



じわじわ忘年会：飲料をきっかけとした 非同期コミュニケーション誘発システム

畑田 裕二¹⁾, 楊 期蘭¹⁾, 葛岡 英明¹⁾, 鳴海 拓志¹⁾

1) 東京大学 (〒 113-8656 東京都文京区本郷 7-3-1, {hatada, chilan.yang, kuzuoka, narumi}@cyber.t.u-tokyo.ac.jp)

概要: 本研究では、非同期で「飲み会」のような体験を創出するオンラインコミュニケーションシステム「じわじわ忘年会」を開発し、インタビューによってその効果を探索的に調査した。じわじわ忘年会では、一人または複数の参加者が現地で飲料を飲む際に「乾杯」で締め括られるショート動画を撮影し、それを Slack で互いに共有する。本稿では、得られた知見をもとに効果的な非同期コミュニケーションの設計指針について議論する。

キーワード: 遠隔コミュニケーション, 非同期コミュニケーション, 雑談, コミュニティ

1. はじめに

リモートワークの急速な普及により、オフィスでの偶発的な出会いや給湯室での雑談、終業後の飲み会といった非公式なコミュニケーション機会が減少している。「偶発的で内容が多岐にわたる、砕けた会話」である雑談は、組織内の関係を調整し生産性の向上に寄与する効果を持つことが知られている [1]。

カジュアルコミュニケーションの促進に関して、これまで様々なアプローチが試みられてきた。例えば、コーヒーマーカーの使用を香り発生器でアンビエントに伝えることで現地の同僚を集める仕組み [2] や、遠隔地にいる人同士の紐帯を作り出すシステムがさまざまに提案されている [3]。しかし、これらのアプローチの多くは同期的なコミュニケーションや、特定の誰かを相手として想定する関係性の創出が前提とされており、非同期的で間接的な集団内のコミュニケーションには限界があった。

本研究では、時間的・空間的に離れたメンバー間でも飲み会のようなカジュアルコミュニケーションを効果的に誘発することを目的として、非同期コミュニケーションシステム「じわじわ忘年会」を開発した。じわじわ忘年会では、一人または複数の参加者が現地で飲料を飲む際に「乾杯」で締め括られるショート動画を撮影し、それを Slack で互いに共有する。本稿では、約 3ヶ月間にわたるフィールド実験とインタビュー調査の結果を報告し、非同期コミュニケーションツールが持つべき特性について考察する。

2. じわじわ忘年会

2.1 システム構成

じわじわ忘年会のシステムは、物理的要素とデジタル要素の組み合わせによって構成されている。物理的要素としては、研究室の共有スペースに設置された専用の冷蔵庫が中心となる。この冷蔵庫には、ビール、ジュース、お茶など多様な飲料が常時ストックされており、参加者は好みに応じて自由に選択できる。撮影には参加者個人のスマート

フォンを使用した。一方、デジタル要素としては、動画の投稿と視聴の場となる Slack チャンネルが主要なプラットフォームとして機能する。動画投稿後には自動通知 Bot がアンケートへの回答を促す。

2.2 利用フロー

システムの利用フローは以下の通りである：

1. **準備段階:** 参加希望者は Slack チャンネルの説明を読み、オンラインで同意書と事前アンケートに回答する。
2. **飲料の選択:** 参加者は任意のタイミングで冷蔵庫から好きな飲料を選ぶ。
3. **撮影:** 近くにいる人に撮影を依頼（いない場合は自撮り）し、次の内容を含む動画を撮影する。まず、今飲みたい理由（例：論文投稿が終わったから）や他の参加者に向けて話したいトピック（例：最近見たアニメについて）について語る。最後に飲料を開栓して「乾杯！」と言う。
4. **投稿:** 撮影した動画を Slack チャンネルに投稿する。
5. **アンケート:** 自動通知されるアンケートに回答する。
6. **視聴:** 他の参加者の動画を任意のタイミングで視聴し、必要に応じてリアクションやコメントを付ける。

3. 調査

本研究では、じわじわ忘年会システムの効果を検証するため、東京大学大学院情報理工学系研究科 葛岡・谷川・鳴海研究室において約 4ヶ月間（2023 年 12 月～2024 年 3 月）にわたる運用を実施した。当時、研究室は教員 3 名、大学生・大学院生約 40 名から構成され、メンバーの多くは週 2 日以上研究室に通っているが、在宅勤務や出張も頻繁にある環境である。



図 1: じわじわ忘年会の利用場面：(a) 専用 Slack チャンネルのタイムライン。動画投稿が時系列で表示される。(b) 論文投稿完了を祝い、喜びの表情で乾杯する参加者。日常の小さな達成を共有する場として機能している。(c) Slack の自動書き起こし機能により、動画を再生せずとも発言内容の概要が把握できる。(d) 動画撮影中に偶然居合わせた研究室メンバー。この「居合わせ」が撮影前後の雑談を生み、同期的なコミュニケーションを誘発する。

3.1 データ収集

3.1.1 アンケートデータ

次の 3 種類のアンケートを実施した。(1) 事前アンケートでは、参加者の基本属性、普段のコミュニケーション習慣、飲み会への参加頻度などを調査した。(2) 投稿時アンケートでは、各動画投稿直後に、投稿時の気分、撮影の容易さ、期待する反応などを 5 段階評価で調査した。(3) 事後アンケートでは、実験終了後に、全体的な満足度、コミュニケーションへの影響、改善提案などを調査した。

3.1.2 インタビューデータ

実験終了後、参加者のうち 10 名（男性 9 名、女性 1 名；博士課程 2 名、修士 2 年 3 名、修士 1 年 3 名、学部 4 年生 2 名）を対象に、同学年からなる 4 グループに分けてそれぞれ 60～90 分程度の半構造化グループインタビューを実施した。インタビューは Zoom で行い、参加者の同意を得て録音した。インタビューでは、じわじわ忘年会の体験について、印象に残っていることや実際に自分が投稿した動画と投稿理由、システムの使い心地や従来の飲み会体験との比較などを中心に、参加者の発言に応じて内容を変えながら探索的に質問がなされた。

3.2 データ分析

インタビューの録音は逐語録に書き起こされ、仮名加工ののち、分析に使用された。なお、書き起こしに際し AI 文字起こしサービスである「Notta¹」を使用した。分析手法として Thematic Analysis[4]を用いた。これは、発言内容を意味文節のまとまりごとに「コード」としてラベル付けし、得られたコードリストを抽象化してまとめ、最終的にデータ全体を表すパターンを「テーマ」としてまとめる手法である。第一著者がコーディングを行い、得られたコード

とテーマは全著者を交えて議論を行い、妥当性を確認した。

4. 結果

本章では、じわじわ忘年会の特徴を論じるために、インタビュー調査によって得られた語りを「じわじわ忘年会のメディアとしての特質性」「動画を見る人と見ない人の違い」「投稿をする人としない人の違い」という 3 点に分類し、報告する。

4.1 じわじわ忘年会のメディアとしての特質性

このテーマには 5 つの小テーマが含まれ、じわじわ忘年会が既存の非同期コミュニケーションツールとは異なる独自の特性を持つことが明らかになった。

4.1.1 同期が生む非同期、非同期のために生まれる同期

じわじわ忘年会は非同期ツールでありながら、その起点には必ず現地での同期コミュニケーションが存在していた。P1 は「ラボにいる学生が減った時期には投稿ができなかった」と述べ、物理的な共在の重要性を指摘した。興味深いことに、Slack 上での非同期交流よりも、撮影現場前後で生じる対面での雑談の方が参加者の印象に強く残っていた。P6 は「Slack 上でのというより、撮っている現場に外野として居合わせた時に撮影前後の雑談に混ざって楽しめた」と語り、P8 も「動画を撮るっていう段階で撮ってもらうためのコミュニケーションが生まれる」と、撮影行為自体がコミュニケーションの触媒として機能していたことを強調した。

4.1.2 限定的なメンバーシップによる心理的安全性

情報公開範囲が研究室メンバーに限定されていることは、参加者に高い心理的安全性をもたらしていた。P7 は「聞き手が自分の知り合いしかいないのでハードルが低い」と述べ、P4 は「友達が自分の知らないコミュニティで楽しそうにしているのは複雑だけど、じわじわで流れてくるものは自分の帰属意識があるラボの動画ばかりで疎外感はない

¹<https://www.notta.ai/>

た」と、限定的なメンバーシップがもたらす心理的恩恵を示した。この限定性により、P3が指摘したように「動画を介して仲良くなるのではなく、仲良い人がより仲良くなる」という既存関係の深化が中心となった。

4.1.3 雰囲気重視の視聴行動

多くの参加者は動画をすべて開いて視聴しているわけではなく、動画が盛んに投稿されているムーブメントそのものに対する満足感を得ていた。P3は「ラボが盛り上がっているのが楽しい」と表現し、P2は「動画を最初から最後まで見切るといよりは、気になる動画の好きな部分だけを使い捨てるようにみる」と、動画を記号的に消費する傾向を示した。この「雰囲気重視」の態度は、現代の情報過多に適応した効率的な参加形態と言える。

4.1.4 ポジティブな話題

「乾杯」を伴うトークは、他のコミュニケーションツールと比較して投稿される話題が明るく、参加者に好意的に受け止められていた。P1は「timesで呟く話題はいつもポジティブとは限らないけど、じわじわ忘年会では明るい話題しか流れてこないのを見ていて気分が良かった」と他ツールとの違いを指摘し、P6は「達成したことを大きな声で嬉しそうに報告する機会は、研究室ではあんまりない」と、日常では共有されにくい達成事項を報告する場としての価値を認めた。

4.1.5 新鮮な近況報告による関係性の深化

同じ研究室といえども、隣に座っている仲間が今何をしているのか作業内容を逐一聞く機会はあまりない。じわじわ忘年会は、このような日常では共有されない情報を可視化する効果があった。P7は「普段から仲のいい人が隣で作業しても、作業内容を直接聞いたりとはほとんどしない」、P6も「相手の感情的な部分まで付随して取り組んでいたことを知れるので嬉しい」と述べている。さらにP8は「仕事が終わって疲れたっていう日記みたいに流れていくのを見て、相手の1日を想像して楽しい気持ちになる」と述べ、単なる情報共有を超えた感情的なつながりの深化を示唆した。

4.2 動画を見る人・見ない人の行動パターン

4.2.1 視聴する場所

視聴行動は状況要因に大きく左右されていた。P7は「動画を見るかどうかは、その時に音が出せる状況にあったのかどうか大きい」と指摘し、P4は「動画は出先では見にくい」と述べモバイル環境での視聴障壁を指摘した。通信量、音声再生の可否、公共の場での内輪ネタ視聴への抵抗感などが視聴を妨げる要因となっていた。

4.2.2 見ても見なくても変わらない

じわじわ忘年会の主な参加目的は「雰囲気」の享受であるため、動画を開かずとも投稿を確認するだけで満足感を得られることが明らかになった。P2は「話の中身に強い関心があるわけではないし、『トレーニングしてるなあ』とか『今日も夜遅くまで大学で頑張ってるんだなあ』とか、状況を想像するだけで満足してる」と述べた。動画のサムネイルや自動書き起こし機能の存在も、この「見なくても変わ

らない」感覚を強化していた。P4は「トランスクリプトを見て開封するかどうかを決めていた」と、表層的な情報で十分だったことを示した。

4.2.3 もう現地で見た

撮影現場に居合わせた参加者は、Slack上での視聴率が低いという興味深い現象も観察された。P1は「撮影しているのを横で見聞きしていたから、わざわざ改めて見なかった」と述べ、P6も「投稿されるより前に動画の中身を知っている」と、既読感による視聴スキップを説明した。

4.2.4 UIの課題

SlackのUIも課題として挙げられた。P5は「スレッドを一個一個開くのは大変。TikTokみたいなインターフェースだとしたら網羅的に見るかも」と提案し、P6は「動画投稿者が本人じゃなかったりもするからリプライしにくい」と、非同期交流を促進する仕組みの不足を指摘した。

4.3 投稿をする人・しない人

4.3.1 自撮りの抵抗感

投稿を躊躇する最大の要因として、撮影を依頼し、キュー出しから始まる「スポットライトを浴びる」ような動画撮影体験に伴う「何か面白いことをしなければいけない」という心理的ハードルが挙げられた。P4は「自分がコンテンツになるため、それがどれくらい面白いのか判断が難しい」と自己評価の困難さを指摘し、P9は「わざわざ見せられるような何かがあるわけでもない」と述べた。P10は「話題性のある頑張りがいい」といえない気持ちがある」と、日常的な努力を特別なものとして提示することの難しさを語った。ただし、この抵抗感には個人差があり、P3は「つまらない話をしても許してもらえる空気があったから抵抗感はなかった」と、比較的軽い気持ちで参加できたことを述べている。

4.3.2 大学での飲食習慣

既に自前の飲み物を所持している参加者にとって、「何か飲みたい」というモチベーションがじわじわ忘年会への参加に繋がりにくいことが明らかになった。P2は「飲みたかったら自分で持参したドリンクをいつも飲んでい」と説明し、P5も「登校中にお茶を買って持参してしまう」と、既に飲み物を所持していることが参加の障壁となっていたことを明かした。

4.3.3 舞台設定・ルールの効用

動画のフォーマットやルールは、投稿を促進する面と抑制する面の両方を持っていた。P1は「実験のためのデータを提供しているのだという大義名分があったから参加しやすかった」と述べ、「その時に飲みたい理由は毎回違うし、必ず何かあるはずなので喋りやすかった」と、フォーマットの効用を認めた。P8も「撮影は必ず『誰かと喋っている』という構造になるから喋りやすい」と、撮影構造が心理的負担を軽減していたことを指摘した。一方で、P1は「じわじわのフォーマットになっていない動画は投稿できない」とも述べ、フォーマットが自然発生的な投稿を妨げる側面も明らかになった。

5. 考察

5.1 対面の飲み会との類似点

じわじわ忘年会は、非同期ツールでありながら対面飲み会の本質的な要素を巧みに取り入れていた。第一に、話題の内輪性である。一般的な非同期ツールでカジュアルなコミュニケーションをしようとする、「不特定多数の人が見ても置いていかれることのない話題」（例：クリスマス何しますか？など）になりやすい。しかし、じわじわ忘年会では身内ネタで盛り上がるのが可能であった。

第二に、飲み物ドリブンなコミュニケーションである。飲み物を飲むという口実がなければ生じなかった会話や動画投稿が多数存在した。会話の内容よりまず先に飲み物があり、飲み物（撮影）を前にして初めて語りの内容が生まれるという構造は、現実の飲み会と類似している。参加者が「今飲みたい理由は毎回違うし、必ず何かあるはずなので喋りやすかった」と述べたように、飲み物という物理的トリガーが、自然な話題提供の契機となっていた。

第三に、祝祭性の創出である。自分の所属しているコミュニティで「何かが盛り上がっている」というエネルギーを感じられる点は多くの参加者に好評であった。1日1件の投稿だったとしても長期的には祝祭感が醸成され、参加せずに傍観しているだけでも楽しい気持ちになれるという。参加者が「ラボが盛り上がっているのが楽しい」と表現したように、個々の交流の質よりも、コミュニティ全体の活性化そのものに価値を見出していた。これは、対面飲み会が持つ集団的な高揚感を、非同期環境で再現することに成功した例と言える。

5.2 対面の飲み会との相違点

一方で、じわじわ忘年会は対面飲み会にはない独自の特性も発展させていた。最も顕著なのは、「0と1の間の参加」を可能にしたことである。動画は全部見る必要も、最後まで見る必要もない。自分の気分と都合に合わせて参加・不参加をアナログに調節できるのは、対面飲み会では不可能な柔軟性である。現地でも、飲み物一本分の時間で終わるという手軽さは、従来の飲み会と異なり時間的拘束が少ない。この部分的参加の許容は、現代の多忙な生活スタイルに適応した新しいコミュニケーション形態と言える。

第二の相違点は、非同期の一方通行性と同期の突発性という二面性である。Slack上でのインタラクティブ性は薄く、参加者全体に呼びかけているのに発言が一方的で会話に繋がりにくい点は、対面飲み会の双方向性とは大きく異なる。しかし興味深いことに、非同期ツールが同期的な交流の触媒として機能するという、予期せぬ効果が生まれていた。撮影現場の周辺に立ち上がる雑談の輪は飲み会的であり、ある意味、研究室という現場を好きな時に飲み会会場化する効果があった。

第三に、フォーマットの厳格さも重要な相違点である。ルールやフォーマット（「飲みたい理由→話したいトピック→乾杯」）が決められていたことで、一定の発言のしやすさが担保された。これは、対面飲み会の自由な雰囲気とは対照

的である。その一方で、それ以外の形式（例：最初一杯以降の雑談の深まり、飲み終わった後のまどろみ、突然ゲームが始まるなど）のコミュニケーションが生まれにくかった。しかし、この制約こそが「乾杯」という文化的シンボルと相まって、ポジティブな文脈を一貫して維持することを可能にしていたとも解釈できる。

これらの類似点と相違点の分析から、効果的な非同期コミュニケーションシステムは、対面交流の本質的要素（内輪性、日常的トリガー、祝祭性）を保持しつつ、非同期メディアならではの利点（柔軟な参加、時空間の制約からの解放）を活かすべきであることが示唆される。じわじわ忘年会の経験は、両者の長所を組み合わせた新しいコミュニケーション形態の可能性を示している。

6. おわりに

本研究では、飲料をきっかけとした非同期コミュニケーションシステム「じわじわ忘年会」を開発し、長期的な運用を通じてその効果を検証した。分析の結果、じわじわ忘年会は対面飲み会の本質的要素である話題の内輪性、飲み物を契機とした自然な会話の発生、コミュニティ全体の祝祭性を非同期環境で再現することに成功した上で、参加形態の柔軟性、非同期性が生む予期せぬ同期的交流、フォーマットの制約がもたらすポジティブな文脈の維持といった独自の価値を有することが明らかになった。特に、同期と非同期を対立的に捉えるのではなく、両者の相互作用を活かすハイブリッドなアプローチの可能性を示したことは、本研究の重要な貢献である。今後は、本研究で得られた知見を基に、より洗練されたシステムの開発と、多様な組織環境での検証を進める予定である。

謝辞 本研究はサントリーグローバルイノベーションセンター株式会社の支援を受けた。

参考文献

- [1] Robert S. Fish, Robert E. Kraut, and Barbara L. Chalfonte. Evaluating video as a technology for informal communication. In *CHI '90: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, pp. 37–48, New York, NY, USA, April 1990. ACM.
- [2] 椎尾一郎, 美馬のゆり. Meeting pot: アンビエント表示によるコミュニケーション支援. *インタラクシオン*, Vol. 2001, pp. 163–164, 2001.
- [3] Marc Hassenzahl, Stephanie Heidecker, Kai Eckoldt, Sarah Diefenbach, and Uwe Hillmann. All you need is love: Current strategies of mediating intimate relationships through technology. *ACM Trans. Comput.-Hum. Interact.*, Vol. 19, No. 4, December 2012.
- [4] V. Braun and V. Clarke. Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, Vol. 3, No. 2, pp. 77–101, 2006.