日本マーケティング学会　マーケティングカンファレンス2026

エフェクチュアルクッキングにおける価値の再解釈と実践の再生成

エフェクチュアルクッキング（EC）の体験の「その後」を、時系列で追う

「これが食べたかった」
具なし焼きそばも、エフェクチュエーションだった
→ 07 参加者A

外園 馨[1]・谷口 千鶴[2]
[1]エフェクチュエーションLAB　[2]株式会社スナックレモネード

研究の問い

体験のあと、人はそれをどう「自分なりに使う」のか？

価値の再解釈
体験や働きかけから本人にとって意味のあるものを見いだし、自身の生活・関心・経験・価値・役割等との関係から意味づけること。

実践の再生成
意味づけ直された価値や働きかけが、利用可能な人・場所・関係・経験等と結びつき、新たな実践が企画・形成されること。
体験の再現ではなく、本人が操縦桿を握って生み出すこと。

結論

もともと持っているものにつなげ、手元にあるもので、自分なりの形に変えて使っていた。

ECの体験や他者からの働きかけは、もともと持つ価値・経験・役割との接続を通して**再解釈**され、手元の人・場・関係と結びついて、次のEC・別の企画・日常行動へとつながっていた。

実践の広がりは、コピーではなく、一人ひとりの再生成として起きていた。

01 背景・先行研究

「体験の場」だけでなく、その後の生活まで見る

エフェクチュアルクッキング（EC）とは
料理をメタファーに、エフェクチュエーション（手持ちの資源から始める等の原則。以下エフェ）を体験的に学ぶ手法
Sarasvathy（2001）; James & Iandoli（2022）

マーケティング：価値は生活文脈の中で形成される
Heinonen, Strandvik & Voima（2013）
顧客との接点だけでなく、その後の生活・経験まで視野を広げる



大阪EC（2024.6.26）
だから本研究は——
ECの「その後」を追う

02 方法

複数事例を時系列で追い、意味づけと展開を比較

対象
2024年以降のEC関連実践のうち、筆者らが参加・主催または関係し、時系列で追跡できる事例（8事例）

データ
当日のメッセージ / 参加者の手描き記録 / 写真 / 当時のSNS投稿 / note / 後日の本人の語り / 本人確認

分析
体験・意味づけ・利用可能な資源・その後の行動・帰結の5観点で時系列に整理・比較

筆者ら（共著者含む）も一部事例の当事者のため、振り返りのみで解釈せず当時資料・本人確認と照合した。

03 福岡EC：同じ場で、ちがう気づき

当日の手描き記録と、参加者の言葉から



参加者が描いた当日の調理記録（2024.9.14）　作画：なりこ

永野 由佳さん
「今日一日で料理の幅や発想が広がったような気がします」

南 智巳さん
「私が大切にしていることを確認することができました」

広がりの地図
矢印は時間の流れ（因果は示さない）

2024.6 **大阪EC** 谷口らが開催 → 2024.9 **福岡EC** 外園が開催 → その後 ⇉
- 次のEC｜2025.2 **名古屋EC** 南さんが開催
- 次のEC｜2025.4 **外園宅EC** 山岸さんも参加
- 2025.12 **京都EC** サラスバシー教授も参加
- 次のEC｜2026.7〜 **大学・行政へ** 大学生向けEC・大府市（谷口）
- 次のEC｜2026.8 **昼スナEC** フィッシュさん×外園
- 別の企画 **脳トレリレークッキング** 太田さんが提案（外園と応募）
- 日常 **家庭の食卓** 具なし焼きそば（参加者A）
- 日常 **日常の見方** 旅・仕事・発酵（今永さん）

04 事例1：自己理解の再解釈から、新たなEC開催へ

南 智巳さん（名古屋（当時）・元旅行会社勤務）　手中の鳥 / クレイジーキルト

① 福岡EC当日｜もともと持っていたものに気づく

「グループの仲間で動けずにいる人に対して、役割を与え、困らないように気を配っている（…）要は面倒見が良いんです　長女気質！」
［2024.9.14 当時SNS投稿］

② 当日〜その後｜もともと持つもの＋新たな働きかけ

本人	他者	利用可能なもの
「誰かのお役に立ちたい」「エフェを実践したい」（後日）	山岸さんの「一緒にやりたいです！」	外園が名古屋へ行ける人とのつながり・EC

→ 2025.2.15 名古屋EC開催

一つの気づきから一直線にではなく、もともと持つものに、働きかけと手元の資源が重なって形づくられた。



名古屋EC（2025.2.15）

05 事例2：体験の場への違和感と、日常の見方としての再解釈

今永 理佳さん（静岡・ストレッチトレーナー）　許容可能な損失 / クレイジーキルト / レモネード

① 体験の場は得意でなくても、エフェの「分かりやすい例」だった

「エフェクッキングの『現場』は正直あまり得意ではないなって感じた」
「（…）一般受けとして非常に分かりやすい例が、エフェクッキングだと思うのね。5つの原則を日常性に落として理解しやすい」

② 料理を離れて｜日々の小さなチャレンジを5原則で見直す

本人の意味づけ　「日常をエフェの5原則のフィルター（エフェメガネ）でPDCA回していくきっかけに」
日々の小さなチャレンジを5原則の視点から見直し、セルフリーダーシップがとれるようになってきた、とも記す

確認できた行動

旅
「許容可能でキルトを広げるチャンス」と別府へ。2026年 伊・韓の演劇祭にサポート同行

仕事
対面に加え、オンラインで「百年足腰講座」（呼吸法・インナーマッスル）

食
発酵食品も「エフェの5原則に則って考えるとおもしろい」

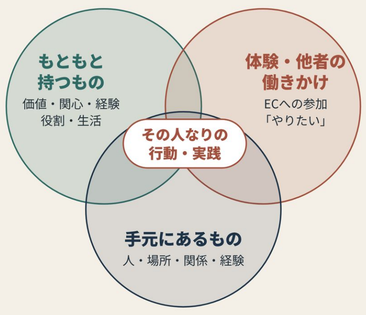
振り返り
エフェ手帳で日々の振り返りサイクルを回す

※呼吸講座は外園の依頼がきっかけ。「まいっか」の柔軟さを「見習いたい」とも（レモネード）［2026.10 本人］

ECは日常を見る「見方」として再解釈され、旅・仕事・食・振り返りへと広がっていた。

06 結果：同じ体験から、ちがう実践が生まれた

実践は、一方向の段階ではなく重なりの中で形づくられていた



山岸 明美さん（調理代行）
「人と関わることで、可能性は無限に広がる」
冷蔵庫にあるもので作る調理代行そのものを、手中の鳥から始めるエフェと捉える。ECで仲間の経験が合わさり「自分の想像を超える料理」に
［2026.10 本人］



京都EC（2025.12）サラスバシー教授も参加



昼スナEC（2026.8）

同じECでも、場と人がちがえば、ちがう料理が生まれる

07 参加者の価値認識と実践の変化

■ 次のEC　■ 別の企画　■ 日常　■ 出発点

事例	意味づけ（もともと持つものとの接続）	その後の行動（確認できたもの）
外園 馨 福岡・公務員	大阪ECで出会った形式を、「毎日のご飯、がんばらんでいい」等の既存の料理観・仲間・場と接続	**福岡ECを開催（2024.9.14）、次のECを企画**
南 智巳さん 名古屋（当時）・元旅行会社勤務	当日の振る舞いから「面倒見が良い・長女気質」と気づく／当日、山岸さんに協働を呼びかける	**名古屋ECを開催（2025.2.15）→04**
フィッシュ 明子さん 福岡・昼スナ店主／社会福祉士	常連に「漏れ活」（好きなことの表現・実現）をしてほしい。場もお客さんもある昼スナなら負担なく実現できる——この考えに外園の「やりたい」を接続	**昼スナECを外園と共同開催（2026.8.2）**
太田 みわさん 福岡・会社員（当時）	市民講座への応募準備中にECに参加し、脳トレとして活用できると着想	**「脳トレリレークッキング」を提案し、外園と応募**
参加者A 福岡・ワーママ	「私が作らなくてもいいかも」と受け止める	**家庭で娘に任せる → 具なし焼きそば →「これが食べたかった」→ 後日、娘から「フライドポテト揚げていい？」**
山岸 明美さん 名古屋・調理代行	調理代行そのものを、手中の鳥から始めるエフェと捉え直す。ECでは仲間と経験が合わさる →06	**2025.4.13 外園宅EC → 4.17 コラボクッキング（EC形式ではない）へ**
今永 理佳さん 静岡・ストレッチトレーナー	ECを「エフェメガネ」として日常に持ち込む →05	**旅・仕事（オンライン講座）・発酵・振り返りへ**
谷口 千鶴 大阪・スナックレモネード代表	講座生へのお礼と吉田先生との接点づくりの中で、先生の「いつか日本でもやりたいなあ」に応え大阪ECを着想／「ぜったいに私以外の誰かの価値を生みたい」	**大阪EC開催（2024.6.26）→ 大学生向けEC（京都・2026.7）、大府市主催EC（2026.10.23予定）へ**

※谷口は福岡EC以前の実践で、他者の「やりたい」への応答の事例として参照。※参加者Aは一般参加者のため匿名表記。

貢献と示唆

本研究の貢献　体験後の意味づけと行動を時系列で照合し、価値の再解釈と実践の再生成として記述した。起業や企画といった大きな展開だけでなく、家庭の食卓のような日常の小さな実践にも、エフェクチュエーションの考え方が現れていた。また顧客は価値を使うだけでなく、**次の場の提供者**にもなっていた（04・07）。その場は個人にとどまらず、大学の研修や行政主催の場にも広がりつつある。体験型サービスの普及を、提供者による複製ではなく、受け手による再生成として捉える視点を示した。

マーケティング上の示唆　体験価値は、受け手のもともと持つものと接続されて意味づけ直され、異なる行動として現れうる。value-in-use（Vargo & Lusch, 2004）や customer-dominant perspective（Heinonen et al., 2013）と整合的な観察である。体験型サービスの成果は、当日の満足ではなく、**その後の実践**で捉える視点が必要である。提供者にとっては、体験をそのまま再現させるのではなく、**参加者に操縦桿を渡す場**を設計することが、次の実践を生みやすくする可能性がある。

限界と今後

限界　追跡できた事例に限られ、実践を確認できなかった参加者は、実践が生まれなかったのか、筆者らから見えていないだけなのかを区別できない。ECの因果的効果や実践に至る条件も示せない。

今後｜「エフェクチュエーションの民主化」を3つの層で問う

① **触れる**　専門家や起業家でなくても、考え方に触れられる
② **試す**　特別な能力や資源がなくても、今あるものから試せる
③ **意味づけ・生成**　何を価値とし、次に何を生むかを本人が決められる　← 本研究の事例

問い：実践は生まれていないのか、見えていないだけなのか。日常の小さな実践を、どう捉えるか。

参考文献　Heinonen, K., Strandvik, T., & Voima, P. (2013). Customer dominant value formation in service. *European Business Review*, 25(2), 104–123.
James, K., & Iandoli, L. (2022). Design-driven entrepreneurship: A cooking exercise to integrate effectuation and design thinking. *CERN IdeaSquare Journal of Experimental Innovation*, 6(2), 41–50.
Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review*, 26(2), 243–263.
Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing*, 68(1), 1–17.

謝辞　本研究にあたり、事例の掲載と内容確認にご協力いただいた皆さまに感謝いたします。

エフェクチュエーションLAB
活動・ECの記録はこちら