

■論文題目	空間デザインと体験価値の関係性についての研究—水族館を対象とした S-O-R 理論による検証—		
■氏名(学籍番号)	宮崎叶歩(0412024307)		
■指導教員	三好純矢	■所属コース	経営・経済コース
■キーワード	空間デザイン	体験価値	

1, 研究の目的と背景

近年、体験や経験に価値を見出す傾向が高まり、体験型施設への関心が高まっている。体験型施設とは、利用者が施設を利用することで、施設内での体験や過ごす時間に価値が見出される点に特徴がある。体験型施設においては、来訪者が施設内で得る体験価値が重要な役割を果たす。特に、公営の体験型施設は、教育や学習といった公共的役割を担っており、来訪者は購買行動よりも展示や体験そのものに意識を向けやすいと考えられる。体験価値の形成にはサービスと空間デザインが関わるが、サービスが場面ごとに体験が生まれるのに対し、空間デザインは来訪者が施設に入ってから出るまで常に関わり続ける要素であるため、本研究では空間デザインに焦点を当てる。

以上を踏まえ、本研究では、公営の体験型施設を対象とし、空間デザインに着目して体験価値との関係性を明らかにすることを目的とする。

2, 先行研究の整理

先行研究では、主に消費者行動研究の分野を中心に、環境要因が人の感情や評価に与える影響が検討されてきた。須永（2018）は、空間の雰囲気や意図的に構成されたデザインとして捉え、音や照明、色彩といった要素が感情反応を通じて評価に影響を及ぼすことを示している。また、西口（2021）は S-O-R モデルに基づき、環境刺激が来訪者の感情や認知を介して評価へとつながる過程を整理している。一方で、これらの研究は個別要素に着目したものが多く、空間構成全体を対象とした検討は十分とは言い難い。

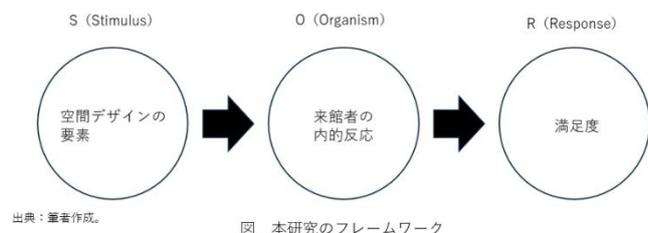
体験型施設を対象とした研究では、展示や回遊環境などの空間構成が体験評価に影響する可能性が指摘されている（亀岡，2018；森崎ら，2022；日向野，2022）。さらに亀岡（2018）は、民営および公営施設の研究を整理したうえで、体験評価を主目的とする研究においては購買行動を前提としない公営施設が研究対象として適していることを示唆している。

以上より、体験そのものを目的とする施設を対象に、空間デザインを主要な分析対象として満足度との関係を実験的に検討した研究は限られている。よって、この点に本研究の意義があるといえる。

3, フレームワークの構築

本研究では、体験型施設における空間デザインと来館者満足度との関係性を整理するために、S-O-R 理論を分析の枠組みとして採用した。S-O-R 理論では、外部環境としての刺激（S）が、来場者の認知や感情（O）を介して、評価や行動といった反応（R）に結びつくと考えられている。

本研究においては、地下トンネル空間や案内表示といった空間デザイン要素を刺激（S）として位置づけ、それに対する来館者の感情的・認知的反応（O）を通じて、体験価値の指標である総合満足度（R）が形成されるという関係性を想定した。これらを踏まえて、本研究では以下の仮説を設定する。



仮説：体験型施設における空間デザインは、来館者の感情や認知の反応を通じて、総合満足度に正の影響を与えるだろう。

4, 調査概要

調査対象施設には、岩手県久慈市に位置する久慈地下水族館もぐらんどびあを選定した。本施設は、石油備蓄基地のトンネルを利用した世界唯一の地下岩盤内水族館であり、閉鎖された地下空間を活用した非日常的な体験が特徴である。調査は2025年8月から11月にかけて実施し、年齢や性別などの属性による制限は設けず、来館者133名から有効回答を得た。調査方法には質問紙調査を用いて、来館者の総合満足度および空間デザインに関する評価項目について回答を求めた。また、来館者の空間理解や回遊行動に影響を与える要素として、順路案内看板および館内案内地図を施設内に設置した。これらは評価対象として明示するものではなく、展示空間の一部として自然に知覚されることを想定している。

5, 調査結果及び考察

回収したアンケートデータを用いて、総合満足度と「順路への意識」「地下にいる感覚」「トンネル感」「非日常的な雰囲気」「スムーズに回れたか」の各項目との関係性について分析を行った。分析にはクロス集計およびカイ二乗検定を用いた。その結果、「地下にいる感覚」「トンネル内であると感じたか」「非日常的な雰囲気」については、総合満足度との間に統計的に有意な関連が認められた。一方で、「順路への意識」「スムーズに回れたか」といった動線に関する評価項目については、有意な関連は確認されなかった。このことから、体験型施設においては、機能的な空間構成よりも、空間全体から受け取る感覚的な体験が満足度形成に強く影響している可能性が示唆される。

また、本研究における仮説の検証にあたり、カイ二乗検定の結果から、空間デザインが来館者の感情や認知に与える影響のうち、総合満足度に対して有意な正の影響が認められた要因は一部に限られることが明らかとなった。すなわち、空間デザイン全体が直接的に総合満足度を高めるわけではなく、特定の側面においてのみ仮説が支持されたといえる。

6, 意義及び限界・展望

本研究の学術的意義は、体験型施設における空間デザインと来館者の体験価値との関係性を、S-O-R理論を枠組みとして実際の施設を対象に実証的に検討した点にある。特に、地下空間という特殊な環境において、「地下にいる感覚」や「非日常的な雰囲気」といった空間に対する印象が総合満足度と関連していた点は、体験価値形成における空間要素の重要性を示している。

また、社会的意義として、本研究は、体験型施設における空間デザインが来館者の体験価値や満足度にどのように関与しているのかについて実際の施設を対象とした調査に基づいて明らかにした点が挙げられる。この結果は、公営の体験型施設における空間整備や展示計画への応用が期待される。そのため、限られた予算や既存施設を活用する公営施設において、空間の特性や雰囲気を活かした設計や運営が、来館者の体験価値向上につながる可能性を示した点に意義がある。

一方で、本研究は単一施設を対象とした事例研究であり、調査時期や展示内容の違いが結果に影響している可能性がある点が課題として挙げられる。今後は、複数の体験型施設を対象とした比較研究や、異なる空間条件における調査を行うことが必要とされる。