

直感力を生み出す科学は、あなたを無敵にする

感性とは、美意識や直感力のような、脳の潜在域で起こる意識のイベント。20世紀までは、個人の才能やセンスとして、客観的には語りきれないとされた分野でした。ところが、脳科学が発達し、意識の仕組みが解明されつつある今、**感性は、科学的に誰もが学べる知識となりました。**



感性は、脳の状態によって異なります。たとえば、男女の脳は形が違い、ものの見方も感じ方も大きく違います。また、脳は年代によってその使命が違い、やはり感性を大きく異にしています。さらに、ヒトの脳には7年という生理周期があり、男女・年代の違いを超えて大衆の感性を牛耳り、流行のトレンドを作り出しています。脳の潜在域の出来事を知ると、世の中の不思議が面白いように解けてきます。

本講座では、市場や時代への脳科学的アプローチと共に、自らの脳を最大限に活かす生き方を学びます。**目には見えない「感性」を知ることで、ビジネスに使える「第6のセンス」を確立します。**直感を、勘や気合に頼らず、知的に生みだしたいあなたに。

- ▼**受講対象者** (現在29歳未満の方は、受講していただくことはできません)
- エグゼクティブを目指す方
 - そろそろ、「流れを読む力」を手に入れたいと思っている方
 - 「直感を信じろ」(By スティーブ・ジョブズ)と言われてもピンとこない方
 - 実力を評価されていないと感じる方

▼**受講期待効果**

- 市場の気持ちや時代のトレンドをつかみ、事業・商品開発やマーケティングに活かすことができる
- 世代間、男女間のコミュニケーションが上手になり、人の心をつかめるようになる
- 勘やモチベーションに頼らず、知的・客観的に安定した発想力、直感力を発揮することができるようになる

講座詳細

第1回

感性入門／脳が違えば、感性が違う

脳は、その脳の持ち主のよりよい生存と生殖のために、ゆるぎない方向性をもって、とっさの快・不快を呈しています。男女の脳は、生殖に有利な条件が違うので、当然、快・不快の方向性が違います。これは、商品やコミュニケーションの好みにも大きく影響しています。さらに年齢によっても、脳の使命は違います。29歳まではがむしゃらな“仕込み期”にあたり、30歳を目前に社会的自我が立ち、人生が本格始動します。男女のミゾと人生の波。人生を彩る二つの脳の違いを学びます。

第2回

感性コミュニケーション／男女脳×世代脳別の攻略法

男女の脳は形が違うため、脳のデジタル/アナログバランスが違い、ものの見方や感じ方にも著しい差異があります。「心地よいもの」の種類が明らかに違う男女脳。さらに生まれた世代によっても感性は大きく異なります。男女脳×世代脳の機能的な違いを科学的に知って、コミュニケーションの達人に。さらに、性別と年齢別の市場の感性傾向をとりあげ、商品開発やその売り方のコツを伝授します。

第3回

感性トレンド1／ヒトの脳の二大気分

脳神経細胞ニューロンの活性状態により、ヒトの脳には、大きく二つの気分が内在しています。アナログ気分とデジタル気分と呼ばれる二つの気分は、男女脳の差を生み出す一因にもなり、社会現象や流行トレンドにも大きく影響しています。ここでは、感性の源ともいえる、脳の二大気分をマスターしていただき、さらに大衆全体のブレインサイクル＝感性トレンドについて学びます。

第4回

感性トレンド2／「近未来」を知る

来たる2013年、時代は感性の大きな分岐点＝パラダイムシフトを迎えます。2012年、人々の気持ちは、既に大きく変化し始めています。女性誌の定番だった「愛され」や「癒し」というキーワードが消え、「譲れない」「凛とした」「本格派」というキーワードに。デザイン傾向は、「丸くてカワイイ、カラフル」から「尖がり」傾向を呈するように。時代の風向き変化をいち早く知って、新時代へのアドバンテージを手に。

第5回

感性ネーミング／世代論

会社名、商品名、キャッチコピーなど、ビジネスには必ずことばが伴います。顧客の心に届くことばを使えるかどうかは、ビジネスパーソンにとって重要な資質。ここでは、語感が脳に及ぼす影響について学び、魅力的なネーミングのあり方を理解します。

第6回

感性ビジネス始動！

ここまでで学んだ感性の知を、実際の事業プランニングに活かすポイントを学びます。感性に照らして事業プランを見ることは、事業家自身に深い確信をもたらす、斬新な発想を可能にします。卒業制作として、近未来の事業プランに挑戦していきます。さらに、ヒトの脳の感性領域の、想像を超える力について学び、人生の指針を得ていただきます。

講師紹介



■参考課題図書



『売れる!! ネーミングの秘密』(成美文庫)

担当講師

黒川伊保子氏

株式会社感性リサーチ
代表取締役社長/CEO
日本感性工学会評議員
倉敷芸術科学大学非常勤講師

■プロフィール

1983年、奈良女子大理学部卒。コンピューターメーカーにてAI(人工知能)開発に携わりロボットの情緒的対話を研究。AI分析の手法を用いて、世界初の語感分析法である『サブミナル・インプレッション導出法』を開発し男女脳別に商品名の好感度を割り出すなど、マーケティングの世界に新境地を開拓した、感性分析の第一人者である。

■著書

『なぜ、人は7年で飽きるのか』(中経出版)、『怪物の名はなぜガグゲゴなのか』(新潮新書)、『恋愛脳』(新潮文庫)など多数。

■補助講師

手塚祐基氏



プロフィール

1985年、東京芸術大学卒。時計製造会社にて、国内外、約2千種の腕時計デザイン開発に携わる。2006年、黒川伊保子氏の感性理論に出会い師事。デザインにおける感性研究を極め、それを活かした製品開発コンサルティングを展開。専門学校講師、セミナー講師なども務める。

※この講座は、2012年5月～8月に開催したものです。

※1回の講義時間は約3時間となります。