

# 日本感性工学会 感性商品研究部会 アルビオン東日本橋研究所で開催

>>>2014.7.11

7月5日(土)、日本感性工学会 感性商品研究部会第52回研究会が株式会社アルビオンの東日本橋研究所で開催され、弊社の代表取締役社長 小林章一が「レ・メルヴェイユーズ ラデュレにおける商品開発」と題した研究発表を行いました。

感性工学は、感性という価値の発見と活用によって社会に資することを目的とする学問で、日本感性工学会は1998年に設立された学会です。同学会の感性商品研究部会(部会長：立命館大学 亀井且有教授)に弊社の研究部員が多く所属していることからアルビオン東日本橋研究所が研究会の会場となり、あわせて研究所の見学も行われました。

小林社長も発表の機会をいただき「レ・メルヴェイユーズ ラデュレにおける化粧品開発」と題し、早稲田大学大学院商学研究科 長沢伸也教授との共同研究として、ブランドにおける感性価値について発表しました。

「社長という立場ではありますが、高級化粧品メーカーとして、経営者は商品の最高責任者であるという考えに基づき開発責任者として責務にあたっています」と話し、「レ・メルヴェイユーズ ラデュレ」のブランド紹介から開発コンセプト、4P分析※や経験価値※に基づいて発表しました。

「自分たちが開発した商品を、後からであっても理論的に解析することで商品の正当性を再確認することができ、経営者としても自己の判断を検証するうえで有効な手段であると思う。これからも感性マーケティングの手法を応用していきたい」と今後の課題をまとめました。また、弊社研究部員も「イグニス 銀座ハチミツシリーズにおける化粧品開発」について研究発表を行いました。

参加された方からは「経営者自ら経験価値について話していただける機会は少ないので大変貴重な発表だった」とご好評をいただきました。



※4Pとは

4Pとは、製品 (Product) 、価格 (Price) 、流通 (Place) 、プロモーション (Promotion) の4つのマーケティング・ツールを活用し、標的顧客 (市場) に受け入れられる組み合わせを検討し、戦略的に販売強化を図ろうとする考え方。

※経験価値とは

金銭的な価値ではなく、その利用経験を通じて得られる感動や満足度などの感覚的な価値のこと。この概念を提唱したシュミットは経験価値には「SENSE」「FEEL」「THINK」「ACT」「RELATE」の5つの側面があるとしている。