

エイジング と デザイン

加齢化 感覚

第4回 — 「ヒアリング3」

今回のヒアリングは前回（第3回）に引き続き、「コミュニティカフェみぬまハウス」で行われた6名の男性を対象にしたものです。



今回のヒアリングはすべて男性（6名）が被験者となります。

前回までのヒアリングは女性対象であったのに比べ、今回のヒアリングで何が見えてくるのかが極めて興味深いものがあります。その為には男性の感覚に対する問題設定がとても肝心になります。

特に今回、ヒアリング対象者として参加頂いた高齢者予備軍（60歳前後）の方々（4名）の感覚反応は注目したいと思います。

つまり、直近まで現役として仕事してきた男性たちの「感覚」の所在です。

それは、男性の高齢者たちの加齢化と感覚を調査する上で、是非とも見ておきたいものと判断したからです。

高齢社会の内でも、私は特に男性の「感覚」の在り方が、老いの豊かなふるまいを実践してゆく上で大きな問題障害になるのでは、と考えています。

もう少し厳しく云えば、高齢社会での男性の感覚問題は結構、厄介な部分を大いに孕んでいると思うのです。

認知症とは、異なる形での「感覚対応不全症」とでも云うべき症候群が今回の男性ヒアリングからも既に窺うことが出来ました。

今日、感覚を巡る大きな問題は、加齢化してゆく上で、参照されるべきモデルとしての「感覚」像の在り方が、女性も、男性の場合も不明で、特に男性の場合は深刻で、不安を抱かせます。

云うまでもなく、なによりも、男性の場合、各自の反応の進展は各自の「仕事」の環境からの影響を受ける可能性はるかに高いのではないかと云うことです。加齢化と感覚の視点から、男性の感覚を理解してゆく上では、まず、現役での「感覚」と定年からの「感覚」の把握が一つの焦点になってくるでしょう。その上で、男性の加齢化に対する感覚の在り方に提言できたら、と考えています。

今回のヒアリングで、想定されていたものの、注目すべきポイントが挙げられます。

それは、男性の「かわいい」に対する感覚反応の限定的な偏り、とでも云うべきものです。

男性の内には、かわいいの拡張化も、洗練化もほとんど、見られませんでした。つまり、現役での感覚の内に、「かわいい」などの高揚感覚が入り込む余地が全く無かった、に違いありません。

しかし、明らかに65歳以上では、この「かわいい」感覚が生き方の上で有効に働く、と考えられます。若い年代との関係に於いても、家族の関係に於いてもかわいい感覚は、少し生き易くさせてくれるはずです。

いずれにしても、男性の高齢者の場合、現役までの感覚をどの様に定年からの感覚にトランスしてゆけるのかを各自が自覚的に構想する必要があるのではないか、と強く感じました。(真壁)



対象者別ヒアリング-中間考察

対象者プロフィール

実施日 2011.10.31

N さん

○性別：男性

○年齢：69 歳（昭和 17 年生まれ）

○家族構成：妻、子供（娘）2 人

○趣味：旅行（月に 1 回ほど）、ゴルフ、合気道五段、山登り

○ご自分の性格は？

・几帳面

○どんなこと（時）が楽しいか？

・スポーツ

・旅行

○どんなこと（時）が癒されるか？

旅行先で景色を見ているとき

○好きな色・色合いは？

・派手な色は好きではない

・緑（紅葉よりも新緑が好き）

○どんなモノ・状態にかわいいと感じるか？

自然な動き（1～2 歳児）

○どこか具合が悪いところがあるか？

血圧が高い（スポーツはあまりできない）

○デザインに興味があるか？

・実用的なもの（デザインよりも）

・あまり興味ない

○デザイン情報はどこから入手するか？

実用性重視

○備考

- ・新潟出身
- ・動物は嫌い
- ・カバンが好き

Nさんプロフィール特性

銀行勤務後、定年を迎え現在、妻と子ども(娘)との3人暮らし。

健康面では現在血圧が高く、スポーツがあまり出来ない。

これまでゴルフ、山登り、合気道(5段)を趣味として行ってきた。

自身の性格は几帳面としています。

デザインに対しての興味はあまり示されていません。

- ・デザインよりも実用性に価値を感じる

好きな色、色合いは

- ・派手な色は好きではない
- ・緑(紅葉よりも新緑がすき)

としています。

Nさんヒアリング特性

「調査のパネル(たらこキューピー、りんご、ローソク等)は P37 以降に掲載しております。」

□カワイイ臨界

[たらこキューピー]

01,02 くらいがかわいい。03 は中途半端だし、他のものは何か分からない。

[りんご]

02 くらいがかわいい。04, 05 は将来ちょっと不安。

[ローソク]

「何もないよりある方がいい」と思い、05 を選んだ。他は全体的にかawaiiそう。

□ほほえみ誘導

[水玉]

ほほえみを感じるものはちょっと動きのあるもの、かわいいと感じるものは整列しているものであった。

□高揚感覚①

[フォルム]

癒されるもの、かわいいものは01を選び、元気になれるものには08を選んだ。

[テクスチャー]

04や08が選ばれていた。暖かみと力強さがあるようだ。

[カラー]

かわいい、元気になれるものは黄色の割合が高いものが選ばれていた。癒されるものや好きなものはみどりの割合が高いものが選ばれていた。

□高揚感覚②

[A～G パネル]

自分らしいものはないと感じたが、色が良いものに好感をもっていたようだ。車に一番興味を持っていた。

[K パネル]

実用的であるため1dが素敵。3qのボタンがかわいい。全体的に、このパネルにあまり興味を持っていないように感じる。

考察

□ かわいい臨界

たらこキューピー→01、02

りんご→02

ローソク→05

Nさんのかわいい臨界に対する感覚反応は、さほど積極的なものではありませんでした。ローソクの01に対して「細長いと怖い」「全体にかawaiiそう」と感受され、直接的にかawaiiという感覚反応には向かいづらく、対象に対して感情的に捉えてゆく性癖が強く見られます。

□ ほほえみ誘導・かわいい臨界

ほほえみ→02、03

かわいい→09

気持ちいい→09

Nさんのほほえみ誘導での感受指標と成るものが「整列」にあります。整列したものが気持ちよく、かわいいと感覚反応されるのは、それまでの人生キャリアの価値観から脈生する感覚なのでしょうか。

それとも生来からの感覚反応の資質なのでしょうか。

□ 高揚感覚①

Nさんのフォルムに対しての感覚反応はとてもシンプルです。

元気になれるもの → 08

癒されるもの → 01

かわいいもの → 01

好きなもの → 08

Nさんの元気になれるもの（08）は、山登りが趣味だったことも関係しているのでしょうか。08は「大きい」というイメージが示されます。

「かわいい」「癒される」ものとして01が挙げられています。これはNさんにとっての高揚感覚の臨界点なのでしょう。テクスチャーに対する感覚反応もごく自然なものです。

元気になれるもの → 04,08

気持ちよくなれるもの → 06

Nさんのカラーに対する感覚反応を示します。

元気になれるもの → 04・4

癒されるもの → 02,03

かわいいもの → 04・4,09・4

好きなもの → 03

Nさんのカラーに対する感覚反応の注目ポイントはビビットな純色配色の（04・4）に対して、「元気になれるもの」と「かわいいもの」が同一のものとして示されたことです。つまり、「かわいい」は「元気」につながるものなのでしょう。

□高揚感覚②

[A~Gパネル]

元気になれる → B,C
癒される → F-04
自分らしさ → なし
かわいい → E-04,G-10

Nさんの感覚反応は「元気になれる」ものはピュアヤング、ヤングに示され、「癒される」と「かわいい」にはマチュア、アダルト、マインドレスへの反応が見られます。

自分のマインドに近いものへの感覚反応がより安心できるのでしょう。一方、若いマインドに対しては、高揚感覚としての「元気」をもらっていると考えられます。

Nさんの問題点は「自分らしさ」を表現する「マインド×テイスト」が見い出せないことです。他者に対して自分自身を表現してゆく上で、とても困難さが生じてくると思われます。

[Kシリーズ]

すてき → K-1d
オシャレ → なし
かわいい → K-3
好き → なし

Nさんの感覚反応の原則は対象の機能性重視の上での判断になります。従って、すてきには反応できていますが、オシャレには感覚反応が向くものがない、とされました。

実施日 2011.11.14

○さん

○性別：男性

○年齢：62歳

○家族構成：妻、息子1人、娘1人

○趣味：・音楽を聴く

- ・本を読む（好きな作家：加納朋子、今野敏、宇江佐真理、）
- ・テレビを見る
- ・寝る

○ご自分の性格は？

- ・比較的短期
- ・多趣味
- ・懐古趣味
- ・好きなものを追求する
- ・簡単に人を信じる、お人好しと言われる
- ・大衆向けよりは自分の好みを重視

○どんなこと（時）が楽しいか？

好きな事（趣味）をしている時

○どんなこと（時）が癒されるか？

- ・好きな事をしている時
- ・何も考えずに寝ている時

○好きな色・色合いは？

紺、えんじ色

○どんなモノ・状態にかわいいと感じるか？

子供の仕草、小さなもの

○具合が悪いところがあるか？

下半身が不自由のため、杖をつかっている
膀胱機能障害のため便、尿が自分ではわからない
血栓で右目が見えない
糖尿
食事制限がある

○デザインに興味があるか？

興味ある

- ・モダンな物に興味ある
- ・人がやってないものに興味ある
- ・機能美を備えたものに興味ある

○デザイン情報はどこから入手するか？

新聞、テレビ

○備考

- ・団塊世代の最後
- ・コックの仕事をやっていた。
- ・仕事の夜が遅かったので、どこかへ行く事が少ない
- ・パソコンを使うのは word のみ、ネットは使わない
- ・女流作家が割と好き
- ・好きな作家の作品を読みあさる、作家を追いかける読み方（20代の頃は違った）
- ・作家の感性が好き
- ・一般の傾向に左右されないで、自分で好きな本を探したい

○さんプロフィール特性

シェフを勤めてきた。

現在、下半身が不自由。血栓で右目が見えない。また、糖尿、食事制限を実施。

しかし豊かな趣味を持っており、主に音楽を聴くこと、本を読むこと。特に「読書」では、女性作家へのこだわりを持ち、好きな作家は徹底的に読みあさる。一般の傾向に左右されないで、自分で好きな本を探したい。デザインにも興味を持ち、「モダン」なものに関心が向く。

人とは違う自分の感性を大切にしたい。

ある意味で、団塊世代の最後とはいえ、「団塊世代」の多感さを持ち合わせられて居られるようだ。

Oさんヒアリング特性

「調査のパネル(たらこキューピー、りんご、ローソク等)は P37 以降に掲載しております。」

□カワイイ臨界

【たらこキューピー】

01、02 のキューピーは他のパネルと比べて 1 つ 1 つの距離がきちんと離れているため、カワイイと感じると思われる。

【りんご】

りんごそのままの形と一口かじられたところにカワイイと感じるのは、りんごの形をデザインとしてとらえている部分があるのではないかとと思われる。

【ローソク】

2 つのローソクの絶妙なバランスに可愛さを感じていた。

□ほほえみ誘導・かわいい臨界

【水玉】

「ほほえみ」「かわいい」どちらも少し動きのあるものを好んでいた。水玉の動きを動物的に見ており、かわいいと感じたようだ。

□高揚感覚

【カラー】

好きな色は紺やえんじ色だが、4 つの質問回答から共通して黄色を選ぶ傾向がみられた。

【フォルム】

「元気になれる」「癒される」「かわいい」の感覚に差が全くみられなかった。

【テクスチャー】

「元気になれる」「癒される」ものにフローリングを挙げていることから、安らぎというものも同時に感じているのではないかとと思われる。

□かわいい共振

【A~G パネル】

比較的に年配の方向けのものを選ぶ傾向がみられる。

[K パネル]

「オシャレ」と「かわいい」の感覚に差がみられないことが分かる。

[Z パネル]

特にはっきりとしていないものにも「カッコイイ」と感じる傾向がみられる。

考察

□ かわいい臨界

たらこキューピー→01、02

りんご→01、02

ローソク→03、04

O さんのかわいい臨界は 01、02 に示されています。その先のギャザリングについては、大変面白い関心(女性からはほとんど聞かれなかったものです)が示されます。03→「いやらしい」04→「もっといやらしい」05→「気持ち悪い」というものです。「くっついているのは、いやらしくて嫌」とし、かわいい臨界と隣り合わせに「いやらしい」が存在するのは注目されます。「かわいい」もどこかでセクシャルな感覚が動員されているのは、やはり男性固有な感覚なのでしょうか。

「りんご」に対しての O さんのカワイイ臨界は 01、02 で、ある意味で健全ですが、りんごのインパーフェクトな進行に対して、03→「もっと食べたい」、04→「食べ過ぎ」、05→「もっと上手に食べろ」、06→「食べ過ぎたリンゴ感で良い」、07→「上手に食べたな」、08→「食べ過ぎかな」、09→「よくやった」という具合に、りんごに対する食欲や食べ方にイメージが向くのは、コックさんだったからでしょうか。

O さんの「ローソク」に対する「カワイイ臨界」の感覚反応はユニークです。そして感覚反応の基になる情景から得られる「イメージ」がとてもはっきりしています。

01、02→「商品説明のカatalog 的でかわいくない」

03、04→「親子」、05→「兄弟」

06、07、08→「違いが分からない(イメージが湧きづらい。ということなのでしょう)」、09→「かわいそう」10→「おつかれさん」

つまり、ローソクの親子のような様態イメージに対してカワイイ臨界が生じていたことが分かります。

□ ほほえみ誘導・かわいい臨界

ほほえみ→04

かわいい→07

気持ちいい→11

0さんの「ほほえみ」から「かわいい」そして「気持ちいい」に至る感覚反応の流れはとても素直です。素直な水平移動と共に高揚感覚が増してきている反応が示されました。

微差対比反応が見られないのは視力と多少関わりがあるのでしょうか。

□ 高揚感覚①

0さんのフォルムへの感覚反応です。

元気になれるもの → 05（ポストモダンで好き）

癒されるもの → 曲線で見れば05,03
ものでみれば01

かわいいもの → 05（小さければすごくかわいい）

好きなもの → 05,03（なんだろう、という意識が強く目を引くから）

0さんの感覚反応はとても鋭敏な感受性が示されています。特に03,05への反応は注目されます。それらに対して、「元気」「癒やし」「かわいい」と云う高揚感覚が反応されています。

0さんのカラーへの感覚反応です。

元気になれるもの → 03,04

癒されるもの → 08

かわいいもの → 03

好きなもの → 01-2

ここでの注目は「かわいい」として03が示されたことです。0さんの感覚反応としては「かわいい」は、華奢でか細い表情から生まれるものでなく、躍動的な動きの内に感じとられるもののようです。

□高揚感覚②

[A~Gパネル]

元気になれる → 元気になれない

癒される → F,F-04

自分らしさ → G,G-08

かわいい → C1,C2

Oさんの場合、高揚感覚①と比較すると、高揚感覚②への反応は少し、積極性を欠いたものになっています。つまり、<テイスト×マインド>に対する感覚反応があまり具体的になれないのかもしれない。

元気になれるもの（パネル）が無い。しかし、<フォルム>に対してはOさんは積極的に元気になれるものを示しています。恐らくこのことは女性との感覚反応と少し異なるものになるのかもしれない。

[Kシリーズ]

すてき → K-1b

オシャレ → K-3c

かわいい → K-3b

好き → K-1d

OさんのKシリーズに対する感覚反応でうかがえることは、女性と比べて「オシャレ」の感覚概念があまり確固としていない、あるいは日常的にそれが使われてはいない様子です。「すてき」は少し、感覚的確証を持っているのではないだろうか。

[Zパネル]

カッコイイと感じるパネル → Z-2

気に入ったカッコイイもの → Z3-05（これは何だろうと一番気になるので）

「カッコイイ」はどんな高揚感覚か → ・人が持っていないものをもつ

・優越感

・うれしさ

Oさんは、デザイン性が高く、しかも「これは何だろう」と見えるものがカッコイイもの、としています。よく分からないものもカッコイイものの必要条件なのかもしれません。

カッコイイものが生む高揚感覚を、優越感を伴う、うれしさ、としています。

実施日 2011.11.10

P さん

○性別：男性

○年齢：59 歳

○家族構成：妻 息子 2 人（30 歳・27 歳）

○趣味：・テニス（30 年、毎週土曜）

・野球の審判

・料理（肉じゃが、ロールキャベツが自慢）

○ご自分の性格は？

・O 型

・楽天家

・クヨクヨしない

・人生を楽しんでいる

○どんなこと（時）が楽しいか？

・料理をしている時

・毎晩、夕食をつくっている。2 年間、月 1 度料理教室に通っている。

○どんなこと（時）が癒されるか？

・池波正太郎の本を読んでいる時

・江戸時代のドラマを見ている時

○好きな色・色合いは？

・青

・赤

・明るい色（黄色・赤・青）

服とかも青を選ぶ。明るい色が好きになってきた。昔は暗い色が好きだった。

○どんなモノ・状態にかわいいと感じるか？

・小さい子（女の子がかわいい）

・犬（猫よりも犬）

○具合が悪いところがあるか？

全くない

○デザインに興味があるか？

- ・ある
- ・ファッションにも興味がある

○デザイン情報はどこから入手するか？

- ・雑誌（LEON）

○備考

- ・テレビコマーシャルのプロデュースをしていた。
（資生堂のシャンプー、JR のナイスミディパス等）
- ・今は、仕入れのチェック（内勤：プロダクションからきた費用が適正かチェック）
- ・CM は企画が決まってから 1 ヶ月程度で決まる。
- ・今の広告は 100% コンペで決まる。根拠が必要
- ・昔は信頼関係で成り立っていた。
- ・ファッションはカッコいいと思うけど着たくはない
- ・アメリカカジュアル＞イタリアブランド
- ・POLO は好き
- ・最近は普段着に興味がある
- ・ジーンズがはきたい
- ・かわいい＝守ってあげたいもの
- ・チャングソクはかわいくない
- ・芦田愛菜はかわいくない、加藤清四郎の方がかわいい
- ・子役は親がダメになる

P さんプロフィール特性

妻と息子 2 人(30 才、27 才)の 4 人暮らし。

広告代理店でテレビコマーシャルのプロデュースを担当していた。

自身の性格を

- ・クヨクヨしない
- ・楽天家

- ・人生を楽しむ

としていて、趣味も多彩。

- ・テニスは 30 年継続していた
- ・野球の審判も出来る
- ・料理を行う(肉じゃが、ロールキャベツが自慢)
特に料理をしているときは楽しいとし、現在では料理教室にも通い、家族のために夕食も作る。

癒されるときは

- ・池波正太郎の本を読んでいるとき
- ・江戸時代のドラマを見ているとき

としています。

デザインに対する興味も旺盛で、感覚についてはまだ現役にある。

情報源として

- ・雑誌(LEON)等をみる
- ・ファッションにも関心あり

P さんヒアリング特性

「調査のパネル(たらこキューピー、りんご、ローソク等)は P37 以降に掲載しております。」

□カワイイ臨界

【たらこキューピー】

CM を作っていた時は気持ち悪く感じなかったということから、年齢を重ねることによってカワイイの感覚が変わったことが読みとれる。

【りんご】

かじられた瞬間かわいさが失われるというのに対して、アップル社のりんごマークはカワイイと感じる差がみられる。

【ローソク】

長さが平等で安心するというのは、P さん自身の性格がよくでていると思われる。

□ほほえみ誘導・カワイイ臨界

【氷玉】

「ほほえみ」と「かわいい」の回答が同じことから、感覚に差がみられない。「気持ちがいい」となると、P さんの性格から、整っているものを選択する傾向がみられる。

□高揚感覚

【カラー】

明るく原色に近い色を好む傾向がみられる。また、暗いものには落ち着きを感じていた。

【フォルム】

「癒される」と「かわいい」の感覚の差はみられなかった。アイボは持っているということから、うるさいし元気になれると感じている。

【テクスチャー】

やはりフォルムと同様、「癒される」と「かわいい」の差はみられなかった。フローリングは床暖房をイメージし、その温かさなどから「気持ちよくなれるもの」として選んだものとみられる。

□かわいい共振

【A~G パネル】

「かわいい」というのは小さい子が好むもの、「癒される」ものは高齢の方が好むものに傾向が分かれた。

考察

□ かわいい臨界

たらこキューピー→01

りんご→01

ローソク→04

Pさんのかわいい臨界に対する感覚反応には一定の強い美意識があって、その上でカワイイ感覚を「頭」で描く感じがあります。「たらこキューピー」ではかわいい臨界が 01、02 以降は全て気持ち悪い、と反応されています。「りんご」でもかわいい臨界は 01、これはりんごの原イメージが既に「かわいい」と認識されているからでしょう。02 以降、「かじられた瞬間に、かわいさを失う」としています。

「ローソク」では、対象の原イメージからではなくバランス感覚からカワイイ臨界が反応されています→04。05→「終わりが近く、寂しさを感じる」10→「定年」。

Pさんのかわいい臨界では、自身の美意識と対象からの受ける自身の立場のリアルなイメージとの葛藤が見られます。

□ ほほえみ誘導・カワイイ臨界

ほほえみ→03

かわいい→03

気持ちいい→05

ここにも P さんの強い美意識、特に構成に対する嗜好性が強く働きます。わずかな動きを読み取り、ほほえみとかわいいを 03 として感覚反応しています。05 を気持ちいいとするのは、やはりモダンアート、モダンデザインへの日常的な関心の所在があるからでしょう。

□ 高揚感覚①

フォルムについては以下が示されました。

元気になれるもの→04(うるさいから元気になれる)

癒されるもの→01

かわいいもの→01

好きなもの→02

注目ポイントは P さんが明らかに 01 に対して「かわいい」という感覚反応を示し、言葉としても表現していることです。04 に対して「うるさいから元気になれる」の発言も高揚感覚としての「元気になる」にとって大変貴重です。「好きなもの」でも「和紙であつたら尚よし」としています。ここにも自身の明確な感覚イメージがあつて、対象を把握しているのが分かります。テクスチャーについても明確な感覚反応を示しています。

元気になれるもの→06(癒される)

気持ちよくなれるもの→07(床暖房のイメージ)

かわいいもの→06

フォルムでも見たように、P さんには「かわいい」に対しての、感覚反応が、テクスチャーにも示されています。

面白いのは 07 が「床暖房のイメージ」です。

これは P さんの現役時代の環境から派生するものなのでしょうか。

お友達にも分けてあげたいもの→03

若い人たちに分けてあげたいもの→05

お友達が持っているとおもしろいもの→01

ここでの注目ポイントは、P さんにとって、他者との「感覚」を媒介とする交流(感覚共有)のイメージが確かなものとして持っていることです。特に若い人との 05(ステンレスコップ)、同世代の好ましいものとしての 04 などが、他者を思って感覚が仕分けられ、自身もカワイイ共振、カワイイ他者効果を感じ取ることがスムーズに出来るのではないのでしょうか。
カラーではどうでしょうか。

元気になれるもの→04、04-2

癒されるもの→01、01-3

かわいいもの→08、08-3

好きなもの→04、04-2

カラーに対しても P さんの感覚反応は明解で正確です。カラーの配色とそのバランスに自分が感じる「感覚」を仕分けてゆくことができるのです。「かわいいもの」(08-3)での発言では「ピンクはかわいい色、ピンクのシャツは女性にモテる」としています。しかも、ピンクの全体バランスまでイメージされているのです。

□ 高揚感覚②

[AーG パネル]

元気になれる→(自分が今一番興味がある)

癒される→(見ただけでも癒しを感じる)

自分らしさ→(お酒がすきだから)

かわいい→(小さな女の子がかわいい)

お友達が持っていると好ましいもの→

P さんの〈テイスト×マインド〉対応では、比較的高いマインドのものに反応を示しています。

F と G に集中。

その中で、アート・デザインとしての完成度の高いものが選ばれています。F-04(円空)、G-03(シンプルモダンな時計)つまり P さんにとって、デザイン性も大きな感覚のポイントになっていて、そのデザイン性を介して他者との感覚共有が図られる、と思われます。

[K シリーズ]

すてき→K-1b(使うならダイソンだが、デザインはこっちのほうがすき)
オシャレ→K-2e(着ていたらオシャレ、日本人は着こなせないかも)、K-2c
かわいい→K-1b(形に懐かしさを感じる)
好き→K-1b(素敵、かわいい、すき、欲しい)

Pさんの[Kシリーズ]に対する感覚反応も仕事のキャリアに由来して鋭敏なものがあります。「すてき」「かわいい」「すき」なもの、として〈モダンカワイイ〉のK-1bが示されています。Pさんなりに「すてき」「オシャレ」は感覚の引き出しが異なっているのが分かります。

[Z パネル]

カッコイイと感じるパネル→Z-3
気に入ったカッコイイもの→Z3-06(デザインがかっこいい、でも住みたいとは思えない)
「カッコイイ」はどんな高揚感覚か
→・自分が元気になれる
・かっこいいは見た目ではなく充実感
・満たされている人
・精神的に安定している人はかっこいい

Pさんはアグレッシブデザインにカッコイイを感じています。「カッコイイ」に充実感を求めています。精神的に安定している人はかっこいい、という。



実施日 2011.11.10

Q さん

○性別：男性

○年齢：61 歳（昭和 25）

○家族構成：妻、猫 1 匹、（息子と娘が家を出ている）

○趣味：映画、特に洋画

○ご自分の性格は？

- ・ 社交的に見えて内向的
- ・ 明るく、前向きでありたい
- ・ 自己完結できない

○どんなこと（時）が楽しいか？

スポーツ（車、ゴルフ）を見たり、やったりしている時

○どんなこと（時）が癒されるか？

- ・ スポーツ（車、ゴルフ）を見たり、やったりしている時
- ・ 家族に愛されていると感じる時

○好きな色・色合いは？

青・オレンジ

○どんなモノ・状態にかわいいと感じるか？

猫が寝ている時、仕草

○具合が悪いところがあるか？

肥満気味？

他は健康体

○デザインに興味があるか？

興味ある、スマートフォン等

○デザイン情報はどこから入手するか？

- ・実物、商品を見る中で
- ・価格.com とかでネットで

○備考

- ・ 広告会社の営業をしていた
- ・ デザインは物を買う中の一つの項目
- ・ 妻は陶器に凝っている
- ・ 物に凝るとお金がかかるので、真剣には考えない
- ・ 『太陽がいっぱい』（フランス映画）が好き、でてくる旅行用の革鞆がかっこいい
- ・ 1950～1960 年代ものがカッコいい
- ・ インカム（収入）があるとない人に感覚に差があるのでは？
- ・ 「カッコいい」は総合的な感じ、英語でいう cool の意味合いを感じる

Qさんプロフィール特性

広告代理店で営業をしてこられた。

家族は妻、猫 1 匹の暮らし。（息子と娘は家を出ている）

- ・ 奥様は陶器が趣味
- ・ スポーツ(車、ゴルフ)を楽しむ
- ・ 好きな色合いは青、オレンジ

デザインには興味があり、1950～1960 年代のモダンデザインがかっこいいと感じている。スマートフォンのデザインにも関心を持つ。「カッコイイ」は cool の意味合い、とします。

65 才以上の男性の感覚にはインカム(収入)が関わってくるのでは、と指摘されている点は注目されます。

現在、メタボが多少気がかり。

Qさんヒアリング特性

「調査のパネル(たらこキューピー、りんご、ローソク等)は P37 以降に掲載しております。」

□カワイイ臨界

[たらこキューピー]

01 はさびしいし 02 も工夫を感じられない。03 のようにちょっと重なっているぐらいがかわいい。

[りんご]

りんごそのものがかわいいのであって、かじったりりんごはかわいくない。

[ローソク]

ローソクは霊的なものだからあまりかわいいとは感じない。

□ほほえみ誘導

[水玉]

水玉を「犬とボール」とイメージした。04 や 08 は軽快な足取りを思わせ、かわいいと感じる。

□高揚感覚①

[フォルム]

04 のような活動的なものを元気になれるものと感じ、01 のふわふわしたものがかわいいと感じたようだ。

[テクスチャー]

3 や 7 にぬくもりを感じ、馴染みがある。

[カラー]

元気、かわいい、好き、と思うものははっきりとした色、癒されるものは淡い色を選んでいた。

□高揚感覚②

[A～G パネル]

元気になれるもの、癒されるもの、かわいいと思うものには明るい色のものも選ばれていたが、自分らしさがでるものは割と落ち着いたものを選んでいった。

[K パネル]

「強いて言うなら」と選んだものが多い。好きなものもないしオシャレと素敵の違いが分からないと悩んでいた。

考察

□ かわいい臨界

たらこキューピー→03

りんご→01

ローソク→あまり「かわいい」と感じない

Q さんのかわいい臨界での感覚反応は、基本的「かわいい」に対してピンと来ていないように
思われます。つまり、対象の推移から生まれる「物語」を介してかわいい、と感応する感覚的
な動機が生じづらい、ということなのです。

特に「ローソク」に対しては、ローソク自体が「霊的なものだから」とし、かわいい臨界反応
とはなりにくいようでした。

□ ほほえみ誘導・かわいい臨界

ほほえみ→04、08

かわいい→04、08(かわいいとほほえみの違いが分からない)

気持ちいい→04、08

「ほほえみ」、「かわいい」、「気持ちいい」が全て同じ水玉構成で示されています。一つの構成
に対して、三様の高揚感覚を感得している、とも言えますが、ここでの注目ポイントはほほえ
み誘導が良く感覚反応が出来ないでいることです。ほほえむ、という一寸とした心の弛みや自
身の表情の崩しが、こうした抽象的な世界からは読みづらい、ということが示されているとい
うことです。

こうしたほほえみ不全的な感覚反応態度は男性には多く見受けられるものでしょう。

□ 高揚感覚①

フォルムについては以下のものが示されました。

元気になれるもの→04

癒されるもの→01

かわいいもの→01

好きなもの→なし

高揚感覚対象が 01 と 04 に限られています。すきなものもこの中には「なし」と示されていま
す。恐らく Q さんにとって、フォルムが与える色々なイメージが自身の内で喚起されにくい
でしょう。

テクスチャーに対する感覚反応も極めて限定されたものになっています。→03、07

元気になれるもの→05

癒されるもの→09

かわいいもの→03

好きなもの→02、04

一方、カラーに対しては Q さんの感覚反応は少し進みます。まず「好きなもの」として、04、02 が示されます。それを基点にして「元気になれるもの」として 05、「かわいいもの」として 03 が示されました。ただ、「好きなもの」としての 04(純色系)と 02(グレイッシュ系)との彩度の違いをどのように捉えたら良いのだろうか。

□高揚感覚②

[AーG パネル]

元気になれる→P(欲しいという意味で、デザインがいい)

癒される→A-02、B-03、C1-07、G-07、E-05

自分らしさ→C-05、E-05、D-07、G-04

かわいい→A-04、A-03、C-07、F-05

Q さんは、高揚感覚①フォルム、テクスチャー、カラーに対する感覚反応よりも高揚感覚②で示された「デザインされたもの」に対する感覚反応の方が積極的に進むようです。

A、B、C、D、E、F、G に対応が向けられましたが、いずれもデザイン消費のイメージとして感覚反応されているのでしょうか。

お友達に分けてあげたい→C-05、G-07、G-04

若い人たちにも分けてあげたい→G-10(見栄を張るから、服とかは恥ずかしい)

お友達が持っていると自分も好ましい→G-04、G-07

G-04G-07 が挙げられましたが、共に Q さん自身の好みを反映しているもの、となっています。

[K シリーズ]

すてき→選びきれない

オシャレ→オシャレとすてきが分からない

かわいい→K-1a、K-2d、K-3a、K-4b

すき→K-1c、K-2d、K-3a、K-4c

Q さんの[K シリーズ]に対する感覚反応、つまり洗練された「かわいい」に対する感覚反応ですが、男性固有なものになるのでしょうか、感覚反応の引き出しが極めて少ないことが分かります。「すてき」と「おしゃれ」がその良い例です。

[Z パネル]

カッコイイと感じるパネル→Z-01

気に入ったカッコいいもの→Z-05(白と黒のメタリックな感じのデザインが良い)

「カッコイイ」とはどんな高揚感覚か

- ・自慢出来る
- ・元気になる
- ・自信が持てる

Q さんはカッコイイものとして「ブランド」ものが挙げられました。やはり「ブランド」ものも、自慢、元気、自信を生む高揚感覚としています。

ここから分かることは、高揚感覚として「ブランド」ものは極めて、分かりやすく、有効性を発揮するのが良く分かります。

実施日 2011.11.10

R さん

○性別：男性

○年齢：59 歳（昭和 27 年）

○家族構成： 単身（姉、弟）

○趣味：自然観察（事務局をされている。コーディネーション）、森林

○ご自分の性格は？

- ・ のんびり
- ・ おだやか
- ・ 時間には頓着しないが、きっちりとする

○どんなこと（時）が楽しいか？

休みの天気の良い日に洗濯物を干すとき
（日差しが照っている時の空気、雰囲気が好き）

○どんなこと（時）が癒されるか？

- ・ 森林観察の時
- ・ 日差しが照っている日中ののんびりした時間帯

○好きな色・色合いは？

- ・ 黄
- ・ 青
- ・ 赤
- ・ 明るめの色

○どんなモノ・状態にかわいいと感じるか？

- ・ TV に映っているような着飾った女の子（かわいい TV）
- ・ 小さい子供（邪気がなくかわいい）

○具合が悪いところがあるか？

腸が弱い

○デザインに興味があるか？

- ・着物には興味がありません
- ・生活に重要な要素には興味がある

○デザイン情報はどこから入手するか？

- ・雑誌などで意図的には見ない
- ・街中やネットで自然に入手する

○備考

- ・広告代理店で働いていた
- ・草花はかわいいのではなく、生きていることがすごいと思う
- ・理論的に、質問の意味をしっかりと考える

Rさんプロフィール特性

広告代理店に勤務していた。家族は単身。

趣味は、自然観察。本格的な森林観察のコーディネーターをされている。

健康面では腸が弱い。

自身が癒されるのはやはり

- ・森林観察の時
- ・日差しが照っている日中ののんびりとした時間帯

楽しいのが

- ・休みの天気の良い日に洗濯物を干すとき

とし、自然派としての感性が際立ちます。

デザインにも興味はあるものの、ファッションには関心を示しません。生

活に関わる重要な道具にはデザイン的な関心も向く、としています。

Rさんヒアリング特性

「調査のパネル(たらこキューピー、りんご、ローソク等)は P37 以降に掲載しております。」

□カワイイ臨界

[たらこキューピー]

1 つぽつんとあることにかわいさを感じる。05 のような状態は息苦しくて惹かれない。

[りんご]

りんごそのままの形状だとつまらない。02,03 くらいがかわいい。08,09 ぐらいだと残りかすのようにしか見えない。

[ローソク]

ローソクには生涯、生命の印象があるようだ。そのため 05 は、二人で一緒に頑張っているというように見え、かわいいようだ。

□ほほえみ誘導

[水玉]

01 は過密ではなく綺麗に並んでいる、という点で気持ちがよいが、04 や 08 には自由さがあり、かわいいと感じたようだ。

□高揚感覚①

[フォルム]

1 のやわらかさに惹かれたようだ。かわいい、癒される、といった感情。

[テクスチャー]

6 のやわらかさや表情にかわいいと感じたようだ。

[カラー]

元気になれるものやかわいいものは 03 や 04 のようにはっきりとした色、癒されるものは 08 のような淡い色を選んでいた。

□高揚感覚②

[A～G パネル]

D～G のパネルの中から多く選ばれていた。中でも、明るい印象のものが多かった。

[K パネル]

オシャレ、かわいいと思うものは色合いやそのもののたたずまいに惹かれていたが、素敵、好き、と感じるものは機能性や実用性、安心感に重点をおいて選んでいた。

考察

□ かわいい臨界

たらこキューピー→01

りんご→02、03

ローソク→05

Rさんはかわいい臨界に対する感覚反応も、原則は「草花がかわいいのではなく、生きていることがすごいと思う」の発言に見られるように、「かわいい」という感覚実感は相当自覚しないと反応されにくいものの様に感じられます。

「たらこキューピー」にしろ「りんご」にしろ、対象を論理的に認知する作業が先行し「かわいい」については「後付け」的感覚反応に思えます。

「ローソク」に対しても人の生涯や生命の意味性がイメージとしてまず認知され、その上でかわいいに反応が後付け的に向かいます。このようなかわいいの感覚反応の回路は女性には見られないものです。

□ ほほえみ誘導・かわいい臨界

ほほえみ→04、08(あえて言えば)

かわいい→04、08(自由さがある)

気持ちいい→01(過密でなく綺麗に並んでいる)

ここでも「ほほえみ」と「かわいい」とが同一構成に感覚反応が示されています。恐らく、Rさんにとってほほえみもかわいいも感覚的な差異が分かりづらいのかもしれませんが。しかし「気持ちいい」に対する感覚反応は明快です。密度もゆったりとした整然とした01に「気持ちいい」と反応しています。これは前回までの女性からは示されなかった感覚反応となるものです。

□ 高揚感覚①

フォルムは以下のようにになりました。

元気になれるもの→04

癒されるもの→01

かわいいもの→01

好きなもの→なし

Rさんのフォルムに対する感覚反応は極めて限定されたものです。フォルムに対するイメージが膨らみにくいのかもかもしれません。「好きなもの」→なしを含めて、この傾向はこれまでのヒアリングでは女性には見られなかったものです。

テクスチャーについても

元気になれるもの→なし

癒されるもの→02

かわいいもの→06

お友達にも分けてあげたいもの→03

若い人たちにも分けてあげたいもの→05

お友達が持っていると好ましいもの→01

森林観察が趣味の R さんならではの感覚反応が見られます。「癒されるもの」(02)、「お友達を持っていると好ましいもの」(01、麻)が示すようにナチュラル感覚が志向として示されています。

カラー

元気になれるもの→03

癒されるもの→08

かわいいもの→04

好きなもの→01・1

R さんのカラーに対する感覚反応で注目したいのは、「元気」(03)と「かわいい」(04)の近接性です。共に純色系の配色で動態感のあるものが「元気」と「かわいい」とが重なるのでしょう。「すき」にはやはり、アウトドア派の R さんらしく、スモーキーなカラーが好ましいとしています。

□高揚感覚②

[AーG パネル]

元気になれる→G、D

癒される→D-01、D-04、Z-04

自分らしさ→G-08、G-04、C-01

かわいい→C1-01、G10、B-03

「元気」「癒し」として〈ヤングアダルト〉と〈アダルト〉なマインドが感覚反応されています。「自分らしさ」として C-01 が示されました。これは実用的なジーニングスタイルをイメージしているのでしょう。

[K シリーズ]

すてき→K-1f

オシャレ→K-2c、K-4f

かわいい→K-3c、K-1a

好き→K-1b、K-2a

R さんの[K シリーズ]に対する感覚反応の注目ポイントは感覚の引き出しが明確にあり、仕分けが出来ていることです。「カワイイ」に対しても、機能性、実用性を考慮しながら感覚反応が進むのが読み取れます。

[Z パネル]

カッコイイとを感じるパネル→Z-3

気に入ったカッコイイもの→Z3-02(色合い、デザイン、着たい)

「カッコイイ」はどんな高揚感覚か

→・元気になれる

・自信がもてる

・「自信があるから、かっこよさが持てる」

R さんはアグレッシブデザインをカッコイイものとして示しました。カッコイイものが与える高揚感覚には、自分自身に自信がもてる、としている点が注目されるようです。

実施日 2011.11.10

S さん

○性別：男性

○年齢：61歳（昭和25年）

○家族構成：妻（60歳）、娘（29歳）、息子（26歳）

○ご自分の性格は？

- ・O型なのでおおざっぱ
- ・小さいことを気にしない
- ・人生を楽しむ

○どんなこと（時）が楽しいか？

趣味のアウトドアをしている時

○どんなこと（時）が癒されるか？

自然に癒される

○好きな色・色合いは？

- ・赤（落ち着いたエンジ色）、緑
- ・子どものときは黄色が好きだった

○どんなモノ・状態にかわいいと感じるか？

- ・子ども
- ・女の子

○具合が悪いところがあるか？

なし。アウトドア型

○デザインに興味があるか？

普通の人よりは興味がある

○デザイン情報はどこから入手するか？

メディア、街から

○備考

- ・10年ほど前から広告代理店で営業
- ・現在はマネジメント系へ
- ・かわいいという感覚は世代によって違う
- ・高齢者はかわいいという感覚が固定される
- ・若い子は何でもかわいいと言う。キモカワイイなど
- ・洋服はジーパンが多い
- ・夏はTシャツを着る

Sさんプロフィール特性

広告代理店で営業の仕事をしてきた。

妻(60才)、娘(29才)、息子(26才)との4人暮らし。

現在も広告制作のマネジメント等の仕事を続ける。

自身の性格をO型なのでおおざっぱとし

- ・小さいことを気にしない
- ・人生を楽しむ

服装はジーパンが多く、夏はTシャツを着用。趣味はアウトドアライフ、アウトドアスポーツ。

好きな色

- ・赤(落ち着いたエンジ色)
- ・緑

デザインへの関心はこれまでの仕事柄、普通の人よりはる、とされています。

Sさんヒアリング特性

「調査のパネル(たらこキューピー、りんご、ローソク等)は P37 以降に掲載しております。」

□カワイイ臨界

[たらこキューピー]

02~05のようにどんどん増えても気持ち悪いとは思っていないが、たらこキューピーは1つだからこそその良さがあると感じているようだ。

[りんご]

一口かじられているのがかわいい。ただかじられているから良いのではなく、その大きさも関係する。

[ローソク]

ローソクを人と感じていて、04 は子ども同士、太っちょと細い子ととらえ、愛着がわいているようだ。

□ほほえみ誘導

[水玉]

ほほえみかわいいは同じような感覚としてとらえていた。動きがあり、リズムを感じるものに魅かれており、ちょっと崩れたものにかわいさを感じている。

□高揚感覚①

[フォルム]

サンプルについての表現で、フェティシズムといった語が出てくるということは知識が豊富なのではないか。

03 で血管の断面図の様と的確に答えることが出来るということは、自分にとって謎な物でも拒否せず観察することが出来る。

[テクスチャー]

04 でビールを飲みたくなるということはお酒強い？

コトバで表現するときに、自分の身近なものをを用いて考えることが出来ている（臨機応変）

[カラー]

かわいいものは？の間で濃いピンクのほうがかわいいということなので、割と若い人の感覚に近いのではないか。

カラーについてのコメントが中東や地中海などから、絵画やスイーツと幅広いので感受性が豊かなのだと思われる。

□高揚感覚②

[A～G パネル]

全体的に若い人が好むものを選ぶ傾向が見られた。

[K パネル]

現代的でモダンな洋服や絵画を選んでいた。「素敵」と「オシャレ」の違いは全く見られなかった。

[Z パネル]

小物などの精密なものをカッコイイと感じると思われる。

考察

□ かわいい臨界

たらこキューピー→01

りんご→02

ローソク→04

S さんのかわいい臨界も、とてもシンプルなものです。「たらこキューピー」では数が増えていくなかでの「物語」の中に「かわいい」は生まれてきませんでした。単体のみがかわいいと反応されています。

「りんご」は 02、それ以降はかわいいという概念から外れる、としています。

「ローソク」では 04 で「子ども同士がイメージされる」。04 以降は自身が体験している「定年」の寂しいイメージがある、としています。

これらのことから分かることは、比較的男性にとっての「かわいい」という感覚域は狭く、固定的なのがよく分かります。また、物語を対象から描くにしてもより現実的であることも分かります。

□ ほほえみ誘導・かわいい臨界

ほほえみ→03

かわいい→02、03(ほほえみとイコールかも)

気持ちいい→01、05(さわやかな感覚)

S さんのほほえみ誘導・かわいい臨界に対する感覚反応は男性固有のパターンを示すものになっています。

ここでも「ほほえみ」と「かわいい」との差異がつきづらいこと、「かわいい」よりも「ほほえみ」に少し動きがあること、「気持ちいい」はより整った秩序に対して感覚反応されること、などが男性固有な反応パターンとなるものです。

□ 高揚感覚①

元気になれるもの → 04 (あえて云うと)

癒されるもの → 01

かわいいもの → 01

好きなもの → 01

Sさんのフォルムに対する感覚反応も極めて狭く、限定的です。「よく分からないフォルム」に対して、どのように感覚反応してよいのか分からないのでしょうか。

元気になれるもの	→ 07
気持ちよくなれるもの	→ 01,04
かわいいもの	→ 06
お友達にもわけてあげたいもの	→ 03
若い人たちに分けてあげたいもの	→ 04

Sさんの感覚反応はテクスチャーの方が多少進みます。気持ちいい、として01,04の自然な風合いのテクスチャーが好まれているのが分かります。

カラーの感覚反応です。

元気になれるもの	→ 03-3
癒されるもの	→ 08-2 (自然、森と花)
かわいいもの	→ 06-3 (濃いピンクの方がよりかわいい)
好きなもの	→ 01-2

ここでのポイントは「かわいい」の 06-3 です。かわいいとピンク色がイメージで連動しているでしょう。「癒し」でもカラー配色と物語のイメージが重なるのが見られます。

□ 高揚感覚②

[A～G パネル]

元気になれる→C1-01、C1-03

癒される→G(全体の世界観が心地よい)

自分らしい→G-02

かわいい→A、B、B-05

お友達が持っているとおもしろいと思うもの→G-10(自分が持っていないから)

Sさんは「元気」「かわいい」でキャッピィー、ピュアヤング、ヤングなどのマインド×テイストに感覚反応を示しています「癒し」「自分らしさ」では G(アダルト)に反応します。Sさんは高揚感覚を目的に応じてマインドを仕分けています。

[K シリーズ]

すてき→K-2a、K-2b(色合いや質感)、K-2c

オシャレ→K-2a、K-2b、K-2c

かわいい→K-3b(かわいさの定義は子どもっぽさ)

すき→K-3q

S さんの高揚感覚②の K シリーズの反応からは「すてき」は対象への感覚領域が広く、「オシャレ」の方はより具体的に、「デザインとしてのオシャレ」、「楽しさや遊びにオシャレがある」としているのが分かります。全般的に S さんが「カワイイ」へも柔軟に感覚反応が進んでいます。

[Z パネル]

カッコイイと感じるパネル→Z-2

気に入ったかっこいいもの→Z-06(シンプルデザインがすき、白黒がカッコイイ)

「カッコイイ」とはどんな高揚感覚か→・あまり若い、とかは関係ない

- ・シャープ感
- ・自己満足が高い

S さんはカッコイイものとして、デザインがシンプルでシャープ感を持つものとしています。注目すべきポイントは「かっこいい」は所有すると自己満足感がとても高くなる、と指摘されたことです。

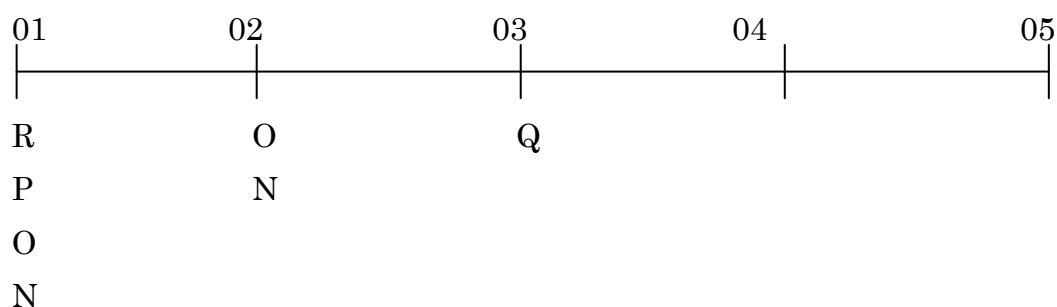
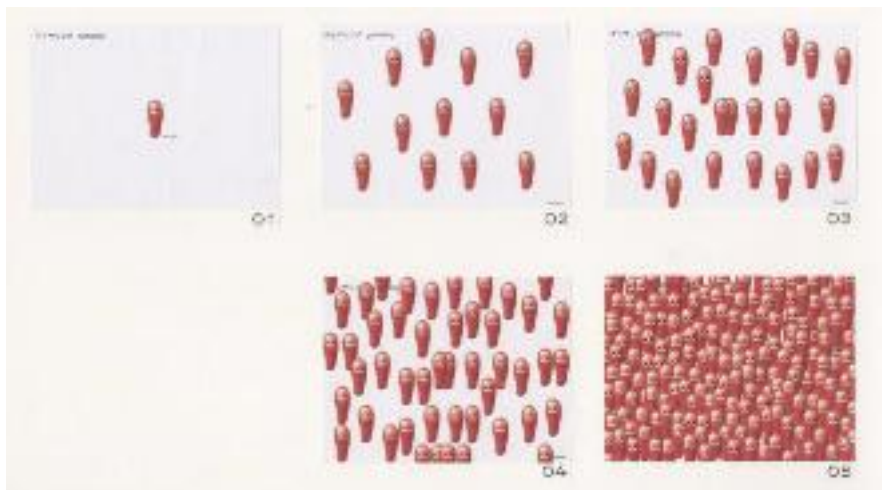


テーマ別ヒアリング中間考察

かわいい臨界

- ・ どの段階（様相）が「かわいい」と感じるか？

[たらこキューピー]

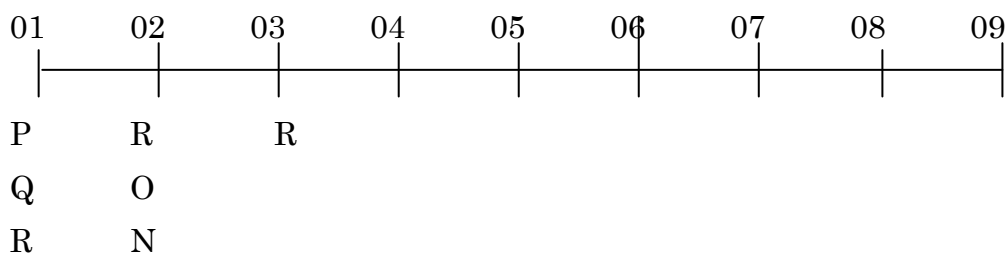
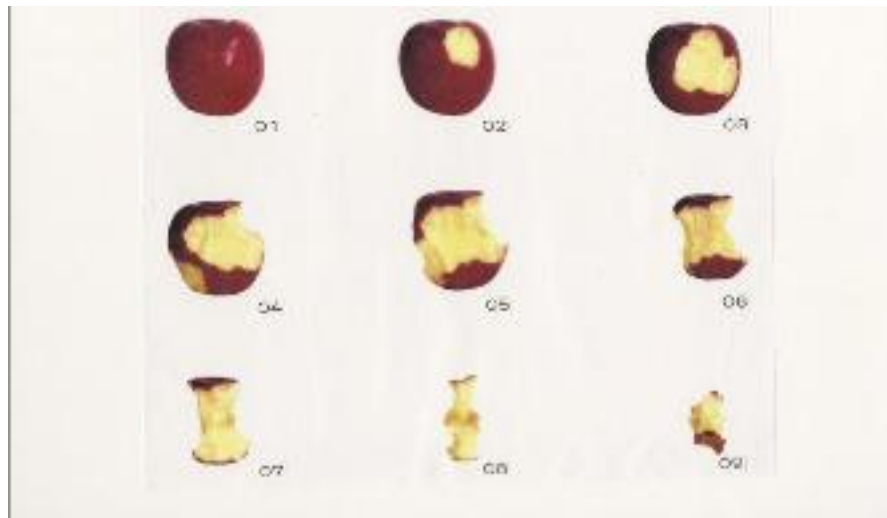


考察

男性6名による「たらこキューピー」に対する感覚反応は、女性(13名)に比してとても特徴的です。

- ・ 01 に対する反応が最多になります。「たらこキューピー」単体を「かわいい」と認識しています。
- ・ しかし「たらこキューピー」の数が増えてゆくにつれ、「かわいい」感覚反応は急速に減少していきます。数が増えることによる「物語」「場面」が描き出せないのかもしれません。(ちなみに女性の感覚反応の最多は 03 になりました。)
- ・ 04、05 に対しては全くかわいい臨界はみられません。どの様に反応して良いのか分からないのかもしれません。

[りんご]



考察

ここでも「たらこキューピー」同様のかawaii臨界反応が示されます。

- ・ 01、02 が同様の多さとして感覚反応が示されました。

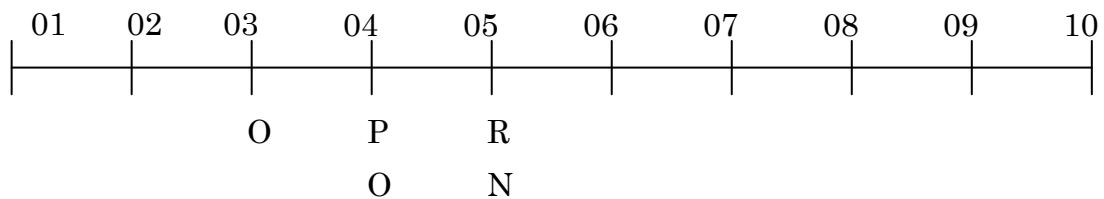
女性(13名)の場合でも、02 が最多とされ、02 がかわい臨界の表れの定式として理解されました。その理解は「りんご」に対するかわい臨界の表れが男性の場合でも当てはまることを示しています。

しかし、男性の場面の注目ポイントは 01 です。

男性は女性に比べてりんごの原型そのもの(01)に対して既に「かわい」ものおとしてのイメージ理解が強いのではないかと思います。

03 以降は一切かわい臨界は見られません。

[ローソク]



考察

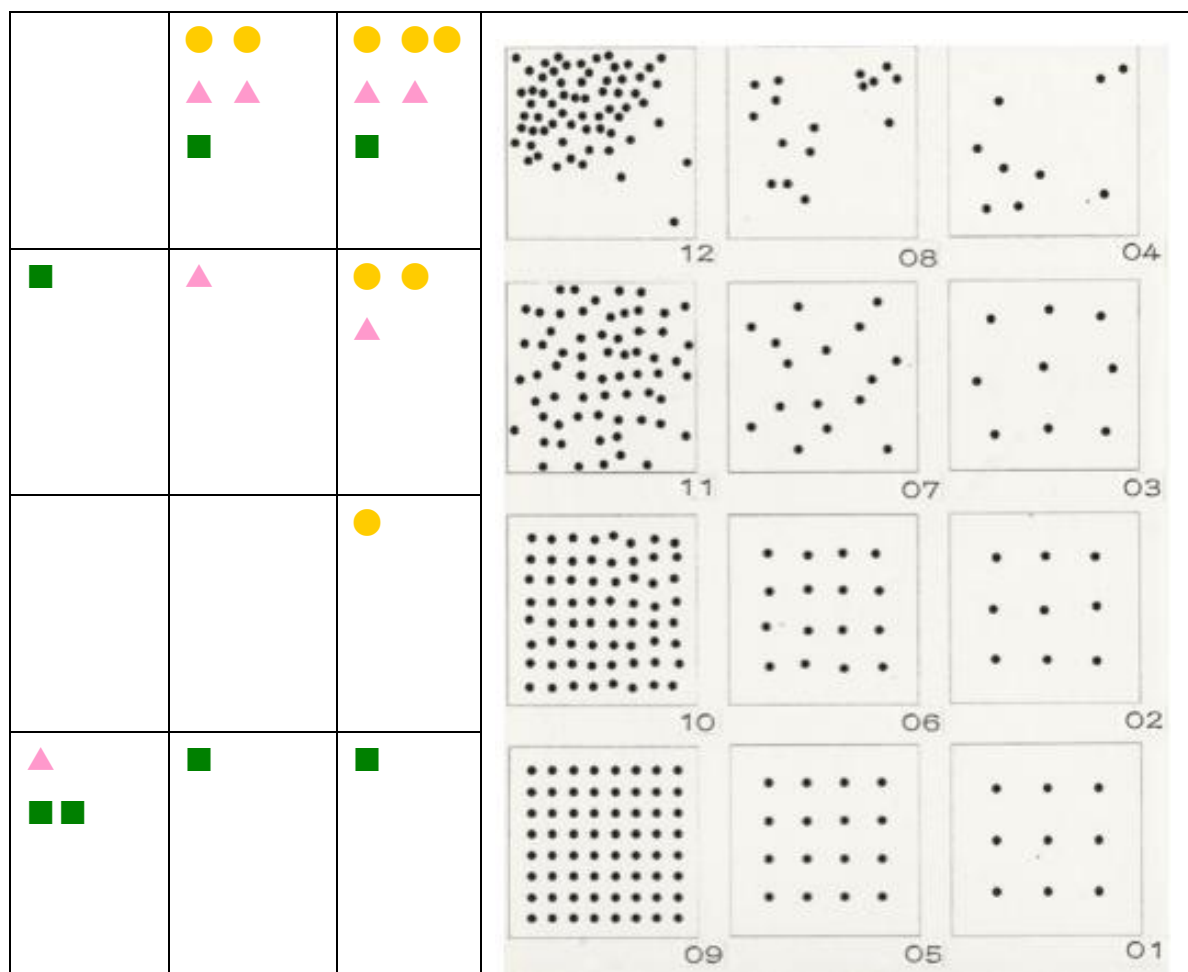
「ローソク」にみる男性のかわいい臨界の表れはこれまでの「たらこキューピー」「りんご」に比べると、一転して女性の感覚反応と近いものが示されます。(→04、05)

大小のローソクが男性にとっても「物語」を描き易くさせているのかもしれません。

この様な対比性を持つ具象物には、男性でも抽象性を読み取ることが出来るようです。女性には見られない指摘ですが、05以降を自身の定年のイメージと重ねて感覚反応する男性が多く見られました。

ほほえみ誘導、かわいい臨界

- 1・どの段階でほほえみを感じるか？ ほほえみ [●]
- 2・どの段階で「かわいい」と感じるか？ かわいい [▲]
- 3・どの段階が一番気持ちが良いか？ 一番気持ちいい [■]



考察

1.どの段階でほほえみを感じるか？

男性全員のほほえみ誘導への反応も、微差対比性(02、06、10)に対してほとんど見られませんでした。(1名のみ)

圧倒的に動態感のある 04、08 にほほえみ誘導が生まれています。

微差対比性に近いものとして 03 への感覚反応が示されていますが、男性のほほえみ誘導への全体反応としては女性でも全体傾向として示された動態感のある構成への反応が高いもので、しかも女性の反応域よりは狭い特徴が見られます。

2.どの段階でかわいいと感じるか？

男性のカワイイ臨界も、比較的「躍動運動性」の内に感覚反応されるものが多くを示しています。男性にとっては特に「ほほえみ」と「かわいい」とは重なり合って感覚反応されているのが分かります。

男性のほほえみ誘導で注目されるのは、09 が示されたことです。整然と多数が配列されている構

成をかわいいと感覚反応するのは女性からは一切示されなかったことです。

恐らく、自身の経験、体験の中から描き出された物語と関連してくるものなのでしょう。

3.どの段階が一番気持ちがよいか？

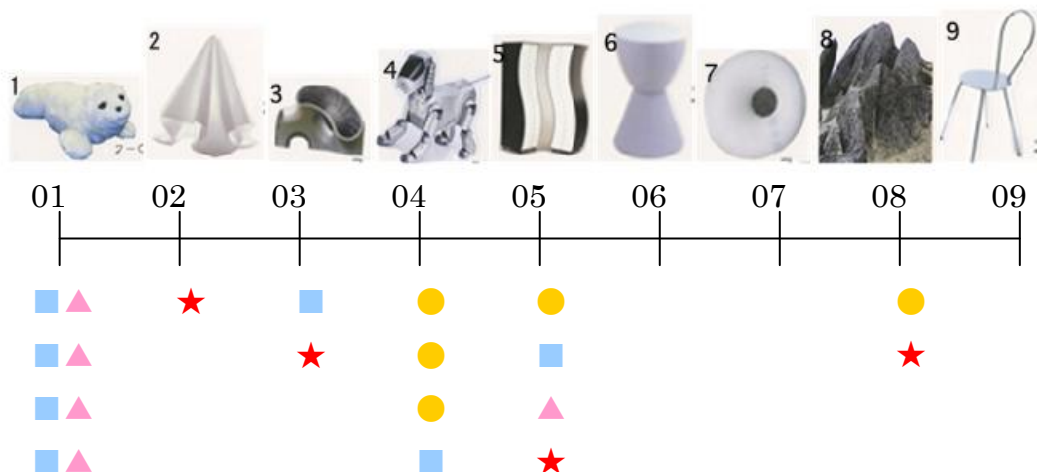
女性の場合でも見られたように、男性の「気持ちいい」の感覚反応にもバラツキが見られますが、女性の場合に比べ、「躍動運動性」の04、08、11と整然性の強い01、06、09との二極化が強く見られます。

特に整然性の強いものへの感覚反応は男性に固有なものと考えられます。

高揚感覚 1

- | | |
|-----------------------------------|-----------|
| 1・自分が <u>元気になれるサンプル</u> はどれですか。 | 元気になれる[●] |
| 2・自分が <u>癒されるサンプル</u> はどれですか。 | 癒される[■] |
| 3・自分が <u>かわいいと思えるサンプル</u> はどれですか。 | かわいい[▲] |
| 4・自分がとても <u>好きなサンプル</u> はどれですか。 | 好き[☆] |

[フォルム]



考察

男性のフォルムに対する高揚感覚反応の中でも、01には「癒される」と「かわいい」が圧倒的に示されています。

しかし、「好き」な対象としては、一切感覚反応されていません。

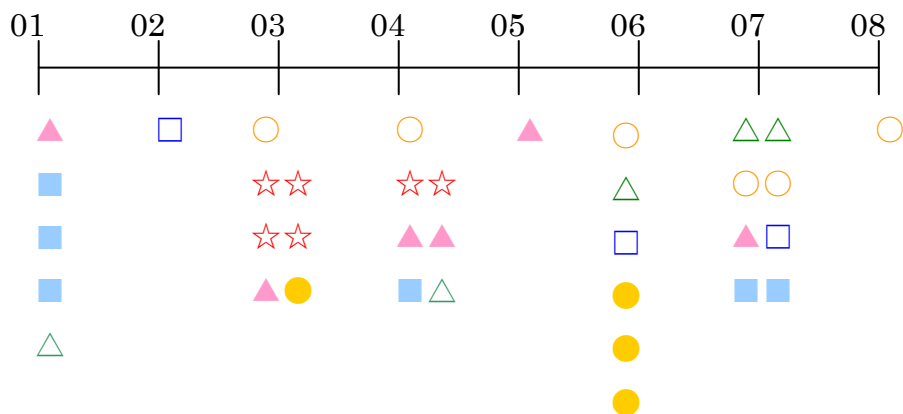
好きなものとして、02、03、05、08が挙げられています。やはり、どこか「カッコいい」ものにつながるフォルムが反応されています。

一方、06、07、09のフォルムに対して、男性は感覚反応が示されていません。

[テクスチャー]

高揚感覚 1

- | | |
|---|-----------|
| 1・自分が <u>元気になれるサンプル</u> はどれですか。 | 元気になれる[○] |
| 2・自分が <u>気持ちいいと思えるサンプル</u> はどれですか。 | 気持ちいい [△] |
| 3・自分が <u>癒されるサンプル</u> はどれですか。 | 癒される[□] |
| 4・自分が <u>かわいいと思えるサンプル</u> はどれですか。 | かわいい[●] |
| 5・ <u>お友達に分けてあげたいと思うサンプル</u> はどれですか。 | お友達 [☆] |
| 6・ <u>若い人たちにも分けてあげたいと思うサンプル</u> はどれですか。 | 若い [▲] |
| 7・ <u>お友達が持っている</u> と自分も好ましいと思えるものはどれですか。 | 好ましい [■] |



考察

男性のテクスチャーに対する全般的な感覚反応は女性に比べると極めて低調です。
 テクスチャーに対する反応そのものが少し鈍く、対象に対して概念なイメージ反応が既に出来上がっているようで、紋切りの反応に終始しがちです。
 その中でも比較的感覚反応が積極的に示されたものが「気持ちいい」と「友達が持っている」と「好ましい」に対してです。

「気持ちいい」→01、04、06、07

「友達が持っている」と「好ましいもの」→01、04、07

そこで共通して挙げられたテクスチャーとして 01、04、07 がありますが、いずれも「ナチュラル」で「土の香り」がするテクスチャーには安心して感覚反応が進む傾向を強く示しています。

[配色]

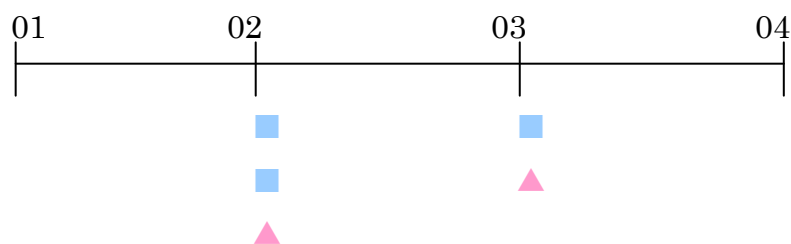
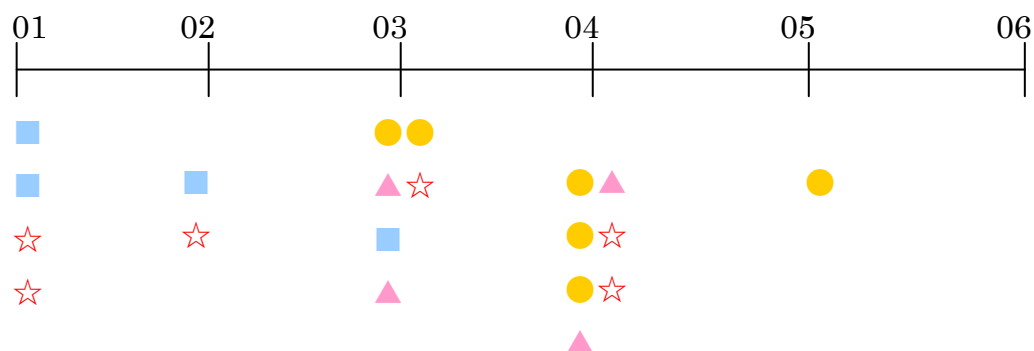
- 1・自分が元気になれるサンプルはどれですか。
- 2・自分が癒されるサンプルはどれですか。
- 3・自分がかわいいと思えるサンプルはどれですか。
- 4・自分がとても好きなサンプルはどれですか。

元気になれる[●]

癒される[■]

かわいい[▲]

好き[☆]



考察

男性のカラーに対する感覚反応は、純色、ビビッドな配色に多くの反応が示されています。

03、04 に対する反応として「元気になれる」「かわいい」「好き」などが高揚感覚に挙げられました。

女性でも 03 に対する感覚反応はとても高いものがありました。

しかし 06、07、10 に対する感覚反応は全く進みません。

その中でも 08、09 には「癒される」「かわいい」が反応されています。

やはり「フォルム」「テクスチャー」でも見られた様に女性に比べると感覚反応域がとても狭いことが挙げられます。

男性のカラーに対する感覚反応は、狭く、限定化されているものの、03 や 09 は女性の感覚反応と重なるところは注目されるところです。



[K シリーズ]

- 1・素敵はどれ
- 2・オシャレはどれ
- 3・かわいいはどれ
- 4・好きなものはどれ

1	2	3	4
a b b d f	c e	a a b	b b b c
d	b c c e	d	a d
a	c c	a b q	a
c	d f	b	c



考察

男性の K シリーズに対する感覚反応の内、注目すべきポイントとなるものがあります。

それは、「素敵」と「オシャレ」への感覚反応です。

やはり、男性にとって「素敵」の方が多少、感覚反応に馴染みが生まれ易いようです。

「オシャレ」については「良く分からない」と云うのが実感なのでしょうか。

この点で、女性の高揚感覚の仕分けとしての「素敵」と「オシャレ」程には、明解になっていないことが良く分かります。

K-4 で示されているモチーフに対する感覚反応も女性と比べると、圧倒的な違いが見られます。

男性の反応が K-4 に対して「オシャレ」と、他人様の様に反応しているのに対して、女性の反応は「好き」と云う明解な感覚判断が多く示されていることです。

このことから、比較的、男性の感覚反応は、抽象的表現世界に対して苦手なのかもしれません。



高揚感覚 2

[AーG パネル]

- 1・自分が元気になれるパネルはどれですか。
- 2・自分が癒されるものはどれですか。
- 3・自分らしさがでるものはどれですか。
- 4・自分がかわいいと思えるパネルともものはどれですか。
- 5・お友達にも分けてあげたいものはどれですか。
- 6・若い人たちにも分けてあげたいものはどれですか。
- 7・お友達が持っている自分も好ましいと思えるものはどれですか。

1	2	3	4	5	6	7
	02		04 03			
○	03		03 05			
○	07 03	01 05	○ 01 07	04 05	04 05 01 04	01
			○ 01			



1	2	3	4	5	6	7
○	01 04	07	○	02		
	05	05	04			
	04		05	02		
○ ○ ○	04 07	08 04	07 04 10	04 07 07 10 10 10	10	03 03 04 07 08 08 10 10 10

考察

〈元気になれる〉では、アダルト×コンサバティブのパネルに、多くの感覚反応が示されています。これは女性の反応には見られないもので、どこかに「カッコいい」と通底する感覚が潜在しているからでしょう。

中にはヤングアダルト×コンテンポラリーのパネルに対して感覚反応を示す方も見られます。これは現役の感覚に由来しているものなののでしょうか。

一方で〈気持ちいい〉に対する男性の感覚反応は実に種々となります。

これは意外な発見となるものでしょう。

しかも、〈癒される〉とほぼ重なります。

どうも、男性にとっての高揚感覚は〈気持ちいい〉が各自、自分の個有な感覚として示し易いように思われます。

なんと云っても圧倒的な感覚反応のマインド×テイストのゾーンとしてアダルト×コンサバティブが示されています。

〈かわいいもの〉、〈お友達に分けてあげたいもの〉、〈お友達が持つと好ましいもの〉などの感覚対象としてアダルト×コンサバティブが感覚反応を示し易いものなのだ、と云うことが読み取れるでしょう。

[Z パネル]



	カッコいいパネル	カッコいいもの
O	3	3-2
P	3	3-6
Q	1	1-5
R	2	3-5

考察

Z パネルに対する男性の感覚反応は明解です。

いまでも十分に「カッコいい」感覚は健在なのです。特に今回は、広告代理店に勤務されていた男性のヒアリング参加もあってか、「高デザイン性」に対する高揚感覚の反応が多く示されました。

注目されるのは、定年を迎えた現在「カッコいい」と感覚反応されるものか、「ブランド」ものよりも「アグレッシブデザイン」ものに向けられている点です。

現役時代には、多少のブランドものは自身のアイデンティティに於いて、自信や有意に働いた部分もあったのでしょうか。定年後は、むしろ現役時代に関心があった、としても「控えてきた感覚」となる「アグレッシブデザイン」ものへの関心が高じて来たのかもしれない。

次回予告

次回 (vol.5) は、これまでのデザイン現場やデザインアカデミーで誰とも語らなかった〈エイジングとデザイン〉の地平について、先鋭的で、理論はデザイナーの松田行正さんをお迎えして、手付かずの火急なデザイン問題について議論します。

〈エイジングとデザイン〉の研究まとめ (vol.6) 作業の前段階としても、示唆に富む機会となるものと、楽しみにしています。

ご期待ください。

2011 12月21日 (水)
14:00~16:00
場所：本館 1004
参加費無料

「かわいい」は文化のモード。
「カワイイ」は方法のコード。

エイジングとデザイン
～高齢者の感覚とは～

真壁 智治 (マカベトモハル)
プロジェクトプランナー。

真壁 智治 × ゲスト 松田 行正

一なぜ、高齢者の「感覚」なのか一

- ◎加齢化と感覚のメカニズム
- ◎高齢者の高揚感覚の所在
 - ・女性感覚と男性感覚
 - ・かわいい感覚の位置付け
- ◎高齢者とデザインの地平
 - ・高齢者の「かわいい」
 - ・高齢者とデザインの可能性と課題
 - ・デザインを介した老いとふるまい
 - ・感覚する人間のモデル化へ

主催：チームカワイイ

松田 行生 (マツダ ユキマサ)
グラフィックデザイナー、兼アートディレクター
マツダオフィス及び出版社『牛若丸出版』主催
多摩美術大学 造形表現学部デザイン学科非常勤講師。

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			

