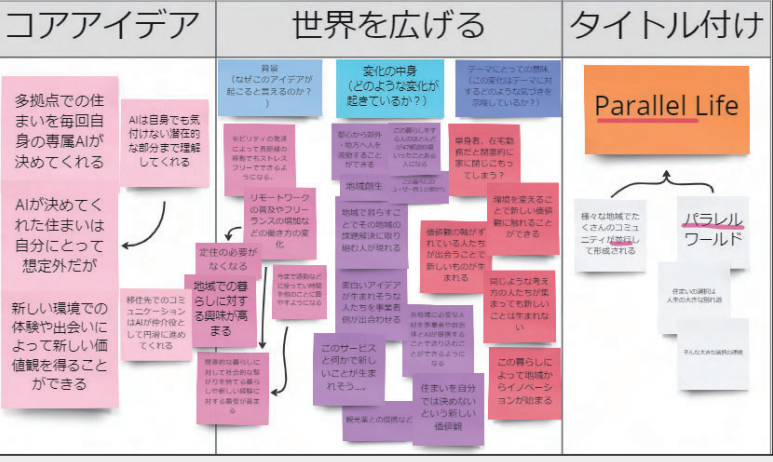
知っている領域

知らないことを知っている領域

**知らないということも知らない領域**

ここに本当に刺激的な新しい価値観がある！  
 しかし、なかなか自分では触れることができない。  
 AI "with" はここに触れる手助けをしてくれる。

専属のAIによって提案される想定外の環境での体験や出会いによって  
 新しい価値観に触れることができる多拠点での暮らし



### 1. 世界を広げる

## ④ ビジュアル化

自身の提案を他者に伝えるため、動画を製作した。

専属のAI ”with” によって提案される想定外の環境での体験や出会いによって  
新しい価値観 に触れることができる多拠点での暮らし

<https://drive.google.com/file/d/1Lj1pKEDIFAuSKdw1SdqD-7rd1JEijgfJ/view?usp=sharing>

please click this area !

※ google chrome ブラウザ 推奨



parallel life