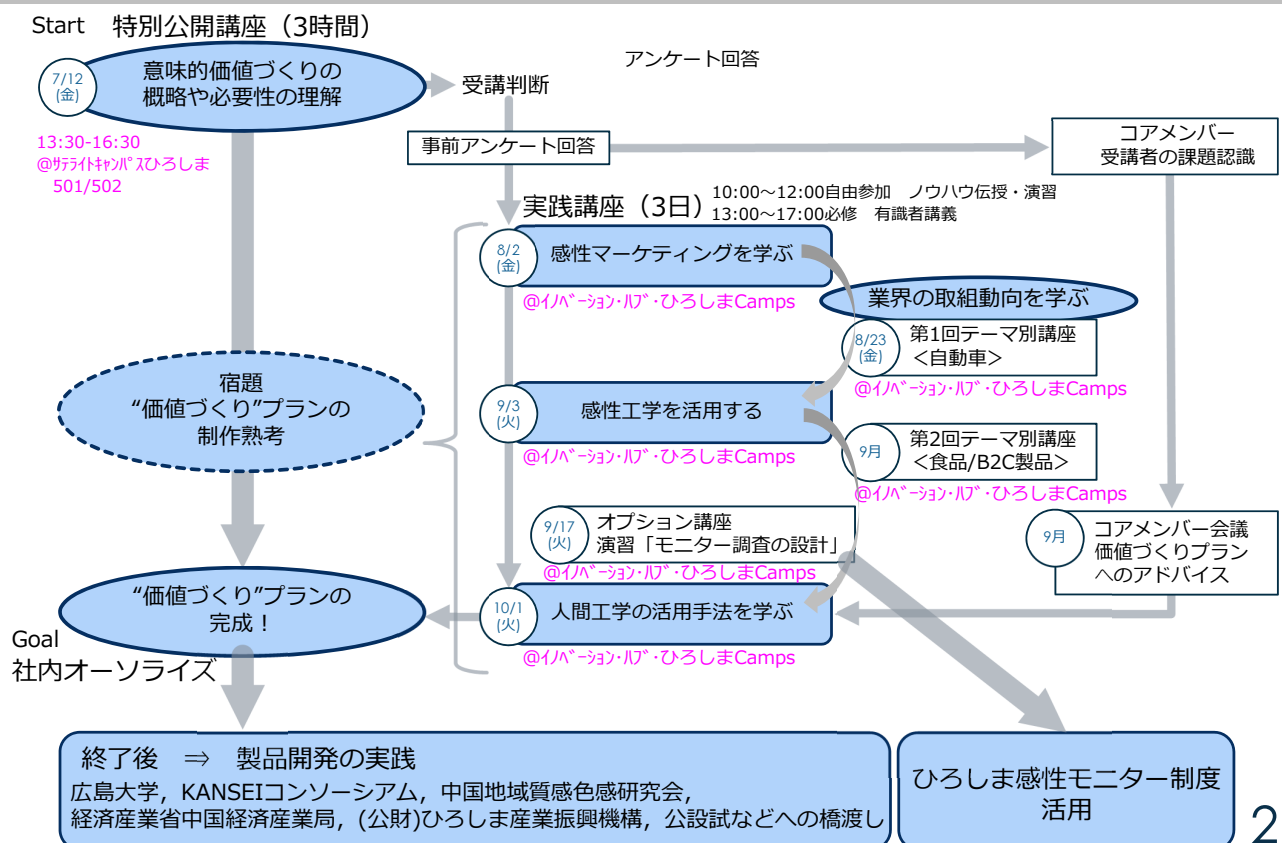


感性イノベーション講座2019 実践講座のご案内

2019年7月12日

公益財団法人 中国地域創造研究センター

感性イノベーション講座2019



実践講座のご案内

実践講座（3日）開催日時：8/2(金), 9/3(火), 10/1(火) 各日13:00-17:00必修

- ◆想定受講者対象
 - ・商品開発に携わる人材：マネジメント層を目指す方
自社技術に知見を持ち、データ分析、計測技術・事例を学びたい人材
- ◆定員
 - ・先着20名
 - ※1社より複数名の参加も受け付けますが、参加人数について後日調整させていただく可能性があります。
 - ※課題解決したい製品についての情報を講師、事務局が把握するため、受講者は「企業ニーズアンケート」をご回答ください。
- ◆最終申込〆切
 - ・7月31日（水）
 - ・受講申込受付は6/24（月）より開始しています。
※例年、最終申込〆切日前に定員となります。お早めの申込をお勧めいたします。

実践講座のカバー領域



3

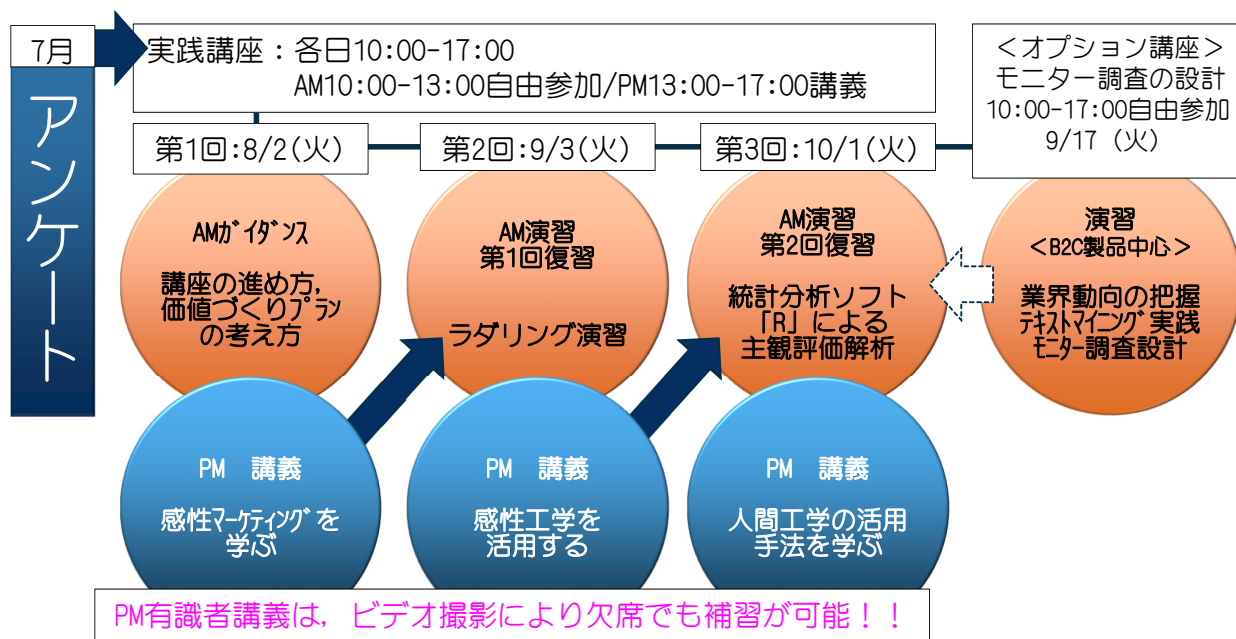
実践講座における情報共有手段

- ・実践講座では、参加者各自に自社商品に関する“価値づくり”のためのプランニングを行っていただきます。
- ・プランは、自らの考えの整理、社内での商品企画・検討における情報交換、外注の際の考えの伝達など、情報共有に活用できます。
- ・価値づくりのプランニングとは、以下の4点について考えていただくことです。（自由様式、最終版は実践講座終了後事務局へ提出）
 - ①ターゲット〔商品を買う人、商品消費する（使う）人〕
 - ②消費シーン〔商品を買う人の購入時のシーン、消費する人の消費シーン〕
 - ③価値〔商品を買う人、消費する人のメリット〕
 - ④根拠・強み〔メリットを実現するために、他の商品にはない特徴（良さ）〕
- ・スタッフや協議会の人材育成WGの先生方により、メール連絡等で、プランニングの支援を行います。
- ・受講者には事前アンケートにご回答いただきます。
〔最終アンケート回答〆切：7/31（水）〕
- ・事前アンケートの内容は、受講者所属企業の経営理念の確認や価値向上で念頭に置かれている商品の概要などです。

4

本年度の実践講座の特徴

- ・PMの講義を標準コース（必修）とし，AMは自由参加とします。
- ・AMは，“価値づくり”のプランニング演習やモニター調査に資する情報収集・分析のノウハウを伝授します。



5

若手社員教育には？！

技術など，自社のことについて
まだまだ勉強中という方のために！

- ・本年度の実践講座では「腕時計」を3回の共通の話題を入れ込んでいます。
- ・自社商品に関する“価値づくり”のためのプランニングを行っていただくことを基本としていますが，“価値づくり”プランが自社商品では書きにくいという方は，腕時計メーカーの企画者という仮のスタンスから感性価値を持つ商品を考えていただきます。

6

8/2（金）第1回講座のご案内

この講座で何ができるか

- ▶ マーケティングについて復習できる
- ▶ 感性マーケティングの活用について学べる

感性マーケティングを学ぶ～魅力を把握するには！

@イノベーション・ハブ・ひろしまCamps

AM：実践講座ガイダンス

協議会事務局

「価値づくりのプランニングとは？」

「自社商品について考えてみましょう！」

<講師>

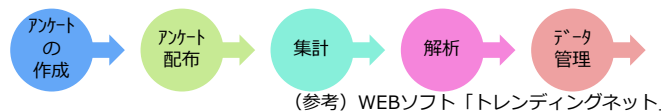
PM：「新商品開発における感性工学の活用」

井上 勝雄 氏 (株)ホロンクリエイト 研究顧問/元広島国際大学 教授)

- ・感性マーケティング
- ・言葉だしの体験 (ラダリング法の体験)

【参考文献】

井上勝雄 『エクセルによる調査分析入門』 (海文堂出版, 2010年) 税込み2,160円



(参考) WEBソフト「トレンドニングネット」

7

9/3（火）第2回講座のご案内

この講座で何ができるか

- ▶ 感性工学とは何かがわかる
- ▶ 人の感性を調べる調査手法を体得できる

感性工学を活用する～活用法を身近な商品例から体験する！

@イノベーション・ハブ・ひろしまCamps

AM：第1回復習/ラダリング演習

協議会事務局

「自社製品のラダリングを行ってみよう！」

<講師>

PM：「感性工学の活用」

石原 茂和 氏 (広島国際大学 総合リハビリテーション学部 リハビリテーション支援学科 教授)

- ・主観評価/感性情報の定量化についての取り組み
- ・腕時計を題材としたSD調査の体験
- ・感性価値の目標の設定

9/17（火）オプション講座：終日10:00-17:00

協議会事務局

10:00～12:00 「評価語の傾向をつかむ」

13:00～15:00 「評価語を選定する」

15:00～17:00 「調査票を作成する」

※PCを用いた自由参加の演習です。

※食品やB2C製品製造業の方はお薦め！

自社商品への購入者のレビューを分析したことはありますか？

他社の競合商品についての評価について分析したことはありますか？

外部コンサルタントに頼むと？ 調査だけでも、通常***万円となります。

社内で行うには？ 方法は？ そんな疑問にお答えします。

1日で大まかな結果が出せる＝1日で***万円のコスト削減！

コンサルタントのデータ収集ノウハウを教えます。

8

10/1 (火) 第3回講座のご案内

この講座で何ができるか

- ▶ 人間工学とは何かがわかる
- ▶ 行動特性の計測・分析手法が学べる

人間工学の活用手法を学ぶ～ターゲットに応じて求められる価値とは？

@イノベーション・ハブ・ひろしまCamps

AM：第2回復習/統計分析ソフト「R」による主観評価解析

協議会事務局

「統計分析ソフト「R」を活用してみよう！」

<講師>

PM：「サービスデザインによる価値創造とは？」

山岡 俊樹 氏 (京都女子大学 家政学部 生活造形学科 教授)

- ・ 観察対象(人, 物)に係る制約条件(社会・文化・経済, 空間, 時間, 製品・システム, 人間)の明確化
- ・ 70デザイン項目, UX・サービス項目などを活用した, 対象(人, 物)の本質的価値の探求

【参考文献】

山岡俊樹『デザイン3.0の教科書』(海文堂出版, 2018年) 税込み1,620円

山岡俊樹『サービスデザイン』(共立出版, 2016年) 税込み3,456円

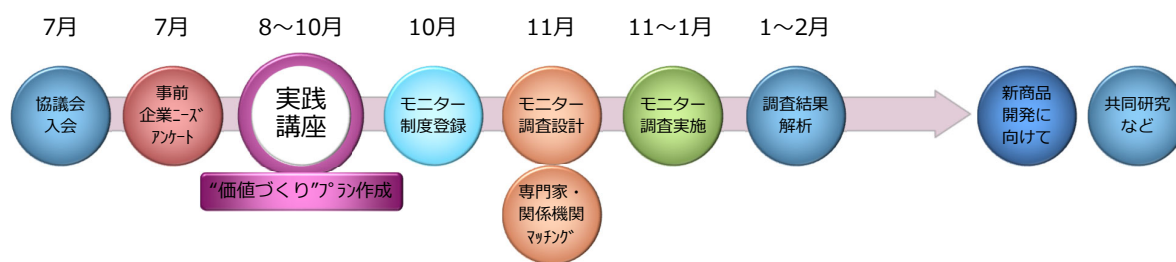
山岡俊樹 編『デザイン人間工学の基本』(武蔵野美術大学出版局, 2015年) 税込み2,484円

山岡俊樹『デザイン人間工学』(共立出版, 2014年) 税込み3,024円

山岡俊樹『ヒット商品を生む観察工学』(共立出版, 2008年) 税込み3,132円

9

実践講座終了後





- ・ 感性に訴えるものづくりの第一歩を踏み出してもらうため、協議会では受講者に、「ひろしま感性モニター制度」を活用したモニター調査の実践を推奨しています。
- ・ モニター調査を設計し、顧客・ユーザーの感性の把握に踏み出してみましょう！！
- ・ 必要であれば、アンケート調査設計・解析支援で専門家をご紹介しますので、アドバイスを得ることができます。
- ・ 是非、協議会に入会の上、「ひろしま感性モニター制度」に企業登録していただけますようお願いいたします。

10

実践講座受講のメリット

- ①新たな価値に基づく商品開発/改良へのアイデア出しが可能となる。
- ②商品の課題を発見でき、価値向上を目指したアドバイスを講師等からもらうことができる。
- ③考えを整理していくことにより、新商品開発・改良の思考方法・手順が身につく。
- ④社内外へ新製品開発/改良に関する考え方を伝達することが容易になる。
- ⑤人間工学・感性工学を用いた調査手法を体験・習得できる。
- ⑥最先端の感性価値創出に向けた技術情報を習得することができる。

- 
- ◆顧客の感性から生じる曖昧なニーズを数値化することができる
 - ◆エンドユーザーの使いやすさを数値根拠から説明できる



消費者・ユーザーの感性に配慮したものづくりを行っていることを世間にアピールすることができ、新しい商品評価軸を獲得できる。

<資料編> シナリオシート2019と ひろしま感性モニター制度

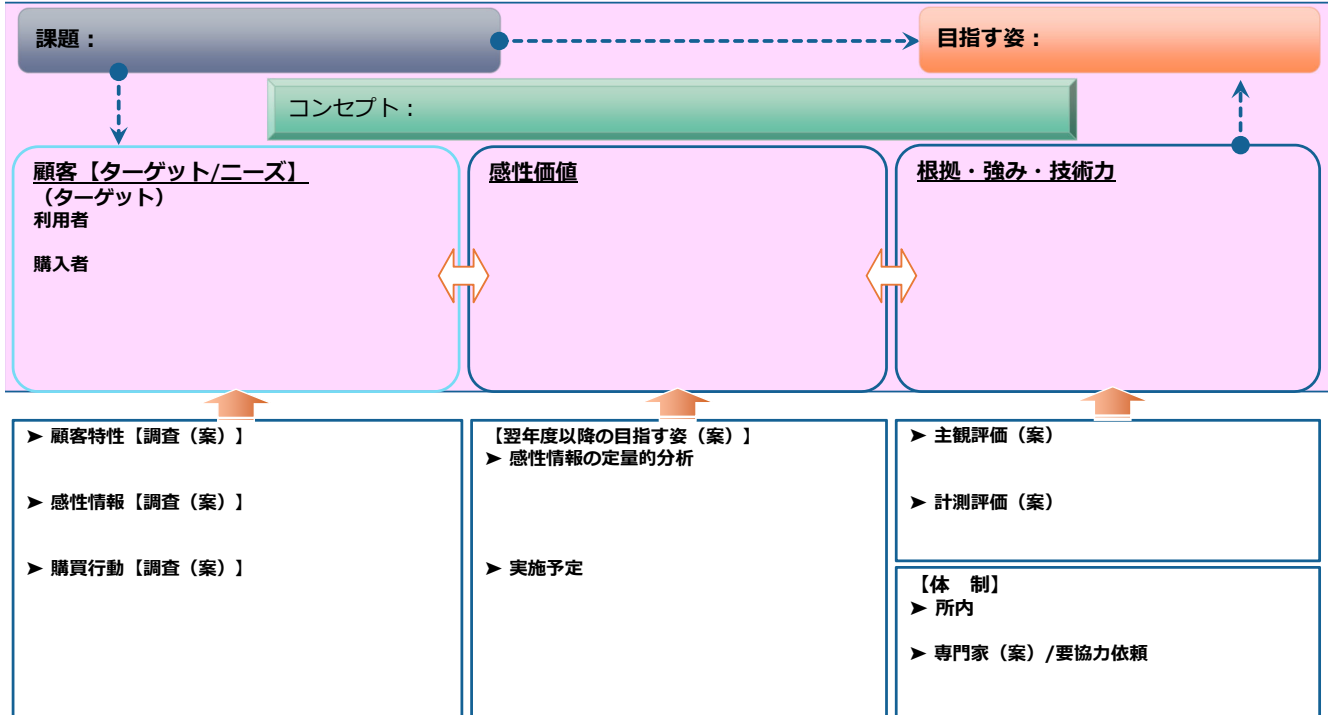
※シナリオシート：
“価値づくり”のプランニングで、検討していただく項目の参照としてください。

シナリオシート

目的：商品企画（意味的価値を明確化する）
商品評価（価値の証明方法を企画する）

企画
段階で
活用

企業名（対象製品）：



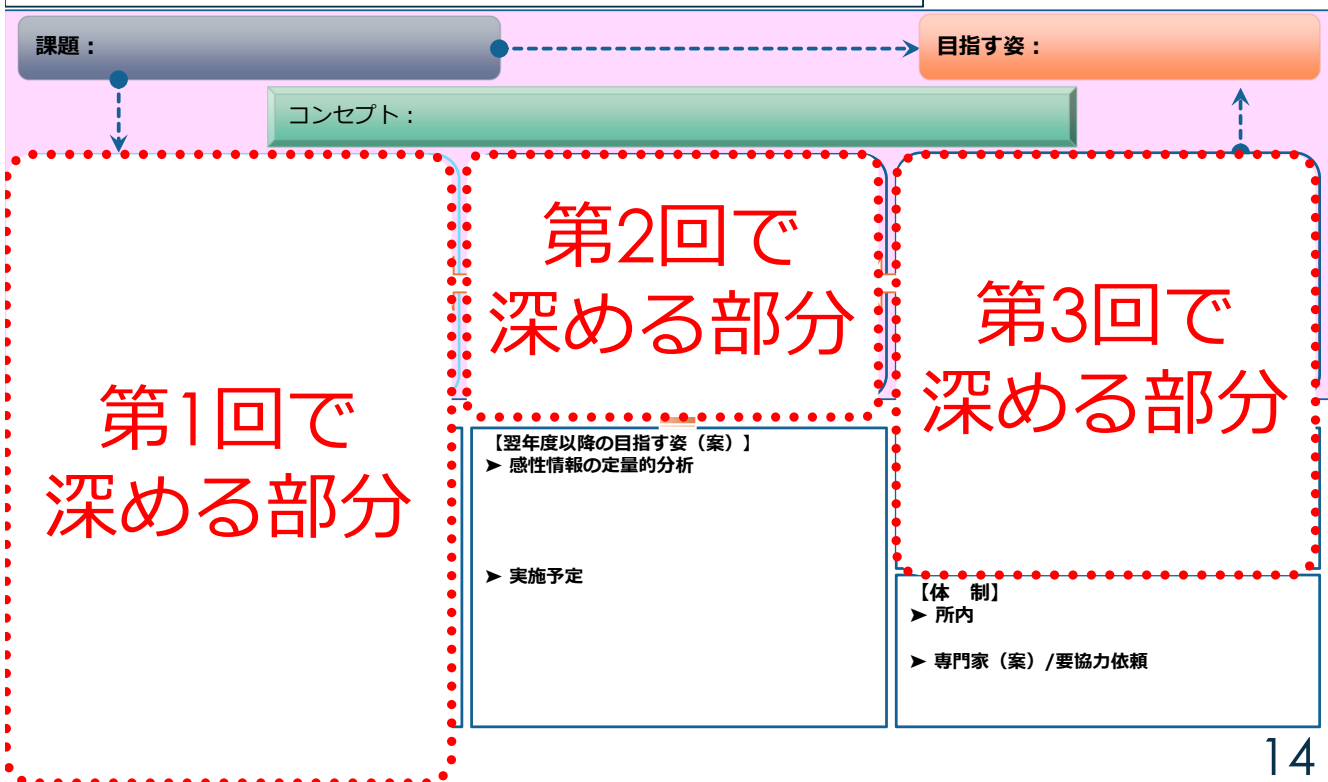
13

シナリオシート

目的：商品企画（意味的価値を明確化する）
商品評価（価値の証明方法を企画する）

企画
段階で
活用

企業名（対象製品）：



14

ひろしま感性モニター制度

- ☞ 協議会の会員を対象に、企業間の相互協力によるモニターあつ旋、調査を支援するモニター制度を構築・運用することで、企業負担を軽減して、モニター利用企業における商品の改善や新商品開発につなげる制度(H29.11~)

調査の種別：①外観モニター

…写真画像等をネット環境上で確認し、アンケートに回答

②サンプルモニター

…サンプルをモニターに配布し、味、触感、使いやすさ等を実際に確認してアンケートに回答

