

# タイ向け自動車内装の開発<3> — Sporty の定義が異なる被験者グループ間の比較 —

120430020 小川祐樹  
川澄研究室

## 1. はじめに

日本のメーカはアジアマーケットの拡大に対応し、製品の感性的な魅力を高める研究・開発にも力を注いでいる [1]。本研究では、タイ市場向け自動車内装の開発に向けて、内装の感性品質に対するタイ人の評価構造について形容詞を使って分析してきた。先行実験により、内装に対して Sporty を判断する時の着目点が被験者によって異なることがわかった。そこで今回、Sporty の定義が異なる被験者グループにおける評価構造の違いを分析する。本研究は豊田合成株式会社との共同研究で、Toyota Gosei Asia(タイ)の協力を得ながらすすめた。

## 2. 実験方法

まず7種類の内装の感性品質に対し、26対の形容詞(light-heavy, sporty-unsporty など)による SD(Semantic Differential)法評価を実施した後、最後に Sporty 評価時の着目点について調査した。図1に着目点調査の用紙と記入例を示す。内装の簡易図に、着目部位を書き込みできるようにし、下部に color, shape/form など計16の視覚的要素を用語で示し、あてはまる項目をいくつでも選択できるようにした。被験者は Rajamangala University of Technology Thanyaburi (RMUTT)の教職員23人および Toyota Gosei Asia(TGAS)の社員29人で、全員が自動車購入権のあるタイ人である。

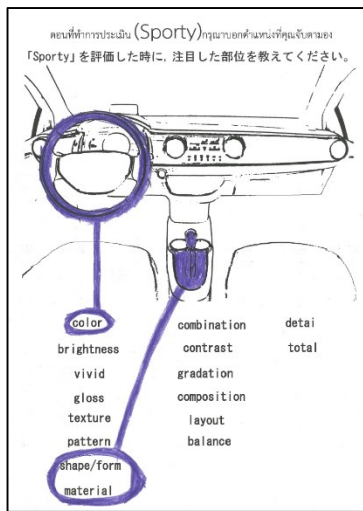


図1 Sporty 評価時の着目点調査用紙(記入例)

## 3. 実験結果

図2に Sporty 評価時の着目部位についての結果を RMUTT と TGAS に分けて示す。RMUTT ではステアリングやシフト周り、TGAS ではダッシュボードやイ

ンパネに注目して Sporty を判断した人が多かった。RMUTT の被験者は、運転操作に直接関わる部位に注目して Sporty を評価する人が多いとみられる。図3は Sporty 評価時に着目した要素についてまとめた結果である。これについても違いが見られ、車の使い手側(RMUTT)と作り手側(TGAS)で着目点が異なるためであると考えられる。

また、被験者全員に対し、ステアリング重視派とダッシュボード重視派に分け、各グループの SD 法の結果をグラフィカルモデリングを用いて分析した。その結果、どちらの被験者グループも Sporty と Dynamic に強い相関がみられるが、他の形容詞(Friendly など)との関係には差異があるなど、評価構造の違いが明らかになった。

## 4. まとめ

Sporty 評価時の着目点が異なる被験者グループに対し、感性品質の評価構造の違いを比較した結果、Sporty は Dynamic と強い相関があることや、注目部位によって他の形容詞との相関関係が変わることが明らかになった。

## 参考文献

[1] 仁科健, 永田雅典, 安井真由美: 樹脂部品の触感性における個人差分析, 人間工学 37(Supplement), 484-485, 2001

RMUTT23人					
RMUTT	ステアリング	シフト周り	ダッシュボード	その他	

TGAS29人					
TGAS	ダッシュボード	ステアリング	インパネ中央	その他	

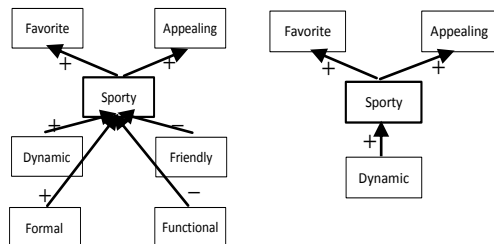
図2 Sporty 評価時の着目部位

RMUTT23人									
RMUTT	色	材質	構成			その他			

TGAS29人									
TGAS	模様	形	色			その他			

図3 Sporty 評価時の着目要素



ステアリング重視グループ(27人) ダッシュボード重視グループ(26人)

図4 着目部位が異なる被験者の評価構造