

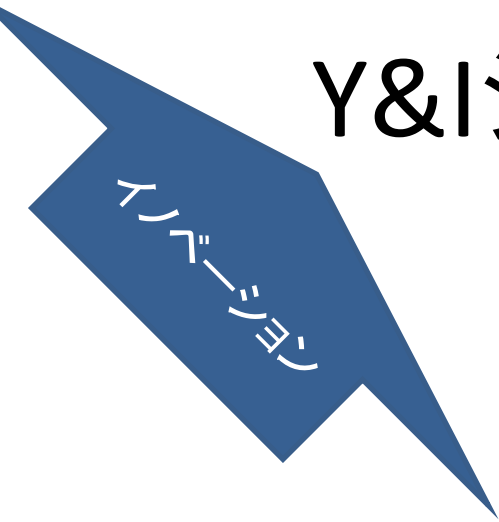
Marketing Conference

未来の産業(社会)ロードマップ化の 意味・役割と手法

—未来構想(仮)に対するデザイン等による視点—



Y&Iジャパン代表 伊藤由紀美



I 1.ロードマップとフレームワークの構造

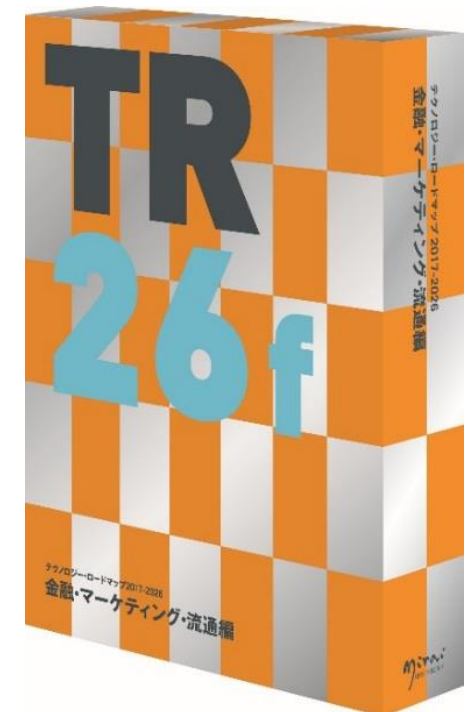
□ 日経BP社テクノロジーロードマップ(市場->商品->技術)

時期(年)		~2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	
市場レベル	全体潮流	アパレル産業(地場産業等)の活性化	空洞化 (国産比率3%)											
		クールジャパン/ 日本ブランドと品質												
		EC(ファッションのデジタル化) シェアリングエコノミー(CtoC)												
	市場ニーズ	アッパーミドル層												
		ファッション商品への期待 小ロット生産(パーソナル商品)												
	市場規模	世界	6兆円 (市場の3%)											
日本														
商品レベル	期待機能	ファッションのキュレーション												
		ファッションベンチャー マーケティング及び生産洗練化												
	予定製品	ファッション人材育成 クラウドソーシング 次世代アパレルCAD/CAM												
コーディネートアプリ&ヴァーチャル フィッティング(仮想試着)														
技術レベル	個別重要技術	テキスタイル/新素材開発												
		織り・編み/染色整理加工/縫製												
		アパレル産業分野の標準化												
	共通技術	クラウドサービス												
		AI(人工知能) リアリティ技術 3D技術												

I 2.マーケティング流通編のテーマ(抜粋)

□ 6章構成 / 45テーマの選定 / 3テーマの執筆

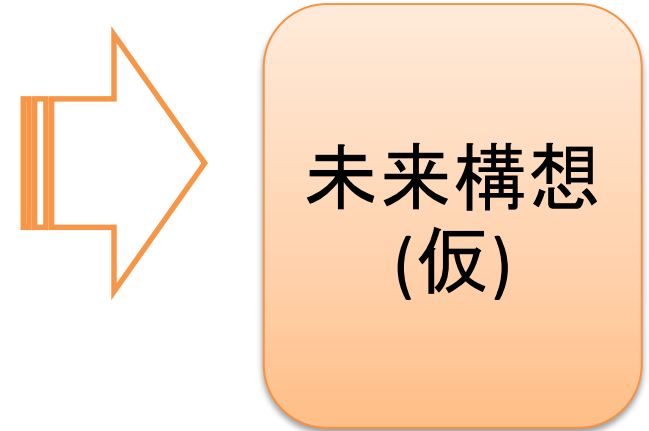
章	番号	テーマ(45テーマのうち、22抜粋)
第1章: マーケティング新潮流	1	オムニチャネル・リテイリング
	2	顧客体験(カスタマー・エクスペリエンス)
	6	コンタクトセンター/CRM
第2章: マーケティングプラットフォーム	1	マーケティングインフラ
	2	データマネジメントプラットフォーム(DMP)
	7	IoT(internet of things)
第3章: マーケティングイノベーション	1	シェアリングエコノミー
	2	VRM(vendor relationship management)
	3	移動者マーケティング
	8	VR(仮想現実)/AR(拡張現実)
	9	3Dプリンター
第4章: 流通サプライチェーン	10	ニューロリサーチ
	1	グローバルSCM
	2	グローバルEC
	5	ネット通販
	8	コンビニエンスストア
第5章: 業界別のマーケティング・流通	9	次世代POS
	1	アパレル流通
	2	消費者とファッション
	6	旅行サービス
	9	エクセレントサービス
	10	ホスピタリティマネジメント



Ⅱ 1. 未来構想(仮)の考察

□ ロードマップ作成という思考行動そのものを一般化

用語	内容	考え方/例
未来予測 (Future Prediction)	・現在のエビデンスを評価し、どの様な未来になるかを予測 ・未来に起こる事象を客観的・科学的根拠により予測する	人口動態予測、経済予測
将来予測(Forecast)	現在の能力と意思を勘案し、将来達成可能な目標に向かって実行する	フォワードキャストイング
将来ビジョン (Future Vision)	未来の理想的なあるべき姿を描き、課題を整理し解決する	バックキャストイング
未来洞察(Foresight)	未来シナリオ手法を用いた意思決定やアイデア創造	仮説的推論(アブダクション)
【その他の用語】未来(将来)シナリオ、未来(将来)構想		



Ⅱ 2.イノベーションとの関連性(考察)

- 新規性及び創造性の観点
- オープン化(オープンイノベーション) → エコシステム
 - ・ 宣伝会議が”JAPAN CMO CLUB”
 - ・ GoogleやIntel等のプラットフォームの技術やサービス
- 技術偏重からの脱却 → コアビジネスとの融合
 - ・ ファッション業界では“ファッションテック”

Ⅲ 1.未来構想(仮) - 事例①

□ 消費者とファッション(3レベル)

- ・ 上流から落として行く思考過程が重要

テーマ名: 消費者とファッション	
市場トレンド	ファッション商品のECでの購入は <u>アップーミドル層で活発</u> である。アパレル産業としては空洞化が加速するが、ICT等によるイノベーションによる新産業の振興が不可欠である。オリンピックを契機に、 <u>ジャパブランド</u> により訴求し自信を取り戻すが重要である。
商品トレンド	仮想試着ができるアプリケーションや顧客の嗜好を理解するAIによるコーディネート支援サービス、先進的な <u>オンデマンドのパーソナル仕様の服づくり</u> 、および小ロット生産を可能にするクラウドソーシングの <u>バーチャルなスマート工場</u> 等の新事業が <u>J∞QUALITY企業</u> やベンチャーにより発展する事が期待される。
技術トレンド	日本が優位な服作りのノウハウや規格適用をリードする事で、グローバルなファッションテックを推進できる。また、 <u>先進的なAIの技術、3Dスキャンおよび3Dプリンターの技術</u> を積極的に活用する事で、顧客に感動を与える次世代のファッション商品を創造する事ができる。

Ⅲ 1.未来構想(仮) - 事例①

□ 消費者とファッション(市場レベル)

- ・ 産業構造/社会経済(市場規模)/文化&価値観
- ・ 国家&自治体のあるべき姿, 生活者の理想(夢)

時期(年)		2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
全体構成	アパレル産業(地場産業等)の活性化	国内での環境化推進					ジャパンブランドのグローバルの活性化						イノベーションによる新アパレル産業展開
	クールジャパン/日本ブランドの品質	クールジャパン品質 J=QUALITY	クールジャパン品質探求	J=QUALITY認証制度の導入	J=QUALITY認証制度の普及	J=QUALITY認証制度の普及	ジャパンブランドの販売促進(オンライン等)への移行	ジャパンブランドの輸出促進					
	EC(ファッションのデジタル化)	ECのEC化	ユニクロのEC強化			EC売上の増加 / ユーザー体験向上							ノーダメージのEC展開 (4年間)
		ECのEC化		オンラインでのデジタルマーケティングの活用			ECのEC化の推進 / オンラインでのマーケティングの活用						
市場ニーズ	アパレル市場	約30%				約20%より減少							主要国に比べ成長率低下
	ファッション商品への期待	ファストファッション	個性に合った商品への要求			オンライン注文導入							オンライン注文(普及)
	小ロット生産(パーソナル商品)	個別注文販売(限定版)	個別注文販売(普及)			個人仕様への対応(普及)							生地に季節感とゆとりを与えるファッションの普及
市場規模	世界	6兆円 (市場の30%)					19兆円 (市場の5%)						
	日本	2兆円 (市場の10%)					2兆円 (市場の5%)						

Ⅲ 1.未来構想(仮) - 事例②

□ 各省庁の未来構想(仮)の概要

- ・ 総花的,連続性,業界間の差,次世代とは？

	主要戦略	キーコンセプト	補足
政府 (内閣府)	未来投資戦略2017	Society 5.0の実現に向けた改革 (人・企業・消費者・モノ等のさまざまなものをつなげるConnected Industries)	本年度は、健康寿命の延伸/移動革命の実現 / サプライチェーンの次世代化/快適なインフラ・まちづくり/Fintechの5つの戦略分野に注力
	日本再興戦略2016	Society 5.0(超スマート社会の実現)	2016年度から5年間の科学技術政策の基本指針「第5期科学技術基本計画」。総合科学技術・イノベーション会議で検討され、2016年1月に閣議決定。
各省	情報通信(総務省)	データ主導経済と社会変革(2017)	-
		IoT・ビッグデータ・AI～ネットワークとデータが創造する新たな価値～(2016)	-
	新産業構造ビジョン (2017年)(経済産業省)	IoT、ビッグデータ、人工知能(AI)、ロボットに代表される技術革新によって、あらゆる構造的課題にチャレンジし、解決していく、そしてそれを経済成長にも繋げ、一人ひとりにとって、より豊かな社会を実現することを目的に策定	日本の勝ち筋を実現するための中長期的な「将来像」と戦略を描きく。具体化の為の「目標逆算ロードマップ」を定め、制度改革を見据えた「突破ロプロジェクト」をまとめる。

Ⅲ 1.未来構想(仮) - 事例②

- 未来投資戦略の“サプライチェーンの次世代化”
 - ・方法(手段) ⇒ 市場ニーズ ⇒ 産業(企業)ニーズ
⇒ KPIのプロセスで構想されている (Ex.データ利活用)
- 「新産業構造ビジョン」スマートサプライチェーン
 - ・2020年迄の目標の一例として“スマートストアの実現”がある。この目標設定例においては、最終的に受益者に対する便益(満足度,価値等)が明確でなく理解を得にくい

IV 未来構想(仮)の事例からの考察(1/2)

□ 1.イノベーション概念のレビュー

- ・国家と生活者 / 創生vs融合及び再編 / 技術偏重

イノベーション概念の要点	アンチテーゼ	示唆	新しいイノベーション概念
(1)国家(経済)にとっての望ましい未来が優先	価値提供の対象を国民(消費者)にフォーカスする。	顧客価値	
(2)イノベーションは、新規産業を創生する事	クリエイティブな事であるが新産業のみではない。発想の転換により新結合や再構成によるイノベーションもありうる。	デザイン思考 既存産業の育成 (クールジャパン)	デザイン・ドリブン・イノベーション
(3)政策は、IoT、ビッグデータ、人工知能(AI)、ロボット等の技術毎でとらえる	技術をベースにする要素技術(ハード)ありきの政策策定になっている。	-	ソフトイノベーション
(4)製造業(生産財)が主体	サービス経済化に応じて、サービス業での展開。多様に考える。	知財(意匠・商標含む)	サービス・イノベーション
(5)オープンイノベーション(エコシステム)	縦割り行政により実現性が低い。業界の競争原理の制約がある。	オープン&クローズド戦略 ブルーオーシャン戦略 プラットフォームの活用	
(6)イノベーター人材	事業構想、デザイン思考ができる人材が少ない。教育制度も弱い。	次世代デザイナー(経営 & 技術)	

IV 未来構想(仮)の事例からの考察(2/2)

□ 2. 新しい革新の考え方

- ・産業構造の変化(妹尾:生態系として)
- ・デザイン(広義)とデザイン思考,デザイン経営(CEO→DEO)

□ 3. イノベーションの考え方の進化形

- ・ビジネスモデルイノベーション
- ・デザイン・ドリブン・イノベーション

V まとめ

□ 2つのイノベーション事例からのヒント

- 革新的な服づくり: **新しい時代(Epoch)**

イッセーミヤケ:A-POC(エイ・ポック) (一枚の布)

- 家事をするロボット: **夢の実現**

ランドロイド(Landroid):洗濯物折り畳み機



□ **未来構想(仮)のブラッシュアップ** ← 具体性・全体像

□ 主なチャレンジアイデア(提案):

ビット(10)発想: 1~N & 0ベース

・思考の変革 / マルチディシプリン / オープンマインド