

ご依頼いただくお客様方は多種多様、
なのでその数だけデザインの正解があります。

『このお客様はどんなことを心地良いと感じられるだろう？』

『あのお客様はこんな風にしたら笑顔が増えるかも？』

経験や環境・生活の中で創り上げられている十人十色の”イメージ”。

私たちは普段、お客様の頭の中のそれを紐解き、

デザインを構築していくのですが、

そんな中で大事にしてる

人の本能に作用する”心地良さ”のヒント

をご紹介します。

そもそも空間デザインってなんだ??

デザイン（英語: design）とは、審美性を根源にもつ計画的行為の全般を指すものである。意匠。設計。創意工夫。

英語のdesignには本項の意味より幅広く、日本語ではデザインと呼ばない設計全般を含む。

また、オブジェクト、システム、図画、設計図、回路、パターンなどを構築するための計画、または作成する行為^[1]など、「デザイン」はさまざまな分野で異なった意味として用いられている（#デザイン分野を参照）。

引用元: wikipedia



”目で見えるものに対して
意識を持ちやすい”

空間デザインにおいて私たちが大切にしていること

その空間で過ごす人たちが 五感作用で心地良さを感じる空間づくり

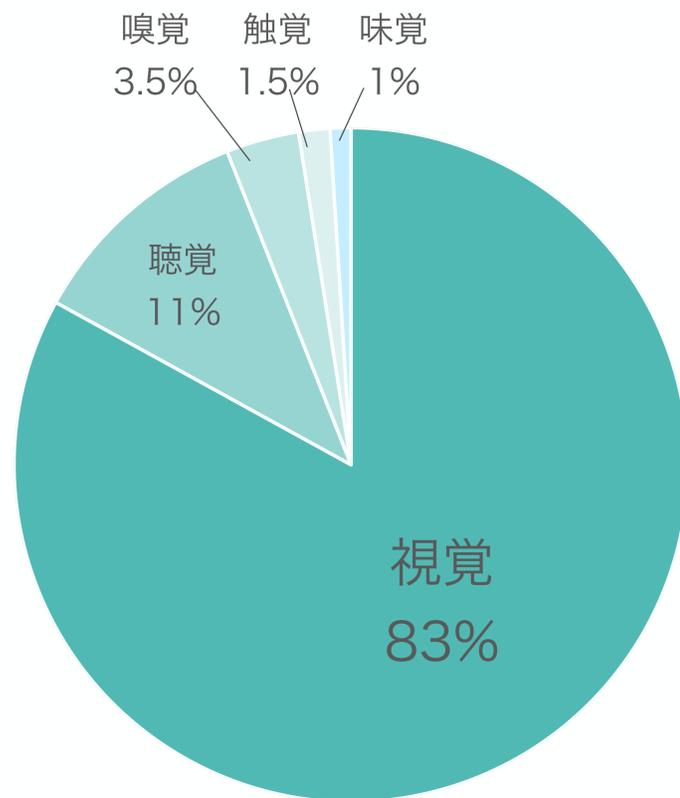
人は五感（視覚・聴覚・嗅覚・触覚・味覚）から情報という刺激を受け、さらにはそれによって過去の記憶を引き出すことにも作用します。その五感へ複合的にアプローチする空間デザインは、心地良さを高めるさらなる近道になるのです。

五感の情報取得割合から考えること

人はほぼ視覚から情報を得ているので、視覚的デザインを整えることはとても大事。ですが、他の4つの知覚は目で見えないからこそ、より本能的、言い換えてみれば、**実態のないものを脳で感じ、在るように見せてくれる目**だと考えています。

例えば、普段からついつい行ってしまうお気に入りのカフェ。なぜだろう？を紐解くと、視覚的デザインだけではなく、流れているBGM、芳るコーヒーの匂いと香ばしい味わい、肌寒い時用に使えるブランケットの肌触り、と、複合的に五感が満たされるから、ついつい行きたくなってしまいます。各知覚はそれぞれで情報を受け取るので、視覚+他の知覚も反応するデザイン要素を整えることは、さらにその場所での心地良さの高まりが期待できるのです。

各知覚の情報所得割合



出典元：『産業教育機器システム便覧 1972』

人は各知覚それぞれで情報を受け取る
= 知覚別デザインの複合は、作用割合を100%に
近づけられるということ

視覚+αの知覚デザインでより満たされる空間を



視覚

P4の知覚の情報受け取り割合のとおり、人は大部分の情報を視覚から受け取るので、空間デザインにおいても一番影響力の高いのは、色・素材・形・明るさなど視覚情報です。いわば**空間のベースのような役割**とも言えるので、他の知覚を複合させていくにあたって、お客様ごとの”正解”を導き出すため、丁寧で細やかなヒアリングがとても重要になってきます。



上段画像資料3点提供元：『株式会社マルニ木工様』

全て空間にチェアとテーブルを並べている、という共通点のある画像を並べてみました。同じアイテムを並べていても、受けるイメージが全部違いますよね。どれかが不正解ということではなく、全て”**その空間を使う方々にとっての”正解**です。

意匠、配置する家具、インテリア雑貨など、一つ変えるだけでも空間の視覚的イメージは面白いくらいに変わります。他の知覚を違和感なく組み合わせるためにも、視覚情報を整えることはその先の道筋を左右する要素なので、お客様の頭のイメージの紐解きや方向性を社内ですら固めることには、特に時間を割いています。

聴覚

音には、人をリラックスさせたり緊張させたりと、さまざまな影響をもたらすことが実証されています。音が脳に与える作用をうまく利用・コントロールすることで、聴覚の部分からもアプローチした心地良い空間デザインをすることができるのです。

脳と音の関係とは？

脳は常に音を探し、それを理解しようとする性質があるので、もともと人間は「無音」の状態が苦手です。音が見つからないと非常にストレスに感じてしまいます。しかし、聞こえる音にメロディや歌詞が入ったり、自分に関係のある会話が含まれたりすると、脳が理解しようとして反応してしまい逆効果になるという、とってもデリケートな感覚なのです。



テキスト資料提供元：『株式会社アールライブ様』

音環境デザインに活用しやすいのは？

最も適しているのは、森や川などの自然音です。好みは分かれたり、メロディや歌詞など意味を持つ音楽と違い、自然音はほとんどの人が心地良いと感じられ、長時間聴き続けても飽きるという概念がありません。それが可聴域を超えたハイレゾ（高周波）自然音であれば、耳ではなく身体やで音を感じることで脳にポジティブな影響を与え、自律神経が整うなどにより、集中力の向上、リラックスやコミュニケーション活性化にも効果的というわけです。



弊社取り扱いのお勧め

R-LIVE

月額 ¥16,366~/ 24ヶ月ご契約の場合表記

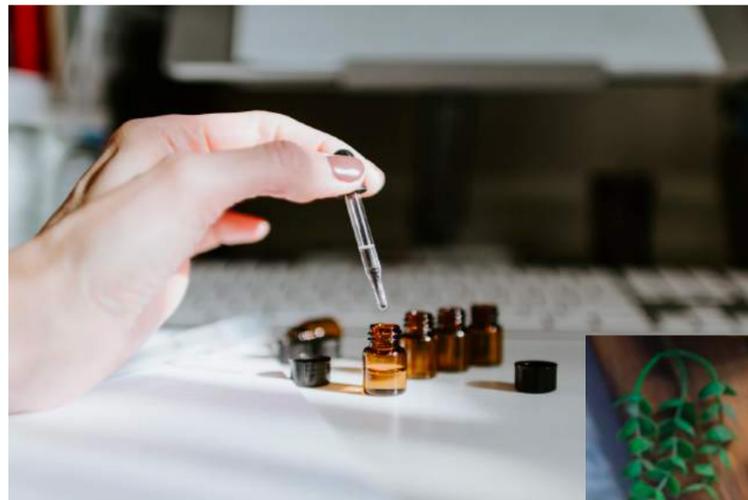
<https://www.r-live.co.jp/>

嗅覚

みなさん淹れたてのコーヒーの香りを嗅ぐとホッとしたり、スパイシーな香りを嗅ぐと空腹を感じたりした経験がありませんか？
嗅覚のメカニズムについてはこれまで未知の領域とされており、「最も謎に包まれた人間の感覚」ともいわれていました。
21世紀に入りR・アクセルとL・バックのノーベル賞受賞をきっかけに研究が進み、今日まで香りが人間の心身に及ぼす影響について様々なことが解ってきています。

五感の中でも香りの情報は、脳にダイレクトに働きかけることがわかっています。最近の研究では香りによる記憶回路の調節や精神安定作用などの科学的根拠が次々と認められてきました。例えば、疲労感の軽減や睡眠改善、鎮静・覚醒、ストレスの緩和といった効用が明らかとなっています。

また、香りは記憶との結びつきも強く、ある香りを嗅ぐと過去にそれを嗅いだ時の状況や雰囲気思い出させます。人間は香りを本能的にその時の場面と一緒に記憶し蓄積しています。



ふさわしい香りで満たされた空間は嗅覚に直接訴えかけ、人の心に響き、いつまでも記憶に残るので企業や店舗のブランディングに役立てられているケースもあります。



このように香りの持つ様々な機能的価値と感性的価値を上手に身の回りに取り入れることで、より快適で豊かな空間を創り出すことができれば面白いかもしれませんね。

資料提供元：『@aroma様』

参考文献：『調香師の手帖 香りの世界をさぐる』中村祥二
『<香り>はなぜ脳に効くのか アロマセラピーと先端医療』塩田清二



弊社取り扱いのお勧め
アットアロマ
月額 ¥16,721～
※24ヶ月ご契約の場合
<https://www.at-aroma.com/>

触覚

人は視覚だけで十分に対象の情報は得られるにもかかわらず、手で触れるといった行動を取りたくなりますよね。目で見ると指先で触った方が信頼できるということが、ドイツLMUの研究チームにより判明しており、**触れるということは、安心や信頼を求めることから起こる人の本能**なのだそうです。そんな本能（触覚）に作用するデザイン空間は、様々な人を安心感で包み込むような心地良さを与えてくれるのです。日本を代表するプロダクトデザイナーの深澤直人さんも、『人は彫刻のようなものに触れたいという願望があると思う』とご自身の経験から仰られています。



画像提供/一部テキスト提供元：『株式会社マルニ木工様』

あります。深澤直人氏とジャスパー・モリソン氏をデザイナーに迎えたMARUNI COLLECTIONは、「世界の定番」を目指し、デザイナーと技術者が真摯に向き合い、木の魅力を引き出すデザインと、職人による精緻なモノづくりを続けています。ショールームへ伺った際、何度も展示されている製品たちを撫でて留まっていたのですが、マルニ木工の方が「ほとんどの方が自然に撫でて、その手触りや座り心地で購入される」と教えてくれ、その時初めて自分が無意識に撫でて心地良さを感じていることに気づきました。”触覚が満たされる空間は留まりたくなる”ことを、身をもって体験した良い記憶です。

熟練した手仕事職人+手仕事のように機械を操る職人による、マルニの切削技術



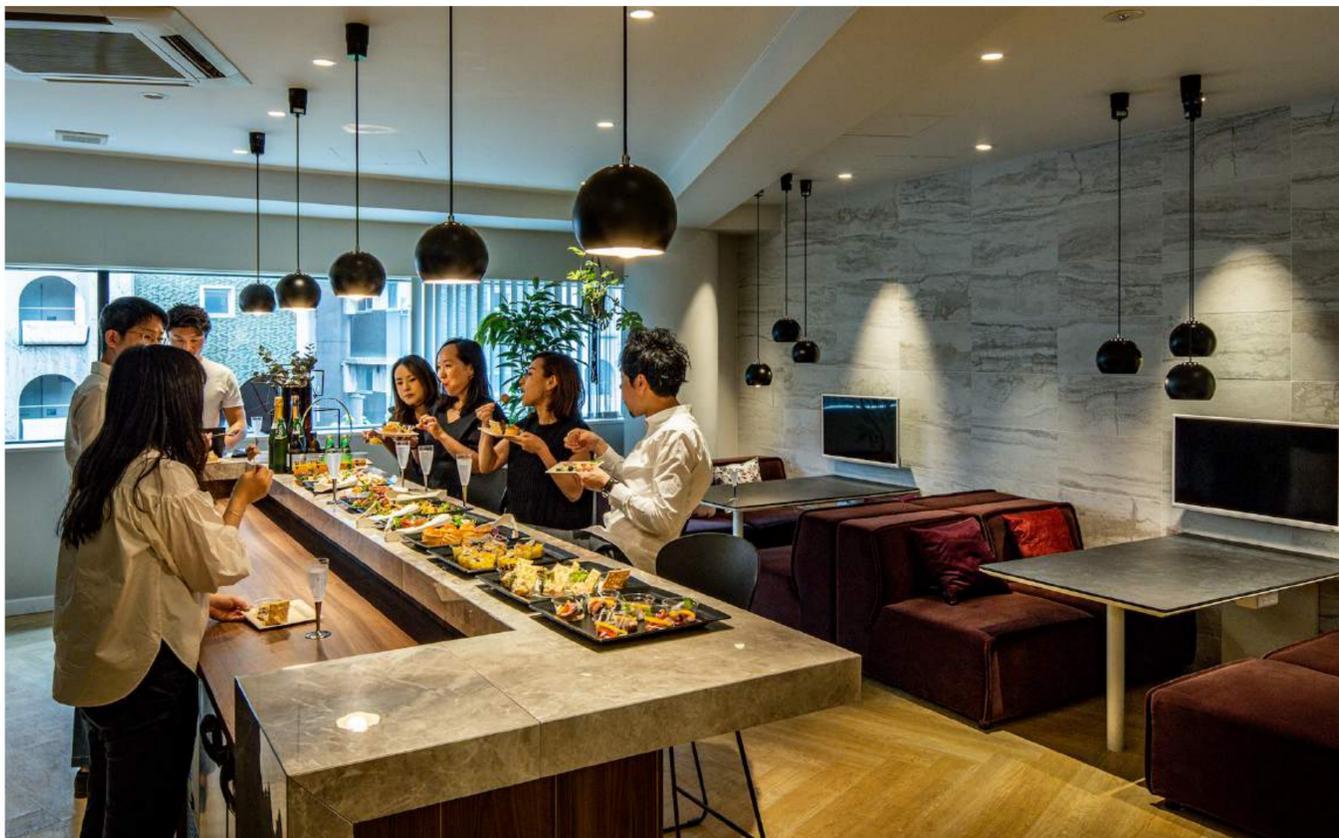
まさにこれが本能に作用するってことだ…！

例えば、「工芸の工業化」をモットーに、職人の手仕事と機械加工のバランスを追及し、90年以上木工家具をつくり続けている、日本を代表する木工家具メーカーの一つ、マルニ木工が

 HIROSHIMA	 Tako	弊社取り扱いのお勧め マルニ木工 月額 ¥3,448～(HIROSHIMA)/ ¥5,488～(Tako) ※24ヶ月ご契約の場合 https://www.maruni.com/jp/
--	---	--

味覚

「同じ釜の飯を食う」という言葉があります。人間は共食をする唯一の動物と言われており、食を共にすることで仲間意識が芽生えます。そんな食事の空間を大切に考え、オフィスにバーカウンターを設置しているBoConcept様にお話を聞きました。



BoConceptライブオフィスは「HYGGE(デンマーク語で居心地のいい時間や空間)」をテーマに企画しており、エントランス入ってすぐの位置にバーエリアがあります。

社内コミュニケーションのハブとなるような場所として機能しており、自社商品で居心地よくコーディネートされた空間では、月曜と木曜にはモーニングフルーツが提供され、コーヒーやペリエなどの飲み物も無料で飲むことができるなどの仕掛けもしています。この空間と行為の両方が機能することで、他部署の人と自然な会話が生まれ、リラックスして過ごせる社員のお気に入りの空間となっています。歓迎会なども行っており、自社の商品に囲ま

れた空間です。ごす時間は社員のエンゲージメントを高める機能を果たしています。また、ここに訪れる社外の方々は、驚きつつもワクワクした表情で見学されます。会社の中にこのような空間を作ることは広さ的に難しいことも多いかと思いますが、社員のエンゲージメントに与えるよい影響を実感し、実際に導入を決められたお客様も多いです。そして、かしこまった会議室でプレゼンするよりもカジュアルに話せるので、社外の方々との距離も縮まります。このように社内外問わず、バーエリアはコミュニケーションを活性化する重要な場所となっています。

食事の時間は必ず訪れるからこそ、その空間は大切に考えたいですね。またそれがお気に入りのインテリアの空間であったら、どんな楽しいひと時が待っているでしょう。

資料提供元：

『株式会社ボーコンセプト・ジャパン様』



ADELAIDE
カウンタースツール

弊社取り扱いのお勧め

BoConcept

月額 ¥4,220~/24ヶ月ご契約の場合

<https://www.boconcept.com/ja-jp/>

”複合的に五感アプローチされたデザイン空間は、 人の本能を満たして心地良さを高める”

今、このコロナ禍という状況から様々なことがリモート対応で溢れていますよね。
それは直で接することを避けるための打開策としてとても有効なのですが、
オンラインの場面はどうしても視覚・聴覚にどうしても偏ってしまいます。
なので、不足しがちな且つ直でしか感じることのできない嗅覚・触覚・味覚を体験することは、
より本能的に必要なとされていると、自分自身でもとても感じています。

実空間という場面においては、お客様方がより本能的に満たされ喜びを感じられるよう、
引き続き考えていきたいと、改めて思います。

subsclife