感動デザイン工学研究所

金沢工業大学心理情報学科
感動デザイン工学研究所
神宮英夫

http://wwwr.kanazawa-it.ac.jp/ade/

平成20年3月に竣工

文部科学省私立大学学術研究高度化推進事業
オープン・リサーチ・センター整備事業（平成19年度）
感動プロダクトのための創出技術と
クリエイティブ人材養成システムの開発

人間工学から感動デザイン工学へ

こころの働き　＝　知情意

人間工学

身体計測・生理測定　⇒　感覚・知覚　⇒　認知

より深く

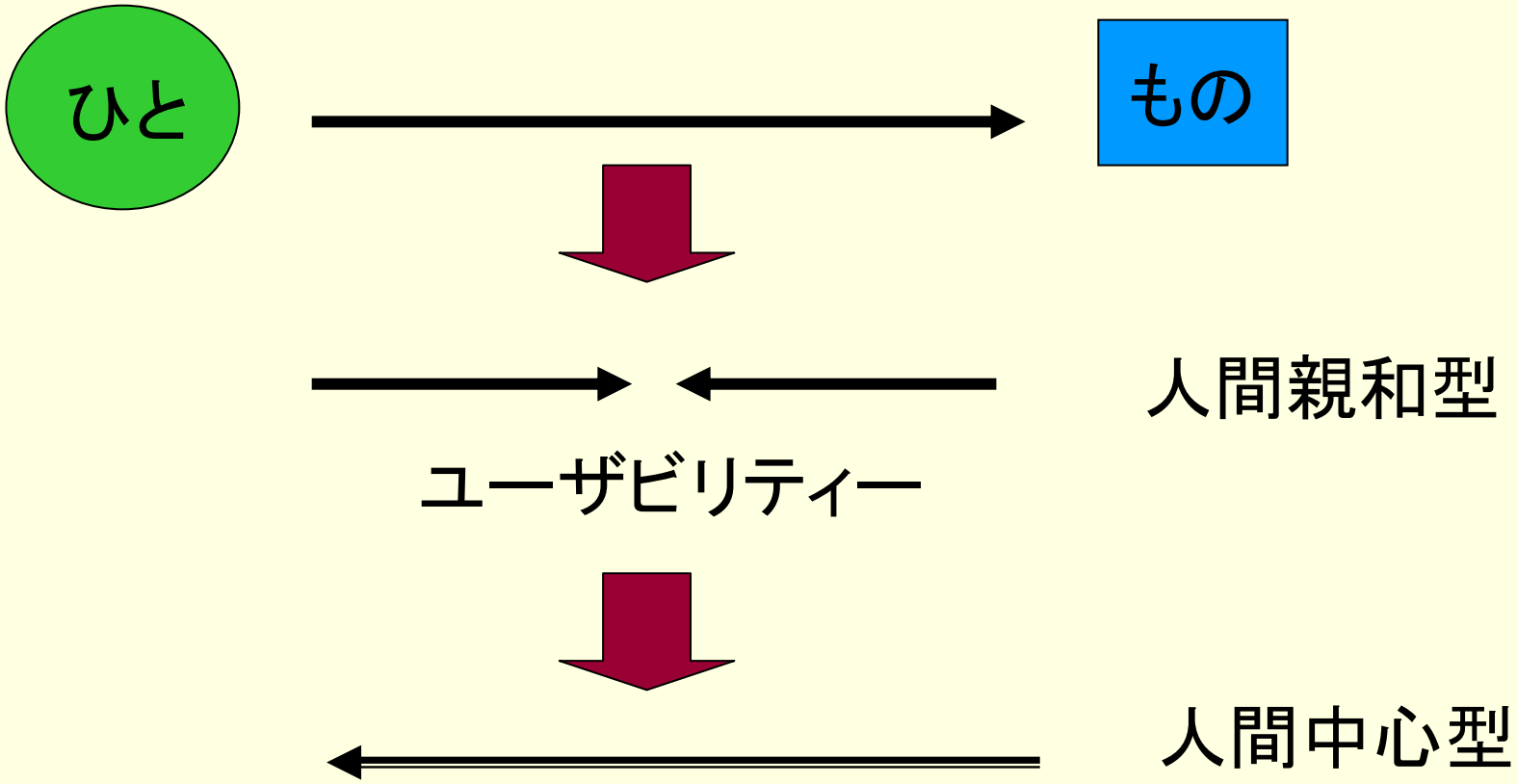
感動デザイン工学

感情・気持ち

おいしい　⇒　食べたい
使いやすい　⇒　使いたい

人間親和型
から
人間中心型

人間親和型から人間中心型へ



人間中心型へ　こころの働きを活かしたものづくり

個に応じた展開

○　経験・性格―――　⇒　新システムへ

満足度の高いものづくり

○　五感の組み合わせ　⇒　品質構成

受け入れやすいものづくり

日本のものづくり

低価格 → 低価格 ＋ 高品質

↓

生産の海外移転 → 技術移転

新しいモノづくりの視点

環境 ← アジアからの追い上げ

白物家電のハイスペック競争

↓

環境の当たり前品質化 → 次のものづくりの視点

景気の低迷 → こころを動かすものづくり “感動”

感動デザイン工学

エモーション・気持ち　⇒　こころの動き

こころを動かすことのできる品質構成
（設計品質化）

感動をコンセプトにした
ものづくりの*設計的アプローチ*

お客様のこころを動かすものづくり

“感動”

従来

外部・周辺情報による感動化

ブランド・ストーリー・CM・イメージ戦略など

ものの品質構成で

五感情報の組み合わせ技術
（五感の統合化技術）

五感の統合化技術開発 “創る”

ある香りをキー品質⇒見合った品質構成⇒感動化
視覚・聴覚情報のコンテンツ⇒他の3感覚情報の付加
⇒感動化⇒新たなコンテンツ

職人技

新たなものづくりの人材育成

“育てる”

感動の測定・評価技術開発

“測る”

感動商品開発

今までにない新たなデジタルコンテンツ
日常の生活用品　など

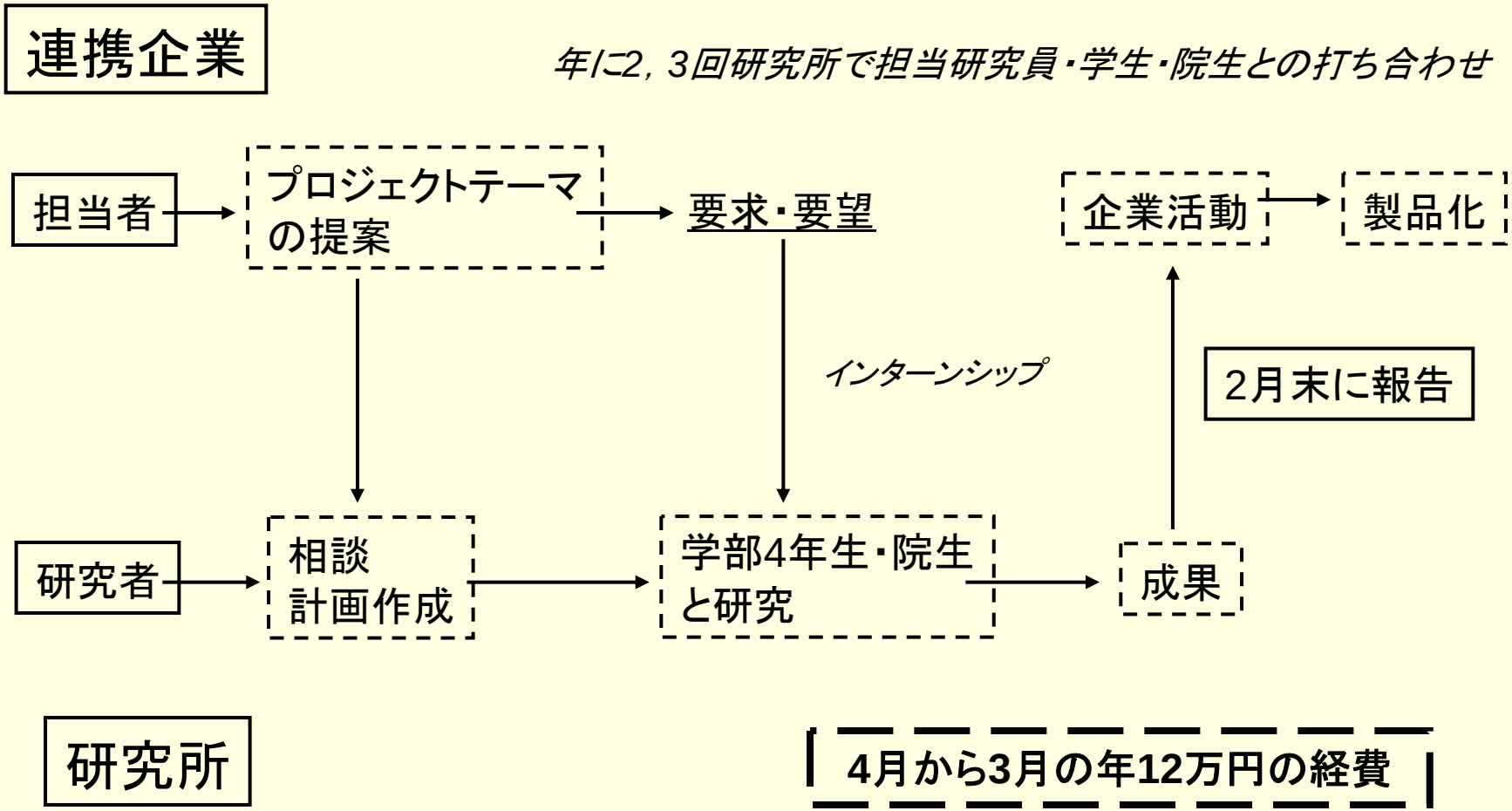
環境をキーワード　⇒　ハイブリッド車・ソーラーパネル
感動をキーワード　⇒　新たな技術開発の視点

産学連携教育・研究の強化

共同研究・メンバーシッププログラム

商品の発売　⇒　市場の評価

メンバーシッププログラム



連携企業へのお願い

●共同研究の成果の公示
　HPに掲載
　製品化に際してパッケージにロゴを記載

●年度初めにテーマを確定
●秘密保持などの取り決め
●成果の公表の段取り

★時間と秘密に関して緩やかにお考えください

同業他社のプロジェクトは別の研究員で対応します
成果の公表時は企業名・製品名を伏せます

産学連携教育・研究プログラム以外の取り組み

1）連携企業からの研究員の受け入れ

- 定期的に連携企業から派遣
- 研究所内の設備を使用
- 技術指導と相談を
- 共同研究の成果の公示
  HPに掲載・パッケージにロゴを記載

２）委託研究の受け入れ

次のような委託研究を受け入れます

- 直近の製品化に向けた研究
- ５年後・１０年後を目指した研究
  企業内では取り組みにくい課題の
  『研究のアウトソーシング』