

幸せを感じる住まいの感性価値要素(2): 評価尺度の開発

Kansei Value Elements of Homes Associated with Well-being(2): Development of Evaluation Scales

南遊羽¹ 白澤紗希¹ 都賀美有紀¹ 長田典子¹
 Yu Minami Saki Shirasawa 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 積水ハウス株式会社²
 Kwansei Gakuin Univ. Sekisui House, Ltd.

1. まえがき

住まいは、経験や感情をとまなう日常生活の基盤として、幸せ(Well-being: WB)に影響を及ぼす重要な環境である。これまでに、住宅の広さや設備、内装、居住環境が主観的幸福度や WB に影響することが示されている[1][2]。また、幸せを感じる住まいに含まれる要素については、評価グリッド法インタビューを用いた質的研究により明らかにされてきた[3]。一方で、これらの知見を体系的に捉え、構造として理解するためには、量的側面からの検討が必要である。そこで本研究では、幸せを感じる住まいの感性価値構造を定量的に明らかにするために必要な「幸せを感じる住まいの評価尺度」を開発する。さらに、この尺度を用いて複数の住まいについて評価を行い、因子分析によって、幸せを感じる住まいに関わる感性価値の背景因子を明らかにする。

2. 方法

2.1 参加者：一般生活者 78 名（関西在住者 40 名，関東在住者 38 名；男性 41 名，女性 37 名，平均年齢 47.81 歳，SD = 9.65）が参加した。

2.2 尺度：白澤ら[3]の幸せを感じる家の要素を感性の階層構造(図 1)に従って、物理特性から得られた知覚，印象，期待，感情に分類した。階層ごとに、要素の出現頻度や他要素との関連の強さの指標である Katz Centrality が上位 15 以内の大きさの語，およびそれ以下でも著者らの協議によって重要と考えられた語を評価語として選定した（知覚 17 語，印象 23 語，期待 27 語，感情 19 語）。これらに良悪，好悪，欲しいかどうかを加えた各評価語について，当てはまるかを 7 段階で問う Web アンケートを作成した。

2.3 手続き：参加者は関西あるいは関東の各 4 棟のモデルハウスを観覧・体験した。1 棟ごとに都度，評価尺度に回答した。

3. 結果と考察

評価値を基に因子分析を行った。知覚は 5 因子，印象と期待はそれぞれ 6 因子，感情は 3 因子が抽出された。結果を表 1 に示す。感情(L4)では覚醒度について高(活力・前向き)，中(充実感)，低(ほっと安心)それぞれのポジティブな感情の因子

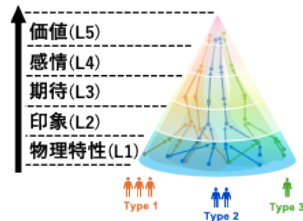


図 1 感性の階層構造モデル

が示された。期待(L3)における家族のつながりという集団性と、わたしの居場所というパーソナルな因子，および，印象(L2)における包まれ感と開放感，知覚(L1)における明るさ広がりコンパクト動線は，一見，同一因子の両極の概念のようであるが，両者は心理的に独立した因子であることが示された。質的な違いを微細に捉える評価尺度を開発することができた。

表 1 幸せを感じる住まいの評価尺度における因子と項目

階層	因子名	項目
感情(L4)	活力・前向き	活力がわく，楽しい，心が開放的になる，前向きになる，気持ち明るくなる，リフレッシュできる，嬉しい，心が豊かになる，気持ちがすっきりする
	ほっと安心	ほっとする，安心感がある，温かい気持ちになる，リラックスできる，居心地が良い，ストレスなく過ごせる
	充実感	充実感がある，満足感がある，快適である，心に余裕がある
期待(L3)	家族のつながり	家族のつながりを感じられる，家事の時間が減る，人とコミュニケーションが取れる，仲良く過ごせる，すぐ外に出られる，便利である，寝転がれる
	余暇・日々の楽しみ	人を招ける，美味しくお酒が飲める，好きなものに囲まれる，趣味の空間がある，気分や目的で使い分けができる，家にも外にいる気分になれる，食事が楽しめる，家に楽しみがある，気分転換になる
印象(L2)	わたしの居場所	一人きりになれる，自分の時間をもてる，自分の居場所がある，一息つくスペースがある
	安全で気にならない	外部からの視線が気にならない，周囲の人を気にしないで良い，住まいの安全性が確保される
	心身が整う	ゆったり過ごせる，心が整う，体が回復する
	外の景色を眺められる	外の景色を眺められる
	冒険心	冒険心をくすぐられる，おもしろい，遊び心がある，刺激がある，変化がある
知覚(L1)	包まれ感	包まれているようだ，温かい印象がある，守られていると感じる，ナチュラルな雰囲気である，籠もり感がある，自分たちだけの空間と感ずる
	上質感	上質感がある，贅沢感がある，綺麗である，非日常感がある，すっきりして見える
	開放感	空間に開放感がある，窮屈に感じない，空間の使い方の自由度が高い
知覚(L1)	効率的	効率的である，生活しやすい
	季節感	季節を感じられる，緑を感じられる
	明るさ広がり	自然光を取り入れられる，空間が明るい，空間が広い，窓が大きい，空間がつながっている，収納が多い
	素材感	足が冷たくならない，良い香りがする，木の素材や木目がある
	自然を感じる	自然の景色が見える，緑が多い，風を感じる，静かである
	コンパクト動線	空間がコンパクトである，動線が短い
	開かれ感	開かれている，視線が遮られる

4. まとめ

「住まいにおける感性価値」の評価尺度を開発した。今後は各因子のつながりおよび価値構造の個人差のタイプ分類の検討が必要と考えられる。

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] 浦川邦夫，格差は主観的なウェルビーイングに影響を与えるのか，日本労働研究雑，no. 690，pp. 31-43，2018。
 [3] 白澤紗希，南遊羽，都賀美有紀，長田典子，本間陽輔，武内綾香，今井朗，植山生仁ほか，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，電子情報通信学会 総合大会，2026。