

「癒し」に関する研究

生活のシーンと商品に着目して

A Study on "Healing" - Focusing on Life Scenes and Products

小川弘秋 OGAWA Hiroaki 2021年度 | 工業設計学科 Industrial Design

卒業研究
論文
2021年度
課題概要: 調査・分析



「癒し」を感じるシーンの対象による分類の抜粋

現代社会は「ストレス社会」とも呼ばれており、人々は「癒し」を求めていると言われている。1990年代からの「癒し」ブームによって「癒し」という言葉が普及し「癒し」訴求の商品やサービスが展開されている。その一方で、「癒し」に関する研究は少なく、生活のシーンにおける事例と商品の対応関係についての考察はあまりなされていないように考えられる。

そこで本研究では、人が「癒し」を感じる生活のシーンの事例を分類・整理し、既存の「癒し」を与える効果を謳う商品との比較を行うことで、今後の「癒し」商品の展開の可能性について考察することを目的とする。



「癒し」を与える効果を謳う商品のプロセスによる分類の抜粋

人が「癒し」を感じるシーンの事例と「癒し」を与える効果を謳う商品の両者に対し、収集・整理を行い、「癒し」を与える対象という観点から「疲労や苦痛が和らぎ、体が回復するもの」、「緊張がほぐれ、気持ちがやすらぐもの」、「気分転換になり、気持ちがリフレッシュするもの」という3つの分類と「癒し」を感じるプロセスという観点から「他の感情を介さず癒しをもたらすもの」「ある感情を想起させて癒しをもたらすもの」2つの分類を行った。さらに生活のシーンの事例から25の「癒し」のパターン、商品から22の「癒し」訴求のパターンをまとめた。それぞれを比較し、対応の有無について確認し、「癒し」効果を与える新たな商品の可能性について考察を行うことができた。

今後の課題として、生活のシーンの事例の収集においてインタビューの対象者や収集する商品を増やすこと、調査対象とする世代を広げること「癒し」を与えるサービスについての調査を行うことが挙げられる。

| | 疲労や苦痛が和らぎ体が回復するもの | 緊張がほぐれ気持ちがやすらぐもの | 気分転換になり気持ちがリフレッシュするもの |
|-------------------|---|--|--|
| 他の感情を介さず癒しとなるもの | <ul style="list-style-type: none"> 姿勢を補助し、睡眠を補助すること 音によって睡眠を補助すること 体を冷やし、睡眠を補助すること 電動のマッサージをすること 自身でマッサージをすること | <ul style="list-style-type: none"> 自然を眺めること 音楽を聴くこと 食欲を充足すること 暖やかな光を見ることが 自然の再現物を眺めること ゆっくりとしたものの動きを見ることが 音楽を聴くことによるリラクゼーションと暖やかな光を見ることが | <ul style="list-style-type: none"> 単純作業を行うこと 身の回りを綺麗・清潔にすること 汗を流すこと 単純な手の動き |
| ある感情が想起されて癒しとなるもの | <ul style="list-style-type: none"> 体ケアを受けるサービスを受けること 該当なし | <ul style="list-style-type: none"> 他人とのコミュニケーションをとること 他人との暖かいコミュニケーションを断つこと 可愛い対象を愛でること 作品を鑑賞して没頭すること 爽快感を味わうこと 他人とのコミュニケーションを疑似体験すること 他人とのコミュニケーションをとることの補助 ペットを愛でることを疑似体験すること 可愛い対象を愛でること | <ul style="list-style-type: none"> 小さな成功を得ること 目標を達成すること あえて無駄なことをやること 非日常を感じる 開放感を得ること 小さな成功を感じる |

シーンと商品の「癒し」パターンを比較した結果