

科目名	トレンド予測の手法
担当者名	家安香/手塚伸/今井久

【科目の目的】

マーケティングの入口で必要となる未来予測は、極めて重要なステップですが、VUCAの時代にあつて、これを的確に捉えることは極めて難しいものの、重要かつ必須の課題となっている。

この演習を通じて、不確実な時代にあつても、如何にして中長期的なトレンドを如何に予測していくか、これをもとにどのような未来戦略を描いていくかに関し、有効な知識とスキルを習得することを目的とする。

(学士基盤力) : 実践力・問題解決力

【到達目標】

(知識・理解)

- トrend把握・未来予測に必要な知識を取得し、その必要性・重要性について理解できる。
- まずは身近な山梨の可能性、未来について客観的に評価できる。

(思考・判断・表現／思考・技能・実践)

- 未来予測を行う際の仮説を立てることができる。
- 未来予測へアプローチするための基礎的な思考力、表現力を備える。

(態度・志向性)

- VUCA時代において、未来を予測しながら自らのキャリア形成を志向することができる。
- 市場等を見ながら常に的確なりサーチを行い、的確な方向性を見出す意識を持つ。

【授業内容】

第1回 (10/14 土) なぜ未来予測が必要なのか。自分はどんなスキルを持っていて、どんなスキルを手に入れることでどのような未来をきり開けるのか。各自の持っている可能性をディスカッションしながら2日間の目標を設定する。

第2回 (10/14 土) 未来を知るにはまずは過去から。どんなことがあつて、それが何に繋がっているのか。過去に思い描いた未来と今は何が違うのかについて講義とディスカッションとで学ぶ。

第3回 (10/14 土) 山梨の産業、土地、価値、さらに日本の良さなど身近なものの価値の再発見を試みます。これをもとに、海外、山梨から見つめなおします。知っているようで知らないものの中から何に関心あるかをターゲットにして、講義を主体にしながらディスカッションする。

第4回 (10/14 土) 前3回の講義を受けて、何が得意で何に興味があり、どの分野に力が発揮できそうかをそれぞれ発表します。また、参加者からの相互のアドバイスを引き出すことでコンサルティング視点を学ぶ。併せて、2日目の理解を深めるための宿題を出す。

第5回 (10/15 日) 消費も、歴史の変化もそこには愛と嫌悪がありました。自分たちの感覚を客観視できるようなものの見方を講義方式で学び、そのうえでディスカッションする。

第6回 (10/15 日) 流行り廃りがつきものの広告、伝達。そのパターンに何か秘密はあるのか？その形の変化はどのように起きているのか？講義とディスカッションで学ぶ。

第7回 (10/15 日) 数人でグループを作り、仮説をたてて未来予測を行います。その中で難しい部分、独自で辿り着いた方法論などをお互いに発表し、未来予測への理解を深める。

第8回 (10/15 日) 各自が自分の持ち味や得意なものを生かして未来予測をしていく。その過程で今後手に入れるべきスキルや、実践していきたいと考える分野についての気づきを発表し、自身の未来像、これからやっていくことへの意識、未来予測の基礎的アプローチが実感できるシート(冊子)等を作成する。

(授業外の学修)

① 事前に以下のサイトを閲覧しておくこと。

- 山梨県産業技術センター富士技術支援センター <http://shikenjyo.blogspot.com/2016/05/blog-post.html>
- 多摩美術大学素材研究室 <http://www2.tamabi.ac.jp/cgi-bin/cmtel/?cat=11>

② 第4回目終了時に提示する課題を作成、提出すること。

【教育方法】

講義は基本対面のアクティブラーニング形式で行う。講義とディスカッションで実践力を養うとともに、最終的には自身の未来予測シートを作成する。

【実務経験のある教員による教育方法】

家安香客員教授が、国内外の企業におけるトレンド分析、未来予測に携わってきたキャリアをベースに、理論と応用、実践方法などを受講者と対話しながら演習を進める。（以下、家安客員教授略歴等）

- エデルコートイースト株式会社・トレンドユニオン 代表取締役
- 同社は、パリに本社を置く、商品開発の未来予測などを得意とするデザイン、コンサルティング会社
- 関西学院大学法学部を卒業後、ブルガリジャパン、株式会社フェリシモを経て、2004年よりオランダのデザインアカデミーアイントホーヘンでデザインを学ぶ。
- 卒業後、ロンドンのインテリアデザインオフィスstudio ilse（スチューディオ・イルス）でのプロジェクトを経て、同年6月よりパリのトレンドユニオン本社で勤務
- 国際企業のブランディングを担当。2008年2月よりトレンドユニオン日本支店代表
- 2010年にEdelkoort East株式会社を立ち上げ、ファッション、ライフスタイルなど幅広い日本企業に対してのトレンド発信やデザインコンセプト作り、ブランディングやデザインワークを行っている。
- 2018年よりやまなし産業支援機構の山梨県中小企業経営革新サポート連携拠点（※）でプロジェクトマネージャーとして活動

※（公財）やまなし産業支援機構が山梨県から受託している中小企業支援のための支援コンソーシアム事業。複雑化する中小企業の経営革新課題に対応する専門家を12名組織し、課題に適したチームを組み伴走支援を行う。10年来の支援実績が豊富にある。

【評価方法】

（知識・理解）

第4回目提出宿題の内容 30%

（思考・技能・実践）

自身の未来予測シートの内容 40%

（態度・志向性）

講義への参加態度（含 質疑応答、受講者間の対話） 30%

【必携図書】

適宜プリントを配布します。

【参考図書】

トレンドユニオンが発行するトレンドブックを用いる。

【履修上の注意】

- 本科目は、9：00～16：20の時間帯に山梨県立大学飯田キャンパスで実施する。
- 未来予測、トレンド予測の第一線で活躍されている講師とのアクティブラーニング形式の演習です。VUCAといわれる予測困難な時代にあって、感性や知識などを総動員して、あるべき未来を提示できるスキルの習得に努めること。
- 参加者間の考え方の多様性の相互理解、対話の重要性等を同時に学ぶように努めること。

【履修者へのメッセージ】

- 日欧の企業現場で活躍されるとともに、大学でも教鞭をとる講師による実践的な演習です。なかなか得られる機会ではありませんので、積極的な参加を期待します。
- 質疑応答のみならず、授業外学修として、担当教員、ゲスト講師との対話を歓迎します。