会 員 各 位

２００９年１２月２２日
日本化粧品技術者会
本部　事務局

第35回 SCCJセミナー開催のご案内

リーマンショック以降の化粧品市場の低迷を機に、これまでのような機能を中心とする技術主体のセミナーばかりで良いのだろうかという振り返りのもと、今回で第３５回を数える本セミナーでは「感性からのものづくり」を取り上げ、大学からお二人の先生、業界内外から六名の方々を講師にお招きし、―感性の基礎から計測そしてものづくりの実際―というサブタイトルのもとお話していただくこととしました。技術的には捉えにくい「感性」を技術者の皆様にもわかりやすくご説明いただくとともに、業界内外での応用事例についてもご紹介いただく予定です。

さらに時間に限りのある講演の中だけでは語りつくせない貴重な情報を、講師の方と直接議論し質問しながら聞き出していただく場であるフリーディスカッションにも充分な時間を用意しました。本セミナーをさらに有意義なものにするためのプログラムですので積極的なご活用をお願いいたします。

記

日　　時　２０１０年2月17日(水)　10:00～18:30 (受付開始9:30)

会　　場　セミナー：大阪国際交流センター　大ホール
フリーディスカッション：同会場　さくらの間
〒543-0001 大阪市天王寺区上本町8-2-6
TEL：06-6772-5931(代表)　http://www.ih-osaka.or.jp/

参 加 費

会員（正・準・シニア）	13,000 円
代理出席（注１）	13,000 円
非会員	19,000 円
当日参加（会員･非会員共に）	19,000 円

(注1)正会員1名につき代理人1名のご出席が可能です。

申込方法　同封のＦＡＸ申込用紙に必要事項をご記入の上、下記番号までＦＡＸを送信願います。

ＦＡＸ番号　⇒　０４５－５９０－６０９３

申込ＦＡＸを受け付けましたら、確認のＦＡＸを事務局から発信致します。３日～４日以内に確認のＦＡＸが届かない場合は、事務局までご連絡をお願い致します。参加証はお送りしませんのでご了承願います。

＜申込・振込締め切り日　２月３日(水)＞
お振込の際、振込人氏名（御社名）の前に**35**をご記入願います。

振 込 先　みずほ銀行　銀座支店　普通　１７９７９３２
「日本化粧品技術者会　代表　鴫原　靖宏(シギハラ　ヤスヒロ)」

キャンセルおよび複数同時のお振込の詳細は最終ページをご覧下さい。

感性からのものづくり
—感性の基礎から計測そしてものづくりの実際—

＜ス ケ ジ ュ ー ル＞

＜総合司会　塩貝 芳樹（㈱ノエビア）＞

時　間	題　目・講　師
10:00 ～ 10:05	開会の挨拶　セミナー委員長　鈴木 裕二

＜座長　菅谷 良夫（㈱コーセー）＞

10:05 ～ 10:55	“高級感”のある化粧品とは—感性価値と感動デザイン工学— 金沢工業大学情報学部心理情報学科・感動デザイン工学研究所　神宮 英夫先生
10:55 ～ 11:45	生理・心理反応計測による快適性（ストレス）評価 信州大学大学院総合工学系研究科　上條 正義先生
11:45 ～ 12:45	昼　食　休　憩

＜座長　植田 光一（東洋ビューティ㈱）＞

12:45 ～ 13:25	感性を切り口にした消費者意識と化粧品トレンド ㈱エフシージー総合研究所　菅沼 薫氏
13:25 ～ 14:05	感性価値を追求した化粧品パッケージのデザイン開発 ㈱カネボウ化粧品　井田 厚氏
14:05 ～ 14:45	毛髪ダメージ実感及びツヤ質感に関する感性研究 ㈱資生堂　川副 智行氏
14:45 ～ 15:00	休　憩

＜座長　瀧野 嘉延（味の素㈱）＞

15:00 ～ 15:40	スキンケア製品の使用感における心地よさと高級感 ㈱コーセー　妹尾 正巳氏
15:40 ～ 16:20	嗅覚に訴える製品つくり—製品開発における裏に隠れた香りの力— ライオン㈱　松川 浩氏
16:20 ～ 17:00	開発者の「味」つくりをどうやってお客様の価値につなげるか サントリーホールディングス㈱　永井 元氏

＜総合司会　塩貝 芳樹（㈱ノエビア）＞

17:05 ～ 18:25	フリーディスカッション

18:25 ～ 18:30	閉会の挨拶　セミナー副委員長　和田 光弘

講演①「“高級感”のある化粧品とは－感性価値と感動デザイン工学－」
金沢工業大学情報学部心理情報学科・感動デザイン工学研究所　神宮英夫先生

要旨：ハイプレステージはもちろんのこと低価格品であっても、化粧品にとって高級感は重要な感性品質である。化粧品の使い手は、何から高級感を感じているのかが明らかになれば、高級感のある化粧品の開発が可能になるであろう。しかし、なぜ高級感を感じるのかを意識することはほとんどなくて、潜在的なメカニズムの中で意識されている。この潜在性を解明して、製品開発につなげるための手立てについて、感動デザイン工学の視点から解明する。

講演②「生理・心理反応計測による快適性（ストレス）評価」 信州大学大学院総合工学系研究科　上條正義先生

要旨：感性は、モノゴトの本質を認識し、自分の思いを表現、伝えるコミュニケーションの基盤となる能力であり、このコミュニケーションの形成を支援する技術が感性工学である。製品などの快適性（ストレス）は、製品からの様々な刺激が呈示された際の心理および生理を計測し、相互の関係性を把握することによって評価される。意識に上がらないストレス状態を生理反応指標によって明示化し製品の快適性評価に関する研究事例を紹介する。

講演③「感性を切り口にした消費者意識と化粧品トレンド」 ㈱エフシージー総合研究所　菅沼薫氏

要旨：優れた製品がかならず売れるとは限らない。がしかし、売れるものには法則があるという気がする。これこそが感性をつかむことではないのか。化粧品は、機能と感性の両面が求められる。時代と共に変化する消費者意識のトレンドから、化粧品の使用感を含めた感性といわれる品質トレンドを時系列に考えてみたい。その先にあるものは、次の時代を感じさせる化粧品として、開発研究が目指す方向を示しているのではないだろうか。

講演④「感性価値を追求した化粧品パッケージのデザイン開発」　㈱カネボウ化粧品　井田厚氏

要旨：化粧品パッケージは包装容器としての機能（品質保持・安全性等）である本質的な役割を担う一方で、化粧品という嗜好品の魅力を備えたものでなければならない。つくり手の技術として、機能的な部分以外にも使用者を観察・研究し、ヒトの感性を深く理解する技術についても必要となる。本稿ではパッケージのデザイン開発において、感性価値を付加するべく感性について様々な切り口から取り組んだ事例、例えばアイカメラを用いた視線解析その他について紹介する。

講演⑤「毛髪ダメージ実感及びツヤ質感に関する感性研究」　㈱資生堂　川副智行氏

要旨：毛髪では髪を触って感じる触覚や見た目の視覚がダメージ実感や商品の感性評価に重要である。しかしながら、個人差による毛髪特性の違いや照明条件などが感性評価の精度に影響を及ぼす。我々はこれまでに感性評価の再現性・信頼性を高める目的で、毛髪表面を再現した毛髪モデル基板やツヤの質感を表現したCG画像を用いた感性評価・定量に関する研究を行ってきた。今回のセミナーにおいて、触覚ではダメージ実感の解明ついて、視覚ではツヤ質感の嗜好性について紹介する。

講演⑥「スキンケア製品の使用感における心地よさと高級感」　㈱コーセー　妹尾正巳氏

要旨：スキンケア製品の最重要品質は「効果」であるが、その効果を十分に発揮させるためには、毎日使い続けられる「心地よい使用感」が必要である。さらに使用後に効果を実感するためには、満足感や充実感などの感情の想起がきっかけとなるが、それには「高級な使用感」が有効である。高級感はデザインだけでなく使用感にも存在する。使用感で心地よさと高級感をいかに表現するかが、感性に訴えるスキンケア製品作りのカギを握っている。

講演⑦「嗅覚に訴える製品つくり－製品開発における裏に隠れた香りの力－」　ライオン㈱　松川浩氏

要旨：日常生活の様々な場面で「香りを楽しみたい」と考える生活者が増えている。製品における香りは、「使う時に楽しめて好まれること」が重要だが、近年、それだけではなく製品価値を向上する香りが求められている。そこで、ボディソープの香りによる気分向上効果（α波の周期リズム測定による客観評価）、シャンプーの長期連続使用による香り再認知性への影響、男声の魅力を向上させる香り等、裏に隠れた香りの力について紹介する。

講演⑧「開発者の「味」つくりをどうやってお客様の価値につなげるか」 サントリーホールディングス㈱　永井元氏

要旨：飲料の新商品開発では、コンセプトメーキング、ネーミング、中味設計、パッケージ開発、広告宣伝といった異なる分野の開発作業を束ねるプロジェクトが必要である。その中でも、「おいしさ」をクリエートする中味設計の役割は最も重要である。サントリーにおける「伊右衛門」に代表される無糖茶の商品開発を例にして、商品開発プロジェクトにおける「おいしさ」つくりの役割と機能にふれ、開発者の「味」つくりをどうやってお客様の価値につなげるか、具体的な消費者調査、香味評価を例にとり解説したいと思う。

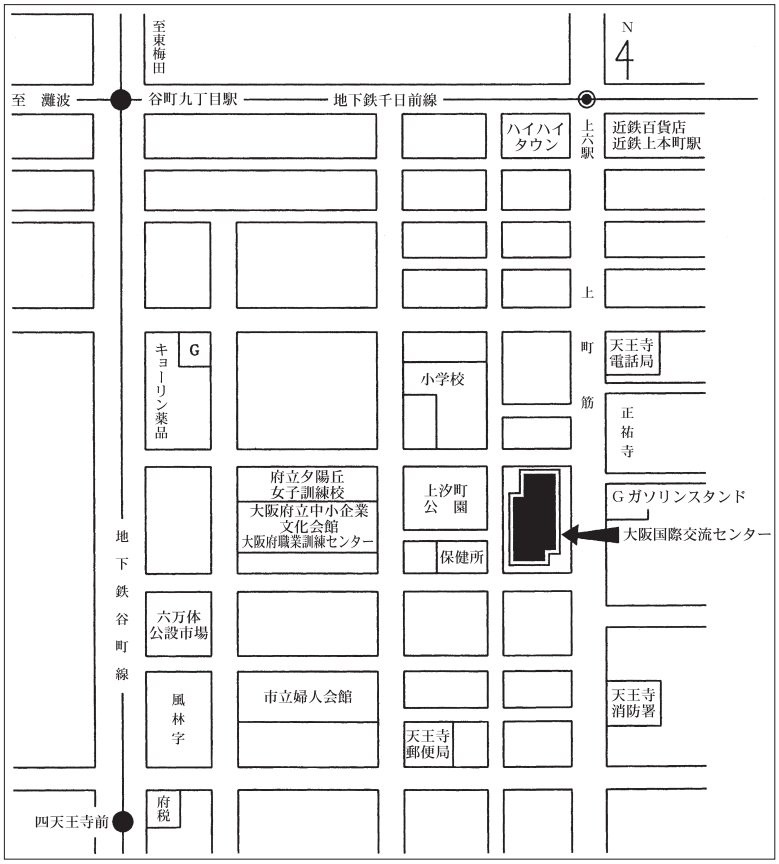
〈お願い事項〉

- お申込み後にキャンセルされるときは、本部事務局宛**2月10日（水）**までにご連絡をお願い致します。セミナー終了後となりますが、参加費をご返金致します（振込手数料は各社にご負担いただきます）。**2月11日（木）**以降にキャンセルされたときは、送金頂いた参加費はご寄付とさせて頂きますので、宜しくお願い致します。
- 複数の参加費をまとめてご送金願う場合は、必ず事務局まで**FAX（045-590-6093）**にて該当者会員区分・氏名をお知らせ願います。入金確認業務の円滑化にご協力をお願い致します。

〈お問合せ・お申し込み先〉

日本化粧品技術者会　本部　事務局
〒224-8558　神奈川県横浜市都筑区早渕2－2－1　資生堂リサーチセンター(新横浜)内
（担当：森、内藤）
TEL:045-590-6025　FAX:045-590-6093

〈会場地図〉



■交通アクセス

- 地下鉄梅田方面からお越しの方:「谷町九丁目」下車徒歩10分
- 地下鉄天王寺方面からお越しの方:「四天王寺前」下車徒歩10分
- 近鉄利用の場合:「上本町」下車徒歩5分

日本化粧品技術者会
本部事務局
http://www.sccj-ifscc.com/

第35回 SCCJセミナー 参加申込書（'10.2.17 開催）

【お申込方法】本部事務局へ**申込受付締切２月３日（水）迄**にＦＡＸにてお申込下さい。
ご参加キャンセルは２月１０日（水）締切となり、締切を過ぎた場合は返金不可となります。ご了承下さい。

◆ＳＣＣＪ会員ご本人様のご参加（事前申込¥13,000-／当日参加¥19,000-）
[参加者氏名]欄へ会員名を御記入の上、[会員区分]欄と[所属支部]欄の該当するものに○を付けて下さい。

◆代理申込でのご参加（事前申込¥13,000-／当日参加¥19,000-）
[参加者氏名]欄へ参加者前、[正会員名]欄へＳＣＣＪ正会員名を御記入の上、[会員区分]欄と[所属支部]欄ＳＣＣＪ正会員の該当するものに○を [代理]に○を付けて下さい。

※正会員が欠席の場合、代理参加１名のみ可。準会員・シニア会員・名誉会員には代理出席権がございません。

◆非会員の方のご参加(事前申込・当日ともに¥19,000-)
[参加者氏名]欄へお名前を、[非会員]へ○を付けて下さい。
※ＳＣＣＪジャーナル年間定期購読者は[非会員]となります。

	参加者氏名	ﾌﾘｶﾞﾅ	会員区分				所属支部		正会員名	会員以外	
1			正	準	ｼﾆｱ	名誉	東京	大阪		代理	非会員
2			正	準	ｼﾆｱ	名誉	東京	大阪		代理	非会員
3			正	準	ｼﾆｱ	名誉	東京	大阪		代理	非会員
4			正	準	ｼﾆｱ	名誉	東京	大阪		代理	非会員
5			正	準	ｼﾆｱ	名誉	東京	大阪		代理	非会員

（フリガナ ：　　）
ご所属：
ＴＥＬ：　　－　　－
ＦＡＸ：　　－　　－

お振込名義：35
お振込予定：　　月　　日（　　）
内訳¥13,000-　×　　名 ＋ ¥19,000-　×　　名
振込合計額：¥

E-mail：　　@

※お振込名義欄には、**お振込に使用される 御社名　又は　お名前** を、お振込名義の前に**３５**とご記入下さい。
※複数のお申込分を合算でお振込頂く際は、**必ず　明細ＦＡＸ**を事務局迄お願い致します。
※参加者証の発行はございません。お申込後、数日経過しても受付済返信 FAX が届かない場合には事務局 TEL045-590-6025 へお問合せ下さい。

～スムーズな受付処理への、ご協力をお願い致します～

FAX:045－590-6093