

「感性・感情工学によるマーケット開発」

- 従来型の設計・マーケティングを超えて元気な日本を取り戻そう！ -

主催: 日本設計工学会

企画: 研究調査部会

協賛(予定): 応用物理学会/機械技術協会/機械振興協会/軽金属学会/計測自動制御学会/自動車技術会/情報処理学会/精密工学会/電気加工学会/電気通信協会/電子情報通信学会/東京設計管理研究会/東京都金属プレス工業会/日本オプトメカトロニクス協会/日本金型工業会/日本機械学会/日本工学会/日本工作機械工業会/日本自動車工業会/日本塑性加工学会/日本ソフトウェア科学会/日本鋳造工学会/日本溶接協会/日本ロボット学会/日本感性工学会/日本溶接学会

多様化が進みマーケットがこれまでのモノから心の満足を求めるようになり、心に訴える商品づくりが大きな課題となってきました。感性はともすれば+αの付加価値と見做されがちですが、感性が本質的な価値となる時代になってきたと言えます。自分の技術と顧客の感性価値評価とを結び付けてゆくことがこれからのビジネス、設計には不可欠です。本講習会では製品、技術の感性価値を創造するにはどのようにすればよいかを解説し、成功事例を紹介します。

さらに、従来の工学では合理性を欠くとして考慮の対象外であった感情が、激変する状況に対応するために重要となり、いかに設計に取り入れるかが大きな課題となってきました。これからの時代はムリ、ムダ、ムラへの挑戦の時代と言えます。そのためには、機械と人間が協働して激変する状況に対応してゆかなければなりません。さらに、品質とは違っており、必ずしも定量的に追及すべきものではありません。本講習

会では、感情に関連するさまざまな工学的課題、その解決に向けた種々の試みを紹介し、感情工学の基本的考え方を解説します。さらにあわせて成功事例を紹介します。

本講習会では感性・感情工学の基本的な考え方からビジネス応用までお話し、最後に全員でどのように展開可能かについて討論を行います。

本講習会が、お手元の技術等の資源の見直しに役立ち、新しい価値、新しいマーケットを創造される方向へ進む機会となることを願っております。感性・感情工学は日本が元気を取り戻す有効なアプローチであると信じております。

設計、企画開発、生産、検査などの分野の技術者、研究者のみならず、マーケティングなどさまざまな関連分野の方々多数にぜひご参加頂きたく、ご案内させていただきます。

日 時 平成23年7月15日(金)、10時00分～16時40分

会 場 埼玉大学東京ステーションカレッジ(〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-7-12 JRサピアタワー9階)

*東京駅下車徒歩約1分

*サピアタワーは厳重なセキュリティチェックがあります。3階オフィス受付にて「当日入館カード」を受け取り、ご入館ください

会場 URL: <http://www.saitama-u.ac.jp/coalition/tsc-guide.html>

司 会 綿貫啓一(埼玉大学)

次 第

時 間	題 目	内 容	講 師
	主催者挨拶		
10:00-12:00	感情工学の考え方とマーケット開発	感情はコミュニケーション、信頼性、チームワーキングなどにおいてきわめて重要な役割を果たす。最近では新製品、新技術の開発期間が短縮され、信頼をどのように築くか、また品質をいかに顧客に理解させるかは大きな課題となってきた。さらに機械と協働して激変する環境に対応する必要から、機械と人間の感情コミュニケーションも重要となってきた。これまでのビジネス、とくにハードウェアビジネスは出荷までが勝負であったが、これからは、むしろ出荷後が重要となってきた。すなわち、技術の企画、開発を、従来の一時価値から脱却して、生涯価値を考えた方向へと転換する必要がある。こうした視点から感情工学の重要性とその考え方を説明し、技術、ビジネス動向を解説する。	Stanford University, USA Consulting Professor Cranfield University, UK Visiting Professor 放送大学客員教授 福田収一
12:00-13:00	昼 食		
13:00-15:00	感性工学のビジネス活用～商品開発・マーケティングにおける感性価値創造活動の成果と展望～	感性工学を広く「人の感性研究に立脚し、社会問題を解決していく学問」ととらえると、その範囲は広い。人の感性が価値を認識していくプロセスやそれに影響を与える諸要素への知見は、商品開発やマーケティングへの効果的な応用が可能である。とりわけ、感性への新たなアプローチによって、既存商品の価値が消費者に認識され、売れていなかった商品が売れていくようになる事実は、商品開発とマーケティング、さらには企業活動全体への新たな可能性を示唆している。ここでは、マーケティング現場における実際の感性価値創造型の活動事例を紹介しながら、その取り組みの重要性と考え方を解説し、今後の可能性を展望する。	オラクルひとしくみ研究所 九州大学客員教授 静岡大学客員教授 中部大学客員教授 日本感性工学会理事 小阪裕司
15:00-15:10	休 憩		
15:10-16:40	従来型の設計・マーケティングを超えるには？		全員で討論

定 員: 50名(先着順で定員になり次第締切ります)

受講者: 設計、企画開発、生産、検査などの分野の技術者、研究者のみならず、マーケティングなどさまざまな関連分野の方々

参加費: 会員(賛助会員および協賛団体会員を含む)10,000円、非会員20,000円(テキスト代含む)、学生会員 無料(ただし、資料ご入用の場合は、4,000円をご負担ください)、学生非会員5,000円(テキスト代含む)

資 料: 資料のみ、または聴講者で2冊以上ご希望の場合、1冊4,000円

申込締切: 平成23年7月8日(金)

申込方法: 郵便, Fax, または E-mail に「講習会(感性・感情工学によるマーケット開発)参加申込み」と題記し、(1)参加者氏名、

(2)勤務先・所属部課名、(3)連絡先(郵便番号・住所・電話番号・FAX番号・E-mailアドレス)、(4)会員資格、をご記入のうえ、下記申込先にお申込みください。

申込先: 日本設計工学会

〒169-0073 東京都新宿区百人町2-22-17、セラミックスビル内、電話03-5348-6301、Fax03-5348-6280、

E-mail: jimukyoku@jsde.or.jp