

未来洞察を活用した 新規事業・研究開発テーマの創造

●プログラム●

【開催主旨】

未来予測の方法論には様々なものがあり、確立した方法論もあります。我々がおすすめし、実践している「未来洞察（フォーサイト）」は、未確立な方法論ではありますが、「非連続な未来からインスピレーションを得て、中長期の経営・事業戦略策定や新規事業創造に活用する」ことに適したアプローチです。未来を知ろうとする、自らが未来を創ろうとする過程での「新たな気づき」があってこそ、未来の非連続性や不確実性を自社の戦略策定や事業・研究テーマ創造の源泉として活用可能になるという考え方です。

あらゆる方法論がそうであるように、未来洞察をツールとしてうまく活用するには、ちょっとしたコツと日々の実践が必要です。そこで、本セミナーでは、事例を交えながら、実践知を紹介していきます。

◆日時：2016年3月30日（水） 13:30～16:30

◆会場：東京・麹町 「企業研究会 セミナールーム」

◆講師：(株)日本総合研究所 未来デザイン・ラボ ディレクター 時吉 康範氏

【略歴】

早稲田大学政経学部政治学科卒。ニューヨーク大学経営大学院 経営学修士。

JSR 株式会社を経て 2000 年日本総合研究所に入所、現在に至る。

日本総合研究所総合研究部門にて、技術価値創造戦略グループ、機械・電機・化学イノベーショングループ、事業開発コンサルティンググループ、インド事業創造グループを率い、大手製造業の主に新規事業部門や研究開発部門のトップに対して、新規事業テーマの提案、新規事業の事業化戦略の(再)構築、技術シーズの商品化戦略策定、研究開発テーマの再構築、技術経営人材の育成などのコンサルティングサービスを提供するとともに、インド・ASEAN への産業進出を促進する中央官庁の支援を行ってきた。ビジネスブレイクスルー「現場発！新事業創造アプローチ」「インド事業創造」講師、英国国立ウェールズ大学経営大学院「技術経営戦略」「イノベーションマネジメント」講師、ヒューマンアカデミー BTEC (business and technology education council) 「Creative and Innovative management」講師。

2015年4月より、日本総研内に未来デザイン・ラボを立ち上げ、メンバー12名で未来洞察アプローチによる新事業創造と中長期経営・事業戦略策定の支援に注力している。

●参加要領●

一般社団法人 企業研究会 セミナー事務局宛 FAX 03-5215-0951

*当会ホームページ (https://www.bri.or.jp) からもお申込みいただけます

●受講料● 1名 (税込み、資料代含む)

正会員	32,400円	本体価格 30,000円
一般	35,640円	本体価格 33,000円

- 申込書に所定事項ご記入の上、下記担当者あてに FAX いただくか、当会ホームページからお申し込み下さい。後日 (開催日1週間～10日前までに) 受講票・請求書をお送り致します。
- 申込書を FAX にてご送信いただく際は、FAX 番号をお間違えないようご注意ください。
- 会員企業のご確認、その他セミナーに関するご不明な点につきましては、当会ホームページより【TOP】→【公開セミナー】→【よくあるご質問】をご参照下さい。
- 最少催行人数に満たない場合は、中止とさせていただきます。ご了承ください。

一般社団法人企業研究会

担当：村野 E-mail murano@bri.or.jp

〒102-0083

東京都千代田区麹町 5-7-2 麹町M-SQUARE 2F

TEL 03-5215-3550 FAX 03-5215-0951

151891-1001		※ 2016. 3. 30 未来洞察を活用した新規事業	
会社名			
住所		〒	
TEL		FAX	
部課 役職		フリガナ お名前	
e-mail			
部課 役職		フリガナ お名前	
e-mail			

未来洞察を活用した 新規事業・研究開発テーマの創造

1. 概説：未来洞察とは何か

- (1) 未来予測の方法論
- (2) なぜ、未来洞察なのか？
- (3) 未来予測と未来洞察の違い
- (4) 時間軸と産業分野によって異なるアプローチ

2. 手法解説：「不確実な未来」をどのように洞察するか

- (1) 未来洞察のフレームワーク
- (2) 未来の 이슈を整理する
- (3) 不確実な未来の予兆を発見する（スキャンニング）
- (4) 社会変化仮説を作る
- (5) アイデアを強制発想する
- (6) 未来洞察のコツ

3. 取材事例：日本の大手企業は「不確実な未来」とどう向き合っているか

<企業例>

- (1) 情報通信 N 社
- (2) 住宅 D 社
- (3) 賃貸住宅 D 社
- (4) 精密機器 R 社
- (5) 自動車 T 社

4. 実践事例：未来洞察を活用したテーマ創造

<分野例>

- (1) ヘルスケア
- (2) 住まい
- (3) 移動
- (4) 化学・素材

5. まとめ