



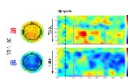
ビジョン3:

感性とデジタル製造を直結し、生活者の創造性を拡張するファブ地球社会創造拠点

中核機関：慶應義塾大学、PL：松原健二（（株）ロングフェロー）、RL：村井純（慶應義塾大学）

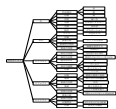
「一人ひとりのデザインが普及した社会」を実現する研究開発テーマと技術成果

サイエンス (Analysis)



ヒューマンセンシング

感性価値指標化技術



デザインナビ 価値×行動



ソムリエ 感性×物理 シミュレーション



感性メトリック 個人感性傾向・感性AI

幸福 / 満足 / 充実の裏付け

「感性物性統合学」の創生

中間表現(FDDF)

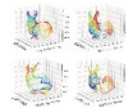
感性メタマテリアルカタログ

知識データベース

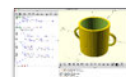


人に適合するものづくり

デザイン (Synthesis)



点群データ



陰関数データ



メッシュモデル

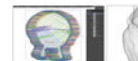
ディープ 3Dモデリング技術



マスクカスタマイゼーション



内部構造データ (ボクセルデータ)



層間/経路データ (G-CODE)

研究開発テーマ2

感性価値指標化技術のサービス化

感性価値指標化技術をベースとした、個人・産業のものづくり支援

研究開発テーマ1

感性と物性をつなぐ中間表現

触感とメタマテリアルをつなぐ中間表現とデータベース

研究開発テーマ3

デジタルファブリケーション技術とプロセスの標準化、パッケージ化

3Dデジタル製造技術を活用した、個別で柔軟な製造支援

社会実装事例

感性AIパターンソムリエ (事業化)

(関西学院大学、デジタルファッション(株)、(株)センチュリーエール、イオン(株)、高島屋、トキハ百貨店)



感性評価サービス (事業化)

(関西学院大学、(株)住化分析センター)

Kansei

感性評価

製品開発・高付加価値化のための感性価値創造

新たな「感性価値」を持つ製品開発

消費者の感性 → 感性価値を評価 → 製品価値を最大化

感性評価とは

人が、使用する製品やサービスに対する理解と好み(感情)を、感情工学・心理学・統計学などの科学に基づき評価し、数値化・可視化を行います。

心理面からの評価

客観的な評価(科学的)の作成 → 感性価値の数値化・可視化

物理面からの評価

物理面から感性価値を最大化する → 物理面からの評価

物理面からの評価

物理面から感性価値を最大化する → 物理面からの評価

製品やサービスに感性価値を付与

Your satellite laboratories SCAS Sumitomo Chemical Analytical Service

オリンピック・パラリンピック表彰台

(慶應義塾大学、野老朝雄、東京2020組織委員会)



3Dプリントオフィスチェア (リサイクル材料) (事業化)

(慶應義塾大学、(株)オカムラ)



Kansei evaluation

感性評価—実施事例—

心理面からの感性価値の数値化・可視化

介護椅子の使用感

心理面からの評価を評価する。認知尺度(心理的)を測定した上で評価することです。高齢者や介護者の感性や心理的状態は、「認知」・「感情」に大きく影響を及ぼす。認知・感情の両面から評価を行います。

介護椅子

A10日は、感性AIを活用することで感性価値を最大化し、製品価値を最大化しました。

製品価値を最大化するための評価プロセス

感性価値の数値化・可視化

製品価値を最大化するための評価プロセス

心理面からの評価を評価する。認知尺度(心理的)を測定した上で評価することです。高齢者や介護者の感性や心理的状態は、「認知」・「感情」に大きく影響を及ぼす。認知・感情の両面から評価を行います。

Your satellite laboratories SCAS Sumitomo Chemical Analytical Service