

### ①テーマとチーム分け

「マーケットインか、プロダクトアウトか？」

製品開発を行ううえでの相反する考え方についてディベートを行う。マーケットインとは、顧客のニーズを優先して製品開発を行う考え方。対してプロダクトアウトとは、企業のシーズを優先して製品開発を行う考え方。

◎マーケットイン派（A班）：

木下優妃、西原詩乃、谷山奏斗、舟山巴菜、松葉彩花

◎プロダクトアウト派（B班）：

和平 萌、中澤玲香、辻 好永、竹谷光加、村上 想

### ②ポイント

◎立論・論拠に必要なのは、理論的な支持と経験的な支持です。理論的な支持とは、理屈が通っているかどうか、過去に同様の主張をした先人がいたかどうかです。経験的な支持とは、直観に反していないかどうか、主張に則したデータがあるかどうかです。レジュメを作成する際には、理論的および経験的な支持の両輪が備わっているかを意識するとよいでしょう。

◎レジュメ作成と同様に重要なのが、当日のチームワークと発言の量・質です。チーム全体に立論・論拠の内容が共有されていれば、一枚岩になって主張や反論ができるはずです。聴衆が理解できるように噛み砕いて簡潔に述べる力もまた重要です。

◎無論ですが、予想される反論をあらかじめ考えておくと、当日余裕をもって進められます。

◎レジュメは、作りやすさから PowerPoint をオススメしますが、Word や Excel でも可です。

### ③タイムテーブル

I	計 50 分程度(講評除く)	II
立論 (4 分)		
		立論 (4 分)
作戦タイム (3 分)		
		反駁 (3 分)
反駁 (3 分)		
フリーディスカッション I (6 分)		
ジャッジからの質問 (6 分)		
作戦タイム (2 分)		
フリーディスカッション II (6 分)		
作戦タイム (3 分)		
まとめ (3 分)		
		まとめ (3 分)
全員による講評		

※立論とは、自チームの持論を、一方的に秩序だててジャッジにプレゼンする行為です。

※反駁とは、相手チームへの批判を、一方的に秩序だててジャッジにプレゼンする行為です。

うまく反駁を行うためには、相手チームの意見をよく理解することが必要です。

※フリーディスカッションとは、各チームの持論を相互的にぶつけあう行為です。

※まとめとは、それまでに行われた全ての議論の内容を踏まえ、自チームの意見の正当性をジャッジにプレゼンする行為です。まとめでは、1人ないしは2人が、自席からジャッジの前に移動し、資料をできるだけ見ずに力強く魅力的に演説してください。