



令和4年9月15日

記者説明会（9月22日（木）11時・東千田キャンパス）のご案内

触感（さわり心地）が製品の付加価値に影響を与えることを
世界で初めて実験で実証しました

～ 触感が製品の付加価値を高める科学的なエビデンスを提示 ～

論文掲載

【本研究成果のポイント】

2019年7月に広島大学東広島キャンパスで、本学の学生・職員139人を対象に実施した実験（※）結果を分析し、人々が製品の触感に付加価値を感じることを明らかにしました。

本件につきまして、下記のとおり記者説明会を開催します。ご多忙とは存じますが、是非ご参加いただきたく、ご案内申し上げます。

記

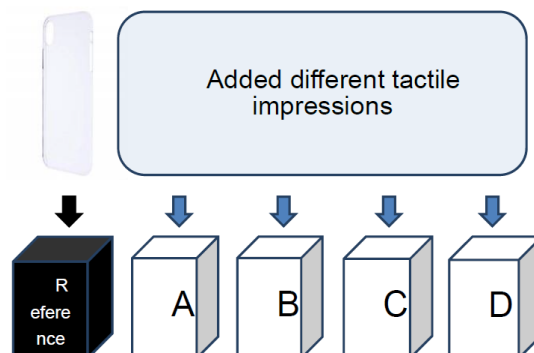
日時：令和4年9月22日（木）11：00～12：00（10：30から受付）

場所：広島大学東千田キャンパス（広島市中区東千田町1-1-89）
東千田未来創生センター 2階 M203 講義室

説明者：広島大学大学院人間社会科学研究科 教授 角谷 快彦
広島大学大学院先進理工系科学研究科 教授 栗田 雄一
DIC株式会社新事業統括事業企画部 田川 大輔（Zoom出席）
DIC株式会社R&D統括本部 桜井 宏子（Zoom出席）

（※）広島大学東広島キャンパスで実験を実施

100円ショップで売られている無加工の透明プラスチックのスマートフォンケースを参照製品に。そして、参照製品を加工した触感の異なるスマートフォンケースを箱にA～Dの箱に入れる。



実験で用いた触感の定義
SURFACE ROUGHNESS PARAMETERS USED IN THE EXPERIMENT

Surface Type	Arithmetic Mean Roughness (Ra)	Maximum Height (Rz)	Average Roughness (Rsm)
A	0.07	0.82	129
B	1.69	9.53	99
C	0.65	4.45	162
D	1.06	10.63	179

実験の風景



【概要】

広島大学大学院人間社会科学部経済学プログラム 角谷快彦教授、同大学院先進理工系科学研究科生体システム論研究室 栗田雄一教授、DIC 株式会社らの研究グループは、広島大学の学生・職員の協力を得て、2019年7月に触感の異なる同種の製品にいくらの金銭的価値を感じるかを聞いたデータを分析しました。製品の触感が製品の付加価値に影響を与えることを明らかにしました。

＜発表論文＞

論文タイトル

Consumers' Willingness to Pay for Tactile Impressions: A Study Using Smartphone Covers

著者

角谷 快彦¹、カン ムスタファ¹、ワタナポンヴァニッチ ソンティップ¹、深田雅裕²、栗田雄一²、高橋雅人³、町田英保³、鏝水清隆³、木村菜々子³、桜井宏子³、中村健二³、江原涼子³

1. 広島大学大学院人間社会科学部経済学プログラム
2. 広島大学大学院先進理工系科学研究科電気システム制御プログラム
2. DIC 株式会社

掲載雑誌

IEEE Access

DOI 番号

<https://doi.org/10.1109/ACCESS.2022.3197891>

【背景】

製品の触感（さわり心地）に価値があることは知られていますが、触感の違いが製品の付加価値にどのように結びついているかを解き明かす研究はこれまでありませんでした。本研究は、スマートフォンカバーを例に、製品の触感が人々の支払い意欲（willingness to pay）にどのように結びついているかを、実験を通じて明らかにした初めての研究です。COVID-19のパンデミックにより一層進展した人々のEコマースへの依存は、人々の購買活動を、人間の五感のなかでも視覚情報に偏ったものにしてはいますが、本研究結果はこうしたトレンドにも一石を投じるものとなりました。

【研究成果の内容】

今回、角谷教授、栗田教授、DIC 株式会社らの研究グループは、広島大学の学生・教職員の協力を得て、2019年7月に独自に実験を実施し、そのデータを分析。製品の触感と人々が製品に対して感じる付加価値の大きさの関係の分析を試みました。

実験にはスマートフォンカバーを利用し、100円ショップで売られている、透明プラスチック製のカバーを参照製品とし、同ケースにすべすべ、ざらざら等触感の異なる加工を施したケースを準備。任意で実験に参加した広島大学の学生・職員139人に実際に触ってもらい、参照製品が100円の場合、触り心地の異なる製品にいくら払うかを聞いたところ、回答者の社会経済変数をコントロールした後でも、また実験モデルの頑健性検証のために参照製品の価格を1000円に設定した場合でも、製品の触感によって顧客の感じる付加価値が大きく異なることがわかりました。

その結果、製品の触感の違いは、人々の支払い意欲(willingness to pay)に影響を与えることが明らかになりました。

人々がEコマースへの依存を深める昨今、製品の視覚以外の情報が相対的に軽視されるなか、本研究結果は、製品の触感の違いが製品の付加価値に影響を与えていることを示しています。製品の触感による付加価値の向上のためのものづくりに科学的な示唆を提供することができました。

【お問い合わせ先】

大学院人間社会科学研究科 教授 角谷 快彦 E-mail : ykadoya@hiroshima-u.ac.jp

発信枚数：A4版 4枚（本票含む）

【FAX返信用紙】

FAX：082-424-6040

広島大学広報室 行

記者説明会（9月22日（木）11時・東千田キャンパス）のご案内

触感（さわり心地）が製品の付加価値に影響を与えることを
世界で初めて実験で実証しました

日時：令和4年9月22日（木）11時～12時

場所：広島大学東千田キャンパス

東千田未来創生センター 2階 M203 講義室

説明者：広島大学大学院人間社会科学研究科 教授 角谷 快彦
広島大学大学院先進理工系科学研究科 教授 栗田 雄一
DIC 株式会社新事業統括事業企画部 田川 大輔（Zoom）
DIC 株式会社 R&D 統括本部 桜井 宏子（Zoom）

ご出席（駐車場の利用 ）

ご欠席

貴社名 _____

部署名 _____

ご芳名 _____（計 人）

電話番号 _____

誠に恐れ入りますが、上記にご記入頂き、9月21日（水）正午までにご連絡願います。なお、お車でお越しの際は併せてご連絡ください。

