

昭和56年度《消費者のためのデザイン評価基準調査》報告

# デザイン評価—製品選択のためのガイド

—食器戸棚、カラーテレビ、35ミリ小型カメラ、まほうびん、来客用コーヒーセットのケーススタディー

## デザイン評価基準調査の概要

日本産業デザイン振興会では、通商産業省の委託により、昭和55年度に続いて《消費者のためのデザイン評価基準調査》を実施いたしました。

この調査は、生活により密着した製品を選択するための基礎資料を作成することを目的としたもので、特に56年度調査では、製品の心理的な側面に重点をおき、生活の中で身近な製品8品目を対象として実態調査をおこなっています。

どの製品を選ぶか（評価するか）は、最終的に消費者自身の眼で判断すべきことです。しかし店頭でのみばえや、単なる便利さのみを重視して製品を購入したとすれば、結果的には「使う喜び」「生活の喜び」などのより深い満足を得にくい製品を購入してしまうことになるでしょう。つまり一人一人の生活体験をいかしつつ、「自分にとって本当に価値がある製品とは何か」を考えていくことが、大切になると考えられます。

この小冊子は、56年度の調査結果をもとに、消費者各人が「自分自身でモノの価値」を発見し、それにもとづいて具体的な製品を選択していくためのガイドとして作成したものです。

ここに掲載しましたのは、①食器戸棚、②居間用カラーテレビ、③35ミリ小型カメラ、④まほうびん、⑤来客用コーヒーセットの5例にすぎませんが、この考え方を応用することにより、様々な製品を選択する際のガイドとして、活用できるものと思います。

●(財) 日本産業デザイン振興会

### 1 調査にみる主婦の製品評価

#### ① 昭和56年度《デザイン評価基準》調査

私達の生活の中でモノが果たしている役割をみると、単に便利であるというばかりでなく、「使うことの喜び」など、精神的な面も含まれているようです。いわば、製品の「物理的側面」と「精神的、心理的な側面」が一体となって「モノの価値」を形成し、私達に満足感をもたらす、と考えてよいと思います。

これまでの製品評価の方法は、安全性、性能、使い勝手など、モノの「物理的側面」を中心におこなわれてきたようです。しかし製品の総合的な評価をおこなうためには、モノの「精神的、心理的な側面」にも眼を向けていく必要があります。ここに紹介する昭和56年度《デザイン評価基準》調査は、製品の「精神的・心理的な側面」に重点をおいて調査を実施しています。具体的には私達の生活に身近な製品8品目を対象に、主婦（使い手側）とデザイナー（作り手側）の双方の評価を比較することで、主体性のあるモノ選びをしていくための一つの指標を作成しようとしたものです。以下、まずこの調査にみられる主婦（使い手側）の製品評価の傾向を紹介します。

#### ② 消費者の成熟

今回の調査を展望すると、主婦のモノに対する意識・感覚の著しい変化がうかがえます。具体的な例として、「食器戸棚」の調査データを見ると、「飽きがこなく永く楽しめるもの—81%」「自分なりの生活を楽しめるもの—35%」「使うことに喜びを感じるもの—37%」などの評価項目が、高い支持を得ています。

こうした結果からも、主婦は《自分なりの生活》という視点から、「使う喜びや、永く楽しめるもの」を求めている、言葉を換えれば、単なる便利さや色、形からくるイメージよりも、その製品が、「生活の中でどのような位置を占めるか」「どんな役割を果たすか」を基礎に、製品を評価しようと考えているようです。

#### ③ 製品評価の基本構造

この調査では、主婦とデザイナーの調査結果を統計的な手法を使って統合し、一つの評価モデル（評価の基本構造）を作成しています。

4ページの図は、このような方法で得た製品の評価モデルですが、このモデルにもとづいて、各評価項目の分散傾向をみますと、どの製品にも共通して求められる評価項目（以下「基本的な評価項目」とよびます）と、製品ごとあるいは消費者の生活感覚によって評価の異なる項目（「個別的な評価項目」といいます）と、大きく2区分できるようです。

この「基本的な評価項目」について、主婦（使い手）とデザイナー（作り手）の回答を比較してみますと、両者ともに共通する項目は、①品質の良さが感じられるもの ②使うことに喜びを感じるもの ③自分なりの生活を楽しめるもの ④シンプルなイメージ、の4項目。主婦の側の回答では、これに⑤新しい工夫が感じられるもの ⑥飽きがこなく永く楽しめるもの ⑦丈夫そうなもの、が加わり、一方デザイナーの側では、⑤新しい感覚をイメージできるもの ⑥ちょっと気どった生活を楽しめるもの ⑦親しみやすいイメージが追加されます。

作る側（デザイナー）は、生活の多様化に対応したバラエティーのある製品づくりを志向している



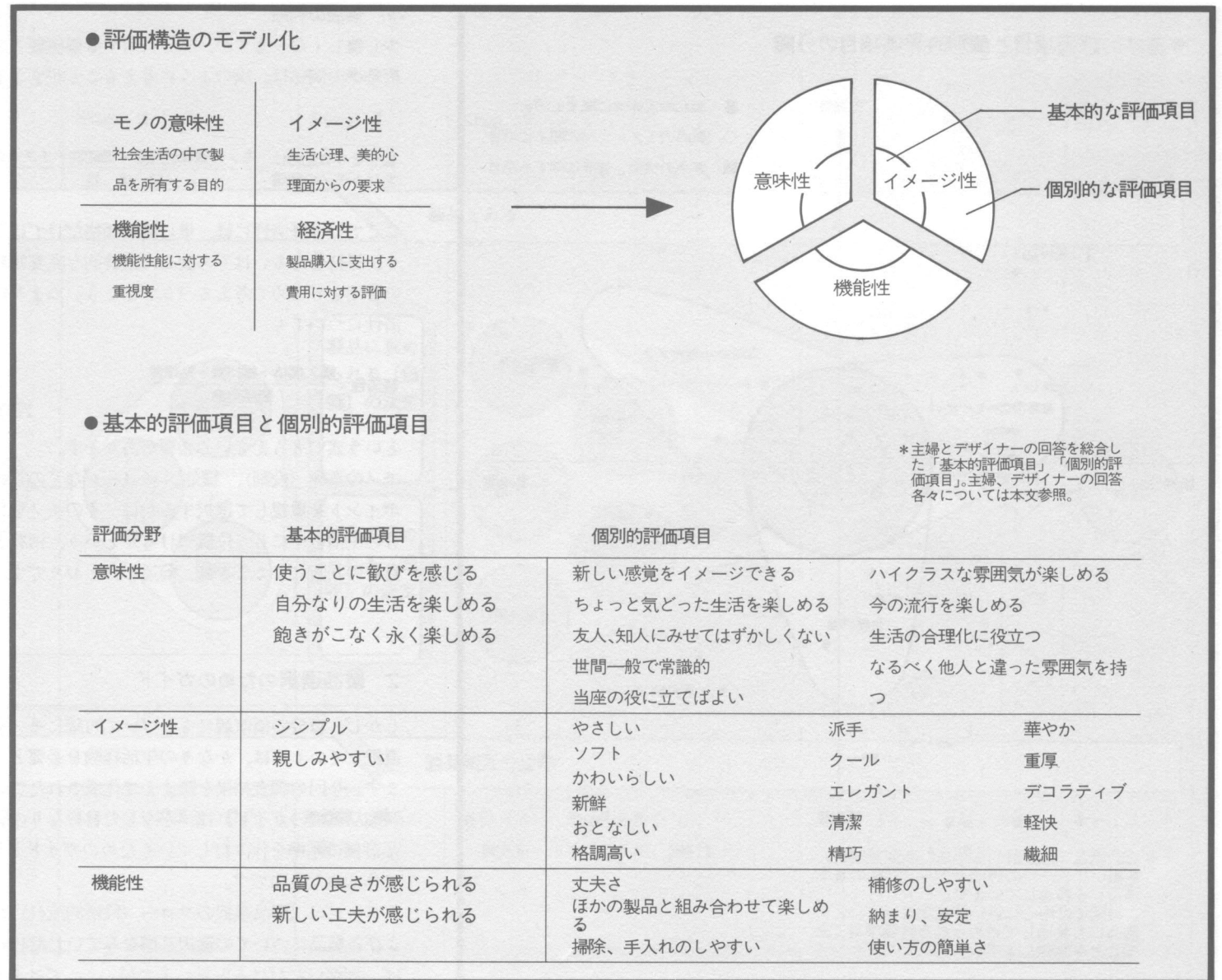
ようですが、使う側（主婦）は、モノの実利的な面を前提に、「何のために購入するのか」といった生活の中でのモノの役割を中心に考えていると要約できます。こんな点にも、主婦の側には、モノを見る《確かな眼》が育ってきた一面がみうけられるようです。

#### ④ 製品の「価値」を見つける

具体的な製品の選択にあたっては、この《確かな眼》をもって製品を選ぶこと、これにつきますようです。単なる便利商品や見栄えのよい商品ではなく、「使うことに喜びの感じられるもの」や「自分なりの生活を楽しめるもの」を選んでいくためには、今日以上に自分自身の《確かな眼》（評価基準）を育てていく必要があると思います。

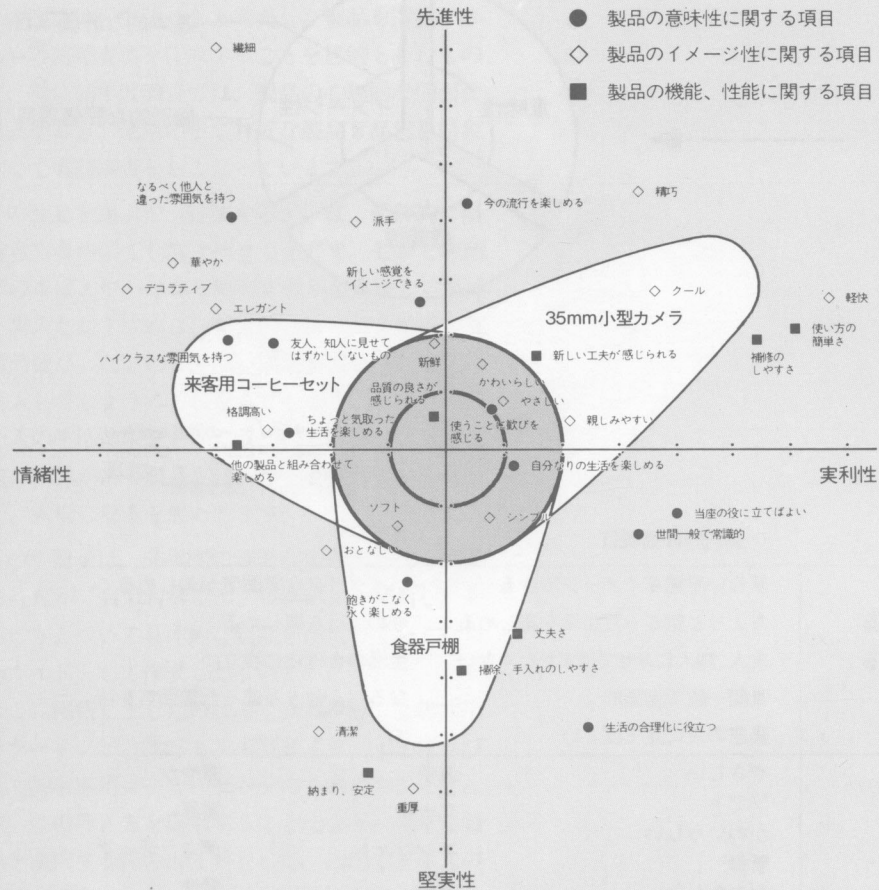
この調査では、モノに求められる評価項目を「基本的な評価項目」と「個別的な評価項目」とにわけてとらえていますが、生活を豊かにするモノを選択するためには、この「基本的な評価項目」をベースに、自分なりの生活感覚に合わせた「個別的な評価項目」を取り入れていくことが必要となります。

具体的に「食器戸棚」について、この関係をみますと、主婦は食器戸棚に求められる「基本的な評価項目」として「飽きがこなく、永く楽しめるもの」「生活の合理化に役立つもの」「使うことに喜びを感じられるもの」などをあげています。これが文字通り「基本」となるわけですが、これに「個別的な評価項目」と考えられる「ちょっと気どった生活を楽しめるもの」を加えるか、また「友人、知人にみせては恥ずかしくない」といったステイタス的な要素を加えるかは、消費者各人の価値観のあり方の問題といえましょう。



## 製品選択ガイドの提案

### ● 基本的評価項目と個別的评价項目の分離



\*この調査では統計的な手法(多変量解析)を用いて、一つの評価モデル(評価の基本構造)を作成しています。この図では中心に近い評価項目ほど、どの製品にも共通して求められる評価項目であることを意味します。

### ⑤ 価値の判断

少し難しくなりますが、モノに対する価値観と選択基準の関係は、次のように考えることができます。

$$\text{自分なりの生活におけるモノの価値} = \frac{\text{モノの意味(役割)・機能性・イメージ}}{\text{経済性}}$$

ここでいう経済性には、単に購入価格だけではなく、維持費あるいはその製品の最終的な廃棄処理の費用まで含めて考えるべきでしょう。つまり経済性についても

$$\text{経済性} = \frac{\text{購入価格} + \text{維持費} + \text{処理費}}{\text{製品寿命}}$$

という式でとらえていく必要があります。

モノの意味(役割)、機能、イメージなどのどのポイントを重視して選択するかは、そのモノを自分の生活の中にどう位置づけるかという、消費者自身の判断によることは、前述したとおりです。

## 2 製品選択のためのガイド

しかし、自分の価値観にもとづいて的確にモノを選択していくには、かなりの生活経験を必要とします。今回の調査結果を踏まえて作成されたこの《製品選択のガイド》は、そうした自分なりの製品評価の基準を作りだしていくためのガイドとして作られたものです。

5ページの《製品選択のフロー(段階的流れ)》および各製品についての選択基準をみていただければ、理解いただけると思いますが、ここではまず

製品の選択をおこなう前に、自分の家族構成、住居環境などを再確認することを提案しています。たとえば、「まほうびん」のような日常みながれた製品でも、小さなお子さんがいらっしやるかどうかで、容量や使い勝手(ここでは特に安全性)に対する評価が変わってきます。

次の段階として、自分なりの製品評価基準を考えるためのリストを提示しています。このリストは今回の調査結果からみられる評価のポイントを要約して掲載したのですが、この中から自分に合致した評価項目をみつけて(あるいは不足している項目を加えて)いくことで、「モノの役割は、イメージは、求められる機能、そしてサイズやタイプは…」と、《自分なりの評価基準》を作りあげていくことが、できると思います。

先の「まほうびん」の例でも、「生活の合理化に役立つもの」が、何も容量の大きなものだけとは限りません。自分なりの「使いこなし」を考えて、1lサイズのを2本求め使いわけることも、一つの合理化になると考えられます。つまりこの《自分なりの評価基準》を作りあげていくことは、消費者1人1人の生活を《デザイン》していくことでもあるのです。

モノの選択は、あくまで消費者の側に主体があります。この小冊子が、消費者の立場に立った製品選択基準確立へ向けての提案として役立つことができれば、幸いです。



●製品選択フロー

Step 1

Step 2

Step 3

Step 4

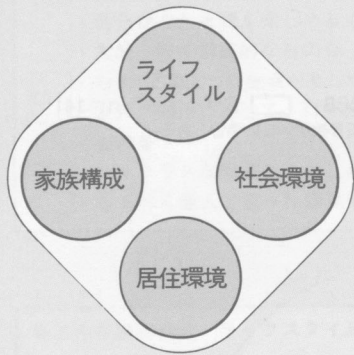
Step 5

Step 6

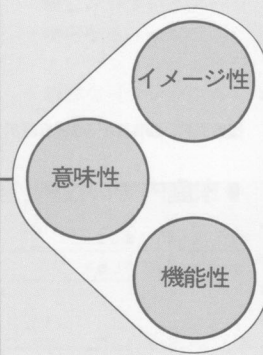
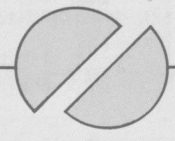
Step 7

生活をみる

製品をみる

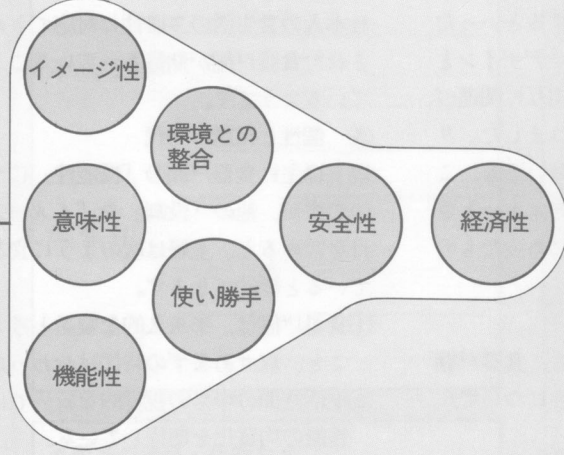


利用目的の検討



製品に求められる [価値] の決定

製品に求められる [機能] の決定



機種決定

確認

消費者自身による分析と判断

製品相互の比較

- 消費者自身によるライフスタイル分析
- 生活設計

- 情報収集と利用目的の検討

- 自分なりの価値の分析

- 価値と機能の発見

- 発見された価値を手掛かりに製品をトータルに比較、検討する

- 購入機種の決定

- ライフスタイル、価値の確認

## 食器戸棚のデザイン評価

### ① トータルデザイン

家庭内における「食器戸棚」の果たす役割は、どのように変わってきたでしょうか。

この食器戸棚に関しても、2DKの時代（昭和35～45年頃）と、3LDKの時代（昭和45年以後）では、その空間の広さや諸設備の性能や機能からみて、かなり質的な差がみられます。特に45年以降急速に進んだ住宅設備調度のシステム化は、厨房設備のユニット化を促し、やがてシステムキッチンの開発へと結びついていきます。これにつれて単体で物を作り、ユーザーに販売するといったセパレート方式は姿を消し、トータルデザインという思想のもとに、あらゆるモノを相互に関連づけて開発していくという方向が生まれました。リビングルームやダイニングルームにおいても、この傾向は強く表われ、今日ではコーディネートされた商品構成の中から、主婦の個性にあったものが選択され始めています。

### ② 品質重視

今回の《デザイン評価基準》調査から、食器戸棚に関する主婦の評価傾向（特に機能性について）をみておきましょう。

第一にあげられた評価項目は「品質(61%)」、次いで「堅牢、安定」に関する項目（57%、60%）となります。この回答傾向をみると、主婦は食器戸棚を、もはやその場限りの製品とは考えず、長い年月の使用に耐えうる耐久消費財として選択しようと考えていることがうかがえます。

また食器戸棚と他の家具との「組み合わせ」についても30%と相対的に高い支持をうけています。ここには今後の生活のあり方に対する一つの指針が表われているように思われますが、この「組み合わせ

せ」という評価基準の中には、コーディネート（視覚的な統一）を図るという解釈のほかに、同質のものを補充していくことも含まれているはずで、これら《品質、組み合わせ、堅牢、安定》といった評価項目では、作り手であるデザイナーと主婦の回答傾向が一致しており、一つの的確な方向性がうかがえますが、主婦だけが「新工夫」という項目を評価しているのは、どう解釈すべきでしょうか。これは単純に思いつき程度のアイデアをさすものではなく、和・洋・中華が混在している日本人の食生活の多様性に対応できるように工夫された食器戸棚が期待されていることを、意味しているようです。

### ③ 個性と格調の時代

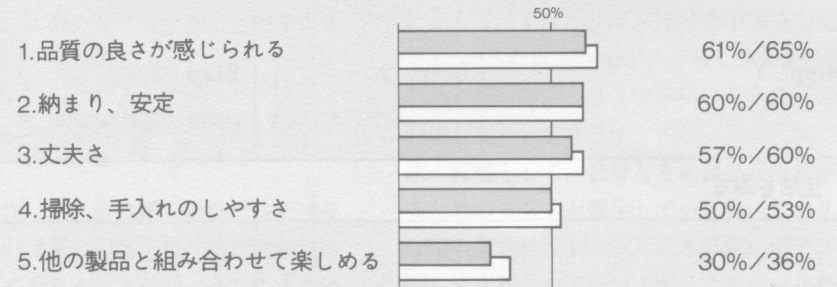
以上は主に食器戸棚の「機能性」についてみたのですが、他の「役割」や「イメージ」の評価項目を含めると、主婦は次のように食器戸棚を考えていると要約できます。

- ①食器戸棚は、半永久的な製品と考えられていること、取りあえずの時代はおわった。
- ②生活空間の中での視覚的な統一ではなく、品質性能の均質化を期待している。
- ③個性と格調の時代を背景に、食器戸棚など生活の場に浸透しているものほど、オーソドックスなイメージが求められる。

これらのポイントは、製品開発の課題であると同時に主婦が新しい食器戸棚を考えていくための、指標ともなりえましょう。

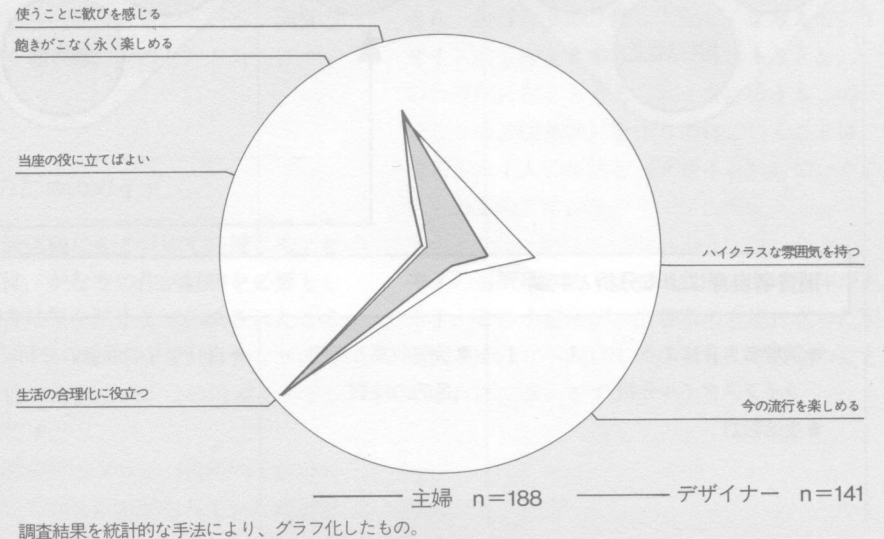
住宅環境の改善にともなって、ダイニングキッチンの充実が進み、そこで使用される設備、機器にも、多様化への対応と品質の向上が、今日以上に求められてきているようです。

### ●使い手側(主婦)と作り手側(デザイナー)の製品評価差異



■ 主婦 n=188 □ デザイナー n=141  
複数回答。8項目から3項目選択であるが、主婦側の回答は選択項目数が少ない場合もある。

### ●家庭内での役割(意味性)に関する評価





# 食器戸棚、あなたはどうか選択しますか？

下記の項目を参考にしながら、あなた自身の評価基準を完成させて下さい。

1.どんな商品が必要ですか。

●どんな役割を期待していますか

- ・飽きがこなく、永く楽しめるものを。
- ・生活の合理化に役立つものを
- ・使うことに喜びが感じられるものを
- ・自分なりの生活を楽しめるものを
- ・世間一般で常識的なものを
- ・ちょっと気どった生活を楽しめるものを
- ・友人、知人にみせて、はずかしくないものを
- ・ハイクラスな雰囲気を楽しめるものを
- ・なるべく他人と違った雰囲気のもの

●どんな家族構成・ライフスタイルですか

- ・ご家族は何人ですか
- ・小さなお子さんがいらっしゃいますか
- ・来客の多い方ですか
- ・食生活のバリエーションが多いほうですか
- ・一戸建て住宅ですか
- ・マンション、団地等の集合住宅ですか
- ・台所と居間は連続していますか (DK、LDKタイプですか)

2.どこにポイントをおきますか。

●どんなイメージを望みますか

- ・シンプルなイメージ
- ・清潔なイメージ
- ・格調高いイメージ
- ・どっしりしたイメージ
- ・親しみやすいイメージ
- ・精巧なイメージ
- ・エレガントなイメージ
- ・新鮮な(フレッシュ)なイメージ

●どんな機能を重視しますか

- ・品質の良さが感じられるもの
- ・納まりや安定が良さそうなもの
- ・丈夫そうなもの
- ・掃除や手入れのしやすそうなもの
- ・他の製品と組み合わせても、楽しめるようなもの
- ・新しい工夫が感じられるもの

3.あなたの「製品選択基準」を完成させて下さい。

●選択のポイント

役割は……

イメージは…

機能は……

●製品の価格・仕様など

価格……

サイズ……

タイプ……

その他……

4.こんな点を具体的にチェックして下さい。

- ・場所への納まり、安定性をチェックして下さい
- ・他の設備と関連させて使用する場合、サイズ、扉の開閉等を検討して下さい。
- ・部屋のイメージや周囲の家具・設備との調和を考えて下さい
- ・使い勝手を細かくチェックして下さい。
- ・掃除や手入れのしやすさをチェックして下さい
- ・衛生面の問題をチェックして下さい
- ・部品の追加注門等ができるかをチェックして下さい

## 居間用カラーテレビのデザイン評価

### ① 個人所有の時代

テレビの普及率は、複数所持を計算に入れると、100%を大幅に超し、すでに一家に一台の時代から、個人所有の時代に入っています。

今回の《デザイン評価基準》調査では、調査対象を「居間用カラーテレビ」に限定していますが、ここでの所有率もすでに97%、ただし「生活にとって必要な商品」とは考えない人が10%程度いることがわかりました。このことは、従来一家団らんの中心的存在であったカラーテレビが、この中心の座から徐々に外れてきていることを意味しているようです。

### ② 大きな評価差異

このカラーテレビについて、主婦とデザイナーの回答を比較すると、今回の調査対象8品目のうち、最も大きな差異がみられました。

たとえば「意味性」に関する評価項目について、デザイナーの回答が主婦のそれを大きく上回る項目をあげると、「新しい感覚をイメージできるもの—主婦9%対デザイナー53%（以下同様）」。「友人・知人に見せては恥ずかしくないもの—6%対31%」「ちょっと気どった生活を楽しめるもの—6%対20%」。一方主婦の回答がデザイナーを上回るものは、「世間一般で常識的なもの—37%対22%」といった具合です。

これらの回答を要約して考えると、主婦は、カラーテレビに対し、「常識的で飽きがこなく、自分なりの生活が楽しめるもの」「シンプルな形でしかも重厚感があり、格調の高い家具的価値のあるもの」を求めているのに対し、デザイナー側は、「従来と異った新しい工夫」や「他の機器との組み合わせ」を重視しているという傾向がみられます。こ

こでは、なぜこのような大きな差異が表われたかその原因をさぐってみましょう。

### ③ 技術革新とテレビ

一般的にいて、この差異はデザイナーと主婦の技術革新に対する認識の差といえるようです。

エレクトロニクス関連の商品は、技術革新による変化が著しくみられますが、特にカラーテレビについても、数年前からの音声多重放送の開始、VTRの普及、そしてさらに今後は、文字多重放送の実用化も間近かと考えられています。こうした技術発展の動向を踏まえ、テレビの役割の変化をみると、従来のように画の出る身近な娯楽提供機器から、新しい情報提供機器としてのあり方が模索されはじめた、そんな時期にさしかかっているといえましょう。

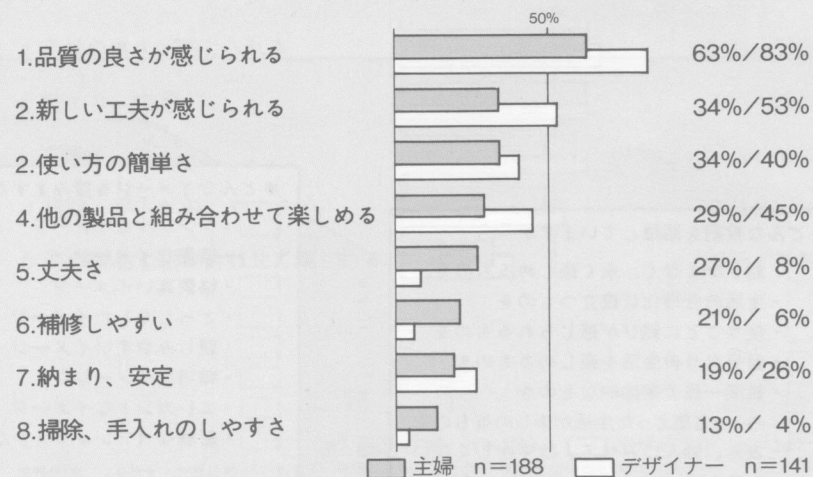
デザイナーの意識の中には、多分にこれらの新しい時代のカラーテレビの役割とその情報機器としてのあり方がイメージされているのに対して、一般的な主婦の場合、技術革新の知識が乏しいため、テレビに対する期待も従来のテレビの延長線上で考えられている、と推察できます。

この差は、専門家と非専門家の立場の差として、ある意味で当然とも言えるわけですが、新しいものを次々と生みだすことが、消費者の混乱を招く要因となっているのも、また事実です。

今後は「新しいこと」を簡単にセールスポイントとして、商品のみを先行させるのではなく、技術の変化によって商品がどう変わったかを消費者によく説明し、理解を求めるといふ努力が必要とされましょう。

またそれが、製品を作る側の責任といって良いと思います。

### ●使い手側(主婦)と作り手側(デザイナー)の製品評価差異



### ●家庭内での役割(意味性)に関する評価

使うことに喜びを感じる  
飽きがこなく永く楽しめる

当座役に立てばよい

生活の合理化に役立つ

ハイクラスな雰囲気を持つ

今の流行を楽しめる

主婦 n=188      デザイナー n=141

調査結果を統計的な手法により、グラフ化したもの。



# 居間用カラーテレビ、あなたはどう選択しますか？

下記の項目を参考にしながら、あなた自身の評価基準を完成させて下さい。

## 1.どんな商品が必要ですか。

### ●どんな役割を期待していますか

- ・自分なりの生活を楽しめるものを
- ・世間一般で常識的なものを
- ・飽きがこなく永く楽しめるものを
- ・使うことに喜びを感じるものを
- ・ハイクラスな雰囲気を感じられるものを
- ・生活の合理化に役立つものを
- ・新しい感覚をイメージできるものを

### ●どんな家族構成、ライフスタイルですか

- ・ご家族は何人ですか
- ・小さなお子さんがいらっしゃいますか
- ・ご両親と同居なさっていますか
- ・来客の多いほうですか
- ・台所と居間は連続していますか（DK、LDKタイプですか）
- ・居間（リビングルーム）には、機器を収納するゆとりがありますか

## 2.どこにポイントをおきますか。

### ●どんなイメージを望みますか

- ・シンプルなイメージ
- ・精巧なイメージ
- ・どっしりしたイメージ
- ・格調高いイメージ
- ・親しみやすいイメージ
- ・新鮮なイメージ

### ●どんな機能を重視しますか

- ・品質の良さが感じられるもの
- ・簡単に使えそうな感じのもの
- ・ほかの製品と組み合わせても楽しめそうなもの
- ・丈夫そうなもの
- ・補修しやすいもの
- ・掃除や手入れのしやすいもの

## 3.あなたの「製品選択基準」を完成させて下さい。

### ●選択のポイント

役割は……

---



---

イメージは…

---



---

機能は……

---



---

### ●製品の価格・仕様など

価格は……

---

サイズ……

---

タイプ……

---

その他……

---



---

## 4.こんな点を具体的にチェックして下さい。

- ・使い勝手を細かくチェックして下さい。
- ・新しい機能が加えられた材種では、特にその使い方をチェックして下さい。
- ・場所への納まり、安定性をチェックして下さい。
- ・部屋のイメージや周囲の家具等との調和を考えて下さい。
- ・アフターサービス体制・保証の有無、年限等を確認して下さい。

## 35ミリ小型カメラのデザイン評価

### ① 努力の結晶

少し古いデータですが、昭和52年度のわが国のカメラの生産台数は927万台、金額にして2480億円にもなります（輸出は70%強にあたる652万台）。

このあと、わが国のカメラの生産量はさらに飛躍的な発展を迎えることになるのですが、このようなカメラ産業伸展の基礎は、メーカー各社が、休みなくその質の改良を図るとともに、その時代の要求に対応した製品を開発し続けてきたことによります。周辺におこったさまざまな新しい社会現象や、考え方を「整理し、記録する機械」としての働きを、「生活の中ではなくてはならない道具」へと定着させる努力を続けてきた、その努力の結晶といって良いでしょう。

かつて、「ドイツのカメラは、軽いという点では日本製に勝っている」といわれたものでしたが、今やわが国のカメラは、軽量化の点でも世界をリードすることに成功しています。使う人の手を通じて、心に通う軽い重量感とサイズ、物と人間との対話を求めつづける日本人の物作りの心は、カメラを使う人の身体の一部として、その機能を十分に果たしてくれるものにまで高めてきたといえましょう。

こうした動向を背景に、従来「男のもの」と考えられてきたカメラにも、女性のユーザーがかなり増加しています。

### ② 使いやすさがポイント

今回の《デザイン評価基準》調査から、主婦の評価傾向をみておきましょう。この35ミリ小型カメラについては、使用経験が少ないせいも、主婦の回答もそれほど明快とはいえない一面もありますが、やはり作り手側とは異なる評価ポイントが指

摘されています。

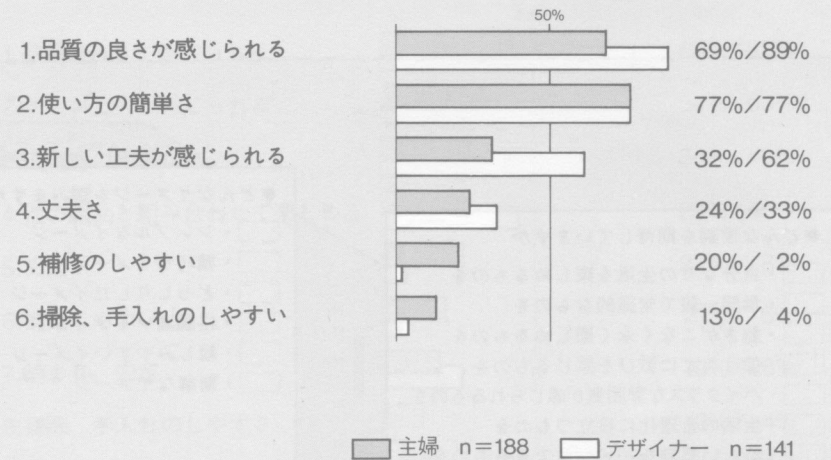
まず主婦の側もデザイナー（作り手側）も、「堅牢」という点では一致しています。カメラは精密機械の一つであるためか、「こわれる」ということに対しては、かなり厳しい見方がみられます。写ることの必須条件とともに、「精度と品質」は欠かせない要求と理解すべきでしょう。

今回の調査結果で特に興味を引く点は、主婦の側はあくまでも「操作性」の点で、絶対的な数値をあげている点です。これは主婦にとって、カメラは「写してもらうもの」ではなく、「写すもの」になったことを意味していると思われます。したがって簡単に使えることが前提条件、ややこしいデータあわせやレンズ交換などのオプションの交換は、主婦の考える機能的条件の中に入っていない、とみるべきでしょう。

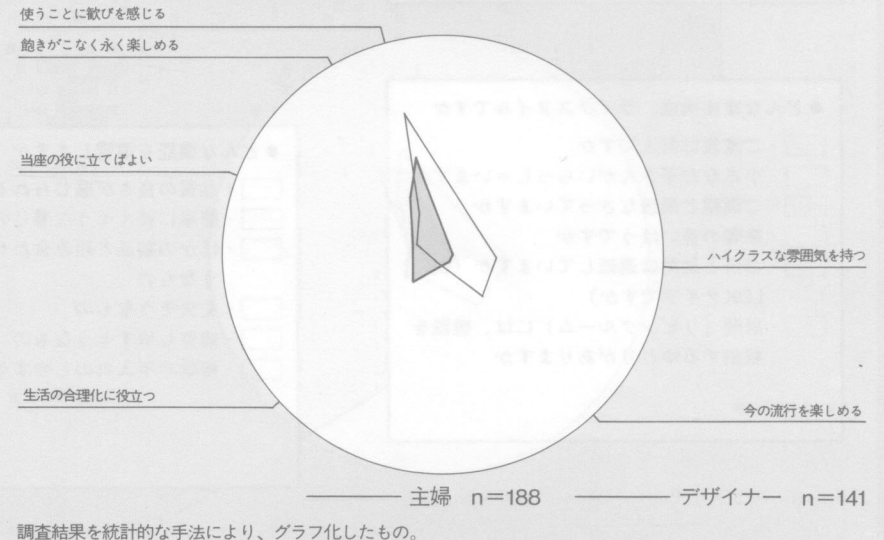
### ③ 親しさの時代

以上、35ミリ小型カメラに求められる「機能性」についての評価傾向をみましたが、カメラのもつ生活での役割あるいはイメージ面での評価を合わせ考えると、主婦は「とにかく簡単に写せるもの、しかもそのカメラを持つことで、他人から別の評価をされることを期待している」と推察できるようです。こうした評価傾向をみると35ミリ小型カメラは、何とんでも「親しみ」が第一の時代になったといえましょう。何の抵抗もなく手にすることのできるものが、生活の中での「美」の条件、そしてメカっぽいクールさが魅力の一つであり、軽快な印象はスポーティーライフへとつながっていく。小型カメラがもたらす自分の生活をリフレッシュしてくれる新鮮なイメージは、今日の生活の中で、重要な要素の一つとなっているようです。

### ● 使い手側(主婦)と作り手側(デザイナー)の製品評価差異



### ● 家庭内での役割(意味性)に関する評価



調査結果を統計的な手法により、グラフ化したもの。



# 35ミリ小型カメラ、あなたはどうか選択しますか？

下記の項目を参考にしながら、あなた自身の評価基準を完成させて下さい。

1. どんな商品が必要ですか。

● どのような役割を期待していますか

- ・自分なりの生活が楽しめるものを
- ・使うことに喜びを感じるものを
- ・飽きがこなく永く楽しめるものを
- ・世間一般で常識的なものを
- ・当座の役に立てばよいものを
- ・新しい感覚をイメージできるもの

● どのような家族構成、ライフスタイルですか

- ・ご家族は何人ですか
- ・お子さんはいらっしゃいますか
- ・特別な趣味、習いごとなどをおこなっていますか
- ・屋外スポーツに興味がありますか

2. どこにポイントをおきますか。

● どのようなイメージを望みますか

- ・精巧なイメージ
- ・親しみやすいイメージ
- ・シンプルなイメージ
- ・軽快なイメージ
- ・クールなイメージ
- ・新鮮なイメージ

● どのような機能を重視しますか

- ・簡単に使えそうなもの
- ・品質の良さが感じられるもの
- ・新しい工夫が感じられるもの
- ・丈夫そうなもの
- ・補修のしやすそうなもの

3. あなたの「製品選択基準」を完成させて下さい。

● 選択のポイント

役割は……

イメージは……

機能は……

● 製品の価格・仕様など

価格……

サイズ……

タイプ……

その他……

4. こんな点を具体的にチェックして下さい。

- ・使い勝手を細かくチェックして下さい。
- ・持ちはこびに便利かどうかチェックして下さい。
- ・新しい機能が加えられた機種では、特にその使い方をチェックして下さい。
- ・オプション部品を含めた発展のさせ方を考えて下さい。
- ・アフターサービス体制、保証の有無、年限等を確認して下さい。

## まほうびん(ジャー・ポット)のデザイン評価

### ① 便利さの追求

今日までのまほうびんの歩みは、モノとしての便利さを追求することに向けられてきたといえるようです。内蔵ポンプによる使いやすさや注ぎ口位置の問題、あるいは安全性、衛生面などが工夫され、改善されてきましたし、また最近のヒーター内蔵ジャーポットなどの出現もあって、消費者の求める「合理化」に、充分対応できるものへと育ててきました。別の見方をすれば、便利さの集約化が今日のまほうびんの姿であるともいえます。しかしこれらの姿は、家事行動の省力化に対する「合理化のイメージ」としては充分魅力的であるものの、消費者の暮らし、あるいは使い方に対して、真に役立つかどうか、その評価が未消化のままに提供されてきたという一面も、考えられるようです。

### ② 使いこなしを図る

今回の《デザイン評価基準》調査結果をみると、主婦はまほうびんに対し、「機能性、実利性」を求めていると要約できます。たとえば「生活の合理化に役立つもの」や「飽きがこなく永く使えるもの」あるいは「品質の良さ」が第一にあげられていることから、この傾向は充分読みとれます。この結果を単純にみれば、現在の製品以上の要求が主婦の側にはない、とも受けとめられます。しかし、他の評価項目との関連を前提にして調査結果をみると、主婦はまほうびんに対しても、「自分達の暮らしにどのように役立つのか」といった、「使いこなし」を考えて評価をおこなっていると推察できるようです。

たとえば、「生活の合理化に役立つもの」という評価項目ひとつをとって見ても、「使いこなし」とい

う一種の価値判断が加わると、今までのように「保温ができる」「注ぎやすい」などの機能性の向上だけでは充分とは言えません。主婦が食事中、あるいはティータイムの時間だけの保温効果があれば良いと考えたなら、何も容量が大きく保温効果のすぐれたまほうびんでなくともよいはず。逆にそれが「生活の合理化に役立つもの」となりうる場合も充分考えられましょう。また家事行為の省力化を求めているなら、それなりに別の機能が求められるはず。

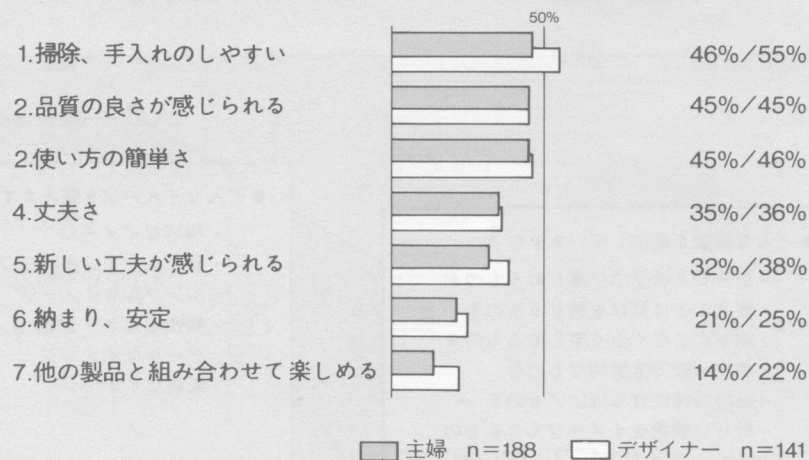
### ③ シンプルで清潔なもの

「飽きがこなくて永く使えるもの」というやや抽象的な評価項目についても、前述のような「どうまほうびんを使いこなすか」が判断の前提となっています。

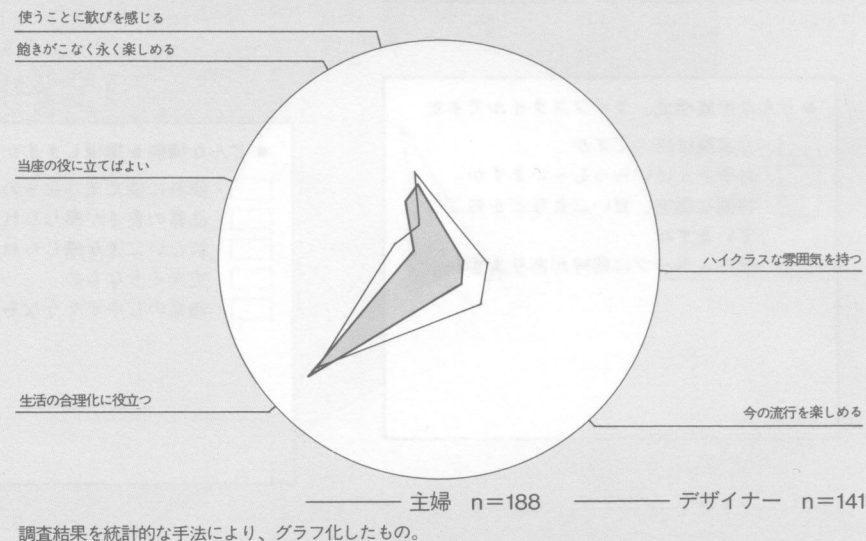
流行やファッション性には左右されず、自分自身の感覚にフィットしたものを求め、一度購入し、使い始めたなら、飽きたからといって簡単には買い替えない。したがって、まほうびんは「シンプルなもの」「清楚なもの」で良い。これは主婦の「無駄」に対する意識の変化と受けとめられます。自分にとっての「価値」を厳しくチェックし、自分の感覚にマッチしないものには、決して「価値」を認めなくなった、といっても過言ではないと思われれます。

このように主婦は、相対的に価格の低いまほうびんに対しても、自分の暮らしに合わせて、求められる要素、要因を分析し組み合わせ、最良のものを選択しようとしている、と要約できるようです。

### ● 使い手側(主婦)と作り手側(デザイナー)の製品評価差異



### ● 家庭内での役割(意味性)に関する評価



# まほうびん、あなたはどう選択しますか？

下記の項目を参考にしながら、あなた自身の評価基準を完成させて下さい。

## 1.どんな商品が必要ですか。

### ●どんな役割を期待していますか

- ・生活の合理化に役立つものを
- ・飽きがなく永く楽しめるものを
- ・使うことに喜びを感じるものを
- ・世間一般で常識的なものを
- ・自分なりの生活を楽しめるものを
- ・新しい感覚をイメージできるものを
- ・ちょっと気どった生活を楽しめるものを
- ・今日の流行を楽しめるものを
- ・当座の役に立てばよいものを

### ●どんな家族構成、ライフスタイルですか

- ・ご家族は何人ですか
- ・小さなお子さんがいらっしゃいますか
- ・ご両親と同居なさっていますか
- ・来客の多い方ですか
- ・ティータイムにご近所の方をおまねきすることが多いですか
- ・家族そろって食事をなさいますか
- ・台所と居間は連続していますか (DK、LDKタイプですか)

## 2.どこにポイントをおきますか。

### ●どんなイメージを望みますか

- ・シンプルなイメージ
- ・清潔なイメージ
- ・親しみやすいイメージ
- ・エレガントなイメージ
- ・どっしりしたイメージ
- ・やさしいイメージ
- ・かわいらしいイメージ
- ・新鮮なイメージ

### ●どんな機能を重視しますか

- ・掃除や手入れのしやすいもの
- ・簡単に使いそうなもの
- ・品質の良さが感じられるもの
- ・丈夫そうなもの
- ・新しい工夫が感じられるもの
- ・納まりや安定の良さそうなもの
- ・ほかの製品と組み合わせても楽しめるもの

## 3.あなたの「製品選択基準」を完成させて下さい。

### ●選択のポイント

役割は……

---



---

イメージは……

---



---

機能は……

---



---

### ●製品の価格・仕様など

価格………

---



---

サイズ………

---



---

タイプ………

---



---

その他………

---



---

## 4.こんな点を具体的にチェックして下さい。

- ・使い勝手を細かくチェックして下さい (特にお湯の入った状態を考慮して)
- ・衛生面の問題をチェックして下さい。
- ・部屋の雰囲気、周囲の家具、食卓用品などの調和を考慮して下さい。
- ・収納場所を検討して下さい
- ・内瓶を破損した場合など追加注文ができるかどうか、確認して下さい。



## 来客用コーヒーセットのデザイン評価

### ① 他人の眼から自分の眼へ

「来客用コーヒーセット」の選択のされ方の変化をみると、以前は「来客のため、接待のため」の道具として、多少とも見栄えのするものが求められていたようです。ところが今日では、使用者各人の意識や感覚に対してフィットするかしないかが、大きな評価のポイントとなってきました。今回実施した《デザイン評価基準》調査でも、こうした「他人の眼」から「自分の眼」への変化が、充分うかがえます。

### ② 自分なりの判断基準で選ぶ

今回の調査から、主婦の「来客用コーヒーセット」についての評価傾向をみると《格調が高く、使う喜びが感じられ、しかも品質が良く、長く使えて飽きのこないもの》と要約できそうです。

この評価傾向を、「意味性」（モノが生活の中でどのような役割を果たしたらよいか）の項目について詳しくみると、主婦の評価は、①「飽きがなくて長く楽しめるもの…52%」、②「ちょっと気どった生活を楽しめるもの…51%」、③「ハイクラスな雰囲気が楽しめるもの…46%」、④「使うことに喜びを感じるもの…42%」（複数回答）の順になっています。全体的に情緒的な要素が強く求められているようですが、この上位にあげられた評価項目の関連をみると、主婦は自分なりの判断基準をもち、モノの情緒性を評価しようとしていると考えられます。

一方この《デザイン評価基準》調査では、モノを作る側の意見として、デザイナーからの回答を求めています。このデザイナー側の回答をみると、①「ハイクラスな雰囲気が楽しめるもの…64%」①「友人、知人に見せてもはずかしくないもの…64%」

③「ちょっと気どった生活を楽しめるもの…62%」

④「使うことに喜びを感じるもの…41%」（複数回答）となっています。

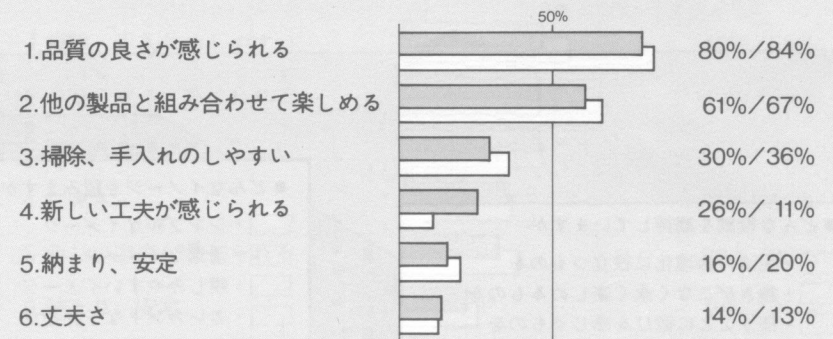
ここでは、主婦側が第一位に支持した「飽きがなくて……」が第4位、逆に64%のデザイナーがあげている「友人・知人にみせて……」は、主婦の回答では31%と相対的に低くなっていることに注目してみたいと思います。「本音」の部分では主婦の側にも「他人とのちがいが」あるいは「見栄え」的なニュアンスがないとは言いきれませんが、デザイナーの回答は、やはり少しずれているようです。

### ③ 価値の発見

以上のように主婦とデザイナーの評価傾向を比較すると、主婦は自分自身の情緒的判断を前提に、オーソドックスなもの、調和のとれたものを志向しているのに対し、デザイナー側は、まずステータス性（ハイクラス志向など）をベースに、趣味・嗜好の多様化に対応しようとしている、と要約できます。この調査にみる限りでは、主婦の方がかえって専門家であるはずのデザイナーよりも、「モノの本質」を捉えているようにも思われます。

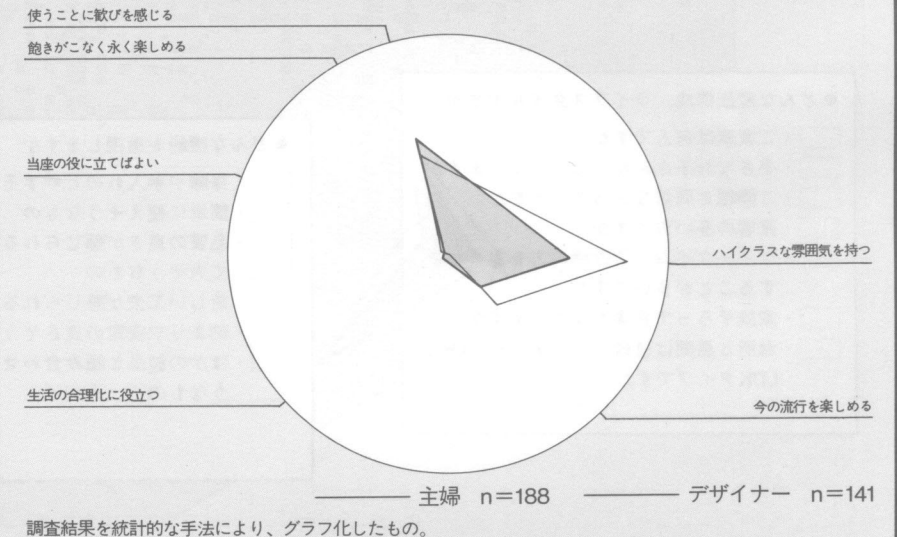
「来客用コーヒーセット」は、生活の中に、《くつろぎ、ゆとり、楽しさ、うるおい》をもたらすもの。したがって今後の課題としては、デザイナー側には、表面的なイメージの差別化ではなく、「飽きがなくて長く楽しめるもの」という意見に代表されるような、信頼性の高い商品づくりが求められますし、一方主婦の側には自分の趣味・感覚に信頼をおいて、積極的に商品を選択していくという姿勢が望まれているようです。

### ●使い手側(主婦)と作り手側(デザイナー)の製品評価差異



■ 主婦 n=188 □ デザイナー n=141

### ●家庭内での役割(意味性)に関する評価



# 来客用コーヒーセット、あなたはどう選択しますか？

下記の項目を参考にしながら、あなた自身の評価基準を完成させて下さい。

1.どんな商品が必要ですか。

2.どこにポイントをおきますか。

3.あなたの「製品選択基準」を完成させて下さい。

4.こんな点を具体的にチェックして下さい。

●どんな役割を期待していますか

- ・飽きがこなく永く楽しめるものを
- ・ちょっと気どった生活が楽しめるものを
- ・ハイクラスな雰囲気が感じられるものを
- ・使うことに飲びが感じられるものを
- ・友人、知人にみせては恥ずかしいものを
- ・自分なりの生活を楽しめるものを
- ・なるべく他人と違った雰囲気のもの
- ・新しい感覚がイメージできるものを

●どんな家族構成、ライフスタイルですか

- ・ご家族は何人ですか
- ・お子さんはいらっしゃいますか
- ・来客の多い方ですか
- ・ティータイムにご近所の方をおまねきすることが多いですか
- ・手づくり料理、お菓子づくりを楽しむほうですか
- ・キッチンには大切な食器を収納する場所がありますか

●どんなイメージを望みますか

- ・シンプルなイメージ
- ・格調高いイメージ
- ・清潔なイメージ
- ・エレガントなイメージ
- ・華やかなイメージ
- ・おとなしいイメージ
- ・かわいらしいイメージ
- ・親しみやすいイメージ

●どんな機能を重視しますか

- ・品質の良さが感じられるもの
- ・ほかの製品と組み合わせても楽しめるようなもの
- ・掃除や手入れのしやすそうなもの
- ・納まりや安定が良さそうなもの
- ・新しい工夫が感じられるもの

●選択のポイント

役割は……

イメージは…

機能は……

●製品の価格・仕様など

価格………

サイズ………

タイプ………

その他………

- ・使い勝手を細かくチェックして下さい。
- ・衛生面の問題をチェックして下さい。
- ・部屋の雰囲気周囲の家具、食卓用品などとの調和を考えて下さい。
- ・収納場所を検討して下さい。
- ・破損した場合など、追加注問ができるかどうかを確認して下さい



