



<b>コト</b>	駐車場へ入る。車で移動する。歩く。
<b>スペース</b>	駐車している車の後ろに高さのある山を作り、車が見えないようになっている。
<b>効果(精神・身体)</b>	これから何があるんだろうという期待感をもたらす。



<b>コト</b>	駐車をする。
<b>スペース</b>	周りを木々で囲むことで、これから先に何があるか分からない状態で駐車する空間となっている。
<b>効果(精神・身体)</b>	さらに期待感が上がる。



<b>コト</b>	ゆったりとした坂を上る。
<b>スペース</b>	坂を上るにつれて壁と目線の高さが同じになり、周りの風景が見えてくる。
<b>効果(精神・身体)</b>	徐々に周りの風景が見えてくるため期待感とともに心も開けてくる。





# SMELL MUSEUM

— 香り・ミュージアム —

A19AB005 石黒七彩

●アプローチ 2（屋外アプローチ）



コト	建物に向かって歩く。休憩をする。
スペース	人工海や広場により一度心を落ち着かせる空間となっている。
効果(精神・身体)	心が安らぐ。休憩をすることができる。

●アプローチ 3（建築のアプローチ）



コト	坂を上る。受付に向かう。
スペース	右側のガラスから光が入り明るい空間。坂を上るにつれて人工海が目線と同じ高さになる。
効果(精神・身体)	右側から光が入っていくが、左側のコンクリートの壁により少し緊張感が出る。

●アプローチ 4（建築のアプローチ）



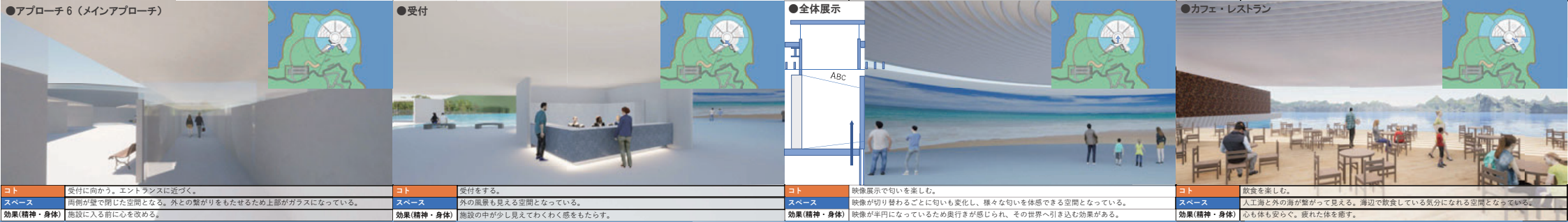
コト	坂を上る。受付に向かう。
スペース	右側のガラスから光が入り明るい空間。坂を上るにつれて人工海が目線と同じ高さになる。
効果(精神・身体)	右側から光が入っていくが、左側のコンクリートの壁により少し緊張感が出る。

●アプローチ 5（屋外エントランスホール）

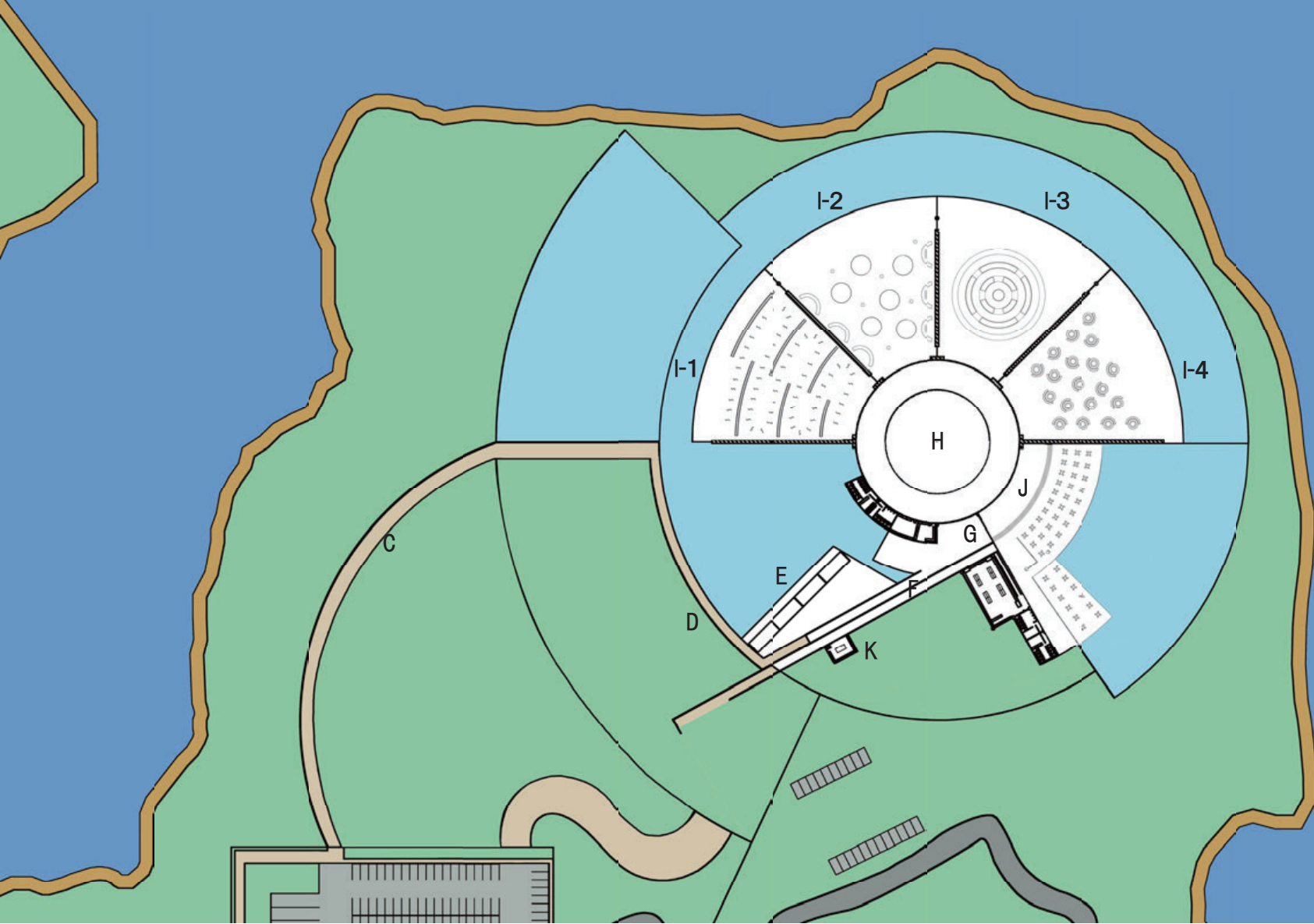


コト	ゲートを通る。
スペース	ゲートをくぐると気持ちがリセットされる空間になっている。
効果(精神・身体)	人口水面の太陽光の映りがゲートの天井と壁に写され、うつろいある環境と出会い心が洗われる。





## ●周囲環境配置平面図



A	前面道路
B	駐車場
C	屋外アプローチ
D	建築のアプローチ
E	屋外エントランスホール
F	メインアプローチ
G	展示会場エントランスホール
H	中央総合展示空間
I-1	HEARING×SMELL
I-2	VISION×SMELL
I-3	TOUCH×SMELL
I-4	TASTE×SMELL
J	レストラン
K	SHOP



●SHOP

施設から出た景色

●掃りアプローチ

●出口

コト	出口へ向かう。SHOPへ入る。	コト	駐車場へ向かう。施設から出る。	コト	駐車場へ向かう。	コト	外に出る。
スペース	外からの光が少し漏れて徐々に明るい空間へ変わる。	スペース	施設から出て見晴らしの良い空間となっている。開けた空間。	スペース	木々に囲まれて穏やかな気持ちになる空間となっている。	スペース	行きとは違い、奥の山々が見えて開けた空間となっている。
効果(精神・身体)	SHOPがあることで気持ちがまた明るくなる。	効果(精神・身体)	のどかな気持ちになる。明るい気持ちになれる。明るい未来が広がって見える。	効果(精神・身体)	穏やかな気持ちになる。気持ちよく帰ることができる。	効果(精神・身体)	心をリフレッシュして帰ることができる。

## ●展示空間イメージ (HEARING×SMELL)

HEARING × SMELL

ゾーン名

A	B	C	D	E
雨	森	滝	川	海

各ゾーンイメージ

雨

森

滝

川

海

匂いの付いた布に沿って歩く。色が濃くなるにつれて匂いは強くなる。仕切りの壁からはその匂いの音やその匂いが存在する場所の音が出て、「聴覚 × 匂い」の空間を楽しむ。

コト	聴覚 × 匂いの空間を体感する。
スペース	進むにつれて匂いと音が変わり、「音と匂い」の世界を楽しめる空間となっている。
効果(精神・身体)	自ら動いて匂いと出会う楽しさを感じる。音と匂いに癒される。

## ●展示空間イメージ (TOUCH×SMELL)

TOUCH × SMELL

ゾーン名

A	B	C	D	E	F
木	雨	土	川	滝	竹

各ゾーンイメージ

木

雨

土

川

滝

竹

## ●展示空間イメージ (VISION×SMELL)

VISION × SMELL

ゾーン名

A	B	C	D
竹	花	雨	木

各ゾーンイメージ

竹

花

雨

木

実物を用いたり視覚的に寄せたりしてそのものの匂いを見て楽しむ。とどまる空間と歩く空間に分け、 中では匂いに囲まれた中で少し休憩もできるように机と椅子がある。

コト	視覚 × 匂いの空間を体感する。
スペース	視覚的に実物に寄せ、歩くだけではなく匂いに包まれた中で休憩をすることもできる。
効果(精神・身体)	周りを見渡してもその匂いしがなく、人目にも気にせずリラックスできる効果がある。

## ●展示空間イメージ (TASTE×SMELL)

TASTE × SMELL

ゾーン名

A	B	C	D	E
竹	木	花	実	コーヒー

各ゾーンイメージ

竹

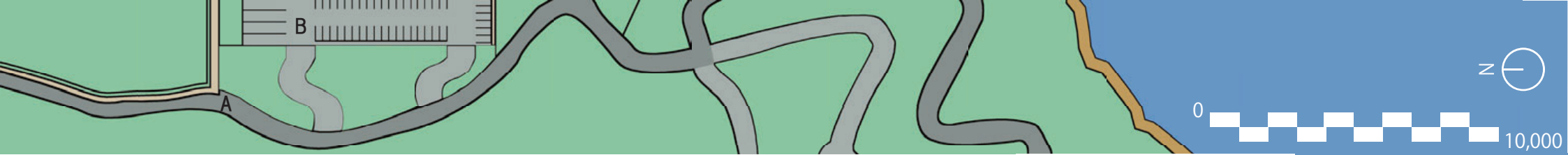
木

花

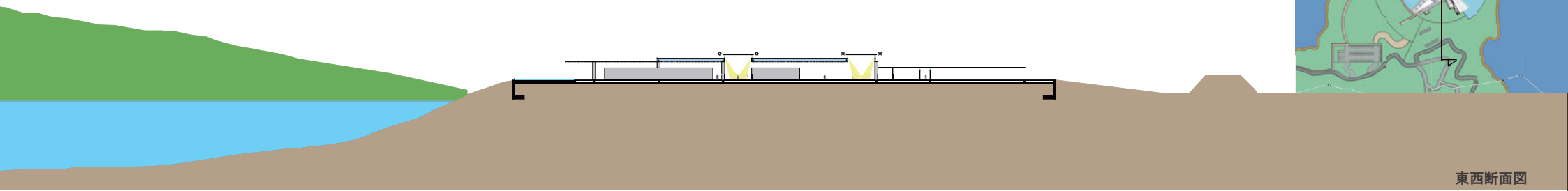
実

コーヒー

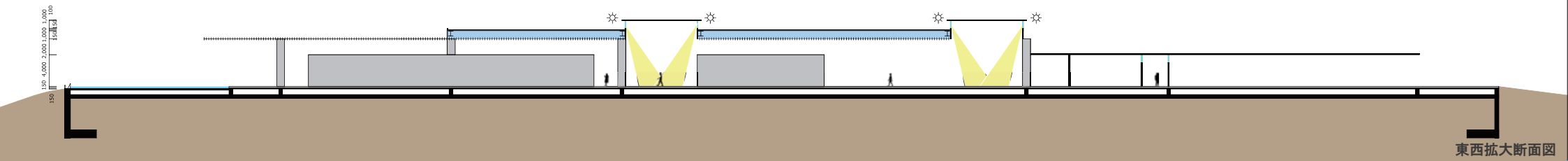
通路



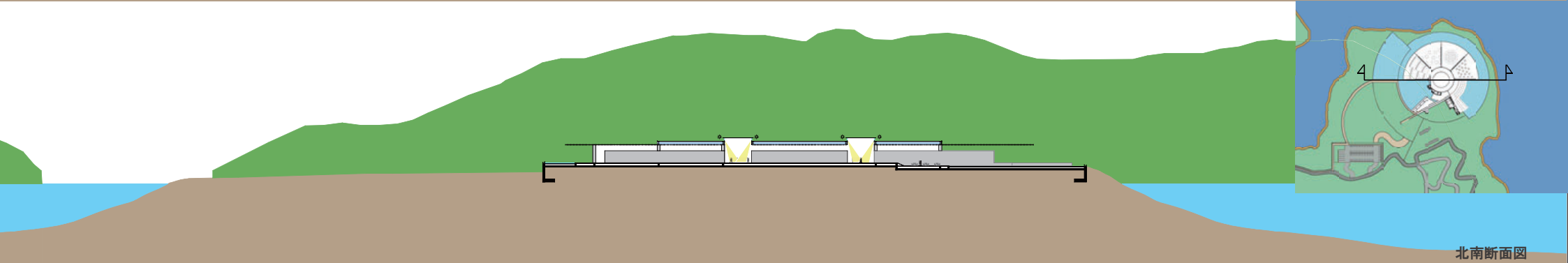
●断面図



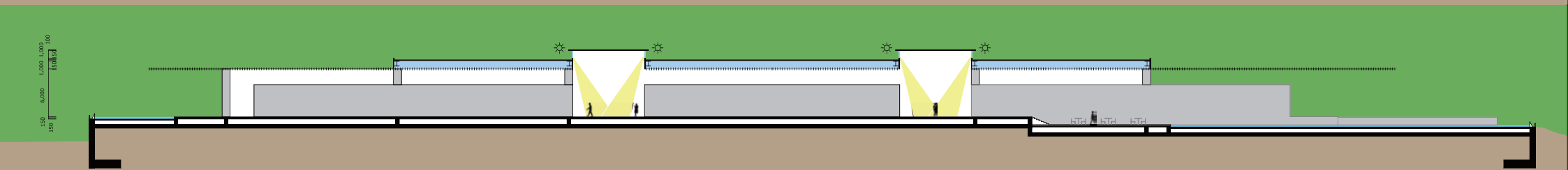
東西断面図



東西拡大断面図



北南断面図



北南拡大断面図





木や竹は壁にくぼみをつけてその中に座れるスペースを取り、実際に座ったり触ったりする。雨や滝は匂いの付いたミストを噴出し、土や川は実際に手で触れられるように手の届く高さで展示してある。

コト	触覚×匂いの空間を体感する。
スペース	ミストで冷感を感じたり、実物を触ったり座ったりして楽しめる空間となっている。
効果(精神・身体)	肌で感じるゾーンとなっているため、体を動かしてリフレッシュできる。

## ●研究 / 設計コンセプト

### ●背景・着眼点 / テーマ

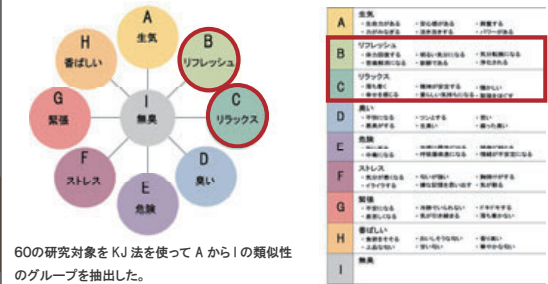
五感をバランス良く取り入れることが大切であるが、人間は視覚優先で嗅覚は3番目である。目に見えない五感である動物的な「嗅覚」に着目し、匂いとその環境の関係を研究し、「嗅覚の環境提案」を行いたいと考えた。

#### ●テーマ

近代から今日まで、電話、パソコン、ネット社会の到来により、視覚情報、聴覚情報が中心のコミュニケーションが主流となった。人は原始時代に敏感であった嗅覚がおとろえ、生死、気持ちに対するコントロールにおいて匂いが重要であることが忘れ去られた。今回の匂いを生成する環境と人間の心理・気持ちの関係を研究し、この成果を設計に反映させ匂いの博物館と自然が一体になった匂いの環境空間を提案する。

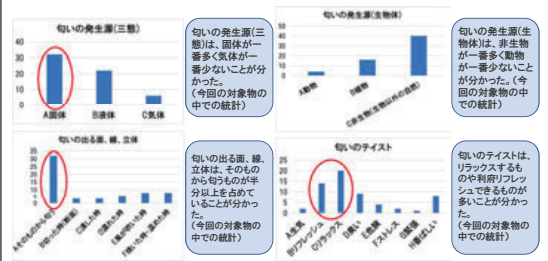


### ●KJ法による分析：匂いのテイストの基本指標の抽出と結果



60の研究対象をKJ法を使ってAからIの類似性のグループを抽出した。

### ●結果



### ●SMELL MUSEUM のコンセプト

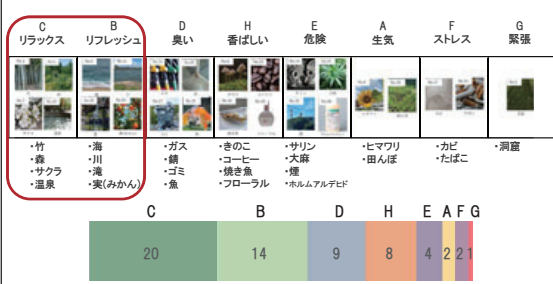
1 ターゲット(対象者)	・老若男女問わず誰でも利用できる。 ・主に人生に疲れた人や癒しを求めている人、感じることを大切にしている人などをターゲットとする。
2 展示コンセプト	・HEARING×SMELL(聴覚×匂い) ・VISION×SMELL(視覚×匂い) ・TOUCH×SMELL(触覚×匂い) ・TASTE×SMELL(味覚×匂い)
3 展示環境	HEARING×SMELL VISION×SMELL TOUCH×SMELL TASTE×SMELL

### ●研究目的

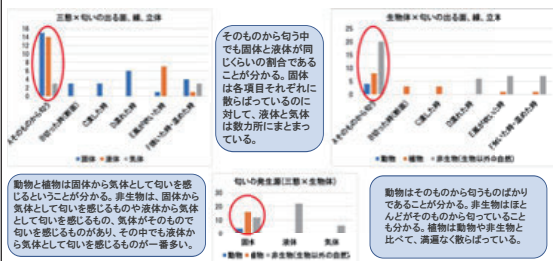
・匂いとは何か、そのメカニズムはどうなっているかについて調査し、匂いがもたらす心理的効果や身体的効果を明らかにする。  
・「環境の中に存在する匂い」とこれらによる「人間の身体・心理の変化」の関係を明らかにし、その成果を設計に反映させる。

具体的には、人間の五感の嗅覚に着目し、その嗅覚器官の部位の匂いを感じ取る受容気管、神経系統、脳内での反応から、匂いの発生源の調査把握で得られたことを元にそれを設計に反映させる。

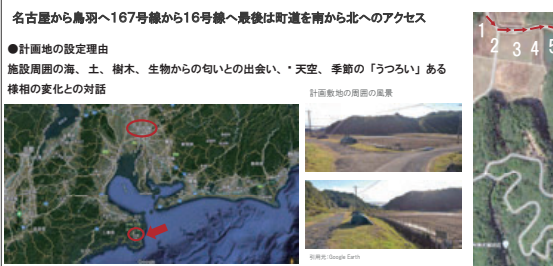
### ●結果 [ 匂いがもたらす心理・身体的変化 ]



### ●結果の考察のまとめ1 [ 匂いとそれが発生する場所、部位、生命体 ]



### ●計画敷地



匂いに囲まれた中で、その匂いのするモノに関連する食べ物(実ならジュースなど)を実際に食べて「味覚 × 匂い」の空間を楽しむ。配置は中で飲食しているときに顔合わせにならないようになっている。

コト	味覚×匂いの空間を体感する。
スペース	ここでは各々の匂いに囲まれながら飲食することで匂いごとに違った感覚での飲食を体感できる。
効果(精神・身体)	一緒に来た人と楽しみながら体感することができるため明るい気持ちになれる。

### ●研究方法

- 1) 嗅覚の仕組みについての文献調査
- 2) 匂いの歴史についての文献調査
- 3) 選出した対象物ごとにデータシートを作成する

#### ●参考文献

- 1 教育機器開発委員会、『産業教育機器システム開発』、日科技連出版、1972
- 2 嗅覚の仕組み：匂いとは「匂い」の外界、嗅覚外来
- 3 ニオイセンサ | 嗅覚のメカニズム
- 4 嗅覚の仕組み | Morefragrance | アンブレラシステム
- 5 嗅覚の仕組み | Morefragrance | アンブレラシステム
- 6 嗅覚の仕組み | Morefragrance | アンブレラシステム
- 7 嗅覚の仕組み | Morefragrance | アンブレラシステム
- 8 嗅覚の仕組み | Morefragrance | アンブレラシステム
- 9 嗅覚の仕組み | Morefragrance | アンブレラシステム
- 10 嗅覚の仕組み | Morefragrance | アンブレラシステム
- 11 嗅覚の仕組み | Morefragrance | アンブレラシステム
- 12 嗅覚の仕組み | Morefragrance | アンブレラシステム
- 13 嗅覚の仕組み | Morefragrance | アンブレラシステム
- 14 嗅覚の仕組み | Morefragrance | アンブレラシステム
- 15 嗅覚の仕組み | Morefragrance | アンブレラシステム

### ●データシート No.1 [ 匂いが発生する場所・部位・生命体、心理身体的変化 ]



### ●結果の考察のまとめ2 [ 匂いの環境 ]

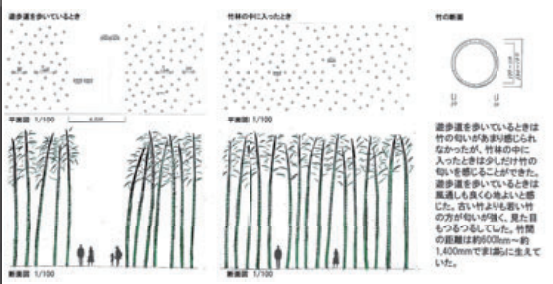


### ●研究対象リスト

自然、人工の匂いを生成する環境部位、研究対象を60選定した。

No.1 竹	No.16 葉	No.31 たばこ	No.46 ホルムアルデヒド
No.2 雨	No.17 カビ	No.32 土	No.47 ドクダミ
No.3 雨音	No.18 温泉	No.33 岩	No.48 ミント
No.4 雨	No.19 池	No.34 湖	No.49 香水(フローラル系)
No.5 森	No.20 炭	No.35 魚	No.50 香水(オリエント系)
No.6 きりこ	No.21 樹	No.36 焼き魚	No.51 香水(ヴァニラ系)
No.7 サクラ	No.22 橋	No.37 鳥	No.52 香水(シトラス系)
No.8 ヒマワリ	No.23 橋	No.38 アスファルト	No.53 香水(シトラス系)
No.9 キンクセイ	No.24 大森	No.39 漆	No.54 アロマ・入浴剤(フローラル系)
No.10 スイセン	No.25 漆	No.40 漆	No.55 アロマ・入浴剤(柑橘系)
No.11 川	No.26 コーヒー	No.41 煙	No.56 アロマ・入浴剤(ハーブ系)
No.12 大森	No.27 ゴミ	No.42 家(みかん)	No.57 アロマ・入浴剤(柑橘系)
No.13 煙々	No.28 アルコール	No.43 家(柿)	No.58 アロマ・入浴剤(シトラス系)
No.14 サリン	No.29 田んぼ	No.44 乾草の香り	No.59 アロマ・入浴剤(柑橘系)
No.15 ガス	No.30 滝	No.45 お香	No.60 アロマ・入浴剤(オリエント系)

### ●結果の考察データシート No.1 [ 匂いと環境の詳細把握からダイアグラム生成 ]



### ●研究成果から設計への基本コンセプト

