

壁紙から見た色彩心理に基づく快適で豊かな住まいの創造

目次

1. はじめに
メンバー紹介

2. 壁紙の歴史と現状
一般社団法人日本壁装協会理事 平田 航城氏インタビュー

3. 壁紙の色が与える心理効果
池尻 愛

4. 検証1 アンケート実施：結果考察

5. 検証2 アンケートを元にした追跡調査
事例1 2世帯3世代の大家族で住む家（岡山県・戸建住宅）
事例2 夫婦でゆっくり楽しむ家（岡山県・集合住宅）
事例3 家族が変化していく家（大分県・集合住宅）
事例4 新しい家族を迎える家（岡山県・戸建住宅）
事例5 DIY塗り壁に挑戦した家（鹿児島県・集合住宅）
事例6 建具と壁紙を掛け合わせを楽しむ家（戸建住宅）

6. デジタルプリントクロスについて
株式会社グランド印刷 アームス事業部 倉持遼子氏インタビュー
株式会社グランド印刷北九州本社アームス事業部 印刷工場見学

7. まとめ

1 はじめに

この研究を始めようと思ったきっかけ

本山 恵美子

壁紙は毎日目に入り、無意識に見ています。そして、目からの情報量は膨大です。そこから受ける影響が「好き」「満足」「快適」ポジティブなのか、「嫌い」「不満」「不快」ネガティブなのかで無意識に感じるストレスが変わるのではないか？という疑問からでした。

特に壁紙は家の中での面積が広く、影響力も大きいがゆえに壁紙を変えること・選ぶことに悩みを抱えている方も多いと感じます。

インテリアを頻繁に変更する人は少数派だと思います。それだからこそ「色彩の持つ力をインテリアでももっと活かしたい」そして、色彩によってインテリアの力で生活のお困りごとがもっと解決でき、おうち時間が快適になることをもっとお伝えしたいという気持ちからでした。

そのためにはファッションだけでなく私たちの生活している住空間における色彩にももっと目を向けてもらいたいと思っています。それを色彩心理「なぜ私たちはこの色を選ぶのか？」という観点とパーソナルカラー「自分をご機嫌にする色」観点から紐解いていくことから研究を始めました。

インテリアにはいろいろな要素がありますが、壁紙をきっかけとして住まいを「帰る家」から「帰りたくなる家」へ変えていくことができる。そんな思いで、この研究を始めることとなりました。

「帰りたくなる家」プロジェクトメンバー紹介



本山 恵美子（もとやま えみこ） 鹿児島市在住
インテリアコーディネーターrelieur（ルリユール）
鹿児島県インテリアコーディネーター協会副会長
「色彩の持つ力」をお客様にお伝えしています。



池尻 愛（いけじり めぐみ） 福岡市在住
色彩心理研究家・日本色彩心理学スクール代表
心療内科で検証済みの色彩心理学を使って、心の悩みの根本解決のサポートを
しております。



浅野 直子（あさの なおこ） 倉敷市在住
カラーリスト&インテリアコーディネーターLiv color（リヴカラー）
岡山県インテリアコーディネーター協会所属・JAFCA会員・
旅するカラーリスト

2 壁紙の歴史と現状

壁紙の歴史

壁紙は紙製の内装仕上げ材としてヨーロッパで作られ始めました。現物が残っているもので言えば1509年の英国ヘンリー8世の出した布告文の裏面に、ざくろの柄を様式化した模様を一色刷りした紙がケンブリッジで発見されております（1911年）。文献上は8世紀頃から紙に意匠を印刷したものを文房具や壁面に貼るという行為が記録されております。これが普及するためには製紙技術と印刷術の進歩が必要でした。16世紀からは印刷された内装仕上げ材として壁紙がヨーロッパ主要国で広く普及しております。



壁紙が登場する前までの室内装飾材料は、フレスコ画、毛織物、革壁などです。これらは今でも残っておりますが、為政者の建築物や教会など、限られたところで使用された装飾材料でした。代わって、当時最先端であった紙を素材に、印刷、エンボスなど様々な加工法によって比較的大量に生産でき、工芸品に比較すれば安価な装飾材として壁紙が普及していきました。

江戸末期には西洋の金箔加工の革壁が渡来し小物に加工され

「金唐革」として珍重されました。これに刺激され、屏風・襖の加工技術と和紙の紙質を工夫する技術（擬革紙）とが結びついて、「金革紙」という輸出品を生み出しヨーロッパで人気を博しました。



ところで壁紙とは一定の幅で連続柄で仕上げるができるもので、一品生産的な工芸品とは異なる特徴があります。19世紀末にはアールヌーボーの影響を受け、自然物をデザインして連続柄として仕上げる専門家も登場しインテリアデザイナーの走りと言える人たちが活躍することになります。英国のウィリアム・モリスなどが代表的な人物でした。

戦後の壁紙は当協会の沿革にもあるように、東京オリンピック時のホテル建設ラッシュによる需要がきっかけとなり、住宅公団に採用されるとなどを契機に住宅に使用され、普及に拍車が掛かりました。

現在では紙、繊維、塩ビ（その他プラスチック）、無機質などを素材とする「壁紙」が多く生産されております。目的と予算に応じ柔軟かつ多様な仕上げが可能なインテリア製品として、壁紙をお取扱いいただきたいと存じます。

一般社団法人 日本壁装協会 HPより抜粋

現在流通している壁紙の主要な種類

壁紙は材料区分により「紙系壁紙」「繊維系壁紙」「塩化ビニル樹脂系壁紙」「プラスチック系壁紙」「無機質系壁紙」「その他」に分類されます。

1.紙系壁紙

紙（普通紙、難燃紙、紙布）を主素材とする壁紙。

ただし表面化粧層にプラスチックを20g/m²以上使用したものを除く。

2.繊維系壁紙

有機質の繊維を主素材とする壁紙。

植物性繊維またはレーヨン等のセルロース系再生繊維を主素材とするもの（化学繊維との混紡・交織などを含む）。

化学繊維（アクリル、ポリエステル等）を主素材とするもの。

動物性繊維織物を主素材とする壁紙。

3.塩化ビニル樹脂系壁紙

塩化ビニル樹脂を主素材とするか、または表面化粧層に20g/m²以上塩化ビニル樹脂を使用している壁紙。

裏打ち材には普通紙、難燃紙、無機質紙、織布などが用いられることがある。

4.プラスチック系壁紙

塩化ビニル樹脂を除くプラスチックを主素材とするか、または表面化粧層に20g/m²以上プラスチックを使用している壁紙。

裏打ち材には普通紙、難燃紙、無機質紙、織布などが用いられることがある。

5.無機質系壁紙

無機質紙・無機質骨材・ガラス繊維など無機質を主素材とする壁紙。

ただし、表面化粧層にプラスチックを20g/m²以上使用したものを除く。

6.その他

特有の施工法による壁紙。その他上記の5種類に該当しないもの。

種類	紙系壁紙	繊維系壁紙	塩化ビニル樹脂系壁紙	プラスチック系壁紙	無機質系壁紙	その他
商品分類	加工紙 紙布 和紙	織物 植毛 化学繊維織物 化学繊維植毛 化学繊維不織布 絹織物	塩化ビニル	プラスチック オレフィン	水酸化アルミニウム 紙 骨材 ガラス繊維	合成紙 どんす張り 塗装仕上げ

日本における主要な壁紙の出荷数

国産壁紙の生産・出荷量推移 2002年度-2022年度

壁紙の種類		単位:(㎡)														
		2002年度	2003年度	2004年度	2005年度	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	
紙系壁紙	生産量	15,914,245	11,795,543	8,979,343	8,319,133	5,887,424	5,477,367	5,243,176	4,695,879	4,475,841	4,200,548	4,615,779	5,209,614	4,665,413	4,290,490	
	出荷量	16,637,394	12,988,113	9,505,712	8,367,951	5,818,363	5,316,503	5,245,703	4,734,689	4,509,706	4,783,173	4,479,501	5,116,574	4,632,737	4,170,159	
繊維系壁紙	生産量	3,804,685	3,511,289	3,146,813	3,010,521	2,822,125	2,871,127	2,663,807	1,891,213	2,174,556	2,095,485	1,949,758	2,201,254	2,052,703	1,742,529	
	出荷量	3,773,487	3,519,822	3,142,320	3,022,586	2,893,790	2,896,884	2,577,492	1,892,048	2,083,889	2,030,678	1,953,876	2,166,487	1,999,223	1,739,106	
塩化ビニル樹脂系壁紙	生産量	695,728,534	629,473,130	641,799,654	659,661,731	675,322,644	662,221,728	596,317,370	554,996,001	577,437,608	621,649,662	613,341,490	629,243,116	598,833,322	585,630,889	
	出荷量	693,637,739	626,288,924	639,299,688	660,615,829	675,793,546	660,766,457	599,121,634	555,648,857	579,387,971	613,519,945	609,344,866	632,936,363	589,189,882	590,526,178	
プラスチック系壁紙	生産量	37,606,795	49,209,779	38,052,261	37,088,893	30,851,363	28,191,252	27,544,906	21,543,812	21,278,283	40,649,789	56,126,157	78,526,166	81,613,163	78,632,943	
	出荷量	38,074,399	49,242,246	38,279,778	33,240,563	31,157,050	28,463,658	27,748,434	22,988,741	21,122,793	40,639,671	56,097,133	78,552,062	81,668,716	78,624,650	
無機質系壁紙	生産量	31,820,580	24,845,347	24,493,478	22,707,455	13,546,177	9,610,034	7,784,626	6,297,273	7,139,210	6,036,269	5,094,652	5,626,222	4,775,083	5,126,440	
	出荷量	33,226,614	27,361,079	26,138,540	24,330,610	14,917,787	10,999,031	7,728,805	6,543,321	7,226,486	6,387,473	5,169,337	5,618,933	4,791,342	5,187,978	
その他の壁紙	生産量	1,487,112	1,349,300	898,244	448,411	315,920	310,951	315,320	196,630	178,796	220,382	648,306	721,330	605,712	671,829	
	出荷量	1,448,052	1,319,692	902,800	461,336	314,131	306,197	302,392	197,665	177,810	230,474	668,055	799,866	600,673	671,493	
総計	生産量	696,385,874	723,434,392	717,320,013	726,278,165	728,726,851	708,591,929	639,888,740	589,614,748	612,658,806	675,492,135	681,729,842	721,531,902	691,345,396	673,995,281	
	前年度比	-	102.02%	100.97%	101.17%	100.34%	97.23%	90.30%	92.14%	103.81%	110.26%	100.93%	105.83%	95.96%	97.61%	
	出荷量	696,817,035	723,819,917	717,176,438	729,838,287	730,395,527	708,256,730	642,771,429	590,903,001	614,695,653	687,381,412	677,663,728	720,098,075	692,287,573	678,782,967	
	前年度比	-	102.01%	100.89%	101.17%	100.08%	96.97%	90.73%	91.92%	103.99%	109.61%	101.53%	107.61%	94.18%	99.48%	

壁紙の種類		単位:(㎡)							
		2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	
紙系壁紙	生産量	4,214,785	4,149,588	3,880,201	3,763,537	2,654,734	2,882,540	2,333,076	
	出荷量	4,196,939	4,114,544	3,745,248	3,873,217	2,749,567	2,833,853	2,663,281	
繊維系壁紙	生産量	1,296,298	1,670,528	1,671,201	1,438,882	997,282	1,385,126	1,289,408	
	出荷量	1,489,673	1,605,479	1,583,829	1,513,241	1,032,585	1,429,558	1,323,159	
塩化ビニル樹脂系壁紙	生産量	693,711,352	625,873,188	626,483,630	614,903,744	565,445,214	601,222,614	613,287,946	
	出荷量	611,845,492	617,799,133	619,387,519	615,541,869	566,905,301	607,683,119	597,730,510	
プラスチック系壁紙	生産量	71,289,295	82,865,957	66,571,793	52,536,045	43,071,170	40,394,262	28,791,244	
	出荷量	71,335,720	68,645,582	66,478,499	52,663,171	43,004,631	40,427,041	28,796,965	
無機質系壁紙	生産量	5,968,730	2,418,684	2,397,414	2,142,239	1,751,250	1,754,948	1,813,951	
	出荷量	5,868,017	2,427,706	2,384,525	2,139,796	1,747,923	1,771,514	1,802,503	
その他の壁紙	生産量	607,211	566,228	559,497	514,392	378,894	303,714	380,489	
	出荷量	607,632	561,123	571,362	568,732	364,094	310,717	386,501	
総計	生産量	696,597,681	721,884,163	694,343,648	675,378,829	614,299,644	647,943,192	647,895,714	
	前年度比	101.87%	102.73%	98.93%	97.27%	90.96%	105.49%	99.99%	
	出荷量	694,723,863	694,553,571	697,990,982	676,794,618	615,806,792	634,460,652	632,693,419	
	前年度比	102.32%	99.97%	99.06%	98.30%	91.06%	106.29%	96.67%	

(一般社団法人日本壁装協会HPの公表している壁紙出荷量より)

壁紙の現状

日本における壁紙の普及は高度成長期に住宅の着工が急がれたことがきっかけであったと推察される。それまでの日本の壁工法は湿式工法（塗り壁や砂壁など）であったものが乾式工法（石膏ボードなど）へ変わったことで仕上げ材としてのクロス需要が高まった。

初めは織物クロスが欧米の豊かな生活の象徴のような贅沢品であり主流であったものが次第に施工性・安価・表現性が豊かなビニル壁紙が主流になっている。

協会が統計を取り始めてから現在までの推移はピーク時総生産約7億㎡から現在は約6億5千万㎡となっている。ピーク時に比べ、住宅の着工戸数は減ってきているが、リノベーションなど需要は落ちていないので、当座は大幅に壁紙の需要が減ることはないことが予想されている。

この生産量の内、住宅で使用されるものは一部であり、その他ホテル・ビル・大型施設などに施工されている。

ビニル系壁紙の内、一般的に「量産クロス」と呼ばれるカタログから選ばれることが多く、地域差はあるもののおおよそ6割～7割の割合である。そしてホワイト系のクロスが多いのは「誰からも受け入れやすい」という傾向があるのではないかと推察される。

日本国内で流通しているクロスはJIS規格・F☆☆☆☆の認定を受けており、輸入クロスにおいても同様の規格に適合したものが流通している。

壁紙のJIS規格について



日本壁装協会では、壁紙のJIS規格を制定しています。「JIS A 6921壁紙：2014」規格の中でホルムアルデヒド放散量の基準値を0.2mg/L以下と定めています。

JIS A 6921壁紙 :2014の基準値

項目		規定
退色性 (号)		4号以上
摩擦色落ち度 (級)	乾燥摩擦 (タテ・ヨコ)	4級以上
	湿潤摩擦 (タテ・ヨコ)	4級以上
隠蔽性 (級)		3級以上
施工性		浮き及び剥がれがあってはならない
湿潤強度 N/1.5cm (タテ・ヨコ)		5.0以上
ホルムアルデヒド放散量 mg/L		0.2mg/L以下 (デシケーター法)

一般社団法人 日本壁装協会 HPより抜粋

壁紙の普及と色彩との関係性についてのインタビュー

インタビューイ：一般社団法人 日本壁装協会理事 平田 航城氏

インタビュアー：本山 恵美子・浅野 直子

質問：なぜ日本の住宅では「ホワイト系の壁紙が好まれる傾向にあるのか？」

回答：海外クロスカタログ（主に欧米）と日本国産のクロスカタログではホワイト系のクロスの種類の違いが目に入る。

欧米ではDIYの文化が根付いており、「壁紙は自分で変えるもの」という考え方がある。

対して日本では大袈裟に言うところ「壁紙は一生変えないもの」と言う考え方がまだまだ根強い。

とはいえ近年では少しずつDIYなどで壁紙を自分で変える人も増えてはきているので、そこに壁紙の需要はあると推察される。

また、日本の住宅事情では賃貸住宅やマンションなど自分で壁紙を選ぶ機会がない場合が多く、誰からも受け入れやすい「ホワイト系」が多く、「飽きのこない」「クレームが少ない」という観点から、ベースとなるクロスではホワイト・ベージュ・グレー・ライトブラウンなどの無地柄が各社多数の取り揃えとなっている傾向にあることが推察される。

質問：流行色は壁紙選びに関係していると思いますか？

回答：日本国内の壁紙メーカーでは新作の開発にあたり、参考にしている部分があるが、流行（メゾ・エ・オブフェやミラノサローネなどの国際的な見本市で発信されるもの）と売れ筋商品は必ずしも一致していないのが現状で、それよりもベーシックなクロスの出荷量が多い傾向にあります。

質問：最後に今後の壁紙業界の取り組みとしてはどのようなことがありますか？

回答：今後の壁紙メーカーの業界的にはSDGSをより意識した技術開発が進んでゆく傾向にあります。一般社団法人日本壁装協会の取り組みの1つとしては、Re壁（リカベ）というサイトを作りメーカーの枠を超えて壁紙を提案する情報発信を積極的に行っていること。

こちらでは自ら壁紙を選ぶことの楽しさ、壁紙を自由に選ぶことの豊かさを分かりやすく伝えるサイトとして活用して欲しいとのことです。

最後に日常生活において壁紙を選ぶシーンは少ないですが、日本にはまだまだ知らない素敵な壁紙がたくさんあるので、この壁紙から彩りある快適な生活に活かして欲しいとのことです。

今回インタビューにご協力いただいた一般社団法人 日本壁装協会は1962年に壁装材料協会として発足した、壁紙の品質向上並びに普及活動及び壁紙の製造、流通、施工に関係する業界の健全な発展を図り、住生活の質的向上に寄与することを目的として設立された団体です。

3 壁紙の色が与える心理的効果

壁紙の色が与える心理的効果

池尻 愛

壁紙の色は、私たちの心理や行動にさまざまな影響を与えます。これは色彩心理と呼ばれる分野で研究されており、色によって感じ方が大きく変わることがわかっています。

1) 色彩心理とは

色彩心理とは、色が人間の心理や行動に与える影響を研究する学問です。色の三属性である色相、明度、彩度が、どのように人間の感情や知覚に影響を与えるのかを探求します。

2) 壁紙の色と心理効果

●暖色系

赤：情熱、興奮、エネルギー、食欲を高める

オレンジ：活力、陽気、開放感、創造性を高める

黄色：幸せ、明るさ、希望、集中力を高める

●寒色系

青：冷静、沈静、リラックス、集中力を高める

緑：安らぎ、癒し、自然、健康、リラックス効果

紫：高級感、神秘、知性、創造性を高める

●その他

白：清潔感、シンプルさ、広さ、明るさ

黒：高級感、重厚感、洗練、フォーマル

グレー：落ち着き、ニュートラル、洗練、知性

3) 壁紙選びのポイント

- ・部屋の用途や目的に合った色を選ぶ
- ・自分の好きな色を選ぶ
- ・家具やインテリアとの調和を考える
- ・部屋の広さを考慮する
- ・照明の色との調和を考える

4) 色彩心理を活用した壁紙選び

●リビング

家族や友人と集まることが多いリビングには、明るく開放的な雰囲気を作り出す暖色系がおすすめです。特に、オレンジや黄色は、コミュニケーションを促進し、活発な雰囲気を作り出す効果があります。

●寝室

リラックスして眠りたい寝室には、青や緑などの寒色系がおすすめです。特に、青は心を落ち着かせ、睡眠を促す効果があります。また、暗い色よりも明るい色の方が、部屋を広く見せ、リラックス効果を高めます。

●書斎・勉強部屋

集中力を高めたい書斎には、青や緑などの寒色系がおすすめです。特に、青は集中力を高め、作業効率を上げる効果があります。また、壁一面だけを濃い色にするなど、アクセントカラーを取り入れるのも効果的です。

5) まとめ

壁紙の色は、私たちの心理や行動にさまざまな影響を与えます。部屋の用途や目的に合わせて、適切な色を選択することで、快適な空間を作り出すことができます。

ただし、色の感じ方は個人差があります。

照明の色や光の影響も考慮する必要があります。

壁紙の色だけでなく、模様や質感も重要な要素です。

4 検証1アンケート実施:結果考察

アンケート 「住宅の壁紙と色彩に関する意識・嗜好色調査」

2023年10月14日～11月22日 3週間

インターネット経由で

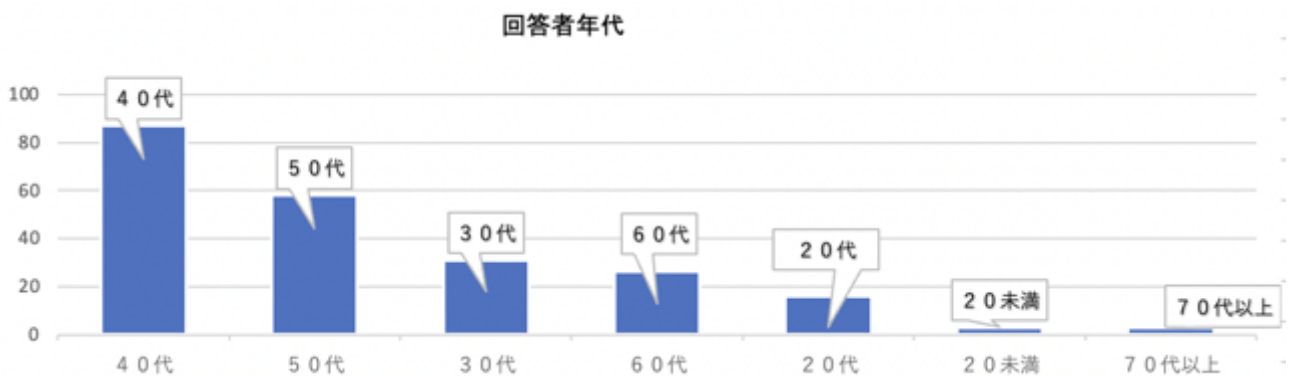
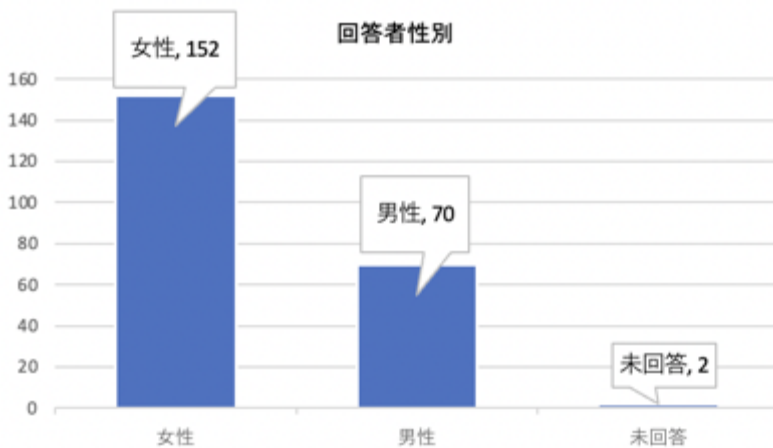
日本国内224名の方に回答をいただきました。

性別は女性の回答が多く、年代は30代～60代を中心にご回答いただきました。

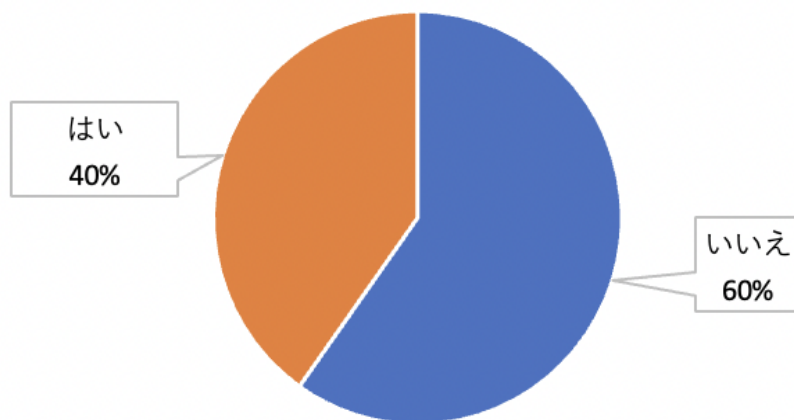
このアンケートでは

- ①壁紙に対する関心度
- ②壁紙を意識してみる頻度
- ③壁紙を変えることに対する関心度
- ④嗜好色と壁紙の間には関連性

に重点をおいて調査8項目を決めています。

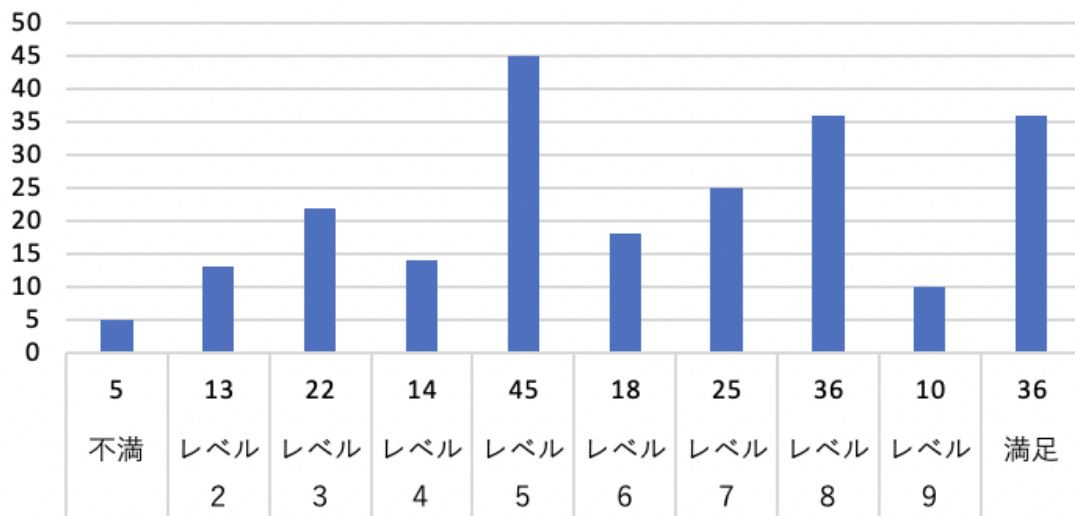


1-1 お住まいの壁紙はご自身で選ばれましたか？



1-2 お住まいの壁紙に満足していますか？

満足と不満足の間には緩やかな感覚があると思い、10段階評価にしました。



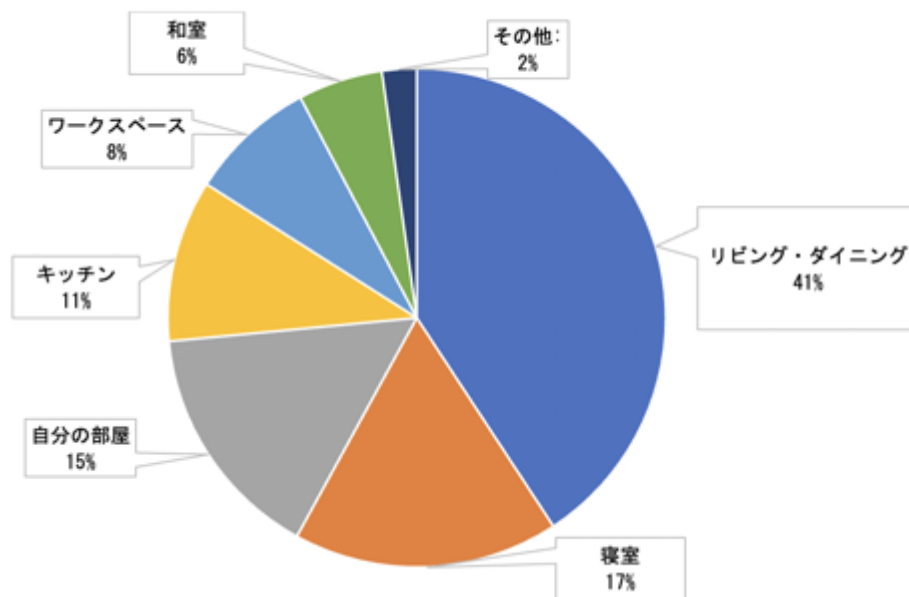
結果は壁紙を自分では選んでいない方が多数でした。

満足の理由は自分で選んでいるから。納得しているから。が理由に挙げられており、自分の好きな色・柄を選んだ心地よさ、満足感が結果に現れている。

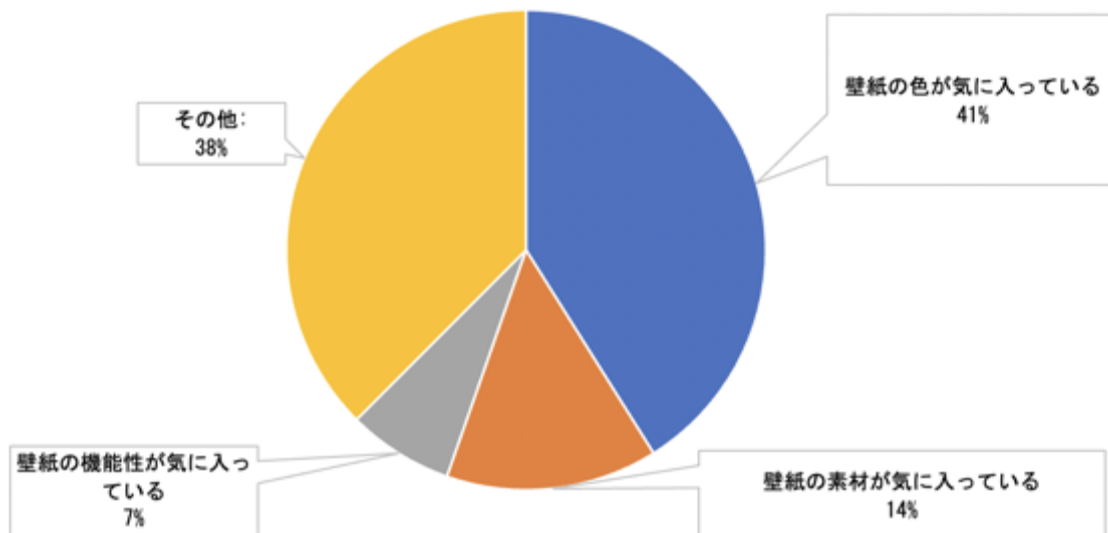
個々によって満足に対する感覚が違うことがよく分かり、特にレベル5でも満足に至っている人は少ないという傾向にある。

不満足の理由は経年による不具合もありますが、自分で選ぶ機会がなかった。気に入ったものを選んでいない。という心理が働いているように思う。

2-1 家の中で居心地のいい場所はどこですか？（複数回答）



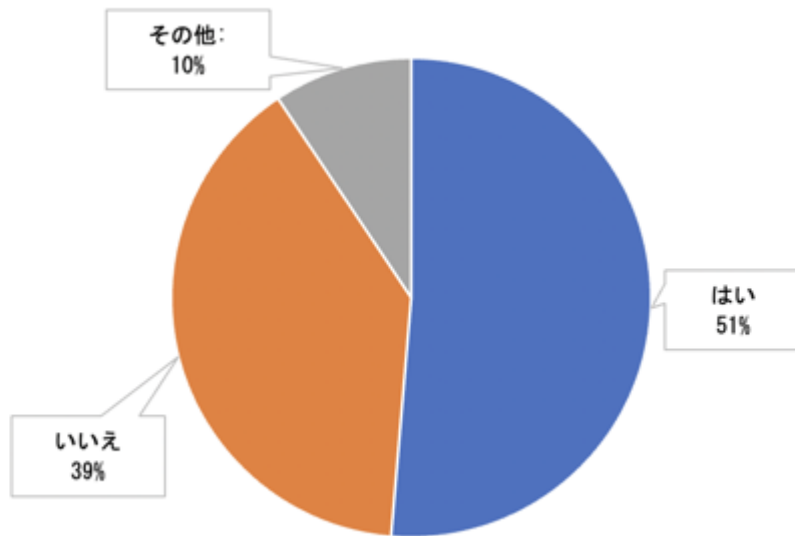
2-2 居心地がいい理由が壁紙に関係しているか教えてください



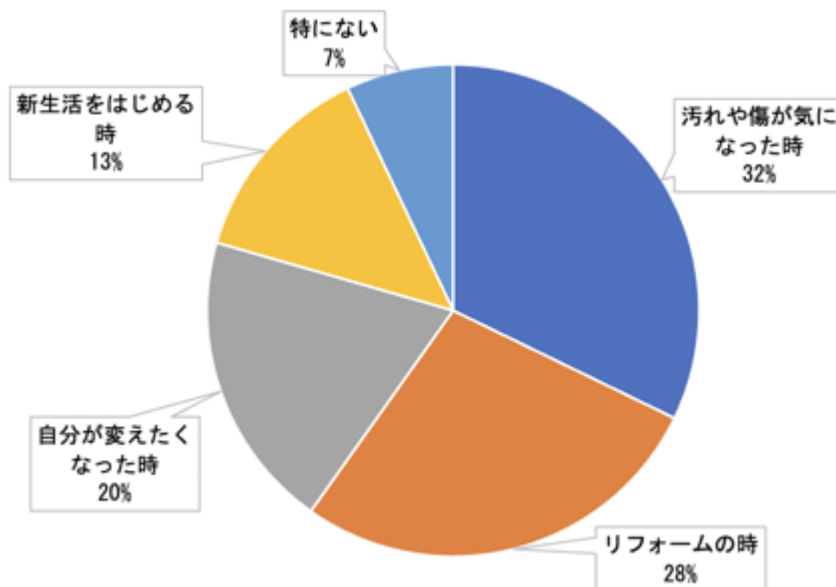
結果は居心地の良さでは「リビング・ダイニング」が多い結果となりました。居心地が良い理由に着目すると、壁紙の色が気に入っている。など半数以上は壁紙の要素が関係している。という回答が得られた。

その他38%について、「居心地の良さと壁紙は関係がない」との回答に合わせて、「壁」を意識したことがないという回答も目立った。

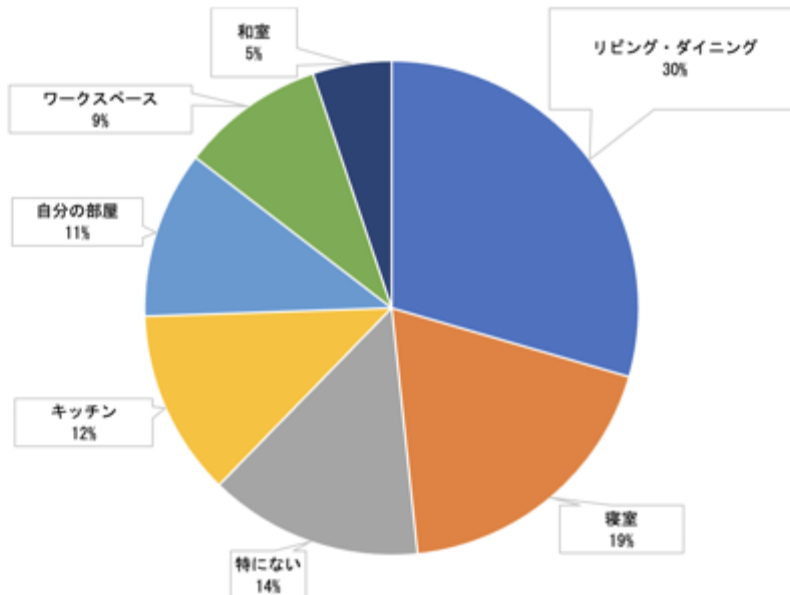
3-1 お住まいの壁紙を変えてみたいですか？



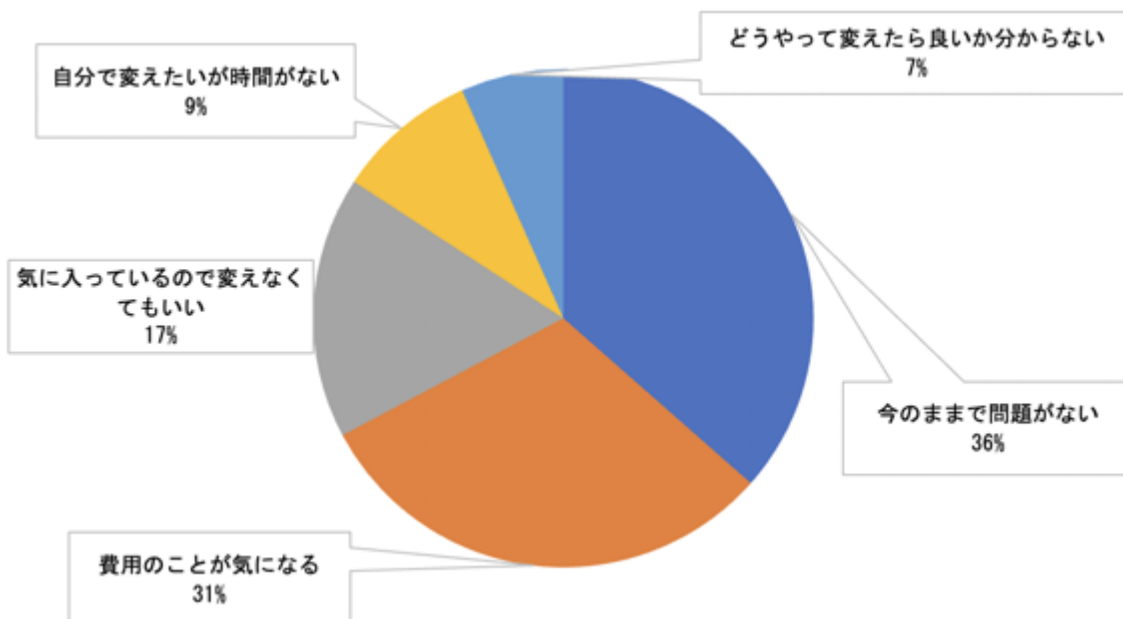
3-2 壁紙を変えたいタイミングはいつですか？（複数回答）



3-3 お住まいの壁紙を変えてみたい場所はどこですか？（複数回答）



3-4 壁紙を変えない理由を教えてください（複数回答）

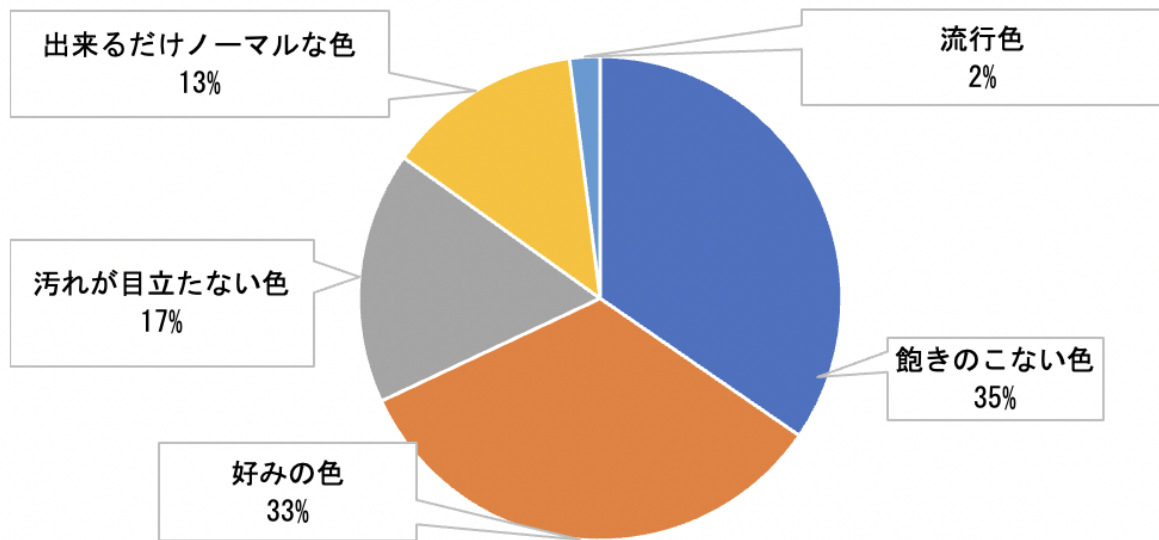


結果は半数が家の壁紙を変えてみたいという考えがあるということ。「いいえ」は特に変える必要性を感じない・賃貸だから変えられない。という回答が多かった。

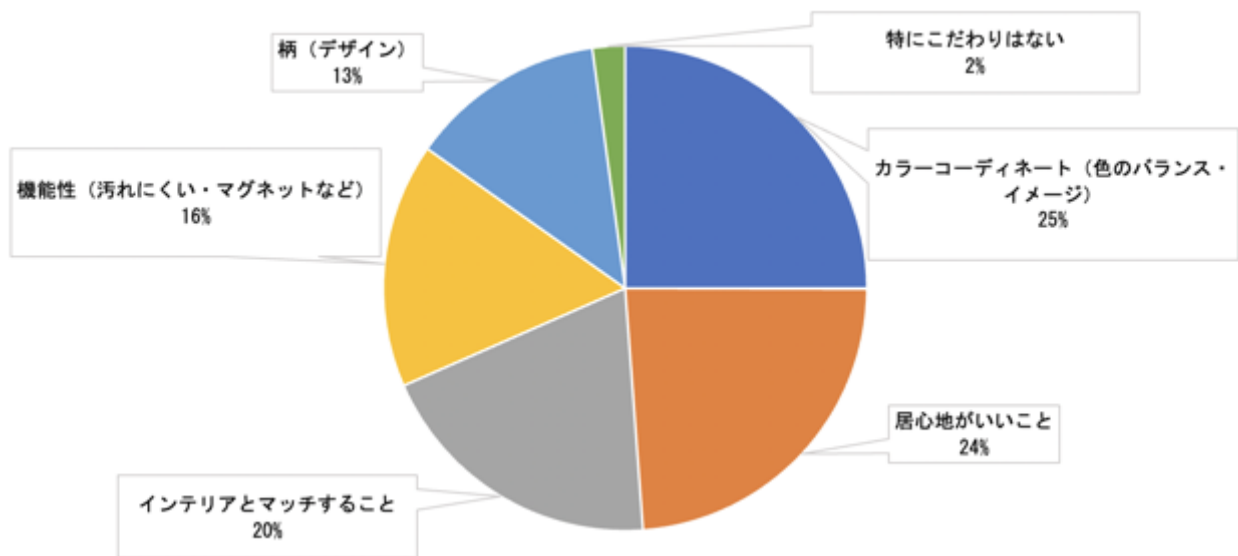
変えるタイミングとしては経年劣化による不具合32%・リフォームの時28%・自分が変えなくなった時20%などとなっています。

変えてみたい場所は2-1のグラフと近い数値が出ており、自分が心地よく過ごせる空間と壁紙が密接な関係があることがわかる。

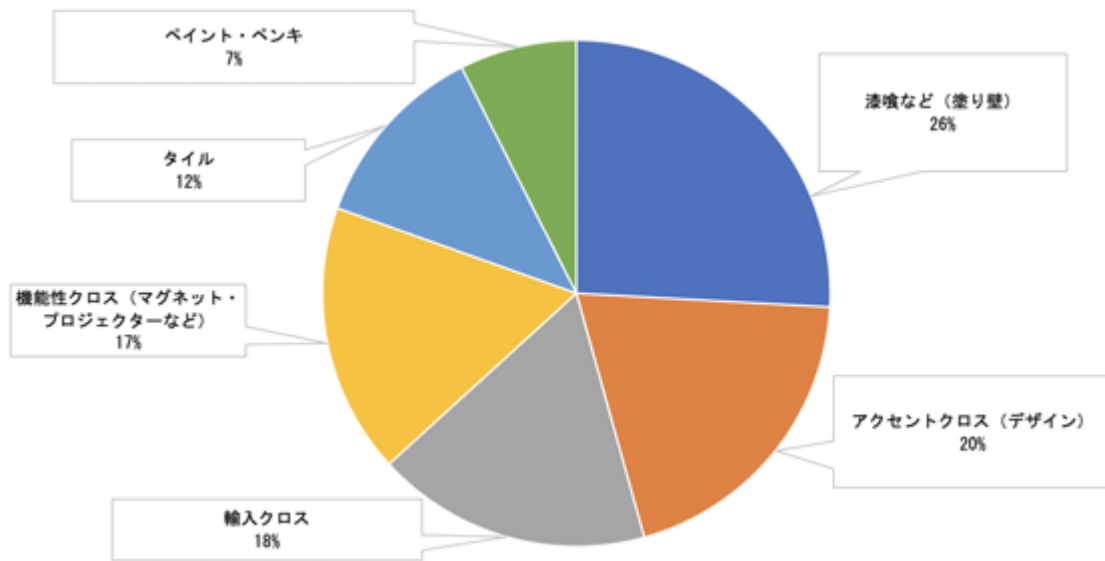
4-1 壁紙を選ぶときにどんな色を選びたいですか？（複数回答可）



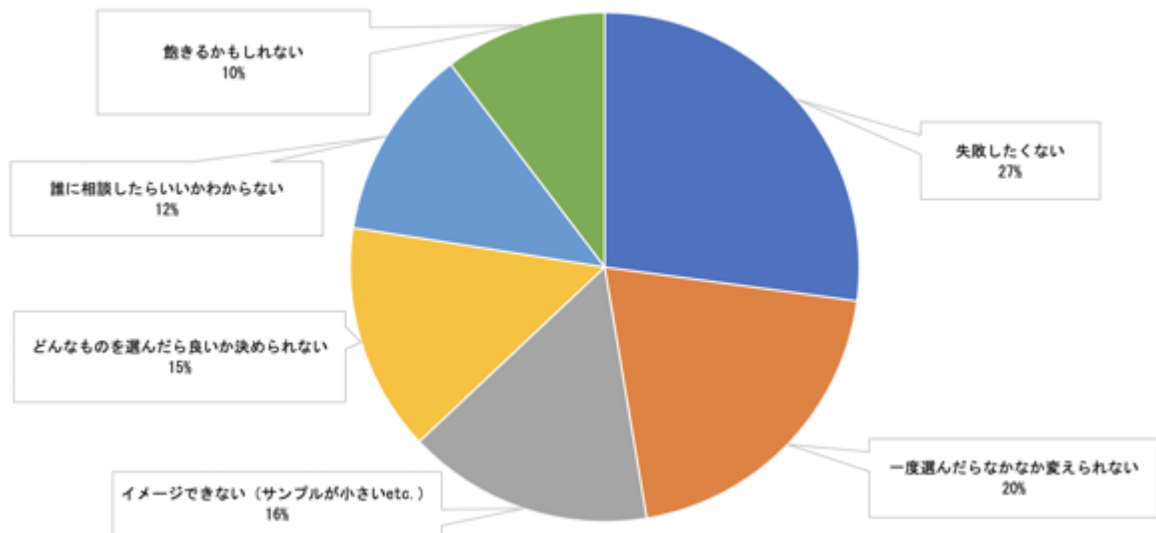
4-2 壁紙を選ぶときに優先することを教えてください（複数回答可）



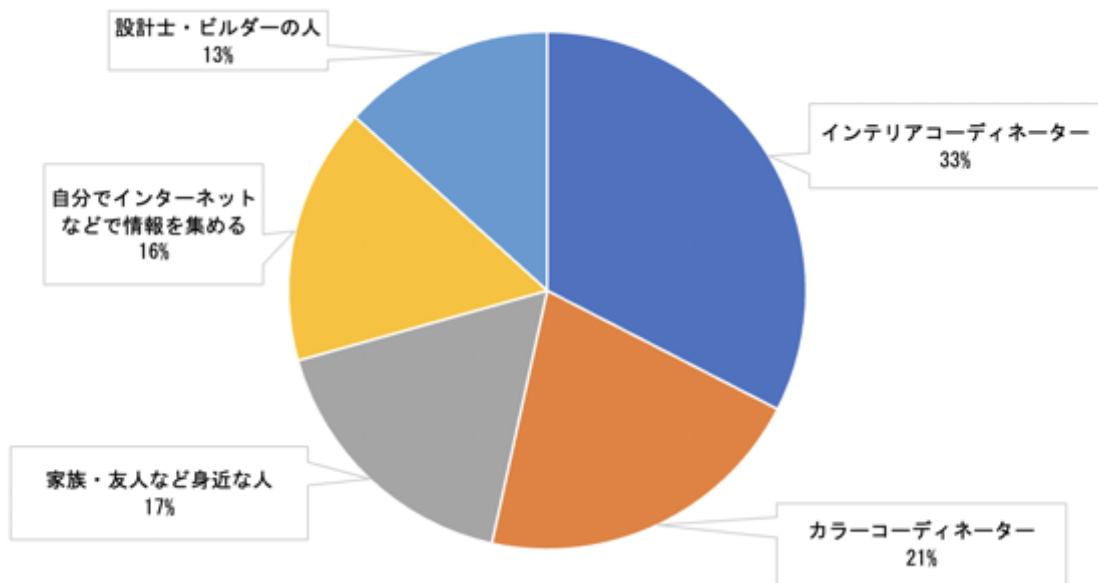
4-3 今後使ってみたい壁材の MATERIAL（素材）がありますか？（複数回答可）



4-4 壁紙を選ぶ時に不安なことを教えてください（複数回答可）



4-5 今後壁紙を選ぶ機会があったら誰かに相談したいと思いますか？（複数回答可）



結果は「飽きのこない色」と「好みの色」がほぼ同数でした。優先することの上位にカラーコーディネーターが来ており、色彩とインテリアの関係性を重要視していることが推察される。

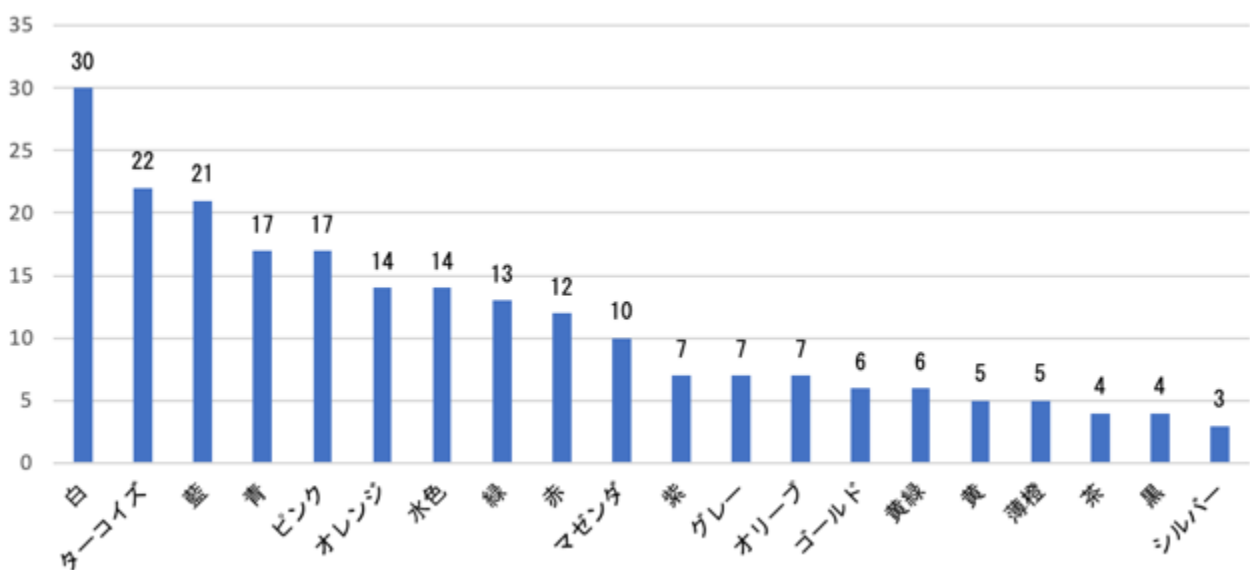
また、選ぶならいろいろな素材にも挑戦してみたいという意欲はあるが、たくさんある選択肢からどのように選ぶのか決め手に迷うので、SNS等で調べたり、プロの意見を聞きたいという意見も多かった。

嗜好色に関する意識調査に使用したカラー選択肢

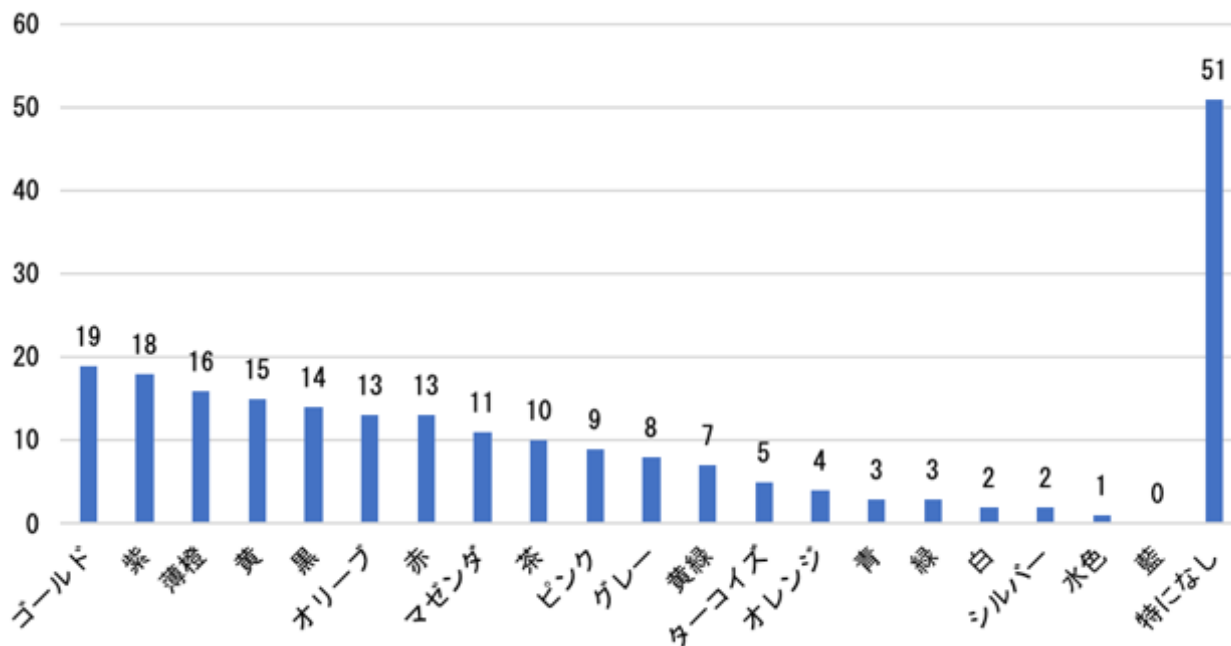


注) 日本色彩心理学スクールで使用しているカラーカードを元に嗜好色調査を行いました。「次の色」とある選択肢は上記の色20色のことを指します。

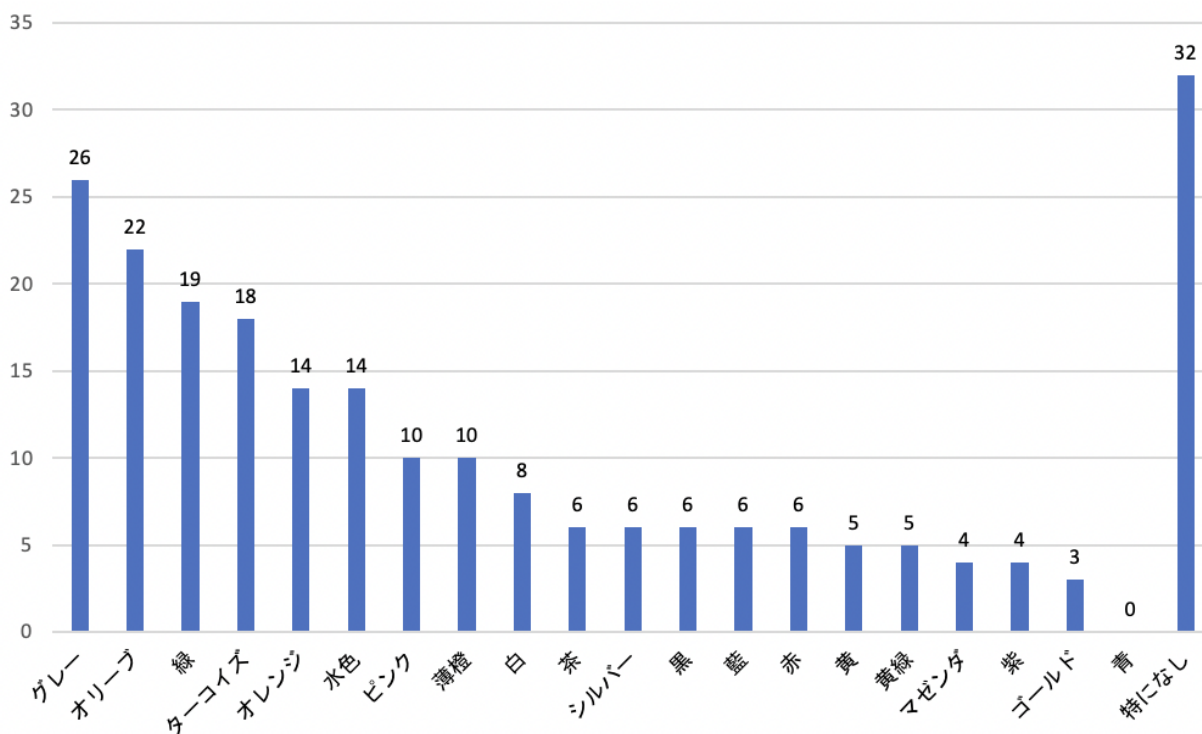
5-1 次の色の中で一番好きな色を教えてください。



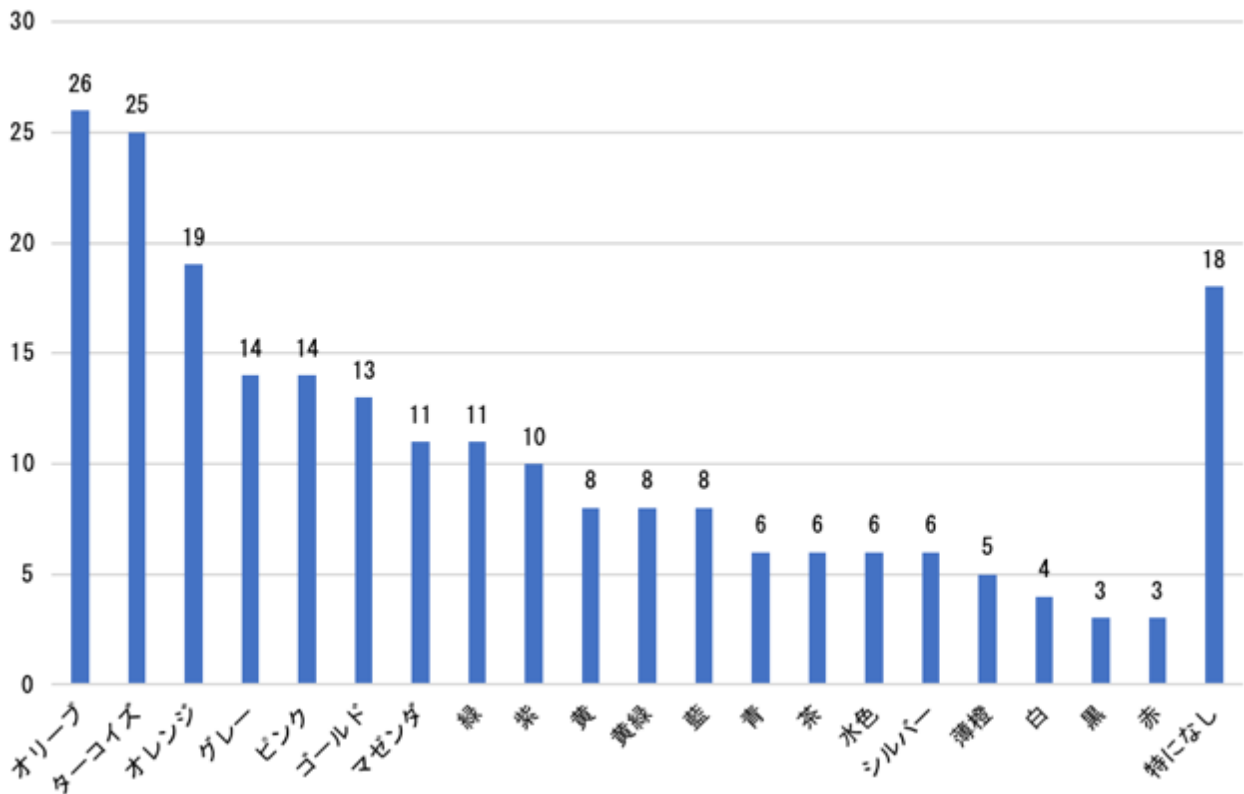
6-1 次の色の中で嫌いな色または苦手な色を1つ教えてください。



7-1 最近気になる色はありますか？



8-1 壁紙で挑戦してみたい色はありますか？



結果は嗜好色については個人の好みが多岐に渡っているが、「嫌い」「苦手」という色については特になしという回答が多数を占めた。

また、好きな色と気になる色でも回答が別れた。壁紙で挑戦したい色については「特になし」が多いが理由としては「冒険はしない」「変える予定がない」などがあつた。

5 検証2 アンケートを基にした追跡調査

今回のアンケートにご回答いただいた方の中からさらに個別で壁紙を選ぶ機会があった方を中心により詳細に壁紙について、選ぶ時の気持ちや実際にどのような変化があったかなどを調査いたしました。

事例 1

T様邸・O様邸（2世帯住宅・3世代で同居）岡山県高梁市

家族構成：大人5人 子供3人

親世帯50代は終のすみか、20代子世帯は子育て中

きっかけ：水回りのみリフォームしようと思っていた。配管からの水漏れやキッチンの床が腐るなど老朽化が進んでいたため。でも、どうせするなら大々的に全体をしよう、ということになった。



解体工事中写真



Before:砂壁



After リビングダイニングキッチン

ダウンライト・ペンダントライト

照度：491.2lx

リサーチ・インタビュー日：2023/11/8 午前
天気：快晴
インタビューアー：浅野 直子



After リビングダイニングキッチン

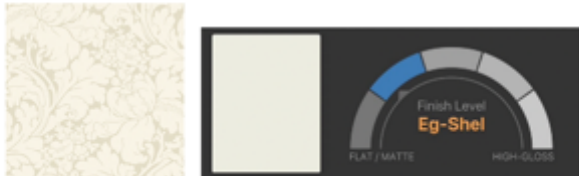
照度：491.2lx



天井壁：SP2827



アクセント壁:LL7646

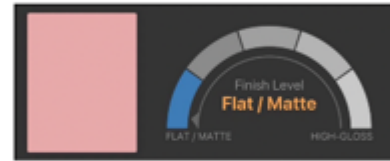


After 家事室

照度：124lx



壁：RE53725



アクセント壁：RE53262

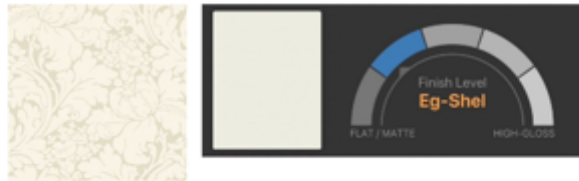


After 親世帯の部屋

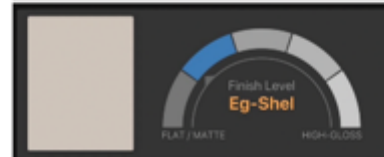
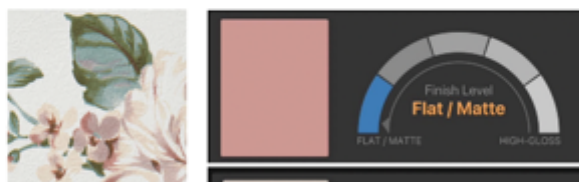
照度：204lx



壁:LL7646



アクセント壁：RE53549



●お施主様ご家族インタビュー

質問【選ぶ時の気持ちはいかがでしたか？】

最初は壁紙について「なんでも良いです、特にこだわりはないです」からスタートしたが、打合せのなかでヒアリングをしていくうちに、やっぱり実はこうしたかったというアイデアが湧いてきた。
理想を引き出してくれたことに感謝。好きな色柄に挑戦できた。

質問【壁紙を決める際に参考にしたもの重要視したことはありますか？】

理想、インスピレーション、カラーコーディネーターの提案やアドバイス

質問【施工後の感想はいかがでしょう？】

大満足、落ち着く、心地いい、ホテルみたいで気に入っている。
友人やお客様、子供の友達まで「ここにすみたい、帰りたくない、落ち着く、くつろげる、居心地がいい」と言葉をもらっている。
普段インテリアなどに興味を持たない親戚からも「良いね」と言われた。
など、住む人にとっても招かれた人にとっても居心地のいい空間となった。
元々人をお招きする温かい家族なので、人に集まってもらいやすい場所になって良かった。
人にどんどん来てほしい家になった。
床色がホワイトだが、ホワイトが単調な色でなく木目のベージュという優しい色が混ざっているため、すごく落ち着く。

質問【「帰りたくなる家」になりましたか？ 行動の変化はありましたか？】

子世帯のご主人：出かけたくなくなった。モデルハウスや住宅雑誌をみても「うちの方がおしゃれで良い」と思う。

子世帯奥様：幸せな気持ちになれる。気持ちいい。

ルンバを毎朝かけるようになった。掃除を頑張るようになった。

親世帯奥様：心地良い。気分が上がった。集中できる場所や作業する場所が台所から自分の部屋に変わった。

お料理が好きで台所が元々居場所だった奥様は一人で孤独な感じでご飯を作っていたが、今は対面で家族と話をしながら料理ができるようになった。

子供達：楽しい

質問【それぞれのNO. 1の部屋はどこですか？】

親世帯奥様：自分の部屋

子世帯ご主人：書斎

子世帯奥様：LDK

子供女の子：子供部屋



子供男の子：子供部屋

●インタビューアーのコメント

こちらのお施主様は好きな色とイメージを基準に選ばれた。やはり色は大切に気分が大きく影響すると言われていた。選ぶ時も楽しいし、完成した後も快適に過ごせる。エリアごとに色を変えて変化を楽しむこともできたので良かったと思う。

事例 2
S様邸 岡山県岡山市
2人住まい（ご夫婦）30代
（子供は独立されている）
マンションリフォーム
これからはお二人でゆっくりされる
+お料理サロンをされる
きっかけ：マンションを新たに購入し
築年数の古さを感じたので
今時っぽくしたいと思ったから

リサーチ・インタビュー日：2023/11/24 午後
天気：曇り
インタビューアー：浅野 直子



Before:ホワイト系ビニルクロス

After リビングダイニングキッチン





●お施主様ご家族インタビュー

質問【選ぶ時の気持ちはいかがでしたか？】

ワクワクする。楽しい。スタイリッシュテイストは絶対に決めていたけど、どう選んだらいいかわからず選びきれなかったが、カラーコーディネーターのアドバイスやコーディネーターが3種類ほどに絞った中から選べたのが良かった。

質問【実際施工後のご感想はいかがでしょう？】

色を変えてみて良かった。落ち着いた雰囲気になって良かった。スタイリッシュなグレーを使えてよかった。

理想のイメージに沿っていて自分が思うような理想の空間になった。

質問【リノベーション後「帰りたくなる家」になりましたか？】

招きたくなるマンションになった。

早く帰りたいたいなどの気持ちの変化は特になかったが、大人の落ち着きを感じて心地良い。

質問【今後この家に望むものは何ですか？】

家具・ソファ・ラグ・2人用ダイニングテーブルの色をしっかりとイメージに合わせていきたい。

質問【それぞれのNO. 1の部屋はどこですか？】

ご主人：LDK

奥様：トイレ

●インタビューアーのコメント

理想のテイストから始まった色選びだったがグレーという色がその理想のイメージを作り、スタイリッシュで落ち着いた大人の雰囲気ができて良かった。

事例3

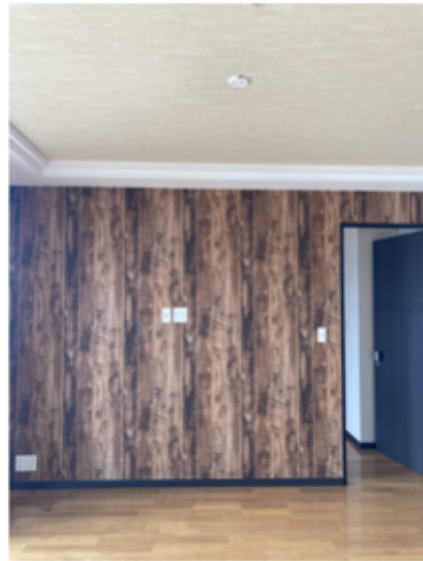
K様邸 大分県大分市

家族構成：大人1人 40代女性

近い将来母親と同居・旦那様単身赴任・お子様大学生でたまに帰省
 きっかけ：新たに母親と同居をするためにマンションを購入
 購入する時から壁紙と床は明るく変えようと思っていた。



Before:木調のアクセントクロス



After リビングダイニング

照度：1188Lx

照明シーリング 電球色

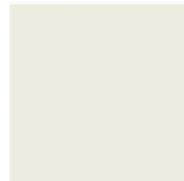


リサーチ・インタビュー日：2024/1/14 午前

天気：快晴

インタビューアー：本山 恵美子

天井・壁共通LL7954



After：寝室

照度：100.6Lx

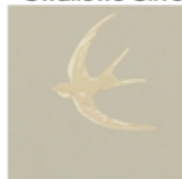
照明なし 午前



天井・壁：LL7954



アクセント壁（輸入クロス）：Sanderson /
 ONE SIXTY WALLPAPER COLLECTION /
 Swallows Silver DVIWSW104



After : 書斎

照度 : 210L (インタビュー時照明なし 朝日の時の照度)



壁 : RE53143



アクセント壁 : LWT4605



●お施主様インタビュー

質問【選ぶ時の気持ちはいかがでしたか？】

初めはどれを選んで良いか分からなかったが、部屋ごとにテーマを決め、家族それぞれがくつろげるように決めた。自分の理想の部屋と家族がそれぞれ持ってくるものなどのテイストが違うのできちんとまとまるか不安だった。

質問【実際施工後のご感想はいかがでしょう？】

大満足。家族それぞれのスペースも確保しながら、みんなで過ごせる空間も全て良い。おもてなし好きのお母さんがお客様を招くのも楽しくなりそう。夫は引っ越したその日からぐっすり眠れたので、家に帰ってくるのが楽しみになった。心配していたことが全て解消されていて予想以上に良かったです。

質問【リノベーション後「帰りたくなる家」になりましたか？】

なりました。家での仕事のモチベーションが変わりました。書斎は家で仕事をする際にスイッチが切り替わる感じがする。自分の好きな色とデザインの壁紙にしたのが特に良かった。ご機嫌で仕事できるところと、お気に入りのソファで休憩できるのも良い。

質問【今後この家に望むものは何ですか？】

自然と片付けをしたくなっていて、ずっと生活しているような気がする。そして、近いうちに同居予定の母、単身赴任の夫、たまに帰省する息子など家族がそれぞれ家を楽しんでくれること。これから、アンティークの家具を大切にしつつも新しくアートなどを揃えていくのも楽しみです。

質問【それぞれのNO. 1の部屋はどこですか？】

どこも好きだけど書斎が一番好きです。理由は一番お気に入りのクロスを使っているから。夫は寝室。理由は奥さんが選んだツバメ柄のクロスと色が気に入っているから。

●インタビューアーのコメント

初めに要望を出した段階ではまともないと嘆いていましたが、「新しい家でどう暮らしたいか？」を軸に遠慮なくクロスを選んでいただきました。その結果が本人だけでなく家族の満足に繋がっていると思います。

事例4

A様邸（2世帯同居）岡山県倉敷市
家族構成 大人4人 子供2人
きっかけ：3年ほど前に同居を始めたのが
リフォームのきっかけとなり、
子供が生まれ家族が増えたこと。

リサーチ・インタビュー日：2024/2/17 午後
天気：晴れ
インタビューアー：浅野 直子



Before トイレ



Before リビングダイニング

After : リビング

照度 : 641.4Lx
照明あり シーリング



アクセント壁
FE76002



After : 玄関



①アクセント壁
FE76007



After : 脱衣室



アクセント壁
FE76013





●ご家族へのインタビュー

質問【選ぶ時の気持ちはいかがでしたか？】

ワクワクする。ガラッと変えると思うと楽しい。参考にしたのはカラーコーディネーターのアドバイスと自分の好きな色を大切に。「優しい緑」色を中心に考えた。2階は明るい雰囲気と優しいグレーベージュを中心に考えた。ウィリアムモリスが好きなので柄が強めだが、挑戦した。

質問【実際施工後のご感想はいかがでしょう？】

緑色を使って良かった。ほんのりとしたグレーベージュ系の色を使って良かった。柄があるのに心地いい落ち着いた雰囲気になって良かった。光の反射が変わって明るくなって良かった。優しい雰囲気にもなったので良かった。可愛くてテンションが上がる。

質問【リノベーション後「帰りたくなる家」になりましたか？】

ますます帰りたくなる家になった。気分・気持ちが良い。落ち着くし穏やかな気持ちになれる。トイレの黄色がカフェっぽくて可愛く感じるので明るい気持ちになる。

質問【それぞれのNO. 1の部屋はどこですか？】

親世帯ご主人：リビング

親世帯奥様：キッチン

子世帯ご主人：トイレ

子世帯奥様：リビング

●インタビューのコメント

はっきりした緑と黄色、優しい緑とグレーベージュを使った。それぞれの世帯で共通した黄色は可愛くて明るく元気になった。優しい色が落ち着くし癒されるとのことだった。親世帯は緑が印象的になり洋風さが増して良かったと思う。リフォーム後の家具選びも楽しんで取り組んでおられるのが良かった。

事例5

H様邸 鹿児島県鹿児島市
 家族構成 大人2人 子供1人
 きっかけ：トイレのリフォームをきっかけに壁を一面変えても良いと思い漆喰の壁をDIYしてみた

使った漆喰：瀬戸漆喰



瀬戸漆喰

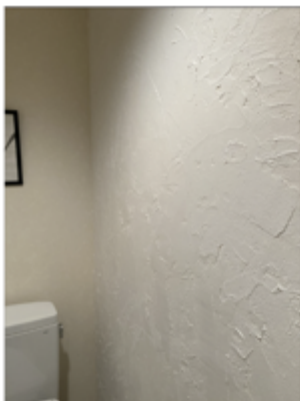
呼吸できる壁、調湿、防カビで、お部屋の空気環境を、24時間清潔に保ちたい方に最適な製品です。呼吸できる、調湿防カビで、お部屋の空気環境を、24時間清潔に保ちたい方に最適な製品です。
 「瀬戸漆喰」は呼吸性と調湿性から起因して結露対策やカビ対策に有効です。また、お部屋の空気環境を、24時間清潔に保ちたい方に最適な製品です。
 呼吸できる壁、調湿防カビで、お部屋の空気環境を、24時間清潔に保ちたい方に最適な製品です。
 また、呼吸性、防カビで、お部屋の空気環境を、24時間清潔に保ちたい方に最適な製品です。
 呼吸できる壁、調湿防カビで、お部屋の空気環境を、24時間清潔に保ちたい方に最適な製品です。

- 施工が簡単で、誰でもできます。
- 工期が短縮になります。
- 呼吸性、調湿防カビで、お部屋の空気環境を、24時間清潔に保ちたい方に最適な製品です。
- 呼吸性、防カビで、お部屋の空気環境を、24時間清潔に保ちたい方に最適な製品です。
- 呼吸性、防カビで、お部屋の空気環境を、24時間清潔に保ちたい方に最適な製品です。
- 呼吸性、防カビで、お部屋の空気環境を、24時間清潔に保ちたい方に最適な製品です。
- 呼吸性、防カビで、お部屋の空気環境を、24時間清潔に保ちたい方に最適な製品です。

Before:織物調のビニル系クロス
アクセントクロスなし



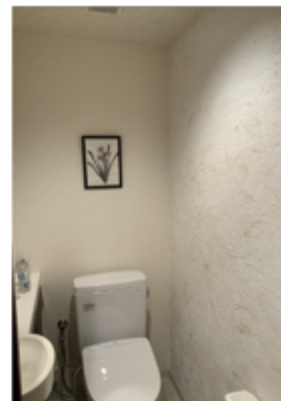
After：一面を漆喰壁にDIY



施工中：下塗り2021/9/14



After：本塗り2021/9/16



After：2024年1月



●ご家族へのインタビュー

質問【選ぶ時の気持ちはいかがでしたか？】

クロスはまだ変える予定が無かったが、トイレの壁の一部なら変えても問題ないだろう。という気持ちから興味のある漆喰壁にしてみることにした。インテリアコーディネーターのおすすめの漆喰なら大丈夫と思い、DIYで自分で施工することに挑戦してみた。

質問【実際施工後のご感想はいかがでしょう？】

自分達でするのは初めてだったので、楽しかったのと大変さと両方感じた。自分で仕上げた壁だと思えると愛着はある。漆喰のもつ風合いの良さを気に入っている。家中でここだけが漆喰だが、家に馴染んでいると思う。娘の描いた絵とも調和していると思う。

質問【DIY後「帰りたくなる家」になりましたか？】

今回はトイレだけの施工だったため「帰りたくなる家」については分からないが、この体験から今後機会があったらクロスは自分で選びたいと思っている。

●インタビュアーのコメント

一緒に漆喰壁のDIYに携わらせていただいた。色はグレーホワイトで既存のクロスの色と大きく変わった訳ではないが、お好きな色がホワイトなのと少し錆色が混ざったところが小さくアクセントになっており馴染んでいながらも漆喰の雰囲気を引き立てていて良かった。持ち家ではあるが、今までクロスを選んだことがないとのことだったのでクロス選びに興味を持ってもらえたと思う。

事例6

M様邸 鹿児島県鹿児島市
家族構成 大人2人70代夫婦
戸建住宅・持ち家
きっかけ：アクリルパネルの建具に貼っていたクロスが剥がれてきたので張り替えたいと思った。

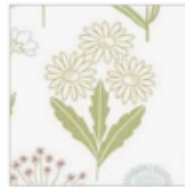
Before: 寝室の建具アクリルパネル

表：ホール側

裏：寝室側



OCH090



OCH069



【デジタルクロス】

今回クロスは建具サイズに合わせて縦横カットの指定をしています。
フリース地なのでDIYでも貼りやすい。

After：両面にクロスを施工

表：ホール側

裏：寝室側



●ご家族へのインタビュー

質問【選ぶ時の気持ちはいかがでしたか？】

アクリルパネルの建具は寝室にホールからの光が差し込むと夜睡眠の妨げになるため、クロスを貼っていたが、次第に剥がれてきており、隙間からの光が気になっていた。また寝室側はマスキングテープで止めていただけなので寝室側もきれいにしたかった。カタログから選ぶのは緊張したが、サンプルクロスをみて決めた。

質問【実際施工後のご感想はいかがでしょう？】

気分が明るくなった。家のクロスも変えたいけど、まずは光漏れが気になっている部分が解消されてよく眠れるようになった。寝室側のクロスは幼い頃気に入っていたワンピースの色なので嬉しく思っている。

質問【変更後「帰りたくなる家」になりましたか？】

建具を変えるだけでも気分が明るい気持ちになった。他の部分も変えたい気持ちになっている。この家に長く住み続けたいのでこれからも気持ちよく過ごせる。我慢せずにもっと早く変えたら良かった。

●インタビューアーのコメント

奥様が嬉しそうにカタログから自由に好きな色を選んでいたのが印象的でした。睡眠の環境が改善されたことがまず何よりでしたが、ネガティブな感情が一つ解消されたことで積極的な気持ちになってもらったのが良かったです。

【今後の課題】

今回の研究は、壁紙の色彩が与える心理的影響について初歩的な調査であり、まだ多くの課題が残されています。今後は、より多くの方を対象とした実験や調査を行い、壁紙の色と人の心理の関係をより詳細に分析していく必要があります。また、色彩心理の理論を実際のインテリアコーディネートにどのように活かすことができるのか、具体的な方法論を検討していくことも重要です。今後も研究を継続し、より多くの知見を積み重ねることで、人々の生活を豊かにするインテリアの実現に貢献していきたいと考えています。

デジタル印刷クロスについて

【デジタルプリントとは】

インクジェットプリンターにて壁紙を印刷する技術です。

オリジナルデザインのクロスの製作が容易であることや、在庫を持たない（必要な分だけ印刷が可能）、データがあれば印刷できるので廃盤がほとんどない、スキャンしたタイルなどをデータにすることも可能で、繊細な柄なども再現性が良いなどが特徴として挙げられます。

今回は数ある壁紙のメーカー様の中でも、自分に合わせたカスタマイズを行うことで「帰りたくなる家」が壁紙で実現可能という観点からランド印刷株式会社アームス事業部様にご協力いただき、お話を伺いました。

ランド印刷株式会社

「Arms事業部」倉持様にインタビュー（2024年1月9日オンライン）

ランド印刷北九州本社工場見学（2024年2月14日）

デジタルクロスについてのインタビュー

インタビューイー：ランド印刷株式会社 東京支社Arms事業部 倉持 遼子氏

インタビュアー：本山 恵美子

質問 御社のクロスの歴史についてお聞かせください

回答 2016年に「Arms事業部」（アームス）として立ち上げました。自社のクロスの張り替えの際に自社の強みを活かしてデザインしてみよう。と思ったのがきっかけです。

それまでも店舗などで使用するオリジナルインクジェットクロスの印刷もしていたが、よりDIYなどに使用する個人向けのブランドとしての位置付けで事業部を立ち上げました。現在はDIYのブームがひと段落しているようで出荷数自体は伸びていないが、個人、インテリアデザイナー、インテリアコーディネーター、施工会社など問い合わせは多数あり、今注目の商品です。

質問 現状のクロスの選択肢についてどのようにお考えかお聞かせください。

回答 クロスのベースはビニル系（フラット）と不織布（フリース）から選択できるようにしている。

ビニル系クロスは施工店様に向けて引き合いが多く、DIYされる個人様はフリースクロスでの出荷が多い。張り直しやDIYなどはフリースクロスをお薦めしています。

質問 エンドユーザー様に伝えたい思いはどんなことがありますか？

それをインテリアコーディネーターやカラーコーディネーターが知っていたらどうでしょうか？

回答 定期的にメルマガなどで情報発信をしていますが、クロスを選択肢の中にもっと「デジタルプリント」が増えるといいと感じています。

サンプルもA4サイズで発送しており、実際に柄や色を見てから決められるので、安心して決めていただけます。

また、注文いただいてから印刷しますので、廃盤品や大幅な遅延もほとんどないことからコーディネーターの方にも安心して決めていただけます。さらに必要な分だけ注文可能なので、DIYで使用する際は柄を合わせたりナンバリングするなど、事前にご相談していただけます。

質問 クロスの柄・機能性なども含めて多様な商品を出されている理由をお聞かせください。

回答 現在は全266柄あります。毎年新商品をお届けできるように日々開発しております。

全てオリジナルデザインで、デザイナーと商品開発スタッフが協力してシリーズを開発しています。

特に力を入れているのが、福岡県北九州市の地元デザイナーさんとコラボしたシリーズです。その作家さんならではの感性や土地柄なども反映していて地域活性化にも繋がり、好評です。

質問 クロス開発の際にどのようなことを基準にして、色や柄など開発をしていますか？

回答 柄や色の展開はほとんどデザイナーさんにお任せしています。

また、ご要望があれば柄を大きくしたり、色を増やしたり、カスタマイズすることが可能な商品もあります。そこが、デジタルプリントの強みでもあります。

質問 海外メーカーとの違いや強み、デジタルクロスならではの開発事情をお聞かせください。（どのように既存のメーカーさんとの差別化を図られていますでしょうか？）

回答 Armsではほぼ無地のホワイト系のクロスの商品開発はしておりません。それは白をプリントで再現することが難しいこともありますが、デジタルプリントの特性であるリアルな質感にこだわっているというところも大きいです。

輸入クロスのデザインなども参考にしているシリーズもありますが、独自の木目やタイル・久留米掠り柄などの人気柄の質感は量産クロスとは一味違います。

それは、デザイナーさんが丁寧に描いた一筆一筆も再現することで実現しており、実物の持つ風合いをなるべくそのまま印刷で表現しているところが輸入クロスや他の国産クロスにはない独自の技術です。

工場見学の様子

浅野 直子・本山 恵美子

グランド印刷株式会社北九州本社（アームズ事業部）の工場にお伺いさせていただきました。5年ほど前に自社デザインのクロスを使ったショールーム兼工場に改装したそうですが、改装後は女性社員の応募が増えたそうです。

また、社員のミーティングスペースでは仕事も休憩もイベントもできるように工夫がされていました。工場内も無地ホワイトの壁はほとんどなく、タイル柄のクロスも工場内の雰囲気にあっていると共に視界に入ったとしても作業に差し支えないデザインが選んであると感じました。



① 【本社受付】

デジタルプリントやリボード（段ボール製品）など紙に関する商品のディスプレイ
「これは壁紙かな？本物かな？」と触ってみたいくなるものがたくさん

② 【印刷工場内】

機能的でありながらカフェのようなクラフト感あふれる工場。

③ 【デジタルプリント印刷機】

家庭用のプリンターが大きくなった形状。が何台もずらりと並ぶ工場内
幅910サイズで印刷可能。こちらの壁紙もArmsブランドのもの

まとめ

◎本山 恵美子

今回の研究を通じて壁紙は自分に居心地の良いスペースを作ることのベースになっていると感じるようになった。

さまざまなライフスタイルがある現代において、もっと自由に壁紙を選ぶことは家で過ごす時間の充実と共に大切なことであり、色彩心理をインテリアに取り入れることで豊かなくらし・リラックスした時間を過ごすことができる。また、壁の仕上げという意味では魅力的な選択肢がたくさんあることをもっとお伝えしていくことも大切だと感じ、今後も「帰りたくなる家」については活動を続けていきたいと考えている。

◎池尻 愛

色は、私たちの生活に様々な形で存在しています。ファッション、インテリア、食べ物、自然…私たちの周りには様々な色が溢れています。

色には視覚的な美しさだけでなく、私たちの心身に大きな影響を与える力を持っています。ストレス解消や集中力アップ、リラックス効果など、色の効果が様々な研究で明らかになっているにもかかわらず、まだ『色』からのアプローチを意識的にすることが少ないように感じます。実際に、心理療法の中に色彩療法と呼ばれるものがあります。好きな色の絵を描いたり、色紙を眺めたりして、心理的な安定やストレス解消をするカラーセラピーは有名ですが、身近なカラーコーディネートも同じような効果があります。部屋の壁や家具の色を変えて、リラックスできる空間作りをすることができるので、これも色彩療法のひとつと言えます。個人で自宅でも簡単に実践できるので、セルフケアに色彩の活用はとても有効なのです。

色彩心理の効果を活用せずに『帰りたくなる家』はできないかと改めてこの研究を通して感じることができました。

今後は、さらにより多くの方に、色とストレスの関係性についての情報や日常生活で実践できる色彩心理の活用方法など知っていただき、心身ともに健康で充実した毎日を送っていただけるようにしていただけるように活動を広げていきたいと思っております。

◎浅野 直子

住空間に色を取り入れることはとても大切なことです。

建築材料自体の色（床や建具などの色）がありますが、それらは濃さは違えどおうおうにして「木の色調」になります。そこで個性や自分が好きだなと思う理想空間を作る際、色をつける材料として壁紙の存在が重要になってきます。壁紙は自由に色選び、柄選びができるのでとても便利な仕上げ材です。日本では白が清潔感がありシンプルで好まれます。ベースクロス（面積が一番大きい面）は白を使うことがほとんどです。しかしそこに「個性」や「好み」は表現されません。昨今は「個性」「自分の好み」を表現したい方が多く、それを解決してくれるのがアクセントクロスで色柄を使うことです。その「色選び」を「好み」や「みんながしているから」や「良く見せたい」など色々な観点から選定されますが、もう一つの選択肢として「色彩理論的な」視点で選ぶこともあります。「パーソナルカラー（自分に似合う色、自分の肌・目の色と調和する色）」を取り入れるのも心地いい空間作りに役立ちます。自分に似合う色は自分を引き立たせてくれる色です。自分を引き立たせてくれる色だからきっと心地よく感じてきます。色々な視点で選べる壁紙ですが、全て「心地いい」「癒される」「楽しい」などのポジティブな感情に繋がります。このポジティブな感情を住空間で感じる事が日々の生活に大きく影響していきます。そんな住空間と色の関係をたくさんの方達に知ってもらえるように今後も活動をしていこうと思います。