

あなたの思い出に未来はありますか？  
明るい未来を研究する「思い出づくり研究所」が発足  
～「思い出の価値」数値化に向けて研究～

イメージ・コミュニケーション企業である株式会社キタムラ(本社:神奈川県横浜市港北区、代表取締役社長:浜田宏幸、以下、キタムラ)は本日、「すべての人を、写真の未来へ。」という企業理念を具現化する活動の一環として、野島久雄(成城大学社会イノベーション学部教授)氏を研究所所長として迎え、「思い出づくり研究所」の発足を発表しました。(思い出づくり研究所ホームページ <http://omoidezukuri.jp>)

思い出づくり研究所は、野島所長の専門分野である、人の思い出を保存するための技術とその活用を考える「思い出工学」の見地から、思い出と写真の関係性について調査・分析・考察し、社会へ情報発信することを目的としています。思い出工学とは、工学的な側面と心理学的な側面があり、この両面から個人に属し・管理し・楽しむ情報コンテンツとしての思い出の研究を指しています。19世紀末、ドイツの心理学者、エビングハウスが初めて記憶の科学的な実験を行って以来、今日まで「記憶の心理学」は研究されてきましたが、「思い出の心理学」は研究はされてきませんでした。その一方、個人の知的生産物のデジタル化が進む中、パソコンの能力向上、インターネットの利便性向上、ストレージ容量の増大など、テクノロジーの進化とともに、個人が管理する情報の量は、人の情報能力をはるかに越えるようになっていきます。こうした現状を踏まえ、本研究所は過去の「記憶」としての思い出だけではなく、明るい未来づくりに貢献するための「記録」としての思い出づくりの重要性に着眼し、思い出づくりの大切さを提唱していきます。

今日、国内におけるデジタルカメラの世帯普及率:71.5%(\*1)、携帯電話・PHSの人口普及率:96.3%(\*2)、パソコンの世帯普及率:87.2%(\*2)など急速なデジタル家電の普及ならびにテクノロジーの進歩とともに、写真・メール・ブログ・ビデオといった個人に属するデジタル情報が急激に増加してきていることから、個人情報記録・管理の方法が課題となってきています。また、心理・社会的な観点からも、自分自身を探し・残し・伝える手段としての個人的な記録の重要性に注目がなされるようになりました。今回の発表に先駆けて、思い出づくり研究所が実施した「思い出と写真に関する意識調査」(詳細は別紙参照)では、個人情報の記録方法の中でも、写真が「思い出の記録」手段(写真印刷:67.0%、写真データ:51.8%(\*3))として最も活用されているという調査結果が発表されました。写真が思い出の記録として最も有効であり、思い出づくりにとって有益な手段であることは明らかである反面、思い出をどのように保存したら良いのかという方法論や、保存形体によって思い出づくりに何か違いが発生するかといった研究がされていません。また、思い出は個人に留まるものではなく、共通の思い出の存在は人と人の関わりを活性化します。テクノロジーの進歩によって人と人の関係のあり方が変わりつつある現在、思い出を記録するためのテクノロジーをよりよく活用するためにどうしたらいいかは重要な研究テーマです。

\*1 2010年3月 内閣府調べ:『消費動向調査(全国、月次)平成22年3月実施調査結果』

\*2 2010年1月 総務省調べ:『平成21年「通信利用動向調査」の結果』

\*3 2010年4月 思い出づくり研究所調べ:『写真と思い出の意識調査結果』

思い出づくり研究所の今後の研究課題として、思い出づくりにとって重要な思い出とその保存形体として有益な写真との関係性を考察し、思い出の保存目的とその重要性を数値として具現化するため、「思い出の価値」について研究をいたします。この研究内容の詳細ならびに結果は、2011年3月に発表予定です。

【思い出の価値の算出の考え方】

- ✓ 保存目的の明確化: 何のための思い出かを明確にすることによって、個人が保存すべきものと、保存しなくても良いものの区別を容易にする。  
(思い出は過去であり、その時点では不要か不必要か判断が難しい)
- ✓ 思い出指数の算出: 思い出に大切なタイミングは個人の経験値によるものが多いため客観性を持たせるとともにその重要性を可視化する。  
(年中行事・イベント、旅行、大学入試偏差値など)
- ✓ 制約の必要性: データ保存スペースの制限がなくなりつつあり、制約を付けることでデータ量を抑制させる。  
(フォトブックやシナリオで制限を付ける)

【略歴】

野島久雄(成城大学 社会イノベーション学部 教授)



東京大学文学部社会心理学科、教育学部学校教育学科(修士課程)を経て、1983年、NTT電気通信研究所に入所。インターネットの心理学、ユーザインタフェースなどの研究に従事。2005年より成城大学社会イノベーション学部心理社会学科教授に就任。博士(情報科学)。日本認知科学会誌編集委員長。人材育成と教育サービス協議会(JAMOTE)会長。ISO TC232(非公式教育サービス)日本代表専門委員。

現在は、家庭という場を対象とした「家の中の認知科学」、人の思い出を保存するための技術を考える「思い出工学」、人の学びを認知科学の枠組みから研究する「学習科学」に興味を持っている。主な著書に、「方向オンチの科学」(講談社)、「<家の中>を認知科学する」(新曜社)、「人が学ぶということ」(北樹出版)、他。

2010年5月25日、思い出づくり研究所所長に就任。

株式会社キタムラについて:

「すべての人を、写真の未来へ」をスローガンに、まだ誰も知らない写真体験と写真を通じたコミュニケーションを高めるため、新たな挑戦を続けるとともに、日々多様化する顧客のニーズを読み取り、顧客の思い出づくりときずなくづくりを促進していくイメージ・コミュニケーション企業です。

《本件に関するお問い合わせ先》

「思い出づくり研究所」事務局(ブルーカレント・ジャパン株式会社内)

担当: 粕谷・関口・西田 TEL: 03-6204-4141 Fax: 03-6204-4142

E-mail: [kumiko.kasuya@bluecurrentpr.com](mailto:kumiko.kasuya@bluecurrentpr.com) [daisuke.sekiguchi@bluecurrentpr.com](mailto:daisuke.sekiguchi@bluecurrentpr.com)  
[koichi.nishida@bluecurrentpr.com](mailto:koichi.nishida@bluecurrentpr.com)