

# 「重さ」のデザイン研究

## Study of 'Weight' Design

■ 江坂 由莉 Yuri Esaka  
愛知県立芸術大学大学院 望月未来研究室  
Aichi University of the Arts

■ キーワード：プロダクトデザイン、重量感、素材

### はじめに

我々は日常生活の中で様々なものに触れ、その重さを感じながら生活している。その重さはさまざまな印象をもたらす。

本研究の目的は、ものの重さに対する多角的な分析を通し、人々が重さに対して感じる印象を再確認し顕在化させることである。その顕在化させた要素を可視化することで、人々がものの重さに対して持つ印象をデザインの選択肢の新しい指標の一つとして提示する。

### 1. 重さに対する認識

工業デザイナーの秋岡芳夫は、漆器産地で使いやすいとされている汁椀の重さと、瀬戸物屋で売っている飯椀の重さ、そして伊万里地方で焼いたそば猪口の重さを計測して比較した。その結果、手に慣れる器の重さは地域や時代が変わっても変わらず、「ぼくらの手には、器の目方に共通した感覚があるらしい」と述べている。(秋岡芳夫『食器の買い方選び方』、1987年、p.76)

秋岡の指摘するように、ものにはそれぞれ適した重さ、心地よいと感じる重さが存在する。その一方で、日常にストレスなく使えれば、どっしりと重量感のあるものにエネルギーやあたたかさ、時には高級感を感じるということもある。

ものにはそれぞれ適した重さが存在する中でも、その適した重さを超えた重量感のあるものを好んで使う人々もいることに本研究は注目する。

### 1.2. 現代における軽重感の認識

現在、技術の発展や利便性、合理性の追求において軽量化が進んでいる。軽量化は我々の生活の中での負担を減らし、使い勝手がよく、歓迎されることが多い。また生産過程においても、効率的に量産するために原料や運送のコストの面でも重いとデメリットがある。このような背景から、重量はネガティブに捉われてしまうことも多い。製品においてその重さにこのような背景をもつものが存在する一方で、重い製品を好む人々を考えると、ものの重さには利便性だけではない様々な可能性があるのではないかと考えた。

### 2. 2022年度の研究

2022年度の研究では、様々な資料を基に重さにまつわる要素を考察することを目的として、リサーチを中心に行う。リサーチ方法としては、ヒアリングによるイメージ調査と関連資料の調査の2つを行った。

### 3. ヒアリングによるイメージ調査

第三者のイメージから、重さに対する人々の認識を明らかにすることを目的として調査を行う。ヒアリングの方法としては、2022年4月から12月にかけて自然な会話の中から重さにまつわる発言を選出し記録を行った。

### 3.1. ヒアリングの分類化

ヒアリングの結果を、それぞれ近いと感じられたものごとに分類する。

分類の種類としては、重さを認識する重要な要因が、先行事例として既に確立しているもの、実証されているものがベースにある「事実がもととなる要素」、重さを認識する重要な要因が、イメージや感情などがベースにある「感覚的な要素」の二種類に分類した。

更に、感覚的な要素を細分化し、「周囲や他社からもたらされた影響」と「自分自身の感情や思い入れからもたらされた影響」の二つに分類した。

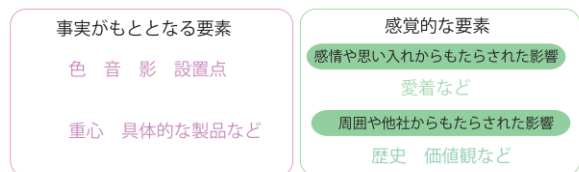


図1 重さの認識の分類

#### 4. 事実がもととなる要素

事実がもととなる要素は、先行事例として既に確立しているもの、実証されているものがある。

具体例は以下のようなものがある。

##### ・色

ヒアリングの一例として「黒いものは重く感じる。」がある。

これは先行事例で証明されており、重さの印象は明度に関係し、高明度の色は軽く見え、低明度の色は重く感じられる。

##### ・重心

ヒアリングの一例として「鞆を取手のひもの部分で持つよりも、ボディの部分を持ち上げた方が軽く感じる。」がある。

質量は同じでも重心の位置で重さの感じ方が変わることが先行研究によって明らかにされている。

##### ・音

ヒアリングの一例として「ものが割れた時、鈍い音がすると割れたものは重いと思う。高い音は軽いものが割れたと思う。」「水の中にものを投げた時に音が大きいと投げたものは重いと感じる。」がある。

重さによっておこる音の大きさや高さを認識していることによって重さを知覚している。

##### ・影や接地面

ヒアリングの一例として「べたっとした接地面よりも、立ち上がりに空間があるものは軽く感じる。」「影が濃いものは重いイメージがある。」がある。

重心が低ければ倒れにくく安定する事実のような、ものの存在のあり方を認識していることによって重さを知覚している。

##### ・重さを表す象徴的なもの

ヒアリングの具体例として、「綿毛は軽そう。」「岩は重そう。」がある。一般的に共通した重さを認識している具体的な製品や物質を見て重さを知覚している。

#### 5. 感覚的な要素

感覚的な要素は、イメージや感情などがベースにある。感じ方に個人差はあるが、普遍的基準はある。

##### 5.1 周囲や他社からもたらされた影響

一般的なイメージや認識の影響で起こる重さである。製品がもともと持つイメージ、概念、歴史に関係するものなどがある。

具体例は以下のようなものがある。

##### ・重さが持つ抽象的なイメージ

ヒアリングの一例として「重いもの、重さがあると感じるものにエネルギーを感じる。」「軽いものを触ると儂さを感じる。」「薄く軽いものにスタイリッシュさを感じる。」がある。

重さの持つ衝撃があっても動じない強さや音の大きさなどの具体的な現象がエネルギーという言葉と結びついている。また、重さの現象と対比した軽さの印象が儂さやスタイリッ

ュさに結び付く。

##### ・高級感

ヒアリングの一例として「素材をたっぷり使っている重さ、空間を贅沢に使っている、高級感のある空間に重さはあるように思う。」がある。高級感というイメージから重さを連想している。

##### ・古さ

ヒアリングの一例として「重いもの、古い家にある製品を連想する。」「重いものを持った時、今っぽくないというか、なつかしさ、思い出、記憶、ノスタルジックなイメージをもつ。」がある。時代背景や歴史の重み、積み重ねを重さと結びつけている。

また、ヒアリングの一例として「重いものは伝統を感じ、価値を感じる。」がある。その製品がもともと持つイメージも大きく関わるが、歴史、伝統を価値と結びつけ、重さに繋がっている。

#### 5.2. 自分自身の感情や思い入れからもたらされる影響

安心感や愛情などが心因的な重さに繋がるものである。

具体例は以下のようなものがある。

##### ・安心感、不安感

ヒアリングの一例として「軽いお皿はこころもとないと感じる。」「勢いよく注ぐものを入れる容器はなるべく厚さがあり重量感のあるものを使う。」がある。重さの倒れない安心感が利便性に繋がっている。

また、ヒアリングの一例として「ハンドルが軽すぎる車は怖い。車体の重さも軽すぎると安全性が気になる。」「自転車も軽すぎるのが怖い。」がある。手頃な重さを極度に過ぎると不安感が生まれることがわかった。

##### ・高級感、価値

ヒアリングの一例として「価値が高いアクセサリは重いと感じる。」がある。実際の重さではなく、感覚や気持ちの問題から重さを感じている。個人な思い入れの要素が強い。

#### 6. その他ヒアリング結果

分類はしなかったが、重さが表現できる場面や表現、効果について参考になるヒアリングをまとめた。

具体例は以下のようなものがある。

##### ・ジュエリーにおける重さの認識

ヒアリングの一例として「ジュエリーなどは、重さを重視する人があまりおらず、装飾性やデザインを気に入れば重さを気にしない。」がある。

##### ・慣れ

ヒアリングの一例として「重いと最初思っていたものも慣れて気にしなくなる。」「重さを気にしたことがない。」がある。利便性に極端な害がない場合、長くその重さに触れていると重さを感じなくなる。

##### ・予測との不一致

ヒアリングの一例として「重そうなのに軽くて驚いた。」がある。視覚情報の先入観や、知識、経験のイメージの予測から起こる。この時、人は製品を実際に持つ前に重さを判断している。

#### ・言葉の言い回し

言葉の巧みな言いまわしとして重さが使われることがある。

ヒアリングの一例として「軽率な人を軽いと言う。」「愛情などを重さで言い表すときがある。」「香りに対して重い、軽いという表現を使う。」「こってりとしたものを食べた後に胃が重いと言うときがある。」「重いという言葉に真面目や責任、軽いという言葉に手軽さや軽率さをイメージする。」がある。

#### ・筋力

ヒアリングの一例として「若い時は重さを気にしなかったけど、今は軽いものしか使いたくない。」がある。筋力の衰えて重さの認識が変わる。

#### ・運ぶときの重さ

ヒアリングの一例として「旅行のバックが重いのは嫌い。快適に歩けない。」がある。移動するときに持ち歩くものや運搬影響する重さは利便性に直結しイメージは結びつかないことが分かった。

### 7. ヒアリング調査からの考察

ヒアリング調査により、重さのイメージは一つに捉えられることができず、様々な要因と複合的に絡み合っていることを改めて認識することができた。

また、分類で大まかな要素は把握することはできたが、重さの要素はいまだ漠然としているため、次はヒアリングの内容を分析し、それぞれの要素の共通点を見つけていく。

### 8. 既製品の調査

重さから人々が感じるイメージを効果的に利用した事例を調査した。特徴的な既製品を二点取り上げる。

#### 8.1. 金属製のクレジットカード

従来のプラスチック製のカードと差別化を図るため、素材と重さの重量感を持たせた金属製のクレジットカードがある。クレジットカードを利用した際に得られる充実したサービスとランクの高い特別感を重さと素材で表している。存在感や実在感、強い高級感を感じる。また、会計の場でカードを受け取った際に持ち主のステイタスを表すことができる。



#### 図2 金属製のクレジットカード

#### 8.2. 重い毛布

一般的な毛布の重さよりも約3倍～4倍の重さがある毛布がある。手で持つと重たいが、体にかけてると体全体に分散され心地よい重みになる。重い毛布の総量は約5.5kgと約7.0kgの二種類があり、好みの重さを選ぶことができる。

使用感には個人差があるが、安心感がありリラックスできるという意見が多く見られる。毛布の重みによる包まれたような安心感が心地よさに繋がっていると考えられる。

また、重量により布団が体に密着するため、保温性が高くなり、あたたかく感じやすくなる。



図3 重い毛布

#### 8.3. 既製品の調査の考察

商品事例を調査することにより、重さをもつ印象は実際の重さと効果的に結びつくことが改めて分かった。

また、効果的な組み合わせるとともにその効果に適したアイテム選びが非常に重要であることが分かった。

#### 9. 今後の展望

一年次ではヒアリングと文献調査を行い、重さに対する人々の認識を調査し、整理してまとめた。

二年次では分類したヒアリングを更に分析し、それぞれの要因の共通点を見つける。見つけた共通点を組み合わせる。重さにアプローチした効果的な組み合わせを見つけ、製品として提示していく方針である。

#### 参考文献

- ・秋岡芳夫、『暮らしのためのデザイン』、株式会社新潮社、1979年
- ・秋岡芳夫、『食器の買い方選び方』、株式会社新潮社、1987年
- ・フランチェスカ・ピアゼトン、『美しい筆跡 手書きへの賛歌』、株式会社みすず書房、2020年
- ・鞍田崇、『民藝のインティマシー 「いとおしさ」をデザインす

る』、明治大学出版会、2015年

・内田繁、『普通のデザイン 日常に宿る美のかたち』、工作舎、2007年

・ラグジュアリーカード|金属製クレジットカード LUXURY CARD

<<https://www.luxurycard.co.jp/>> (2023/1/29 アクセス)

・ニトリネット【公式】 重い毛布(7.0 kg) シングル(N グリップ 7.0kgiLGY)

<nitori<https://www.nitorinet.jp/ec/product/7585331s/> net.jp > (2023/1/29 アクセス)