

平成26年度 研究課題外部評価報告書（事前、中間、事後、追跡）

研究テーマ名	着心地の良い中・高齢者用ファンデーションの開発					
研究実施期間	平成22年度 ～ 平成23年度					
研究概要	<p>本研究では、審美性と圧的快適性をもつブラジャーを開発することを目的とし、中高年齢層の女性を被験者として、ブラジャーによる圧迫力が人体寸法の変化、生理量・心理量に及ぼす影響を明らかにし、それらの結果に基づき心身ともに快適に着用できるシニア用ブラジャーの開発・商品化を行いました。</p> <p>研究成果をもとに、北陸エステアール共同組合、富山県総合デザインセンターの協力を得て、シニアインナー『Benea(ベネア)』として商品化を行いH24年度富山プロダクツ選定商品の認定を受けました。その後、販売方法などの検討を行い、現在は、北陸エステアール協同組合の直販サイトでネット販売を行っています。今後、さらなる販路拡大のための策を検討しているところです。</p>					
評価項目*	地域への貢献度・波及効果	発表・展示会等の実績				合計
	3	4				7
	3	3				6
	5	5				10
	5	4				9
	3	4				7
	5	4				9
	3	4				7
委員平均	3.9	4.0				7.9
委員のコメント	<ul style="list-style-type: none"> ・設計段階の感性評価で10人のサンプルは少ないと思うので、着心地の評価をより多くの実利用者から情報取得し、性能改良につなげるとよいと思う。 ・着心地の快適性を評価することに関連して、生活工学研究所の様々な研究課題に脳機能測定の利用も検討されるとよいと思う。 ・全国への普及展開を図るなら、もう少しITを活用した広告・宣伝を考えていく必要があるのではないのでしょうか。 ・多くの利用者の声を取り入れた、継続的な改良に取り組むべきではないのでしょうか。 ・富山県工技センターにとって看板技術の一つであることは間違いない。 ・販路開拓において、関連部署や企業のさらなるサポートが必要である。県内産の生地を使用し、県内で生産、県内で消費という立場であれば、地産地消の代表的な典型例になるかもしれない。 ・しかし、シニア用インナーとして県域を越えた全国レベルでのユーザー側の要望があるようなので、直販サイトへのアクセス環境を最適化するなど、ビジネス戦略の強化が必要である。 ・プロモーションをうまくできれば、もっと価値が認知され普及できると思われる ・非常に良い物だという評価を利用者から聞いたことがあります。また、今回の発表からもその評判を理解できました。 ・惜しむらくは、ビジネスの展開方法にあると思います。公設機関とすれば、ビジネスまで踏み込むことには無理があるかと思いますが、折角の成果を活かしきれていないのが非常に残念です。 ・一企業のHPに展開されているネットショップでは一般消費者は気づきません。私が聞いたように、口コミでしか広がらないでしょう。是非、多くの中老年女性のためにもっと広く情報を発信し、求めやすくしていただきたいと思います。 ・委員会の中でもありましたが、やはり宣伝と言いますか普及に関する取り組みをさらにうまくやっていただければと思います。 ・風合い着心地といった物の評価も解析的にできる様になったのだということを改めて知りました。 ・販売拡大策の検討が課題（PR方法、価格本体等） 					

* 評価項目の評価基準は5(適切)・4・3(妥当)・2・1(不適切)の5段階評価