



Title	共感的アプローチによる色の伝達方法の提案
Author(s)	吉野, たか美
Citation	デザイン理論. 2012, 59, p. 102-103
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/53547
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

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

The University of Osaka

共感的アプローチによる色の伝達方法の提案

吉野たか美／愛知産業大学大学院造形学研究科修士課程

1. はじめに

住宅の内外装の色決めは、施主（建築主）にとっては可能な限り自由に意志決定を行いたいプロセスであるが、完成体を想像しながらの選択は絶えず難しさを伴う。また、内外装の色は、住宅の意匠デザインを構成する重要な要素であり、完成時には検証、評価の対象となる。従って、「色決めの場」における合意形成のアプローチが共感的であることは、顧客満足度に加え、完成体の成否および設計士の職務評価の要件を満たすと考えられる。

そこで本研究では、住宅の「色決めの場」において、色および色情報をどのように伝達することが、共感的アプローチであるかについて、実際の打合せ現場で発話された言語の分析を通して解明することを目的としている。

2. 先行研究のレビュー

本研究に関する先行研究としては、今井らによる、住み手によるインテリア専門家との関わり方とその評価に関する研究がある¹⁾。また、住宅設計の打合せでやりとりされた言語情報を分析対象とした研究としては、遠藤らの研究²⁾や、森らによる研究³⁾が、さらに、設計者の業務に対する志向性を調査・分析した研究では、田中によるものがある⁴⁾。一方、インテリアを感性指向製品と位置づけた庄司ら研究⁵⁾では、意志決定過程における他者との相互作用について調査・分析されている。

これらに対して本研究では、住宅設計のプロセスのなかでは、施主にとって比較的自由に発言ができる場である色決め過程を取り上げ、専門家と非専門家の間において、合意形

成過程におけるコミュニケーションが、どのように執り行われているのかについて、分析・考察することを試みている。

3. 研究の対象と方法

2009年に実施された住宅（S邸：夫婦＋子供3人）の外装^{注1)}の色決め過程（施主夫婦と意匠設計士による打合せ）における会話のやり取りを分析の対象とし、VTR録画およびVR録音を行った。そして、(1)会話データの文章化、(2)文章の単位化、(3)色決めに関与していると思われる語彙の抽出およびカテゴリー分類、(4)カテゴリー別発話回数の算出、(5)設計士の発話と施主の発話とのカテゴリー比較、を行った。得られた会話データは計1662サンプル、抽出語彙は197サンプルとなった。発話データ例を表1に示す。

4. 発話のカテゴリー分類

発話者は、必ずしも真意に合致した言葉を発話できるとは限らないが、真意に近づけるために、類似の言葉を用いた言い換えを行っ

表1 発話データ例

7:28	夫	そういう目立たんとかさあ。
7:32	夫	色的には、多分今の色っていうのが、どっちかっていうとこっちの色に近いと思うよ。
7:	夫	あの色は。これだと、多分もっと真っ黒になる。
7:39	設計士	いや、一応こっち。
7:	夫	こっちの色か。
7:43	設計士	薄い色はこれ。
7:47	夫	あ、そっか。

ているのではないかと、この仮説をたてた。そこで、色決めに関与していると思われる抽出語彙をカテゴリー分類することで、発話の含意の検証を試みた。

【1】「色（概括）」：色，色合い，色を分ける，色を入れるなど（5）。【2】「色名」（商品色名を含む）：赤，黒，青み，白っぽい，茶系，アーモンドウォールナット，アッシュメタリックなど（59）。【3】「トーン」：明るい，暗い，濃い，薄いなど（8）。【4】「印象・イメージ」：ナチュラル，モダン，和風，かわいい，カッコいい，ピカピカなど（32）。【5】「調和・美観」：デザイン，バランス，見た目，合う，まとまりなど（13）。【6】「比較・程度」：一緒，近い，違う，逆に，似たなど（13）。【7】「嗜好・基準・評価」：きれいな，好み，普通の，飽きる，多い，無難など（32）。【8】「形・柄」：大きい，小さい，厚い，薄い，線，柄など（16）。【9】「機能」：機能，メンテナンス，性能，汚れ，剥げなど（12）。【10】「仕上げ処理」：吸い込み，コート，艶，透明（4）。【11】「価格」：値段，安い，予算（3）^{注2)}。〔（ ）の数値は語彙数〕

5. 設計士と施主との発話比較

前述のカテゴリーに基づき、屋根瓦と外部木部塗装の色決め過程について、設計士の発

話と施主の発話とを比較・分析した。

6. ま と め

設計士は、施主の選択色がデザインコンセプトに大きな影響を与えない限りにおいては、施主の希望色を採用したが、これに反する場合においては、施主が提案を拒む背景にあると思われる疑問点や不安要因を会話の中から導き出し、施主が用いた平易な言葉を、設計士自身が繰り返し用いるなかで、合意を取りつけていった。この過程において、色味を表す言葉においても、色調を表す言葉においても、専門的な用語が用いられることはなく、慣用的な言葉に限られていた。これはイメージを表す言葉においても同様であった。

今後は、文脈に沿った検証をすすめることにより、設計士および施主が、どのように色および色情報を伝達・共有しあうことで、共感的な合意が形成されているかについて解明をしていきたい。

【参考文献】

- 1) 今井範子他：住み手によるインテリアの実態とその意識に関する研究，日本建築学会大会学術講演梗概集，p 125-126, 1994
- 2) 遠藤直久他：住宅基本設計における言語データ・話題分析による設計思考過程の研究その1，日本建築学会近畿支部研究報告集，p 365-368, 2002
- 3) 森傑他：エスノメソドロジーの方法に関する基礎的考察，日本建築学会計画系論文集，p 181-187, 2001
- 4) 田中史王：設計者の業務に対する志向性とコミュニケーションに関する実証的研究，日本建築学会総合論文誌(5)，80-83, 2007
- 5) 庄司祐子他：感性指向製品の消費者行動における他者との相互作用の役割，情報処理学会研究報告書，IM, 【情報メディア】95(1)，19-26, 1995

注1) 本研究では、外装も内装同様に感性指向製品と位置づけ、調査対象とした。

注2) 「色決め」とは使用部材の「物決め」でもあるため、【8】～【11】のカテゴリーも設けている。

表2 設計士と施主のカテゴリー別発話回数例

木部塗装	設計士	夫	妻
色名	16	20	6
イメージ	9	9	3
比較・程度	7	4	1
調和・美観	6	4	2
機能	2	3	0
色調	2	4	3
嗜好・基準	2	6	3