

NO.12-132 日本機械学会 講習会「魅力を設計する」～成熟から革新へ～  
(設計工学・システム部門 企画)

協賛 (予定) エネルギー・資源学会, 化学工学会, 空気調和・衛生工学会, 計測自動制御学会, 資源・素材学会, システム制御情報学会, 自動車技術会, 精密工学会, ターボ機械協会, 電気学会, 日本エネルギー学会, 日本化学会, 日本ガスタービン学会, 日本計算工学会, 日本原子力学会, 日本建築学会, 日本航空宇宙学会, 日本工作機械工業会, 日本工作機器工業会, 日本材料科学会, 日本設計工学会, 日本船舶海洋工学会, 日本燃焼学会, 日本マリンエンジニアリング学会, 日本フルードパワーシステム学会, 日本流体力学会, 日本冷凍空調学会, 廃棄物資源循環学会, 日本 LCA 学会, 製造科学技術センター, エコデザイン学会連合, 情報処理学会, 人工知能学会, 一般社団法人電子情報通信学会, 土木学会, 日本ロボット学会, 日本応用数理学会, 日本信頼性学会, 日本知能情報ファジィ学会, 日本非破壊検査協会, 溶接学会, 日本シミュレーション学会, 日本自動認識システム協会, 自動車工業会, 日本感性工学会, 日本デザイン学会, ヒューマンインターフェース学会, 日本人間工学会, 情報処理学会, 日本 VR 学会, 日本認知科学会, 映像情報メディア学会

**開催日** 2012年11月30日(金)  
**会場** 東京大学 工学部11号館講堂 [〒113-8656 東京都文京区本郷7-3-1]  
／南北線「東大前」徒歩10分, 丸ノ内線・大江戸線「本郷三丁目」徒歩15分, 千代田線「根津」徒歩10分, 詳しくは下記のWebをご参照下さい。  
[http://www.u-tokyo.ac.jp/campusmap/cam01\\_04\\_12\\_j.html](http://www.u-tokyo.ac.jp/campusmap/cam01_04_12_j.html)

### 趣 旨

成熟市場において、ものづくりが価格競争に陥らないためには、魅力的な製品やサービスを生み出す革新が必要です。本講集会では、技術者、デザイナー、研究者からなる講師陣から、人々を惹き付ける魅力の要件とはなにか、魅力的な製品やサービスを実現するためにはどのような考え方、方法が必要かについて解説します。また、成熟市場において魅力的な製品を生み出している企業の思想と開発プロセスを通して、魅力を設計するためのエッセンスを学びます。さらに、認知神経科学の観点から魅力を感じる脳のメカニズムを解説し、魅力の本質に迫ります。

### ◆題目・講師◆

司会:(柳澤秀吉(東京大学))

10.00～11.00 / 「はじめに～潜在する魅力」  
何を魅力に感じるかは、個人の感性に依るところが大きい。感性は個人によって異なり、成熟化・国際化が進む今日においてはその多様性のすそ野は広がりつつある。さらに、個人の感性は、新しい情報や経験によって変化しうる。言い換えれば、外在化していない感性が潜在する。本講演では、魅力の性質および感性品質との関係について概観したのち、感性の多様性を的確に捉える方法と、その情報を利用して潜在的に要求される感性品質を抽出する方法について事例に用いて解説する。  
東京大学 大学院工学系研究科 機械工学専攻 講師 柳澤 秀吉

11.00～12.00 / 「価値中心設計～その機能, その設計, そのデザインは何のため?～」  
「これでいい」ではなく、「これがいい」と言われる魅力的な製品は、明確な価値観に基づいて作られている。その上で、少数相手のニッチ製品に終わらず、「これがいいらしい」と広い顧客層に訴える製品にするためには、価格に見合った「当たり前価値」の底上げと、価値観を伝えるストーリーの再構成が不可欠だ。製品開発において「機能提供」から「価値提供」へ発想の転換を試みる。  
(株)由紀精密 開発部 プロダクトデザインエンジニア 畑中 元秀

12.00～13.00 / 昼食・休憩(60分)

13.00～14.00 / 「化粧品容器における魅力創造 ～ユニバーサルデザインと感性価値～」  
化粧品容器の魅力は、ブランドコンセプトや中身と連動した魅力的な外観デザイン、使いやすそうと思える魅力的な使い方などであり、我々は様々なアプローチからこれらを両立する容器開発を行っている。最近の新しいアプローチとして、詰め替えストレスやメイクストレスなどの消費者が潜在的に抱く不安感

の低減を図った設計事例や、機能価値と情緒価値を両立する使い心地の良いスクイズ容器の設計技術について紹介する。

花王(株) 包装容器開発研究所 鈴木英哉, 土屋英里香

14:00～15:00／「感性品質による乗用車開発 ～日本のモノ造りをどうする～」

現在“日本のモノ造り存続”への危機感が非常に高まっている。円高とグローバル分業の進展に加え、IT化が製品のコモディティ化を促しており、日本は自らの強味を見直す必要に迫られているのである。ここで紹介する感性価値管理手法としての「Perceived Quality＝感性品質」は乗用車開発で十年の実績があり“日本のモノ造り復活”への大きな推進力になると考えられる。

日産自動車(株) デザイン本部 パーシブド・クオリティ部 シニアスタッフ 片岡 篤

休憩(10分)

15:10～16:40／「デザインエンジニアリングを貫くことで生まれてくる革新- Innovation through Design Engineering -」

消費者が指名買いをする製品開発に必要なこととは何か。成熟市場に挑むデザインエンジニアリングによる英国ダイソンの研究開発の考え方と問題解決。グローバルビジネス展開におけるデザインエンジニアの重要性と製品の技術価値と会社の考えを伝える。

ダイソン(株) Senior Design Engineer Martin Peek(マーティン・ピーク)  
コミュニケーションズ 統括マネージャ 神山典子

16:40～17:40／「魅力を感じる脳」

人がモノに魅力を感じるとはどういうことなのか。モノに期待し、見て、聞いて、触って、価値を見出し、喜びを感じる。魅力は、個人のさまざまな認知的要素と感情的要素が複雑に絡み合っているものである。今回は、認知神経科学の視点から、人がモノに魅力を感じる際のプロセスを構成要素に分解し、それぞれの脳の働きを理解することによって、モノの魅力の本質に迫る。

東京大学 大学院工学系研究科 デザインイノベーション社会連携講座 特任講師 上田一貴

**定 員** 60名、申込先着順に定員になり次第締め切ります。

**聴 講 料** 会員 15 000 円(学生員 7 500 円)、会員外 20 000 円(一般学生 10 000 円)、いずれも教材 1 冊分代金を含みます。協賛団体会員も本会会員と同じ取扱いといたします。  
参加券送付の都合上、開催日の 10 日前までに聴講料が着金するようにお申し込み下さい。以降は定員に余裕のある場合に、当日支払で受付いたします。なお、聴講券発行後は取消しのお申し出がありましても聴講料は返金できませんのでご注意願います。昼食は各自でお取り下さい。

**教 材** 教材のみご希望の方、また聴講者で教材を余分にご希望の方は 1 冊につき会員 2000 円、会員外 3000 円で頒布いたしますので、開催前に代金を添えて予約申込み下さい。講習会終了後発送いたします。講習会終了後に教材の販売はいたしません。入手ご希望の方はぜひ講習会にご参加下さい。

**申込方法** 申込者 1 名につき、行事申込書( <http://www.jsme.or.jp/gyosan0.htm> )に必要事項を記入いただくか、Web( <http://www.jsme.or.jp/kousyu2.htm> )からお申し込み下さい。

[担当職員] 〒160-0016 東京都新宿区信濃町 35 番地 信濃町煉瓦館 5 階  
(社)日本機械学会 設計工学・システム部門 (担当職員 田中 克)  
電話(03)5360-3500/FAX(03)5360-3508/E-mail: [tanaka@jsme.or.jp](mailto:tanaka@jsme.or.jp)