



Title	香りのUD を考える
Author(s)	坂田, 岳彦
Citation	デザイン理論. 2016, 67, p. 110-111
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/56355
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

香りのUDを考える

坂田岳彦／京都嵯峨芸術大学

はじめに

本研究は、香りによるUD（ユニバーサルデザイン）の可能性を探るものである。UD研究といえば、その多くは道具や用品、生活空間などハード的な仕様に関するもの、あるいは視覚や聴覚に関するものが主であった。急速に進む高齢化社会において、より快適な空間を創出するために、視覚・聴覚だけでなく「嗅覚によるUDの可能性を探ることで新たな提言ができないだろうか」という思考が本研究に至った経緯である。

ある香りを嗅ぐと記憶がよみがえる現象をプルースト現象という。その効果により「香りの記憶が脳を活性化させて健康状態もよくなるのでは」という仮説をたて、高齢者施設の協力を得て入居者の好みや思い出を想起させる香りについて聞き取り調査をし、その人に合った香りを提案していくという方法で調査研究を進めた。

「universal」には「個を目指す」という意味も含まれている。平均的に好まれる香りを作って安らぎの空間を演出するのではなく、個々の記憶が呼び覚まされることによって「自分らしく安らげる空間づくり」を目指すものである。これまで「香りのUD」というものはあまり例がなく、本研究を通してどのような提言が可能であるかを検討するきっかけとしたい。

香りと記憶の関係を探る調査

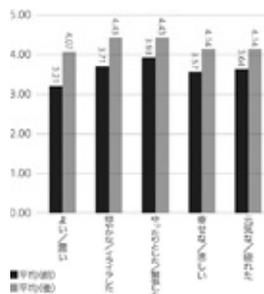
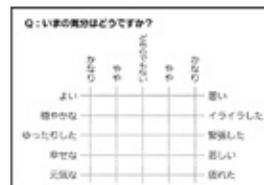
（協力：株式会社 味香り戦略研究所）

[プレ調査 (2013/1～2)] 10歳未満～100歳代の197名を対象に「香りに関するア

ンケート」を実施した。その結果、香りの記憶が①年齢・性別を越えて好まれるファクターとして「花、季節、食べ物」など、②個人的体験によって好悪が分かれるファクターとして「場所、人間、職業」などの2つのタイプに分かれることが判った。そこで①に注目して本調査を実施することとした。

[本調査 (2013/6)] 高齢者福祉総合施設K所にて入居者60～100歳代の25名を対象に、プレ調査より抽出した「食べ物」「場所」「故郷」「家族」「花」の5項目について、香りと記憶に関する質問を対面口頭形式により行った。その際、回答者の心理状態を把握するため、SD法に基づいた質問を本調査の前後に実施した。

その結果、各項目において0.50から0.86ポイントの間でポジティブな方向へとスコアが移動した。このことから、記憶に残る香りについて会話をすることで被験者の気分がポジティブな方向へ改善することが示唆された。

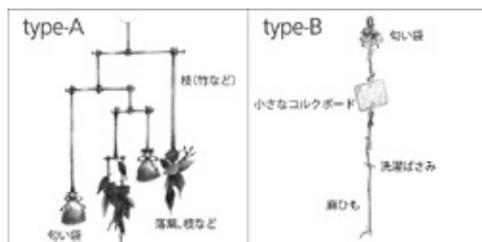


香りの空間を創出する試み

先の調査結果を受け、実際に被験者の好む

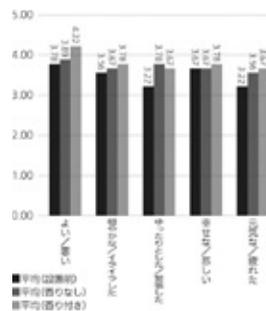
香りの空間を創出することを試みることにした。K所のスタッフを交えて香りの空間創出のための検討を重ねた結果、香りを散布する方法として、香りを付けたモバイルをK所の居室および公共スペースに吊るすこととした（室外から入る風や室内の人の動きがおこすわずかな風をとらえて動くモバイルを使うことで、精神的な安らぎを与えるのでは？と考えて採用した）。

【モバイル制作（2015／5～6）】本学学生にモバイルのデザインを公募し、K所のスタッフに2点、選定してもらった。type-Aは季節感を感じる自然の葉を付けたもので、葉が風を受ける仕組みになっている。type-Bはコルクボードや洗濯ばさみを仕込んだもので、コルクボードに家族の写真などを貼ったり、思い出の品を洗濯ばさみに吊るせるようになっている。



【モバイル設置と調査（2015／7）】K所入居者60～90歳代の7名の各居室および公共スペース3か所（計10か所）にtype-Aとtype-Bを5個ずつ計10個、まず香りなしモバイルを一週間吊るし、翌週、被験者にあらかじめ用意した香料7種の中から好みの香りを選んでもらい、各モバイルに香りを付けて一週間吊るす。その際、回答者の心理状態を把握するため、SD法に基づいた前回と同じ質問を「モバイル設置前」「香りなしモバイル設置後」「香り付きモバイル設置後」の計3回実施した。その結果、1項目を除き0.11

から0.45ポイントと、わずかではあるがポジティブな方向へとスコアが移動している。このことから、微量ではあるが、気分の向上が見られたといえよう。



考 察

モバイルは、火の気が不要であることに加え、機械的な香り散布方法ではないことが評価できる。ただし、より洗練された形状を今後精査していく必要がある。

入居者の多数が柑橘系の香りを選んだが、これは、7月が京都で一番蒸し暑い時期でもあり、柑橘系のさっぱりとした香りが好まれたのではないと思われる。季節が変われば選択はまた変化する可能性もあり、季節や気温との関連性も調査の必要がある。

研究を進める途中、「個を目指すUD」に「香り」はあまりにも個人的すぎてデザインとして成り立たないのではないかと、という矛盾を抱くこともあったが、入居者の多くが柑橘系を選んだという結果を見ると、個を目指すつつもある程度の範囲の高齢者に好まれやすい香りをいくつか選定していくという道もあるのではないかと考えられる。高齢者にターゲットを絞れば、その感覚器官のレベル、時代による嗜好性、居住地の特産などと結びつけてある程度の普遍化は目指すことが可能であり、高齢施設入居者のQOLが向上すると期待できるのではないかと考えられる。

*本研究は、平成25年度科学研究費助成（挑戦的萌芽研究）を受けて行ったものである。

（共同研究者：岩崎陽子）