

# Unknown Meets Ethnography



We go out to the site and make ourselves possessed by the site to reveal , visualize , and structure the latent essential information through a muddled approach of deep observation .

# Unknown Meets Ethnography

代表

梅中美緒

建築エスノグラファー

世界100ヶ国以上を旅するバックパッカー。

日建設計社員でありながら、2018年よりWorking Travelerとして『旅をしながら働く』を実証実験。

ライフログやバイタルデータを取得しながら世界の働き方を観察しそのフィードバックを日本100拠点以上のシェアオフィスや、多くの企業のワークスタイルデザインに活かす。2020年にガラパゴス諸島から帰国後、日本全国を多拠点生活しながらアドレスホッパーサラリーマンとして働く。

2021年「投げ銭ハネムーン」を開催し、静岡県函南町へ移住。

2022年Unknown Meets Ethnography創業。

事業内容：

①エスノグラフィー（定性調査）業務

観察・密着取材・フィールドワーク・インタビュー

②ナラティブデザイン業務

ストーリーメイク・仮説構築・施策提案・アイデア出し

③ドローイング&記述業務

空間スケッチ・イラストレーション・漫画・コラム制作・小説・アート

④ピンチヒッター業務

ファシリテーション・壁打ち・グラフィックレコーディング・ロケーションハント・ツアーガイド

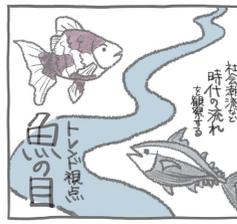
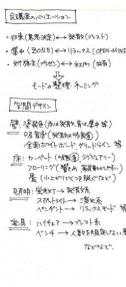
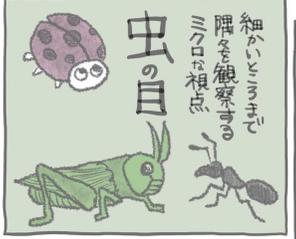
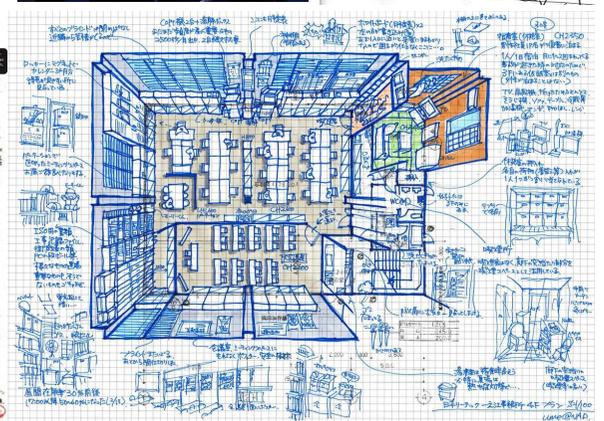
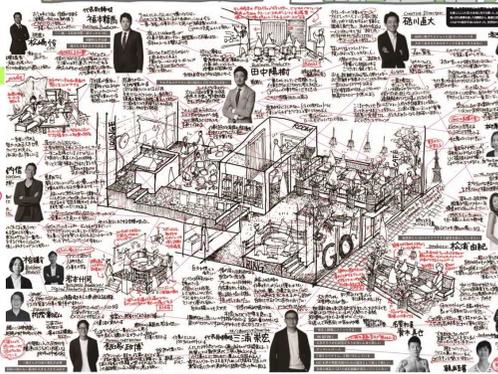
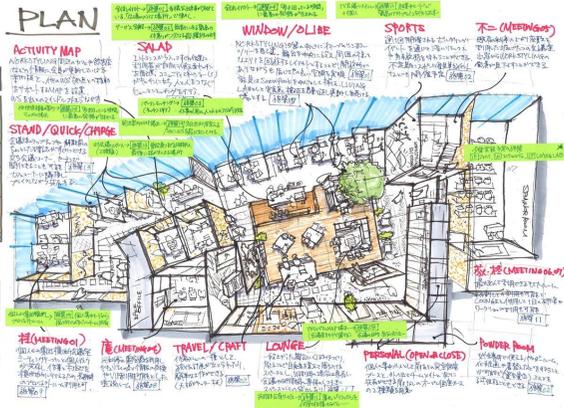
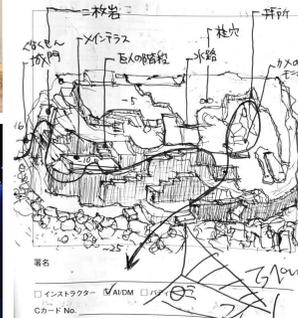
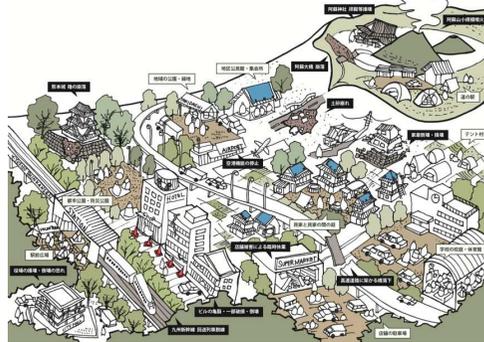
主な取引先：三井不動産、GO.inc、NEWPEACE、日建設計 他

資格：一級建築士、応急危険度判定士

所在地：静岡県田方郡函南町上沢952-38

掲載・アワード：PEN2021年9月号「新しい住みかの見つけ方」特集、Livhub、WORKMILL、IT MEDIA、マイナビニュース等





## ETHNOGRAPHY

エスノグラフィー

観察・密着取材・フィールドワーク・インタビューなど調査・分析

■180,000円／1日（税抜き）※リサーチ日数の約2倍の日数をまとめて作業に頂きます。

## NARRATIVE DESIGN

ナラティブデザイン

ストーリーメイク・仮説構築・施策提案・アイデア出しなどデザイン

■240,000円／1日（税抜き）

## DRAWING & DISCRIPTION

描写／記述

空間スケッチ・イラスト・漫画・小説・アート・コラムなどアウトプット

■時価（内容によりご相談）

## PINCH HITTER

ピンチヒッター

ファシリテート・壁打ち・プレスト・ロケーションハント・ツアーガイド  
写真撮影ディレクションなどここぞというときのスーパーサブ

■45,000円／1時間（税抜き）又は300,000円／1日（税抜き）

### 別途実費について

下記費用については、別途実費を請求致します。

1. プロジェクトに伴い発生する交通費、および宿泊費
2. 該当プロジェクトに必要な機器、ソフトウェアなどの購入費
3. その他、プロジェクトに関連し予めクライアントがその要を認めた費用

### お支払い条件

- ・ 契約完了月末締め、翌月末払い（現金のみ）
- ・ 6ヶ月を超えるプロジェクトに関しては、予め取り決めた中間地点にて半額のお支払いをお願いします。



# APPROACH



# What's Ethnography

エスノロジー (民族)  
+  
グラフ (誌)

エスノグラフィー = 民族誌学

ビジネスアンソロポロジーとも言われています。



**THICK**

Experiences  
Emotions  
Opinions  
Motivations  
....

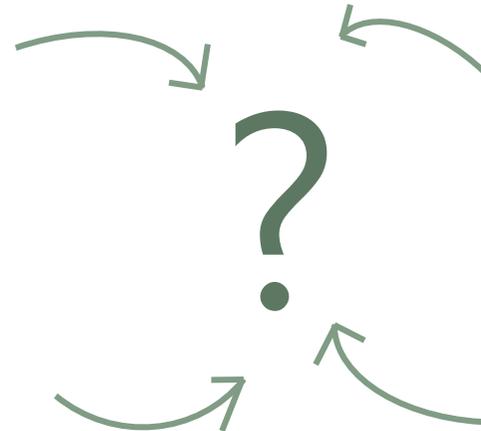
**BIG**  
Behavioral Data  
(e.g. location tracker)  
....



**CITY**

**BIG**

Traffic  
Temperature  
Humidity  
Waste  
....



## そもそも文化人類学 (アンソロポロジー) って？



クリフォード・ギアツ  
Clifford Geertz, 1926年8月23日 - 2006年10月30日  
アメリカ合衆国の文化人類学の第一人者

人類学は「文化」の意味を探求し、**解釈**するための学問であると主張した。

異文化の中に入り、現地の人々と密接な関係を作り、**広範な「文化」の知識を手に入れて、**

**「厚い記述(thick description)」**  
(調査を行っている集団に関するできる限り詳しい記述)  
の民族誌を書くことが、人類学者の仕事であるとした。

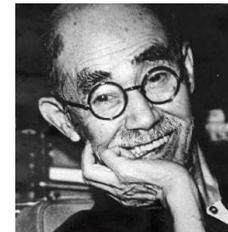
文化人類学



南方 熊楠

1867年-1941年 和歌山生まれ。  
博物学者、生物学者、民俗学者。  
大学予備門(現東京大学)を経て米英に留学、動植物学・人類学などを学ぶ。  
帰国後は和歌山県の田辺に住み粘菌・民俗学研究に没頭。民俗学的な著書やノート・日記が多く残されている。分野の枠を超えた学者として知られる。

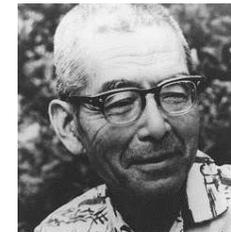
文化人類学



柳田 國男

1875年-1962年 兵庫県生まれ。  
日本民俗学の開拓者。  
農商務省に入り、法制局参事官、貴族院書記官長を歴任後、朝日新聞社に入り国際連盟委任統治委員も務める。  
「日本人とはなにか」の問いを追い求め日本列島や日本領外地を調査旅行。  
1951年文化勲章受章。

考現学



今 和次郎

1888年-1973年 民俗学研究者。  
民家・服装研究などで業績があり「考現学」を提唱し、建築学、住居生活や意匠研究などでも活躍。東京美術学校出身の画家でもあった。  
早稲田大学理工学部建築学科で長く教壇に立ち、日本生活学会会長、日本建築士会会長も務める。

エスノグラフィー

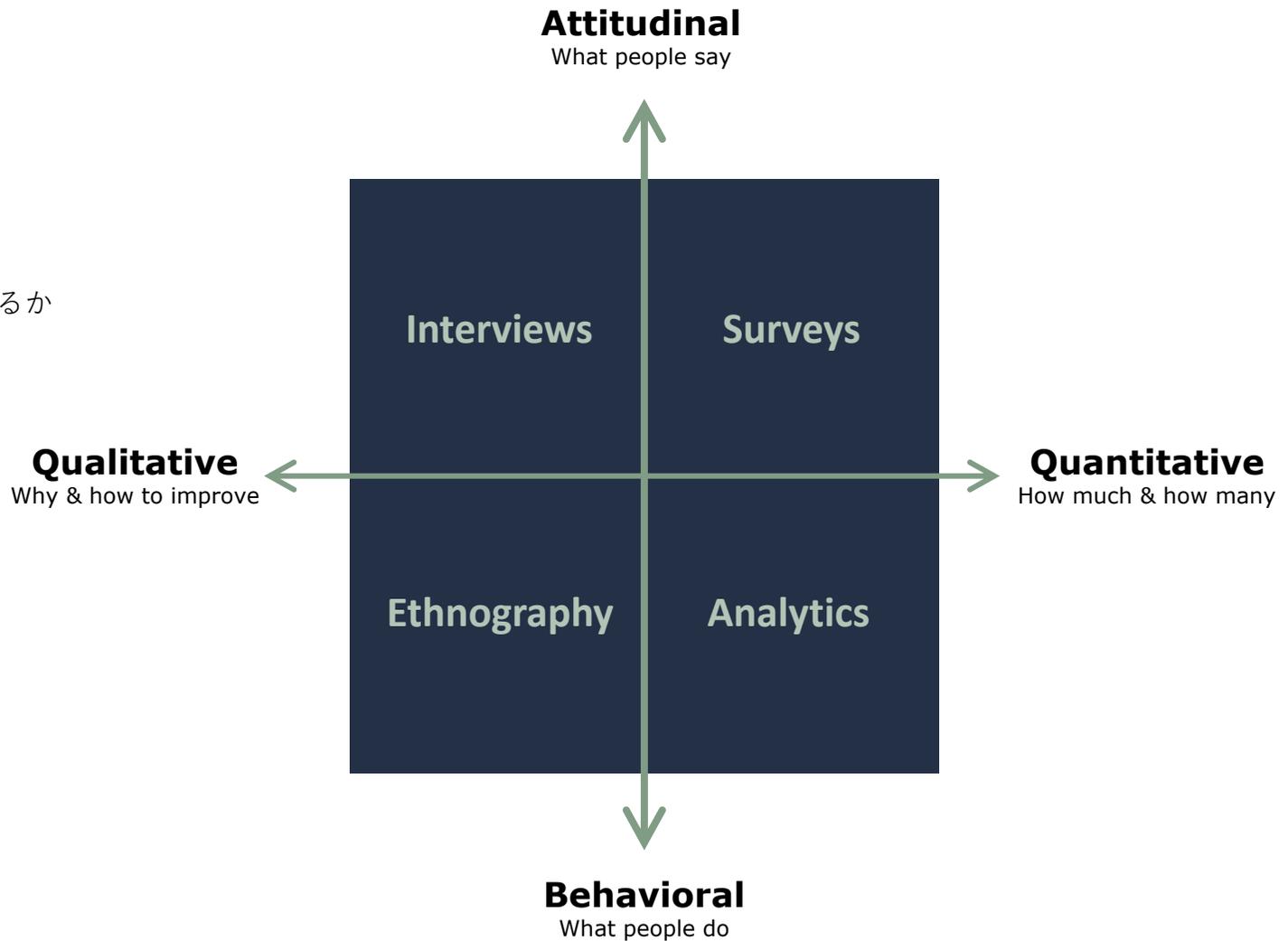


佐藤 郁哉

1955年生まれ。一橋大学名誉教授。社会学者。  
2000年前後より学術出版および学術コミュニケーションに関する社会学的研究を開始。専門は大衆文化のフィールドワークで、暴走族と生活を共にして書いた著書『暴走族のエスノグラフィー』が有名。

# What's Ethnography

- ・人を対象としていること
- ・確定しないという状況をいかに泳ぎ続けられるか
- ・ **深さ ≠ 厚み 厚みのあること**  
(視点の多さ、角度の広さ) が重要
- ・ **測量点は3点以上** であること = 面になる
- ・ 地味なこと
- ・ **自分が測定器** になること
- ・ **Judgmentalでないこと**
- ・ **この人が調査したということそのものが Evidence** であること



# INPUT OUTPUT





## INPUT

### 質的調査

<b>ユーザー観察</b>   文化人類学的分析	<b>観察対象の「らしさ」の抽出</b>
—業務レクチャー	(組織構成全体の把握・関係性ビジュアライズ・観察対象の設定)
—フィールドワーク	(対象となる場における俯瞰的な現地調査)
—ウォークアラウンド	(観察対象者の個人活動・日常行動の観察)
—密着取材・潜入調査	(仮説を立てたキーアクティビティを行う対象者の行動追跡)
—定点観測	(仮説を立てたキーアクティビティが行われる場の事象観察)
—動画／フォトダイヤリー	(観察対象者が自ら記録した普段の生活の観察)
—参与観察	(観察対象となる組織構成が行う活動への同化)
—ユーザーインタビュー	(観察対象者個人またはグループへの聞き取り調査)
—ワークショップ	(望ましい姿を描く過程とアウトプットの観察・分析)

<b>他者の観察</b>   アートの分析	<b>アナロジーを通じて得られるインスピレーションの獲得</b>
-----------------------	----------------------------------

—トップインタビュー	(観察対象組織のビジョン・ベクトルを知る)
—レジェンドインタビュー	(観察対象者の前身となるプレイヤーの聞き取り調査)
—エクストリームインタビュー	(ベンチマークとなる特殊なユーザーの聞き取り調査)
—アナロジーツアー	(間接的に参考になる類似事例の場や空間の観察)

### 量的調査

<b>環境分析</b>   統計学的分析	<b>定量的な検証により立ち位置を知る</b>
----------------------	-------------------------

—BIGデータ解析
—業界・競合分析
—ペルソナ分析
—戦略的アンケート調査
—トレンド調査

<b>時代・社会分析</b>   人文学的分析	<b>大局を見た思索により潮流を把握する</b>
-------------------------	--------------------------



## OUTPUT

### RECORD 記録

#### REPORT

- ・調査の記録レポート
- ・ワークショップ等の速記録 (文章／写真)

#### MOVIE

- ・撮影記録
- ・とりまとめたインタビュー映像

### DESCRIPTION 記述

#### GRAPHIC RECORDING

- ・ワークショップ等の速記録 (絵)

#### NARATIVE INFORMATION

- ・小説・漫画
- ・フィールドノート

#### DRAWING

- ・観察対象の事象や関係性を絵画／イラスト化

### STRUCTURIZATION 構造化

#### DIAGRAM

- ・観察対象の事象や関係性を図示／抽象化

#### HYPOTHESIS

- ・調査結果から導き出される仮説構築／問題提起
- ・目指すべき方向性の設定

### ANALYSIS 解析

#### DATA VISUAL GRAPHIC

- ・分析結果の視点を抽出して評価
- ・分析結果の考察を抽象化して図示



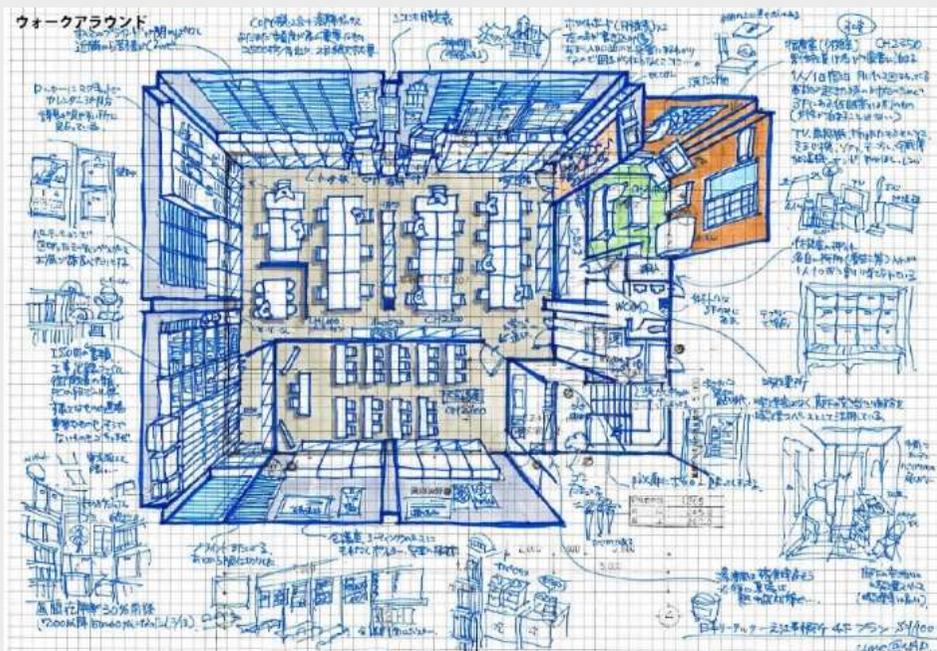
## ユーザー観察

※クライアントコンディションとプロジェクトの状況に合わせて、調査・分析手法及び成果物の調整をしていきます。

### Field Work Investigation

## フィールドワーク

- 対象となる都市・建築・空間・場における現時点の状態を、俯瞰的に観察・調査します。



### Walking Around Investigation

## ウォークアラウンド

- 観察対象者の個人活動・日常行動の観察を通じて、企業に潜在する文化やユーザーの価値観などを明らかにします。プロジェクトの本質に通じる問いを探します。



### User Observation

## 密着取材

- 実際に出来る場や空間の類似事例や、直接的には無関係に見えるけれども、実現したいユーザー体験を生み出していると思われる場や空間を実際に体験し、観察します。
- 場合によってはステークホルダーや意思決定者とともに場を体験することで、望ましい状態の言語化を共有知とします。





## ユーザー観察

※クライアントコンディションとプロジェクトの状況に合わせて、調査・分析手法及び成果物の調整をしていきます。

### Participant Observation

#### 参与観察

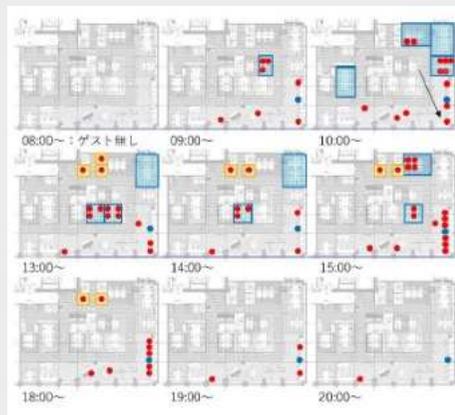
- 観察対象となる社会や集団内で一定期間以上入って生活しながら実態や情報を収集します。



### Fixed Point Observation

#### 定点観測

- 観察対象となる場や、類似施設に一定の期間滞在し、ユーザーの使い方の変化を記録します。
- ユーザーの行動を比較的定量的に記述する手法として有効です。



### Workshop

#### ワークショップ

- プロジェクト関係者やステークホルダー、実際に利用するエンドユーザーらとともに、その街や場、集団らしさを抽出します。



### Interview

#### インタビュー

- 観察対象者であるユーザーへの聞き取り調査を行います。
- 基本的に個人単位で行いますが、状況によっては最大4名程度のグループ単位で行うことも有効です。
- オンライン実施は、観察対象者がリラックス出来るため、素の状態での情報を抽出できることが多いです。





## 他者の観察

### User Observation アナログツアー

- 実際に来れる場や空間の類似事例や、直接的には無関係に見えるけれども、実現したいユーザー体験を生み出していると思われる場や空間を実際に体験し、観察します。
- 場合によってはステークホルダーや意思決定者とともに場を体験することで、望ましい状態の言語化を共有知とします。

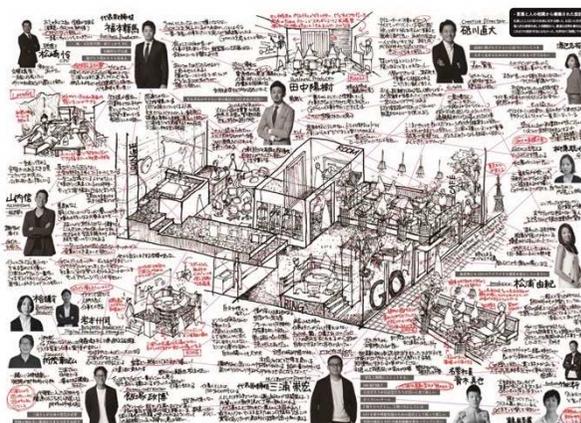


### Interview 各種インタビュー

- ベンチマークとなる特殊ユーザーや、異なる業界のトップ人材の多様な視点を抽出し、プロジェクトが進むべき方向のヒントを探るエクストリームインタビュー。
- 組織のベクトルを知るためのマネジメント層向けのトップインタビュー
- 組織の文化や歴史を探るための前身のプレイヤーを対象としたレジェンドインタビュー



## 記述サンプル (例)

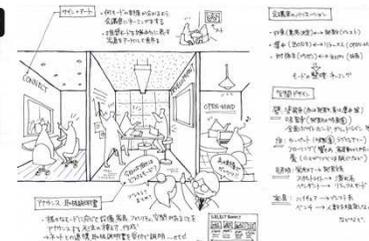


答えがひとつではない世界を  
いったりきたり一緒にいったり  
違う方向から見てみたり

コントラストの効いた状態ではなく、  
グダグダにシームレスに。

どっつかずの間のどこかを、  
ふと思い立った時に横断したり振り返って見たり、  
視点を密着して覗き込んで見たり、  
立ち位置を変えて見たり。

ゼロヒックではなく、YES NOでもない、  
様々な立場に立った時に見えるそれぞれの世界が、  
仕事へのモチベーションになっている。



未完成	破綻	自由	越境	多中心
つくりきない面白	色んな見え方	寄り添うような	衝突や折れ	どこにいても建設
多様	共存	創発	ユーモア	多義

パラパラのまっさら一掃に 書きこととしてもう一掃 ひとつ目みる たくさんしちゃう 誰かが笑っていい

An aerial photograph of a wide river valley, likely the Colorado River, showing winding waterways, agricultural fields, and urban areas. The sky is clear blue, and the wings of an airplane are visible in the upper right corner. The word "WORKS" is overlaid in large white letters.

# WORKS

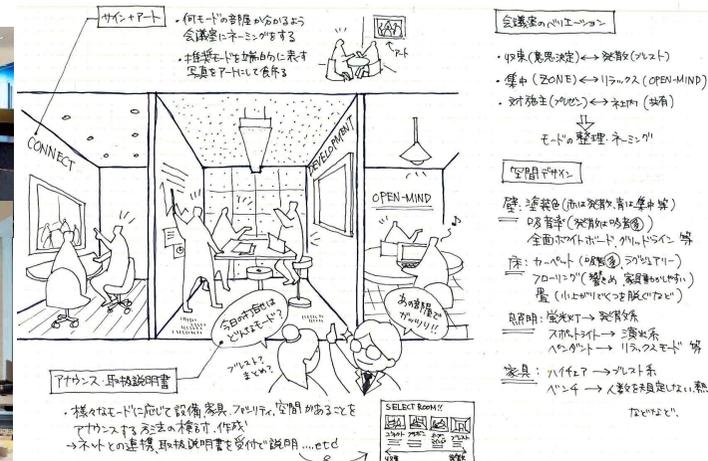


# WORKSTYLING

日本の新しい働き方を実現するための法人向け多拠点型シェアオフィスプロジェクト。  
 2016年よりプロジェクトに参画し、時代潮流分析やユーザーインタビュー、データ分析やワークショップを重ね、全国100拠点以上の各拠点において、特徴的な場所や空間の特性を最大限に引き出す多様なデザインを仕掛けるとともに、空間・戦略ディレクターとして6年以上の長期間継続的に携わっています。

## ■実行した調査/果たした役割

- 空間・戦略ディレクション (全国100拠点以上)
- ユーザーインタビュー (全社員及び役員対象)
- 定点観測・分析 (データ及び現場観察の両側面)
- 時代潮流分析・ワークショップから次期戦略立案
- 空間デザイン・設計支援および現場PRデザイン監修 他





# 日本リーテック／ワークスタイルデザイン

ホワイトカラーのオフィスを対象とした議論や考察がほとんどである中、世の中の45%を占めると言われているブルーカラーや、営業所と現場を往来するような組織・チームを対象としたプロジェクト。徹底的なエスノグラフィ調査から導いた特徴的な文化を生かしながら能動的に働くためのアイデアとして、プロダクトからコト、スペースの提案まで大小様々なスケールの60種類のデザインアイデアを提示しました。

## ■実行した調査／果たした役割

- ・ 密着取材・潜入調査（複数事業部における工事現場）
- ・ フィールドワーク（複数事業所の使われ方調査）
- ・ アナロジーツアー（間接的に参考になる場の見学）
- ・ 調査結果のビジュアライゼーション（可視化・構造化）
- ・ デザインアイデア提案

## 4 | インサイトから得られたデザインアイデア

働き方のテーマ

テーマ2: 「自分の場所」として使いこなす

15: 自分の場所としてのロッカースペース

18: 自社らしい雰囲気の中で働くためのオリジナル家具

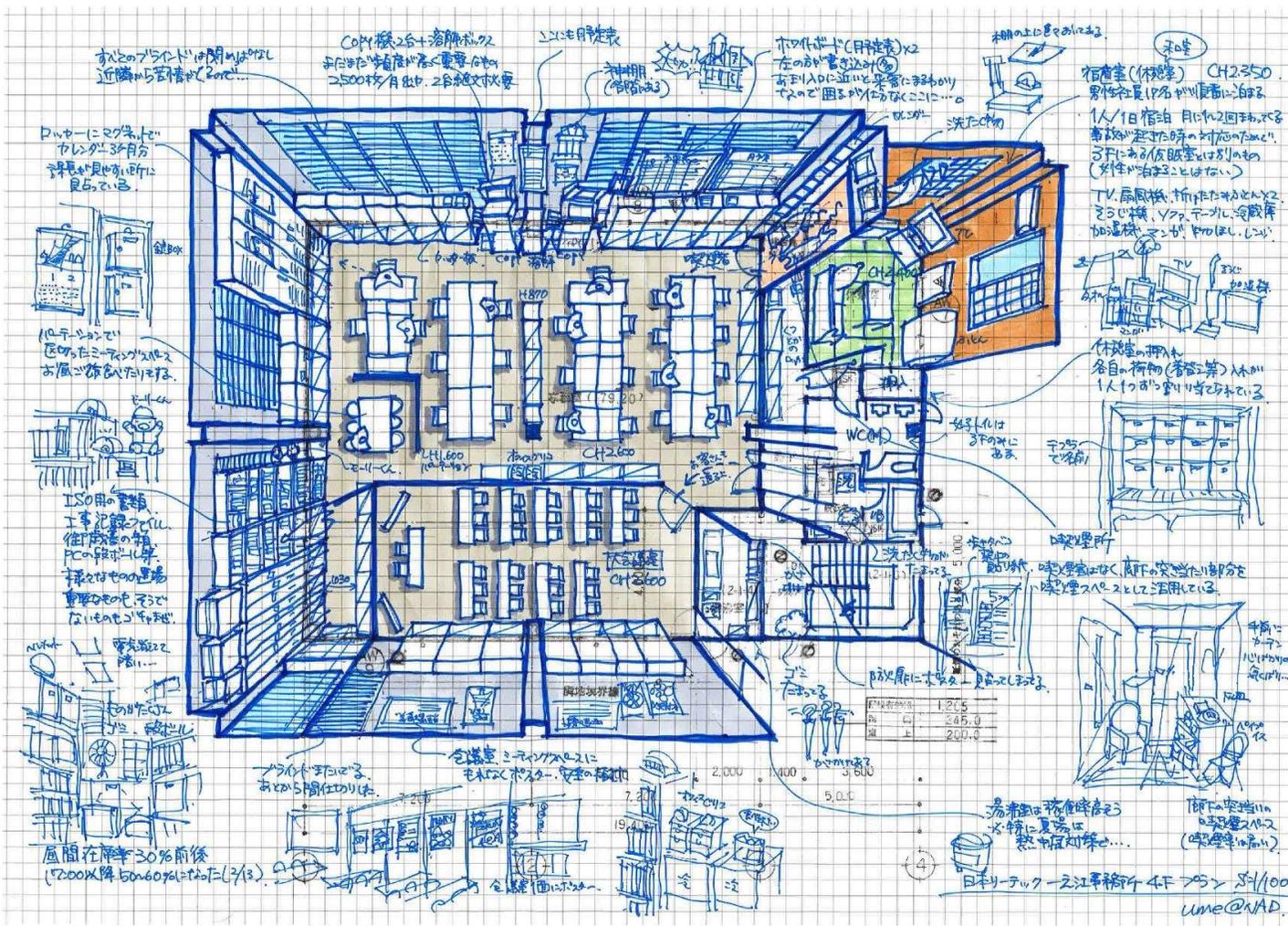
難易度 ★★★

難易度 ★★☆☆



リーテックのみならず常に現場に出ているため、デスクの足を荷物置き場にしてほとんどとして機能しておらず、ロッカーだけは毎日利用している様子を見ました。ロッカーで仕事ができるようになれば、仕事の効率も上がると思います。

リーテックの仕事にまつわる道具や資材を利用して、オリジナルの家具を作成してはいかがでしょうか？ 敷設上のちょっとしたベンチや休憩スペースをリーテックらしい雰囲気で見出すことが出来、商品として売り出すことも将来的にあるかもしれません。



# Working Travel 「旅をしながら働く」実証実験

「旅をしていると、仕事のクリエイティビティが高まる」という仮説のもと、サラリーマンとして旅をしながら働く実証実験を2018年から世界53カ国で実施。仕事を「クリエイティブワーク」「ルーティーンワーク」「ライフワーク」の3分解し、働く場所を「本社」「移動中」など5つに分類。定量的数値に置換しながら自身の変化への観察を続け、国内プロジェクトに空間・場・仕組みのデザインとして実装しました。

## ■実行した調査/果たした役割

- 潜入調査 (60箇所以上のシェアオフィス・コワーキング)
- フィールドワーク (世界53カ国での働き方観察調査)
- クリエイティブ&ルーティーンワーク仮説
- ライフログ&バイタルデータ分析
- 空間・場・仕組みのデザインへのフィードバック
- 各種講演会

