

目的: 本研究は、室内意匠の多様化の背景を居住者の社会心理的側面に着目して分析・考察することを目的としている。本報告に先立つ一戸建て住宅と集合住宅の実態調査では、リビングルームのインテリアは、①革張、②布張クラシック、③布張モダン、④イス・ソファーなしの4つに大きく類型化でき、この類型と、住宅属性や、年収・職業・趣味などの居住者属性には対応関係がみられることが明らかになった。そこで本年は、こういった対応関係が生み出される背景には、住宅雑誌やTV番組などを通して伝達されるインテリア情報の影響が大きいのではないかと考え、この点について調べてみた。

方法: インテリア情報の分析は、①住まいの設計など雑誌5種に掲載された近年実際に建築された住まいの事例100例、②京都大阪を中心とする住宅展示場のモデルハウス63例、③TVの住宅紹介番組43例を対象にリビングルームの写真やインテリアメントに関する情報などを収集整理した。

結果: リビングルームのインテリアをイス・ソファーの張地と様式を基準にして傾向をみると、上記の資料においても先に述べた4類型に大別できる。また、革張や布張クラシックは布張モダンやイス・ソファーなしに比べて延床面積が相対的に高く、高級イメージと結び付いている。この結果から革張や布張クラシックのインテリアには、住宅雑誌や住宅展示場、TV番組などを通して伝達されるインテリア情報によってステータスやライフスタイルのシンボルとしてのイメージが形成されているのではないかと考えられる。

本研究は平成2年度文部省科学研究費の補助を受けた研究の一部であることを付記する。