

トレンド分析の実例

「協働通信」第5号（1997年11月1日発行）「経営技術レポート」のレポートで「トレンド分析手法」について、下記の項目で詳説しております。

- 1 トrendをとらえた企業が勝つ時代
- 2 トrend分析の中心となる親和集約的手法のイメージ
- 3 手動によるトレンド分析実践事例
- 4 B S Oのデジタルトレンド分析

B S Oでは、毎月トレンド分析を行い、そのデータを集約しているが、今回は、B S Oの「1999年7月トレンドダイジェスト」を掲載して、読者の皆様にトレンド分析の実践編をお目にかけることにしたい。

分析手法については、協働通信5号を、もう一度ひもといて頂くことにして、今回は気楽に、収録された各種のデータが、1次、2次の集約によって、如何なるキーワードに変化していくかをお楽しみいただけたらと思う。

初めの4頁（P17～20）は、収録キーワードの1次集約を、（P21～P23）は1～4次集約への様子を表している。約170の収録データが最終的には3つのキーワードに集約されていく様を御覧いただきたい。

集約には、多種多様な考え方がある。皆様もご自分なりの集約に挑戦してみただけであればトレンド分析に興味をお持ちいただけると確信している。

1999年7月度のトレンドダイジェストを終えて

7月度のトレンドデータは、最終的に下記の3つのキーワードに集約されたが、集約に際して感じたことをキーワード別に述べてみたい。

1.新しい社会に脱皮することが求められる

このキーワードに集約されたデータには、「アメリカの大手サービス業が日本に上陸」、「日本の航空会社が中国に進出」など世界が一体化していくことを肌で感じるデータがあり、また、企業が必死に生き残り策を模索する様態を表すデータが多かった。

更に、今までの競合関係を見捨てた戦略的連携等の体制全体を大胆に改革して

いくことを求めているものも多かった。

リストラの嵐が吹く中で、資格取得のために自己投資を行うサラリーマンの姿を映し出すデータからは、会社依存や他力本願での生き方が通用しにくくなり、日本も自己責任が問われる時代になるのがそう遠くないことが読みとれた。

今まで経済競争社会とは一線を画してきた教育界が、経済のしくみを教育現場で実践したり、学ぶ側にたった教育方法を模索したりしている様を示すデータは、教育を一から見直す必要性を示唆していると思えた。

企業、個人、社会制度の未来像は、今までの方程式で描かれる曲線上になく、新しい社会への脱皮を求めているように思った。

2. 産業が文化に文化は産業になる

自動車会社のゼロエミッション、全地球測位システムの応用など、産業技術を個人的な欲望を満たすためだけでなく、自然や社会（文化）に役立たせようとする動きを示すデータがあった。

他方、今までビジネスとは別物と捉えられていた「想い」や「文化」が、ビジネスにつながっていく例を示すデータがあり、ビジネスに文化臭さを求める兆候を感じ取れた。

そして、シネコンのように商業施設と文化施設が複合化し、成功するデータが示すように、産業と文化が融合し相乗効果をあげる例もみられた。

産業と文化に境がなくなり、産業が文化に、文化は産業になる兆候を感じとれた。

3. これからは個対応を重視する時代になる

高齢化社会の到来や女性の社会進出を示すデータは多くあったが、その中でも性的な元気印の高齢者が増え、自己実現欲求を原点とした女性の社会的進出が増えるということを示すデータもあった。

男性の女性化、女性の男性化などを示すデータが多くあり、特に年齢や性別、「上質生活」などを示すデータからは、古いライフスタイルの概念では分類不可能な人種が多くなってきたことを明らかにしている。

彼ら、彼女らが形成する市場（市場といえるか？）に対応するためには、情報技術を活用し、知恵と工夫を凝らした個別マーケティング手法のデータ、購買意欲をそそるための企画のデータが多くみられた。

データは少ないが職場における彼ら、彼女らへの対応策も自ずと見えてきた。

人を、ある指向性を持つ集合の一人と捉えるやり方に限界がきており、これからは個別対応を重視する時代になると感じた。