



生成AI活用型 未来予測マーケティングソリューション

NEXT 5-years DOOR

予測不可能なVUCAの時代の新規事業 / 新商品開発のために

**5年先、顧客から本当に求められる
事業とは何だろうか？**

VUCA時代に起こっていく構造変化 に、

過去の延長線上の事業計画では太刀打ちでき ず、**未来を描けない企業** は**競争力を失う**

VUCA

Volatility(変動性)
Uncertainty(不確実性)
Complexity(複雑性)
Ambiguity(曖昧性)

社会やビジネス環境が著しく変化
することによる不確実性の高まり

VUCA時代に起こる構造変化の一例

生成AIの普及



脱炭素



グローバル市場の再編



人口動態の変化



不確実性を前に立ち止まらずに
未来を先回りして描いた企業は、数年後に市場の主導権を握らなければならない

BAD

不確実性が高い時期に企業は
投資を抑制していることが
実証的に明らかに

藤谷涼佑・服部正純・安田行宏「経済政策の不確実性と企業行動—先行研究のレビューと日本企業の投資行動の検証—」
経済研究 Vol. 73, No. 4, Oct. 2022 p.15

GOOD

EVへのシフト



テスラ



ストリーミングへのシフト



多くの産業の変化を迎える **5年先**を見通すことが重要

5年先を見通して戦略を構築できる企業と

そうでない企業で、市場シェア・投資効果に **劇的な差** がつく

<技術革新>

生成AIや再生可能エネルギーなど、
技術の実用化・普及は
5年程度で急激なS字カーブを描く



<規制・政策>

環境政策・デジタル政策など、
法制度の多くが
2030年前後に転換期を迎える



<生活者変化>

Z世代・α世代が2030年前後に
購買主力層に移行。
価値観・ライフスタイルは従来と変化



予測不可能なVUCAの時代の新規事業 / 新商品開発のために

5年先を見通せないと…

経営戦略を
立てられない

新規事業・新商品に
着手できない

適切にリソースを
投資できない

予測不可能なVUCAの時代の新規事業 / 新商品開発のために

これから的新規事業は、予測困難な未来に対して生成AIを活用しながら
新たなニーズを深掘りする「価値探索」と、未開拓の市場を見出す「顧客探索」
2つの視点を反復しながら深化をしていく

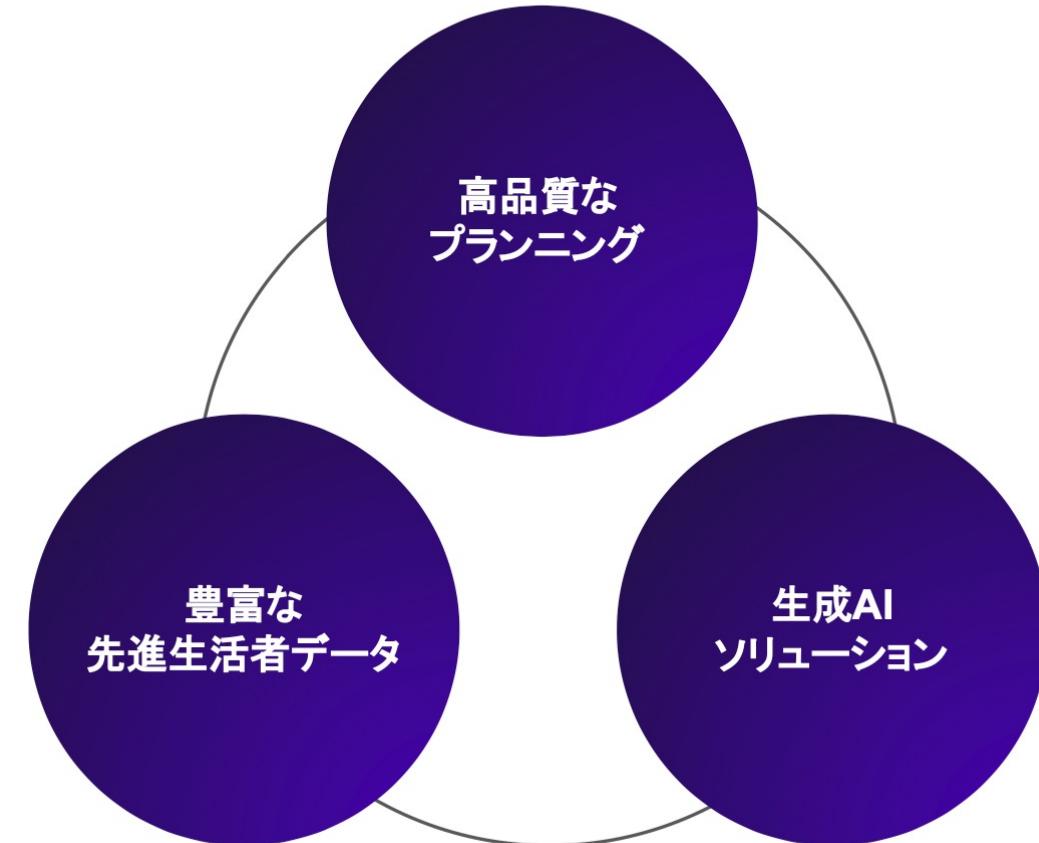


Volatility Uncertainty Complexity Ambiguity

自社の新規事業 / 新商品開発が
成功する未来を描く力を、
組織にインストールするには？

予測不可能なVUCAの時代の新規事業 / 新商品開発のために

新規事業・ブランド開発力のある GINZA CREATIVOと
豊富な先進生活者データと新商品開発力のある SEEDERのノウハウを生成 AIによって
未来予測マーケティングソリューション 「NEXT 5-years DOOR」を開発



ワークフロー概観

一気通貫で新規事業 / 新商品開発の 探索・設計・具体化 までをご支援し、未来を描く力をインストール

← ━━━━━━ 3 months[※] ━━━━━━ →

未来の兆しの探索

Future Insight Discovery



未来の方向性と市場変化のタネを
明確化します

3 months[※]

事業機会領域の設計

Future Opportunity Design



「未来の課題 × 自社の強み」から
有望なビジネス領域を描きます

未来事業の具体化

Future Business Prototyping



未来構想を実体化し、
実行フェーズへの接続を図ります

ワークフロー概観



5年先の不動産市場/エリア需要の予測分析
立地開発/販売戦略への活用



エビデンスベースでの意思決定サポート

NEXT 5-years DOOR実施の先

5年先を見据えた新規事業・新商品開発を
現在から着手するための 約100アイテム

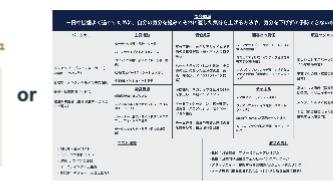
Future Wave × 50事例程度



Future Persona × 20名程度



機会領域 × 5枚程度

商品アイデア
Future Prototype × 30個程度事業アイデア
Future Prototype × 10個程度

NEXT 5-years DOOR実施後には別PKGにて

その後の、実証実験や
ブランディングなど
事業実装支援もサポート可能

NEAR FUTURE HITS

2030年の消費トレンドを予測!
史上初「架空のヒット商品ランキングBEST10」

次に来る消費トレンドとは何か。

新商品開発支援コンサルのSEEDERが、生成AIを用いて2030年のヒット商品を予測した。

text & images by SEEDER SEEDER = 文・画像

1位 AIともだちランチ
(AIコミュニケーションアプリ) 38点

2位 パーソナルレジュメバンド
(次世代履歴書) 36点

3位 リカバリ・バイト
(マウスピース型センシングデバイス) 35点

4位 エモシェア
(感情共有SNS) 33点

5位 ムードイヤーカフ
(ご機嫌キープデバイス) 31点

6位 手しごと染め上げスニーカー
(おうちクラフトキット) 30点

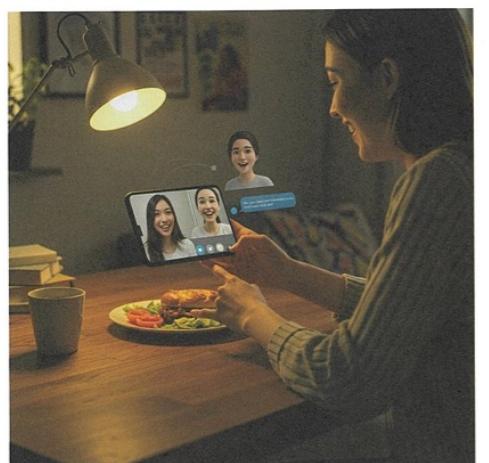
7位 メモリーゲーム'Re:Experience'
(思い出振り返りサービス) 29点

8位 まな板バンク
(金融教育デバイス) 28点

9位 こねこね酵母
(自家製酵母育成キット) 27点

10位 じぶん釜
(セルフチームサクナ) 26点

※各プロダクトの画像はすべてAIにより生成されたものです。著作権その他の権利につきましては細心の注意を払い締約を行っておりますが、万一問題がございましたら速やかにお知らせください。法令を遵守し適切に対応いたします。



1位

AIアバター同士がつくる新しい交友関係
AIともだちランチ

予測される消費トレンド

オートリレーション・フィードバック

学生同士や遠く離れた友人のAIアバターが「一緒に食事をする」仮想空間をつくり出し、リアルな会話の糸口を自動生成するゲーム型コミュニケーションアプリ。ゲーム感覚で互いの近況や興味を共有しやすくなる工夫が特徴。従来のボリュチャットAPIが単なる会話ツールだったのに対し、本商品は自分の性格を模倣したAIアバターが事前に築いた関係性を食事シーンに取り入れることで、より自然な交流を促進する。食事を通じた対話が親近感を高め、仲間づくりのハードルを下げる役割を果たす。ユーザー自身に代わって仮想空間でAIアバター同士が同時に並行で無数に関係を構築することで、新たな交友関係ができるかもしれない。

人間関係の構築において、現在のAIが行なうのはマッチングの提案までだが、今後はそれにとどまらず、AI同士が自律的に関係を構築し、その結果を人間にフィードバックする時代へと進化する。これによって生活者は、自らの価値観をもとに新たな交友関係を構築するようになる。人間は人間関係のなかでコミュニケーション機能を發揮するのではなく、AI同士の最適化された関係から得られた成功体験や気づきを現実に応用していく。AIがきっかけづくりを超えて、より深い関係性の構築に寄与することで、マッチングの概念も進化し、より豊かなコミュニケーションが実現する未来が到来する。

2位 履歴書よりも正確なキャリア証明を
パーソナルレジュメバンド



3位

ウェアラブルはマウスピース時代に
リカバリ・バイト



4位

感情直結型SNS
エモシェア

プロダクト概要
AIとブロックチェーン技術を活用し、日々の仕事の貢献度や行動をリアルタイムで可視化・評価。腕時計型デバイスとして装着し、職場での業務効率や人とのかかわりをスコア化する。従来の履歴書が自己申告ベースであったのに対し、本商品は「リアルタイムで実績を可視化・証明可能」な点が特徴。例えば、これまで書類に残らなかった職場の会議での発言回数や、同僚や部下への相談回数など、「目に見えない努力」にかかる行動データを記録・分析し、自動的に「貢献度レポート」を作成することで、転職時には具体的な実績を表す「パーソナルレジュメ」として提出することが可能。履歴書よりも正確なキャリア証明を提供する。

予測される消費トレンド
ウォレット・プロファイル行動

従来の就職活動では、履歴書やポートフォリオに経歴や成果を自ら記載し、第三者が確認できるのは資格や履歴に限っていた。しかし、未来的履歴書は「ウォレット」へと進化し、職場での小さな行動や貢献もブロックチェーン技術を活用して記録・証明されるようになる。これにより、今まで可視化されなかった組織貢献やチーム内で価値が客観的に評価され、共有が可能になる。Web3技術の発展により、データは分散管理され、セキュリティや利便性が向上。職場に限らず、AIが日常のあらゆる言動を自動記録する時代が到来するかもしれない。就職活動のみならず、金融教育やライフプラン設計においても、個人の価値観がより明確になっていく。

5位

リアルタイムで自分の感情をシェアできる新感覚SNS
エモシェア

プロダクト概要
リアルタイムで自分の感情をシェアできる新感覚SNS。従来のSNSは言葉や写真で表現するものだったが、「エモシェア」は感情そのものをデータ化し、直感的に共有できる点が大きな違い。スマートウォレットデータや表情分析を活用し、テキストや画像ではなく「気分」そのものを発信できる。フィードには、自分と似た感情をもつユーザーの投稿が優先的に表示され、即座につながれる。文章をいちいち考えたり、説明したりする必要がないので、投稿のハードルが低く、友達や世界中の人々と、言葉を超えた感情共有が可能。Z世代の共感文化にもマッチし、ポジティブな循環を生み出す新たな価値観を提供する。気分を記録することは自己理解にもつながるため、AIが感情変化を記録し、セルフケアのヒントも提案する。

6位

予測される消費トレンド
デジタルバイオハーモニー

プロダクト概要
リアルタイムで自分の感情をシェアできる新感覚SNS。従来のSNSは言葉や写真で表現するものだったが、「エモシェア」は感情そのものをデータ化し、直感的に共有できる点が大きな違い。スマートウォレットデータや表情分析を活用し、テキストや画像ではなく「気分」そのものを発信できる。フィードには、自分と似た感情をもつユーザーの投稿が優先的に表示され、即座につながれる。文章をいちいち考えたり、説明したりする必要がないので、投稿のハードルが低く、友達や世界中の人々と、言葉を超えた感情共有が可能。Z世代の共感文化にもマッチし、ポジティブな循環を生み出す新たな価値観を提供する。気分を記録することは自己理解にもつながるため、AIが感情変化を記録し、セルフケアのヒントも提案する。

7位

予測される消費トレンド
エモーションナルリザーブ

感情やモチベーションを蓄積し、必要なときに引き出して活用する新しいライフスタイル。従来、感情は一過性のもので、記録することできても、再現することはできないと考えられてきた。しかし、バイタルデータや脳波解析技術の進化により、ポジティブな感情を保存・再生することが可能に。これによって、「エモい体験」だけでなく、「そのときの気分やエネルギーを保存し、未來の自分のために活用する」という新たな価値観が浸透。ストップス管理や「エモーションマネジメント」による活用、個人のメンタルバランスを最適化する仕組みが普及。モノ消費からエモーション消費へ価値観が移行するなか、感情管理の新たなスタイルが確立されている。

参考

HIT PRODUCTS
STUDIES

CUTTING EDGE
PRODUCTS

NEAR FUTURE HITS

5位 「気分をデザインする」ウェアラブル
ムードイヤーカフ



6位 自分語りができる世界にひとつだけの靴
手しごと染め上げスニーカー



プロダクト概要

購入時は生成りの状態のスニーカーを受け取り、自分で染料やバーンを選び自由に染色できる。スニーカー本体は、オーガニックコットン素材のアップル&ライクルーバーソールで構成され、染料をしきり吸着させる繊維構造を探用。専用染料パックを複数付属し、特殊なコーティング技術によって、ムラ感やの発色を自在に操れる。従来のスニーカーが完成した色・柄は提供されていたのにに対し、本商品はデニムのエイジングや革のなじませのように、購入後のプロセスを楽しめることが特徴。「自分だけの一足」をつくるプロセスを通じ、所有欲と自己表現の喜びを提供。「なぜこの色を選んだのか」というストーリーを語られるため、SNS発信の魅力も向上し、体験の価値が拡張される。

予測される消費トレンド

セルフ・テリング欲求

セルフ・テリング (Self Telling) 欲求とは、2030年の生活者が「自分の好きな理由を語れる」ことを重視する消費行動のこと。従来のクラフト消費では、生産者のこだわりやストーリーに共感して商品を選んでいたが、今後は共感をもとに商品を買うことは大前提に、そのうえで、なぜそれを好むのかという自分の理由を言語化し、他者に伝えられることが重要になる。SNSの普及による「こだわりの見えつけ文化」や、D2Cブランドの台頭による価値観の変化が背景にあり、自己表現の一環として消費に理由をもつことが求められてい。結果として、自分らしさを加える余白がある製品など、こだわりの理由をもやさないモノに対してお金をかけようという意識が強まる。

1

CUTTING EDGE
PRODUCTS

プロダクト概要

耳に装着するだけで、微振動と音響刺激によって、気分を最適化してくれる次世代デバイス。片耳5g以下の軽量チタン製で、エナジー・リラックス・ストレッチなど5種類の振動モードと、超低周波・高周波リズム調整機能を搭載。AIと連動することにより、スマートアプリと接続して個人の感情変動に合わせた最適なモードを自動調整。ストレス軽減や集中力アップをサポートし、現代の多くのメンタルマネジメントスマートに実現する。従来のイヤーカフはファッションアイテムとしての用途が主だったが、「ムードイヤーカフ」は、仕事・プライベートのパフォーマンスを向上させる。新世代のメンタル管理デバイスとして機能する点が革新的。

予測される消費トレンド

ムード・エンハンス欲求

2030年の生活者は、ストレスを減らすのではなく、常に上機嫌でいることを目指す価値観へと変化していく。従来のデザインフルネスは、仕事や生活上のストレスを日々感じながらも、体調を崩す前に生活を進めるために、予防的に瞑想やヨガなどの行動に取り組む場合が多くあったが、今後は自分の気分を常に良い状態に維持させたいと考えるようになる。気分が良くなったら、自分自身が最も優先となり、自らの機能を積極的に管理し、運動や食事を工夫しながら短時間で気分を高める習慣を取り入れるようになる。同時に、気分の変化を正確に把握し、適切な方法で調整することができるツールの需要が高まる。「気分をデザインする」ライフスタイルが一般化していく。

プロダクト概要

デジタルで思い出を再体験
メモリーゲーム「Re:Experience」



プロダクト概要

過去の思い出をゲームとして再現するプラットフォーム。旅行や大切なイベント、日常の出来事などをゲーム形式で再体験することができる。ユーザーのSNSやNFTメモリーと同期すると、AIがイベントを自動生成。思い出の写真や動画は、ゲーム内の背景やアイテムに反映される仕組みだ。PC・VR対応で、友人との協力プレイ機能も備え、共通の思い出を追体験しながら遊ぶことができる。これまでのゲームは仮想世界での冒険が主だったが、この商品は、自分の実体験を基に新たな冒険が生まれるというバーソナライズ性、新しいエンタメ性が特徴。SNSやNFTのデータを保存・記録のためではなく、体験に変えるという新しい消費文化を生み出す。

予測される消費トレンド

デジタルメモリー消費

自身の思い出と密接に結びつける記録媒体として、NFTなどのデジタル上のモノを積極的に所有することで、ボジティブなトピックを呼び起す消費が盛んに行われるようになる。VRやARの登場は個人的な思い出をデジタル空間でリアルに再現することができ、NFTなどのデジタル資産は、購入に至る経緯や時系列を詳細に記録するため、所有者の心情や状況などを想起させるモノとしての保存を可能にしている。デジタル上のモノという機能性を超えて、感情的な価値が高まることで、自分がストーリーを感じられる思い出として所有が加速。VR空間に無数に展示するなど物理的な制約を受けて、生活を楽しい思い出で彩る消費文化が形成されていく。

8位 調理しながら金融リテラシーを磨ける
まな板バンク



プロダクト概要

食材の重さや価格情報を自動で読み取り、「節約・投資シミュレーション」を同時に行うスマートまな板。日々の調理をしながら家族のおこづかいの運用や投資プランを考えるきっかけを生み出す。新感覚の家庭向けジェット。A3サイズの抗菌まな板内蔵センサー搭載。重量センサーと価格データベースを連動し、Wi-Fiで専用アプリで情報送信。食材をまな板にのせると、購入コスト削減効果を可視化し、その分を投資に回すどの程度のリターンが見込めるかをリアルタイムで表示してくれる。耐熱・防水構造で水洗い可能。子どもと一緒に料理するなど、家庭内の自然なシーンで家計管理や資産形成を考えるきっかけを提供。忙しい親でも日常の延長で金融リテラシーを磨ける。

予測される消費トレンド

FIRE・Education

幼いころから資産運用や投資を考える子どもが増えていく未来が見えてきた。従来は、親の資産を頼り、社会から金融を学ぶのが一般的だったが、FinTech技術の発展により、幼児・小学生のうちから自ら資産形成を始める流れが加速している。実践的な金融教育を幼少期から取り入れて、子どもたちは投資を通じてセーフティネットを構築。未來の親は、金融リテラシーとデジタルスキルを重視し、オンラインで多様な信託制度を学ばせることに注力するだろう。不安定な社会情勢を背景に、子どもたちは早めからライフプランを設計し、自立した経済観を育む時代が訪れる。普段の生活のなかで、手間を増やすことで金融教育が可能なプロダクトへの需要が高まる。

10位 やる時間と手間をかける「贅沢」を満喫
じぶん釜



プロダクト概要

自宅の浴室で手軽に「蒸し風呂」を楽しめる半ポータブル式の小型スチームサウナ。全自动の高級サウナとは異なり、水の補給やハーブの投入などを手動で行い、自分好みの蒸気の立ち方や香りを調整できる。これまでの家庭用サウナが、全自动で楽にリラクゼーションを提供することを重視していたに対し、本商品は手動操作を重視し、セルフカスタマイズの楽しさを提供。大量生産の簡易アイテムがあるぶるか、あえて手間時間をかけて作る「じぶん釜」が「贅沢（ぜいたく）」として評される時代を見越して、癒しや自分でつくる発想を提案する、新しいリラクゼーションアイテム。温度や湿度、香りを自分で調整することで、「整える時間」そのものを楽しめる。

予測される消費トレンド

パーソナル生産欲求

2030年の生活者は、「自ら時間と手間をかけること」を贅沢と感じる価値観へと変化していく。従来は「お金で豊かを得る」ことが主流だったが、便利すぎる消費社会に疲れ、自分で価値を生み出すことに本当の豊かさを感じるようになる。大量生産・大量廃棄への疑問や、推し活のような二次創作市場の活性化が背景となり、購入ではなく「生産すること」自体が新たな贅沢のカタチとして求められるようになる。特にコーヒーやキャンプ用品のような嗜好性の高い商品は、自ら手間をかける余白が多いほど価値が高まる傾向に。プロダクト化する際に、高いカスタマイズ性を付与することが、大きなビジネスチャンスへつながる可能性がある。

9位 個人の健康状態に合わせた酵母をDIY
こねこね酵母



家庭で酵母の種類から発酵条件まで、すべて好みに合わせてカスタマイズできるキット。従来の発酵食品は決まった種や市販のイーストを使うだけだったに対し、本商品は酵母自身を自分の体質や味の好みに合わせて多様に育て上げられる。温度管理ヒーターと酸素供給チューブを内蔵する小型培養ボトルと、培養用の初期液体、微量元素パワーセットで構成。アプローチで発酵温度の自動調節や、生成した酵母の栄養成分診断を行い、1ボトルで約2週間の培養が可能。パン（こねこね）、クラフトビールなどの発酵食品に用いる酵母を誰でも簡単に繁殖させて、日々変わる健康状態に合わせた自家製ワードやドリンクづくりに生かすことができる。

予測される消費トレンド

ニュートリハッキング

未来の生活者が3Dフードプリンターを活用し、自分に最適な栄養食品を自宅でつくる新たな健康管理スタイル。従来の配合済みのサプリや完全栄養食に頼るのではなく、個人の身体データをリアルタイムでモニタリングし、その結果に基づいて理想的な栄養素・形状・風味の食品を自分で生成する動きが盛んになる。健康・医療技術のDIY化が進み、個人が専門知識なしでも自分の健康情報を完全に自給自足できる時代へと移行していく。特に、自分に合った酵母や乳酸菌などを自宅つくることができるプロダクトは、菌苗や腸活の延長で求められてい。家族で代々受け継がれる遺伝・体質に合った自家製酵母などが生まれていく可能性も。

プロダクト概要

自宅の浴室で手軽に「蒸し風呂」を楽しめる半ポータブル式の小型スチームサウナ。全自动の高級サウナとは異なり、水の補給やハーブの投入などを手動で行い、自分好みの蒸気の立ち方や香りを調整できる。これまでの家庭用サウナが、全自动で楽にリラクゼーションを提供することを重視していたに対し、本商品は手動操作を重視し、セルフカスタマイズの楽しさを提供。大量生産の簡易アイテムがあるぶるか、あえて手間時間をかけて作る「じぶん釜」が「贅沢（ぜいたく）」として評される時代を見越して、癒しや自分でつくる発想を提案する、新しいリラクゼーションアイテム。温度や湿度、香りを自分で調整することで、「整える時間」そのものを楽しめる。

予測される消費トレンド

パーソナル生産欲求

2030年の生活者は、「自ら時間と手間をかけること」を贅沢と感じる価値観へと変化していく。従来は「お金で豊かを得る」ことが主流だったが、便利すぎる消費社会に疲れ、自分で価値を生み出すことに本当の豊かさを感じるようになる。大量生産・大量廃棄への疑問や、推し活のような二次創作市場の活性化が背景となり、購入ではなく「生産すること」自体が新たな贅沢のカタチとして求められるようになる。特にコーヒーやキャンプ用品のような嗜好性の高い商品は、自ら手間をかける余白が多いほど価値が高まる傾向に。プロダクト化する際に、高いカスタマイズ性を付与することが、大きなビジネスチャンスへつながる可能性がある。

活用するAI技術

未来の兆し洞察レポートの作成

複数のLLM(ChatGPT, Gemini等)を活用したマルチエンジン・インサイト抽出基盤を構築。各モデルに対してPrompt Specializationを行い、API経由で並列リクエストを非同期処理。出力結果は PythonベースのOutput Harmonizerによりセマンティックレベルで正規化され、Weak Signal DetectionおよびTopic Clusteringによって未来兆候を体系化します。

ペルソナ予測データの作成

Future Wave Researchで得られた兆候群を元に、生成AIによるPersona Simulationを実行。LLMのZero-shot Reasoning能力を活かし、文化・価値観・行動軸に基づいた複数のシナリオをMulti-perspective生成。SEEDERの既存データと照合し精度を補完。

機会領域の予測

生成された兆候×ペルソナ構造をもとに、Need-State MappingとMarket Adjacency推論を実行。独自のInsight Graphを生成し、Graph-based ReasoningとLLMによるNarrative Expansionにより、未充足ニーズや非連続的ジャンル間の交差点を特定。これにより、将来の Opportunity Zoneを構造的に抽出します。

未来商品・事業アイデアの作成

機会領域マッピング結果をもとに、Promptプログラミングにより、アイデアをIdea Card形式で生成。各プロトタイプにはValue Proposition・Target Persona・Expected UXが自動付帯され、マルチモーダル対応LLMにより簡易なビジュアルスケッチも生成可能。プロトタイプはFeedback Loop設計のもと、再学習サイクルへ投入されます。

成果物イメージ

※与件によって数量が変動する可能性がございます

Future Wave × 50事例程度

AIでオリジナル絵本の生成サービスの登場～AIを使って何でも物語化して記憶するのが当たり前に？～

2025.5.20



株式会社グランドリームが「AIえほん図書館」をリリースした。対象年齢やテーマを入力するだけで、AIが物語とイラストを生成し、オリジナル絵本を作成できる。親子の読み聞かせによる情報教育や語彙力向上を支援する設計で、教育分野におけるAI活用の可能性を示している。

従来、記憶や理解を助ける手法として教育の分野でも、物語化を使う方法は注目されてきた。例えば、覚えにくい細胞の働きを物語化した「はたらく細胞」という漫画面は有名である。ストーリーのある漫面を教材として使用することは他の領域でも注目されている。

本事例のようなサービスによって、今後はAIが個別の学習内容を物語形式に自動変換し、誰もが容易に記憶に定着させられるようになるだろう。誰でも、誰かが覚えやすいように変えた教材を手に取ることができたのが、誰でも手軽に自分専用の物語で覚えることができるようになるだろう。

つまり、未来の物事の記憶方法は、学校などの学習現場だけではなく、その他に覚えておきたいどんな物事であっても、AIに自身が覚えやすいと感じる形式に変換してもらうことで記憶するようになるだろう。例えば、医療や福祉の分野でも、高齢者が服薬管理や健康知識を学ぶ際に、自身の生活や家族構成とともに構成された物語や映像に変換して覚えるなどの行動が生まれるかもしれない。

Future Persona × 20名程度

- 職業 | 不動産会社・営業職（中小企業／正社員）
- 個人年収 | 520万円
- 居住/出身 | 千葉県市川市 / 静岡県浜松市
- 家族構成 | 一人暮らし（独身・彼女なし）



<ライフスタイル>

<ニーズ>

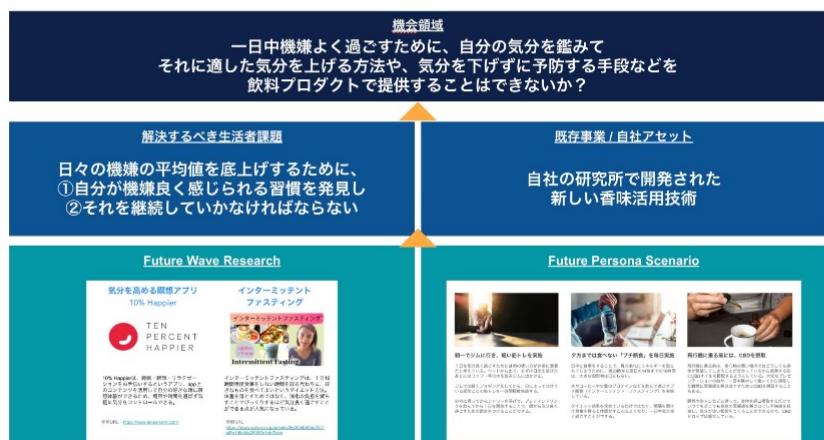
とにかく「めんどくさくないか」が最優先。機能・効果より「どう使うか」が明確な物しか買わない。
体を気遣いたい気持ちはあるが、日常に新しいルールを持ち込む余裕がない。「飲んでも飲まなくとも大丈夫だけど、あった方がちょっと安心」くらいの温度感が理想。一日回で完結し、特に味も匂いもない方が続けやすい。明確な変化より「やっている感じ」がほしい。
「健康にならなきゃ」というプレッシャーを免えず、生活にそっと置いておけるもの。薬ではなく「存在の空気感」として選びたい。

<悩み>
「サブリメント」 = 意識が高い人の習慣。という印象が強く、ドラングストアで並んでいる「効きます系」の言葉に圧を感じる。
続ける前提の商品設計や、パッケージにやらうと数字が多いのも苦手。「自分には関係ない」と感じて避けてしまう。

機会領域 × 5枚程度

機会領域

一日中機嫌よく過ごすために、自分の気分を鑑みてそれに適した気分を上げる方法や、気分を下げずに予防する手段などを飲料プロダクトで提供することはできないか？



商品アイデア Future Prototype × 30個程度

商品アイデア

Future Prototype × 30個程度

No.4 上機嫌チャージ、飲む栄養スープ グッドムードポタージュ



製品カテゴリ：即席スープ（粉末タイプ）

価格：350円

特徴・新しさ：あっさりコーンポタージュに気分安定アミノ酸と疲労軽減ビタミンを多めに配合。お湯を注ぐだけで上機嫌をチャージできる栄養機能性スープ。忙しい時間に飲みながら気分をリセットできる即席食品。

差別化ポイント：これまでの商品は栄養バランスを補うものだったがこの商品では心の健康を最優先している。

製品仕様：1食分15g個包装スティック6本入り。コーンパウダー、アミノ酸、ビタミンB群、ハーブ配合。熱湯で溶けやすい。

搭載機能：簡単な即時摂取。コーンの甘みとハーブの香りで気分をほぐす風味、ビタミンB群とアミノ酸が疲労を軽減し、やる気を後押し。

事業アイデア Future Prototype × 10個程度

事業アイデア

Future Prototype × 10個程度

一日中機嫌よく過ごすために、自分の気分を鑑みてそれに適した気分を上げる方法や、気分を下げずに予防できないか？

パートナー	主要活動	直面問題	対応セグメント
パートナー	気分データ収集・解析 (AI分析)	気分可視化: AIがリアルタイムで感情変化を可視化 (現・未・AI開拓)	ビジネスニーズ: パーティイディレクトリ (AIによる感情変化を可視化)
ウェアラブルデバイスマーケー (Apple, Fitbitなど)	コンテンツ制作 (音声ガイド), E-mail, SNS	コミュニケーションモデル: 時の気分に合った部分改善法 (音楽, 実感, マイクロフレイク等)	ビジネスニーズ: パーティイディレクトリ (AIによる感情変化を可視化)
心理セ・メンタルヘルスの専門機関	UX改善とゲームификаーション導入	立派なリザーバー開拓	ビジネスニーズ: パーティイディレクトリ (AIによる感情変化を可視化)
音楽・映像制作サービス	立派なリザーバー開拓	ソリューション: カテゴリー別気分の旋律を提供し、耳にリマインド	ビジネスニーズ: パーティイディレクトリ (AIによる感情変化を可視化)
健康保険組合 (福利厚生サービスとして導入)	メンタルヘルス専門家ネットワーク (心身・コーラス)	スマートアプリ (フレッシュAND)	高ストレス相談 (医療従事者、教育労働者、クリエイター)
パートナー	メンタルヘルス専門家ネットワーク (心身・コーラス)	スマートアプリ (フレッシュAND)	高ストレス相談 (医療従事者、教育労働者、クリエイター)
ウェアラブルデバイスマーケー (スマートウォッチ・スマートスピーカー)	ゲーミフィケーション: 気分安定や改善を「スコア化」し、モチベーション維持	スマートウォッチバイス端末 (スマートウォッチ)	メンタルヘルスに興味がある若年層
パートナー (販売・マーケティング部門)	チーム運営: 車輪や実感と懸念の返答を通じて、商品や実感を把握	BlackやWhiteなど複数キャット (企画・開発・プロダクション)	企業内HR (企業のエカルビングを重視する人事部門)
パートナー	ゲーミフィケーション: 気分安定や改善を「スコア化」し、モチベーション維持	スマートウォッチバイス端末 (スマートウォッチ)	高ストレス相談 (医療従事者、教育労働者、クリエイター)
パートナー	チーム運営: 車輪や実感と懸念の返答を通じて、商品や実感を把握	BlackやWhiteなど複数キャット (企画・開発・プロダクション)	企業内HR (企業のエカルビングを重視する人事部門)
パートナー	ゲーミフィケーション: 気分安定や改善を「スコア化」し、モチベーション維持	スマートウォッチバイス端末 (スマートウォッチ)	高ストレス相談 (医療従事者、教育労働者、クリエイター)
パートナー	チーム運営: 車輪や実感と懸念の返答を通じて、商品や実感を把握	スマートウォッチバイス端末 (スマートウォッチ)	企業内HR (企業のエカルビングを重視する人事部門)

コストの流れ

- R&D: 月額調査 (リサーチ・マーケティング)
- D&I: 企画・設計開発費用 (ハイブリッド開発)
- UX/UIデザインと開発
- マーケティング・広告費
- 開発費用 (量化された気分分析モデルを企画)

成果物のご活用イメージ

Future Wave × 50事例程度

AIでオリジナル絵本の生成サービスの登場～AIを使って何でも物語化して記憶するのが当たり前に？～

2025.5.20

着目した記事



AIえほん図書館
AIで作る、世界にひとつだけの絵本

株式会社グランドリーム、AIを活用した絵本生成アプリ「AIえほん図書館」を初リリース！
アニメ「はたらく細胞」が愛聴勉強に役立つ 現役生物講師が教える「活用法」

続きを読む

株式会社グランドリームが「AIえほん図書館」をリリースした。対象年齢やテーマを入力するだけで、AIが物語とイラストを生成し、オリジナル絵本を作成できる。親子の読み聞かせによる情緒教育や語彙力向上を支援する設計で、教育分野におけるAI活用の可能性を示している。

従来、記憶や理解を助ける手法として教育の分野でも、物語化を使う方法は注目されてきた。例えば、覚えにくい細胞の働きを物語化した「はたらく細胞」という漫画は有名である。ストーリー性のある漫画を教材として使用することは他の領域でも注目されている。

本事例のようなサービスによって、今後はAIが個別の学習内容を物語形式に自動変換し、誰もが容易に記憶に定着させられるようになるだろう。誰でも、誰かが覚えやすいように変えた教材を手に取ることができたのが、誰でも手軽に自分専用の物語で覚えることができるようになるだろう。

つまり、未来の物事の記憶方法は、学校などの学習現場だけではなく、その他に覚えておきたいどんな物事であっても、AIに自身が覚えやすいと感じる形式に変換してもらうことで記憶するようになるだろう。例えば、医療や福祉の分野でも、高齢者が服薬管理や健康知識を学ぶ際に、自身の生活や家族構成をもとに構成された物語や映像に変換して覚えるなどの行動が生まれるかもしれない。

Future Waveとは？

世界中の幅広いカテゴリの先進事例から
5年先の生活者価値観の変化を分析した未来の兆し集

Future Waveの主な活用方法

- ▶ 自社領域内外の生活者価値観変化の発見
- ▶ 事業 / 商品アイデアのプレスト
- ▶ 事業 / 商品アイデア開発におけるベストプラクティス探索

成果物のご活用イメージ

Future Persona × 20名程度



- 職業 | 不動産会社・営業職（中小企業／正社員）
- 個人年収 | 520万円
- 居住/出身 | 千葉県市川市 / 静岡県浜松市
- 家族構成 | 一人暮らし（独身・彼女なし）

<ライフスタイル>

- ・平日は8時出社、19~21時頃退勤。営業エリアは都内~千葉県内。
- ・客先訪問が多く、移動時間とストレスで昼食はほぼコンビニか牛丼屋。帰宅後はシャワー、夕飯（冷凍ご飯+レトルト中心）を済ませ、ビールかチューハイを飲んでスマホとテレビをぼーっと眺める。
- ・運動習慣は一切なく、休日も家で過ごす。
- ・会社の健康診断で中性脂肪を指摘され、「このままだとヤバい」と思いつつ、ジムや食事管理は面倒で手が出せない。
- ・手軽に“何かやってる感”をてるものが欲しいが、サプリ=本気、のイメージがあってためらっている。

<ニーズ>

- ・とにかく“めんどくさくない”が最優先。機能・効果より「どう使うか」が明確な物しか買わない。
- ・体を気遣いたい気持ちはあるが、日常に新しいルールを持ち込む余裕がない。“飲んでも飲まなくても大丈夫だけど、あった方がちょっと安心くらいの温度感が理想。1日1回で完結し、特に味も匂いもない方が続けやすい。明確な変化より「やってる感じ」がほしい。
- ・“健康にならなきゃ”というプレッシャーを与えず、生活にそっと置いておけるもの。薬ではなく“存在の空気感”として選びたい。

<悩み>

- ・「サプリメント」=「意識が高い人の習慣」という印象が強く、ドラッグストアで並んでいる“効きます系”的言葉に圧を感じる。
- ・続ける前提の商品設計や、パッケージにやたらと数字が多いものも苦手。“自分には関係ない”と感じて避けてしまう。

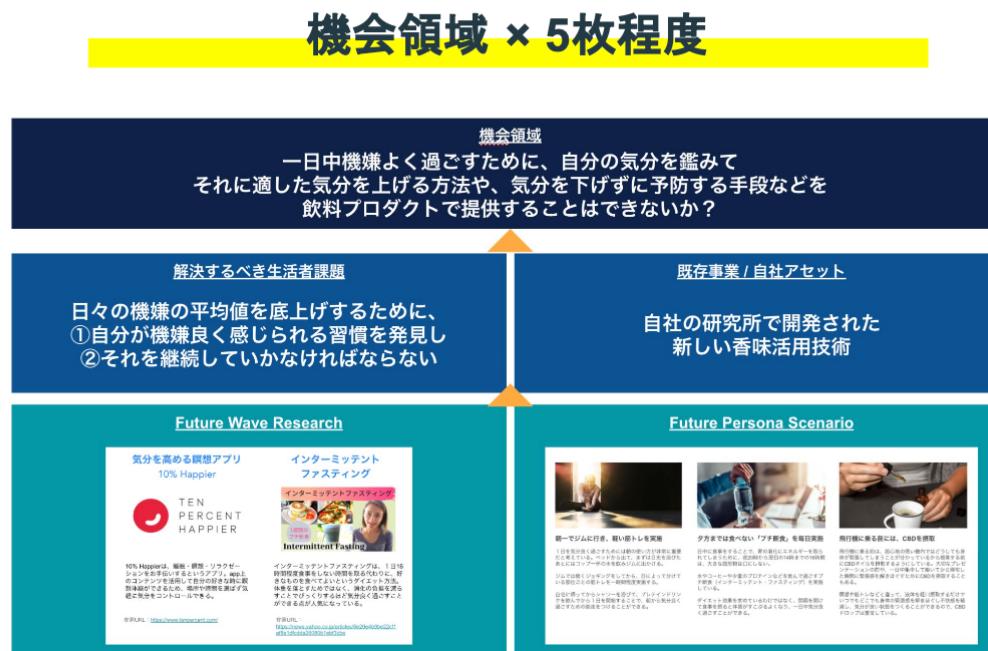
Future Personaとは？

**Future Waveから見えてきた生活者価値観変化の兆しと
豊富な先進生活者データから5年後に出ると考えられる
生活者ペルソナのデータ集**

Future Personaの主な活用方法

- ▶ 事業 / 商品のSTP策定
- ▶ 既存・見込み顧客の見直し
- ▶ 未来顧客のインサイト探索
- ▶ 未来顧客のキーパスシナリオ策定

成果物のご活用イメージ



機会領域とは？

Future Personaのライフスタイルや、ニーズ・課題に対して
自社として取り組めるアイデアについてラフな方向性を示すもの

機会領域の主な活用方法

- ▶ 機会領域起点での事業・商品アイデアブレースト
- ▶ 5年先に向けた技術・リソース開発方針の策定

成果物のご活用イメージ

商品アイデア
Future Prototype × 30個程度



No.4 上機嫌チャージ、飲む栄養スープ
グッドムードポタージュ

製品カテゴリ：即席スープ（粉末タイプ）
価格：350円

特徴・新しさ：あっさりコーンポタージュに気分安定アミノ酸と疲労軽減ビタミンを多めに配合。お湯を注ぐだけで上機嫌をチャージできる栄養機能性スープ。忙しい時間に飲みながら気分をリセットできる即席食品。

差別化ポイント：これまでの商品は栄養バランスを補うものだったがこの商品では心の健康を最優先している。

製品仕様：1食分15gの袋包装入り。コーンパウダー、アミノ酸、ビタミンB群、ハーブ配合。熱湯で溶けやすい。

搭載機能：簡単な即時攝取、コーンの甘みとハーブの香りで気分をほぐす風味、ビタミンB群とアミノ酸が疲労を軽減し、やる気を後押し。

Copyright (C) 2025 SEEDER

or

事業アイデア
Future Prototype × 10個程度

経営領域			
一日中機嫌よく過ごすために、自分の気分を整めてそれに適した気分を上げる方法や、気分を下げずに予防できないか？			
<p>パートナー</p> <p>ウェアラブルデバイスマーケター（Apple, Fitbitなど） 心理学・メンタルヘルスの専門家 医療・健康サービス</p>	<p>主要活動</p> <p>高分データ収集・解析（AI分析） パーソナライズされた食事の提案 コンテンツ制作（音声ガイド、記事、動画） UX分析とゲーミフィケーション活用 生産性ツール・ポートフォリオ</p>	<p>価値提案</p> <p>手軽で操作化：AIがリアルタイムで营养バランスを算出し、簡単にリマインダ</p> <p>ゲーミフィケーション：老公密定化の目標を「スコア化」し、モチベーション維持</p> <p>チーム連携：勤務や営業と营养の混在共有して、相互通報を促進</p>	<p>顧客との接点</p> <p>パートナーアイデア・サポート：AIによる実効性検証</p> <p>コミュニケーション機能：メッセージ交換（ストレッフ的な運営管理） サブスクライブ＆アドオン：既存機能を拡張する機能</p> <p>子育て中の親（感情の起伏が激しい日々）</p>
<p>コスト削減</p> <ul style="list-style-type: none"> - AI導入・運用コスト - コンテンツ制作コスト - UX/UIデザインと開発 - マーケティング・広告費 - 専門家へのフィー（心理学家） 			
<p>収益の流れ</p> <ul style="list-style-type: none"> - B2C：月額課金（フリーミアム+プレミアム） - B2B：企業向け定期購入・ルートバイパッケージ - フィリエイト（収益化した音楽配信・ゲームなどにリンク） - サービス（匿名化された気分トレンド分析を企画依頼） 			

Future Prototypeとは？

機会領域をもとに今後開発するべきアイデアをペーパープロトタイプ形式で生成。商品開発では具体的な商品仕様やイメージ、事業開発ではビジネスモデルキャンバス形式でアイデアを可視化

Future Prototypeの主な活用方法

- ▶ 具体アイデア起点での事業・商品アイデアブレスト
- ▶ 有識者ヒアリング・生活者受容性検証
- ▶ 5年先に向けた技術・リソース開発方針の策定

料金

＼ 3 Stepトータル／

500 万円

※一部ステップのみの実施も可能ですのでお気軽にお問い合わせください

GINZA CREATIVO(株式会社 新東通信)について



共創の舞台へ、ようこそ。

銀座は、ものづくりからはじまった。

自由闊達な空気にあふれた街並みから、

流行が生まれ、人が集まり、文化が育まれた。

ものづくりの醍醐味は、「共創」にある。

あらゆる感性が共鳴し、混ざり合い、化学反応を繰り返しながら、

未知なる刺激を追い求めていく。

銀座の街を舞台に、この街に脈々と息づく伝統や美意識を再構築し、

あらゆる才能と共に、世界を驚かせる「もの」や「こと」を創り出す。

それが、GINZA CREATIVO。

ここから何がはじまるか？ 可能性は、無限だ。

事例紹介：GINZA CREATIVO



食品会社さま/化粧品会社さまでの新商品開発やブランド立ち上げ

ワークショップ形式で会社や市場の未来を考え、中期経営計画やブランドパーソナリティを策定

SEEDER株式会社について



未来洞察

さまざまなジャンルの未来洞察の観点を活用して、自社に関する未来洞察・ロードマップを作成します。

事業開発

未来洞察から発見したビジネスアイデアを活用し、新規事業の創出をサポートします。



商品開発

先進的生活者のリサーチから得たビジネスチャンスを活用し、新商品開発します。

クライアントと共に未来を洞察し、未来発想ができる組織をつくります。

SEEDERは、博報堂グループから 2020年にスピナウトして創業した、イノベーション創出支援会社です。生活者発想を基軸に据えて、生活者の 5年先の未来を独自の手法で読み解き、クライアントの新規事業創出や新商品開発をサポートしています。

伴走型 事業開発 / 商品開発 支援

イノベーションコンサルティング事業

- ▶ デスクリサーチからアイデア着想は独自の調査データを用いてクライアントとともにワークショップの実施などを通し伴走支援
- ▶ 事業化の上申で重要な実証実験（PoC/PoB）もコンサルタントがビジネスモデルの構築から手厚くサポートを行う

AIを活用した商品開発コンサルティング

Future Store

- ▶ AIデータベースによる商品開発プロセスの高速化

先進的な生活者データ配信サービス

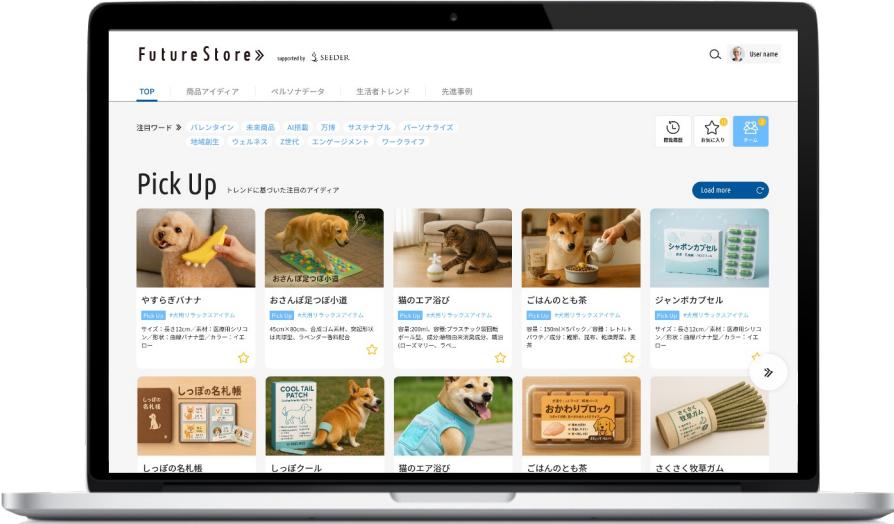
SEEDATA

- ▶ アイディエーションに必要なインプット情報を提供

<Future Store サービス画面>

事例紹介：SEEDER

Future Store»



【文房具メーカー】
新商品開発支援にて活用。

【家電メーカー】
先方が持つ新商品アイデアをブラッシュアップするために活用。
AIペルソナを活用して需要性調査も行いました。

【美容商材メーカー】
美容商材のリブランディングへ活用。
未来洞察を基本に、将来的なユーザーへ向けた施策を立案。

【小売】
プライベートブランドの新規開発支援に活用。
<https://services.sd-futurestore.com/articles/nikken>

【小売(製パン)】
新商品ラインナップの開発へ活用。

お問い合わせ先

株式会社新東通信 GINZA CREATIVO 担当:尾崎

Email: rikuto.ozaki@shinto-tsushin.co.jp

Tel: 03-3538-8011

Appendix | ワークフロー

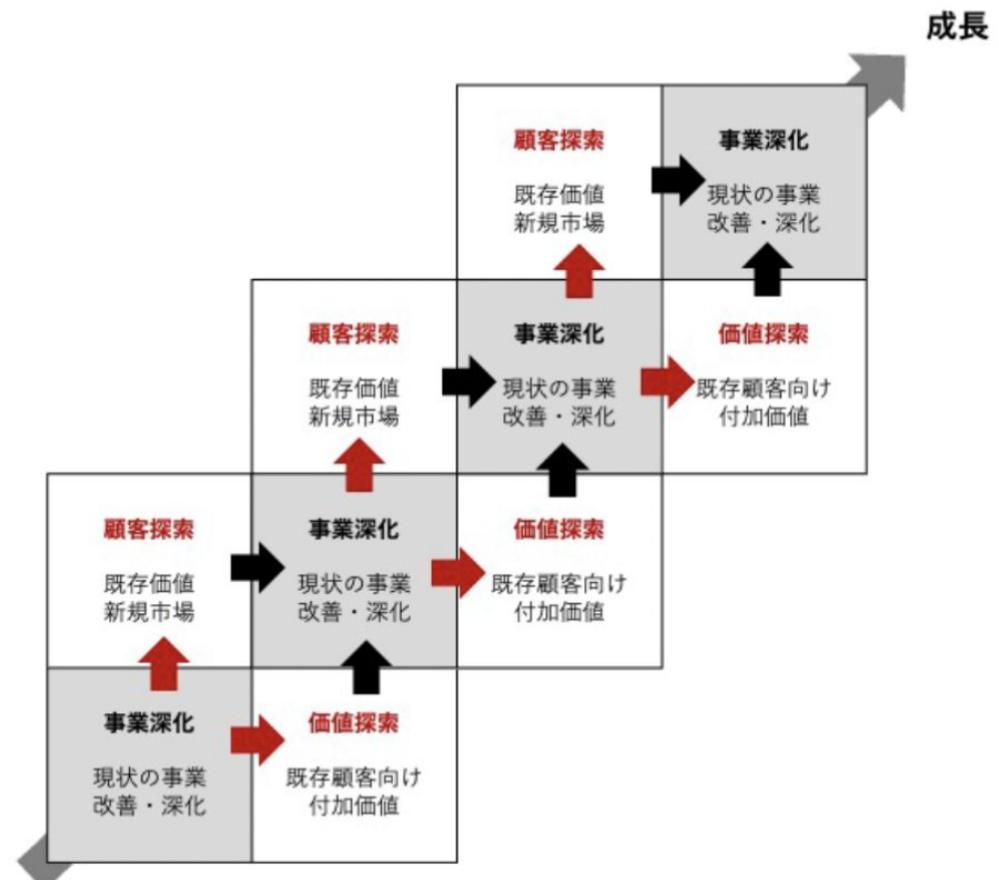
未来の兆しの発見

Future Insight Discovery

事業成長ストリームを描くための「探索 × 深化」成長ロジックをインプット

2つの方向性をそれぞれ繰り返していくことで、
安定的かつイノベーティブな事業成長をリード

事業成長ストリーム

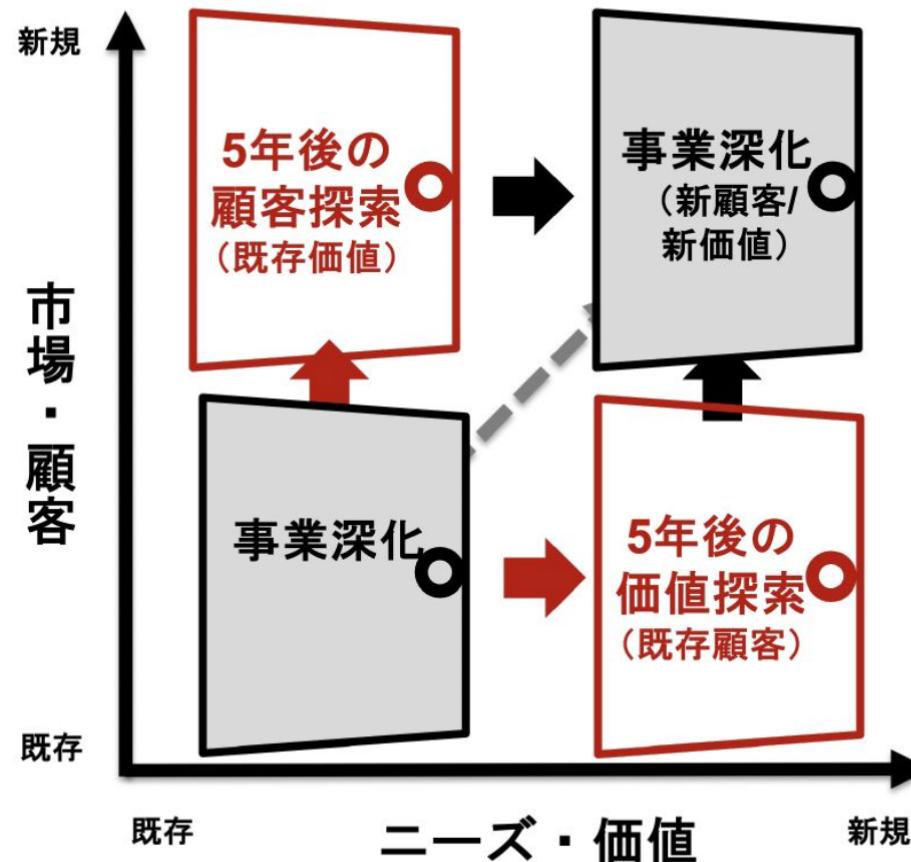


既存顧客の掘り下げ
+
新規市場での顧客探索

事業成長ストリームを描くための「探索 × 深化」成長ロジックをインプット

短時間に多くの可能性をAIによって探索。
確度の高いものを抽出して、次のステップで深掘りをいたします。

NEXT 5 DOORサーチマトリックス



5年後の「価値」

と

5年後の「顧客」

→

AIによって、
短時間で多くの可能性を探る

世界中の先進事例から未来の事業の兆しをつかむ

複数のLLMを活用したマルチエンジン・インサイト抽出基盤を用いて 世界中の先進事例から未来兆候を分析・収集



Related Case 関連事例集（サンプル）

事例一覧	男性用化粧品	ペット用品	事例一覧（リスト）
プラスオン型ケア用品	育毛成分/ケア成分入りヘアスタイリング剤	Everything showers	BARK Bright
男性用化粧品 機械、ケア目的ごとに製品を使い分けることが普通だった。既に使っている製品を目的別に強化できるカスタマイズスメが求められるようになる。	男性用化粧品 ヘアスタイリング剤は髪や頭皮に負担のかかるもの。ヘアケアとは別に行わなければならないものだった。使うことが髪にも肌にも良い機能をもったスタイリング剤の登場。ヘアケアのつ	男性用化粧品 別々だったケア行程を梳合場で完結するスキンケアという新たな文脈の登場 ケア商品は機能の分野、統一ではなく、ケアと通所との組み合が重要になる。	ペット用品 毎日の散歩は難しいので、歯磨きガムでケアを行う。しかしガムだけでは不十分 ガムに歯ブラシの機能も合わせることで手間を省くし、ペット自体のストレスも軽減
飲む匂いケア DEOS Full Body Deodorant Supplement	フルボディ・デオドラント	バレエのバーエクササイズにヨガ・ピラティスを加えた新しい複合的エクササイズ	
男性用化粧品 臭いの元を体内から変えることで、外用デオドラントでは対処しにくい体温のケアができる これまでの臭いケアで対応できていな い。シーンやケースはないか？	男性用化粧品 使用する部位や、シチュエーションによ って使い分けが必要なデオドラント製品 全身を対象とし、外出時や自宅でも使える形態が求められるようになるのでは？	美容 ヘルスケア 骨格や性別の違いを問わずジムで行う筋トレから女性的な動きや環境に着目したトレーニング方法へ 同じ課題に対して、解決策がターゲット	

世界中の先進事例から未来の事業の兆しをつかむ

収集されたデータはプランナーの解釈を加えて
各クライアント様が見据えるべき未来洞察としてキュレーション

Related Case 関連事例集（サンプル）

事例一覧 男性用化粧品 ペット用品 事例一覧（リスト）



プラスオン型ケア用品



育毛成分/ケア成分入りヘアスタイリング剤



Everything showers



トレーニングアフターケア市場の拡大



飲む匂いケア DEOS | Full Body Deodorant Supplement



フルボディ・デオドラント



バレエのバーエクササイズにヨガ・ピラティスを加えた新しい複合的エクササイズ



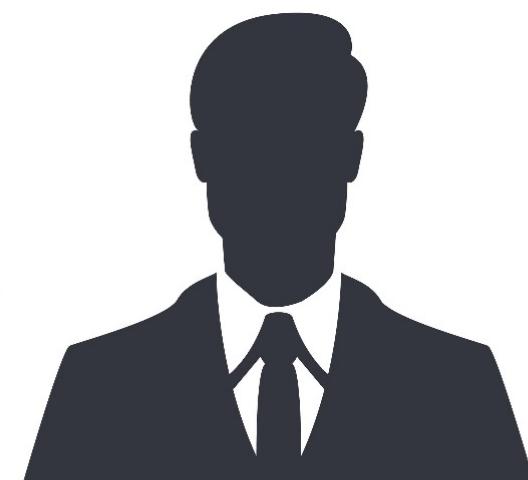
BARK Bright

男性用化粧品
臭いの元を体内部から変えることで、外用デオドラントでは対処しづらい体臭のケアができる。これまでの良いケアで対応できていなければ、シーンやケースはない。

男性用化粧品
使用する部位や、シチュエーションによって使い分けが必要なデオドラント製品。全身を対象とし、外出時や自宅でも使える形態が求められるようになるのでは?

美容 ヘルスケア
骨格や性別の違いを問わずジムで行う筋トレから女性的な動きや腹筋に差目したトレーニング方法へ。
同じ課題に対して、解決策がターゲット

ペット用品
毎日の歯磨きは難しいので、歯磨きガムでケアを行う。しかしガムだけではなく、ガムに歯ブラシの機能も合わせることで手間を減らし、ペット自身のストレスも軽減



AIでオリジナル絵本の生成サービスの登場～AIを使って何でも物語化して記憶するのが当たり前に？～

2025.5.20

着目した記事

AIえほん図書館

AIでやる、世界ひとつだけの絵本

株式会社グランドリーム、AIを活用した絵本生成アソリ「AIえほん図書館」を初リリース！

AIえほん図書館

アニー「たたらく絵本」

AIでやる、世界ひとつだけの絵本

AIえほん図書館

アニー「たたらく絵本」

AIでやる、世界ひとつだけの絵本

AIえほん図書館

アニー「たたらく絵本」

AIでやる、世界ひとつだけの絵本

続きを読む

株式会社グランドリームが「AIえほん図書館」をリリースした。対象年齢やテーマを入力するだけで、AIが物語ビデオを生成し、オリジナル絵本を作成できる。親子の読み聞かせによる情緒教育や経験力向上を支援する設計で、教育分野におけるAI活用の可能性を示している。

従来、記憶や理解を助ける手法として教育の分野でも、物語化を使う方法は注目されてきた。例えば、算えていく細胞の働きを物語化した「たたらく細胞」という漫画は有名である。ストーリー性のある漫画を教材として使用することは他の領域でも注目されている。

本事例のようなサービスによって、今後はAIが個別の学習内容を物語形式に自動変換し、誰もが容易に記憶に定着させられるようになるだろう。誰でも、誰かが覚えやすいように変えた教材を手に取ることができたのが、誰でも手軽に自分専用の物語で覚えることができるようになるんだろう。

つまり、未来の物語の記憶方法は、学校などの学習環境だけではなく、その他に覚えておきたいどんな物語であっても、AIに自身が覚えやすいと感じる形式に変換してもらうことで記憶するようになるだろう。例えば、医療や福祉の分野でも、高齢者が服薬管理や健診知識を学ぶ際に、自分の生活や家族構成とともに構成された物語や映像に変換して覚えるなどの行動が生まれるかもしれません。

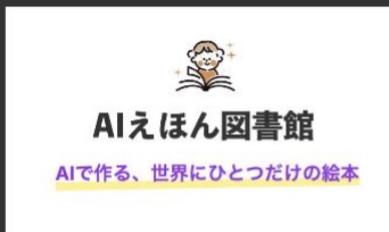
世界中の先進事例から未来の事業の兆しをつかむ

アウトプットイメージ | 50事例程度

AIでオリジナル絵本の生成サービスの登場～AIを使って何でも物語化して記憶するのが当たり前に？～

2025.5.20

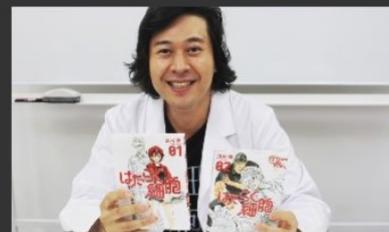
着目した記事



株式会社グランドリーム、AIを活用した絵本生成アプリ「AIえほん図書館」を初リリース！

プレスリリース・ニュースリリース配信シェアNo.1 | PR TIMES

[続きを読む](#)



アニメ「はたらく細胞」が受験勉強に役立つ 現役生物講師が教える「活用法」

J-CAST トレンド

[続きを読む](#)

株式会社グランドリームが「AIえほん図書館」をリリースした。対象年齢やテーマを入力するだけで、AIが物語と一緒に絵本を作成できる。**事例の要約** 親子の読み聞かせによる情緒教育や語彙力向上を支援する設計で、教育分野におけるAI活用の可能性を示している。

従来、記憶や理解を助ける手法として教育の分野でも、物語化を使う方法は注目されてきた。例えば、覚えにくい細胞の働きを物語化した「はたらく細胞」という漫画は有名である。ストーリー性のある漫画を教材として使用することは他の領域でも注目されている。

本事例のようなサービスによって、今後はAIが個別の学習内容を物語形式に自動変換し、誰もが容易に記憶に定着させられるようになるだろう。誰でも、誰かが覚えやすいように変えた教**生活者の価値観変化や**誰でも手軽に自分専用の物語で覚えることになる。**新商品 / 新規事業の兆しの洞察**

つまり、未来の物事の記憶方法は、学校などの学習現場だけではなく、その他に覚えておきたいどんな物事であっても、AIに自身が覚えやすいと感じる形式に変換してもらうことで記憶するようになるだろう。例えば、医療や福祉の分野でも、高齢者が服薬管理や健康知識を学ぶ際に、自身の生活や家族構成をもとに構成された物語や映像に変換して覚えるなどの行動が生まれるかもしれない。

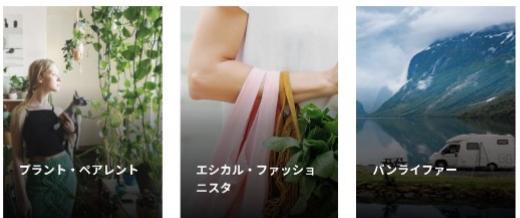
事業機会領域の設計

Future Opportunity Design

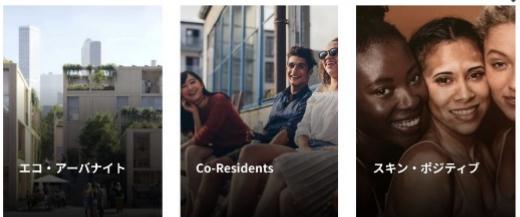
未来の可能性をヒト起点へ転換

Future Wave Researchで得られた兆候群を元に、生成AIによる**Persona Simulation**を実行。
文化・価値観・行動軸に基づいた複数のシナリオを **Multi-perspective**生成の上、
既存の先進生活者データと照合し精度を補完。

先進生活者データ



家族や家を持つ代わりに植物を持ち、世話をすることで抜くて無理質な生活空間や温かみのある隣町を埋めるアメリカ・ミレニアル世代の生活者たち



環境負荷へ配慮した食スタイルをフューチャーすることで抜くて無理質な生活空間や温かみのある隣町を埋めるアメリカ・ミレニアル世代の生活者たち

先進事例データ



移動の快適さのために車で移動を世界を旅してまわる生活者たち



良い元を体内から変えることで、外用デオドラントではなく、外生地や自宅でも使える形態が求められるようになるのでは? シーンやケースは?



<ライフスタイル>

- 職業 | 不動産会社・営業職（中小企業／正社員）
- 個人年収 | 520万円
- 居住/出身 | 千葉県市川市 / 静岡県浜松市
- 家族構成 | 一人暮らし（独身・彼女なし）

<ニーズ>

- ・とにかく「めんどくさくないか」が最優先。機能・効率より「どう使うか」が明確な物しか買わない。
- ・体を意識したい気持ちはあるが、日常に新しいルールを持ち込む余裕がない。「飲んでも飲まなくとも大丈夫だけど、あった方がちょっと安心」「くらいの温度感が理想。1日1回で完結し、特に味も匂いもない方が続けやすい。明確な変化より「やってる感じ」がほしい。
- ・健康にならなきゃ」というプレッシャーを與えず、生活にそっと置いておけるもの。薬ではなく「存在の空気感」として選びたい。
- ・平日は8時出社、19~21時頃退勤。営業エリアは都内~千葉県内。
- ・客先訪問が多く、移動時間とストレスで昼食はほぼコンビニか牛丼屋。帰宅後はシャワー、夕飯（冷凍ご飯+レトルト中心）を済ませ、ビールかチューハイを飲んでスマホとテレビをぼーっと眺める。
- ・運動習慣は一切なく、休日も家で過ごす。
- ・会社の健康診断で中性脂肪を指摘され、「このままだとヤバい」と思いつ、ジムや食事管理は面倒で手が出せない。
- ・手軽に「何かやってる感」を持てるものが欲しいが、サプリ=本気、のイメージがあつためらっている。

<悩み>

- ・「サブリメント」＝「意識が高い人の習慣」という印象が強く、ドラッグストアで並んでいる「効きます系」の言葉に圧を感じる。
- ・続ける商品の品目設計や、パッケージにやたら数字が多いものも苦手。“自分には関係ない”と感じて避けてしまう。

未来の可能性をヒト起点へ転換

洞察した未来の可能性に存在するであろう Future Personaを作成し、課題解決ストーリーへ落とし込みイシュー化



- 職業 | 不動産会社・営業職（中小企業／正社員）
- 個人年収 | 520万円
- 居住/出身 | 千葉県市川市 / 静岡県浜松市
- 家族構成 | 一人暮らし（独身・彼女なし）

<ライフスタイル>

- ・平日は8時出社、19~21時頃退勤。営業エリアは都内～千葉県内。
- ・客先訪問が多く、移動時間とストレスで昼食はほぼコンビニか牛丼屋。帰宅後はシャワー、夕飯（冷凍ご飯+レトルト中心）を済ませ、ビールかチューハイを飲んでスマホとテレビをぼーっと眺める。
- ・運動習慣は一切なく、休日も家で過ごす。
- ・会社の健康診断で中性脂肪を指摘され、「このままだとヤバい」と思いつつ、ジムや食事管理は面倒で手が出せない。
- ・手軽に“何かやってる感”を持てるものが欲しいが、サプリ=本気、のイメージがあってためらっている。

<ニーズ>

- ・とにかく“めんどくさくないか”が最優先。機能・効果より「どう使うか」が明確な物しか買わない。
- ・体を気遣いたい気持ちはあるが、日常に新しいルールを持ち込む余裕がない。“飲んでも飲まなくても大丈夫だけど、あった方がちょっと安心”くらいの温度感が理想。1日1回で完結し、特に味も匂いもない方が続けやすい。明確な変化より「やってる感じ」がほしい。
- ・“健康にならなきゃ”というプレッシャーを与えず、生活にそっと置いておけるもの。薬ではなく“存在の空気感”として選びたい。

<悩み>

- ・「サプリメント」＝「意識が高い人の習慣」という印象が強く、ドラッグストアで並んでいる“効きます系”的言葉に圧を感じる。
- ・続ける前提の商品設計や、パッケージにやたらと数字が多いものも苦手。“自分には関係ない”と感じて避けてしまう。

未来の可能性をヒト起点へ転換

アウトプットイメージ | 20名程度



- 職業 | 不動産会社・営業職（中小企業／正社員）
- 個人年収 | 520万円
- 居住/出身 | 千葉県市川市 / 静岡県浜松市
- 家族構成 | 一人暮らし（独身・彼女なし）

<ライフスタイル>

- ・平日は8時出社、19~20時頃退勤。営業エリアは都内・千葉県内。
- ・客先訪問が多く、移動時間とストレスで昼食はほぼコンビニか牛丼屋。帰宅後はシャワー、夕飯（冷凍ご飯+レトルト中心）を済ませ、ビールかチューハイを飲んでスマホとテレビをぼーっと眺める。
- ・運動習慣は一切なく、休日も家で過ごす。
- ・会社の健康診断で中性脂肪を指摘され、「このままだとヤバい」と思いつつ、ジムや食事管理は面倒で手が出せない。
- ・手軽に“何かやってる感”持てるものが欲しいが、サプリ=本気、のイメージがあつたためらっている。

<ニーズ>

- 未来に登場するであろうペルソナ像を
デモグラフィックやライフスタイル、ニーズ・ペインなどを精緻化
- ・とにかく“めんどくさくないか”が最優先。機能・効果より「どう使う」よりも“簡単”が重視される。
 - ・常に新しいルールを持ち込む余裕がない。“飲んでも飲まなくとも大丈夫だけど、あった方がちょっと安心”くらいの温度感が理想。1日1回で完結し、特に味も匂いもない方が続けやすい。明確な変化より「やってる感じ」がほしい。
 - ・“健康にならなきゃ”というプレッシャーを与えず、生活にそっと置いておけるもの。薬ではなく“存在の空気感”として選びたい。

<悩み>

- ・「サプリメント」=「意識が高い人の習慣」という印象が強く、ドラッグストアで並んでいる“効きます系”的言葉に圧を感じる。
- ・続ける前提の商品設計や、パッケージにやたらと数字が多いものも苦手。“自分には関係ない”と感じて避けてしまう。

Future Persona作成において活用するデータ

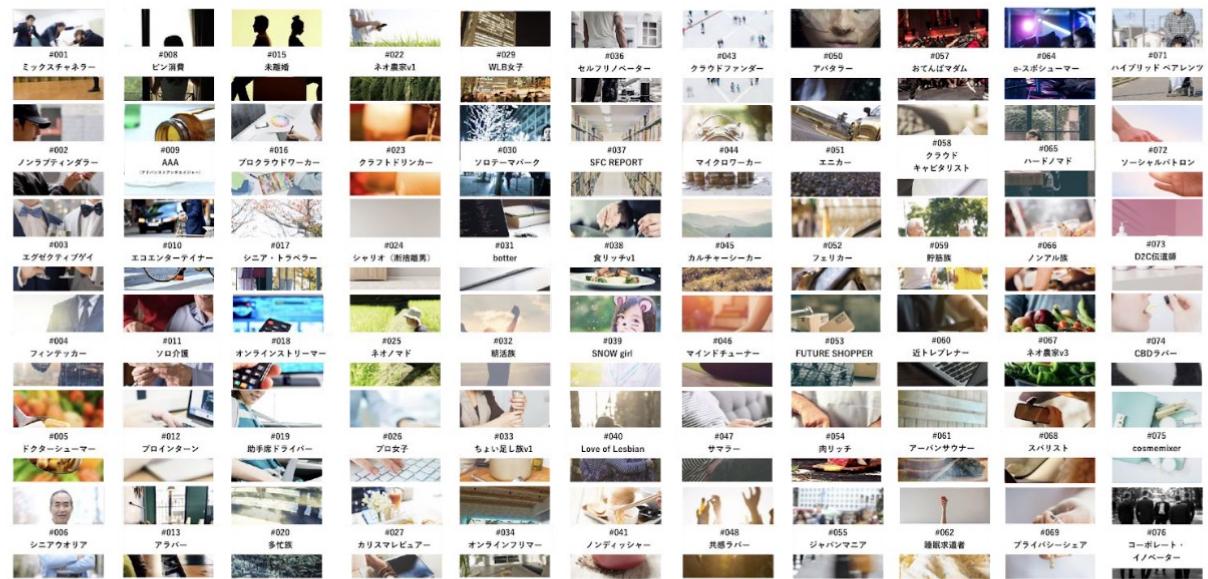
SEEDERが調査した幅広いカテゴリにおける
140種以上 約1000人の先進生活者定性データを生成 AI技術によって応用

TRIBE (トライブ)

近い未来に起こりえるイノベーションのヒントを与えてくれる
消費者群としてSEEDERが定義する先進的な生活者のこと。

現在のトレンドから生まれた商品・行動を通じて、
今後数年で一般化されるであろう共通の価値観や
行動様式を先進的に持っている人々。

※特定の極端な行動・価値観を持った生活者であることから デザイン思考の分野では、"エクストリームユーザー"とも呼ばれています。



リソースとマッチングし未来の課題を解決するための事業機会領域をマップ化

生成された兆候 ×ペルソナ構造をもとに、LLMによるNarrative Expansionにより、
未充足ニーズや非連続的ジャンル間の交差点を特定。
未来の商品（ / サービス / 事業）の機会領域として大まかなビジネス方向性を抽出



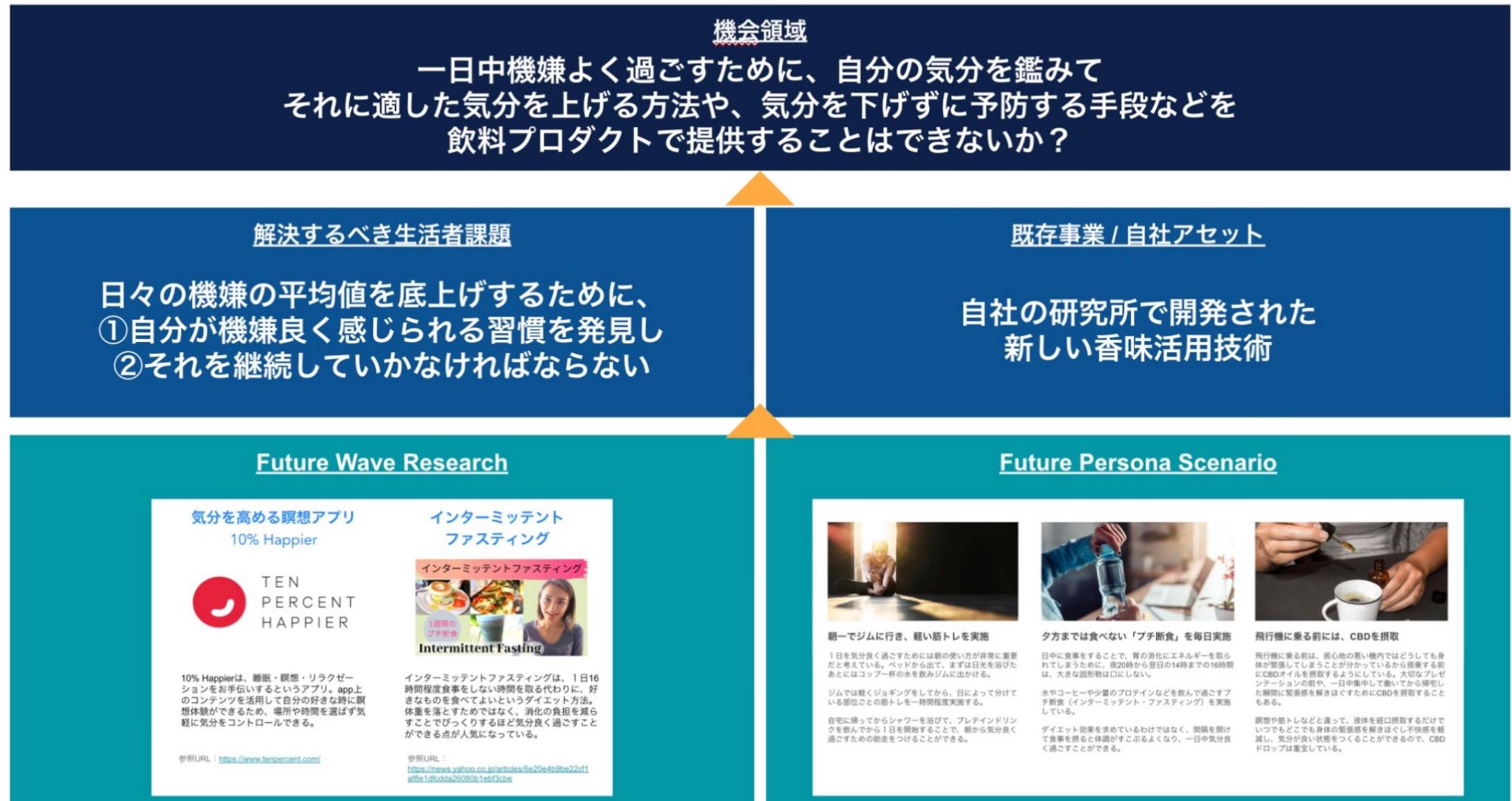
リソースとマッチングし未来の課題を解決するための事業機会領域をマップ化

機会領域とは クライアント様の課題仮説を解決するためのアイデアについて ラフな方向性を示すもの



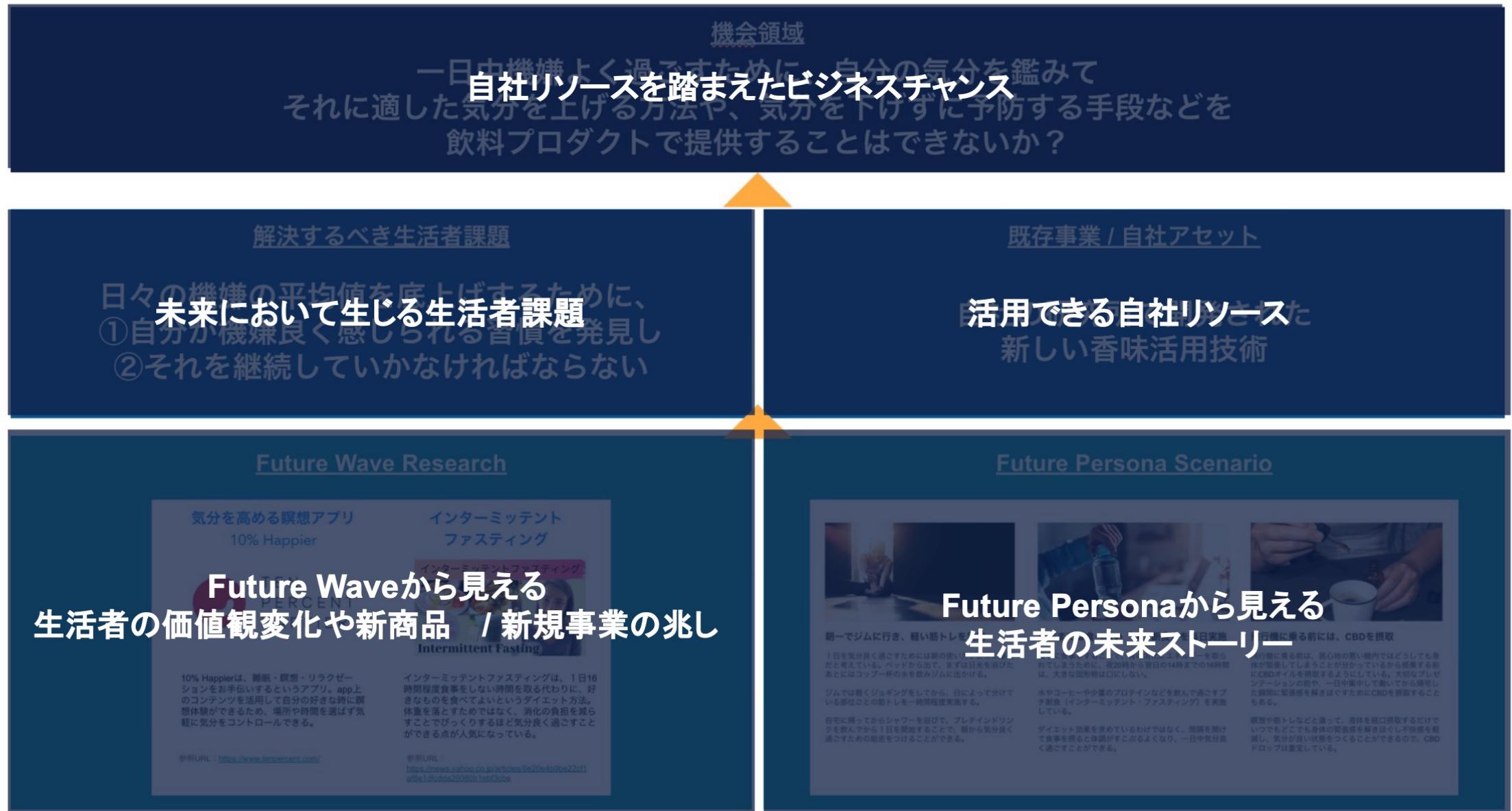
リソースとマッチングし未来の課題を解決するための事業機会領域をマップ化

アウトプットイメージ | 5案程度



リソースとマッチングし未来の課題を解決するための事業機会領域をマップ化

アウトプットイメージ | 5案程度



未来事業の具体化

Future Business Prototyping

未来事業ビジョンに基づきプロトタイプを作成し、事業価値を可視化

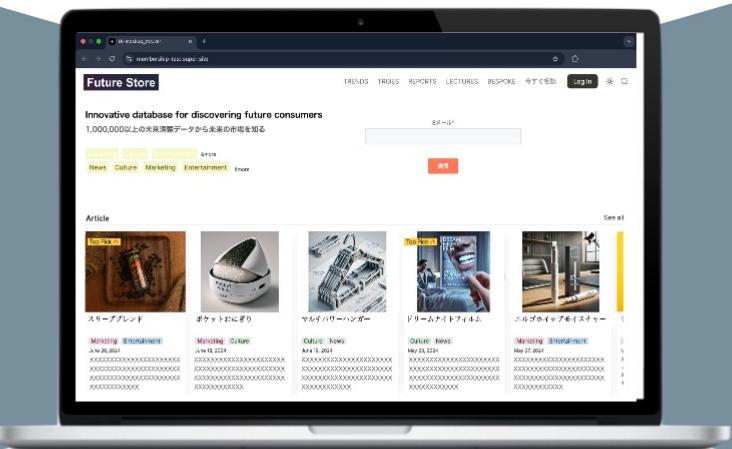
作成した機会領域をもとに SEEDERが開発・提供する
生成AIによる未来アイデア群データベース「 Future Store」を活用しプロトタイプを作成

※商品以外のサービスや事業プロトタイプを作成する場合は数量要相談

機会領域 仮説



Future Store »



生成AI技術を活用し 新規アイデアを量産



商品開発パターン

アウトプットイメージ | 30個程度

機会領域マッピング結果をもとに、 Promptプログラミングにより、
商品アイデアを Idea Card形式で生成。各プロトタイプには Value Proposition・Target
Persona・Expected UXが自動付帯され、マルチモーダル対応 LLMにより簡易なビジュアルスケッチも生
成可能



No.4

上機嫌チャージ、飲む栄養スープ
グッドムードポタージュ

製品カテゴリ：即席スープ（粉末タイプ）

価格：350円

特徴・新しさ：あっさりコーンポタージュに気分安定アミノ酸と疲労軽減ビタミンを多めに配合。お湯を注ぐだけで上機嫌をチャージできる栄養機能性スープ。忙しい合間に飲みながら気分をリセットできる即席食品。

差別化ポイント：これまでの商品は栄養バランスを補うものだったがこの商品では心の健康を最優先している。

製品仕様：1食分15g個包装スティック6本入り。コーンパウダー、アミノ酸、ビタミンB群、ハーブ配合。熱湯で溶けやすい。

搭載機能：簡単な即時摂取、コーンの甘みとハーブの香りで気分をほぐす風味、ビタミンB群とアミノ酸が疲労を軽減し、やる気を後押し。

商品開発パターン

アウトプットイメージ | 30個程度



No.4

上機嫌チャージ、飲む栄養スープ グッドムードポタージュ

製品カテゴリ：即席スープ（粉末タイプ）

価格：350円

仕様・特徴など
特徴・新しさ：あっさりとした味わい。特定アミノ酸と疲労軽減ビタミンを多めに配合。お湯を注ぐだけで上機嫌をチャージできる栄養機能性スープ。忙しい合間に飲みながら気分をリセットできる即席食品。

差別化ポイント：これまでの商品は栄養バランスを補うものだったがこの商品では心の健康を最優先している。

製品仕様：1食分15g個包装スティック6本入り。コーンパウダー、アミノ酸、ビタミンB群、ハーブ配合。熱湯で溶けやすい。

搭載機能：簡単な即時摂取、コーンの甘みとハーブの香りで気分をほぐす風味、ビタミンB群とアミノ酸が疲労を軽減し、やる気を後押し。

商品開発パターン

Future Store掲載事例は「[未来商品カタログ](#)」をご覧ください。

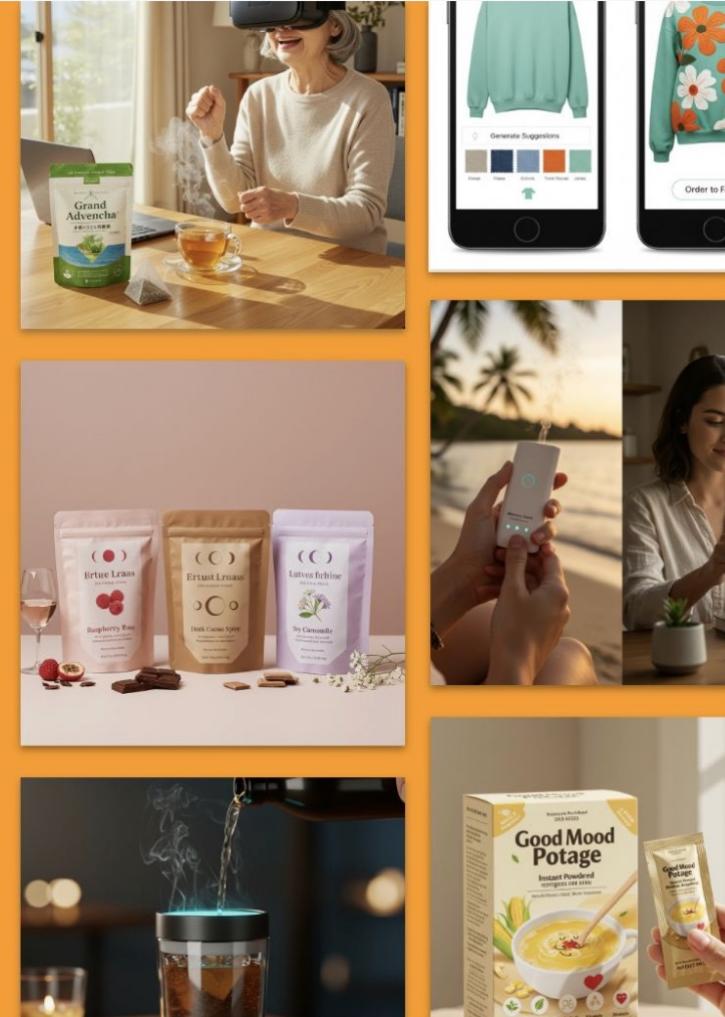
Future Products Catalog

未来商品カタログ

Vol.
01

Produced By Future Store»

「5年先の暮らし」の未来を先取り。
未来の生活者トレンドから生まれたヒット商品アイデアを
Future Storeのキュレーターが厳選してお届けします。



事業開発の場合

アウトプットイメージ | 数量応相談

機会領域マッピング結果をもとに、Promptプログラミングにより、 事業アイデアを Business Model Canvas形式で生成

機会領域 一日中機嫌よく過ごすために、自分の気分を鑑みてそれに適した気分を上げる方法や、気分を下げずに予防できないか？				
パートナー	主要活動	価値提案	顧客との関係	顧客セグメント
ウェアラブルデバイスマーカー（Apple, Fitbitなど） 心理学・メンタルヘルスの専門機関 音楽・動画配信サービス 健康保険組合（福利厚生サービスとして導入）	主要活動 気分データ収集・解析（AI学習） パーソナライズされた提案の生成 コンテンツ制作（音声ガイド、記事、動画） UX改善とゲーミフィケーション強化 企業向けダッシュボード開発 経営資源 感情解析AIアルゴリズム メンタルヘルス専門家ネットワーク（心理士、コーチ） パートナー（音楽・マインドフルネスアプリ、フィットネス企業） データセキュリティ基盤（個人情報保護）	価値提案 気分可視化：AIがリアルタイムで感情の変化を察知（顔・声・入力ログから） パーソナライズされた対処法：その時の気分に合った気分改善法（音楽、呼吸法、マイクロブレイク提案） 予防機能：ネガティブな気分の兆候を検出し、早期にリマインド ゲーミフィケーション：気分安定や改善を「スコア化」し、モチベーション維持 チーム連携：職場や家族と感情の波を共有して、相互理解を促進	顧客との関係 パーソナライズド・サポート：AIによる気分改善提案 コミュニティ形成：ポジティブ習慣を共有できるSNS機能 サブスクリプションモデル：定期的なコンテンツ配信（瞑想音声、マイクロレッスン）	顧客セグメント 忙しいビジネスパーソン（ストレスフルな職場環境） 子育て中の親（感情の起伏が激しい日常） 高ストレス職種（医療従事者、教育関係者、クリエイター） メンタルヘルスに関心がある若年層 企業（従業員のウェルビーイングを重視する人事部門）
コスト構造 • AI開発・運用コスト • コンテンツ制作コスト • UX/UIデザインと開発 • マーケティング・広告費 • 専門家へのフィー（心理士監修）		収益の流れ • B2C：月額課金（フリーミアム+プレミアム） • B2B：企業向け従業員ウェルビーイングパッケージ • アフィリエイト（提案する音楽/書籍/ガジェット購入リンク） • データ提供（匿名化された気分トレンド分析を企業に提供）		

事業開発の場合

アウトプットイメージ | 数量応相談

機会領域				
一日中機嫌よく過ごすために、自分の気分を鑑みてそそのかす方法や、気分を上げる方法や、気分を下げずに予防できないか？				
パートナー	主要活動	価値提案	顧客との関係	顧客セグメント
ウェアラブルデバイスマーカー（Apple, Fitbitなど） 心理学・メンタルヘルスの専門機関 音楽・動画配信サービス 健康保険組合（福利厚生サービスとして導入）	<p>気分データ収集・解析（AI学習） パーソナライズされた提案の生成 コンテンツ制作（音声ガイド、記事、動画） UX改善とゲーミフィケーション強化 企業向けダッシュボード開発</p> <p><u>経営資源</u> 感情解析AIアルゴリズム メンタルヘルス専門家ネットワーク（心理学家、カウンセラーによるカウンセリング連携） パートナー（音楽・マインドフルネスアプリ、フィットネス企業） データセキュリティ基盤（個人情報保護）</p>	<p>気分可視化：AIがリアルタイムで感情の変化を察知（顔・声・入力ログから） パーソナライズされた対処法：その時の気分に合った気分改善法（音楽、呼吸法、マイクロブレイク提案） 予防機能：ネガティブな気分の兆候を検出し、早期にリマインド</p> <p>機会領域を踏まえた 自社が利益を生み出すための仕組みであるビジネスモデルを可視化</p> <p>チーム連携：職場や家族と感情の波を共有して、相互理解を促進</p>	<p>パーソナライズド・サポート：AIによる気分改善提案 コミュニティ形成：ポジティブ習慣を共有できるSNS機能 サブスクリプションモデル：定期的なコンテンツ配信（瞑想音声、マイクロレンズ）</p> <p><u>チャネル</u> スマホアプリ（プッシュ通知） ウェアラブルデバイス連携（スマートウォッチ連携） SlackやTeamsなど職場チャット連携 メール、ブラウザ拡張機能（在宅ワーク向け）</p>	<p>忙しいビジネスパーソン（ストレスフルな職場環境） 子育て中の親（感情の起伏が激しい日常） 高ストレス職種（医療従事者、教育関係者、クリエイター） メンタルヘルスに関心がある若年層 企業（従業員のウェルビーイングを重視する人事部門）</p>
コスト構造		収益の流れ		
<ul style="list-style-type: none"> AI開発・運用コスト コンテンツ制作コスト UX/UIデザインと開発 マーケティング・広告費 専門家へのフィー（心理士監修） 		<ul style="list-style-type: none"> B2C：月額課金（フリーミアム+プレミアム） B2B：企業向け従業員ウェルビーイングパッケージ アフィリエイト（提案する音楽/書籍/ガジェット購入リンク） データ提供（匿名化された気分トレンド分析を企業に提供） 		