

# 研究班番号【26】 幸せな空間づくり

家庭科班:福永 麻亜矢、塩坂 友季、深浦 穂美

## 要約

コロナ禍の自宅でのじかんをより良いものにするために北欧の「ヒュッグ」という言葉に着目し、日本人にとっての「幸せ」とは何かを追求するためのアンケートを実施した。その結果日本の昭和頃の住宅の特徴に似ていることがわかった。北欧の「ほっこり、まったり」というニュアンスで用いられている「ヒュッグ」という言葉を日本人の感性に沿って定義していくことが必要だと思った。

## 1. はじめに

コロナ禍で「おうち時間」や「リモートワーク」という言葉が生まれたように、現代の人々は家で過ごす時間が増加している。そこで、家での時間をより良いものにするのが幸せな生活を送るために大切なことであると考えた。そして、幸せな空間を実現するために必要なことはなにかに興味を持ち、研究を始めた。

## 2. 研究手法

75期の生徒122名に2つの観点から調査を行った。

《調査1》ヒュッグについて

- ①「ヒュッグ」という言葉自体の認知度について
- ②「ヒュッグ」という言葉の意味を理解しているか
- ...

《調査2》リラックスできる空間に必要な要素について

- ①普段暮らしていて落ち着く照明の色、植物の有無、壁の素材、床の素材について
- ②最もリラックスできる場所について
- ...

## 3. 結果

《実験1》

ヒュッグという言葉自体の認知度は回答が得られた122人のうち6割程度だった。しかし「ヒュッグ」という言葉自体に加え、意味まで理解している人は全体の4割にも満たなかった。

《実験2》

2つのアンケートの結果より、家が幸せだと感じる人が多く、その家の内装の特徴は約100年前の昭和初期頃の、木造で畳の部屋ある都市部の住宅の特徴に帰納する事がわかった。



表 世界幸福度ランキング(2021)

## 4. 考察

北欧ではヒュッグに対する意識が高いため、世界幸福度ランキングの結果から見ても、「幸せな空間」を実現できており、それが幸福度の高さに繋がっているのではないだろうか。

コロナ禍で家にいる時間が増えたものの、家にいることで幸せを感じる事ができるはずの日本人の幸福度は北欧に比べて劣っていることがわかっている。日本での「ヒュッグ」という言葉に対する意識が上れば、日本人の大多

数が憩いの場としている家を、より「幸せな空間」にできると考える。また、日本人にとっての幸せな空間は昭和頃の民家の特徴に帰納するため、日本独自の「ヒュッグ」に代わるものを確立していく必要があると思う。

## 5. 結論

私達はこの研究を通して、ヒュッグという言葉が地域に根づいている北欧の国々では幸福度も高くなっているということから、ヒュッグの意味の理解度と幸福度との間には相関関係があるのではないかと考えた。日本人のヒュッグという言葉に対する意識が上れば、幸福度も上がり、多くの人が憩いの場、リラックスできる幸せな場所としている家でより幸せ

を感じるようになると思う。

また、日本人にとっての幸せな空間、リラックスできる空間の特徴は、昭和頃の民家の特徴と重なる部分が多いので、北欧とは違った、新しい日本独自の「ヒュッゲ」に代わる言葉確立をすることでより幸せな空間づくりができると思います。

## 6. 参考文献ならびに参考Webページ

<https://sukemitsu.co.jp/tatami/know/history.html>

<https://worldhappiness.report/ed/2021/>