

# 製品への愛着を形成するデザイン戦略

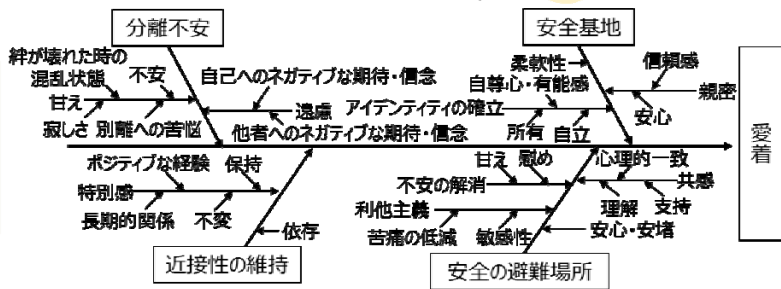
## 研究背景・目的

我々は、特定のモノに対して「愛着がある」と表現することがある  
愛着があるモノは、高い**心理的な価値**がある



## 愛着の4機能

- 近接性の維持** : 近接性を探し維持しようとする傾向
- 安全な避難場所** : 安心を得ようとする傾向
- 分離苦悩** : 分離に対して抵抗し、苦悩する傾向
- 安全基地** : 安心感から探索行動が活発になる傾向



愛着の特徴をプロダクトにデザインプロセスの中で埋め込む戦略を検討

心理学領域における愛着の原義に基づき、ユーザのモノに対する「愛着」形成を促すデザイン戦略を提案し、実際にユーザに適用したとき確かに「愛着」が促されるかどうかを検証する

## 研究の流れ

### 1. 「愛着」の客観的な評価手法の確立

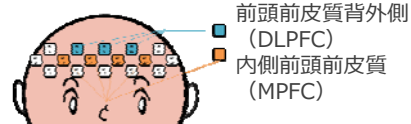
愛着に関する10の指標を用いて主観評価

愛着の機能	項目
近接性の維持	思い出、依存
安全な避難場所	安心感、共感
分離苦悩	遠慮、混乱
安全基地	所有、親密さ、有能感、自立

ランダムに選出された30個のアイテム画像を提示



計測した生理反応と主観評価を比較



- DLPFCとMPFCにおけるOxy-Hb濃度長変化量の増大
  - 指尖容積脈波の振幅減少
- 「愛着」の程度を検出する客観的指標として有効である可能性が示唆

### 2. 「愛着」を埋め込むデザイン戦略の提案

愛着を形成するデザイン戦略の要件

- 不安/寂しさ/苦悩  
・消耗や紛失による対象との別離に不安、寂しさ、苦悩を誘発  
⇒D)分離想起
- ポジティブな経験  
対象との間で起こった出来事や記録を促す  
⇒A)思い出作り



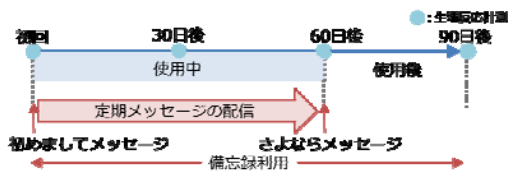
- 親密/信頼感/不安の解消/安心/安堵  
スキンシップやアイコンタクトにより形成される (武田ら, 2003)  
⇒C)皮膚接触や注視の誘発
- 感性/柔軟性  
ユーザの行動や気持ちの変化に対応  
⇒B)経年的変化への対応

スマートフォンアプリとしてデザイン要件を実装



### 3. デザイン戦略の有効性の検証(実験的検証)

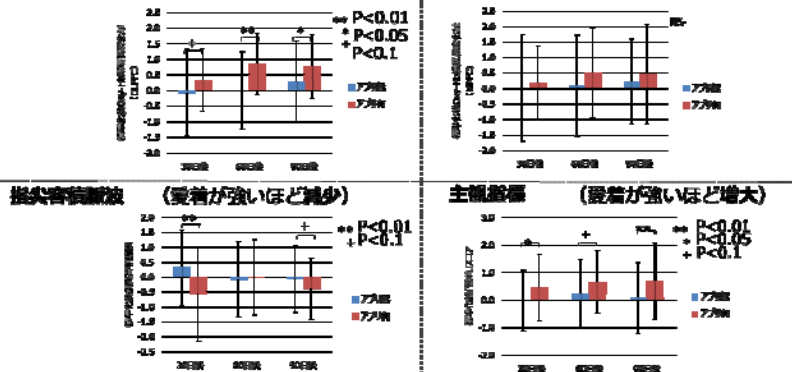
- 情報提供アプリを使用しない群とする群に実験参加者を選別
- 定期的な生理反応計測により愛着を持つかどうかを群ごとに検討 (初回、30日後、60日後、90日後)



## 検証実験結果

初回計測から30日置きに各指標の群ごとの平均を算出し、比較

脳血液量変化: DLPFC (愛着が強いほど増大) 脳血液量変化: MPFC (愛着が強いほど増大)



## 結論

「愛着」形成を促すデザイン戦略



愛着の4機能を軸とした戦略により、ユーザに長きに渡って心理的な価値を与えるプロダクトの創出に繋がる