

研究概要

ものづくり心理学による新製品開発 — こころの働きを活かしたものづくり —

ひとものとの関係の中で、言葉で表現しきれないが“何となく”感じていることがある。高級感であったり、感動であったり、ワクワクするような気持ちの側面であったり、というような心理的付加価値である。この価値を見える化して、品質に繋げることができれば、新たなものづくりのベクトルを提案することができる。心理的付加価値としての“何となく”を、言葉による評価データの特別な解析や生理・脳機能測定などを組み合わせて、数値化して見える化する。このような価値を感じてもらえるような品質の特定を行う。このことによって、作り手としては気がついていない、思いがけないものづくりの方向性を明らかにすることができる。

心理的付加価値を見える化



<http://www.house-wf.co.jp/160527megaene.pdf>

今後の展開やメッセージ

“紙おむつから自動車”というように、エンドユーザーを対象としたものであれば、イベントプロデュースも含めて、何となくの見える化が可能です。

研究者情報



神宮 英夫 教授・副学長(研究支援担当)・文学博士
情報フロンティア学部 心理情報学科
所属研究所：感動デザイン工学研究所
東京都立大学人文学部心理学科卒。同大学大学院人文学部
研究科修士課程(心理学)修了。同大学人文学部心理学科助
手、東京学芸大学教育学部心理学科助手、同講師、同助教、明星大学人文学部心理
学科教授を経て、2000年本学教授。情報フロンティア学部長を経て、2016年副
学長。

研究者情報URL

<http://kitnet10.kanazawa-it.ac.jp/researcherdb/researcher/RAABAI.html>

Keyword

ものづくり心理学 / 何となくの見える化 / 心理的付加価値 / 生理・脳機能の測定 / 感性評価