

インテリアを変えることで 人は変わる



快適暮らし研究会
報告書

愛知淑徳大学
有働円香 大原彩友香

概要

『リアルなインテリアを調査・分析』

本研究では、日本人に合ったこれからのインテリアを考えることを目的として、下記のことを行った。

1. アンケート

インテリアに対する意識調査

2. 部屋の撮影

学生を対象として360°カメラを使用した撮影

3. 分析

撮影した写真をもとに「もの」を抽出し、データを分析

4. 比較

シニア世代のデータと比較

5. 考察

分析したことを踏まえて日本人に合ったこれからのインテリアを提案

これらを報告書にまとめ、自分が今まで知らなかったインテリアを知ることができ、思い込んでいた考えを変えるきっかけとなる。
そしてインテリアの幅を広げてもらうことが目的である。

メンバー紹介

愛知淑徳大学

創造表現学部 創造表現学科 建築・インテリアデザイン専攻

松本ゼミ 所属

 有働 円香 Udo Madoka

 大原 彩友香 Ohara Ayuka

目次

はじめに

- ▶研究背景、目的・・・・・・・・・・ 5
- ▶先行研究について・・・・・・・・・・ 6

調査

- ▶部屋の撮影対象者の設定・・・・・・・・ 8
- ▶Z世代の特徴・・・・・・・・・・ 8 - 9
- ▶調査方法・・・・・・・・・・ 10

分析

- ▶分析方法（分析例あり）・・・・・・・・ 12 - 16
- ▶コレスポネンス分析・・・・・・・・ 17 - 23
- ▶分析結果・・・・・・・・・・ 24
- ▶シニア世代との比較・・・・・・・・ 25 - 26
- ▶色彩分析・・・・・・・・・・ 26 - 27

まとめ

- ▶これからのインテリア・・・・・・・・ 29

謝辞、参考文献 30

は じ め に

▶はじめに

研究の背景・目的

新しい技術が発達したことにより、インテリアに対する考え方も変わりつつある。

例えば、デジタル技術の向上に伴いデザイン性や機能性にこだわった内装材や、家具を多く見かける。そんな中、インテリアを考える上で必要なことは、リアルなインテリアを調査し、どのような傾向があるのかを調べることで現状を知ることである。そしてインテリアを分析することで日本人に合った心地良い住環境を実現させる。

本報告書では、学生を対象に部屋の撮影を依頼し、調査・分析を行った結果を報告する。



▶はじめに

先行研究について

大学生の住生活に関する研究は学生へのアンケートをもとにその人自身の感じていることから考察をしているものが多く、本質的な物と人との関係についての研究をしているものは見受けられない。

しかし、私たちが所属する研究室の松本佳津教授は、高齢者を対象とした「もの」の架設関係を研究している。松本らは、高齢者の住まいに関する研究は建築的な構造機能からの研究にとどまり居室の内部に限定しての研究は見受けられないと言及しており、行為によって生じる「もの」の架設関係から考察している。

私たちは松本佳津教授の研究から自分たち世代の学生の生活の実態を研究したいと考えた。

長谷川らは論文「学生の自室におけるインテリア小物の利用実態と利用する学生の意識」で学生の自室におけるインテリア小物の利用実態を研究しており、アンケート結果から学生の住環境の満足度向上に資する可能性があるかと推測できたことを明らかにしている。

本研究ではアンケート結果だけでなく、実際の現状を見て、そこに置かれている意図を考察し、他の学生の部屋と比較することで傾向を見出す。そして、架設関係の相関から特徴を見出し、より良い空間のあり方につなげることを目的とする。

本研究は愛知県の大学に通う学生を対象に、自身の住宅内で一番よく居る場所である居室を撮影し、そこにある物と物の架設関係に主眼を置いて研究する。坂井らの論文「学生寮の相部屋における室内要素の架設関係」より相関の抽出方法を参考にした。

調 査

▶調査

部屋の撮影対象者の設定

□部屋の撮影対象者 **学生**

□学生を対象とした理由

最終的にシニア世代と比較するため学生を対象とした。

学生は情報収集の手段としてSNSを利用することが多く、トレンドをつかむのが早いため、これまでのインテリアの考え方とは違うスタイルが傾向として表れるのではないかと考える。

▶調査

Z世代の特徴

Z世代とは1990年代後半から2000年代前半生まれのことで、まさに今回対象となる現役大学生の世代である。

特徴① スマホ・SNSリテラシーが高い

Z世代はインターネット環境が当たり前のデジタルネイティブ世代とも呼ばれており、スマホやSNSに関するリテラシーも高く、コミュニケーション手段としては勿論、情報収集手段としても高度なレベルで使いこなす。SNSを活用し、自分の意思を発信することを自然に行うことができる世代。

特徴② モノよりも体験に価値を感じる

「何かを所有したい」という物質的な満足に対する関心はあまりなく、そのモノを利用することによって得られる体験の方に価値を見出す傾向がある。例えばスターバックスに行くのは、「コーヒー」という機能的な価値を求めているのではなく、その空間で過ごす時間や、「スターバックスで趣味や勉強していると充実した気持ちになる」といった自己満足感を得たいがために行く。

▶調査

Z世代の特徴

特徴③ 多面性を持つ

周囲の人とコミュニケーションを取るためのチャンネルが多様化したことを受け、そのチャンネルごとにキャラクターを使い分けている。SNSの発展により、匿名でのコミュニケーションが可能な機会が増えたことから、学校の自分とは違うキャラクターを演じているケースも多い。自分の所属するコミュニティごとに、それぞれ合わせた「自分」を持っている。

特徴④ 周囲からどう見られているかを強く意識している

SNS社会で育ってきたことも影響して周囲の目を気にする分、同調思考も強く、周りへの共感能力にも優れていることも特徴的。

特徴⑤ 消費行動に対して慎重

金銭感覚はどちらかと言えば保守的で、「間違えたものを買いたくない」という思いが他の世代よりも顕著である。そのため消費行動を起こす前に入念に情報収集を行うという傾向があるのです。

SNSを活用して口コミを確認することは勿論、自分自身が信頼している人からの評価などもチェックする傾向がある。

Z世代には上記のような特徴があり、他世代と明らかに違うことはデジタル技術の進化とそれに伴う新たなアイデアやサービスの登場は時代を大きく変え、Z世代はそれらを使いこなす**トレンドの発信源として、消費に影響を与える**ようになったことである。

また、多面性を当たり前のこととして受け入れており、**自分らしさを尊重する**傾向が強い。そしてZ世代が大切にしている価値観のひとつに「**チル**」があるが、これは「まったりする」「のんびりする」というような意味で、Z世代にとって自分のペースで居心地のいい時間を楽しむこと、つまり自分らしくあることが大切だ、ということを示しているため、住環境にも多様性が見られるのではないかと考える。

▶調査

調査方法

1 愛知県の大学に通う学生にインスタグラムで呼びかけ

今回撮影に協力していただいたのは、
大学1~4年生の男女41人

2 360°カメラをを使ってありのままの部屋を撮影

部屋の真ん中にカメラを置き、
三脚を使って120cmの高さで撮影



3 撮影した画像をイラスト化する 分析の際はイラスト化したものを使う

4 アイテムを抽出 設置要素に分類 ※右図参照

	設置要素	アイテム抽出	詳細説明
1	ドア	ドア	
2	はしご	はしご	
3	TVボード	TVボード	
4	ローテーブル	ローテーブル	
5	サイドテーブル	サイドテーブル	
6	デスク	デスク	
7	ドレッサー	ドレッサー	
8	オフィスチェア	オフィスチェア	
9	その他椅子	ダイニングチェア、座椅子	
10	ソファ	ソファ	
11	ソファカバー	ソファカバー	
12	趣味	書物、キーホルダー、グッズ、ゲーム機、写真、ぬいぐるみ、フィギュア、ポスター	趣味に関するもの
13	思い出品	アート、缶、キーホルダー、サイン、スポーツ雑貨、写真、寄せ書き	思い出品に関するもの
14	装飾品	アート、書物、髪飾り、植物、書籍、タッセル、フレグランス、ろうそく	空間を飾るもの
15	楽器	ピアノ、ギター	
16	楽器周辺機器	マイク、メトロノーム、オーディオインターフェース	
17	トレーニング用品	ヨガマット、筋トレ器具、ストレッチローラー	
18	カーテン	ドレープカーテン、レースカーテン、ロールスクリーン	
19	カーテンレール	カーテンレール	
20	カーペット	カーペット	
21	クッション	クッション	
22	寝具	布団、枕、タオルケット、マットレス、シーツ	
23	ベッド	ベッド	
24	衣類	アウター、洋服	
25	服飾	トートバッグ、リュックサック、帽子、マフラー、靴、スリッパ	
26	鏡	鏡、化粧鏡	
27	照明	シーリングライト、ペンダントライト、ダウンライト	
28	局所照明	スタンド照明、テーブルスタンド、フェアリーライト	
29	作品	模型、洋服、ランプ	大学や趣味での制作物
30	学用品	テキスト、ノート、書籍、制作材料、製図用品、アイロン	
31	文房具	筆記具、黒板、ホワイトボード、ペン立て、鉛筆削り	
32	書籍類	雑誌、漫画、小説、楽譜	
33	書類	A4用紙	
34	カレンダー	カレンダー	
35	時計	掛時計、置時計	
36	クローゼット	クローゼット	
37	収納棚	収納棚	160cm以上の棚
38	カラーボックス	カラーボックス	扉が付いていない2,3段の棚
39	ラック	木製ラック、スチールラック	扉がない棚
40	チェスト	チェスト	扉が付いている棚
41	キャビネット	キャビネット	
42	収納ケース	ファイルボックス、収納ケース	
43	収納補助	ハンガー、S字フック、ボールハンガー	
44	ベグボード	ベグボード	
45	ワイヤーネット	ワイヤーネット	
46	ハンガーラック	ラック	
47	ワゴン	ワゴン	
48	小物入れ	缶、ボチ、小物入れ	
49	かご	かご	
50	段ボール	段ボール	
51	紙袋	紙袋	ブランドの紙袋
52	靴箱	靴箱	
53	情報家電	パソコン、ノートパソコン、タブレット端末、固定電話、ラジオ	
54	情報家電周辺機器	モニター、リモコン、キーボード、マウス、マイク、プリンタ	
55	映像音響機器	テレビ、CD、DVD、スピーカー、イヤホン	
56	カメラ	カメラ、チェキ	
57	延長コード	延長コード	
58	季節家電	扇風機、ストーブ	
59	コンセント	コンセント	
60	空調設備	エアコン、シーリングファン、加湿器	
61	掃除道具	掃除機、コロコロ	
62	日用品	折り畳み傘、懐中電灯、ゴミ箱、消臭スプレー、タオルケット、ティッシュ、マスク	
63	美容雑貨	香水、化粧品、美容器具、ネイル、スキンケア	
64	キッチン用品・家電	冷蔵庫、電子レンジ、タンブラー、サランラップ	
65	洗面台	洗面台	
66	食料品	お菓子、飲料、食材	
67	ペット用品	ケージ、キャットウォーク	
68	窓サッシ	窓サッシ	

分 析

▶分析

分析方法

写真から「もの」を抽出し、接置要素に分類。

そのあと、接置要素が何に支持されているか（支持要素）を書き出す。

支持要素に対して「積載」「取付」「収納」なのかを書き出す。

(撮影者41名中 4例を紹介)

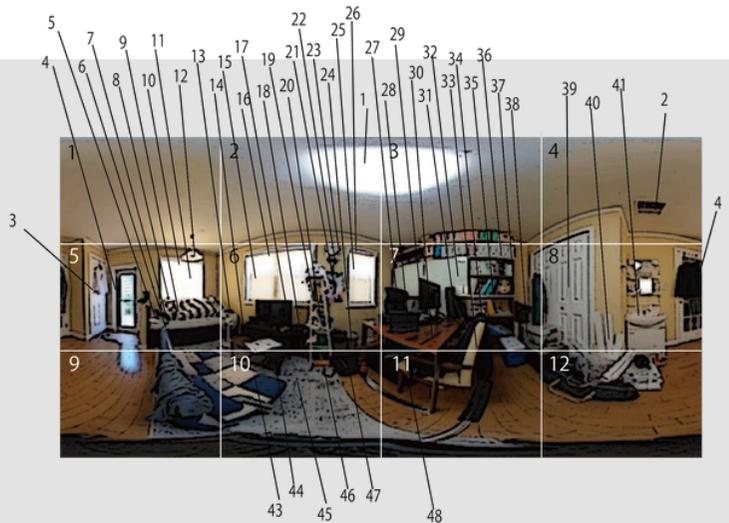
エリア	エリア内番号	アイテム	色	接置要素	支持要素	架設関係 積載・取付・収納	
1	2	1	シーリングライト	Cy-9.5	照明	天井	取付
2	4	1	エアコン	Cy-9.5	空調設備	天井	取付
3	5	1	靴箱	Cy-9.5	靴箱	壁	取付
4	5	2	ドア	Cy-9.5	ドア	壁	取付
5	5	3	枕	g18	寝具	ベッド	積載
6	5	4	ベッド	Cy-1.5	ベッド	床	積載
7	5	5	シーツ	p16	寝具	ベッド	積載
8	5	6	時計	Cy-9.5	時計	窓サッシ	積載
9	5	7	布団	g18	寝具	ベッド	積載
10	5	8	窓サッシ	Cy-9.5	窓サッシ	壁	取付
11	5	9	ロールスクリーン	p6	カーテン	カーテンレール	取付
12	5	10	ペンダントライト	Cy-9.5	照明	天井	取付
13	6	1	扇風機	Cy-9.5	季節家電	カーベット	積載
14	6	2	TVボード	Cy-1.5	TVボード	床	積載
15	6	3	窓サッシ	Cy-9.5	窓サッシ	壁	取付
16	6	4	ロールスクリーン	p6	カーテン	カーテンレール	取付
17	6	5	テレビ	Cy-1.5	映像音響機器	TVボード	積載
18	6	6	ノートパソコン	Cy-1.5	情報家電	TVボード	積載
19	6	7	ラック	Cy-9.5	ラック	床	積載
20	6	8	模型	Cy-9.5	作品	収納棚	収納
21	6	9	ポスター		趣味	壁	取付
22	6	10	植物	dp12	装飾品	壁	取付
23	6	11	時計	Cy-9.5	時計	壁	取付
24	6	12	ゴミ箱	d6	日用品	床	積載
25	6	13	窓サッシ	Cy-9.5	窓サッシ	壁	取付
26	6	14	ロールスクリーン	p6	カーテン	カーテンレール	取付
27	7	1	オフィステア	Cy-1.5	オフィステア	カーベット	積載
28	7	2	タブレット端末	dp14	情報家電	デスク	積載
29	7	3	モニター	Cy-1.5	情報家電周辺機器	デスク	積載
30	7	4	デスク	dp4	デスク	床	積載
31	7	5	パソコン	Cy-1.5	情報家電	デスク	積載
32	7	6	白板/黒板	Cy-9.5	文房具	収納棚	取付
33	7	7	ダイニングチェア	p8	その他椅子	床	積載
34	7	8	衣類	Cy-1.5	衣類	椅子	積載
35	7	9	一般事務用具		文房具	収納棚	収納
36	7	10	ファイルボックス	Cy-9.5	収納ケース	収納棚	収納
37	7	11	収納棚	dp6	収納棚	壁	取付
38	7	12	収納ケース	透明	収納ケース	床	積載
39	8	1	クローゼット	Cy-9.5	クローゼット	壁	取付
40	8	2	制作材料	Cy-9.5	文房具	床	積載
41	8	3	洗面台	Cy-9.5	洗面台	床	積載
42	8	4	ドア	Cy-9.5	ドア	壁	取付
43	10	1	ソファ	sf18	ソファ	カーベット	積載
44	10	2	ローテーブル	Cy-1.5	ローテーブル	カーベット	積載
45	10	3	カーベット	Cy-6.5	カーベット	床	積載
46	10	4	掃除道具	v5	掃除道具	カーベット	積載
47	10	5	リュックサック	Cy-1.5	服飾	床	積載
48	11	1	カーベット	Cy-1.5	カーベット	床	積載

DATA 1

年齢：21歳

性別：男

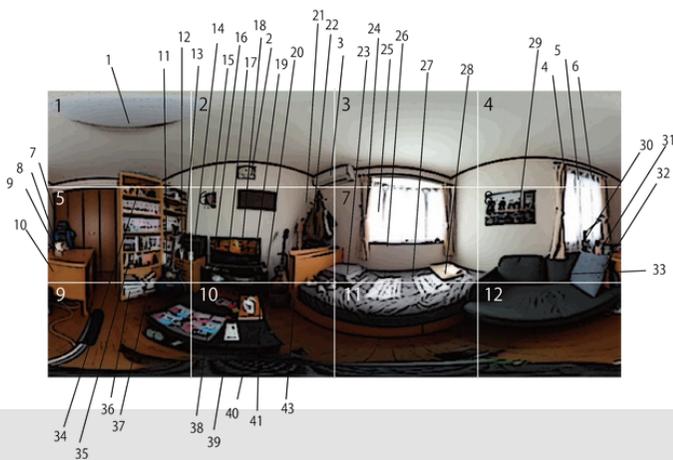
趣味：ゲーム



▶分析

分析方法

	エリア	エリア内番号	アイテム	色	接置要素	支持要素	架設関係 積載・取付・収納
1	1	1	シーリングライト	Cy-9.5	照明	天井	取付
2	2	1	時計	Cy-8.5	時計	壁	取付
3	2	2	エアコン	Cy-9.5	空調設備	壁	取付
4	4	1	ドレープカーテン	p8	カーテン	カーテンレール	取付
5	4	2	レースカーテン	Cy-9.5	カーテン	カーテンレール	取付
6	4	3	カーテンレール	Cy-9.5	カーテンレール	壁	取付
7	5	1	クローゼット	dk4	クローゼット	壁	取付
8	5	2	オフィスチェア	Cy-1.5	オフィスチェア	床	積載
9	5	3	書籍		書籍類	デスク	積載
10	5	4	デスク	d4	デスク	床	積載
11	5	5	ギター	Cy-1.5	楽器	床	積載
12	5	6	スピーカー	Cy-9.5	映像音響機器	キャビネット	積載
13	5	7	キャビネット	d4	キャビネット	床	積載
14	6	1	楽器周辺機器	Cy-1.5	楽器周辺機器	キャビネット	積載
15	6	2	写真	Cy-6.5	思い出品	壁	取付
16	6	3	時計	Cy-7.5	時計	TVボード	収納
17	6	4	テレビ	Cy-1.5	映像音響機器	TVボード	積載
18	6	5	TVボード	Cy-1.5	TVボード	床	積載
19	6	6	ラジオ	Cy-7.5	情報家電	TVボード	収納
20	6	7	植物	dp12	装飾品	TVボード	積載
21	6	8	ハンガーラック	d6	ハンガーラック	床	積載
22	6	9	バッグ	dkB	服飾	ハンガーラック	取付
23	7	1	枕	g18	寝具	ベッド	積載
24	7	2	ドレープカーテン	p8	カーテン	カーテンレール	取付
25	7	3	レースカーテン	Cy-9.5	カーテン	カーテンレール	取付
26	7	4	窓サッシ	Cy-7.5	窓サッシ	壁	取付
27	7	5	シーツ	g18	寝具	ベッド	積載
28	7	6	タオルケット	ltg6	寝具	ベッド	積載
29	8	1	ポスター	Cy-1.5	趣味	壁	取付
30	8	2	テーブルスタンド	Cy-9.5	局所照明	デスク	取付
31	8	3	一般事務用具	p8	文房具	デスク	積載
32	8	4	クッション	g16	クッション	ソファ	積載
33	8	5	ソファ	Cy-1.5	ソファ	床	積載
34	9	1	フィギュア		趣味	収納棚	収納
35	9	2	書籍		書籍類	収納棚	収納
36	9	3	書籍		書籍類	収納棚	収納
37	9	4	収納棚	sf6	収納棚	床	積載
38	10	1	ノートパソコン	Cy-7.5	情報家電	ローテーブル	積載
39	10	2	リモコン	Cy-9.5	情報家電周辺機器	ローテーブル	積載
40	10	3	ローテーブル	Cy-1.5	ローテーブル	床	積載
41	10	4	ティッシュ	Cy-9.5	日用品	ローテーブル	積載
42	10	5	ベッド	d6	ベッド	床	積載
43	3	1	カーテンレール	Cy-9.5	カーテンレール	壁	取付



DATA 2

年齢：21歳
性別：男
趣味：ギター

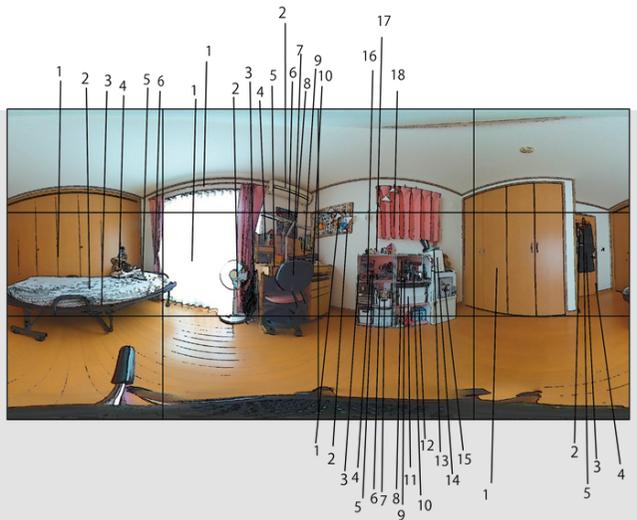
▶分析

分析方法

	エリア	エリア内番号	アイテム	色	設置要素	支持要素	架設関係 積載・取付・収納
1	2	1	カーテンレール	dp6	カーテンレール	壁	取付
2	2	2	エアコン	Cy-9.5	空調設備	壁	取付
2	3	1	カーテンレール	Cy-9.5	カーテンレール	天井	取付
3	5	1	ドア	dp6	ドア	壁	取付
4	5	2	布団	pl6	寝具	ベッド	積載
5	5	3	ベッド	Cy-1.5	ベッド	床	積載
6	5	4	ぬいぐるみ	dp6	趣味	ベッド	積載
7	5	5	枕	pl6	寝具	ベッド	積載
8	5	6	カーテン	It24	カーテン	カーテンレール	取付
9	6	1	レースカーテン	Cy-9.5	カーテン	カーテンレール	取付
10	6	2	扇風機	Cy-9.5	季節家電	床	積載
11	6	3	バッグ	Cy-1.5	服飾	デスク	積載
12	6	4	書籍		書籍類	デスク	積載
13	6	5	デスク	dp6	デスク	デスク	積載
14	6	6	スタンド照明	ltg8	局所照明	デスク	積載
15	6	7	オフィスチェア	It24	オフィスチェア	床	積載
16	6	8	ポスター	dk18	趣味	壁	取付
17	6	9	一般事務用具	Cy-1.5	文房具	デスク	積載
18	6	10	テキスト		学用品	デスク	積載
19	7	1	壁飾り		装飾品	壁	取付
20	7	2	壁飾り	Cy-9.5	装飾品	壁	取付
21	7	3	カラーボックス	It24	カラーボックス	床	積載
22	7	4	収納ケース	透明	収納ケース	カラーボックス	収納
23	7	5	化粧品		美容雑貨	収納ケース	積載
24	7	6	ポーチ	p6	小物入れ	カラーボックス	収納
25	7	7	収納ケース	Cy-9.5	収納ケース	カラーボックス	収納
26	7	8	CD/DVD		映像音響機器	カラーボックス	収納
27	7	9	ぬいぐるみ		趣味	カラーボックス	積載
28	7	10	写真		思い出品	カラーボックス	積載
29	7	11	収納ケース	Cy-9.5	収納ケース	カラーボックス	収納
30	7	12	紙袋		紙袋	カラーボックス	収納
31	7	13	グッズ		紙袋	カラーボックス	収納
32	7	14	紙袋	Cy-9.5	紙袋	カラーボックス	積載
33	7	15	書籍	ltg20	装飾品	カラーボックス	積載
34	7	16	収納ケース		収納ケース	カラーボックス	収納
35	7	17	フィギュア		趣味	カラーボックス	積載
36	7	18	カーテン	It24	カーテン	カーテンレール	取付
37	8	1	クローゼット	dp6	クローゼット	壁	取付
38	8	2	衣類	Cy-1.5	衣類	収納補助	積載
39	8	3	バッグ	Cy-1.5	服飾	収納補助	積載
40	8	4	ドア	dp6	ドア	壁	取付
41	8	5	ハンガー	Cy-1.5	収納補助	ドア	積載

DATA 3

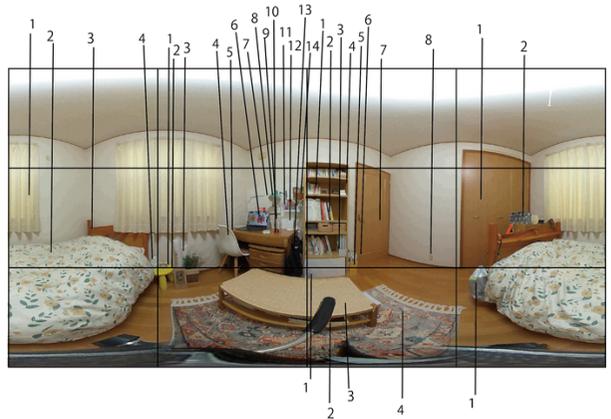
年齢：21歳
性別：女
趣味：ジャニーズ好き



▶分析

分析方法

	エリア	エリア内 番号	アイテム	色	設置要素	支持要素	架設関係 積載・取付・収納
1	5	1	ドレープカーテン	lt8	カーテン	カーテンレール	取付
2	5	2	布団	lt8	寝具	ベッド	積載
3	5	3	ベッド	dp8	ベッド	床	積載
4	5	4	時計	Cy-9.5	時計	ローテーブル	積載
5	6	1	時計	p8	時計	ローテーブル	積載
6	6	2	サイドテーブル	b8	サイドテーブル	床	積載
7	6	3	制作材料		学用品	収納ケース	積載
8	6	4	その他椅子	p8	その他椅子	床	積載
9	6	5	デスク	dp6	デスク	床	積載
10	6	6	ノートパソコン	Cy-1.5	情報家電	デスク	積載
11	6	7	ベグボード	Cy-9.5	ベグボード	壁	取付
12	6	8	テーブルスタンド	lt12	局所照明	デスク	積載
13	6	9	書籍	Cy-9.5	書籍類	デスク	積載
14	6	10	マウス	Cy-1.5	情報家電周辺機器	デスク	積載
15	6	11	制作材料		学用品	ベグボード	積載
16	6	12	収納ケース	Cy-9.5	収納ケース	デスク	積載
17	6	13	バッグ	Cy-1.5	服飾	デスク	積載
18	6	14	写真		思い出品	ベグボード	積載
19	7	1	書籍		書籍類	収納棚	積載
20	7	2	収納ケース	dk6	収納ケース	収納棚	積載
21	7	3	収納ケース	ltg8	収納ケース	収納棚	積載
22	7	4	収納棚	sf8	収納棚	床	積載
23	7	5	収納ケース	dp8	収納ケース	収納棚	積載
24	7	6	テキスト		学用品	収納ケース	積載
25	7	7	ドア		ドア	壁	取付
26	7	8	コンセント	sf8	コンセント	壁	取付
27	8	1	クローゼット	dp6	クローゼット	壁	取付
28	8	2	バッグ	Cy-1.5	服飾	収納棚	積載
29	11	1	収納ケース	Cy-9.5	収納ケース	収納棚	積載
30	11	2	書籍		書籍類	ローテーブル	積載
31	11	3	ローテーブル	sf8	ローテーブル	カーベット	積載
32	11	4	カーベット	ltg6	カーベット	床	積載
33	12	1	バッグ	ltg10	服飾	ベッド	積載



DATA 4

年齢：21歳
性別：女
趣味：ピアノ

▶分析

コレスポネンス分析

コレスポネンス分析とは？

「コレスポネンス分析は、統計学上のデータ解析手法のひとつで、アンケート調査などのクロス集計結果を散布図にして見やすくする手法のこと。相関関係が深い「もの」が近くに表記されている。

本研究では、このコレスポネンス分析を使って接置要素（もの）に対して支持要素（支持しているもの）がどのような架設関係（積載・取付・収納）であるのかを見出す。

コレスポネンス分析の図の見方は、接置要素と支持要素の距離が近ければ近いほど相関関係が強いということになる。

コレスポネンス分析

「積載」から見出せた相関関係

1. 〈コンセント〉 × [壁] [カーテンテール]

電子的な機器が増え常に充電が課題である。コンセントの位置は適材適所でありたいことから、自身の使い勝手に合わせ、コンセントの位置を模索している。コンセントの位置はインテリアを構成する上でも重要で、つながれた配線の処理も課題である。**現状を見極めた計画の重要性** が表れているといえる。

2. 〈ソファカバー〉 × [ベッド] [布団] [ソファ]

これはそのものだけで使われることではなく **プラスαによって自分独自の快適な空間を作っている** といえる。

・同じように〈寝具〉と [ソファ] [その他の椅子] に相関が見られた。
仮眠やちょっと横になる姿が想像できる。こちらもそのものだけの使い方に **プラスαによって自分独自の快適な空間を作っている** といえる。

・〈ソファカバー〉と [ベッド] に相関が見られた。
これまでは汚れたときに洗濯ができるようにソファカバーを使用していたが、最近ではアクセントとなるようなデザイン性を重視したソファカバーが増えているため、布団の上 **インテリアのアクセントとして活用** しているといえる。

・〈クッション〉と [ソファ] に相関が見られた。
クッションの使い方が多様化している。ケータイを使う時間が多いため、ソファに座ってクッションの上に腕を置いたり枕にしたりして使っているのではないかということからも **インテリアの使い方の多様化** といえる。

3. 〈ワゴン〉 〈ドレッサー〉 × [床]

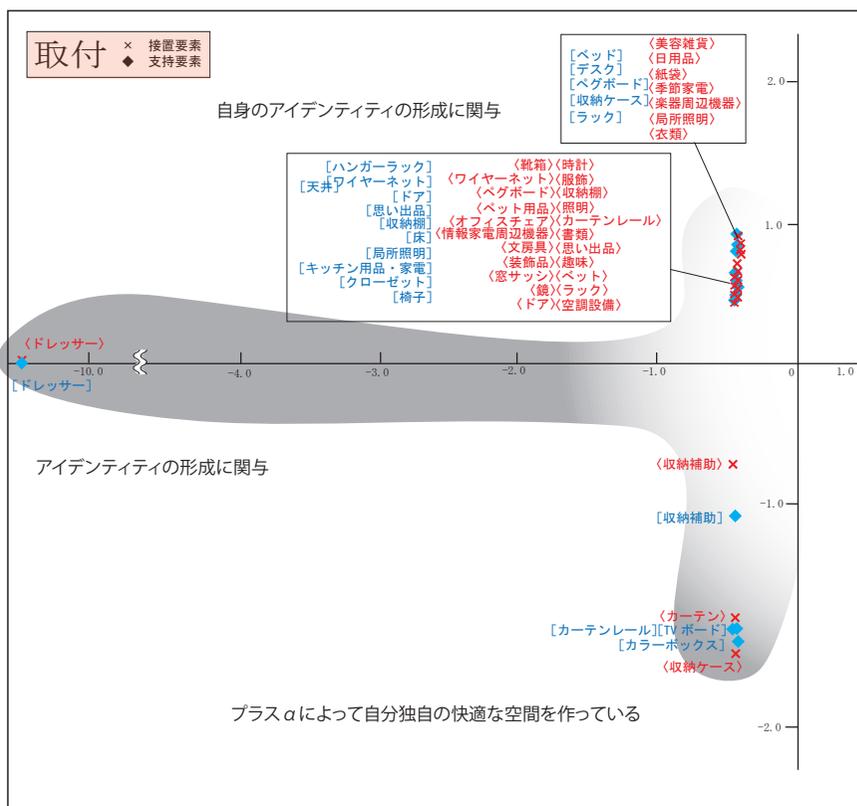
自由に動いたり、小物収納に特化した小型家具が多く見受けられる。まだインテリアにおいては位置的な問題や使い方が定まっておらず自分なりに工夫を重ねる時期、試行錯誤の時期である。 **インテリアが人に合わせ変化進化するもの** であることがうかがえる。

コレスポネンス分析

取付

支持要素 接置要素	TVボード	カーテンレール	カラーボックス	キッチン用品・家電	クローゼット	デスク	ドア	ドレッサー	ハンガーラック	ベグボード	ベッド	ラック	ワイヤーネット	椅子	局所照明	思い出品	収納ケース	収納棚	収納補助	床	天井	壁	総計
オフィスチェア																						1	1
カーテン	1	113	2																2		1	6	125
カーテンレール																					33	39	72
カレンダー																						10	10
クローゼット																						25	25
コンセント																						6	6
ドア																						45	45
ドレッサー								1															1
ベグボード																						4	4
ベッド																						1	1
ベッド用品																						2	2
ラック																						1	1
ワイヤーネット						1																6	7
衣類							1		7			1					1					1	11
楽器周辺機器												1											1
季節家電						1					1												2
鏡																						1	1
局所照明						8						1										2	11
空調設備																					2	36	38
靴箱																						1	1
思い出品					1							1	1				1					12	16
紙袋							1																1
時計																						18	18
趣味					1			1					5			1						14	22
収納ケース			1																				1
収納棚																				1		2	3
収納補助			1																			1	2
書類				1																		2	3
照明																					34		34
情報家電周辺機器							1															6	7
窓サッシ																					2	17	19
装飾品				2		1															2	13	18
日用品												1	1										2
美容雑貨										1													1
服飾				2		1		7		1		2	3	1					1	1			18
文房具										1			3									2	7
総計	1	114	3	1	6	12	4	1	14	2	2	5	13	1	1	1	1	3	3	1	74	274	537

▶接置要素・支持要素
クロス表



▶構成要素と取付の
コレスポネンス分析散布図

▶分析

コレスポネンス分析

「取付」から見出せた相関関係

1. 〈美容雑貨〉 × [デスク]

大学生にとって美容はとても興味があるものの一つである。自分が自分であること、他の人や社会的に認められたい、確立したい意識が働く時期である。
インテリアが自身のアイデンティティの形成に関与しているといえる。

2. 〈ドレッサー〉 × [ドレッサー]

これも鏡に映る自身の姿に非常に興味がある表れといえる。
インテリアが自身のアイデンティティの形成に関与しているといえる。

3. 〈収納ケース〉 × [カラーボックス]

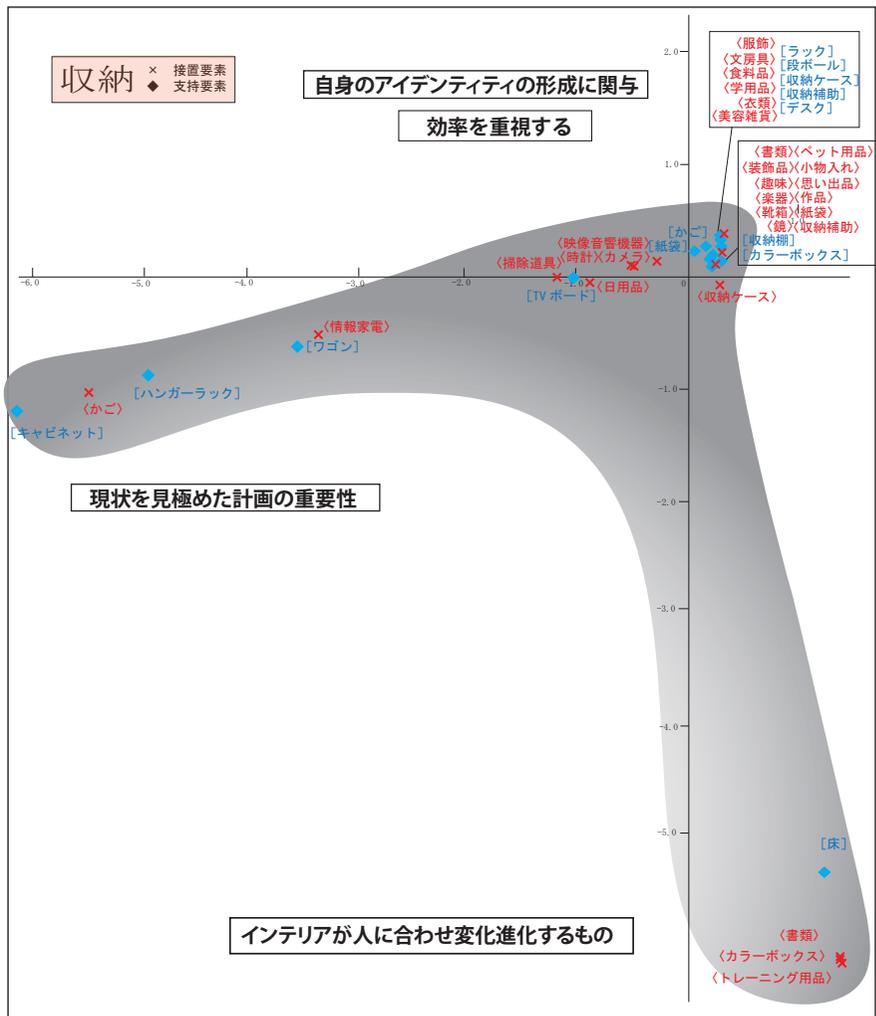
[カラーボックス]は手軽さから多く見受けられるが、それだけでは使いづらくプラスアルファすることによって自分らしい使い方ができる物である。
プラスαによって自分独自の快適な空間を作っているといえる。

収納

収納

支持要素 接置要素	TVポード	かご	カラーボックス	キャビネット	デスク	ハンガーラック	ラック	ワゴン	紙袋	収納ケース	収納棚	収納補助	床	段ボール	(空白)	総計
かご				1	1			1								3
カメラ	1						1									2
カラーボックス													1			1
トレーニング用品												1				1
ペット用品							1									1
衣類			1				2			1	1	1		1		7
映像音響機器	1		1								1					3
学用品			6		4		5			5	3					23
楽器							1									1
鏡							1									1
靴箱							1									1
作品							1				1					2
思い出品							2				2					4
紙袋			1				1									2
時計	1										1					2
趣味	1	1	1				2		1	1	2					9
収納ケース			14				7				3		1			25
収納補助							1									1
書籍類			13		1		3			1	8					26
書類													1			1
小物入れ			2				2									4
情報家電	1				1											2
情報家電周辺機器										1						1
食料品			1							1						2
掃除道具	1															1
装飾品			2								1					3
日用品	1		2				1	1								5
美容雑貨			1							2						3
服飾		1	2				3			1						7
文房具										1	1					2
(空白)																0
総計	7	2	47	1	5	2	35	2	1	14	24	1	4	1		146

▶接置要素・支持要素のクロス表



▶構成要素と収納のコレスポネンス分析散点図

▶分析

コレスポネンス分析

「収納」から見出せた相関関係

1. 〈靴箱〉 × [ラック]

自分のお気に入りのブランドの靴箱を収納に使いラックに見えるように収めている。ブランド・リレーションシップは、消費者が特定のブランドとの間に抱く心理的な絆や結びつきであり、当該ブランドに対する態度や行動に肯定的な影響を及ぼすものである。（東洋大学久保田氏より

https://www.jstage.jst.go.jp/article/advertisingscience/52/0/52_31/_pdf

まさにブランドイメージと自身の同一化へのアプローチであり、

インテリアが自身のアイデンティティの形成に関与しているといえる。

〈情報家電〉 〈文房具〉 〈衣類〉 と [かご] [カラーボックス] [ラック] に相関が見られた。

よく見えるところによく使うものが収納されていることが読み取れる。

効率を重視する 傾向があるといえる。

2. 〈かご〉 〈情報家電〉 × [キャビネット] [ワゴン]

収納において時代の変化に伴い使い方も変わってくる。特に情報家電の比重がコロナ禍によりより高まっており収納に工夫をしている様子が窺える。インテリアを形成する際に考慮しなければいけないことである。**現状を見極めた計画の重要性** が表れているといえる。

3. 〈書類〉 × [床]

床の上にまとめた書類が収まっている状況であるがデスク周りにおいておきたいものであるが一時的なもの、仮置き状況ともいえる。物は状況によって流動的に変化するが **インテリアが人に合わせ変化進化するもの** であることがうかがえる。

▶分析

分析結果

まとめ

Z世代におけるインテリアのあり方として、今回の分析を通して分かったことは、

- ・インテリアが人に合わせ変化進化するもの
- ・現状を見極めた計画の重要性

である。

Z世代のインテリアがもたらす意味として、
インテリアがアイデンティティの形成に
関与している。

Z世代の自身の部屋の特徴として、

- ・プラスαによって独自の快適な空間を構成
- ・インテリアのアクセントとして活用
- ・インテリアの使い方の多様化
- ・効率の重視傾向

を見出すことができた。

▶分析

シニア世代との比較

※シニア世代の分析結果は担当教授の松本の調査資料より

	Z世代	シニア世代
インテリアがもたらす意味	アイデンティティの形成に寄与	アイデンティティを維持することに寄与
部屋の特徴	<ul style="list-style-type: none">・プラスαによって独自の空間を構成・インテリアをアクセントとして活用・インテリアの使い方の多様化<ul style="list-style-type: none">・効率の重視・インテリアがモチベーション向上の一つ	<ul style="list-style-type: none">・インテリアで自分らしい環境づくりを構成・主要な居場所がリビング、ダイニング<ul style="list-style-type: none">・見える化の多様・効率の重視・インテリアがモチベーション向上の一つ

インテリアとは、Z世代にとって自己の形成に関与しており、シニア世代は自己を保持することに関与していると考えられる。

今回は、コレスポネンス分析3つの架設関係の中の取付に注目してZ世代とシニア世代を比較した。コレスポネンス分析から見出せた相関とZ世代の特徴から、Z世代は周りからどう見られているのかを鏡で確認することから、自己を形成するのにインテリアが関与していると考えた。インテリアは自己を形成するためのアイテムとして無意識に取り入れ、自分だけの空間にしているのではないかと考える。シニア世代では、見出した額装（思い出品）と中小家具の相関から、よく見えるところに大切な人とのつながりや昔を思い出すインテリアがあることで自己を維持しているのではないかと考えた。

部屋の特徴として、インテリアがモチベーション向上の一つになっていることや、効率を重視していることは共通しているが、根本となる捉え方が違うのではないかと考えた。

Z世代は部屋にプラスαをすることによって独自の空間を構成している傾向が見られる。女性に多くみられたことでアーティストのグッズをよく見えるところに取り付けることや、趣味のもの飾るなど、独自の世界観を大事にしていることが多いのではないかと考えられる。

シニア世代では、何かプラスαをするといった傾向はあまり見られない。日常生活で必要とされるインテリアを自身の使いやすい位置や高さにし、部屋を構成している。Z世代と違ってアーティストのグッズを取り付けていることはあまり見られないが、写真などの思い出品が良く見えるところに置かれている。松本らは研究でお酒やお菓子など嗜好品が近くにあることで幸せに生きる欲に繋がると言及している。このことから、世代によってインテリアの活用の仕方に違いがあることが見出すことができた。

▶分析

シニア世代との比較

Z世代の居場所として撮影した部屋は、個人の部屋あるいは兄弟と一緒にという個室であることが多かった。それに比べシニア世代はキッチン用品やダイニングテーブルがあるなど、家族みんなの居場所であるリビングやダイニングであることが多かった。Z世代は個人の空間があるから自分の好みのものを置くことが容易にできるが、シニア世代は家族の居場所でもある空間を居場所としているから自分一人だけの好みのものを置くことを遠慮しているのではないかと思われる。実際にシニア世代の声を聴いていないのでわからないが、本当は自分一人の空間が欲しいと思う人や一人は寂しいからリビングがいいけど、趣味のものを置くなどして居心地の良い空間にしたいと考えている人もいるのではないかと思った。クロスを好みの色に変えたり、好みのブランドが手掛けるものに変えたりするだけでも気分が変わるのではないかと想像できる。

これはシニア世代に限ったことではなく、全世代にいえる。今回、学生の部屋を調査して壁紙や天井は無難な白であることが多く、手軽に買えるインテリアによってその人の個性を出していることがわかった。ものの組み合わせでも十分個性を出すことができ、その人の居心地の良い空間になることが考えられるが、クロスやカーテンを変えることでより気分を明るくできるのではないかと思う。

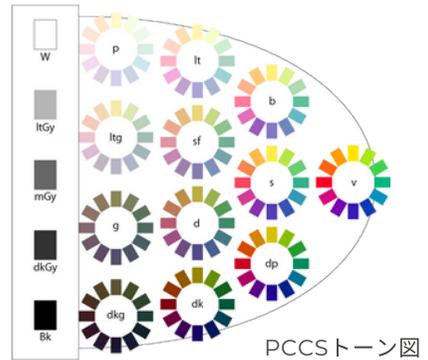
Z世代もシニア世代も効率を重視した部屋であることが読み取れた。しかし、これも考え方に違いがあるのではないだろうか。Z世代は学習に使うものなど、短い時間に何度も使うようなものはすぐに取り出して使用することができるように、よく見えるところに収納されていると考えられる。シニア世代は、意図して使いやすいように置いているだけでなく、その時にもものを置いていることが多いのではないかと考えた。これは、松本らが置くという行為はシニア世代にとっても一番手間のかからない自然な行為と言えるが、しかし計画性がないと雑然としがちであると言及していたことからの考察である。

今回、コレスポネンズ分析の取付からZ世代とシニア世代を比較してみて、部屋の共通点やインテリアがもたらす意味や捉え方の違いを見出すことができた。2つの世代の分析からこれほどの違いや共通点を出すことができたから、全世代、あるいは男女で分析を出すことでまた新たな発見があるのではないだろうか。

▶分析

色彩分析

「もの」の抽出と共に色彩の調査も行った。学生の部屋の中は何色が多く使われているのか男女別で下記より割合を出している。本研究では、
(1)部屋の印象を大きく左右するカーテン
(2)インテリア
の色数について調べる。
※色の表し方は日本色彩研究所によるPCCSトーンに基づく



(1) カーテン

- 女:** 1番割合の大きい色は「b2」ピンク系の色であり、2番目に大きいのは「b6」オレンジ系だった。以上のことから、Z世代の女性は**明るく可愛いものを好む**という傾向が見られた。また白やベージュ系も割合が大きく、**他のインテリアの邪魔をさせない**ようにしていることもわかる。
- 男:** 1番割合の大きい色は「b16」青系、「b8」黄色系、「g22」紫系であった。青や黄色などの明るい色もあるが、全体的にみるとトーンが暗く感じる。Z世代の男性は**落ち着いた色を好む**傾向が見られた。

女性と男性を比較してみると、女性は暖色系を好み華やかなイメージであるのに対して男性は寒色系を好み落ち着いたイメージのものを好むことが見出せる。



色彩分析

(2) インテリア

女: 全体をとして見ると「Gy-9.5」白が多い。この理由として、収納家具や机、寝具に白が使われていたり、レースカーテンがほとんどの家についているからである。白は他のものと合わせやすく、白に対して「かわいい」と思うZ世代の特徴が表れているのではないかと。その他にも、「b2」ピンク系、「dp6」茶色系、「b8」黄色系が多く、**かわいらしいものを好む傾向**が見られる。

男: 全体を通して見ると「Gy-9.5」白や「Gy-1.5」黒が多い。女性と明らかに違う点は、黒の割合が大きいということであり、これは机や寝具に黒が使われているからである。その他にも「b16」青系、「d6」の茶色系が多い。中には、実家暮らしでカーテンや寝具を幼少期から使用しているため、青系のままであるが本当は黒に統一したいと言っている人もいた。男性は**黒がスタイリッシュでカッコいい**と感じる人が多い反面、インテリアに対して関心がない人もいるため、幼少期からいまだに使用しているという人もいる。**物を大切に使用している**ことも見いだせる。

女性と男性に共通していることは、白や茶色系が多いことだ。白は上記でも述べたようにレースカーテンに使われている色である。茶色は**木製のインテリアが多い**と考えられる。机に関しては幼少期から使用している木製の勉強机を使っている人が約半数だった。学生は金銭面で使える金額が社会人に比べて限られてくるため、表にでる身なりを整えるのにお金を使い、居住空間には既存のものを使い、インテリアにこだわる人がまだまだ少ないように感じる。



ま と め

▶まとめ

これからのインテリア

本研究では学生のインテリアを調査してきて、シニア世代にはなかったZ世代のインテリアの特徴が見られた。

Z世代の分析では主に、プラスαによって独自の快適な空間を構成していることを見いだせたが、これは全世代に知ってもらべき視点である。他の人に囚われることなく、自分らしく快適だと思える空間を創造していくことが重要である。

コロナ禍の調査において大切だと感じたことは、時代と共に激しく変わる理想をインテリアに積極的に取り入れることである。学生は特にオンラインの授業が主流となり自宅で過ごすことが多くなった。だからこそ、オンラインに備えた環境だったり、自分の好きなものを飾り快適だと思う空間を自然とつくっている。日本は技術が進み、より豊かな暮らしができるようになったからこそ、自分の使いやすいようにインテリアも生活に合わせ変化していくべきである。

今回調査の対象としたZ世代は学生だけであり範囲が限られていたため、社会人を調査したら環境の違いによりまた違う傾向が見られるのではないかと考える。そしてシニア世代とZ世代を比較して分かったように、世代や住む環境によって分析の結果が変わってくる。よって、本当に心地いいと感じるインテリアにはマニュアルがなく、その人のライフスタイルや「なりたい自分」によって変わってくる。しかし、共通して言えることは、自分の住む環境は他の人の目を気にする必要はないため、快適だと思う空間を自分で見つけ出し、人とともにインテリアを変化させてべきである。そしてインテリア（中）を変えることで人（外）を変えることができるのではないだろうか。

謝辞

最後に撮影にご協力いただいた方々、誠にありがとうございました。実際に居住スペースへと足を運ぶことで、インテリアと人とのつながりを考えることができました。

本研究を通してインテリアに対する考え方に変化があると幸いです。

また、研究の機会をいただいた公益社団法人インテリア産業協会の皆様に感謝申し上げます。

参考文献

講談社SDGs 2021/10/01

<https://sdgs.kodansha.co.jp/news/knowledge/39069/#section-2-1>

Hot法人営業応援マガジン 2021/10/18

<https://www.hammock.jp/hpr/media/z-generation.html>

株式会社インテージ マーケティング用語集

<https://www.intage.co.jp/glossary/400/>

2021-2022

公益社団法人インテリア産業協会研究助成事業

インテリアを変えることで人は変わる

～学生の部屋を分析し、他世代と比較することでこれからのインテリアのスタンダードを考える～

快適暮らし研究会