

# 「パーソナルスペース（心の距離）」で測る ペア活動と飲食店の物理的距離

2年3組 瀧水 望花      2年3組 西野 眞斗  
2年3組 脇坂 真心愛    2年4組 中村 颯汰  
2年4組 山本 愛音      指導者 中尾 力広

## 1 課題設定の理由

現在、年齢や性別関係なく多くの人が様々なジャンルの飲食店を利用している。また、飲食店を利用する人の中には、それぞれの立場や関係性をより良くするために利用していることも少なくない。しかし、Bither(1992)の研究によると、飲食店を含むサービス業の物理的環境は、空間のレイアウトが顧客の感情や行動に強い影響を与えるということが示されていることから、私たちは今の飲食店の机やいす、観葉植物などのインテリアの配置や人同士の距離感に疑問を持った。この疑問を解決するために、私たちはパーソナルスペースを利用した実験を行い、人との快適な距離感を調査し、今決められている飲食店の設計の基準に対して解決案を提案することによって、より居心地のいい場所にできると考えたため、この研究を行うことにした。また、パーソナルスペースを活用した理由は、パーソナルスペースは個人が他者との接触を避けるために維持する無意識の領域であり、社会的相互作用において重要な役割を果たす(図1)。飲食店という公共の場においても、このパーソナルスペースは顧客やスタッフ間での心理的な距離を保つために大きな影響を与えられられる。本研究では、飲食店内におけるパーソナルスペースの認識とその維持が、顧客満足度や社会的相互作用に与える影響を調査する。特に、座席配置や他の顧客との接近具合が、来店客の心理的快適さにどのように影響するかを探ることを目的としている。

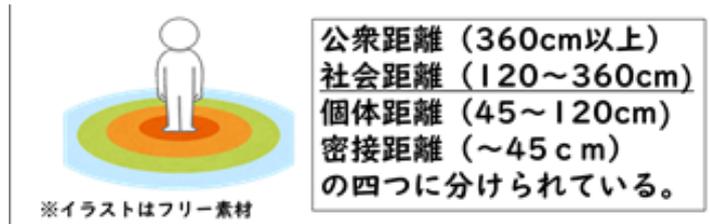


図1 パーソナルスペース

## 2 仮説

- (1) 先行研究におけるパーソナルスペースと自分たちの研究から得られたパーソナルスペースの値を比較することによって、より適切な距離の基準が得られる。
- (2) 個々の空間が守られる距離（他の客の咀嚼音が聞こえない距離など）を見つけることで、飲食店がより居心地の良い空間になる。

## 3 研究の方法

- (1) 東高生を対象とした実験から得られたパーソナルスペースの実験(図2)



図2 実験の流れ

この実験における仮説として、複数回の実験をすることによって、同じカテゴリーにおいては時間の変化に関わらず似た距離感になることと、話す頻度が増えたり、リラックスしたりしているときの方が、距離が近くなると設定した。

### 《実験方法》

ア 調べる時期 入学後(5月)→行事後(10月)。東高1年生 50人を対象に実験を行う。

- ① 実験開始前に二人にアンケートに答えてもらう。
- ② 前・左・右の三方向で実験を行う。
- ③ マスクを外した状態で、2m離れた地点から接近する。  
※パーソナルスペースの基準から社会距離の指標を用いた。
- ④ お互いの目の感覚を測定するために、つま先と足の距離が10cmであることを前提に、測定距離に20cmを加えた値を結果とする。
- ⑤ 行事後、もう一度①～④を行う。

イ アンケートの実施 (表の下部に行くほど親密度が高いと設定)

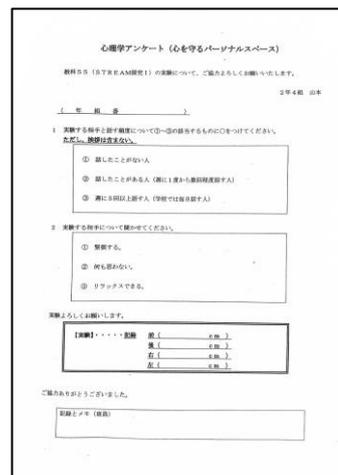


図3 アンケート用紙

《アンケート内容》Q. 相手に対してどう思っているか

- ①-ア 話したことがなくて緊張している人
- ①-イ 話したことがなくて何も思わない人
- ②-ア 話したことがあって(週に一度から数回話す)緊張している人
- ②-イ 話したことがあって何も思わない人
- ②-ウ 話したことがあってリラックスしている人
- ③-ウ 週に5回以上話して(学校では毎日話す人)緊張している人
- ③-ウ 週に5回以上話してリラックスしている人

### (2) 店舗での調査

- ① 実際に飲食店(マクドナルド、モスバーガー、丸亀製麺、大介うどん)に許可を得て訪問し、机やいすの配置や距離を測定させていただいた。
- ② 測った机やいすの配置を基に、今までの研究結果から得られたパーソナルスペースと先行研究のパーソナルスペースからどういう距離感が正しいのかを調べる。

## 4 結果と考察

### (1) 検証(1) 東校生対象の「パーソナルスペース」実験の結果と考察

親友の方が友人より距離が遠く、より適切な距離を保っていると考えられる(図4)。また、男女間の方が距離が遠いという結果を得ることができた。

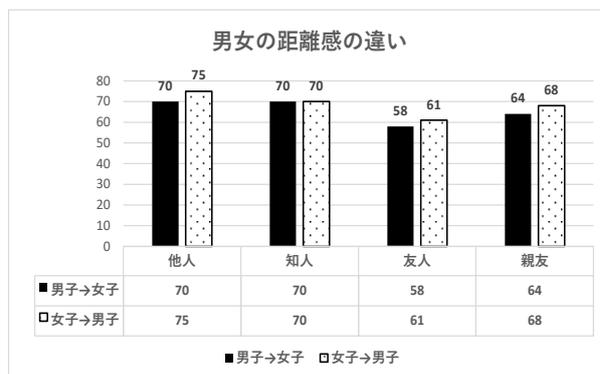
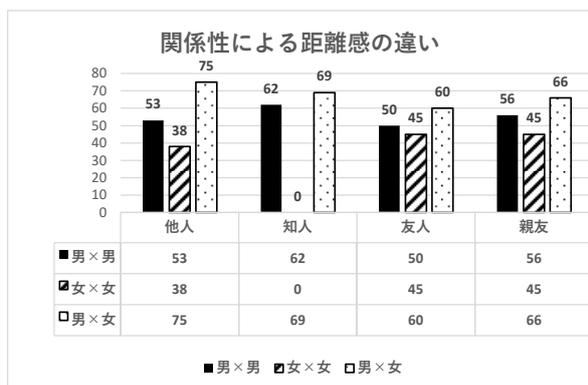


図4 関係性による距離の違い

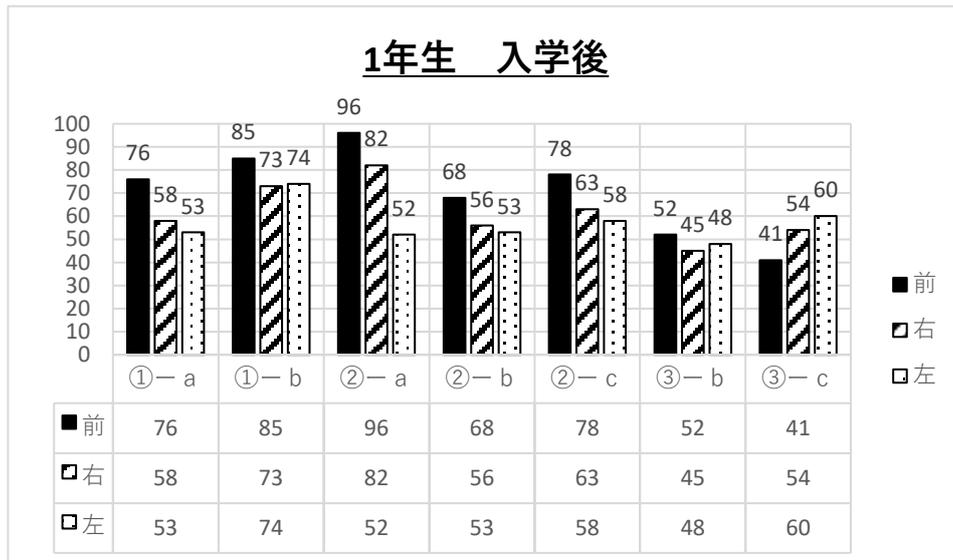


図5 1年生入学後の距離

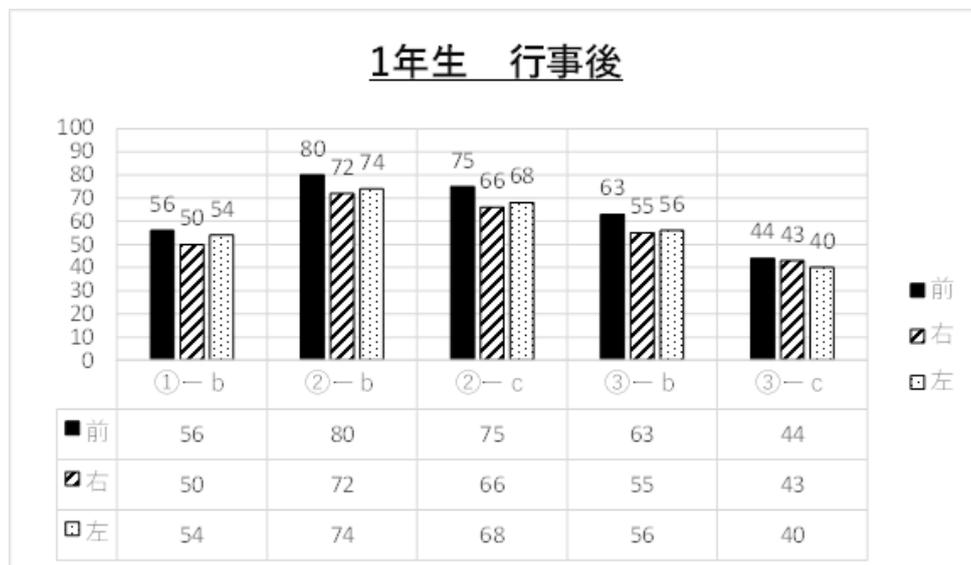


図6 1年生行事後の距離

1年生について入学後と行事後の2つの実験結果の変化を比較すると、①-bでは減少しているが、②-bでは増加していることから、行事で仲良くなる＝必ず距離が近くなるとはならなかった。

しかし、得られた結果から行事後のその時点だけに焦点を当てると、親密度が高いと設定した③の距離が近くなっており、全体として、親密度(アンケート内容参照)ほど概ね狭くなることが考えられた(図4~7)。

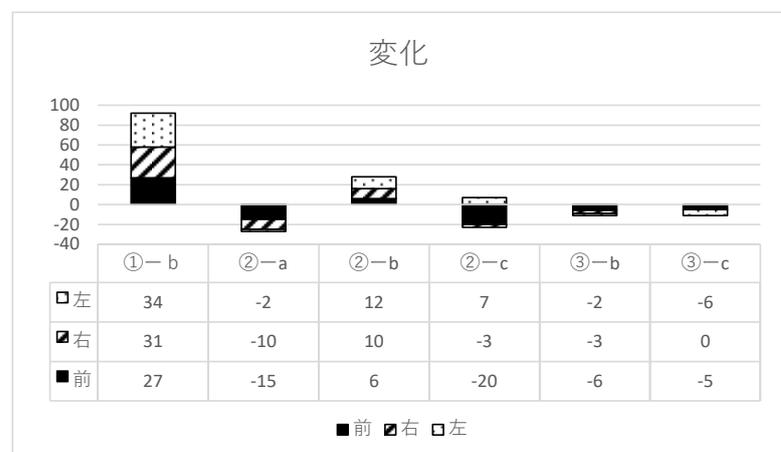


図7 入学後から行事後の変化

## (2) 検証(2)「店舗調査」の結果と考察

横の幅に関しては、肩と肩の距離で測定しているため、十分な検証ができなかったが、店内設計の対面距離の幅は100cmより広いことからパーソナルスペースの実験と比較して、十分な距離が保たれていると考えられる(図8)。

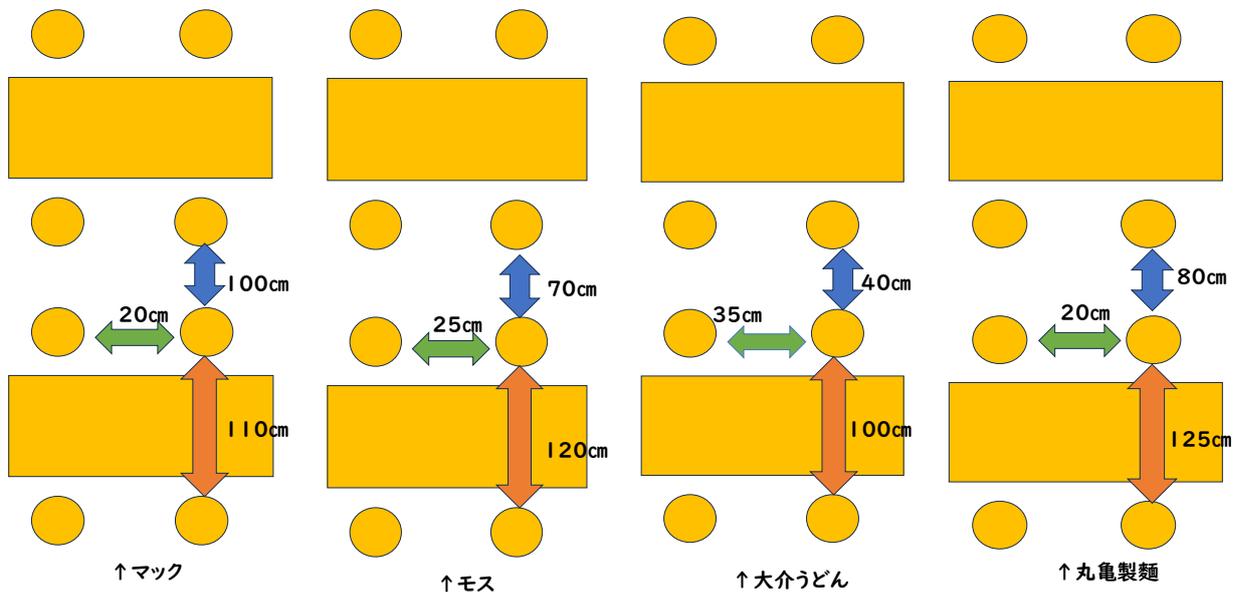


図8 各飲食店における座席間の距離

## 5 まとめと今後の課題

高校生の人間関係とパーソナルスペースとの関連については、より親密なはずの親友とのパーソナルスペースが友人よりもその距離が遠いなど、興味深い結果となった。今後さらなるデータの蓄積に取り組みたい。

現代の飲食店では、顧客が快適に過ごせるように様々な要素が取り入れられているが、必ずしもすべての設計が理想的なパーソナルスペースを提供しているかについては、それらに関する研究が少なく、検証が必要である。また、現在の飲食店の設計基準(建築法)は、パーソナルスペースにある程度配慮していると思われるが、座席配置の過密や国により異なる文化的配慮の不足など、改善が必要である可能性もある。特に、文化的な背景に基づく食事の習慣や人々の社会的距離に対する感覚は、国や地域によって異なり、これに対する十分な理解と配慮が設計に反映されている必要がある。以上のことから、より快適な食事体験を提供するためには、柔軟なレイアウトやスタッフとの適切な距離を考慮した設計が求められる。パーソナルスペースを考慮して店舗設計ができれば、顧客がリラックスして食事を楽しむことができ、店舗の業績にも良い影響を与えると考えられる。

## 6 謝辞

本研究を進めるにあたりご指導していただいた二宮工務店株式会社、二宮様初め多くの方々にこの場をお借りして感謝申し上げます。

## 参考文献

- 明日のチーム <http://www.ashita-team.com/jinji-online/business/13384>  
Izul メディア <https://izul.co.jp/media/business-skill/personalspace/>