The University of Osaka
Institutional Knowledge Archive

Title	匂いのデザイン
Author(s)	岩﨑, 陽子
Citation	a+a 美学研究. 2019, 13, p. 52-65
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/90094
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

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

The University of Osaka

匂いのデザイン

岩﨑陽子
Yoko Iwasaki

車や家具をデザインするように、匂いをデザインすることは可能だろうか。匂いをデザインすることによって何がもたらされるだろうか。

デザイン（design）の概念はもともと「形をデッサン（dessin）」することと形態化を図ろうと意図（dessein）すること」[*1]の二つの「形」に関わる意味を併せ持つ。つまり、デザインとは「社会空間全体と社会空間を構成している諸要素に形を与えるべきもの」[*2]と定義できる。日用品、商品、道具、機械、建築、都市の景観など、見えるものすべてはデザインされる。しかしデザインは造形化という目に見える表面的なものの創造や変形にとどまらず、社会生活の構造やイデオロギー、人間関係といった見えないものを本質的に変えていく（昨今の多様性を尊重する共生社会の一連の動きの中で、トイレサインの男女の形や色分けが再考される例など）。このようにイデオロギーや人間関係といった見えないものを変える力を同時に持っているにしても、デザインは常に見えるもの、形を通じて社会や日常生活に働きかけている。

しかし、匂いは見えず、形を持たない。こうした匂いをデザインすることで社会や日常生活に影響を与えることはできるのだろうか。最近、香水やアロマの日常生活における使用、商業施設や娯楽施設での匂い演出等が流行している。これを「空間デザイン」として位置づけるには、従来の目に見えるものによるデザイン理論とは根本的に異なる、新たな思想が必要ではないだろうか。第一の問題意識はここにある。

また匂いは人間の嗅覚によって主観的にとらえられると言われる。西洋思想や科学において匂いや味が長く研究対象になりにくかった理由は、匂いが他の諸感覚の助けなしに単体では特定しにくく、認識の器官として人間の鼻が劣ったものとみなされてきたからである。[*3] 感覚器官としては科学的に説明可能な伝達通路によって、脳に匂いの信号は運ばれている。それなのに人間の匂いの判断は常に曖昧である。視覚と異なり、嗅覚による判断は同じ匂いを嗅いでも個人の属性や生活環境、成育歴などでその特定にはかなり差が出る（バナナを見て他のものに見間違える人は少ないが、バナナの匂いを嗅いで花や別の食べ物の匂いだと勘違いすることは多々ある）。

このような人の感じ方によって変わる主観的要素が判断に入り込む匂いを使って、特定のターゲットに向けて達成すべき統一的な機能性を有するデザインを行うのは難しい。匂いの「アート」の場合、アーティストの香りによる自己表現という側面が強く、鑑賞者の匂いの判断もそこから受け取る感情も多様であることが前提になっている。[*4]

しかし匂いの「デザイン」の場合、匂いを使った製品を複数の人々に対して、何らかの問題解決や効果を狙って大量生産することを目指している。主観的にとらえられがちで汎用性を持たない匂いを、デザインによって多くの人に対して一定の効果をもたらすためにどのように用いるか。第二の問題意識はここにある。

本稿では、デザインに用いるには一見不利に見えるような、匂いの「目に見えず形を持たない」という側面と「主観的で汎用性がない」という二側面をまず検討し、これらがデザインに不利な条件なのではなく、新たな思想の展開の可能性を内包していることを示す。最後に私たちのプロジェクトが最近行った匂いのデザインの実践例を挙げてこの提言を具体的に検証して論を結ぶ。

形を持たない匂い

例えば名高いオーケストラの演奏がヨーロッパのどこかの国のコンサートホールで行われているとする。行って生演奏を聴きたいが、費用も時間もかかる。こうした場合、この演奏が録音され、デジタル化によってCDにされれば、世界中の多くの人が好きな時に好きな場所で再生機器によって演奏を再現することができる。見えるものについても同様で、複雑な風景の画像などをデジタル化して送信し、これを多くの人が受け取って拡散するのは今日のSNSが大量に行っていることである。こうした聴覚や視覚と同様に匂いに関しても、何らかの匂いを拾い、デジタル化し、これを送信して世界中に住む多くの人が同時に同じ匂いを何らかの機器で再生するのは可能だろうか。

実はこれは思ったよりも難しいことである。そもそも何らかの匂いを採取すること自体が非常に困難である。[*5]「グレープフルーツの香り」などの単体の単純な香りなら再現はできるかもしれない。しかし、「金木犀の香りの漂う秋の夕暮れに近所の台所から流れてくる秋刀魚の匂い」のような複雑なものになると、もはやお手上げである。匂いを特定してデジタル化し、これを日常生活で私たちが知覚するように「立体的に」層構造として再現するのは現在の技術ではほぼ不可能なのである。

匂いのデザインは
目に見える固定化された形のデザインとしてではなく、
ある種の流動性のデザインとして可能になる。

これは単に嗅覚分野の科学研究の遅れを意味しているのだろうか。私はそうではないと考える。ロックは物体には一次性質と二次性質の区別があると考えた。一次性質は物体を構成している本質的な性質で、形、大きさ、固さ、位置、運動などである。二次性質は他の実体との偶発的な関係によって生じるような本質的ではない性質であり、匂い、色、音、味などがこれにあたる。一次性質と二次性質の区別は、明らかに物体を形として固定した視点から把握するか、形を持たない流動性や運動性として把握するかに依拠している。そして多くの科学技術は一次性質を前提として発展してきた。

よって形をもたない二次性質にあたる匂いは、科学技術の発展の基盤の枠組みから明らかに外れてきた。しかし伝統的な思想的枠組みから外れるということが無秩序や無用を意味するものではない。形を前提としない別の新たな思想が必要であり、こうした世界認識のモデルを提言したのはJ・J・ギブソンである。ギブソンの思想については別稿ですでに述べたが[*6]、彼はそもそも一次性質と二次性質の区別をせず、世界はこれら二つの性質をひっくるめた物質（ある程度の固さと持続性を持つ固形物）、媒質（固形物と固形物の間にある均質性を保持する空間であるが、匂い・光・音などの不均質な情報をもつ）、表面（物質と媒質との組み合わせの境界）の切れ目のないレイアウトとしての連続体であると考えた。彼によれば知覚とは、人間も含めた動物が、環境に見出す情報としてのレイアウト、肌理（texture）の変化を直接的に知ることである。ギブソンのアフォーダンスの思想をもって佐々木正人は次のように述べる。「伝統的な知覚理論は一貫して「形」の論理で知覚を説明してきた。しかし「動き」が情報となるということは、「形」ではなく「変形」にこそ意味があることを示している。知覚研究が基盤としてきた「形」とは幾何学の単位にしか過ぎないのであって、もはや知覚研究は「形」という単位にこだわる必要はないだろう。」[*7]

この世界を形として静的にとらえるのではなく、絶え間ない動きによって刻一刻と変化するものととらえるなら、匂いのデザインは目に見える固定化された形のデザインとしてではなく、ある種の流動性のデザインとして可能になる。[*8]

この流動性のデザインとは具体的には何か。人間は果てしなく続く物質と媒質の「表面」と言われる境

情報の切り分けを、
従来の既成概念によって惰性的に行うのではなく、
新しい表面の提示として見せ得るのがデザイナーなのである。

目に変化を感じ取ったときにこれを知覚として認識する。あるコップを手触りが良く、持ちやすくて口につけて液体が飲みやすいと感じることは、手や口に接するコップの表面が人間の身体にとって心地よくデザインされたものといえるであろう。同様のことは、ある種の匂いや光、音の空間に接したときにも起こり得る。つまりデザインを目に見える形の変形にとどめるのではなく、動きの中で刻一刻と変化する世界の表面や境界面への「気づき」をもたらすものとらえるのである。ギブソンは次のように言う。「音、匂い、肌ざわり、自然化学物質とともに、包囲光の中の情報は無尽蔵である。知覚者は、自分の生涯をかけて、自分の住んでいる世界に関する諸事実に際限なく気づき続けることになるだろう。」[8] 佐々木はこうしたギブソンの論をふまえて「デザインとは表面の変形である」[9] と定義する。車、食器、電化製品、そして匂いや光を含めた舞台空間など、これらのあらゆるデザインは物質と物質の、物質と媒質の、媒質と媒質の境界面をいかに美しさと驚きと機能性に満ちたものとして身体に気づかせるのか、という点にかかっている。デザイナーのしていることは、この世界を的確に切り分け、多くの人に身体的快や新しさをもたらす切れ目を入れて提示するということである。「情報をどのように「切り分け」ても私たちは表面の意味に達する。炎の表面は光だけからでも、音だけからでも、光と音からでも、音と匂いからでも…知ることができる。複雑な情報のどこを「切り分け」てもそこに表面が現れている。光、振動、熱、風、化学的放散はそれぞれ「冗長」に炎を特定している。それらのどのような組み合わせの混合も「冗長」に炎を特定している。」[10] 情報の切り分けを、従来の既成概念によって惰性的に行うのではなく、新しい表面の提示として見せ得るのがデザイナーなのである。そしてこの表面の提示は、視覚や触覚に限らず、嗅覚や場合によっては味覚などの人間の身体全体で感じ取られる。

匂いのデザインが可能か不可能かを思考することは、従来のデザイン理論の限界を考えることでもある。目に見えない匂いのデザインが可能となる思想は、新しい世界認識のモデルを私たちに提供してくれるのである。

主観的な匂い

匂いがデザイン物に適さない第二の理由に、そのとらえ方が主観的であることがあげられる。『匂いの哲学』の中でジャケはわざわざ匂いが「主観的でまるで信用ならない感覚か」という章をもうけてこれについて検討している。[12] まずはデカルトの『省察』における蜜蝋の例から出発し、ホッブズやロックが匂いを第二性質として主観的認識としていることが紹介される。特にホッブズが匂いについて述べる「同じ匂いでも自分の匂いなら気にならないが、他人の匂いだと気になる」という匂いのあやふやな判断のあり方に注目する。しかしこれは一見、匂いの主観的側面を否定的にとらえているように見えるが、ジャケはむしろそれを反転させ、匂いが他者へと向かうきっかけだと肯定的にとらえる。「その世界観を共有しようがしまいが、ホッブズは匂いの知覚がその情動と過去に影響を受けている主体の世界との関わりの兆候であると示している。匂いの知覚は、感覚と思考が、想像と記憶の中においてどのように関連しあっているかを表し、我々をその内的世界と習慣、関心事の全てへと接触させて人間の主観性のただ中へと投げ入れる。とすると、障害であるどころか、嗅覚に特別に主観的な性格は、これによって我々は主体の親密性とその特殊性に侵入できるがために強みとなることができる。主体の親密性と特殊性は一般的には、その一般概念によって、各人間の特殊性と個人的な気質をとらえなおすことのできない哲学からは無視されているのだ」[13]。ジャケはこのように述べることにより、匂いの主観的側面がむしろ各人の個別性を超えて、人間の一般概念へと結びつく可能性を示唆している。

実際に、私たちは匂いを主観的のみならず、ある程度共有可能なものとしてとらえている。例えば匂いが醸す「雰囲気」について、テレンバッハは都市、病院、兵舎、学校、教会といった空間や、死、貧困、華麗なもの、成功したもの、故郷のなつかしさ、疎遠でよそよそしいものといった感情面に、独特の「匂い」が存在し、それを私たちが共通に感じ取っていることを述べている。「われわれの感官のほとんどあらゆる経験のなかには「より以上のもの」があって、これは表現されずにとどまっている。現実の事実的なものを越えて存在しながらわれわれがそれとともに感

デザイナーは世界のうちに共通の何かを鮮やかに探り当て、
一見主観的にみえるものに汎用的価値をあたえる。

じ取るこの「より以上のもの」こそわれわれは雰囲気的なものと呼ぶ」。[14]

ここで言われている「雰囲気的なもの」とはまさに、前項で述べた「表面への気づき」であるといえよう。ある都市から飛行機で別の都市に降り立つときの境目の変化としての匂い（パリの地下鉄の匂い、ヘルシンキの空港の匂いは確実に存在する）について、その雰囲気的なものの変化への気づきは特に鮮明である。そして、匂いは主観的にとらえられているにもかかわらず、そこに多くの人が思い浮かべられる「パリの地下鉄の匂い」のような共通項も存在するのである。

雰囲気について現象学的にこれをとりあげたベーメも、この主観性と客観性について興味深い論を提示している。ベーメは雰囲気の概念を「その場に在ることの感知」[15]と定義し、これを主客未分の状態であると考えた。つまり、人間がある場所に存在して何らかの気分を感じているとき、それは「物と感情の中間的性格」を帯びている。十一月の夕暮れの陰鬱さは、晩秋の冷たい空気や暗い空、落ち葉や裸の樹々という人間を取り巻く環境と、自分自身の夏の陽気さと異なる沈んだ気持ちの中間にあり、これらを切り離して考えることはできない。雰囲気は主客未分の配分の問題であり、それらの配分の割合によって主観性が勝ったり、客観性に偏ったりすることもある。よってベーメは「雰囲気的なもの」と「雰囲気」をあえて分ける。[16]雰囲気的なものはより事物側にあるもの（客観）として主観から隔てられているものであり、ベーメの挙げる例は夜、秋、光の具合である。雰囲気はより主観的で、距離をとることができないもので、むっとした会議場のイライラ感などである。

雰囲気的なものと雰囲気をあえて分けるベーメの理論は、こうした目に見えない匂いを含む雰囲気が主観と客観を混合したものであり、主観的な側面を持ちつつも、一方で客観的に合意し得る判断の余地を常に残していることを示している。これを匂いやギブソンのレイアウト論に引き付けて考えるなら、匂いやその他の諸感覚を織り交ぜた世界の連続する表面の、主観的な部分に切れ目を入れるのではなく、多くの人の共感を呼ぶ部分を切り分け、その表面を提示することは決して不可能ではないということになる。つまり、先の例に挙げたパリの地下鉄の匂いや、ベーメの十一月の夕暮れの陰鬱さが主観性にとどまらず、多くの人にとってある程度共通のイメージをもたらすのは、世界のレイアウトの中にそのような共通性をもたらす部位が存在するのであり、デザイナーはそこを鮮やかに探り当て、一見主観的であるような事柄に汎用性をもたらすのである。

匂いデザインの実践

二〇一六年夏より、私は「「なつかしい匂い」と創造活動による認知症の人の安心できる居場所作りとその効果検証」を科研費によって心理学、高齢者看護学の研究者たちと共同で行ってきた。これは認知症の人を含む施設で暮らすような体の自由がきかない高齢者に対して、匂いを使ったアート作品でなつかしい記憶を喚起してもらい、様々な感情を刺激することによって生活の質を上げていくことができるかという試みであった。

最初の関門は「なつかしい匂い」であった。私たちは研究当初、多くの人になつかしい匂いについて調査をすれば、年齢的に同世代の方々にはある程度共通する傾向性が見られるだろうと予測していた。しかし、私たちが最初に調査に行った岩手県在住の高齢者四十五人は実に驚くほど多様な回答をされた。[17]五月のアカシア、赤飯、山百合、ウド、栗の粉、ヨモギ、木の煙、味噌汁、干し草、リンゴ、線香…そして一つ一つのなつかしい匂いには、それぞれそれにまつわる複数の匂いを含む思い出の情景の中にあった。「実家が乳牛を飼っていたので牧草狩りの時のその匂いが大好きでした。天気の良い日のその匂いはとても良かったです。今でも車で牧草の場所を通りかかると思い出します。」「子どもの頃、お盆になると桂の枝を取ってきて葉を乾燥させ粉にしてお香を作っていた。里山を散歩していると桂の枝の乾燥した甘酸っぱい匂いがします。」こうしてみると、なつかしい匂いと問われてする各自の回答は、一つの匂いであっても、その背景には複数の匂いや雰囲気が重層的に重なっており、これらが層構造として心の中で立ちあがっているのではないかと予測できた。よって当初のもくろみのように、大量のアンケート調査とその集計による「なつかしさナンバーワン」の匂いを探してきて、なつかしさを呼び覚ますためにアート作品にこれを用いるのは間違っていると考えた。そこで、匂いと感情の結びつきの枠組みを想定し、設定することで、逆に各自が自由に挙

げる「なつかしい匂い」をそのフレームの中に収められるような作品作りを目指すことにした。

アンケート調査の結果を生かして行われた二〇一七年の京都での展覧会では、匂いの層構造をコンセプトの中心に据え、各国のアーティストが森・山の匂い（環境的匂い）を背景にと各人がなつかしさを感じる匂い（スポット的匂い）を重ねることにより、なつかしい匂い単体より鑑賞者の感情を動かすことを目的とした。[*18]

この展覧会を終えた後、なつかしい匂いの立ち現れる構造をアンケートから推測して、これをアートの効果として実証するだけではなく、最終的な当研究の目的である「高齢者の生活の質の向上」により大きくシフトするべきだということになった。よって、大型のスクリーンやインスタレーションを使用せず、施設に入っていたり、自宅で寝たきりになったりしている高齢者が、自室でなるべく煩雑なメディアに煩わされることなく、匂いによってなつかしさを喚起でき、また最終的には量産できる「装置」を考えることになった。ここでアートにデザインの視点を加えることが必要になったのである。

研究メンバーでアーティストである松本泰章は、最終的には量産を目指すデザインを意識しながら、匂いと音だけの箱の作品を作り出した。彼の《The box of Eurydice》は、ギリシャ神話のオルフェとエウリュディスの冥界下りの神話のストーリーをイメージし、何か大切な喪われたものを感じ、それを思い出す体験を喚起する作品である。鑑賞者が桐箱を開け、その中の銀器を手に取るとサウンドシステムが起動し、あらかじめ格納された八種類のサウンド[*19]の一つがランダムに選ばれて幽かに響いてくる。これはちょうど鑑賞者が銀器を手に取り蓋をあけて香りを嗅ぐ頃に始まるように調整されている。中の匂いは調査成果として出てきた「高齢者がなつかしさを感じる匂い」の中の「ベビーパウダー」であった。また音に関しては、別の研究者がアンケートより分析した「匂いにまつわる情景に出てくる音」を選んだ。

この作品については、二〇一八年七月に京都、二〇一八年十月末から十一月にはスウェーデンで展示し、なつかしさのアンケートを行った。不思議なことに多くの人が「なつかしい」と回答し、喚起された記憶を回答用紙に綴った。[*20] 匂いと音（それに加えてミニマルな桐と銀の箱の感触）のみで構成され、視覚を中心的に用いないシンプルな作品が、多くの年代、性別、国籍を超えて共感されたことに驚きを禁じ得なかった。

松本泰章《The box of Eurydice》2018年

匂いのデザインは、
匂いと匂いを重ねたり、匂いと音を重ねたりすることにより、
知覚の表面に厚みを持たせる。

匂いによって喚起されるなつかしさは千差万別で主観的なものでありつつも、そこに共通感覚として他者と共有可能できる部分がある。特定の風景といった視覚的情報はその場に行って「見た」ことのない人には共感が難しい。しかし、音と匂いの場合いずれも見えず、見えないからこそ想像力を発動させ、自ら思い出を迎えに行くような能動性がそこに生まれる。

実は箱の中のベビーパウダーの匂いを、それとして特定できた人は少なかった。また同様にサウンドも神社の鐘の音や市場の客寄せの声など、日本の文化を知らなければ理解できないものが含まれていた。それにもかかわらず、京都とスウェーデンの各人が各人の過去に体験した「情報の切り分け」に引き寄せて、この匂いと音を、自分の大切な思い出のレイアウトの切り口の表面に重ねて知覚した。

こうした重ね合わせが可能なのも、嗅覚がむしろ視覚よりも曖昧だからこそ可能になる。匂いと匂いを重ねたり、匂いと音を重ねたりすることにより、知覚の表面に厚みを持たせ、多くの人の共感や感動を呼ぶレイアウトの表面を作り出す可能性に満ちているからである。

よって、形をもたず、見えず、主観的であるとされる匂いにも、新たな視点と思想の土台の上に、デザインの可能性は十分にあると考えられる。

岩崎陽子（いわさき・ようこ）
一九七三年生まれ。大阪大学文学研究科博士課程修了。博士（文学）。現在、嵯峨美術短期大学准教授。専門はフランス美学・哲学。味と匂い研究会、Perfume Art Project 代表。

註

*1 マルク・ル・ボット「アートとデザイン」『TEVERSE2／デザイン』今村仁監修（リブロポート、一九八八年）一四頁。
*2 同書、七頁。
*3 コンディヤックは『感覚論』の中で有名な彫像の思考実験を行っている。彼は諸感覚の正確な機能を見極めるための思考実験で、一切の感覚器官を持たない彫像を想定し、それに順に感覚器官を穿っていくことによって各器官の役割りを提示していく。そして彼が最初に彫像に与えた感覚器官は鼻であった。それは彼も伝統的西洋思想の流れの中で嗅覚を最も低次で、明晰な認識からは一番遠い感覚として認識していたことを示している。コンディヤック『感覚論』加藤周一、三宅徳嘉訳（創元社、一九四八年）
*4 岩崎陽子「香りのアートはなぜ面白いのか―従来の「身体論」を越えて」『a＋a美学研究』一〇号（大阪大学美学研究室、二〇一七年三月）二四―三七頁。
*5 二〇一八年十二月三日に開催された Digital Olfaction Society では匂いの特定とその信号化、これを送信する技術とデバイスとして日常生活（健康や美容、遊び）に応用するまでの総合的な技術を各方面の研究者たちが最新の研究成果として報告するという興味深い学会であった。音楽や画像が同じようなルートでデジタル化されて汎用化されているのに対して、嗅覚に関してはこれからこうした技術が発展していく活気に溢れていた。嗅覚の場合、現在でも単体の匂いならデジタル化して応用が可能になりそうであったが、層構造になっている匂いや複雑な匂いになるとこれらを抽出し、再現するのが難しいようであった。オーケストラの音の重なりや複雑な風景のデジタル化が可能であっても、重なり合って認識されている匂いになるとなぜ困難になるのか。これは人間の認知の問題として大変面白い問題を含んでいると考えられる。
*6 岩崎陽子、前掲書。
*7 後藤武他著『デザインの生態学』（東京書籍、二〇〇四年）五四頁。
*8 二〇〇四年度にノーベル医学生理学賞が Richard Axel 博士と Linda Buck 博士に授与された。彼らは匂いの受容体遺伝子の発見と嗅覚感覚の分子メカニズムの解明を行ったからである。この匂い分子受容体は鍵と鍵穴をモデルにした「形状説」で説明され、匂いの特定は匂い分子の形状とそれを受け入れる受容体の形の一致とされた。一方でこれに古くからの学説を持ち出して反論したのはルカ・トゥリンである。彼についての著作、チャンドラ・バール『匂いの帝王―天才科学者ルカ・トゥリンが挑む嗅覚の謎』（早川書房、二〇〇三年）を読むと、トゥリンは匂いの識別を匂い分子の振動数で行うことを主張している。彼の主張は科学誌に掲載されることはなかったが、匂いについて形をモデルにして説明するのか、振動という連続するもので説明するのかで、とらえ方が大きく異なる。私には科学的な根拠を示すことはできないが、匂いを特定するのは形ではなく、振動をとらえることであり、人によるこの切り分けの違いが、匂いを主観的であいまいな判断とする根拠となっているように思われるのである。実際に、人の嗅覚受容

体は四〇〇近くしか見つかっておらず、数十万ともいわれる複雑な匂いの識別を人間がどのように行っているかを、形状説で説明するのは容易ではない。これは科学が常に静止した形をモデルにして考えることの典型的な例である。逆にギブソン的な連続体やトゥリンの振動のような考え方は、形による視覚中心の世界把握には馴染みにくいものなのかもしれない。嗅覚研究が他の感覚器官よりも遅れている原因は、このような自らに適合しにくいモデルでの解明に一因があると考えられるのである。

*9 ギブソン『生態学的視覚論』(サイエンス社、一九八五年)二五八頁。

*10 後藤武、前掲書、四三頁。

*11 後藤武、前掲書、七五頁。

*12 シャンタル・ジャケ『匂いの哲学』岩﨑陽子監訳、北村美央訳(晃洋書房、二〇一五年)第一部、第一章、第五項。

*13 同書、四七頁。

*14 テレンバッハ『味と雰囲気』(みすず書房、一九八〇年)五二頁。

*15 ゲルノート・ベーメ『雰囲気の美学』(晃洋書房、二〇〇六年)五頁。

*16 同書、六頁。

*17 杉原百合子、岩﨑陽子「なつかしい「匂い」を用いたアートによる感情変化および記憶想起の検討」『AROMA RESEARCH』七四号(フレグランスジャーナル社、二〇一八年)一五五―一六一頁。

*18 岩﨑陽子他「時の散歩 petite balade 展」『嵯峨美術大学紀要』四三号(二〇一八年)一三三―一三八頁。

*19 このサウンドファイルは八種類で、一つのファイルは約三分であった。

(A) 海と汽船、潮騒、汽船霧笛、ポンポン船
(B) 渓流とヒグラシ、湧き水、洞窟内の水流
(C) 雨と台所、雨、煮物、ヤカンの煮沸
(D) 市場とツバメのヒナ、市場の客寄せの声、食料品売場
(E) こどもの弾くピアノとキリギリス、こどものひくピアノ、キリギリスの鳴き声、羅字屋―煙管
(F) こどもの吹くリコーダーとセキセイインコ、ガラスの風鈴、セキセイインコ
(G) オルガンと子守唄、教室のオルガン
(H) 初詣、神社、焚火、神社の鐘、初詣

*20 自由記述から、作品によって喚起された思い出の回答をいくつか抜粋する。「一人でおばあちゃんの家にいた時。大きな家に一人でいる静けさ、おばあちゃんの服の匂いを思い出した。一人で静かな空間だけど暖かい。」(京都)「夏の暑い日に、祖母の家でいつの間にか眠ってしまい、夕方になりヒグラシの声で目をさました。その日は昼間に海に連れて行ってもらう約束をしていたのに、行けなくて行きたいとだだをこねたこと。」(京都)「きれいな匂いで昔の洗濯物を思い出した。昔、洗濯の時に石鹸と柔軟剤を間違えないように気を使ったことを思い出した。とても楽しかった。」(スウェーデン)「お母さんがごはんを作っているのを思い出した。母と自分が小さい時に住んでいたの街の様子」(スウェーデン)「昔の家を思い出した。若くて綺麗だった時の元気で走り回っていた時のことを思い出した。」(スウェーデン)