

参加者:

佐藤 那央 (経営管理)
 北野 清晃 (経営管理)
 鈴木 綾 (工学・建築)
 松枝 瑛莉奈 (経営管理)
 砂田 繁樹 (経営管理)
 塩見 準 (情報学)
 長谷川 輝 (生命科学研究科 / ウイルス研究所)

教員・協力:

経営管理大学院 山内 裕
 デザイン学ユニット 北 雄介
 デザイン学ユニット 須永 剛司
 デザイン学ユニット 水野 大二郎
 デザイン学ユニット 寺田 知太

情報学研究科社会情報学専攻 大島 裕明
 経営管理大学院 平本 毅
 KUNIHURO TSUJI Design 辻 邦浩
 株式会社モスフードサービス 千原 一晃
 株式会社モスフードサービス 人見 靖

目的 1: ファストフードのように匿名な客と店員が予測可能なやりとりを通して画一的にサービスを行うサービスを乗り越え、新しいサービスをデザインする。しかし、ファストフードを外在的に (実践の場を離れて) 批判して全く違うサービスをデザインするのではなく、ファストフードを内在的に (実践の場の中から) 批判することを通して乗り越える。

目的 2: 社会がマクドナルド化するというように、ファストフードは現代社会の縮図である。ファストフードを題材として新しいサービスをデザインすることで、新しい社会のモデルを提示することを目指す。しかし、過去に戻るのではなく、歴史の変化を捉えたデザインを行う。

店員がカウンターの前に立って待つ中で客は焦りながら注文する

店に入るとカウンターに行く前に、ゆっくり考えることができる自然な空間を作れないか?

version 1



version 2



そこではむしろ本のようなメニュー表を「読む」体験を作れないか? 健康志向の人のメニュー、家族用メニューなど。

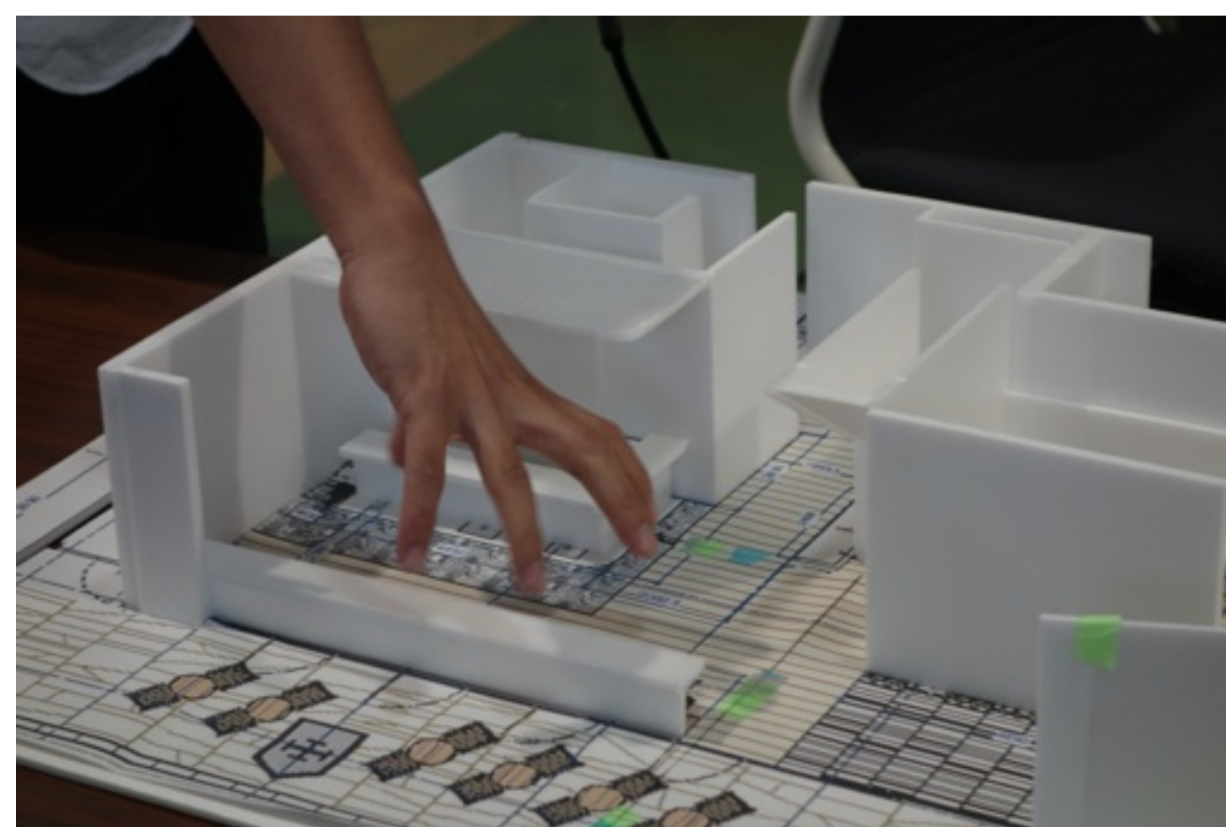


画一的なやりとりではなく、人と人がぶつかりあうようなやりとり

立ち飲みバーのような関係性を作る。
 バーの空間をトライアルしてみる。

実店舗のどこに作るのか。

バーで使われるメニュー。



完全に従業員を排したファストフード

極限までルーチン化したファストフードでも店頭では人が対応している。
 人を排して完全に機械化することで逆に人間的なサービスを作り出せないか?
 ゆっくり考えて、いつ注文してもいい。30分悩んでから注文してもいい。帰る前に、家に持って帰る物も注文しやすい。
 タブレットで注文し、出来上がれば呼び出されて、自分で取りに行く。店員は見えない。
 ドリンクを小さく安くして、何度でも注文できる。ハンバーガーにはペプシ、その後デザートとコーヒー、最後にアセロラマイルドソーダ。。
 片付けをする店員は客の格好をしている。あたかも客が他の客のものを片付けているように見える。自分も片づけないと。。

社会の内在的批判としてのサービスデザイン。実際に展開できるようなデザインを考える。早めにトライアルしてデザインサイクルを回す。