

エイジング と デザイン

加齢化 感覚

第1回 — 「本研究の視点と方法について」

01 高齢社会と感覚

2011 年。65 才以上の高齢者が 2,980 万人を数え、これはわが国の総人口の 23.3%となります。この現実の前に、現在、高齢者をとり巻く多くの困難な問題がありますが、なかでも、高齢者が気持ちよく楽しく暮らすことへの心のコンディショニングやケアの在り方は多くの関心を集めているのではないかと、思われます。

本研究では、高齢者の知覚研究ではなく、感覚についての基礎的で、臨床的なアプローチを進めてゆくものとなります。

本研究の目的は、加齢化の視点から、高齢者が感じる感覚を検証し、「高齢者にとって生きやすくする為の感覚」＝「デザインの創出の可能性」を示すことにあります。

永らく近代デザインに在っては、デザインの使い手として、「自立した個人」が対象となり、合理的な機能性やスタイル性の追求を根拠に、青年、壮年層の心をつかむことを前提にしたデザインの再生産がくり返されてきました。

また、ノーマライゼーション思想から「ユニバーサルデザイン」の発想も生まれましたが、それは高齢者の知覚的、身体的なパフォーマンスの劣化を補助する機能性への対応を主題とするもので、デザインが高齢者のフィジカルサポートに供する域を出るものではありませんでした。

今日の高齢社会の中では、社会的弱者の立場が加速化せざるをえない、高齢者のマインドサポートがとても重要なテーマとなっていることは広く認識されはじめているところです。

ここにデザインの新たなテーマとして、高齢者を主役とした心の豊かさ、ふるまいの豊かさに供するデザインの在り方を挙げるすることができます。

しかし、現在のところ、加齢化と感覚あるいは高齢者の感覚についての基礎的研究は「知覚」のそれと比べると充分でない状況にあります。そこには知覚に比べ感覚を扱う難しさもありますが、高齢社会の中で、高齢者のマインドサポートを展開してゆく上からも、高齢者の感覚の解明は不可欠な感覚認知の分野となりえます。

本研究では、

「美しい」「気持ちいい」「幸せ」「楽しい」「なごむ」「ワクワクする」「元気が出る」などの、こうしたマインドサポートを促進させると考える〈高揚感覚〉の中心に「かわいい」の感覚を位置づけて、高齢者の感覚の実態を検証してゆきます。

この「かわいい」と云う感覚には、自分がなごんだりする「自分効果」と他者との間で感覚を介してつながれる「他者効果」が、若者には明らかに見られるものですが、同様の効果の構造が高齢者にも見られるかを確認してゆきます。

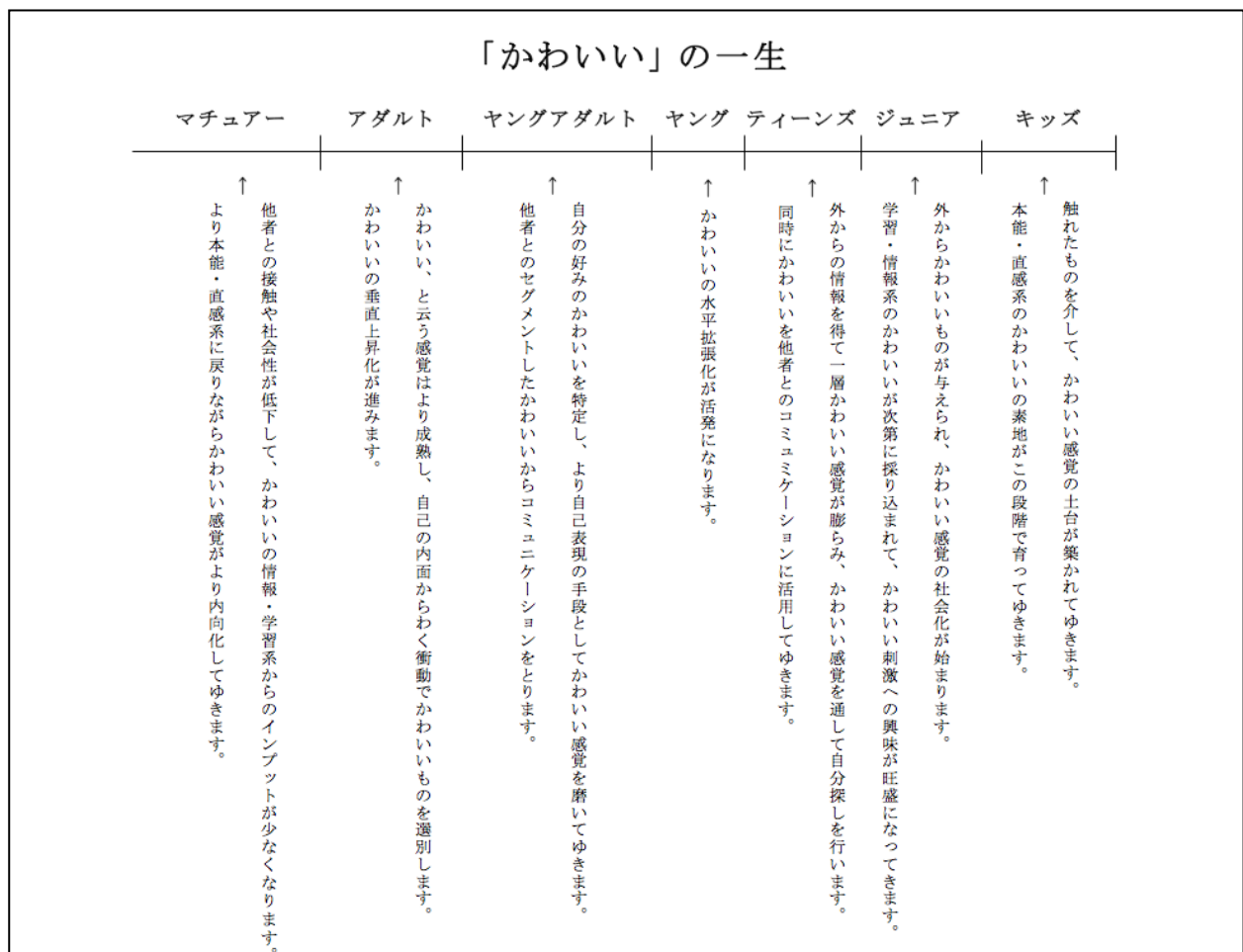
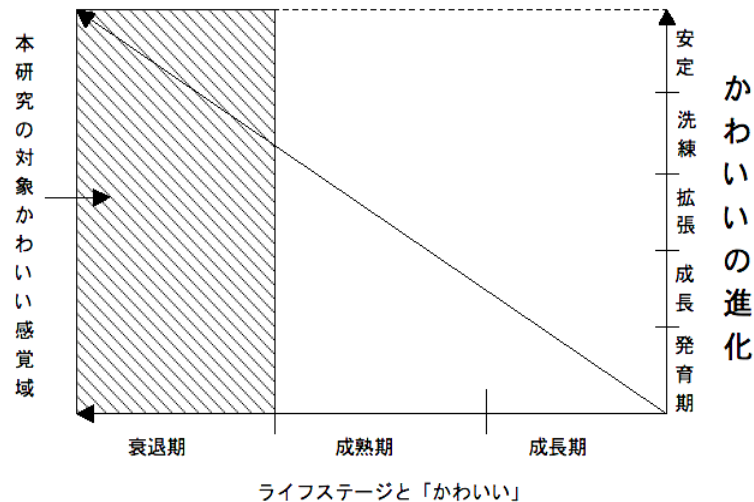
この様に「かわいい」を中心にした〈高揚感覚〉の所在を探りながら、高齢者の新たな生き方としての〈感覚する人間〉像を探ってゆくことにもなります。

02 加齢化とかわいい

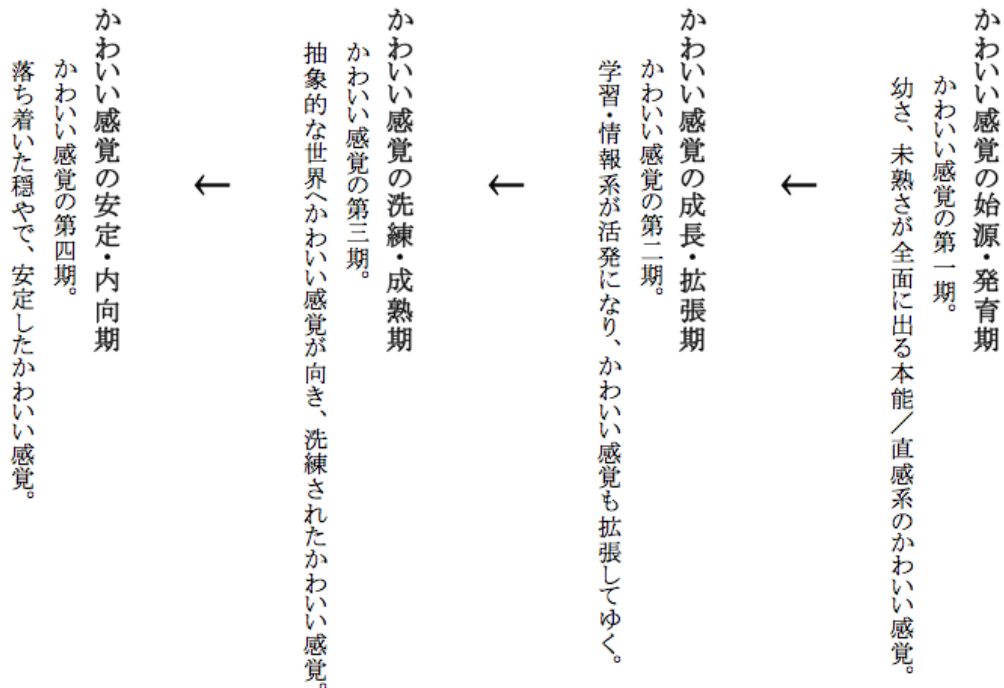
「かわいい」と云う感覚は、人の加齢と共に育ち、根付き、成長し、安定してゆきます。

人の感覚的側面は極めて個人的な反応で個別的なものである、と一般的に捉えられますが、「かわいい」については少し事情が異なります。

つまり、人のライフステージに則して「かわいい」が進展してゆく原則がまず在ります。これはおおむね誰にでも当てはまること（特に女性）になります。その上で「かわいい」感覚に個性が生じてくるのは、「かわいい」感覚そのものの進化状態が各自にとって異なるからだ、と思われまます。従って、かわいい感覚を巡る人の個性とは、ヨコ軸の人のライフステージに現れる「かわいい」の共通的な変化と、タテ軸の「かわいい」感覚そのものの、進化ステージとの座標の中に在る、と云えます。



「かわいい」の進化ステージ



本研究では、加齢化とかわいい感覚の人に共通する側面と、その人の固有な個性としてのかわいい感覚の側面との二つの視点から検証を加えてゆきます。

03 研究仮説について

これまでの「カワイイパラダイムデザイン研究」(2006～2009)で得られてきた研究仮説を本研究の裡で検証してゆくことも大きな目的の一つになります。



「カワイイパラダイムデザイン研究」(平凡社.2009年)

眞壁智治+初代チームカワイイ(建築研究ユニット)によるわが国初のカワイイデザイン研究となるもので、モダンデザインがデザインの根拠としたものが、「機能性」であったのに比べ、カワイイデザインに在ってはそのデザインが自分にとってどのような意味を持つのかを問う「効用性」にそのデザインの根拠が移ります。このことはデザインの送り手(作り手)と受けて(使い手)との関係が大きく変わることを示します。

つまり、カワイイデザインではなによりも送り手と受け手との感覚共有、更には多くの受け手たちの感覚共有がデザインの在り方の大きなテーマになるのです。

更にはカワイイ感覚は、その感覚拡張が著しく進んでいます。(例「モダンカワイイ」、「エロカワイイ」、「キモカワイイ」、「シブカワイイ」・・・)

こうした検証・認識を基に、かわいい研究仮説が成り立っています。

かわいい研究仮説

仮説1 加齢者にとっても「かわいい」という感覚反応を通して、自身が癒されたり、元気になる。

→「かわいい自分効果」

仮説2 加齢者にとって「かわいい」という感覚反応を通して他者と心がつながれるような（感覚共有）気持ちになれる。

→「かわいい他者効果」

仮説3 加齢の男性でも「かわいい」の拡張感覚には反応することができる。

→「モダンカワイイ」「カッコカワイイ」

仮説4 「かわいい」という感覚反応を媒介にしてマインドサポート効果を生む加齢者対応デザインは成立する。

→「Aging Aid Design」(略:AAD)

04 調査研究の方法

調査対象者：60代、70代、80代女性・男性

調査方式：ビジュアルパネルを提示し、対象者の感覚についてヒアリングを行い、感覚の定性傾向を個別に探るケーススタディ型調査となります。

調査研究ステップ：

ステップ1 調査プログラム設計

——「調査プログラムコンテンツ」に基づき、ヒアリングの為のパネル制作、設問の設計。

ステップ2 調査実施

——ビジュアルパネルを使った対象者の感覚反応の調査。

ステップ3 分析作業

——調査結果の分析、研究仮説の検証と「AAD」へのデザイン要件抽出。

ステップ4 討議

——調査、分析成果を基に「AAD」について討議。

ステップ5 まとめ作業

——加齢者の感覚反応の動向を把握し、加齢者のマインドサポートに供するデザイン(ADD)の像を提示する。

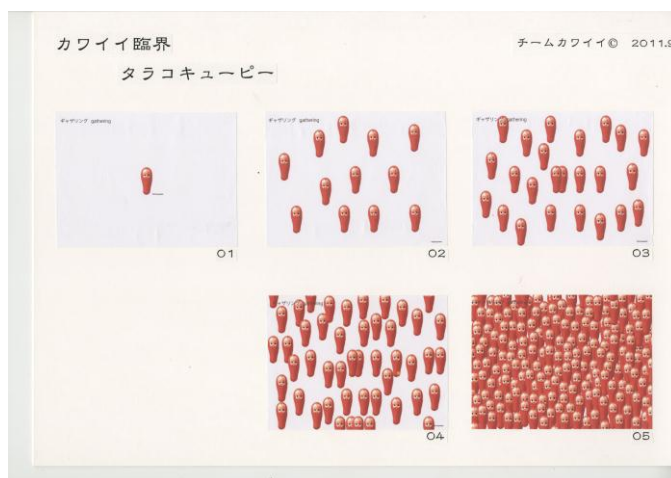
調査プログラムコンテンツ：

- 1 加齢者にとって「高揚感覚」の存在について
→女性
→男性
- 2 他者との感覚共有を生みうる「高揚感覚」について
→女性
→男性
- 3 加齢者にとって「カワイイ」の高揚感について
→女性
→男性
- 4 加齢者にとって「カワイイ」の感覚拡張について
→女性
→男性
- 5 加齢者にとって「カワイイ」の感覚共有について
→女性
→男性
- 6 加齢者の感覚が高揚するデザインについて
→女性
→男性
- 7 加齢者の豊かなふるまいが誘導されるデザインについて
→女性
→男性

05 ヒアリングのためのビジュアルパネルの概要

1 ステージ ——カワイイ臨界

ものの様子・状態の「微差対比性」に注目し、「かわいい」感覚の発生地点を探るもの



ギャザリング

モチーフが集合してゆく経緯の中で
生じてくる感覚反応をみるもの



インパーフェクト

→

モチーフの完全から欠損の経緯の中で生じてくる感覚反応をみるもの



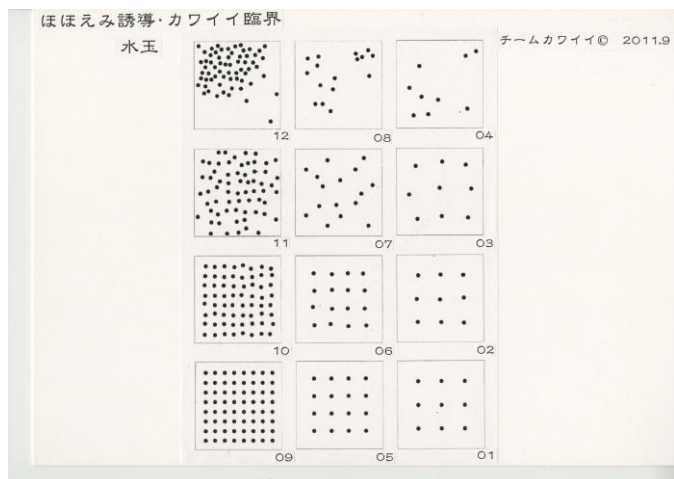
タイムパス

→

モチーフの時間的経緯の中で生じてくる感覚反応をみるもの

2ステージ ——ほほえみ誘導・カワイイ臨界

水玉構成の「微差対比性」を示し、ほほえみが生まれる地点,かわいい感覚が生まれる発生地点を探るもの



水玉の密層と配列を変化させてゆくことで生じてくる感覚反応をみるもの

3 ステージ —— 高揚感覚

種々の形態、質感を提示し、どの様な高揚感覚が発生するのかを探るもの



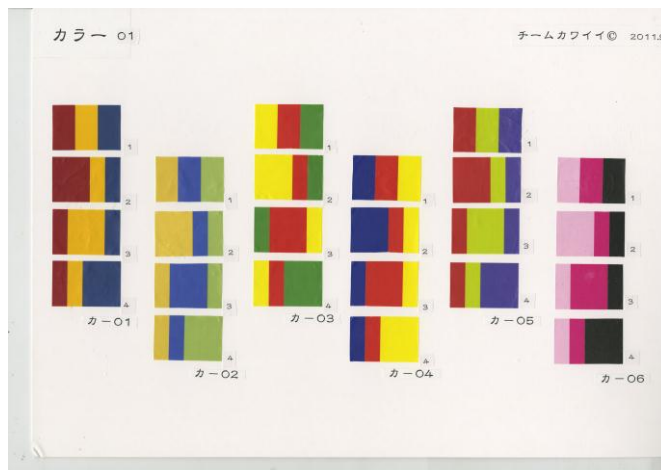
ウォーム⇄クール・ソフト⇄ハードの
二軸から抽出した形態感覚の反応をみるもの



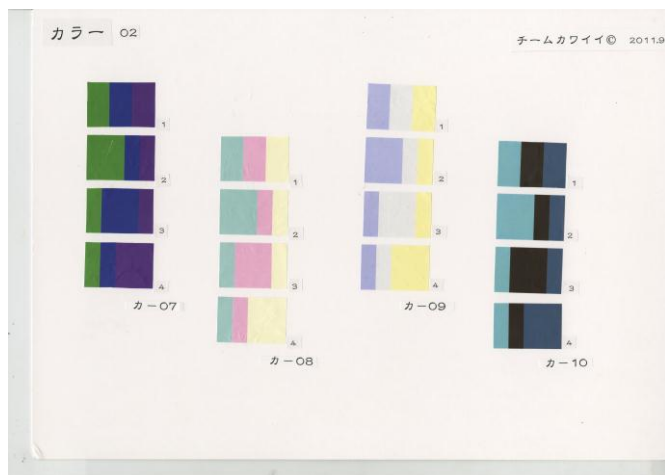
ウォーム⇄クール・ソフト⇄ハードの
二軸から抽出した質感感覚の反応をみるもの

4 ステージ —— 高揚感覚

カラーの配色とそのカラーバランスを替えたものを通して、高揚感覚を探るもの



暖色系の配色とそのカラーバランスに
対する高揚感覚の反応をみるもの



寒色系の配色とそのカラーバランスに対する高揚感覚の反応をみるもの

5 ステージ ——かわいい共振

8つの<マインド×テイスト>にみる、各々のかわいいものを示すパネルに加齢者がどのような共有・共振感覚が生じるか、を探索するもの



キャッピー
→ ×
コンサバティブ



ピュアヤング
→ ×
コンテンポラリー



ヤング
→ ×
コンサバティブ



ヤング
→ ×
コンテンポラリー



ヤングアダルト
→ ×
コンテンポラリー



マチュア
→ ×
コンサバティブ



マインドレス
→ ×
コンサバティブ



アダルト
→ ×
コンテンポラリー

テイスト マインド	コンサバティブ	コンテンポラリー	モダン	アグレッシブ
シニア				
マチュア	E			
ミドル	F			
アダルト		G		
ヤングアダルト		D		
ヤング	C ₁	C ₂		
ピュアヤング		B		
キャッピ	A			

6 ステージ ——カワイイ共振

より洗練された「カワイイ」感覚のデザインを示し、加齢者の感覚反応を探索するもの

K-1

チームカワイイ© 2011.9



K-1a



K-1b



K-1c



K-1d



K-1e



K-1f

K-2

チームカワイイ© 2011.9



K-2a



K-2b



K-2c



K-2d



K-2e

K-3

チームカワイイ© 2011.9



K-3a



K-3b



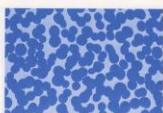
K-3c



K-3d

K-4

チームカワイイ© 2011.9



K-4a



K-4b



K-4c



K-4d



K-4e



K-4f

06 ヒアリングのポイント

1 ステージ —— カワイイ臨界

2 ステージ —— ほほえみ誘導・カワイイ臨界

ここでは、ビジュアルパネルを示しながら加齢者の「微差対比感覚反応」をヒアリングし、観察します。

モノの状態の僅かな変化に対して加齢者がどのような感覚反応を示すか、特に「かわいい」感覚がどのような状態の時に生じてくるかを検証します。

そこに、はたして共通性や特異性が見られるでしょうか。

3 ステージ —— 高揚感覚

4 ステージ —— 高揚感覚

ここでは、ビジュアルパネルを示しながら、加齢者が「形態」・「質感」・「配色」に対して、どのような「高揚感覚」を抱くかをヒアリングします。同時に、「デザイン」に対する構成要件の許容性についても検証してみます。

5 ステージ —— かわいい共振

ここでは、ビジュアルパネル（A～G）を示しながら、加齢者のかわいい感覚の感覚領域を探ります。

かわいい感覚を生み出す「テイスト×マインド」にどのような感覚共有できるのかを検証し、そこに観察される共通性と対象者の特異性を読み解いてゆきたい。

6 ステージ —— カワイイ共振

ここでは、ビジュアルパネル（K1～K4）を示しながら、加齢者がカワイイ感覚（洗練感のある、抽象性の強いかわいい感覚）にどのような感覚反応するかを見てゆきます。

「カワイイ」に対する感覚共有、感覚共振は可能なのだろうか。新しいデザインの在り方に関わる加齢者の感覚検証となります。

07 本研究のまとめの方向

加齢者ヒアリングを中心とする本研究「エイジングとデザイン」のまとめとして以下の方向で検討してゆきます。

- ・加齢者にとっての「高揚感覚」の感覚領域の把握
- ・加齢者にとっての「高揚感覚」と「かわいい」との位置関係の把握
- ・加齢者にとっての「かわいい」感覚共有の可能性と課題の把握
- ・加齢者にとっての「高揚感覚」を誘導するデザイン要件の把握
- ・加齢者にとっての「かわいい」を誘導するデザイン要件の把握

08 本研究の向かうもの

加齢者の感覚の所在、と云う主題に取り組む本研究の意図に関心と共感をいただく研究者、デザイナー、プランナー、マーケッター、医療現場などの方々とのコラボレーション、意見交換、情報交換が本研究展開の裡で生まれてくることを切に願っています。

期待の高い「アンチエイジング」という欲求の根本にからむ問題も加齢者の若々しい「感覚」の体得と「感覚拡張」の受容にあることは云うまでもないことでしょう。
いずれにしても加齢者、高齢者の感覚を探ることは、これからの老いかたの新しいモデルの一つとして検証されるべきことになるものと考えます。

本研究チーム

真壁 智治 (M.T.Visions)

チームカワイイ (共立女子大学 家政学部 建築・デザイン学科 建築コース 堀ゼミナール)
堀 啓二

新井 絵莉	石津 瞳	伊藤 里恵子	加藤 えみ	加藤 麻帆	川上 萩子
草薙 薫	國澤 奈布	島田 佳苗	清水 郁	関屋 亜美	中島 雅子
浜野 かおり	牧野 佳代子	三坂 真里奈	三輪 知穂美	吉田 奈央	徳山 瞳
井上 愛以里	竹澤 葵	吉岡 愛未			