

★人が高級、上質、特別と感じるモノとは？ そしてそれを表現するためには？

セミナーNo.711431

★見た目の印象、質感や色彩感覚の感性計測・評価方法を徹底解説！

高級感を感じるメカニズムと感性評価手法

●日 時 平成29年11月6日(月) 10:30~16:30

●会 場 [東京・五反田]技術情報協会 セミナールーム

●聴講料 1名につき55,000円(消費税抜き・昼食・資料付き)

[1社2名以上同時申込の場合1名につき50,000円(税抜)]

[大学、公的機関、医療機関の方には割引制度(アカデミック価格)があります。詳しくはお問い合わせください]

1. 人が感じる高級感・特別感と魅力あるモノづくり

(10:30~12:10) 日本感性工学会 理事、工業デザイン部会 部会長 井口 竹喜 氏

【講座概要】

戦後モノが無い時代の高度経済成長によりモノが充足されると共にスマホのように、今までにない新しいモノやサービスも現れて人々は本当に欲しいモノがわからなくなっている。加えて、技術や新素材そしてITの発展と共にモノづくりも変わり、更に少子高齢化により人々の生活や関心事も変化している。人々の感じる高級感、特別感の変化による新たな魅力を生むモノづくりについて触れる。

- 1.モノづくりのベースについて(ハードウェア、ソフトウェア+カンセイウェア)
- 2.私の実感している魅力ある高級感、特別感について
 - 2-1 ハッセルブラッド
 - 2-2 備前食器
 - 2-3 漆碗
 - 2-4 蒔絵印籠
 - 2-5 プリーツプリーズ
- 3.高級感、特別感とは？ 見えるものと見えないものの視点から
- 4.高級感、特別感とは？ モノと心の視点から
- 5.高級感、特別感とは？ 社会、現代の視点から
- 6.これからの時代の高級感、特別感と魅力あるモノづくり

【質疑応答】

2. 商品のパッケージデザインにおける高級感の印象と一般三次元形状に対する感性評価のモデル化

(13:00~14:40) 関西学院大学 理工学部 人間システム工学科 教授、感性価値創造研究センター センター長 工学博士 長田 典子 氏

【講座概要】

QOL(生活の質)を高める、人の感性に訴えるといった表現を耳にする。生活の「モノ」の面が整ってきた今、生活の「質」、例えば製品の使い易さ、面白さ、快適さ等、人の感じ方を大切にしようという価値感が広がっている。講演者は、感性の評価・モデル化のため、感性を科学的にとらえて体系立てており、本講演では人の感性を脳科学、工学、芸術等様々な角度から捉えて、新たな社会的価値(感性価値)を創出する取り組みについて紹介する。また実際の産業現場における問題解決の事例を基に感性工学的なアプローチを紹介する。

- 1.感性工学の基礎知識
 - 1-1 感性、感性情報とは
 - 1-2 感性的認識と知性的認識及び知情意(知識・感情・意思)との関係
 - 1-3 感性の計測・分析法:心理学(官能)的方法, 生理学的方法
 - 1-4 感性へのアプローチ:感性と脳科学、心理学、情報科学・工学、言語学
 - 1-5 まとめ(感性工学、感性情報学とは)
- 2.感性指標化・モデル化技術
 - 2-1 指標化技術(インデックス・メトリック・マッピング)
 - 2-2 指標化事例1:商品のパッケージデザインにおける高級感の印象
 - 2-3 指標化事例2:一般三次元形状に対する感性評価のモデル化
 - 2-4 ユーザの分類とモデル化
- 3.感性工学の最新動向
 - 3-1 新しい知見や手法の紹介
 - 3-2 感性研究の最近の流れと産業界の動向

【質疑応答】

3. 高級感を表現するための色彩と質感の感性評価

(14:50~16:30) (株)日本カラーデザイン研究所 プロジェクト推進部 シニアマネージャー 稲葉 隆 氏

【講座概要】

様々なプロダクト・デザインやパッケージ・デザインにおいて、加飾表現の技術開発が進んでいる。しかし、「どのように色彩とテクスチャーを組み合わせれば、その製品にとって最適となるか」を明確に示した方法が確立しているわけではない。そこで、高級感をプロダクトやパッケージで表現するためにどうすればよいか、を例にとり、色彩と質感を感性的に整理したり、狙いとするコンセプトを色彩と質感に変換して表現する方法について解説する。

- 1.色彩と質感の感性評価—高級感はどのように表現するか—
- 2.色彩と質感・素材感表現の感性評価における課題
- 3.色彩に関する感性評価の方法
 - 3-1 色彩感情をベースとした感性評価
 - 3-2 配色をどのように整理するか
- 4.質感評価における視覚と触覚の役割
 - 4-1 質感と基本的な触感次元
 - 4-2 視覚と触覚の共通性
- 5.質感・素材感の感性的評価法
- 6.様々な高級コンセプトと表現

【質疑応答】

「高級感メカニズム」セミナー申込書 No.711431 11/6

【講師紹介割引 聴講料2割引】

会社名	事業所・事業部		講師からの紹介として、聴講料を2割引いたします。 2名同時申し込み割引との併用はできませんのでご了承ください。 申込書に必要事項をご記入の上FAXにてお申込みください。 お申し込み後はキャンセルできませんのでご注意ください。 申込書が届き次第、請求書・聴講券・会場案内図をお送りします。	
住所	〒		個人情報の利用目的 ・セミナーの受付、事務処理、アフターサービスのため ・今後の新商品、新サービスに関するご案内のため ・セミナー開催、運営のため講師へもお知らせいたします	
TEL	FAX		E-mail	
	所属部課	氏名(フリガナ)		
受講者1				
受講者2				

今後、定期的な案内を希望されない場合、案内方法に×印をお願いいたします。(現在案内が届いている方も再度ご指示ください)

[郵送(宅配便)・FAX・e-mail]



TECHNICAL INFORMATION INSTITUTE CO.,LTD.

申込専用FAX 03-5436-5080