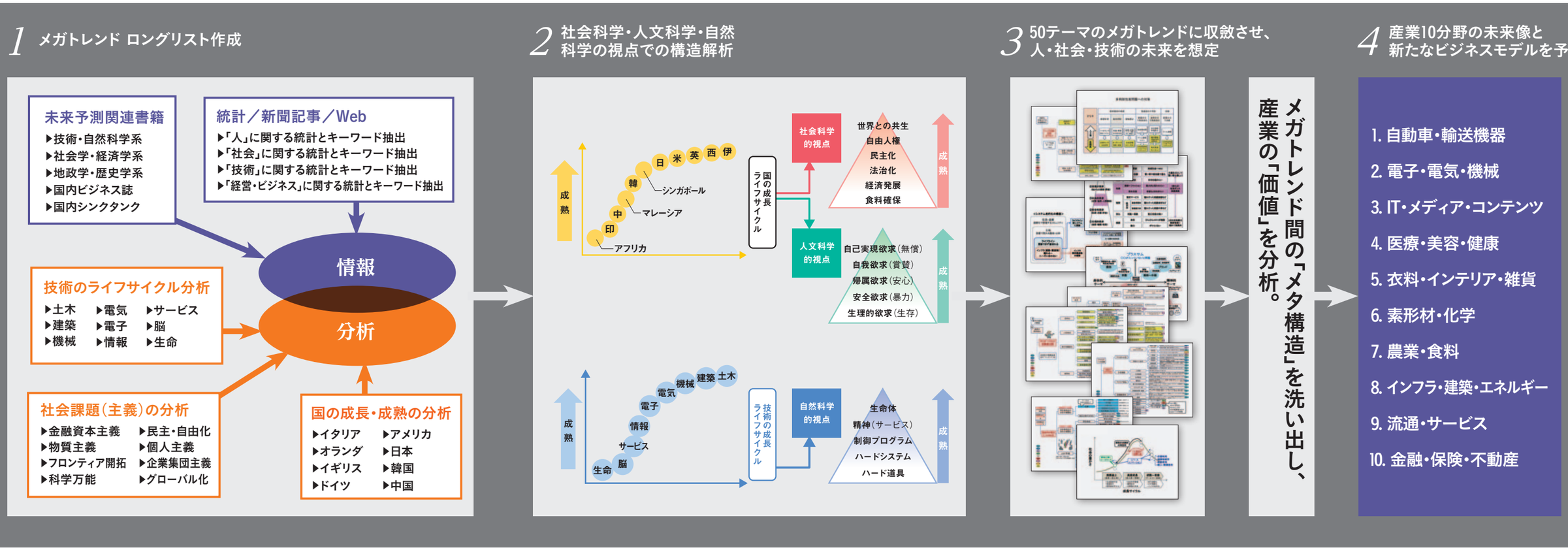
# 未来予測、渾身の新シリーズ『メガトレンド2014-2023』2013年12月刊行。

日経BP未来研究所

# 『メガトレンド2014-2023』の 予測プロセス

膨大な情報や統計データをインプットし、メタ解析。人・社会・技術のライフサイクルの視 点で顕在化する未来の「価値」を抽出し、
50テーマのメガトレンドに収斂。独自の予測方程式を活用し、産業・社会の未来像を提示 します。




ビジネスとは「市場が求める価値」を仕様に翻訳し、その提供手段のコストパフォーマンスを最適化する行為を積み上げたものです。世の移り変わりとともに、その市場も手段も変化します。

我が国の国民は少子・高齢化し、社会は成熟を遂げ、同時に次代を牽引する主役技術も移り変わってきました。日本が新興国として飛躍を遂げた高度成長期は、産業を牽引する主役技術が電子～化学から情報～サービスへ移行する時期に重なり、それを支えた団塊世代の価値観は、消費や競争を美徳としていました。今や成長活力の源泉はアジアへ移り、ビッグデータやニューロといった最先端の科学がサービス分野にも挑み始めています。時代は確実に転回しています。

ようやく先達の欧米諸国と同様の成熟モードに達した我が国は、自らの手で価値を定義すべき立場に初めて置かれ、戸惑っています。しかし、立ち止まっている暇はありません。日本が牧歌的な製造業のフェーズを脱して、新次元のサービス産業を柱とする社会に生まれ変わるのは、歴史の必然です。この変化を先導すべき企業の経営企画・戦略部門は、現場から上がってきた戦況報告を、経営幹部が納得する見栄えの良い書類に焼き直す調整係に甘んじてはいられないのです。

表面に現れない「新しい価値」を見通すためには、大きな価値の流れを俯瞰し、相互の因果の関係をメタなメカニズムとして理解するプロセスが必須になります。個別の分野に閉じ込もった発想から抜け出し、人文科学、社会科学、自然科学というレベルにまで視座を高めて物事を捉える思考回路が求められるのです。それは一見遠回りで、学究的に見える作業であるが故に、目の前の激務に忙殺される経営者・実務者には敬遠されがちです。しかし、その場しのぎの打ち手を積み上げても、他に先んじた革新的な価値は生まれません。時代の底流を見抜く深い洞察こそ、新規事業の成功につながる一番の近道なのです。

本書は、未来を考える上での基本的な思考プロセスを確認し、メガトレンドを抽出する手法を確立したうえで、主要なメガトレンドをメタ解析の考え方を用いて予測します。皆様が事業戦略や経営戦略を立案する上で、本レポートを戦略ツールとしてご活用いただけると幸いです。

川口盛之助


株式会社 盛之助　代表取締役社長
**川口 盛之助**（かわぐち・もりのすけ）

1984年、慶應義塾大工学部卒、イリノイ大学修士課程修了（化学専攻）。技術とイノベーションの育成に関するエキスパート。付加価値となる商品サービス機能の独自性の根源を、文化的背景と体系的に紐付けたユニークな方法論を展開する。その代表的著作「オタクで女の子な国のモノづくり」は、技術と経営を結ぶ良書に与えられる「日経BizTech図書賞」を受賞し、英語、韓国語、中国語、タイ語にも翻訳される。台湾、韓国では、政府産業育成のための参考書として選ばれ、詳細なベンチマーク報告書が作成される。心をつかむレクチャーの達人としても広く知られる。TEDx TokyoにおけるToilet Talkは40万回再生という異例の反響を得ており、Yahoo Japanの動画サイトでは世界の傑作プレゼンテーション・ベスト5に選ばれる。世界的な戦略コンサルティングファームのアーサー・D・リトル・ジャパンにおいて、アソシエート・ディレクターを務めたのちに株式会社盛之助を設立。国内のみならずアジア各国の政府機関からの招聘を受け、研究開発戦略や商品開発戦略などのコンサルティングを行う。morinoske.com

10年後の産業と社会の姿は?

社会の成熟化がもたらす
ビジネストレンドは?

「人の解明」が産業革命を
誘発する?

会社や働き方はどう変わる?

先進国の本格的老衰は
何をもたらす?

ポスト工業社会のビジネスは?

成長する事業領域は?

新興国の成長で
発生する問題は?

産業を再定義
せざるを得ない変革は?

ライフサイクル視点で見た
価値の変化は?

未来の技術と社会の関係性は?

## ■ 2023年までの主要メガトレンド50項目を徹底予測。

［抜粋］

第6章

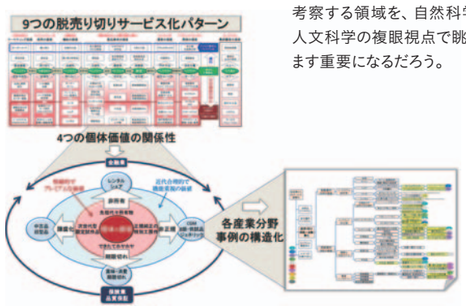
### ポスト工業社会:サービス化の時代には人の心を知りたい

ポスト工業化社会として、サービス化の時代が到来したと言われて久しい。モノづくりのサービス産業化はもちろん、従来のサービス産業も更にメタなサービスを求めて、ビジネスモデルを進化させなければならない。

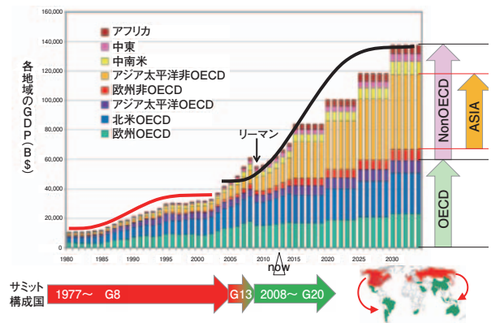
押し寄せるサービス化の潮流は、既存の製造業のビジネスモデルや企業の在り方を劇的に組み変えていく。技術がコモディティ化し、製造を受託するサービスが台頭した結果、メーカーの自社ブランド製品は苦境に追い込まれている。製造受託業者の力を借りた小売り業者が、プライベートブランドで攻め込んできたからだ。生産機能だけでなく、あらゆるビジネスプロセスをアウトソーシングできる時代が迫っている。何でも外注できる時代に、自社の価値はどこにあるのか？すべての企業は、社内に残すべき本質的な業務とは何かを真剣に考えなければならない。

製造業の前に立ちふさがったはずの量販店も、eコマースの攻勢の前には旗色が悪い。eコマース業者は、ウェブトラッキングなどの最新技術でユーザーの行動履歴を精緻に把握し、レコメンド広告を狙い撃ちして購買意欲を掻き立てるからだ。もはや広告は製品と表裏一体であり、顧客の購買履歴は売買の対象になった。極論すれば、販売する製品は顧客の行動パターンをあぶり出す装置と化しつつある。サービス化の行き着く先には、顧客の行動を逐一記録・推測する、データセントリックの時代が待っているのだ。

本書の第6章では、サービス化のパターンをいくつかに類型化し、業界や商材をまたいで生じる普遍的な潮流を取り上げて分析する。古い世代は取り残されてしまいそうなダイナミックな環境変化は、その中で生まれ育つ若い世代に、根本的に異質な仕事観、組織観、価値観を植え付ける。彼らこそ、真に新しい事業モデルを生み出す担い手なのだ。その心を探るためには、考察する領域を、自然科学、社会科学、人文科学の複眼視点で眺めることがますます重要になるだろう。

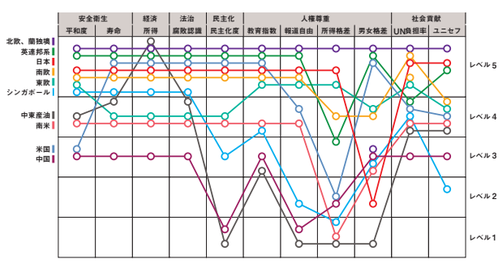



## ■ 新興国の経済成長がもたらすグローバルな構造変化を予測する。



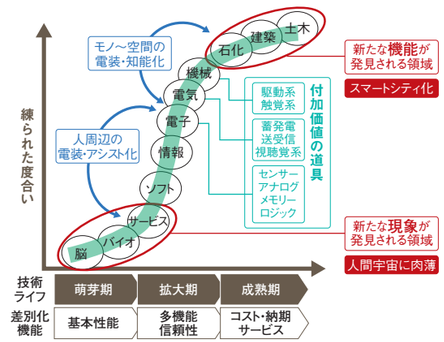

※図はInternational Monetary Fund,U.S. Department of Energy のデータを基に著者が独自に集計し分析した。

## ■ 所得格差、男女格差、社会貢献など各国の成熟度を比較し、社会と価値観の変化を予測する。



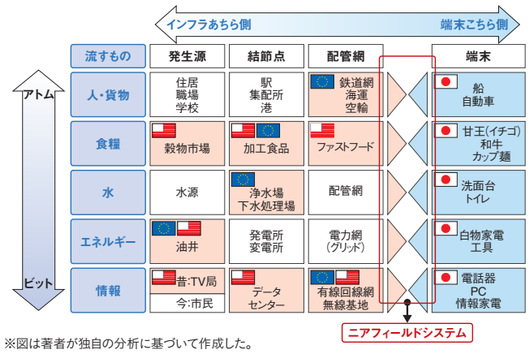

※各項目のレベルについては、平和度と民主化度はThe Economist、寿命はWHO、所得はIMF、腐敗度はトランスペアレンシー・インターナショナル、教育度と所得格差、国連負担金は国連、報道自由度は国境なき記者団、男女格差は世界経済フォーラム、ユニセフ貢献度はユニセフが公表したデータを基に著者が独自に集計し分類した。

## ■ 技術と産業のライフサイクルを分析し、次世代産業を予測する。



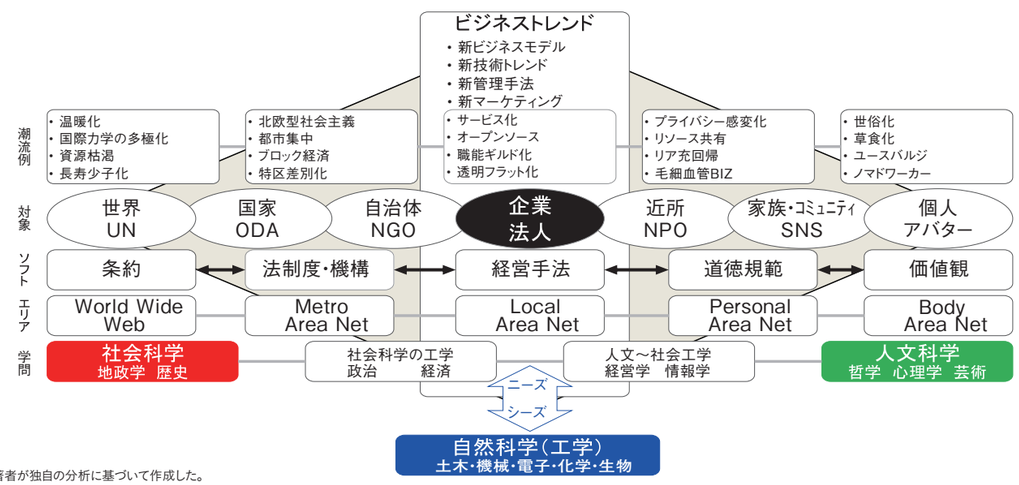

※図は著者が独自の分析に基づいて作成した。

## ■ 日本が「ものづくりからサービスへ」シフトする際の有望な領域を予測する。




※図は著者が独自の分析に基づいて作成した。

## ■ 世界ー企業ー個人のつながりを捉え、未来のビジネスモデルを予測する。




※図は著者が独自の分析に基づいて作成した。

# 社会、産業、技術、グローバル、次 世代ビジネス…
# 経営・事業戦略立案の土台となる「メガトレンド」をつかむ。

## メガトレンド 2014-2023　目次

### 序章


1. 主役交代のメカニズム
2. 「成熟のライフサイクル」とは
3. 市場原理の強大化がもたらすこと
4. 技術の不可逆な進歩が世界を動かす
5. 三つの科学で具現化する未来のかたち


### 第1章
先進国の本格的老衰：
成熟がもたらす新市場


1. シニア労働活用
2. シニア支援
3. 女性の社会進出
4. 家族の希薄化
5. 贅沢品市場の変化
6. 幼児教育市場の変化
7. ペット関連市場の拡大
8. 老朽インフラ対策
9. 世代間格差対策
10. 移住ビジネス
11. 観光ビジネス
12. 教育ビジネス
13. オランダ型農業立国
14. 衛星・宇宙ビジネス
15. 軍事技術の強化と輸出解禁
16. アナログ技術への回帰
17. 癒し機能への欲求
18. 女性化とユニセックス化
19. 「ジモティー」「ヤンキー」化する若者


### 第2章
新興国の成長ラッシュ：
日本企業躍進の起爆剤


20. 都市インフラ輸出の拡大
21. 昭和日本商材の再活用
22. リバース・イノベーション


### 第3章
成長ラッシュの窄：
速すぎる変化がもたらす負の現象


23. 空気や水の汚染防止・浄化技術
24. 「食の安全」問題
25. 多剤耐性菌対策
26. ユースバルジとBOPビジネス


### 第4章
市場の強大化：
国家機能にも及ぶその影響


27. 世界的な特区競争
28. 開発～製造～消費のグローバル化
29. 官民の境界希薄化、民間委託


### 第5章
消費が美徳だった時代の終焉：
サステナブルな価値観の台頭


30. エネルギー効率向上
31. 天災対策
32. シェールガスによる揺り戻し
33. 食料不足・農業強化
34. 資源枯渇対策


### 第6章
ポスト工業化社会の実像：
人の心を算出する機能の商用化


35. 脱売り切り消耗品化
36. 保守運用ビジネス
37. 保険・金融サービス
38. ファブライト開発へのシフト
39. マーケティング手法の劇的進化


### 第7章
リアルとバーチャルの相互連動：
脳から都市までスマート化が加速


40. ARと自動運転
41. おもてなしサービス
42. 「脳直」コミュニケーション
43. デジタル・マニュファクチャリング


### 第8章
会社も働き方も変わる：
一所一生懸命からオンデマンド機能提供型へ


44.1. 民主主義2.0
44.2. 職のギルド化とノマド化
45. 冗長ビジネスプラットフォーム設計
46. IT化でシェア&フラット化する価値観


### 第9章
超人化する人類：
生態と進化の人工操作への挑戦


47.1 生物機能利用
47.2 遺伝子組換え生物利用
48. 人体強化（生物系技術）
49. 人体強化（非生物系技術）
50. 脳力開発

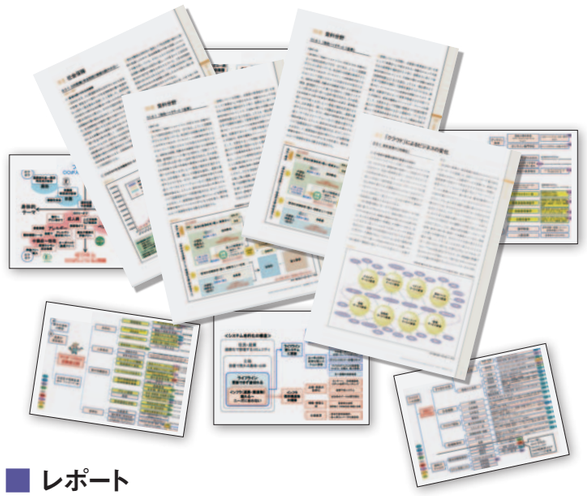

### 第10章
50のメガトレンドがもたらす
各産業分野の変化


1. 自動車・輸送機器
2. 電子・電気・機械
3. IT・メディア・コンテンツ
4. 医療・美容・健康
5. 衣料・インテリア・雑貨
6. 素形材・化学
7. 農業・食料
8. インフラ・建築・エネルギー
9. 流通・サービス
10. 金融・保険・不動産


### 終章


1. メガトレンドとは何か
2. メガトレンドのソーシャルマッピング
3. 学問ソーシャルマップとの融合


※目次の内容・構成は変更になる場合があります。



## ■ レポート

約500ページのボリュームで、中長期経営戦略立案や
新規事業立案の土台となるメガトレンドを提示します。

## ■ CD-ROM

レポートに掲載された図表やグラフを収録。社内の企画書、
プレゼン・説明資料にご活用いただけます。