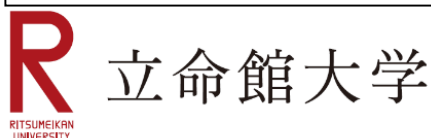


本リリースは、下記の記者クラブ・記者会をはじめとした報道関係各位にお送りしています。  
立命館大学 → 京都大学記者クラブ、草津市政記者クラブ、大阪科学・大学記者クラブ、  
文部科学記者会、科学記者会  
ヤマハ発動機 → 浜松経済記者クラブ、自動車産業記者会



## NEWS RELEASE

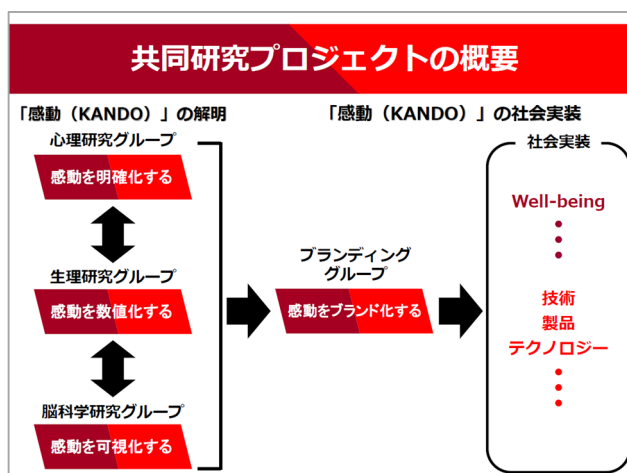
2021.8.20 <計6枚>

報道関係各位

立命館大学  
ヤマハ発動機株式会社

### 立命館大学とヤマハ発動機株式会社 「感動(KANDO)を科学する」共同研究を開始 感動を明確化・数値化・可視化・ブランド化する

立命館大学総合科学技術研究機構(滋賀県草津市、機構長:三原久明、以下、立命館大学)とヤマハ発動機株式会社(静岡県磐田市、代表取締役社長:日高祥博、以下、ヤマハ発動機)は、このたび、双方の資源を連携し、人間の生における感動の意味・感動の機能とは何かをメインテーマとした領域横断型価値創造プロジェクト(共同研究)を開始しました。



感動(KANDO)の解明・社会実装に向け、心理研究グループ・生理研究グループ・脳科学研究グループ・ブランディンググループにおいて、それぞれ、感動の明確化・数値化・可視化・ブランド化についての研究を行います。適宜、ヤマハ発動機から研究サポートとフィードバックを受けながら立命館大学が研究を主導し、将来的には技術・製品・テクノロジーへの応用を検討しています。

#### ■立命館大学とヤマハ発動機株式会社 「感動(KANDO)を科学する」共同研究

【共同研究概要】 感動を明確化・数値化・可視化・ブランド化する研究

【プロジェクトオーナー】 ヤマハ発動機株式会社 取締役会長 柳弘之

立命館大学 副学長 伊坂忠夫(スポーツ健康科学部 教授)

#### ●取材・内容についてのお問い合わせ先

##### ■立命館大学

広報課

中嶋・向山 (TEL:075-813-8300)

##### ■ヤマハ発動機株式会社

コーポレートコミュニケーション部

海野 (TEL:0538-32-1145)

立命館大学・ヤマハ発動機株式会社  
「感動（KANDO）を科学する」  
共同研究開始に関する発表会

産学融合共同研究プロジェクト



立命館大学

「挑戦をもっと自由に」

- 「学園ビジョンR2030」の実現
- 「次世代研究大学」へのチャレンジ



ヤマハ発動機株式会社

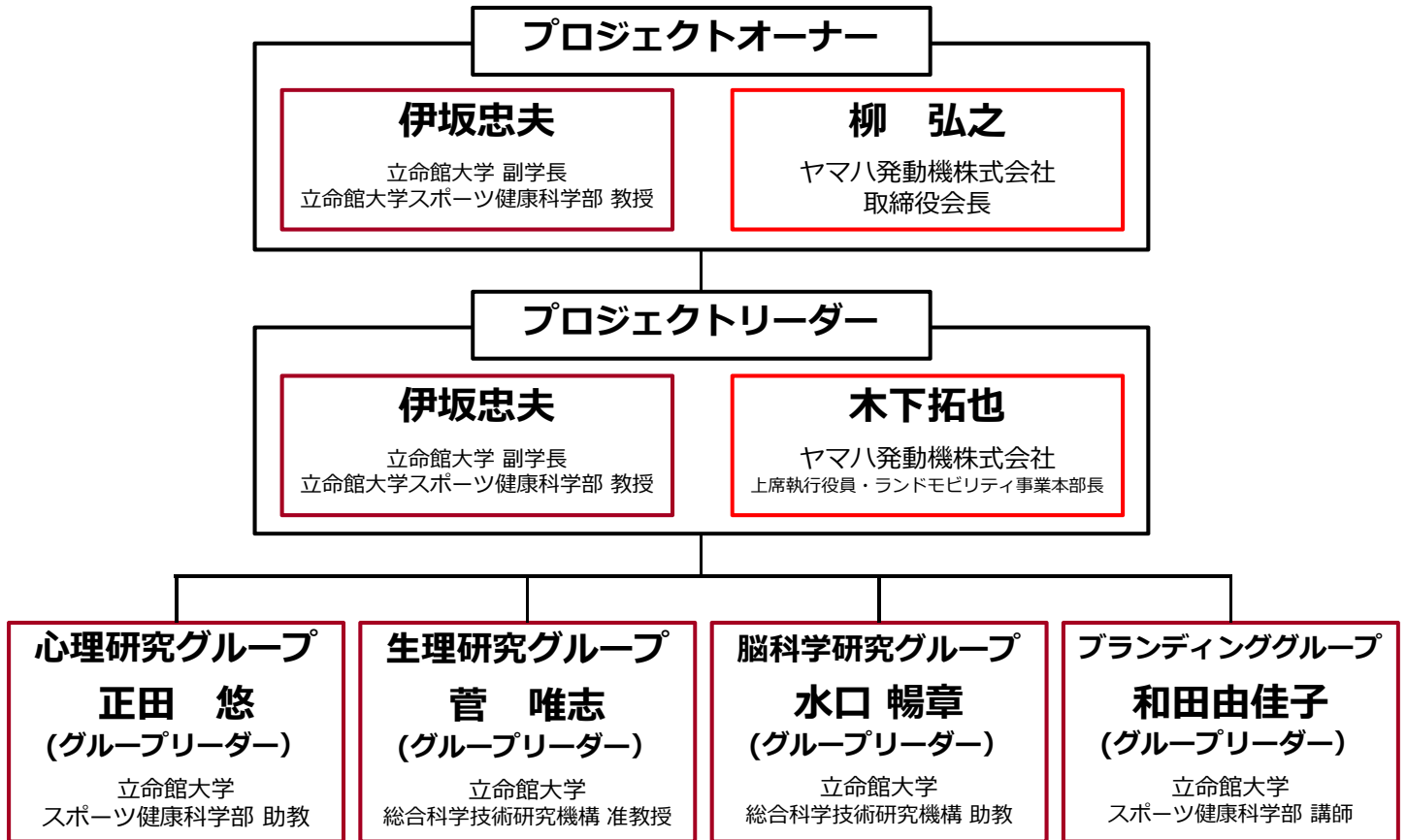
「感動創造企業」

世界の人々に新たな感動と豊かな生活を提供する



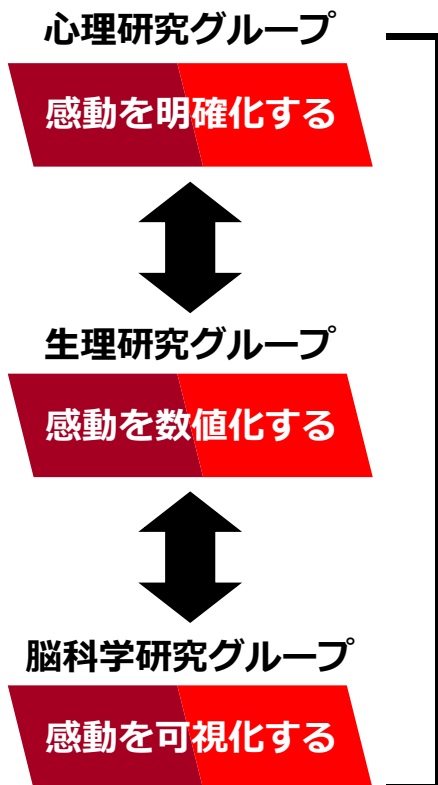
「感動（KANDO）を科学する」  
—新価値創造プロジェクト—

# 共同研究プロジェクトの体制

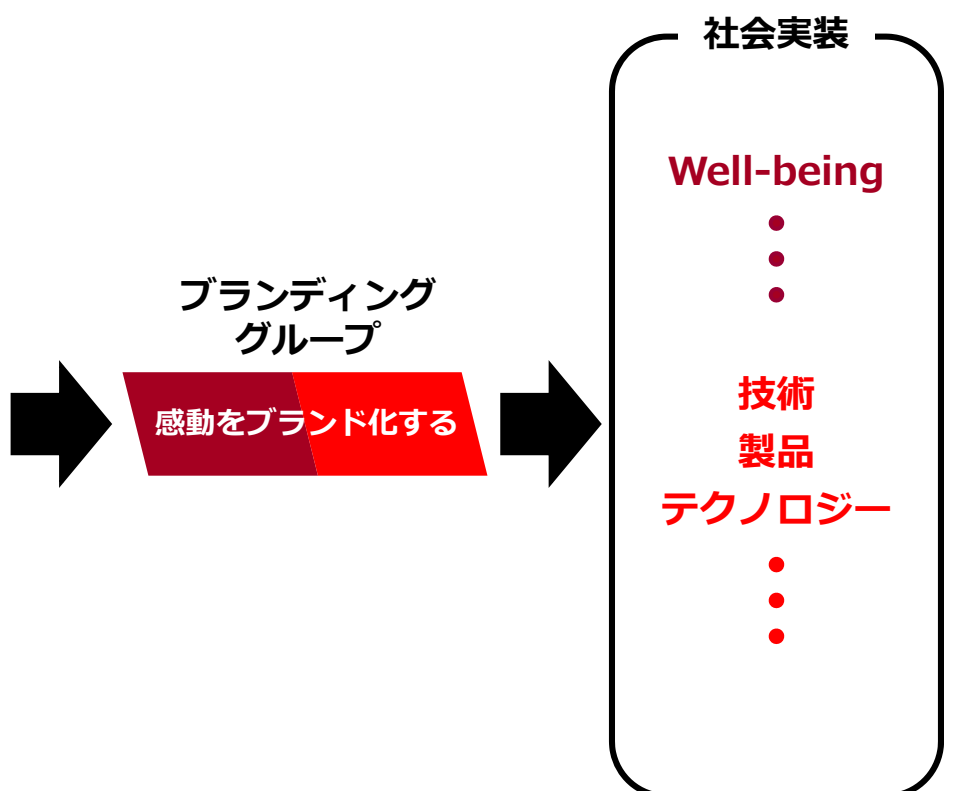


# 共同研究プロジェクトの概要

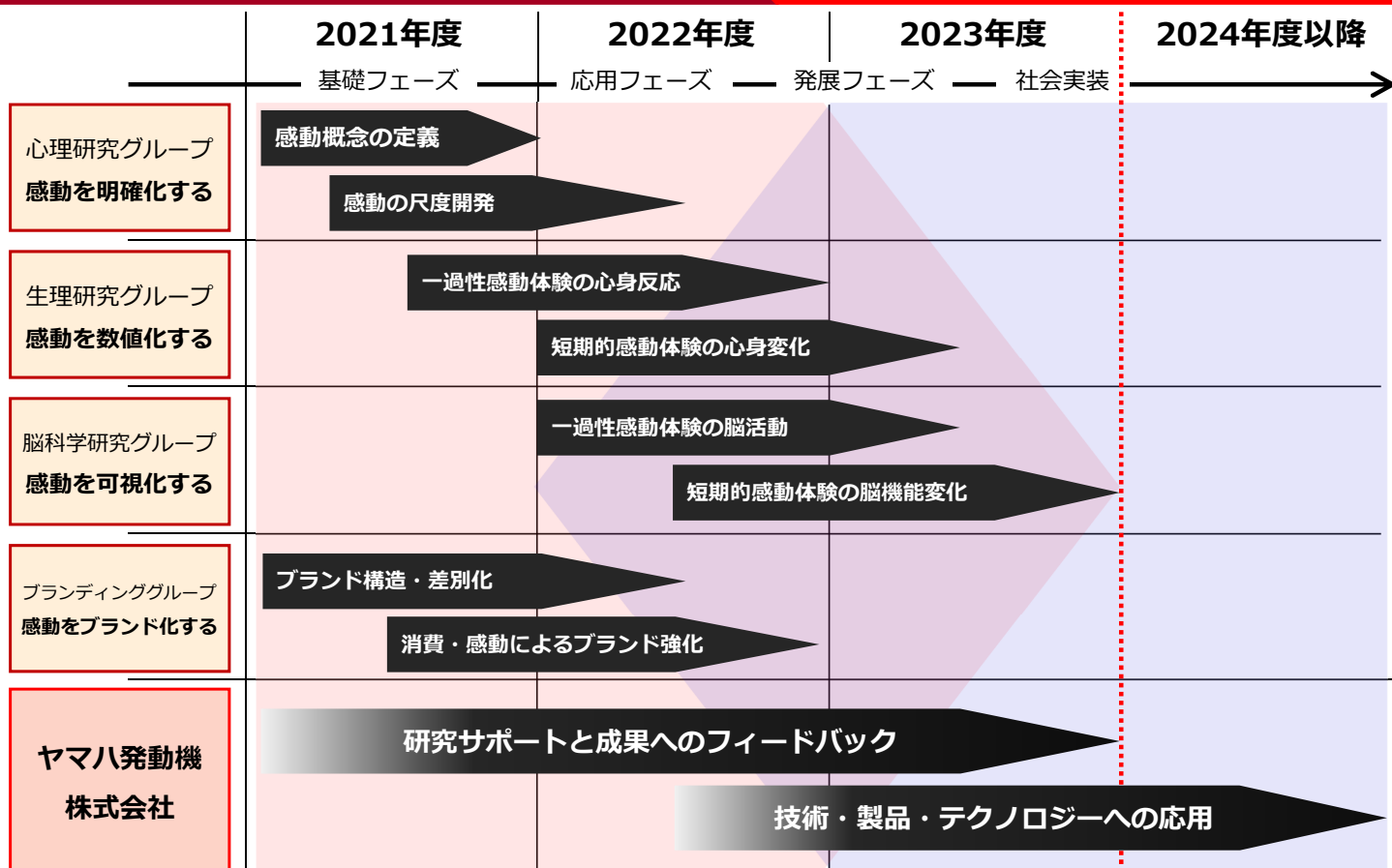
## 「感動 (KANDO)」の解明



## 「感動 (KANDO)」の社会実装



# 共同研究プロジェクトのロードマップ



## 心理研究グループ：感動を明確化する

### <主な研究課題>

#### 1. 感動概念の定義

- 「感動」とは何か？
- 人は“何に”そして“どのように”感動するのか？

#### 2. 感動尺度の開発

- 「感動」を測定する心理尺度の構築
- 「感動」体験により人の認知にどのような変化が生じるのか？

### <心理研究アプローチ>



# 生理研究グループ：感動を数値化する

## <主な研究課題>

1. 一過性の感動体験による心身反応
2. 短期的の感動体験による心身変化

## <生理研究アプローチ>



# 脳科学研究グループ：感動を可視化する

## <主な研究課題>

1. 一過性の感動体験による脳活動
2. 短期的の感動体験による脳機能の変化

## <脳科学研究アプローチ>



# ブランディンググループ：感動をブランド化する

## <主な研究課題>

1. ブランド構造の把握とブランドの差別化
2. 消費経験から得る感動とブランドの強化

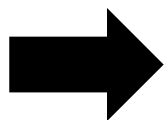
## <ブランディングアプローチ>

消費者を対象とした調査

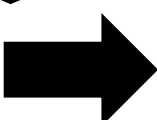
定性的調査

定量的調査

消費



感動



ブランド強化

## 共同研究プロジェクトの目標



立命館大学



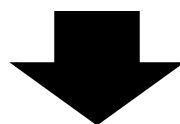
YAMAHA

ヤマハ発動機株式会社

「感動 (KANDO) を科学する」



Well-being



技術  
製品

テクノロジー

新たな「産学融合」による新価値創造