

受賞者氏名	坂本和子	
所属	デザイン工学部	
受賞年月日	2025 年	
国内・国外	国外	
授与機関等名称	国際会議 IASDR 2025 (International Association of Societies of Design Research)	
受賞名	Best Paper Award	
受賞(研究)内容詳細	受賞論文：Cultural background and marketing strategies in the perception of design similarity: A comparison between the Netherlands and Japan (デザイン類似性の知覚における文化的背景とマーケティング戦略—オランダと日本の比較—) 著者：Kazuko Sakamoto (法政大学)、Yuya Kinzuka (豊橋技術科学大学) 研究概要：本論文は、文化的背景が製品デザインの類似性認知に及ぼす影響を明らかにし、国際市場における商品開発・マーケティング戦略への示唆を得ることを目的とした。2024 年 9～10 月、デルフト工科大学および豊橋技術科学大学の学生を対象に質問紙調査を行い、有効回答 205 名（オランダ 100 名、日本 105 名）を分析した。第 1 実験では、Apple Watch、AirPods、黒色ドレス、青色ドレスの類似製品画像を用いて、類似度と後発製品に求めるデザイン変更の程度を測定した。第 2 実験では、色、ファスナー位置、持ち手位置、全体シルエットを系統的に変えた 6 種類のバックパックを提示（下図）し、基準デザインとの類似順位を比較した。その結果、オランダ参加者は全体形状やシルエットを重視して類似性を判断し、視覚的重複に比較的寛容であった一方、日本参加者はファスナー位置など機能的細部の差異に敏感で、類似性が高い場合により明確なデザイン変更を求める傾向を示した。こうした傾向は、物品と形態を分けて捉える日本の意匠法と、デザインの「全体的印象」を重視する EU 意匠制度の考え方に概ね対応したが、オランダでは消費者認識と法的基準との部分的なずれも確認された。 学術的・実務的意義：本研究は、デザイン類似性を文化的認知、法制度、消費者行動の三者関係から実証的に捉え、個人主義・集団主義という単純な文化区分から導かれる予測とは異なる判断傾向を示した点に学術的意義がある。実務面では、オランダ市場では認知可能な形状の一貫性を活用し、日本市場では全体外観に加えて操作部などの機能的細部にも明確な差別化を施すことが重要であり、市場ごとの商品設計、ブランド・コミュニケーション、模倣リスク管理を調整するための具体的指針を提示した。 	