

インテリアイメージの世代間の相違

——インテリアイメージマップによる調査研究 (1)——

雨 宮 勇*

The Difference of the Interior Image in Generations
—Investigation Research by the Interior Image Map (1)—

Isami AMEMIYA

1. はじめに

これまでの調査で、イメージマップに適した形容詞対を各種の実験によって絞り込んできた。今回はその形容詞対で作られたイメージマップを実際に実験に使用することで、それらの使い勝手と、それらの実験で明らかにされた内容を発表する。

大学生と、世代が広範囲に散在している社会人の2グループに同じインテリアイメージ写真を使ったアンケートを行った。その結果、世代の違いがそのままインテリアイメージの違いになっていることが明らかになった。

2. 目 的

人はファッションや食事など生活上の多くのものに対して、様々な嗜好を持っている。これは居住空間においても同様であり、人々の志向する空間イメージは大きく異なることが考えられる。この人々の持つインテリアイメージの状況を、視覚的な表現で捉えてみようというのがこの研究の目的である。今回は世代間の違いをインテリアイメージマップに載せて、その世界を明らかにすることを目的とした。

成果とすべきものは以下の3点である。

- ① マップを構成する形容詞対の適正を確認すること。
- ② アンケートに使用するイメージ写真の選択が適正か？
- ③ インテリアイメージの世代間の相違を見つけること。

3. 研究方法

前回までの調査（「インテリアイメージマップ制作のための調査研究1」から「同2」

* 生活科学部 生活環境デザイン学科

「同3」)で絞り込まれた形容詞対で本格的な調査を行う。研究方法は以下の2点について行った。

- ① まず、アンケートに使用し、マップに配置されるイメージ写真をあらためて選ぶことから始めた。選ばれたイメージ写真は、マップ全体に均等に散在することが求められる。イメージ写真の選択と適正は、数回のプレアンケートと分析を行い、今回の使用マップにふさわしいイメージ写真の選択を行った。
- ② マップへの配置が適正状況になったことを確認後、そこに配置されたイメージ写真を順不同に並べ替え、学生と社会人の2グループに対して本格的なアンケート調査を行った。そしてその分析からそれらの世代間の違いを明らかにした。

4. 研究内容

4-1. アンケート用イメージ写真の選択

4-1-1. インテリア写真45枚を選択

マップに使用する形容詞対を①自然⇔都会、②装飾⇔シンプルの2形容詞対に設定したので、この形容詞対で作られるマップ全体に、その位置に適すると判断されたイメージ写真を新たに用意した。これは次の理由からである。

これまでに使用してきたインテリア写真(20枚※)では、9つのゾーンへの配置に偏りがあることから、写真の配されていない場所をなくすこと、少ないところへの新写真の配置によって出来るだけ均等にイメージ写真が配置されるようにした。そのために45枚の写真からなるインテリアイメージマップを作成した。

この選択は、男性3人(30代、40代、50代各1人)と女性3人(20代前半1人、20代

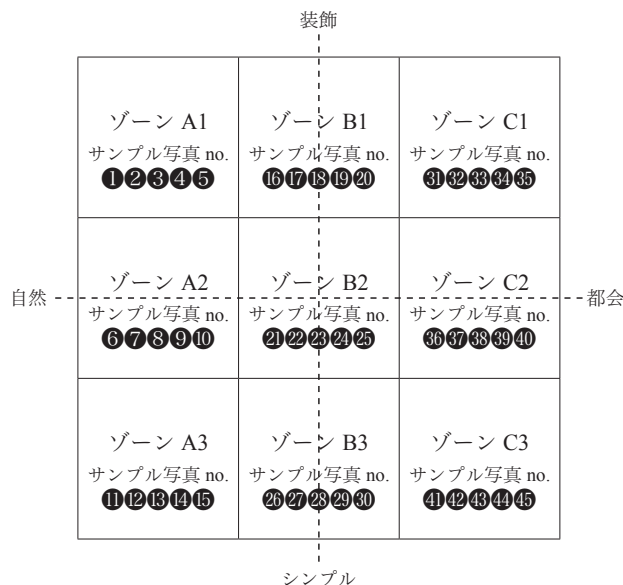


図1 9ゾーンに配置した45枚のイメージ写真

後半2人)の計6人による写真の収集と9つのゾーンへの配置によって行った。

配置は各ゾーンに対してゾーンにふさわしいと思われるイメージ写真を5枚ずつ用意し、9ゾーン計45枚のイメージ写真(図1)とした。

4-1-2. イメージ写真45枚の適正調査

次にこれらのイメージ写真の配置位置の適正を調べるため、18名の女子学生(本学4年生8名、2年生5名、1年生5名)の計18名にイメージ写真を見てのアンケートを行った。アンケートは、「①自然⇔都会」「②装飾的⇔シンプル」「③現代的⇔伝統的」「④好き⇔嫌い」の4形容詞対での評価とした。その結果、「①自然⇔都会」「②装飾的⇔シンプル」の2形容詞対で作ったマップが図2である。これを見ると、9つのゾーンに配置したはずのイメージ写真が大きくずれていることが分かる。特にA1に用意した5枚の写真全てが他のゾーンに移動していた。これらの配置位置は適正ではなかったことになる。これは他のゾーンでも同様で、イメージ写真の選択は再選択することになった。

4-1-3. 新たなイメージ写真の選択

そこで、新たに36枚のイメージ写真を選択した。この選択方法は、前出6名(男女3名ずつ)で不足しているゾーンに必要なイメージ写真を収集・選択した。アンケートで位置が定まったイメージ写真はその位置で配置することにした。新たに配置されたイメージ写真は図3のようである。

ここで選ばれた9ゾーンのイメージ写真の配置は、9ゾーン各々に4枚ずつの配置を予定していたが、A1及びB2ゾーンでは3枚、A2では2枚と左上部で配置枚数が少なく、C3では7枚、B3で5枚と右下部で多いのは、A1・A2・B1方向がC2・C3方向に比べ嗜好度が低かったことから選択イメージに重み付けを行った結果である。図3で①などは新規

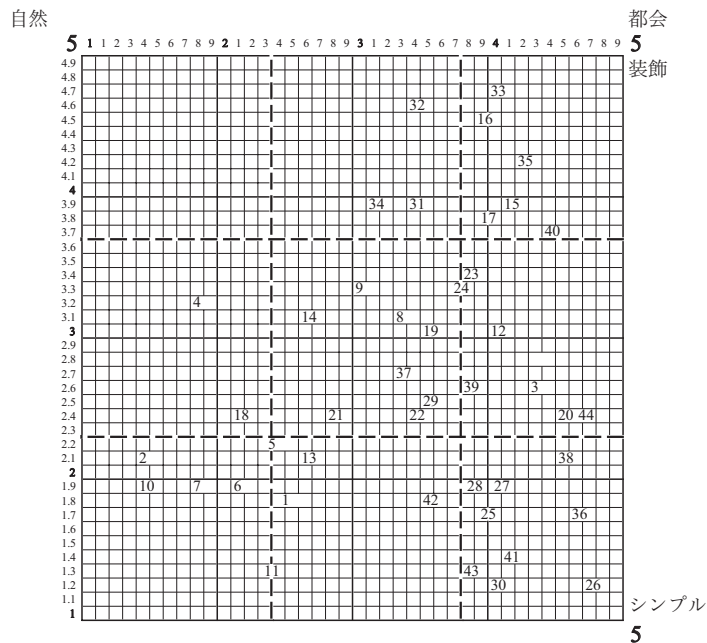


図2 アンケート結果から配置された45枚のイメージ写真

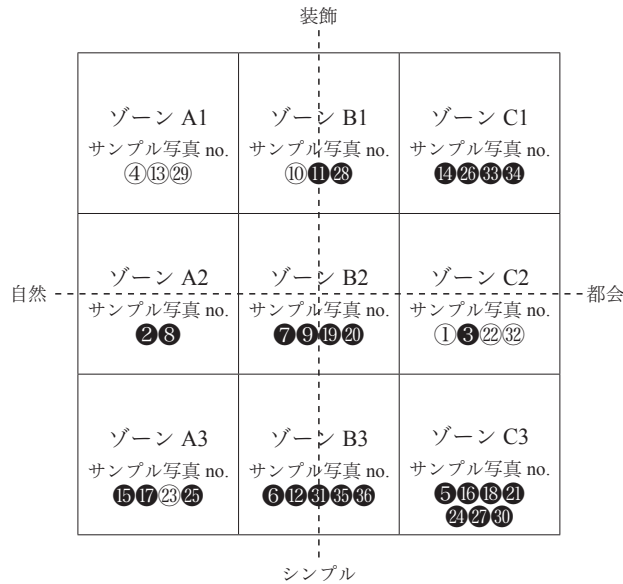


図3 新たに配置した36枚のイメージ写真

に加えたもの、②は継続して使用するものである。

この選択後、6名によって再度アンケートを行いこのマップの適正を確認し、次の本格的な多人数でのアンケートを行うこととした。

4-2. アンケート調査

4-2-1. 学生へのアンケート調査

アンケート調査は2006年10月に学生104名（本学学生2年生）に対して行った。使用した形容詞対は、「①自然⇔都会」、「②装飾的⇔シンプル」、「③現代的⇔伝統的」、以上3形容詞対以外に、前回の「④好き⇔嫌い」に代えて、「④住みたい⇔住みたくない」を加えた。

4-2-2. 社会人へのアンケート調査

アンケート調査は2007年10月～11月に大和リビング名古屋支店の社員116名に対して行った。社員の年齢構成、及び性別は表1のようである。アンケート内容は、学生へのアンケートと全く同じ内容である。

表1 社会人118名の内訳

年齢（歳）	人数（名）
16～20	1
21～25	26
26～30	43
31～35	20
36～40	13
41～45	6
46～50	5(内1名アンケート不完全)
51～60	4
計	118名
男性	64名／118名
女性	54名／118名

5. 結果及び考察

5-1. 学生と社会人の合計結果

図4は、「①自然⇔都会」と「②装飾的⇔シンプル」で構成し、学生と社会人の合計数を人数で割って作ったマップである。これを図3と比較すると、おおむね予想通りにイメージ写真が散在しているのがわかる。そして予想に反したのは、シンプル、都会方向への移動が多かったことである。それでは次に、その中の学生と社会人とを分け、そのアンケート結果を比較してみること、また、社会人の中を20代、30代、40代などと分けて、世代の違いによる傾向を明らかにしたい。

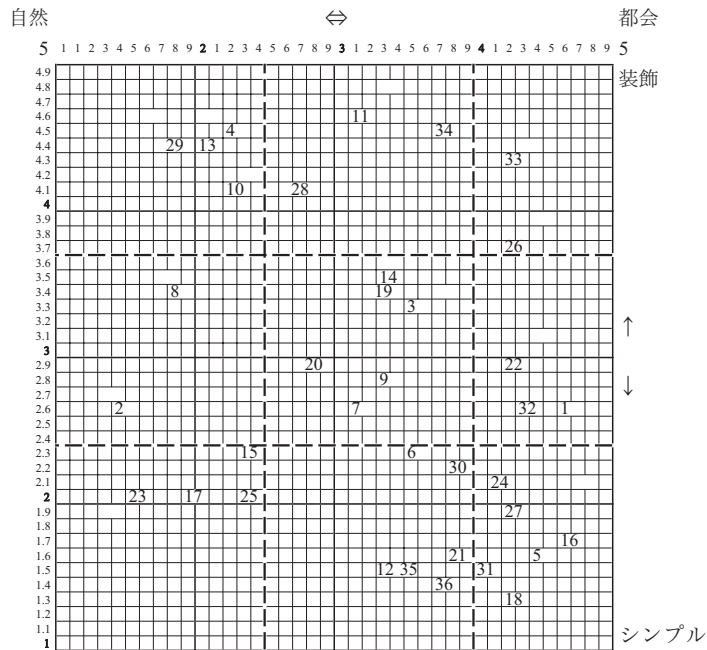


図4 学生と社会人合計のイメージマップ

5-2. 学生と社会人の比較

「都会⇔自然」×「装飾⇔シンプル」のマップでの学生と社会人の2つの結果を重ね合わせたものが図5である。

この図を見ると、学生の評価が社会人の評価に比べてほとんどの写真で外側、つまりより強い傾向を示す外部方向に位置していることがわかる。これを細かく見ていくと、次のようになる。

- ① 左上 (A1, A2ゾーンなど) に位置しているイメージ写真 (13, 29, 10, 4, 28, 8, 2) は、より左上 (自然・装飾的方向) に半数が移動しているが、移動距離はわずかで、ほとんど移動していないものも3点ある。これらのイメージ写真は、最初45枚では該当するものが無いことから36枚アンケートで急遽加えたものである。日本人にはなじみの薄い薄いタイプのものであり、昔は異国情緒として捉えられたタイプのものだ

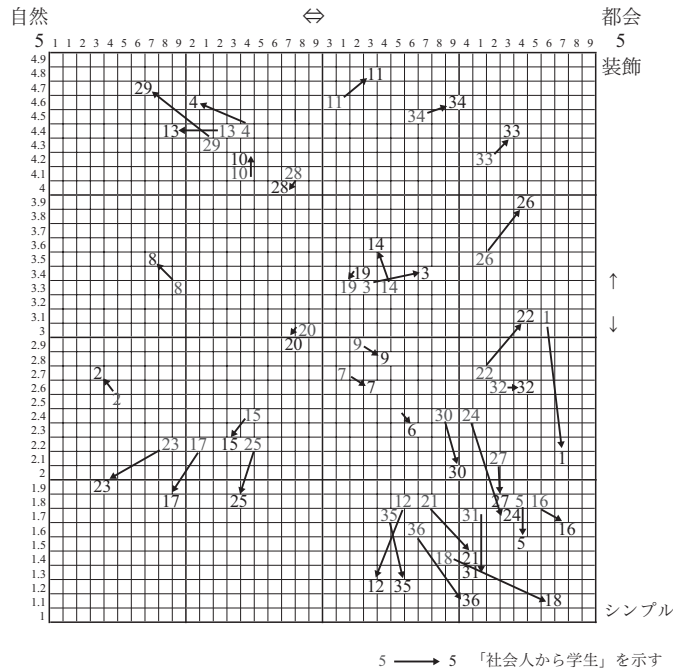


図5 学生と社会人との比較マップ

が、今回の被験者の人々には現実感の薄いことでは、共通するイメージだと考えられる。そのために同じ反応になったわけだが、わずかに左上に移動したところは、やはり年上の世代ではどこかで目に触れ、親しみを感じる度合いが高かったのだろうと思われる。

- ② 左下 (A3と一部 B2ゾーン) に位置しているイメージ写真 (17, 15, 20, 23, 25) は、5写真ともシンプル方向へ移動し、写真25以外はわずかに自然方向に移動している。これは、学生の方が同じ写真を見て、より強くシンプルだと感じ、より自然だと感ずるということである。
- ③ 右上 (C1とその両側の B1と C2ゾーン) に位置しているイメージ写真 (11, 33, 34, 26, 22) は、右上のより都会、より装飾的方向へと移動している。これは学生の方が同じ写真を見ても、より強く都会的、装飾的に見るということを表している。
- ④ 右下 (C3とその両側の B3と C2ゾーン、及び B2ゾーン) に位置しているイメージ写真 (上記①②③以外の写真) は、全体として右下方向のよりシンプル、より都会的方向へと移動しているのがわかる。

5-3. 社会人の20歳代と30歳代の相違

世代の比較を行った。図6を見てみると、ゾーンに近いイメージ写真に同じ動きをするものが見立つ。5-2同様に年上の世代のデータが1つ下の世代にどのように変化しているかを見ていくと、

- ① 左上方向では、30歳代から20歳代になると、左方向 (自然方向) へ A1ゾーンの4

インテリアイメージの世代間の相違

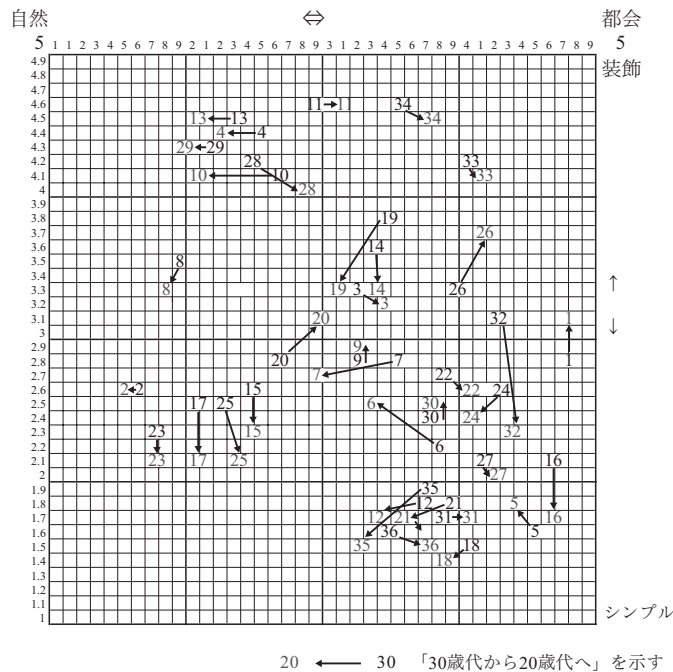


図6 20, 30歳代比較マップ

点の写真、及びA2・B2ゾーンの3点が移動している。

分析：世代が上がると都会的だと思う傾向が現れている。これは5-3で見た学生←社会人の比較で見られたものである。若い世代がこれらの写真には自然さを感じることがわかる。

- ② 左下方向では、4点の写真が下方向（シンプル方向）へ移動している。

分析：若い世代の方がこれをシンプルだと感ずることが確認できる。これも①と同様である。

- ③ 右上方向では、3点の写真が右方向（都会方向）へ移動している。

分析：5-2で見たほど激しい動きではないが、方向的には同じと言ってよいだろう。ただし、A1, B1, C1の装飾的傾向の強いゾーンの写真は、5-2ではより強く若い世代では装飾的だと受け止められたが、この2世代の間では同じか、むしろシンプルだと受け止める傾向がある。

- ④ 右下方向では、全体的には下方向（シンプル方向）に移動している。ただし、5-2で見たように都会方向への移動とは言えず、むしろ自然方向へ移動しているとも取れる。この図だけでははっきりした分析は難しい。

6. まとめ

6-1. 形容詞対の適正

一度に同じ形容詞対で200人以上の被験者を使用した調査は始めてであった。これまで

は多くの形容詞対を検討する必要から被験者を分けてアンケートを行ってきた。今回は形容詞対が絞り込まれたという判断で、全ての被験者に同じ内容のアンケートをしてもらった。

その結果、イメージ写真に対して世代間の評価が基本的な反応は同じ傾向を表していることがわかったのは、予想以上の収穫であった。世代間の相違を調べるのだが、人の基本的な意識は隣の世代では大きな変化は無く、わずかずつ世代が変わるごとに変化していくことで、大きな変化になっているのがわかった。これは使用している形容詞対の良さを証明しており、信頼できるツールになっていることをうかがわせた。

今回の使用した「①自然⇔都会」「②装飾的⇔シンプル」「③現代的⇔伝統的」「④好き⇔嫌い」の4形容詞対の内、「①自然⇔都会」「②装飾的⇔シンプル」で構成されるマップの信頼性が高まったということだが、3次元マップを構成させようと考えて加えてある「③現代的⇔伝統的」が不安定な要素を持っていることが分かった。「①自然⇔都会」に似た傾向を持っていること、時間をそのまま内包する形容詞対であることから、そのデータの今日性をどこまで考慮できるかなど、この形容詞対に関しては引き続き他の形容詞対も視野に入れながら検討していきたい。

6-2. イメージ写真の適正

今回の研究で一番の問題点がこのイメージ写真であった。世代間での変化が素直な感覚の変化になっていないのは、試験体であるイメージ写真の質が大きく影響していることが考えられた。学生へのアンケートでは、彼女らの好むイメージ写真を大幅に取り入れて調査を行わないと、イメージの違いで選択される前に切り捨てられることになり、存在意味が出てこない。

これは他の世代でも同じであり、その世代用のイメージ写真の用意が必要である。ただし、世代間の連続を確認するためには必要な技術が考えられねばならない。

6-3. インテリアイメージの世代間の相違

以上でも述べたが、インテリアイメージの世代間の相違など、このマップを使用することでしっかりした調査が出来る手ごたえをつかむことが出来た。今後は、イメージ写真の充実を図り、全ての世代に対してイメージ調査を行い、日本人の各世代が持っている特有のインテリアイメージを明らかにしていきたい。

参考文献

- 雨宮勇：インテリアイメージマップ制作のための調査研究(1), 椋山女学園大学研究論集第35号「自然科学篇」(2004)
- 小宮容一：インテリアのマテリアルコーディネートに関する考察, 日本インテリア学会論文報告集9号(1999)
- 国分三輝, 倉橋哲郎, 古西浩之, 向江秀之, 井口弘和, 川澄未来子：個人感性情報を用いた住空間設計支援システム, ヒューマンインターフェース学会誌・論文誌(2001)
- 雨宮勇：インテリアイメージマップ制作のための調査研究(2), 椋山女学園大学研究論集第36号

インテリアイメージの世代間の相違

「自然科学篇」(2005)

雨宮勇：インテリアイメージマップ制作のための調査研究(3)，椋山女学園大学研究論集第37号

「自然科学篇」(2007)