

ものづくり心理学による新製品開発 — ひとの心を動かすものづくり —

研究概要

キーワード 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・脳機能測定 / 感性評価

ひととの関係の中で、言葉で表現しきれない“何となく”感じていることがある。高級感や感動のような気持ちの側面であり、心理的付加価値と呼ぶことができる。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。

“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し、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。

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



研究者情報URL

<https://www.kanazawa-it.ac.jp/kyouinroku/a/AABAI.html>
<https://researchmap.jp/read0008714>

神宮 英夫 教授・文学博士

大学院工学研究科 システム設計工学専攻、
産学連携室
所属研究所：感動デザイン工学研究所（顧問）、
地方創生研究所



人と製品やイベントなどの関係を心理学の立場から研究企業との共同研究の成果を世に送り出すことを目指す



ハウスウェルネスフーズ株式会社と共同研究中
研究名: サプリメントの継続摂取をもたらす心理的価値の研究