

[人の“感性”とAIロボット]

最近、ネットニュースなどで[感性工学]という学問があることを知り、この授業を履修する動機となった。「感性」とか「工学」とかは、精神・感情・脳の活動とか技術・産業だろうと思うのだが、[感性工学]とは、はて?、何ぞやという疑問が湧いたのである。[感性工学]を提言えた長町三生(広島大学名誉教授)は、「顧客の感性を探ってデータ化し、それを分析することで顧客に喜ばれる新製品を開発すること」と定義している。

大多数の人が受容できる、“満開の桜は綺麗だ”、“子猫は可愛い”、“モーツァルトの音楽は大好きだ”という人は結構多い。これは、ある事象に対して人がどのように感じたかといった主観的な「感性」からであり、このような「感性」が人の欲求であり世の中を動かしているのではないかというのである。(長町三生)

感性工学における研究アプローチとしては、商品やサービスに対する感性の構造を明らかにし、“洗練された”“スポーティな”といった感性と、色や形状、表面加工などデザインの要素との関係を明らかにし、心理学測定法、統計学、多変量解析、“[AI]分析”などの多くの分野をまたがる方法で組み立て、評価実験データの分析を通して、商品開発・改善に役立てることである。

実例としては、マツダの“楽しい車づくり”・シャープの引出冷蔵庫・ホンダ社の“機内インテリア”などがある。

もし、人それぞれの「感性」を数値化(モデル化)し分析・判断ができれば[AIロボット]に感性を持たせられるのではないか。[感性型AIロボット]ができるのであればどうか、人に寄り添い、人と分かり合うことができる。“家事・介護・医療ロボット”などが登場する。[AIロボット]は理想的社会を実現できるのではと思えるが、はたしてそうであろうか、人間のような複雑な表情・動作から判断を下せる[AIロボット]である。[AIロボット]が導入されることで仕事は次々と代替されることになる。

高齢化社会が進む日本なら、こうした動きは歓迎されるかもしれないが、社会が効率化され、人が働かなくていい時代になるのか、人が働くことによって得られる精神的な生きがいはどうなるのか、[感性]は豊かになるのか、幸せになるのか、議論すべきだ。

人と[AIロボット]の違いは、人の持つ想像力と人それぞれが持つ[感性力]である。単純で悪環境での仕事分野を[AIロボット]に任せて、人は[AIロボット]にない、無限の創造力をもって、新たな技術を開発し、豊かな社会構造を作り上げる”new 働きの分野”を開拓すべきである。

(1160 字)

感性工学って何？

感性を科学する「感性工学」、感性は工学の世界には無縁の言葉？

□マツダの開発物語 製品に“感情”を吹き込む

スポーツの世界では心理学者がプロアスリートのパフォーマンスをサポート領域としてきた。マツダは、1980年代から、運転をより楽しく、ドライバーの感覚を刺激する「感性工学」の開拓をリードする。感性工学はマツダのクラフトマンシップ開発グループの担当領域である。

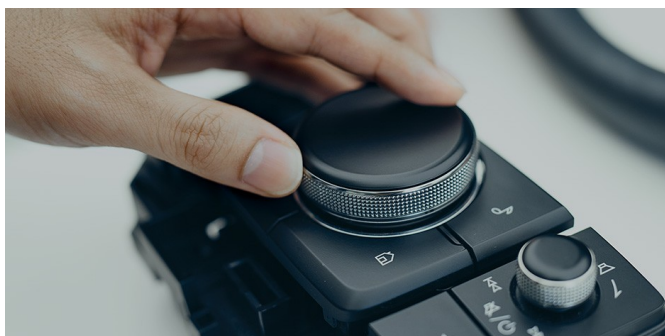
(クラフトマンシップ：職人の技能、技巧、匠)

このグループはクラフトマンシップの革新的な取り組みを支える役割を担ってきた。心理学の准教授、久保賢太（名古屋大→マツダ）は、クラフトマンシップ開発グループと協業、人間の感情の理解が製品開発にどのように役立つかという見解を示した。

エンジニアである米澤麻実は、ステアリング開発に携わってきた。当時、ステアリングに使われていた革であり、触感について考えた。何が触感に影響するのか、心地良い触感を作っている要素は何なのか、触感という極めて主観的なものをどのように測定すればいいのかを考えていた。

久保は、触感が人間の感情に左右されている可能性を探るため、ステアリングのプロトタイプ（試作品）を製作した。米澤は、感情を正確に測定する手法をプロトタイプに適用するという形で協力をした。

マツダの車には、70個ほどのスイッチが使用されてる。スイッチの『感覚』は自動車業界ではとても重要な要素で、優れたクラフトマンシップの証拠なのだ。「クリック感」ではなく、常に動的で生き生きと反応する感覚を提供するスイッチなのだ。

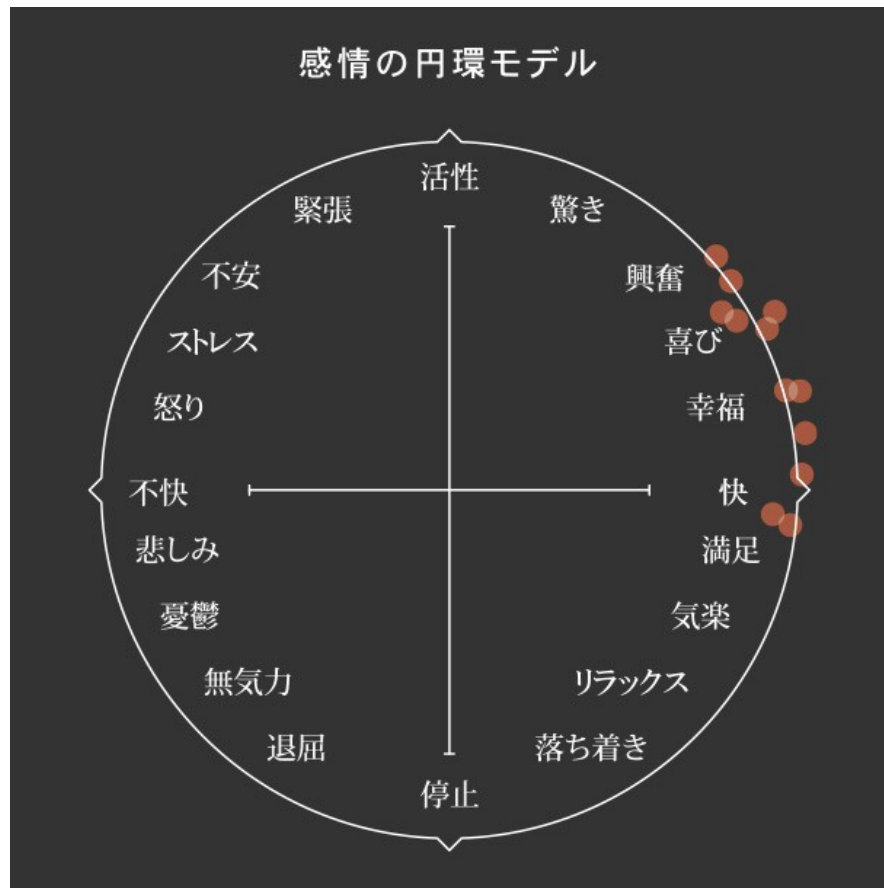


久保によると、感情は必ず体の変化の結果として生じるもの。

“人は悲しいから泣くのではなく、泣くから悲しいのだ”と言う。この考え方をスイッチに応用し、スイッチの物理的な状態が測定できれば、使用者の感情の変化を追跡することが可能になるのだ。

「感情を測定する知識と測定方法がチームに浸透しました。製品に感情を吹き込むことができるようになった瞬間でした」（久保賢太）

“出来上がったスイッチを見たマダの専門技術者達は、そのクオリティの高さに圧倒された”



心理学的感情モデルであるラッセルの円環モデル図

「触感は、人によって異なります。そのため、このモデル図に従い、理想の感触はどんな人にも共通して感じられる、活動的な快の状態と定義」

→ 「安心して使えるものであると同時に、使う喜びを感じられるもの」

会津学知会 2022

はたして、企業は、

「感覚を活用する価値を今後も追求し、ますます『買って、楽しみたい』と求めていただける製品作りをしているだろうか」

はたして、消費者は、

「感性を豊にし、価値選択し、『便利だ、楽しみたい』と思う商品を買っているのだろうか、企業のおしつけ（ガラクミたいな）、みんなが持っただけで、モノを買っているのでは？」

202.06.12
S. kazumitu