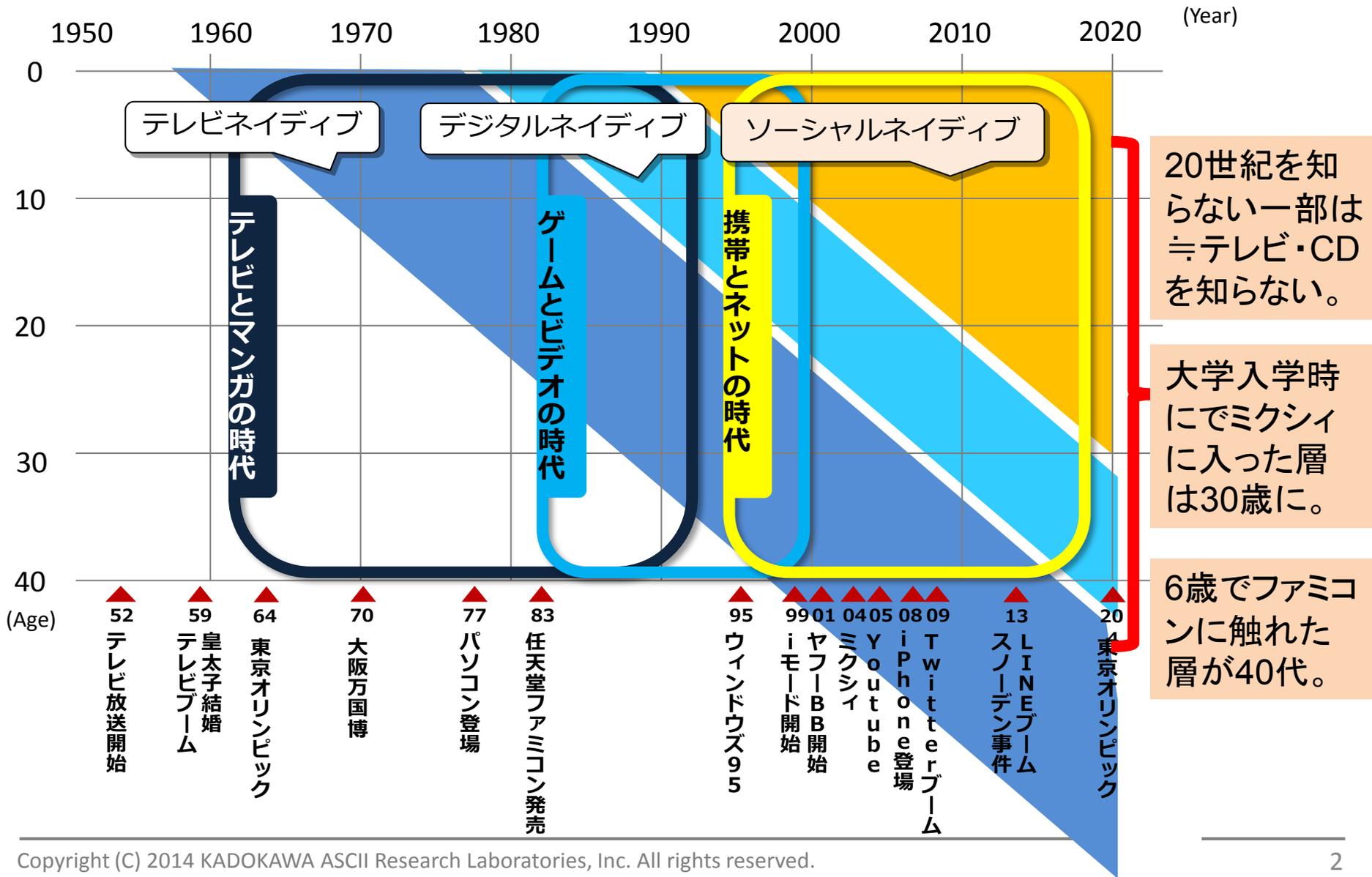


これからのデジタル ～2020年のライフスタイル～

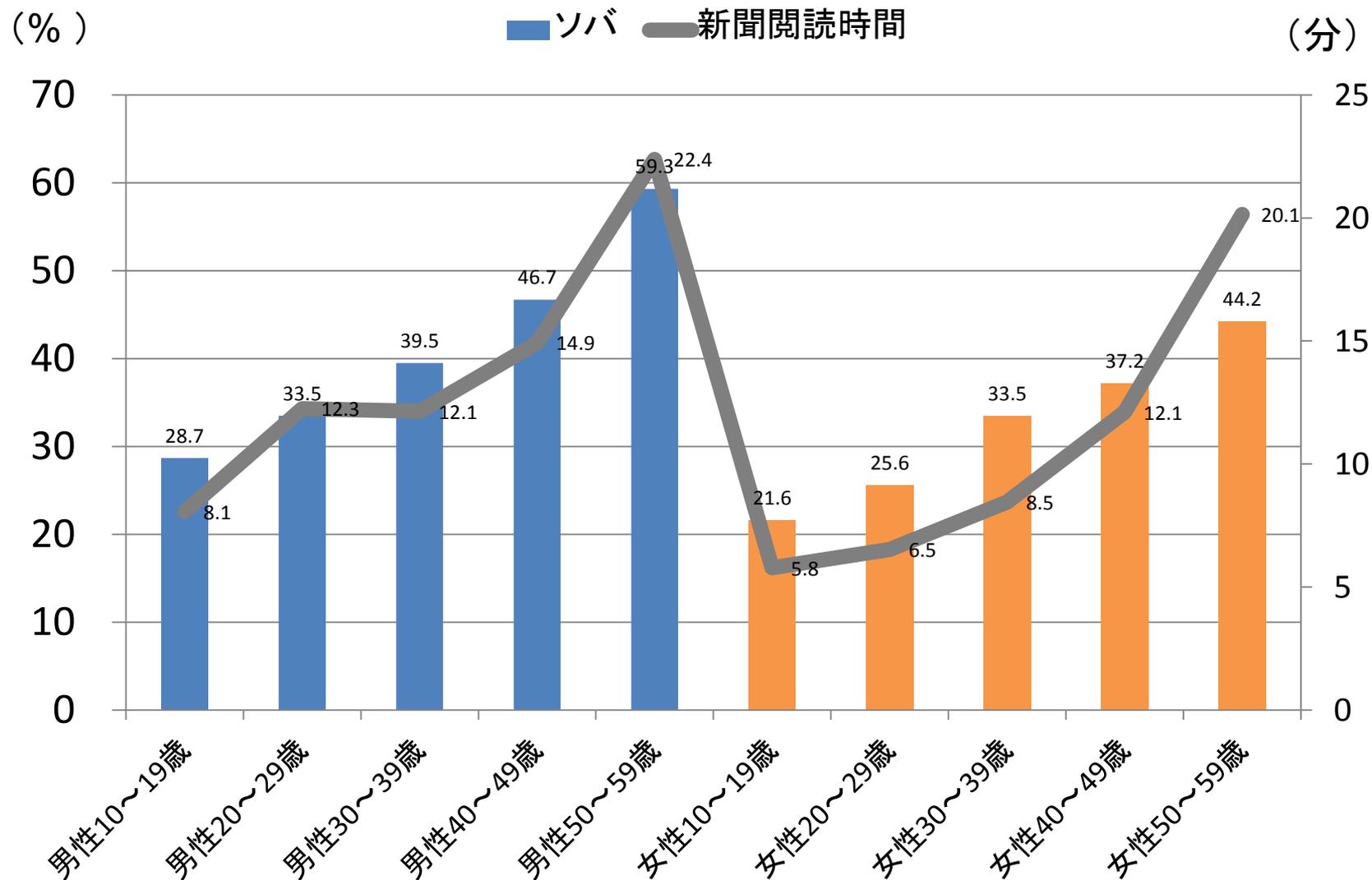
2014年7月14日

角川アスキー総合研究所

ネイティブマップ2020 (メディアで見る時代と世代同居率)



ふだん食べている料理「ソバ」と1日平均の新聞閲読時間



角川アスキー総合研究所「メディア・ライフスタイル調査 2014」

2020年にはこうなっていると見られている

世界の人口： 77億人

インターネット人口： 40億人

Ciscoによると12年でネット人口は約32%の23億人、17年でに48%の36億人

ネットに接続する機器： 500億台

SNS人口は2013年段階ですでにネット人口の半分以上

世界経済全体は新興国により成長

新興国(BRICs、メキシコ、インドネシア、トルコ)の経済規模が先進国(G7)を追い抜く

先進国では格差拡大

2020年には日本の経常収支が赤字化する見込み

ネットがデモや反政府活動を助ける

企業間から国家間のサイバー戦争はすでに始まっている

※ 富士通グループ 社会・環境報告書 特集 2012 / 経営革新とICTトレンドデータ集(NTT Communications) などによる



2020年までに世界の全人口がインターネットを利用するようになる

-----エリック・シュミット 2013/04/14

過去5年で、コンピューティングはこんなに進化した!!

1. 電話やメールなどの「割り込み型」から「タイムライン型」のコミュニケーションへ
2. オフィスの生産性は、「事務処理」から「人と人のコラボレーション」が軸へ
3. スマートフォンやタブレットの可能性が評価された
4. ソーシャルメディアがインフラ化して、アプリ連携やアクティビティを表示
5. モバイルOSは、ストアや課金・決済などのエコシステムを含んだプラットフォームとなった
6. クラウドコンピューティングが定着、ブラウザだけでなくアプリからも使われている
7. HTML5が定着。WebアプリだけでなくモバイルOSアプリも含めた開発環境として注目

GAMFA

はどう考えているか？

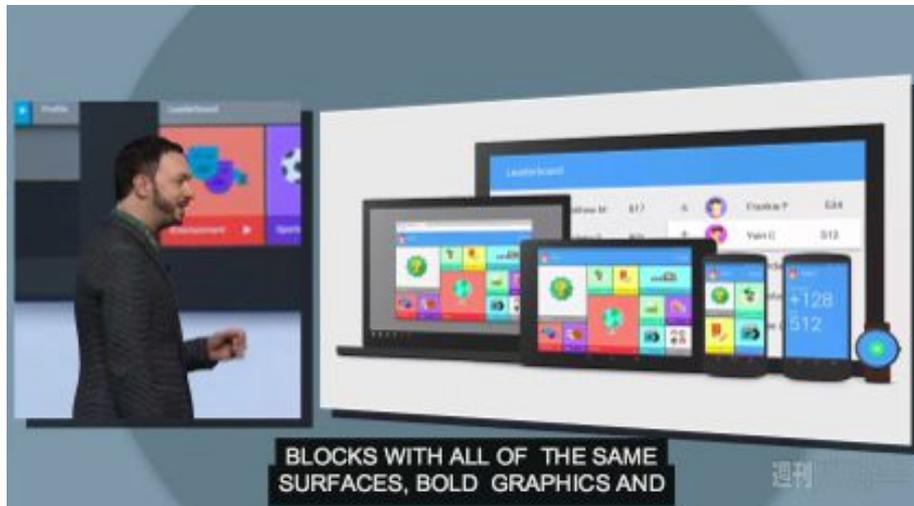
6月にアップルもグーグルも“PCとモバイルの融合”と言った



Chromebook



Continuity



Material Design

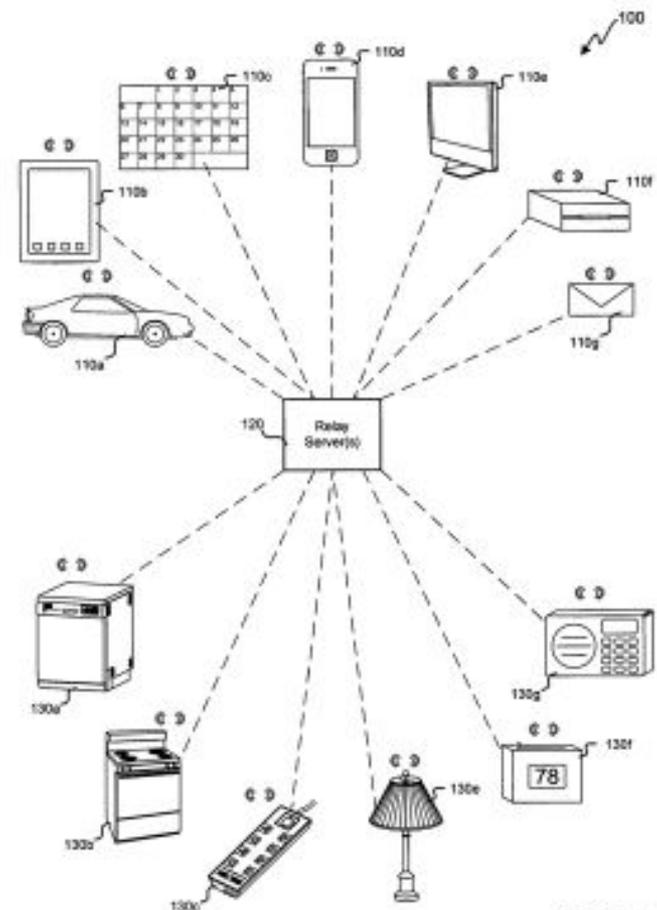


EXTENSIONS

モバイルの次の形、ウェアラブル、ホーム、ヘルス、IoT...

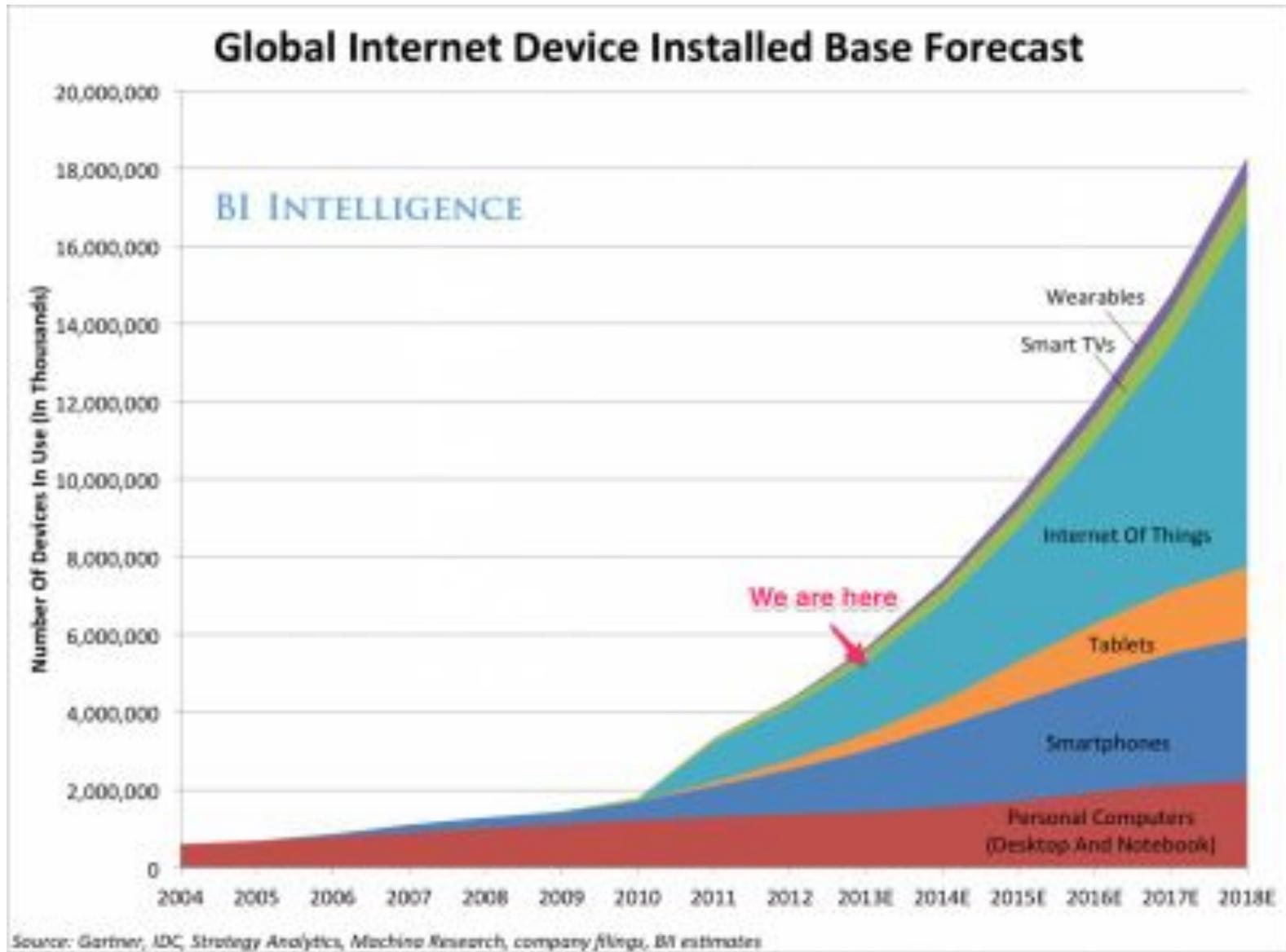


Project Ara

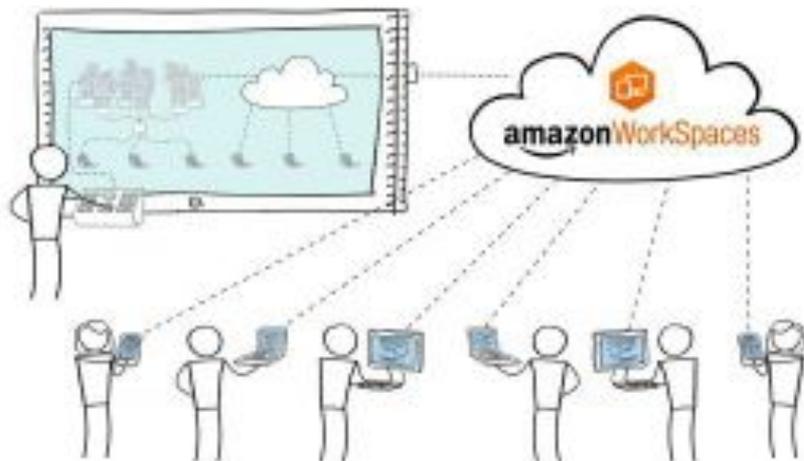


Withings Activité activity Tracker

IoT(Internet Of Things)の世界が急拡大すると見られている



Amazonは自社サービスをハードで強化

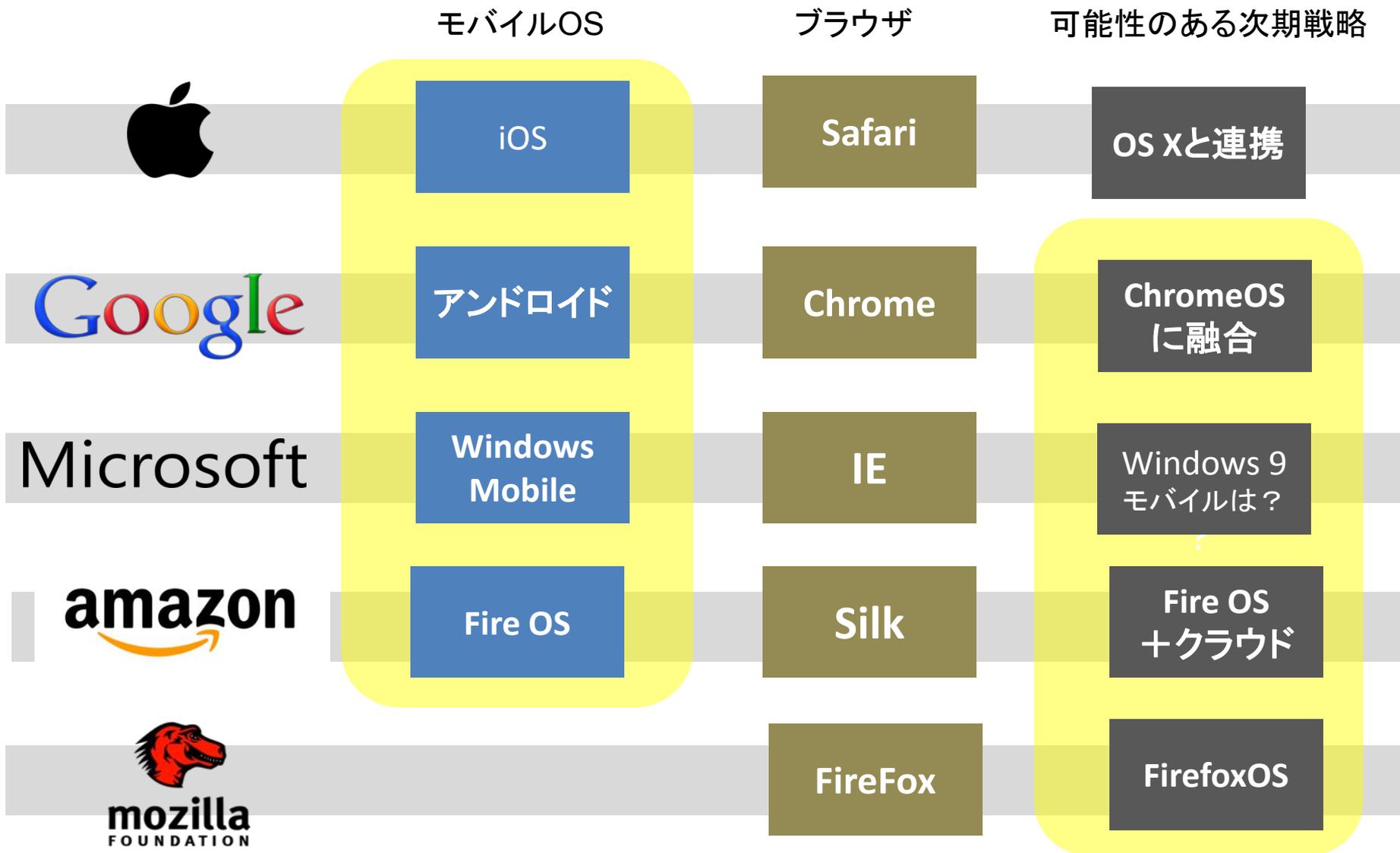


Press the Firefly button to identify and take action on web and email addresses, phone numbers, and more

Fire Phone

Amazon Prime Air

ブラウザ戦争の続きはブラウザOS戦争？



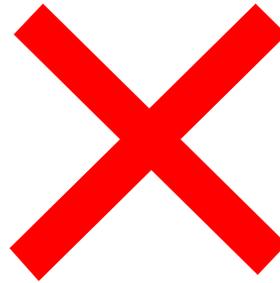
2020年 デジタルライフはようになる？

2020年までにデジタルはスクリーンの外へ

クラウド・NUI・ソーシャルメディア

ベースとなるエンジン

予測
自動認識
M2M



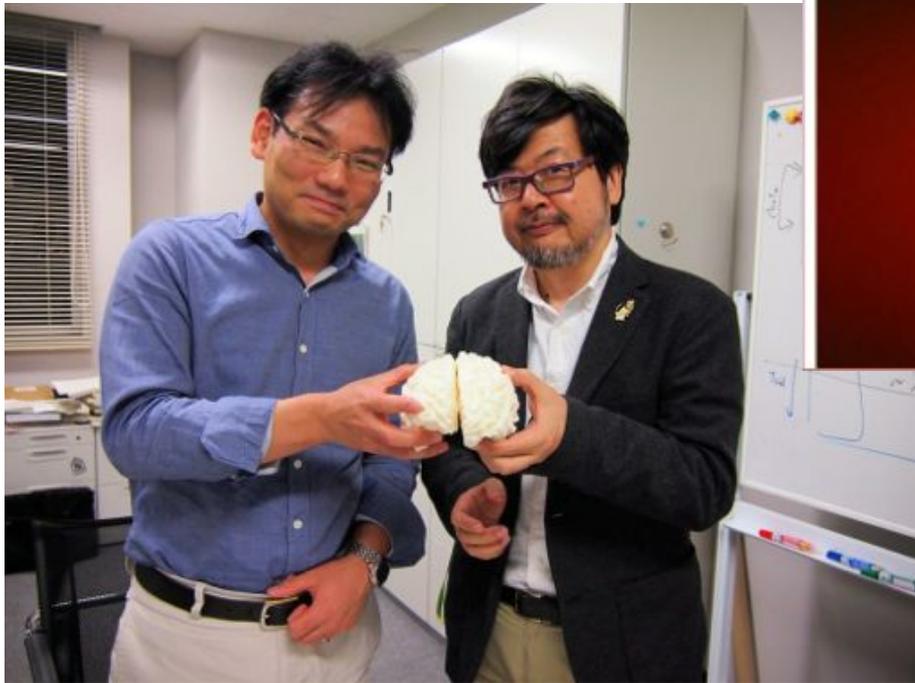
ウェアラブル
IoT
O2O

今後を加速するエンジン

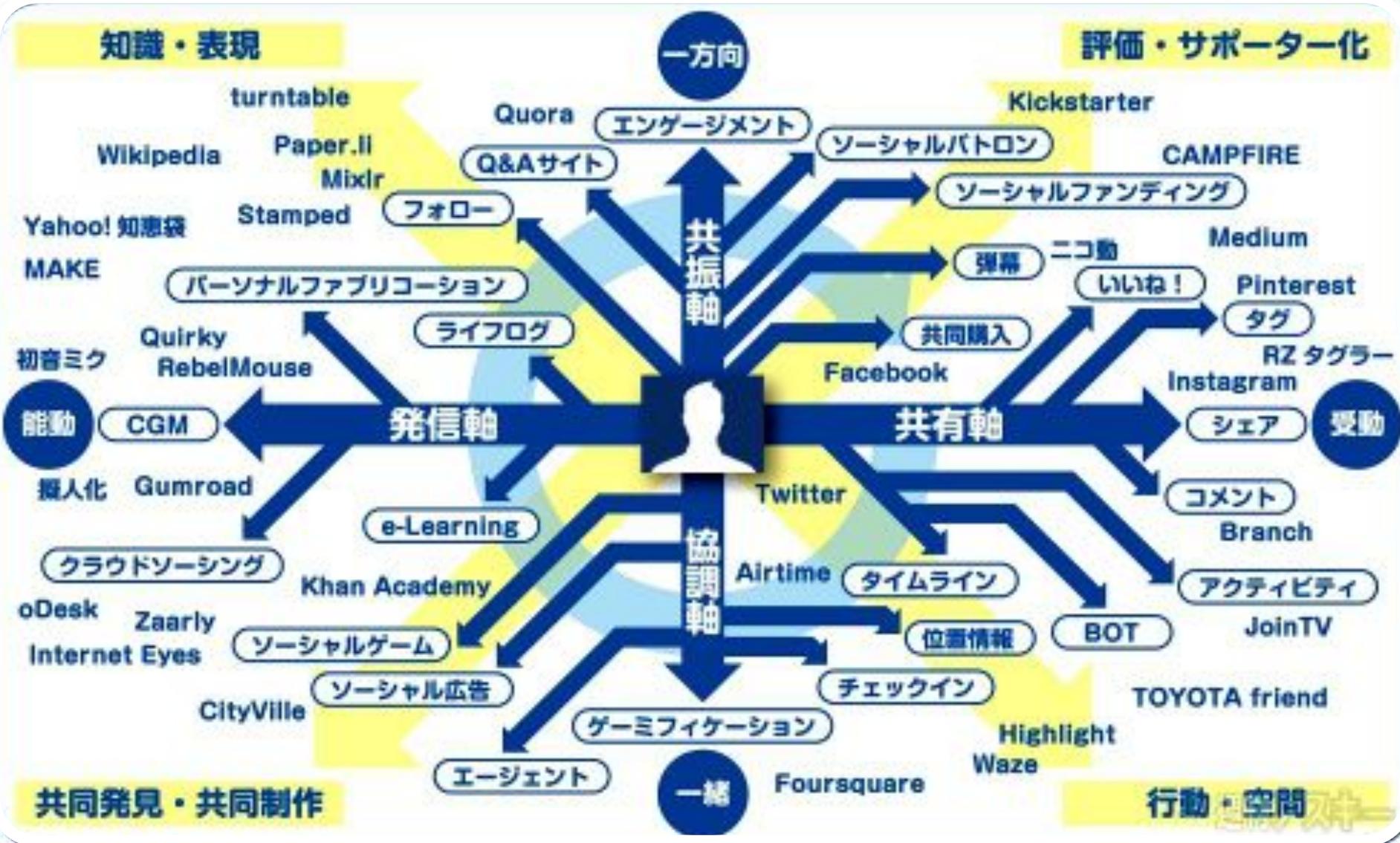
機械学習・デジタルファブリケーション

「ハル・ベリー細胞」「ジェニファー・アニストン細胞」がある!?

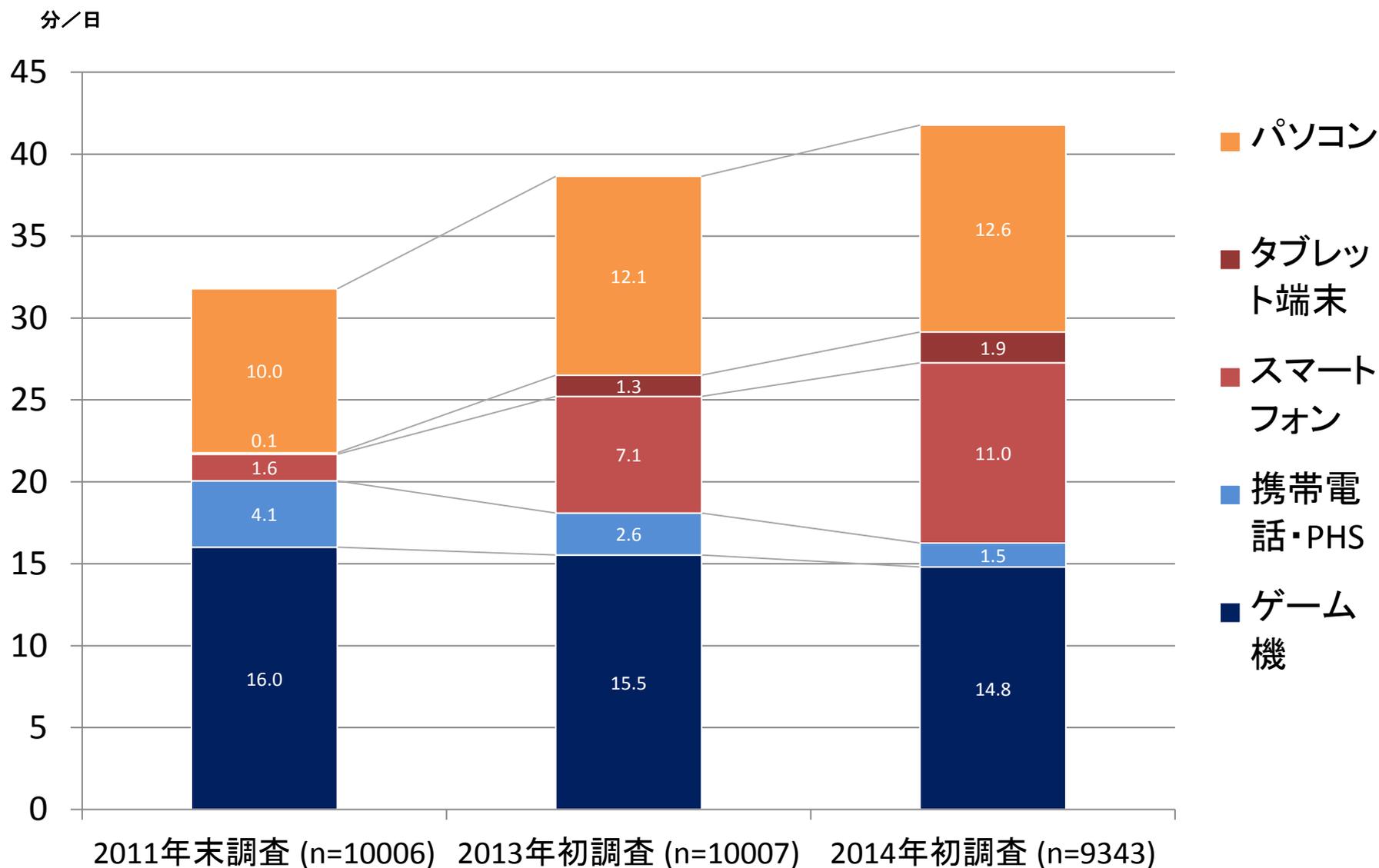
機械学習が可能にする脳研究
人が見ている文字を読み出す!



社会のしくみすべてがゆるやかにソーシャルに向かう？



20代、30代中心にスマートフォンゲームの利用が伸びている



目指しているのは“「欲しがらない」世代”の方向なのだろうか？

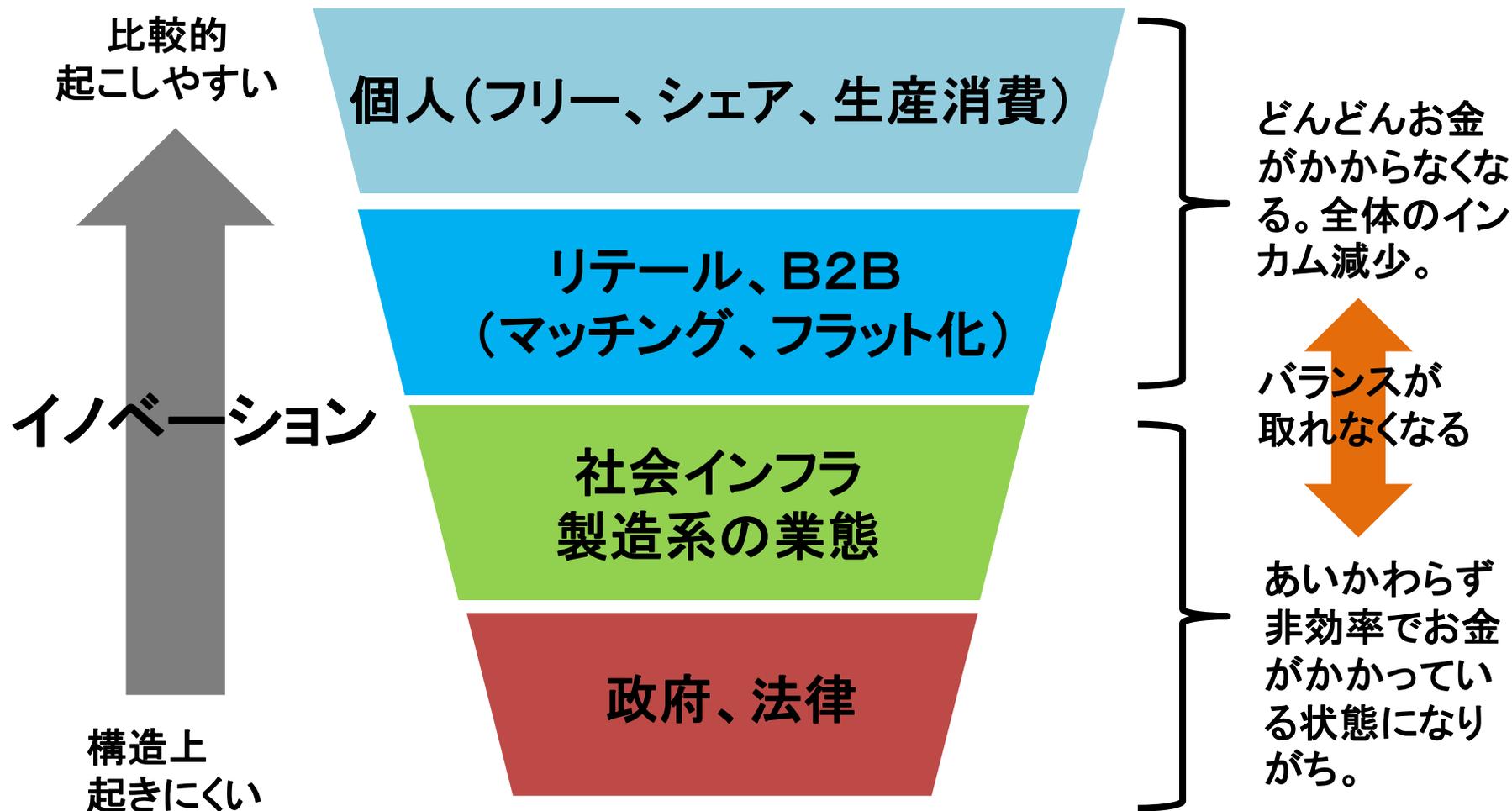
- ① 無料コンテンツ
- ② ファストファッション
- ③ リアルのバーチャル化
- ④ シェア（共有）
- ⑤ 格安購入
- ⑥ SNS（ミクシィ、フェイスブック、ツイッター）
- ⑦ スマートフォン（iPhone）

これから5年で、コンピューティングはどう変わるのか？

1. **タイムライン型のコミュニケーションから Activityベースの世界へ**
2. **iOS8、Anadroid、Fire OSはスクリーンの外へ。クラウドを経由して身近に使うハードウェア。**
3. **ソーシャルは日本でも多様な領域で浸透していく Uber的しくみも定着するか？**
4. **VRとUIは実用領域から。**
5. **AmazonのFire OS、Facebook Phoneは台風の目になる？**
6. **デジタルファブリケーションの威力は Makeというよりハードメーカー変化として現れる**
7. **機械学習による予測や分析で“未知”への扉が開ける**

イノベーションのジレンマ 第2法則？

ネット時代のイノベーションは社会全体が同時並行的に進まないと崩壊する



角川アスキー総合研究所

<http://www.lab-kadokawa.com>

株式会社角川アスキー総合研究所

遠藤 諭

〒113-0024

東京都文京区西片1-17-8 KS本社ビル

TEL : 03-5840-7800 FAX : 03-5840-87812

ゼロ年代からいまへの10年間を比較する

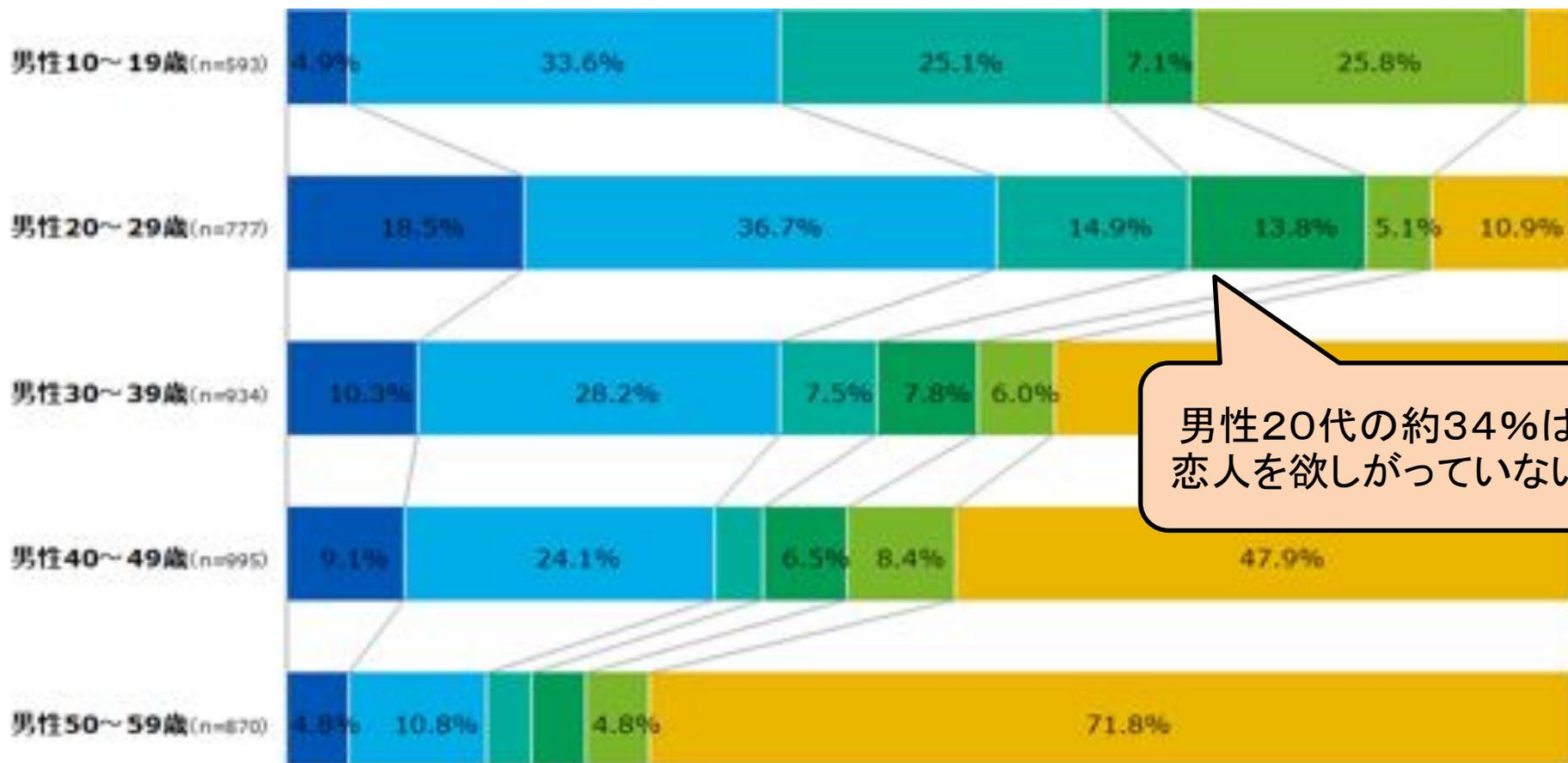
Web2.0と検索の時代	クラウド時代
ネットは「調べる」「連絡」	すべてがネットの上にある
PV(閲覧・履歴・滞留)に価値	SNS(友だち・趣味)情報に価値
検索やリンク	TL=タイムライン
Web	アプリ、HTML5
クリック	タッチ
検索・ページ内容にマッチ	ソーシャル広告
固定	モバイル、位置情報
ソフトのサービス化、無料化と いったパラダイム	クラウドファンディング／ソーシング、 ゲーミフィケーションが注目される

2013年のいまと10年後の変化を比較する

クラウド時代	2020年頃
すべてがネットの上にある	ハイパーコネクト
SNS(友だち・趣味)情報に価値	社会と個人の関係
TL=タイムライン	インビジブル フィジカルコンピューティング
アプリ、HTML5	アクティビティ
タッチ	NUI(ボイス・ジェスチャー)・BMI
ソーシャル広告	もはや広告ではない
モバイル、位置情報	予測、生体
クラウドファンディング／ソーシング、 ゲーミフィケーションが注目される	シンギュラリティや人の尊厳が テーマに

恋人について×年代による意識の違い

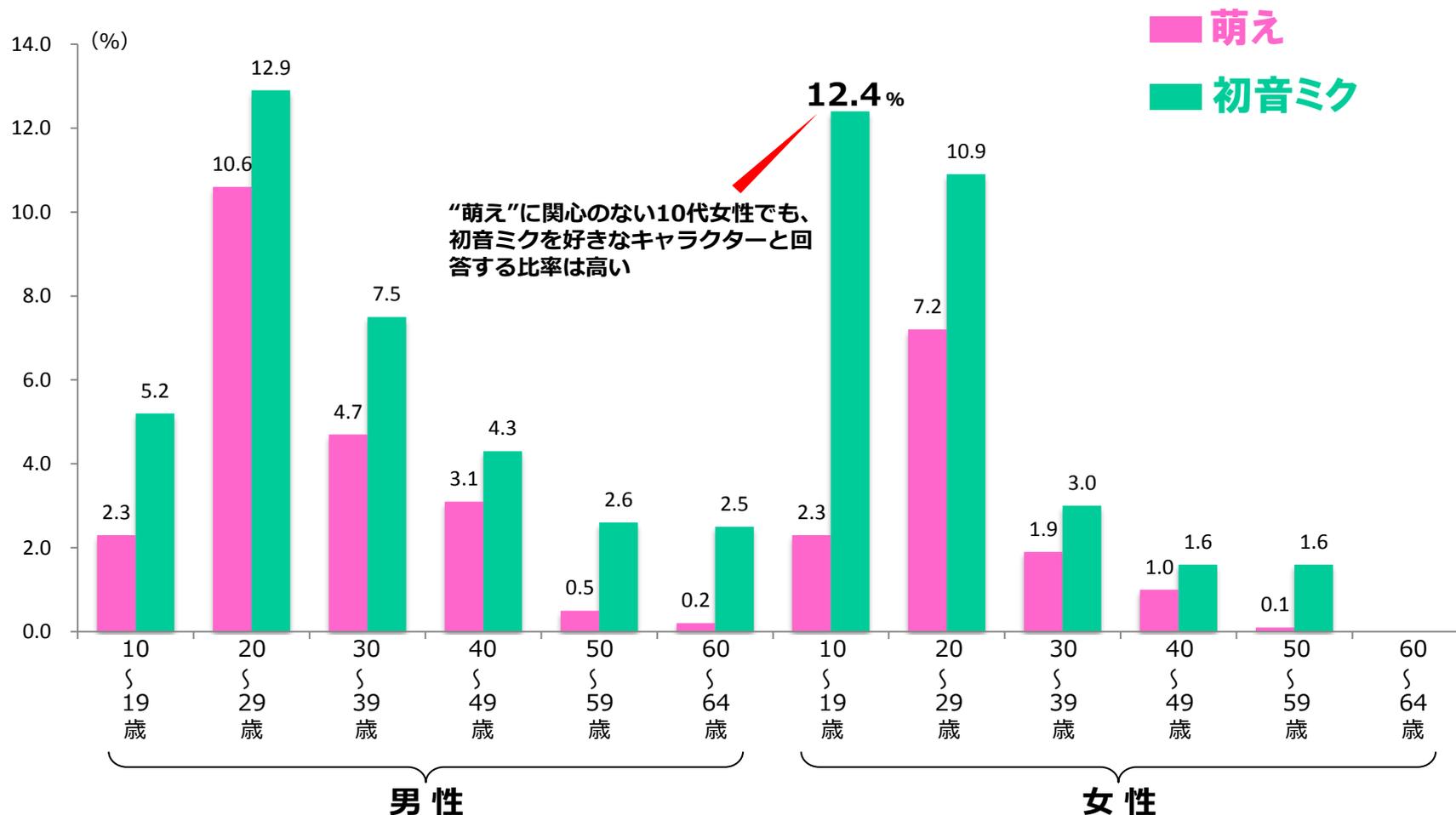
■ 恋人がいる
 ■ 現在はいるが、ほしいとは思っていない
 ■ いまはほしくない
 ■ 今後もほしいとは思わない
 ■ -わからない
 ■ *独身者以外



男性20代の約34%は恋人を欲しがっていない

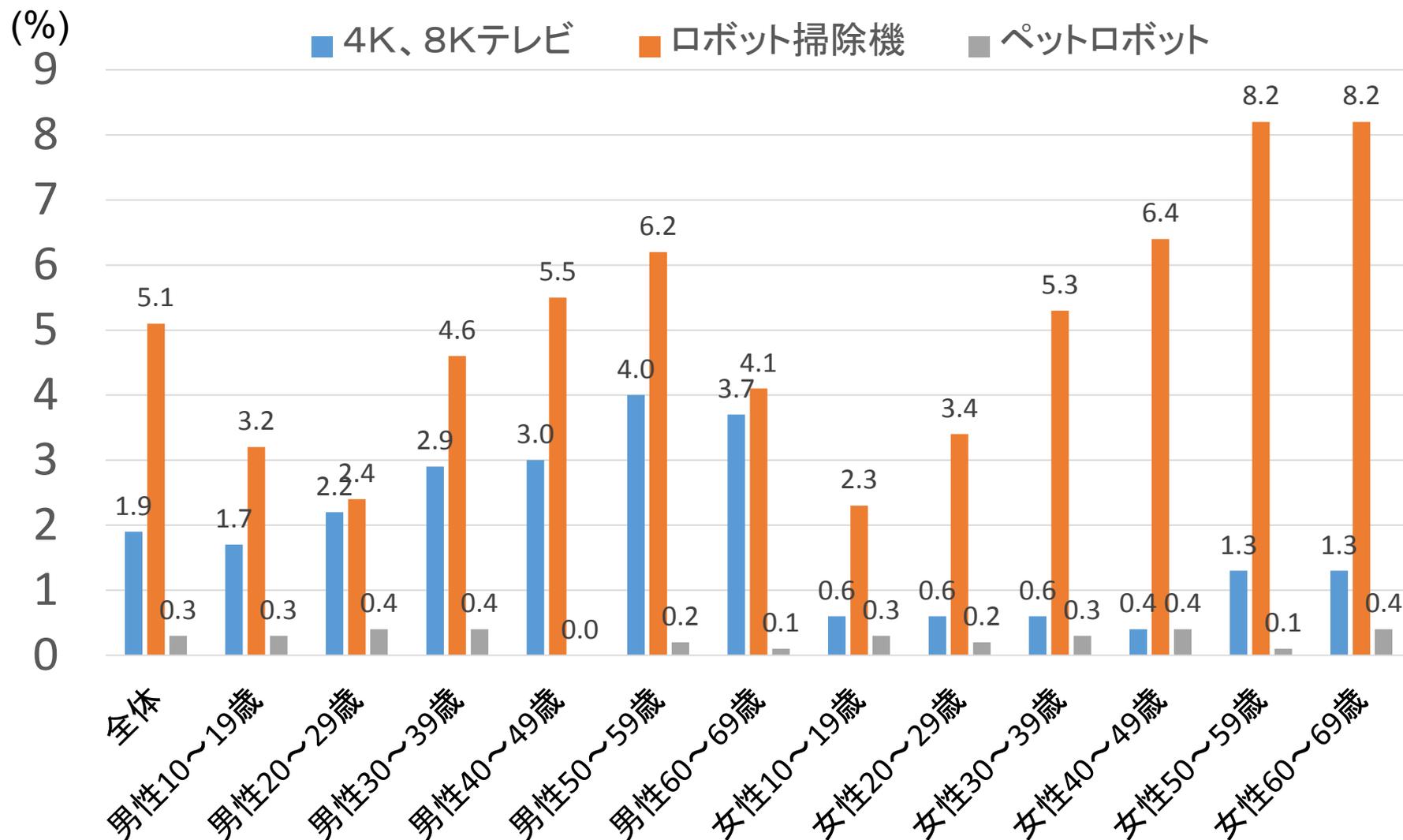
初音ミクは“萌え”を超越している

性年代別 関心のあるジャンル（萌え）と好きなキャラクター（初音ミク）の比較



角川アスキー総合研究所「Media & Contents Survey 2013」(n=10,007)

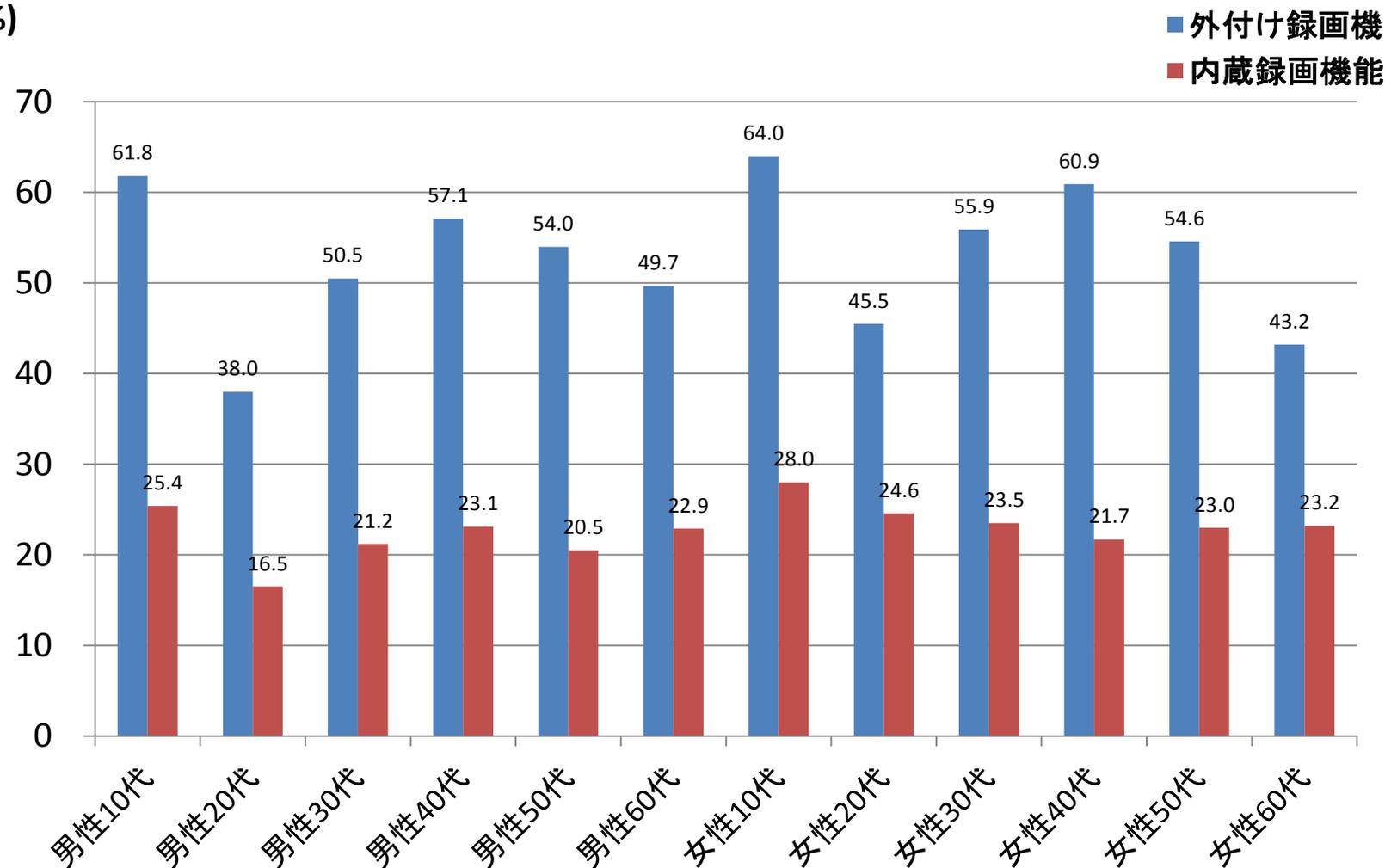
4Kテレビ、ロボット掃除機、ペットロボットの購入意向



角川アスキー総合研究所「メディア・ライフスタイル調査 2014」

外付けレコーダー／テレビ内蔵録画機能の利用率

(%)



角川アスキー総合研究所「Media & Contents Survey 2013」(n=10,001)