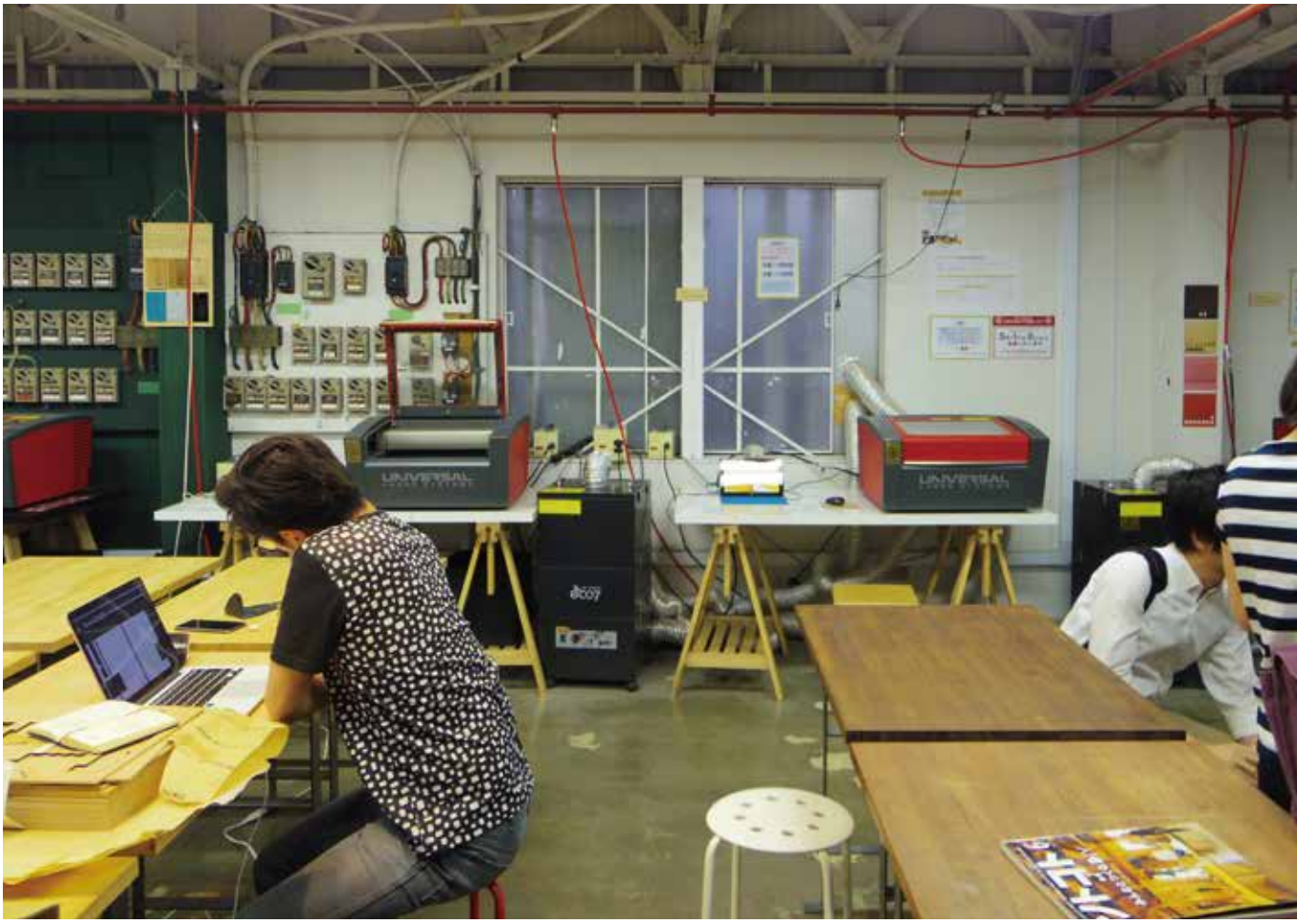
FIELDWORK

ここではコンソーシアム第3回と第4回で共有された
フィールドワークの様子を報告する
（写真はすべて調査者による）。
主な対象地は、ファブエコノミーの結節点となっている
工房やコワーキングスペースなどである。
ここでの成果は合宿時にステークホルダーマップとして
まとめられ、さらなる現場の理解に役立てられた。

Makers' Base
Personal Brand Supporter


UNIVERSAL
UNIVERSAL

TOKYO-GRAPH

THUMPERS

&Fab
&Fab

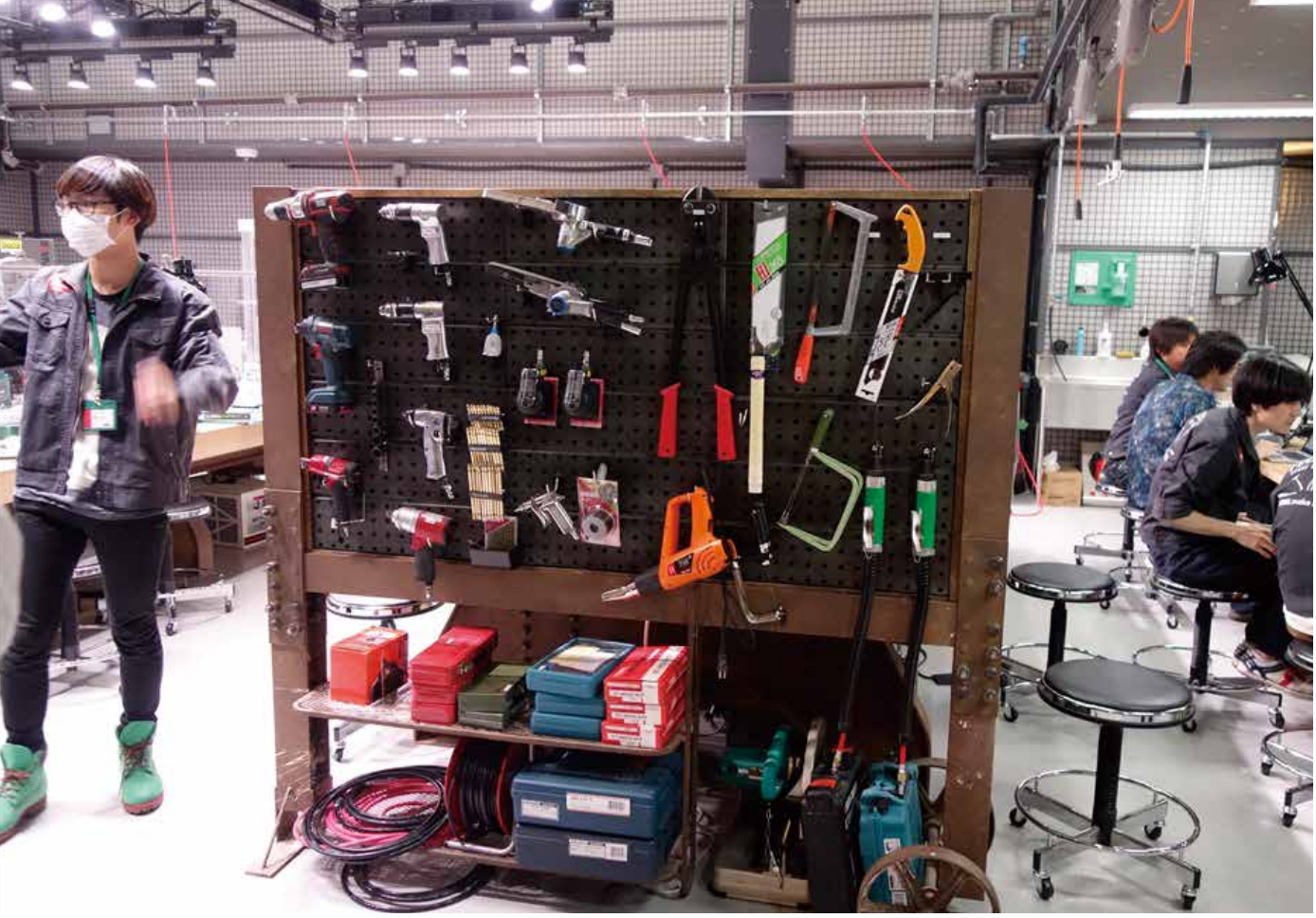
&Fab

ORIGINAL
STAMP KIT
Kits made by laser cutter

CUSTOMIZED
by
laser cutter!

FRONT
AKIBA

MM800



YAMAHA

IWAMA
5axis compact machining center
MM300R-5

SHONAN T-SITE

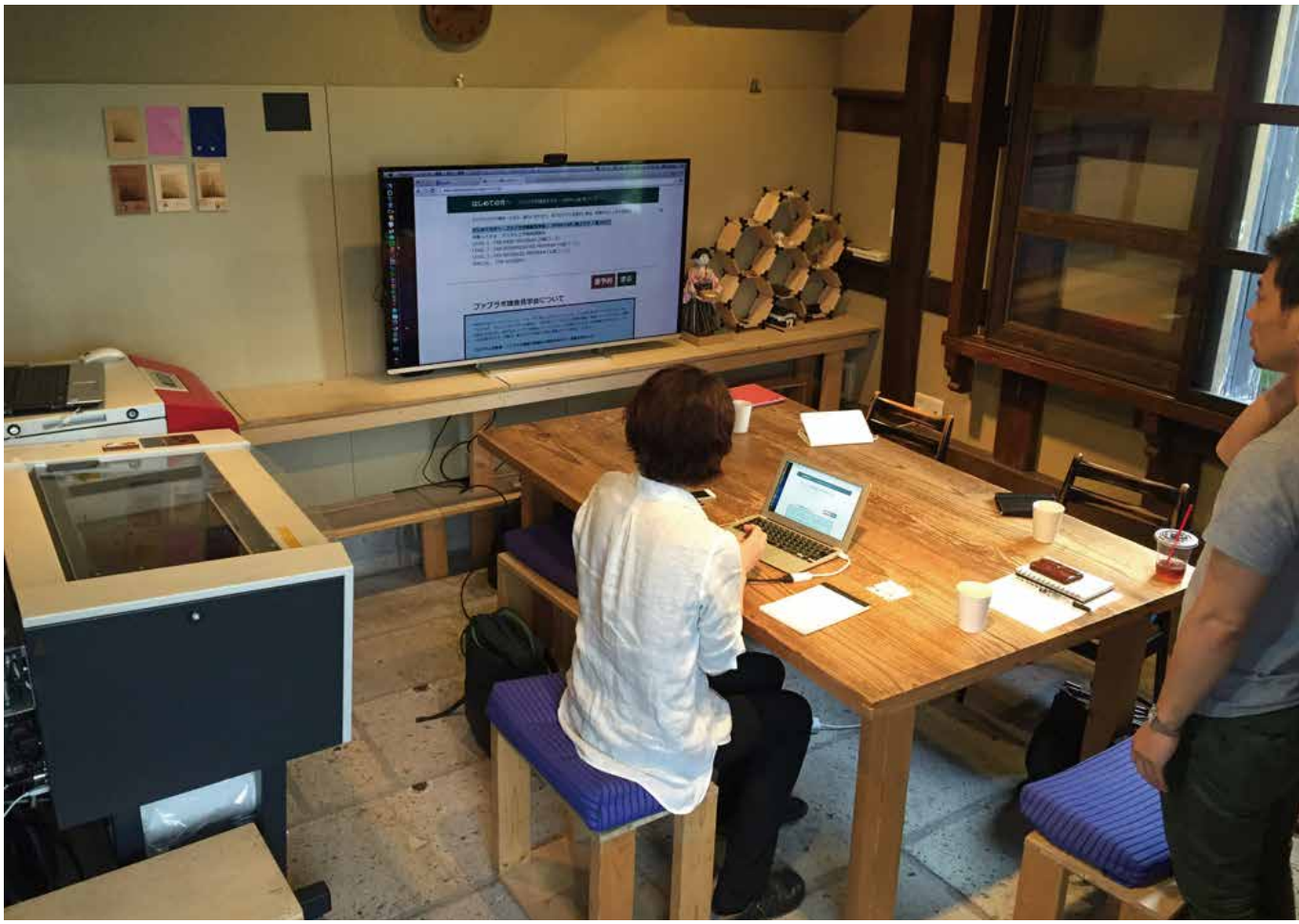
FERMENT
食とものづくり
スタジオ
WORK SHOP

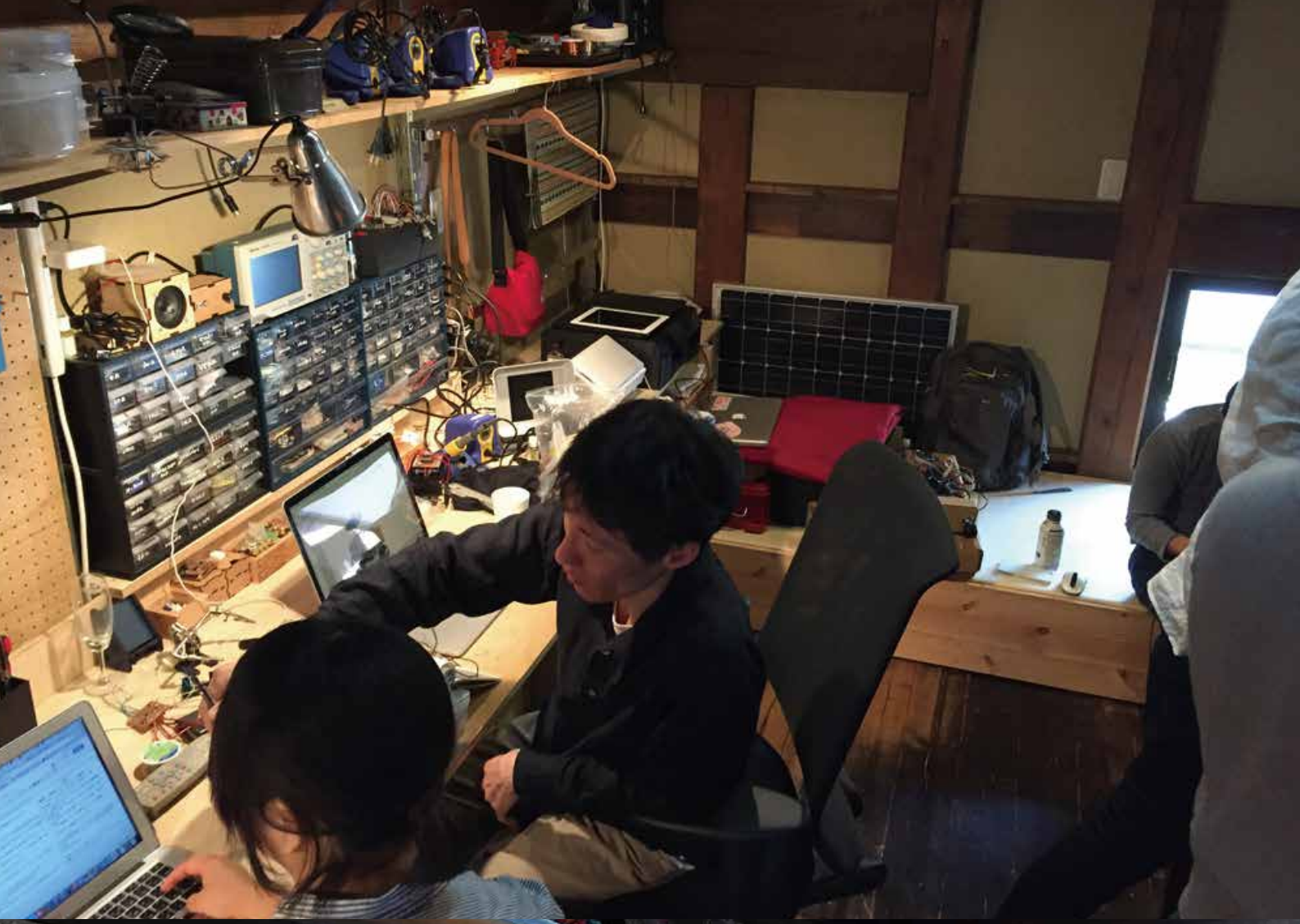
SQUARE Gallery
FERMENT
OPEN

つくり手
に
つなげる

JANOME

FabLab
kamakura





Fab Trip

皆様の明るい生活と幸せの友
ダイシン百貨店
SHISEIDO
MAXFACTO
SOFINA
Kanebo

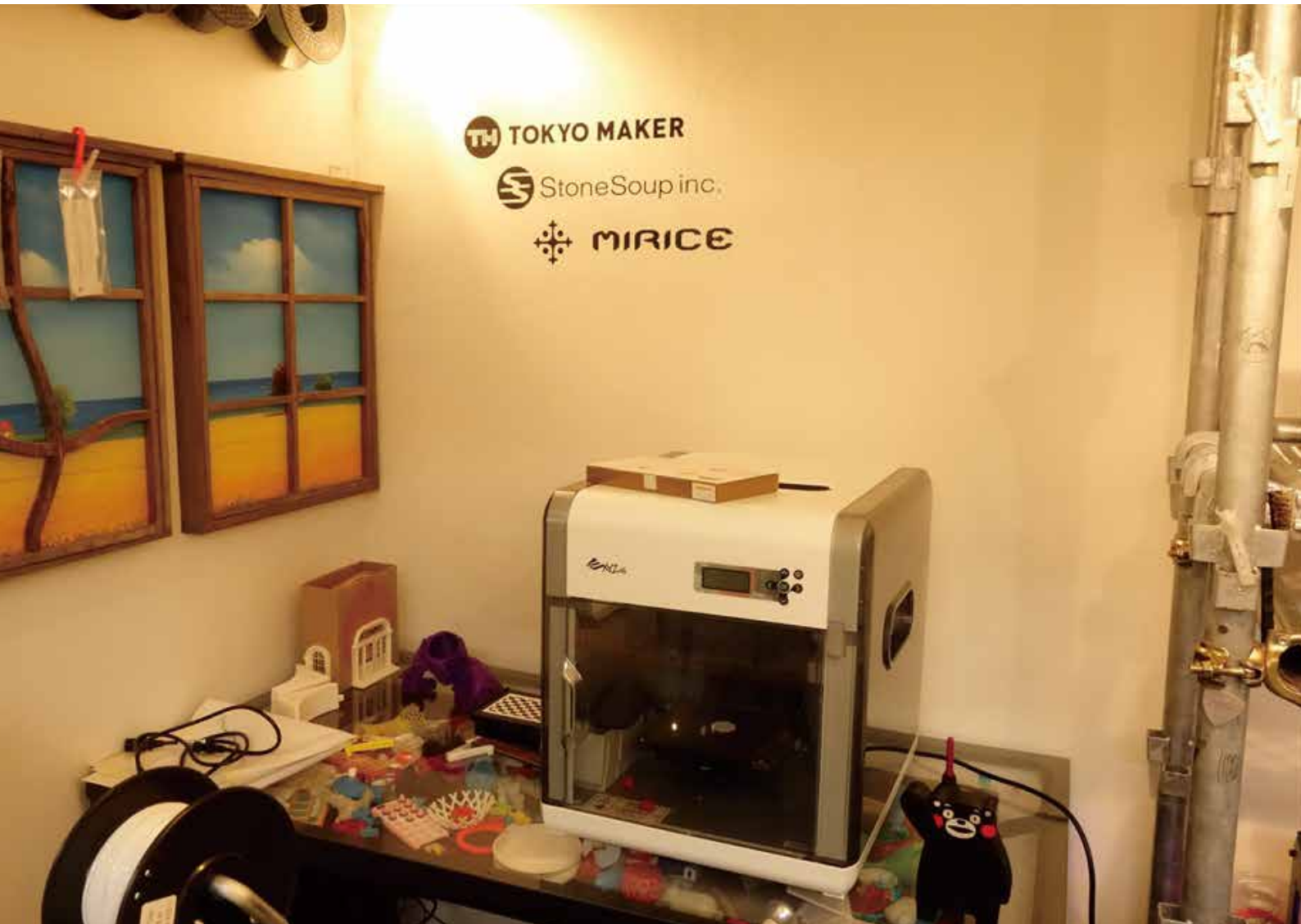
禁煙
SORRY

共に生きる
翔子

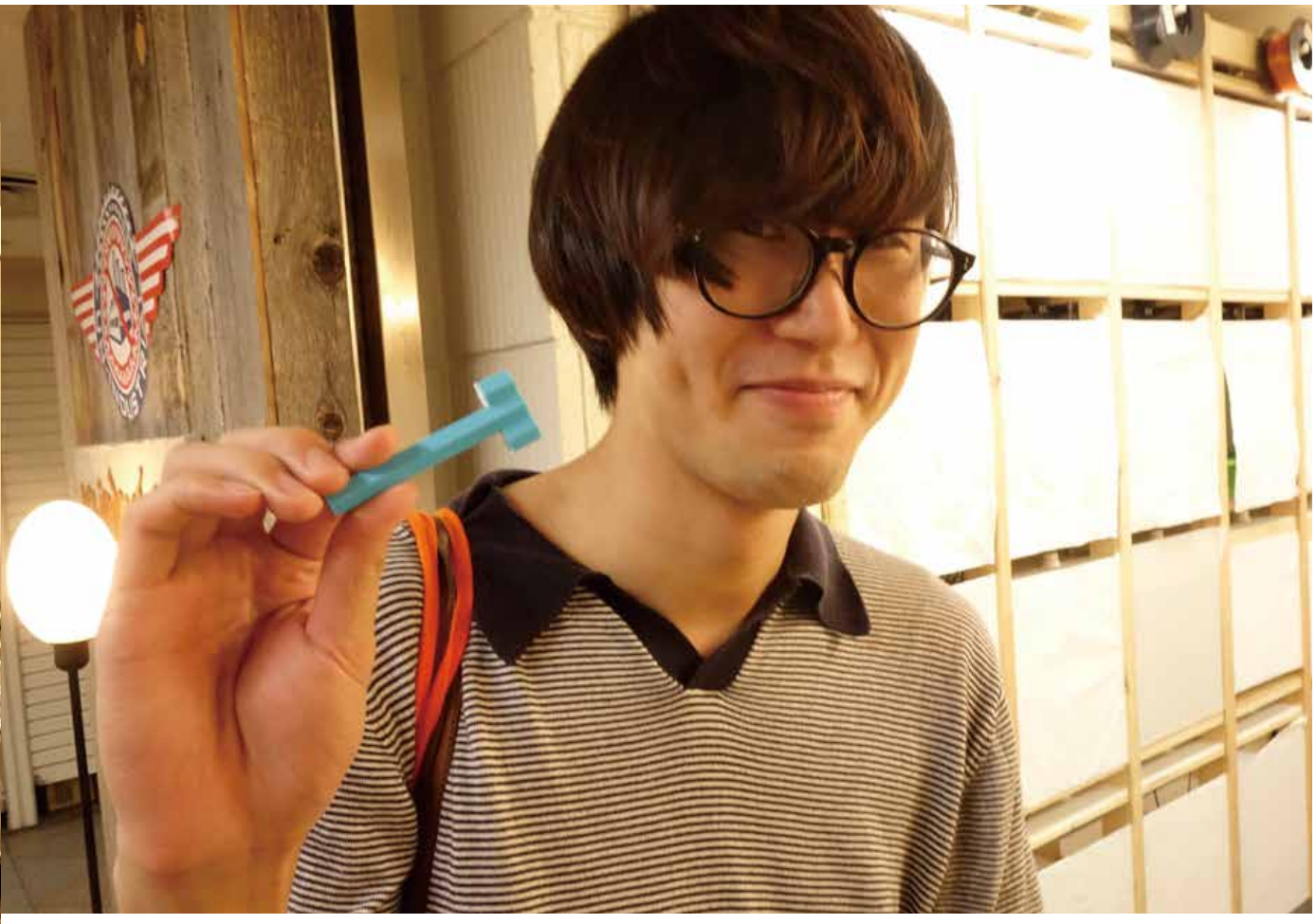
RYOBI

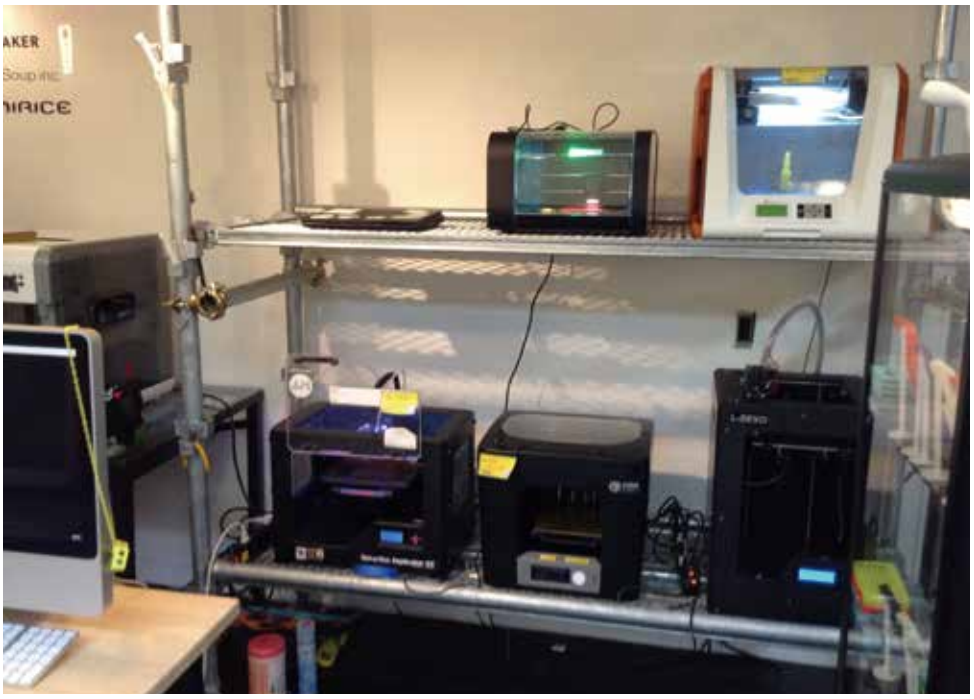
毎日いつでも
シャンプーブロー
¥2600
シャンプードライ
¥1600
平日限定
小学生 ¥1400
中学生 ¥1900
高校生 ¥2400
平日限定
70歳以上の方
シルバーカット
¥2100
顔周りだけ気になる・・・
全体を染めるには、まだ早すぎる・・・
急なお出かけ！
とりあえず見える所だけでも！
ハーフカラー(根の前半分)
¥3100
Tゾーンカラー
(顔周りと分け目) ¥2100
ご紹介割
初めてのお客様を、ご紹介頂きますと
ご紹介した方・ご紹介された方
共に
20%OFF
お会計は
現金(金)
のみとさせて
いただきます。
メニュー表

「あッ 3Dプリンター屋だッ!!」
TOKYO MAKER
StoneSoup inc.
MIRICE
3D Touch


TOKYO MAKER
StoneSoup inc.
MIRICE

uni-industrial





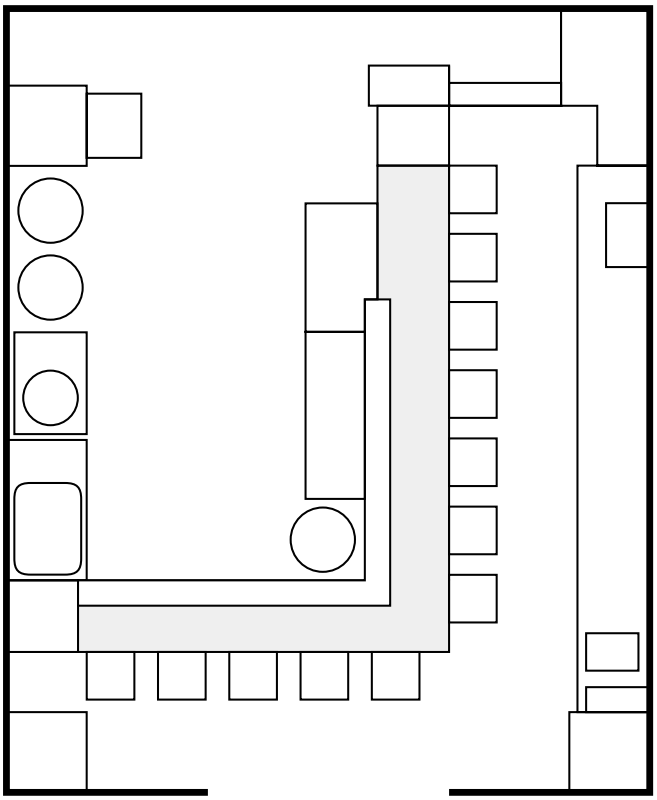
神宮ハイツ

coromoza
408

Valuejet

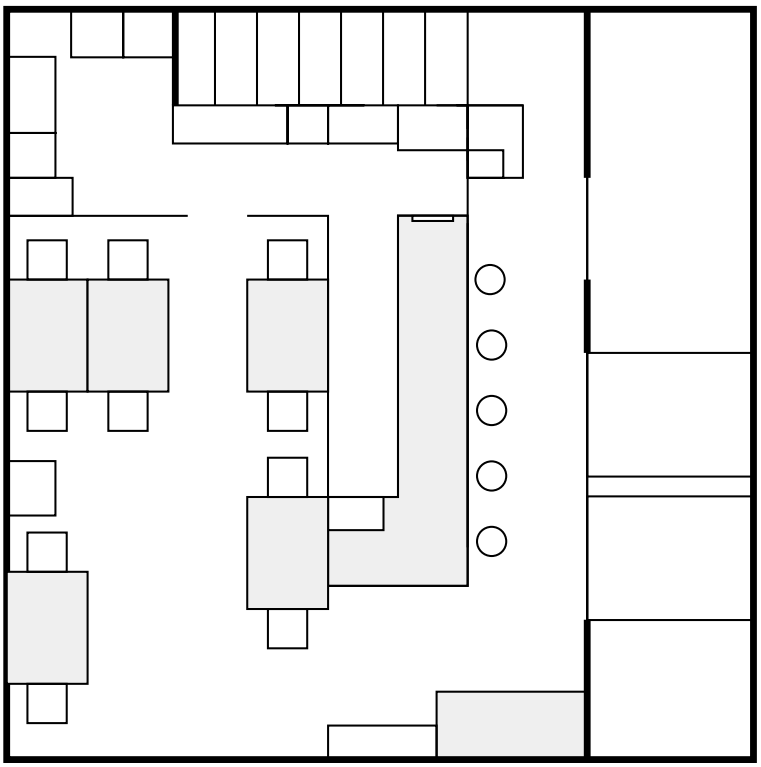
brother

新潟産コシヒカリ
おにぎり
ぼんご
☎ 3910-5617
金田ビル
定休日
日曜日

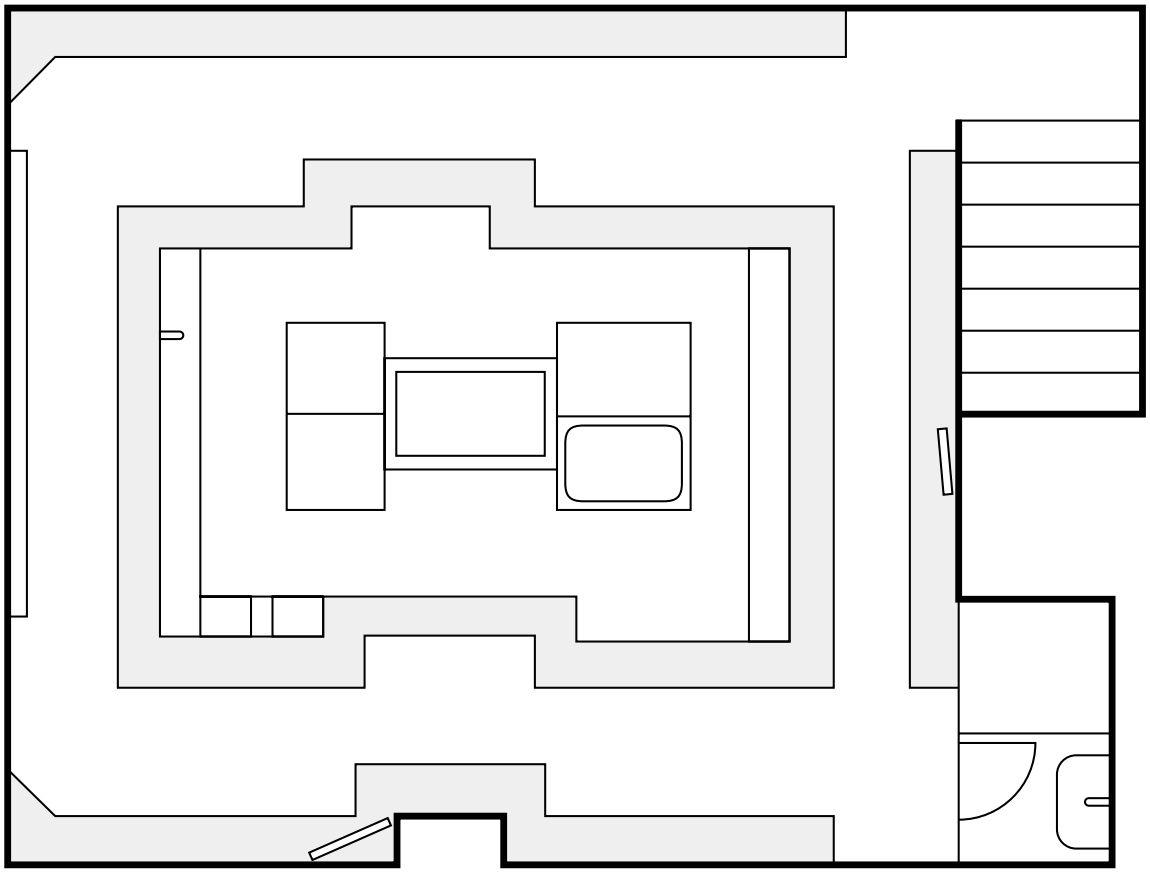


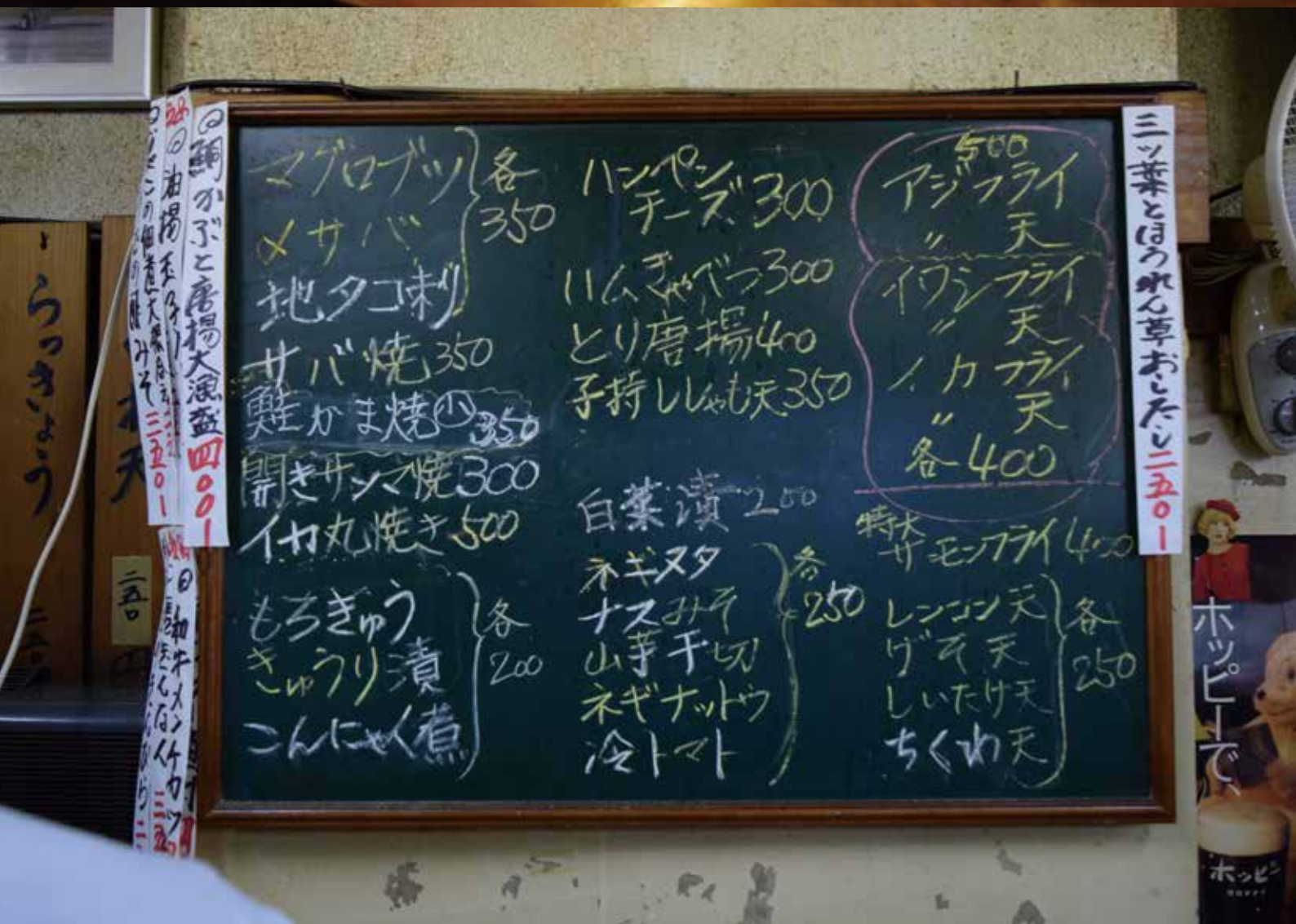
ランチセット
特製味噌汁
夜10時からは

吉野家
YOSHINOYA
吉野家
吉野家

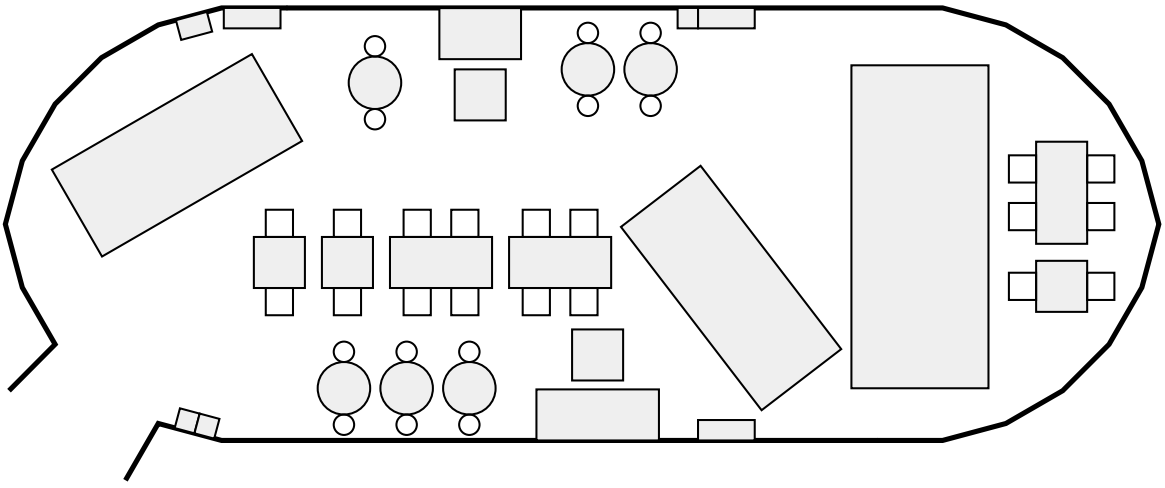


大衆立呑酒場
富士屋本店
清酒 カンパイ
やきとり
和泉家




三ッ葉とほうれん草おしたし二五〇一
マグロブツ
メサバ
地タコ刺
各350
サバ焼350
鮭かま焼小350
開きサンマ焼300
イカ丸焼き500
もろきゅう
きゅうり漬
こんにゃく煮
各200
ハンペンチーズ300
いんぎゃべつ300
とり唐揚400
子持ししゃも天350
白菜漬200
ネギヌタ
ナスみそ
山芋千切
ネギナットウ
冷トマト
各250
500
アジフライ
〃 天
イワシフライ
〃 天
イカフライ
〃 天
各400
特大サモンフライ400
レンコン天
げそ天
しいたけ天
ちくわ天
各250
ホッピーで
ホッピー

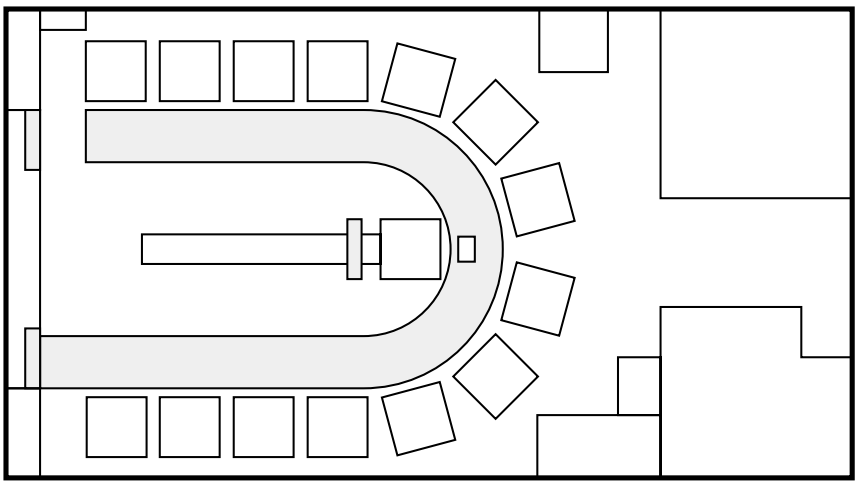
COPEN LOCAL BASE KAMAKURA
OPEN



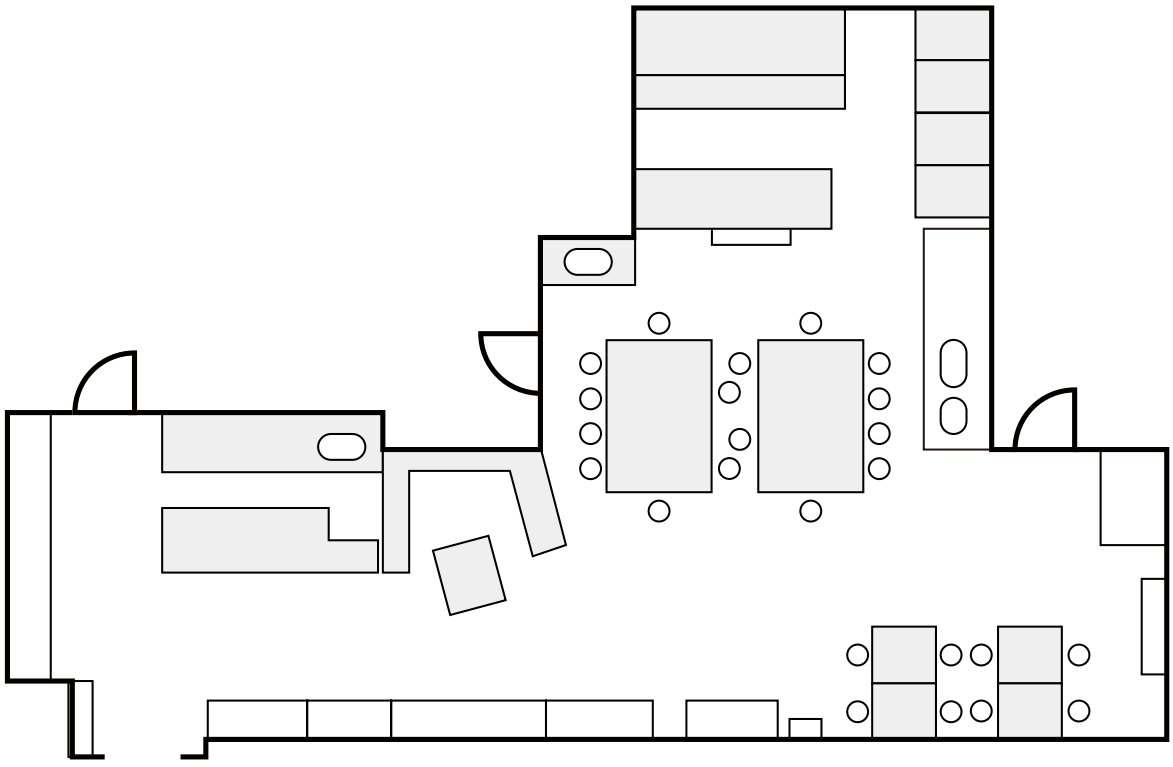
COPEN

DRESS-FORMATION EXPERIENCE
COPEN

Power House
FISH & CHIPS
TAKEAWAY STYLE
KING QUEEN
TOKYO EYES
Power
FISH & CHIPS
Hackers Bar
Club Ayala
FISH and CHIPS
Relaxation Massage
¥800
¥700

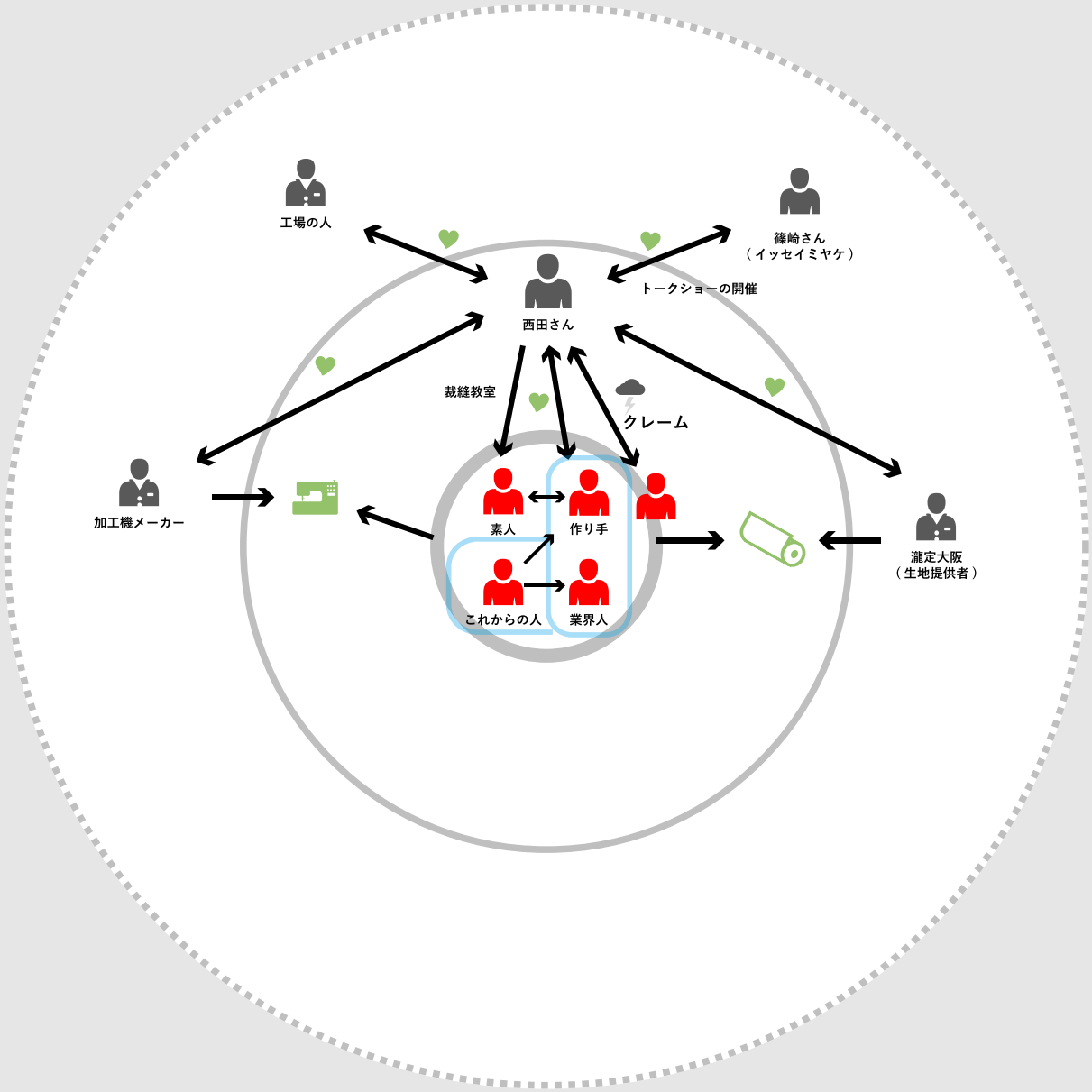


COOK
COOP
BOOK
COOK
COOP
BOOK

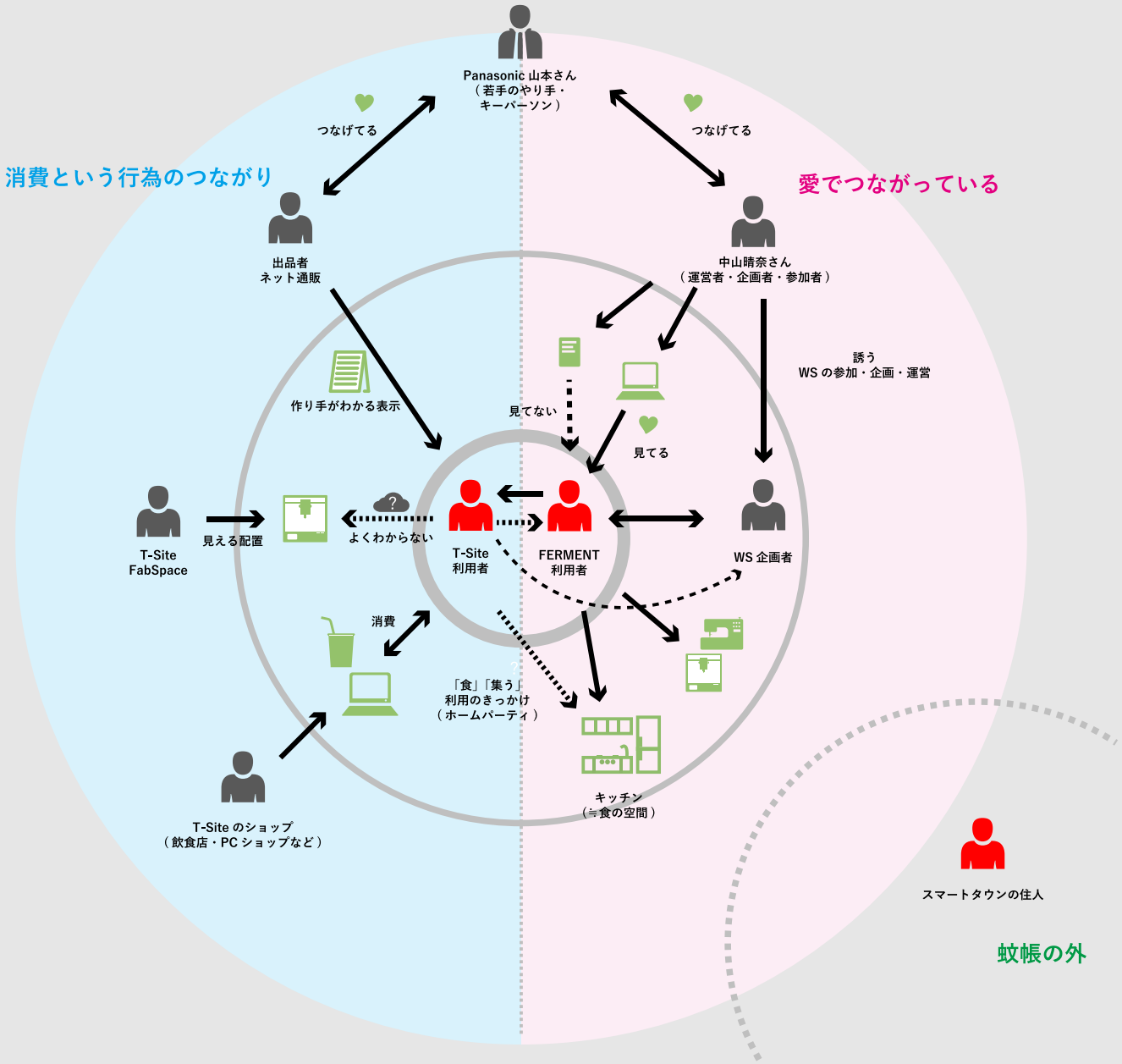


KINFOLK

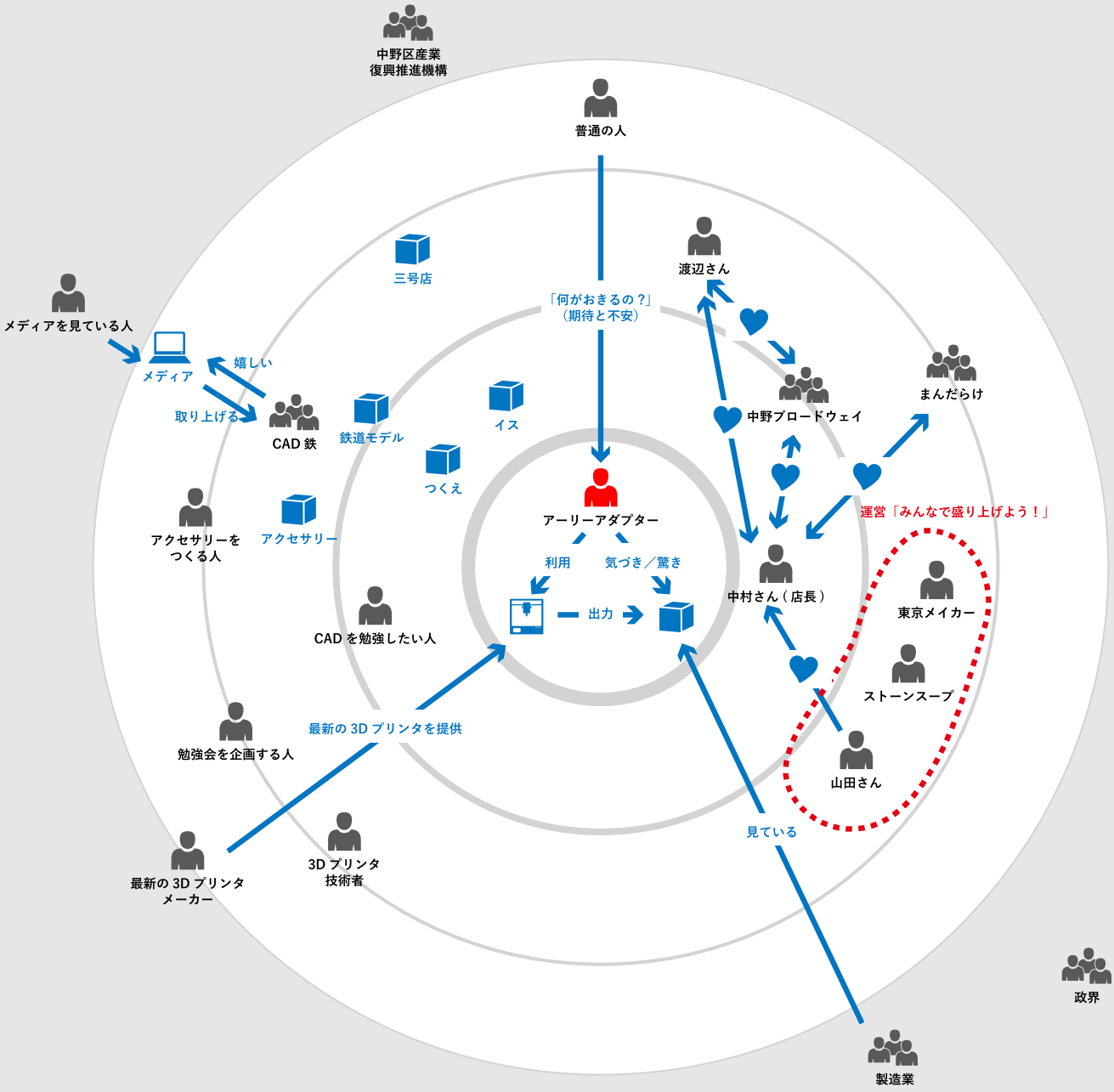
Stakeholder Map: **coromoza**



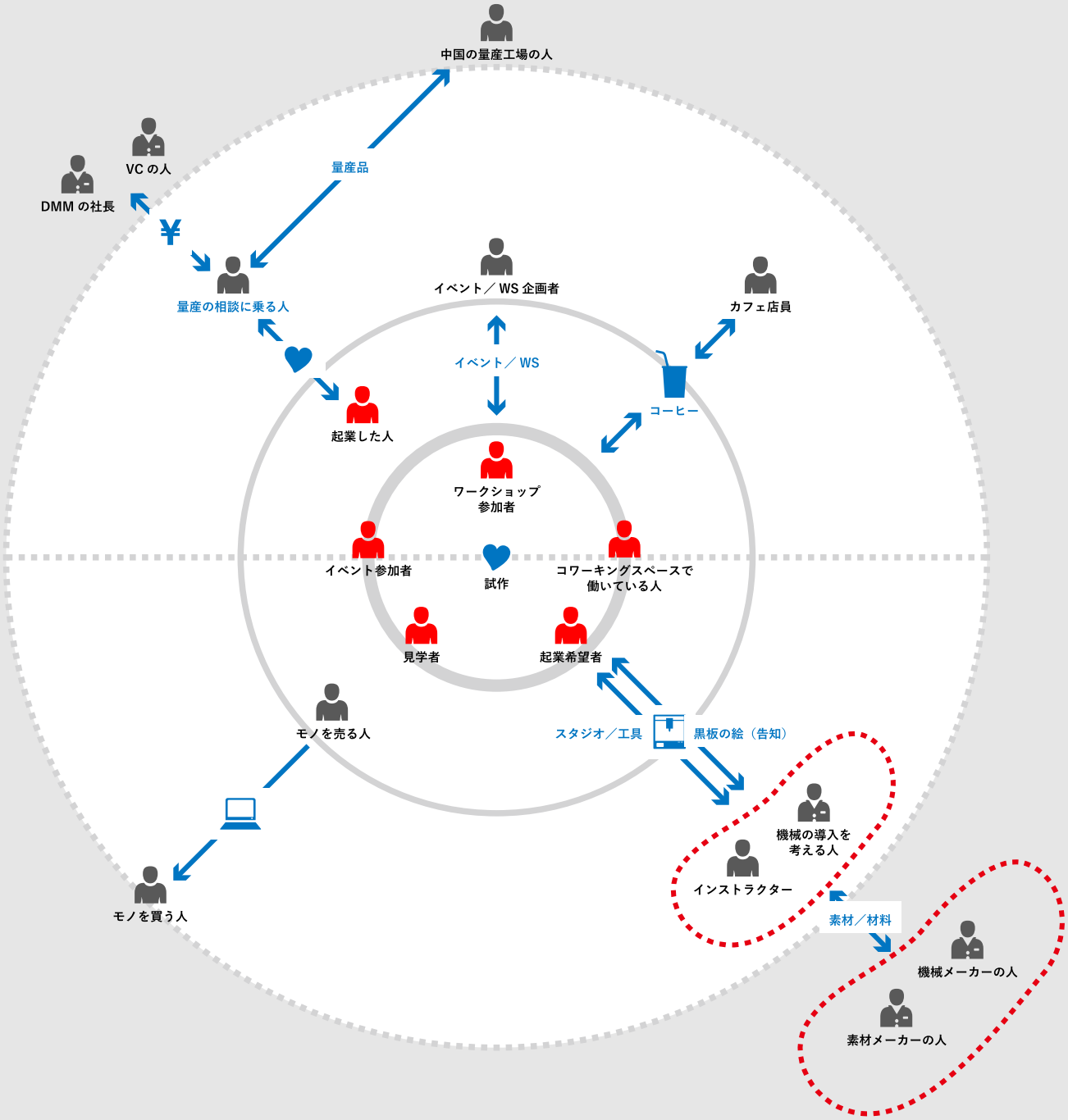
Stakeholder Map: **FERMENT**



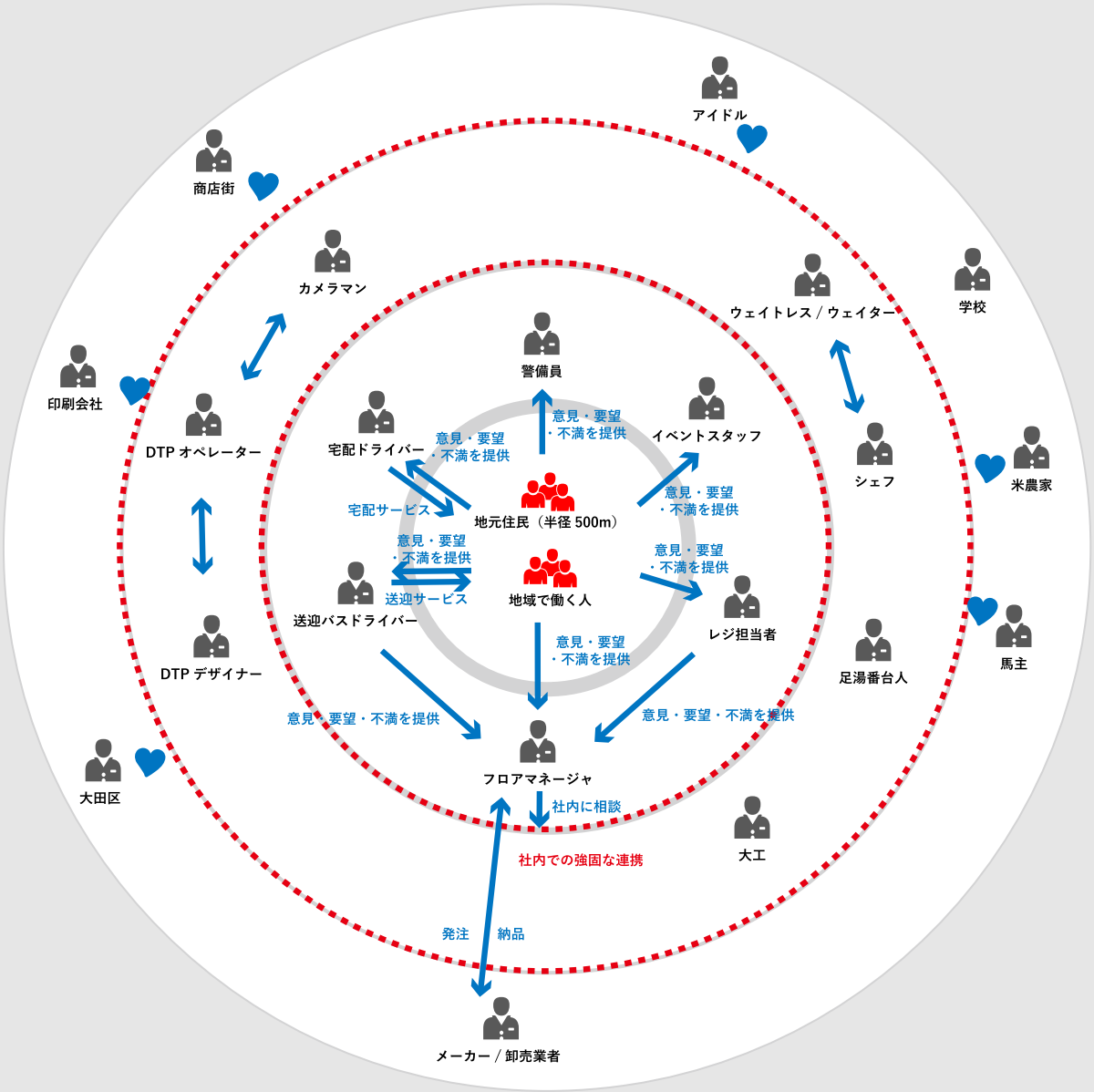
Stakeholder Map: あッ！ 3Dプリンター屋だッ！！



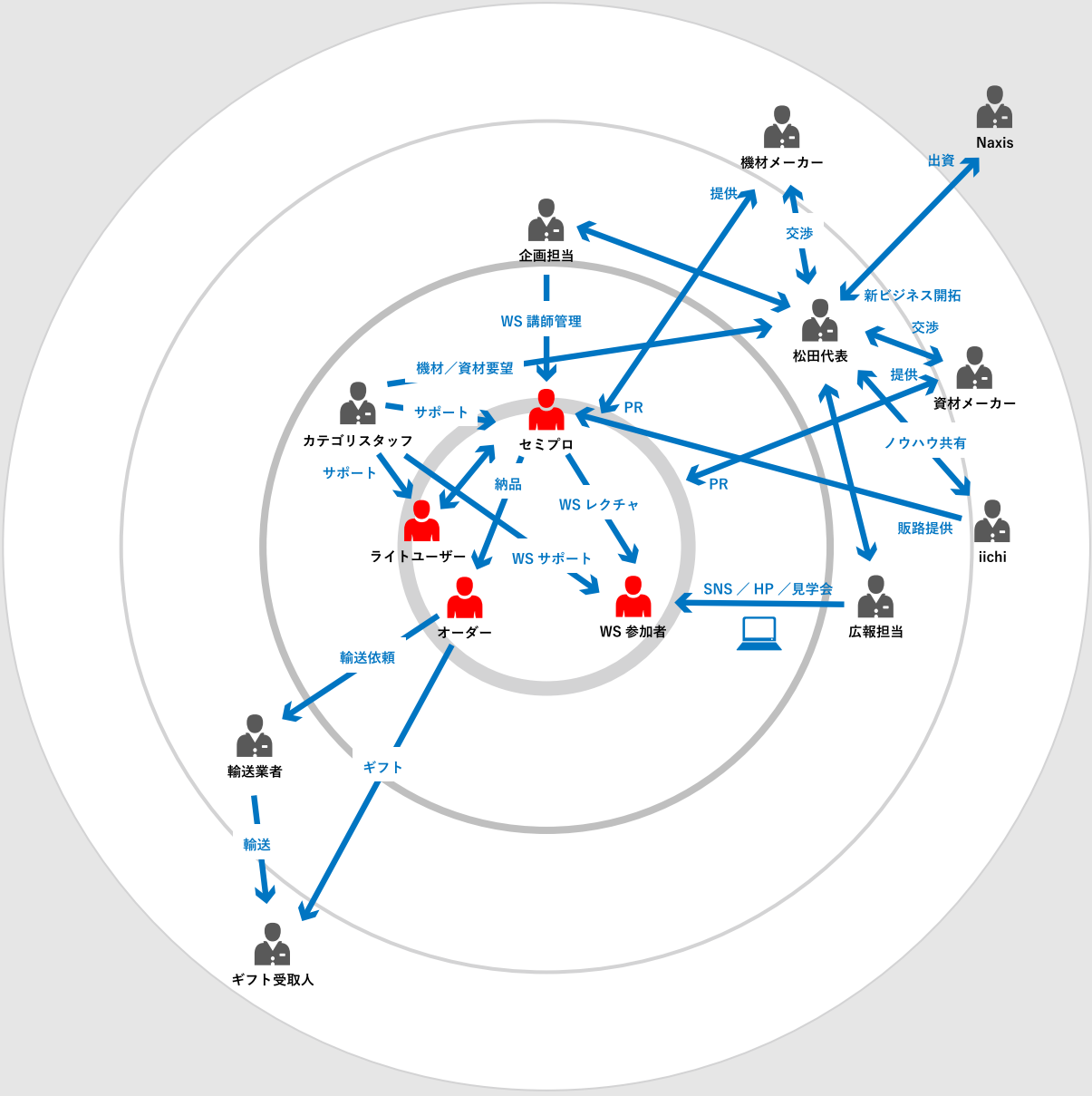
Stakeholder Map: **DMM.make AKIBA**



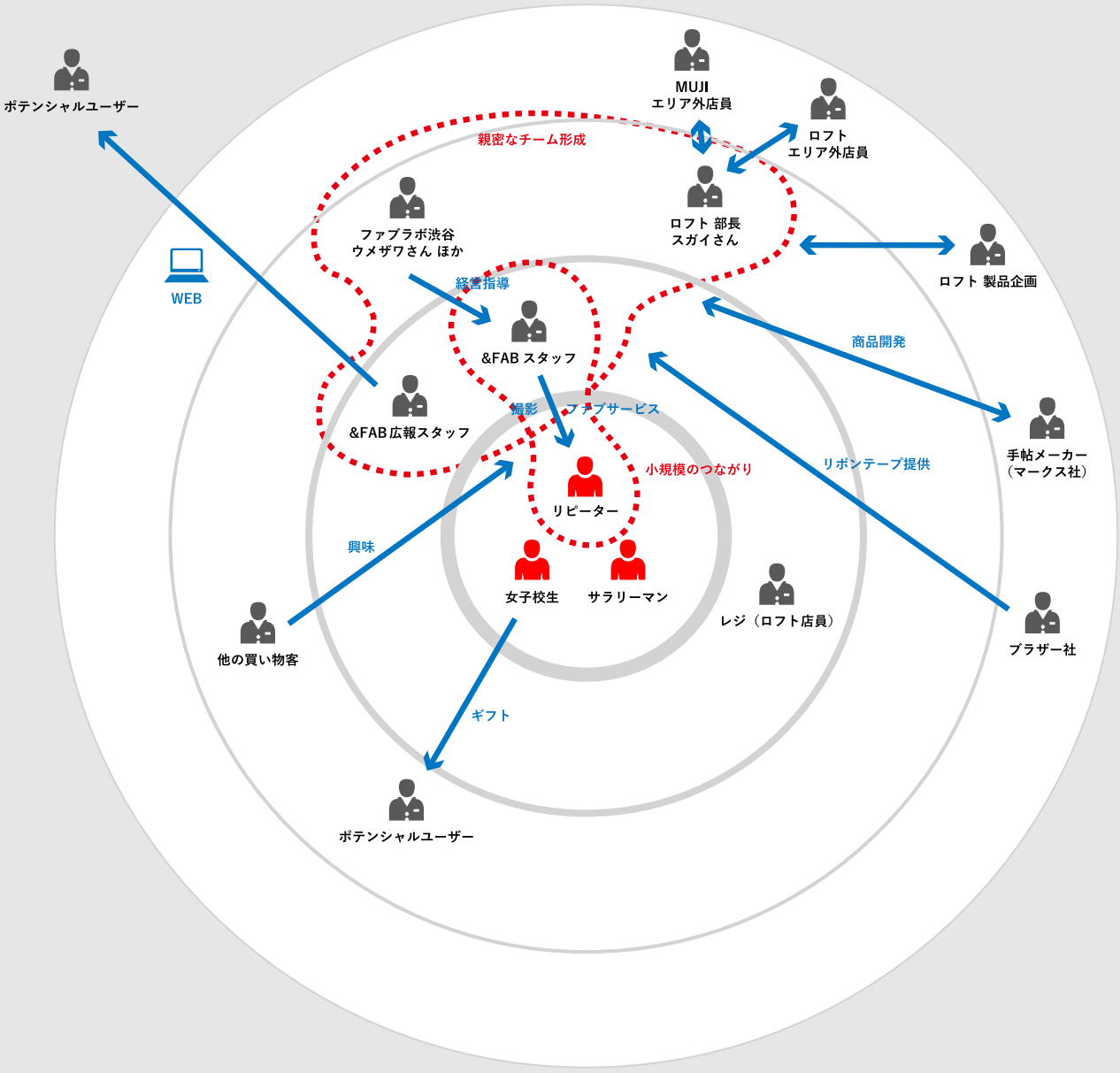
Stakeholder Map: **ダイシン百貨店**



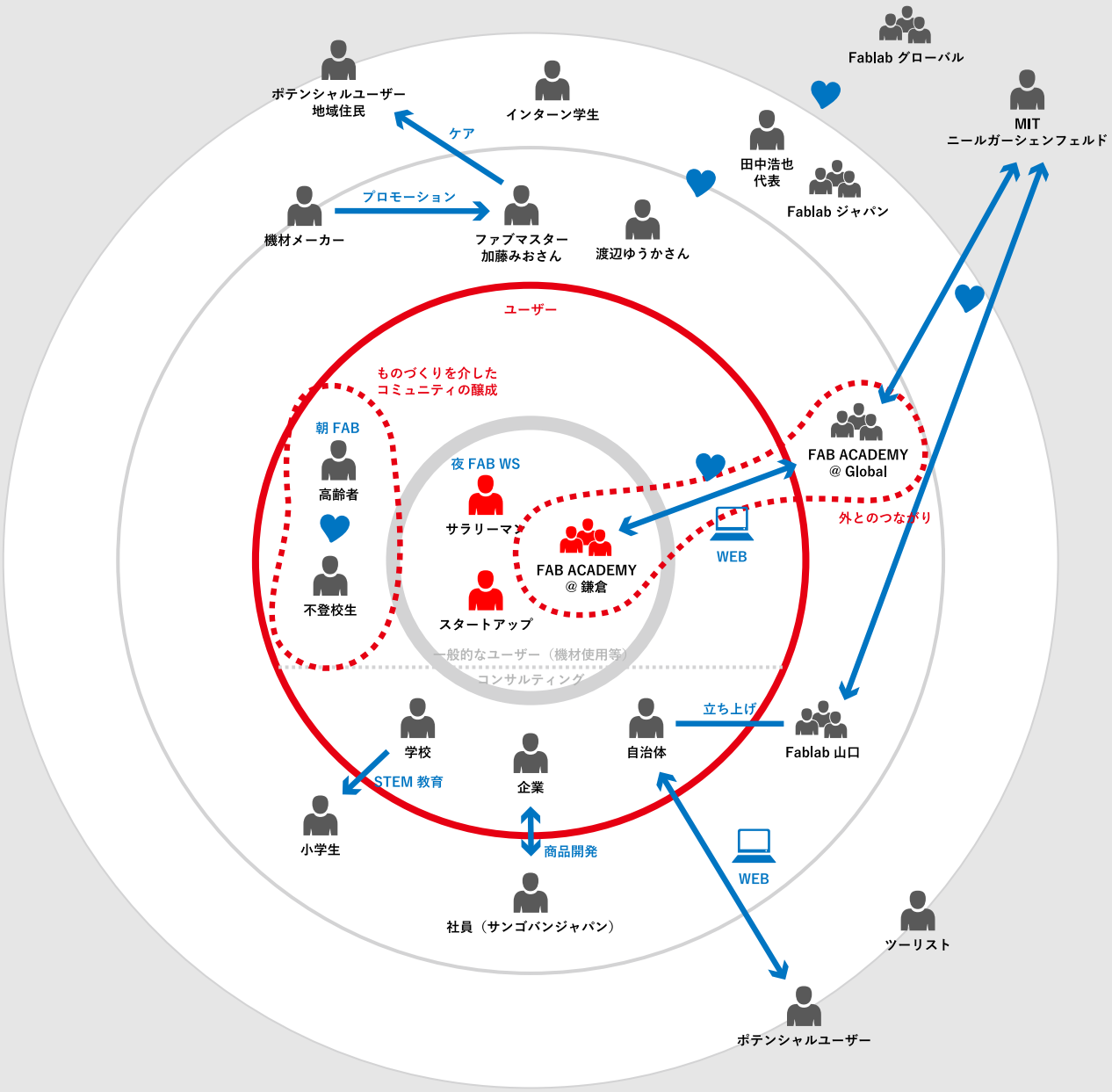
Stakeholder Map: **Makers' Base**



Stakeholder Map: **&Fab**



Stakeholder Map: **FabLab Kamakura**



DELIVERABLE

コンソーシアムでの議論およびフィールドワークを経て、
新規ビジネスプランの開発が行なわれた。
ここでは、そのためのアイデア創出として実施された
グループワークの様子からビジネスモデルキャンバスへの
着地までについて、成果物に基づき報告する。

Element Card:

CULTURE SPACE PEOPLE OUTPUT EFFECT

CULTURE

ゴールがない実験の場

・一億総 R&D：利益追求のための製品開発から、幸福追求のための作品制作まで多様な制作を許容する

・明確な利益追求やゴール設定をしない実験の成果が、ユーザにインスピレーションを与える

・オープンエンドで製品を取り入れるスピード
・生産的余暇
・対価を得ることを目的としない
・仕事と趣味の融合
・CAD 厨、123D でめっちゃがんばってる。
・蔵の精密な模型を CAD で作成するおじいちゃん［FabLab 鎌倉］
・実験主義［ダイシン百貨店］

CULTURE

自由な発想を生み出す場

・利用者それぞれの動機に基づいた、金銭的負担の小さいものづくりが促進、称揚されている

・珍しい機材や素材と出会い、最先端のものづくりを気軽に知り、即座に実験することができる

・日常の延長
・生活の中にある
・ハードルを下げる途上感
・雑だが、ハイスペック
・ハレーションを引き起こす、なんでもありな雰囲気
・特定の場における意外性

CULTURE

モノづくり道場

・心と技術を鍛え、ユーザが相互に高め合うモノづくりの場であり、講習会や勉強会も開催

・前近代的、あるいはアフター近代的な意識にもとづき、モノづくりの全プロセスに個人が責任を持つための「道」を極める

・入り口を少し（だけ）開く。離れていってもいい
・「ものづくり」「Fab」魂と先端の融合
・「魂があるやつに来て欲しい」by 西田拓志。ワークショップは ¥3,000／回で間口は広いが、脱落もある［coromoza］
・「FAB じゃねーし」by 西田拓志。ものづくりという古くからあるものの延長として捉えている［coromoza］
・ファッションインキュベーションを運営しているという使命感がある。「自分以外やっている人がいない」［coromoza］

CULTURE

カオスの価値

・サービス提供者とユーザが共犯関係にあるカオスな状態にユーザが参加することに価値を見出す

・ロングテール型、ユーザの個別固有のニーズに応えた空間

・ファブ「カフェ」やメイカーズ「ベース」など、ものづくりとコミュニティスペースの結節点

・予算カットがブリコラージュを誘発する
・「無計画」をどのように設計するか。アナーキーとの違い
・予算のないところからフルーガルイノベーション
・無編集、行き当たりばったり
・思いつきで作られたものから生まれるカオス
・中野ブロードウェイのカオスさ。カオスの棘を提案する
・建築基準法をガン無視した四層のセルフビルドマンション［高知のサワダマンション］
・バッグの隣にアロワナ。陳列がカオス。あるいはアドホック［ダイシン百貨店］
・「なんとなく最適化」というダイシン的な発想［ダイシン百貨店］

CULTURE

偶然の出会いを誘発

・自由空間としての場に多様なユーザや多様な商品、サービスが集い、セレンディピティを誘発する

・他者のための個別固有のニーズを満たすニッチな商品やサービスが、自分にも価値となる

・変化がセレンディピティ、インスピレーションを生む
・古着屋のように過剰な情報量。無限のポップ地獄！
・無計画ゆえに変化し続ける
・新陳代謝
・過度の刺激
・実際、通り上がりのギャルが立ち見していた［3D プリンタ屋］
・逆に残念な点：最上階だからセレンディピティが生まれにくい［&Fab］

SPACE

サードプレース

・退職したシニア層や、不登校児童などにとって「居場所」を提供

・企業などに勤める人々が、休日や空き時間を利用して創造的活動に従事

・ハードコアが多く存在する
・ブチ目的がある。公園のところがやってる感が出る
・行きつけの飲み屋より健全
・カルチャーセンターよりもハードル低い。自分のペースが保てる
・1年間で360回決済するおばさん［ダイシン百貨店］
・DMM.makeの渡辺仁史くんにとっては、プリンタ屋がサードプレース［3Dプリンタ屋］

SPACE

オープンスペース

・多様なコミュニケーションがサービス提供者とユーザの間で、あるいはユーザ間で発生できるような場づくり

・モノづくりの成果の「見える化」としてのドキュメンテーションやアーカイブ、展示などをウェブ上／実空間で行う

・WEBとシームレスにつながる
・&Fabもも DMMもFabLab勝倉も、オンライン・アーカイブを持っている［&Fab / DMM.make / FabLab勝倉］
・サンプルを設置
・隣で別の作業をしていると興味を持つ
・木工職人の隣に陶芸の人がいて互いに影響し合う［Makers' Base］
・入り口としてのギャラリー［FERMENT］

SPACE

いつでも使える場

・時間的制約にとらわれず、自由にユーザがファブ設備を利用できる

・日常生活と連動したモノづくり活動を促進するために、周辺環境の文脈に即したロケーション

・周辺環境を取り込む。地域の住民
・利用したい時に気軽に使える。素材／場／機械が揃っている
・図書館併設だと利用しやすい
・アクセシビリティ
・近所の人が利用しにくる［Makers' Base］
・退社後に DMM に行くパートタイムクリエーター［DMM.make］

SPACE

機械と素材が集まる場

・個人利用を前提に、端材や検品ではじかれた素材も用いることができる

・多様な機材、素材を一同に集めることで、モノづくりのためのインスピレーションを提供する

・マーケティング要素が満載
・新しい使用用途の開発
・自分の興味外のことを知ることができる
・brother からの要請で機材が入る［&Fab］
・企業側のマーケティング［3D プリンタ屋］
・お店にとっては出力が目的ではなく何が出力されてくるか（用途の観察）［3D プリンタ屋］

SPACE

誰もが主役になれる場

・ユーザに多様な関わりしろがあり、主体的にサービスを提供する場や人と関わることができる

・ユーザそれぞれに自由な時間の過ごし方が許容されており、憩いの場としても機能する

・「全員参加」から「全員主役」へ
・利用者を巻き込み、貢献させ、主役になるモデル
・どこで生まれるかわからない要素を取り込んだために、自由に動ける

PEOPLE

空きリソースの活用

・アクティブシニア層による知識の交換・共有・伝達

・ローカルなニーズに応えるべく、所属員によって企画、運営される空きスペースを有効活用したイベントや内製したポスターに見られる、ブリコラージュにもとづく創造性

・前向き、「役に立っている」感
・単なる暇つぶしではないということ、自分が持っているリソース（持て余した時間やお金）を差し込める余地
・自立型の適材適所
・多くのユーザーに対して開かれている
・めちゃくちゃマニアックなエンジニアが活躍している［FabLab 鎌倉］
・3D プリンタのデータを持ってくるおじいちゃん［FabLab 鎌倉］

PEOPLE

カタリストの活躍

・渡辺ゆうかさんのような、サービスとしての機材利用支援やワークショップの企画立案、運営のみならず、ユーザ間のコミュニケーションを誘発しえる存在を確保する

・複数の専門分野を持った人
・他者を語ることが上手い、サーヴァントリーダーシップ型
・フラットな組織
・「年齢や社歴ではなく専門分野で区別される」by 渡辺仁史［DMM.make］
・「企画／運営全部やる」by 中山晴奈［FERMENT］

PEOPLE

マイノリティの巻き込み

・不登校児童や高齢者などの「居場所」を創出する

・障害者やエスニック・マイノリティの人々との協働によるモノづくりができる、ソーシャル・イノベーションの実験場

・ソーシャルイシューに対する意識の高さ
・隣接している
・暇している人余っている人材（シニアなど）
・朝ファブ、リタイア・シニアと小学生などと補完関係
・「巻き込み」というよりは「受け入れ」
・お互いが知識を交換
・得意分野が仕事になる
・社会課題の解決の意識

PEOPLE

パートタイム・クリエーター

・本業としてではなく、人々がものづくりを「愉しむ」時間と空間を提供する

・コミケにおける同人誌やコスプレ、ハンドメイド EC サイト利用者などに見られる「複業」に類似

・自身のスキルを活かす
・自分のスキルを活かして複数の仕事
・パートタイムであり、クリエイター［FERMENT］
・お笑い芸人＋ライブ＋バーテン［味園：デジタルカフェ・スクリプト］
・WS で月収 150 万！ガラス職人［Makers' Base］
・本業兼アルバイト（運営側のパートタイムクリエイター）［DMM.make］
・会員よりもバイトのほうが本業っぽい［DMM.make］

OUTPUT

エモーショナル・コマース

・制作者の気持ち、真心、制作履歴などが商品価値に反映され、利用価値の背景に潜む物語を認識

・半商品的な性格を持ち、産直市場のような個性をもった商品を体験、消費できる場と連動

・内山節「半商品」
・商品ではなく作品
・計画的に付加価値
・タダで労働力を提供したものを自分で買う
・身近で見聞きしたものが商品化
・イベントの「体験」を付加価値として売る
・無料の田植えツアーでつくった米を販売［ダイシン百貨店］
・屋上で飼っている鳥をキャラ化しグッズ（手作りシール）を販売［ダイシン百貨店］

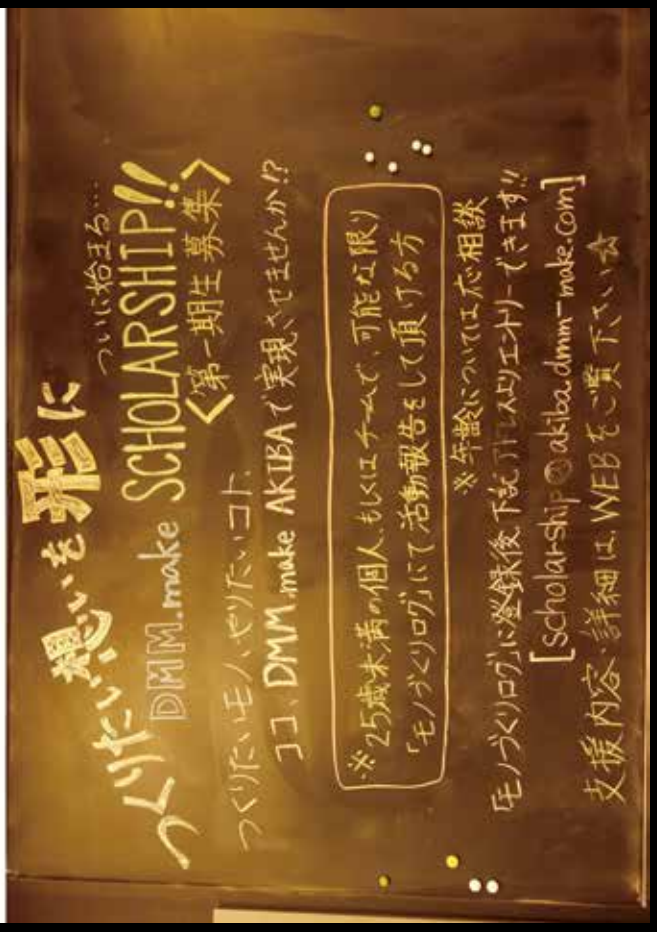
OUTPUT

ビジネスを DIY する

・リーンスタートアップに近い意図を持った、小商いの創出

・仲間を増やしてからビジネスを展開する、裏原宿のファッション業界的な活動

・人に作らせて利益をあげるモデル
・ワークショップ屋さん
・WS は時間単位生産性がめっちゃ高い
・月収 150 万円の人。1 日に 3 コマとか開催してる。ガラス製品で成果が高付加価値なのでこれが成立する［Makers' Base］
・小商いからプロへ［iichi］
・月に 2 回まで利用できる年間チケットは ¥60,000［ABC Cooking Studio］



OUTPUT

マスカスタマイズ

・エントリーモデルのファブとしての「マスカスタマイゼーション・モノづくり」に参加し、フルスクラッチ DIY までの道程を理解する

・ギフトなど人に気軽に付加価値があるモノを気軽につくるサービス

・ユーザーを取り込むためのシステム。窓口となる場
・「エントリーモデルとしての &Fab」by 梅澤陽明［&Fab］
・ユーザーの 8 割が女性［&Fab］
・Loft 側がマスカスタマイズをマーケティングに利用している［&Fab］
・「ライバルはセレクトショップ」by 松田純平［Makers' Base］

EFFECT

コミュニティの醸成

・多様なユーザ間からなるコミュニティを醸成し、時間帯や使用機材によって異なるユーザ層をゆるやかに束ねる

・個別固有のニーズや地域課題の解決策が、地球の裏側でも需要され、地球規模のコミュニティやマーケットが突然生まれる

・作家の知見共有：東京から札幌にクリエイターを連れていき連携してもらう
・新しいコミュニティ：まだ明確に線が引かれていないコミュニティ
・流動的なコミュニティ
・作品データや素材のみならず、作家も移動
・台北に進出［Makers' Base］
・WS（テーマ）を通じたコミュニティ。CAD 厨の誕生［Makers' Base］
・作家にはセグメントがありそう。ロハス系やサードプレイス系など［lichi］
・メカ系、ファブ系、エレキ系［DMM.make］
・ライトユーザーのリピーターが多い［&Fab］
・ドバイと中継／遠隔で 3D 出力［3D プリンタ屋］

EFFECT

地域コミュニティへ貢献

・地域資源としての人材発掘や、素材の用途開発、ものづくりの場の観光化

・新規事業創出の芽を育成し、地域活性化を促進するための市民 R&D の場として機能する

・事業コンサルとして山口県へ貢献
・マイノリティの巻き込み
・範囲を限定して攻めの関わりを形成
・他の人々とのハブの役割を果たす
・地域性に合わせたビジネスモデルの創出

EFFECT

社会課題の解決

・高齢者などの QOL 向上

・パーソナルファブリケーションによる消費者の位相の変容：「つかいすて」から「つくる」へ

・地産地消など、地域創生の文脈における小規模生産の可能性

・パーソナライズされた課題。例えば人口問題（グローバルスケール）ほど大きくはない、スモールスケールの課題に取り組む
・見える課題を素早く、現場で解決できる
・有名ブランド「サポートサーフィス」の余り布がリユースされている事例

EFFECT

経済的スケールアウト

・自治体、企業、教育機関等のステークホルダーとの連携を通して、スタンドアロンからネットワーク型へ移行するファブ設備を「ニーズがある環境」と直結させる

・新規事業開発やコンサルティング、教育に応用しファブユーザ数を増やす

・国境を越えた仲間が研究を組み、社会課題の解決やビジネスに展開させ、ソーシャルインパクトを生み出す

・サステインするためのスケールアウト
・量産につなげる体制
・デジファブの映像授業大学資源の有効活用［GACKO］
・FERMENT と Panasonic ＝企業と連携［FERMENT］
・MIT FabEdu / FabAcademy［FabLab 鎌倉］
・空間の制約を前提としたスケールアウト［FabLab 鎌倉］
・5 人寄って展示が出た。「ようやく鎌倉に引っ越せる！」by 渡辺ゆうか［FabLab 鎌倉］

EFFECT

場の存在が情報発信源

・実験、制作の場で創出されるモノが陳列、展示、販売されることによって場の価値が高まる

・場そのものが実験として設置されることによって、新しいサービスのユーザテストを試験的に運営できる

・ロケーション、コンテンツ発信としての意味がある。秋葉原の DMM、原宿の coromoza［DMM.make / coromoza］
・新しいスマートタウンの中での存在価値［FERMENT］
・対局的なのは森ビルに TechShop が入るという事例（場所の必然性が見られない）［TechShop］

EFFECT

モノづくり文化の発信

・モノづくりの体験、創出、発表を通して、文化としてのモノづくりを発信する

・展示、受注なども含め、プロフェッショナルを育成、支援するサービスがある

・主目的以外の意外な発見がある
・販促価値感：楽しそう、ライブ感、おしゃれ感の演出
・やってる人がいるというのが見えてくる（先導する）
・ガラスを挟むことでショーケース感が増す
・ショーケースの見る／見られる関係［ABC Cooking Studio］
・&Fab はディスプレイそのもの、販売価値の向上［&Fab］
・見せる、出すことだけで街に文化がしみ出していく［3D プリンタ屋］