

表1 令和7年度に開催した感性商品開発研究会の概要

検討会	開催日	場所	内容	参加者数
感性商品開発研究会	令和7年 6月17日	三重化学工業株式会社 ミエラボ (松阪市大町255-1)	- 講演「産業応用の心理学」 講師：中京大学心理学部 教授 宮崎 由樹 氏 - 話題提供「感性工学的な製品評価事例と感性商品開発研究会の紹介」 - 応用心理学領域に関する意見交換など	15名

4.2 炊飯用土鍋の口コミ評価の分析

通信販売のサイトを参照して、土鍋製品 A に関する 41 件の口コミ評価を収集して、テキストマイニングによりレビューの評価、分析を行った。レビュー点数ごとに特徴語を抽出してその対応分析を行った結果を図 2 に示す。レビュー点数が高い 5.0 と関連がある単語は、「美味しい」、「炊く」などであり、炊飯用土鍋では美味しく炊けることが高評価につながっていることがわかる。一方で、レビュー点数が低い 2.0 と関連がある単語は、「吹きこぼれる」、「失敗」、「難しい」などであり、うまく炊飯できなかったことが低評価につながっていることがわかる。

4.3 事例研究のまとめ

タオル製品と土鍋製品を対象に、通信販売サイトの口コミ評価をもとにテキストマイニングによる分析を行った。文章データから特徴用語を抽出して視覚化することや評価用語間の関係性を視覚化することで、製品の評価イメージが理解しやすくなったと考えられる。これは商品開発において消費者ニーズの概要把握、自社製品のベンチマークなどに有用である。また、これらの特徴語を用いて官能評価シートを作成することも可能であり、このようなテキストマイニングは製品開発に有効である。

5. まとめ

感性商品開発研究会を開催して、感性工学、応用心理学に関する情報提供を行った。また、繊維製品および陶磁器を対象に、テキストマイニングを用いて口コミ評価の分析を行った。今後は、本研究会の成果を活用して、一般消費者を対象とした最終製品の開発支援につなげたい。

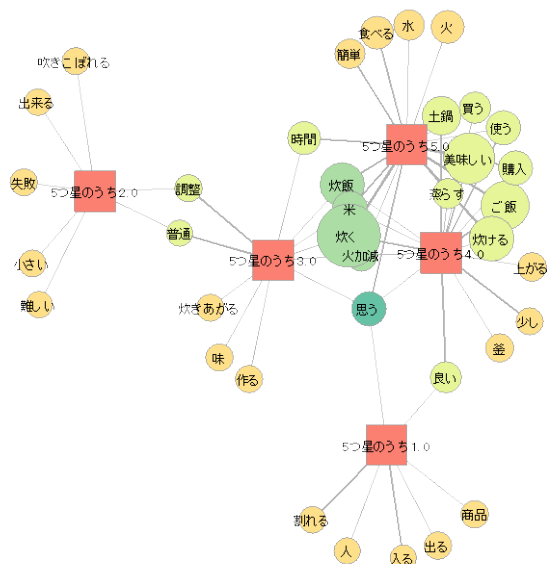


図 2 土鍋製品 A の口コミの分析結果