

幸せを感じる住まいの感性価値要素(1): 評価グリッド法を用いた可視化

Kansei Value Elements of Homes Associated with Well-being (1): Visualization Using the Evaluation Grid Method

白澤紗希¹ 南遊羽¹ 都賀美有紀¹ 長田典子¹
 Saki Shirasawa Yu Minami Miyuki Toga Noriko Nagata
 本間陽輔² 武内綾香² 今井朗² 植山生仁² 津江大志² 沢辺泰代²
 Yosuke Homma Ayaka Takeuchi Akira Imai Ikuto Ueyama Taishi Tsue Yasuyo Sawabe
 関西学院大¹ 関西学院大¹ 積水ハウス株式会社²
 Kwansei Gakuin Univ. Sekisui House, Ltd.

1. まえがき

住宅は、私たちの幸せ (Well-being: WB) を支える最も身近な環境であり、人の経験や感情を伴う「住まい」として捉えられる。こうした住まいにおいて感性的価値を向上させることは、幸せの実感を高める上で重要である。これまでに、住宅における満足度には、居住空間の広さや水回り設備、内装などが影響を与えると報告されている[1]。一方で、これらの住宅要素がどのような印象や感情を介して幸せに繋がるのか、また、要素間の繋がり方が個人によってどのように異なるのかについては十分に明らかにされていない。本研究では、評価グリッド法インタビュー[2]を用いて、一般生活者およびデザイナー(住宅設計実務者)を対象に、幸せを感じる住まいの感性価値要素を抽出する。さらに、住まいのデザインには両者の視点が重要と考えられるため、それらの評価構造を比較し、評価者の専門性による評価構造の違いを明らかにする。得られたインタビュー結果は感性の階層構造(図1)に基づいて分類し、評価構造図として可視化する。

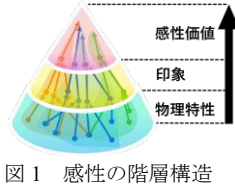


図1 感性の階層構造

2. 方法

2.1 参加者：参加者は、20-60代の一般生活者28名(男性13名、女性15名、平均年齢46.32歳、SD=9.27)、また20-50代のデザイナー11名(男性7名、女性4名、平均年齢34.73歳、SD=6.90)である。

2.2 手続き：関西と関東の2か所の会場にて「幸せを感じる住まい」についての調査を実施する。参加者には4棟のモデルハウスを体験後、それらを「その家に住んだ時の総合的・全体的な幸せ」について評価し、順位を付けることを求める。1位または4位から順に2棟の家を比較し、なぜ幸せだと感じたのか、また何についてそう感じたのかを評価グリッド法に基づき計3回インタビューする。デザイナー対象の調査では、さらに幸せを感じる要素が存在する可能性を考慮し、最後に理想の家と1位を比較する。インタビュー結果は同じ内容の言葉でカテゴリ分けし、評価グリッド法インタビューシステム (EGi-Visualizer) [3]で評価構造図として出力する。

3. 結果と考察

インタビューで得られた結果をカテゴリ化した後、カテゴリを「価値」「感情」「期待」「印象」「物

理特性」の5層からなる感性の階層構造に分類した。出現頻度や各要素間の結びつきの強さを表す Katz Centrality について、閾値はデザイナーで0.08、一般生活者で0.075とした(図2)。図2より、物理層において、デザイナーは「視線が抜ける」、一般生活者は「空間が広い」と評価していた。このことから、デザイナーは空間の広さだけでなく、視線の抜けといった空間の見え方も重視している可能性があると考えられる。また、期待層においてデザイナーでは「家族の様子が見える」など、家族とのつながりに関する要素が見られた。一方、一般生活者では「自分の時間をもてる」といった要素が見られ、家族と自分の時間の両立をより評価している可能性が示唆された。

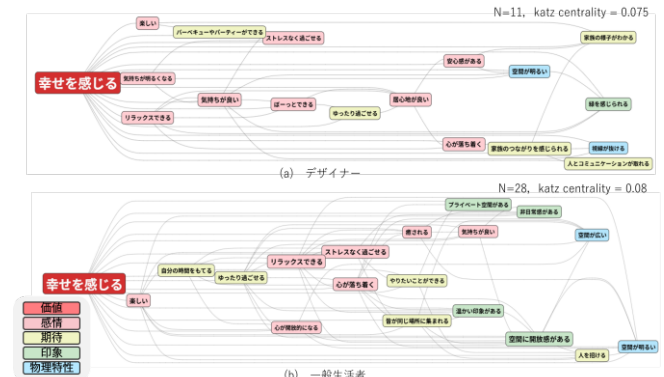


図2 幸せを感じる住まいについての評価構造図

4. まとめ

評価グリッド法インタビューにより、幸せに繋がる要素として人とのつながりが重要であることが明らかになった。今後は条件別に比較を行うことで、幸せを感じる住まいの構造分析を行う。

参考文献

[1] 宗健, 新井優太, 住まいが主観的幸福度に与える影響, 都市住宅学, no.103, pp.132-137, 2018.
 [2] 讚井純一郎, 乾正雄, レポートリー・グリッド発展手法による住環境評価構造の抽出: 認知心理学に基づく住環境評価に関する研究(1), 日本建築学会計画系論文集, no.367, pp.15-22, 1986.
 [3] Sugimoto, M., Yagi, Y., and Nagata, N., How different tourist sites evoke different emotions: Investigation focusing on the urban and rural sites in Japan, Human-Computer Interaction, HCII 2023, Lecture Notes in Computer Science, Vol.14012, pp.332-343, 2023.