

家具を用いた新しい価値観の探究 ～ 日常に価値を感じて生きる為の“飽きない”家具の提案 ～

Exploring new values using furniture ～ Furniture that you will never get tired of so that you can feel the value in your daily life suggestion～

谷本璃
指導教員 坂元愛史

サレジオ工業高等専門学校 デザイン学科 インテリア・家具研究室

キーワード：QOL向上, 日常の刺激, 特別感, 価値観, 椅子

研究目的

「道具」は生活に順応する・馴染むモノほど素晴らしいとも言われる。一方でそれはどんなに好きで手に入れたモノも、やがて顧みる事がなくなるといった状況にも繋がる。そんな日常生活に埋もれてしまいがちな「道具」に、使うたびに惚れ惚れする様な“魅力”や“特別感”があれば“馴染み”を低減し、そのものに対しての評価や存在価値を更に高める事ができるのではないだろうか。また、それをきっかけに「日々にこだわりを持って生きる」事となり、最終的にはクオリティオブライフの向上にも繋がる可能性があると考えた。

調査内容

魅力・特別感などに関する考察と基礎的調査を行った。

1) 顧みられなくなる原因の予想

「道具」が生活に順応し、馴染んでしまい気にならなくなる理由として、次の要因が考えられる。

- ・生活に変化が生じた
- ・馴染んで気にしなくなった
- ・壊れた
- ・飽きた

このうち、「生活に変化が生じた」「壊れた」はやむを得ない理由だが、「馴染んで気にしなくなった」「飽きた」については、そうならないために何らか

の手立てがあるのではないかと考えた。

2) 人が感じる美しいとは

セロトニン・オキシトシン・ドーパミンなどが分泌される事で美しいと感じる。人が感じる“美しい”には黄金比や機能美などに代表される合理的・理性的な美しさと、自然物の美や儂さに代表される非合理的・感情的な美しさがある。これはそれぞれ「西洋的な美」「日本的な美」と表現される場合もある。

3) 希少性の原理

希少性の高いもの(なかなか手に入らないもの)に人は価値を感じるという習性がある。この希少性には「数量の希少性」と「時間の希少性」があると言われている。例えば、新型コロナウイルス感染拡大時のマスクなどが「数量の希少性」にあたる。また、その時にしか手に入らない様な、タイムセールや閉店セールは「時間の希少性」と表現される。

4) 特別感を得る為の空間づくり

- ・落ち着きのある空間演出
- ・余白を感じる空間の使い方
- ・量産的ではない内装仕上げ材

空間に色々な情報を詰め込みすぎると、量産店の様な印象が強くなり注意が散漫になる。スペースを大きく使って空間を構成する事で余白が生まれ、高級感とリラックス感を生み出すことができる。

コンセプト・アイデアの方向性

上記調査から具体的な取り組みの対象として「家具」に注目した。「家具」は公共の場から私的な空間まで広く使われるが、ここでは感情との結び付きが強い「家の中」で使うものを題材としたい。「家の中」には床・壁・天井という要素がある。しかしこれを変更するためには大きな時間と労力がかかる。それに対して家具は比較的容易に変更が可能であり、また空間構成要素としての影響力も強い。

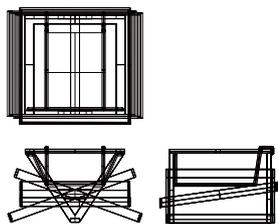
では、家具における希少性を考えると、オーダーメイドであり他では見た事が無い様なデザインになる事ではないだろうか。

そこで本研究では「家具・インテリアに関心の高い20代」と「一人暮らしが多い30代」をターゲットユーザーにする事で、その人個人の趣味や好みだけで家具を置ける層を狙う。“飽きない”をキーワードに設定し、可能な限り既存の製品に類似しない、主張のある椅子の提案を行う。

試作

1) アイデアスケッチを元に3Dデータで詳細まで表現する

データ上で実寸サイズのモデルを作る事により、構造上の問題や素材検討・完成後の印象を調節する事ができる(図1)(図2)。



(図1) Rhinoceros による三面図



(図2) Rhinoceros による3Dモデル

2) 木材を用いた実寸サイズの試作

加工性の高いSPF材の1×4材・2×4材を用いて制作を行う。実寸サイズで組む事で、第一に存在感に繋がるサイズのスケール感を把握する。

—中核となるV字のフレームを作る(図3)。



(図3) V字フレームの制作

—横揺れを抑える役割を持つ四角いフレームを作る(図4)。



(図4) 四角いフレームを絡ませるように組む

今後

今後は美しいだけではなく、何か心に引っ掛かりを生じることで意識を集める様な、良い意味での「異物感を活かした設計」を目指す。そのために“飽きない”というキーワードを更に分解して考察を進める予定である。

参考文献

1)KEN 書店(2021.11.24)「美しいとは何か」の哲学・心理学—なぜ美しいと感じるのかを解説

<https://houjouwomamorenakatta.com/utsukushi-kousatsu/4796/>(参照 2023-3-30)

2)tototo.biz(2021.01.20)「高級感」が出るデザインのポイント3選

https://www.tototo.biz/staffblog/high_class_shop_point3/(参照 2023-4-12)

3)かんでん CS フォーラム 希少性の原理

<https://www.kcsf.co.jp/contact/scarcity.html>

(参照 2023-4-16)