

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



BYD

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

これからの新規事業は、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

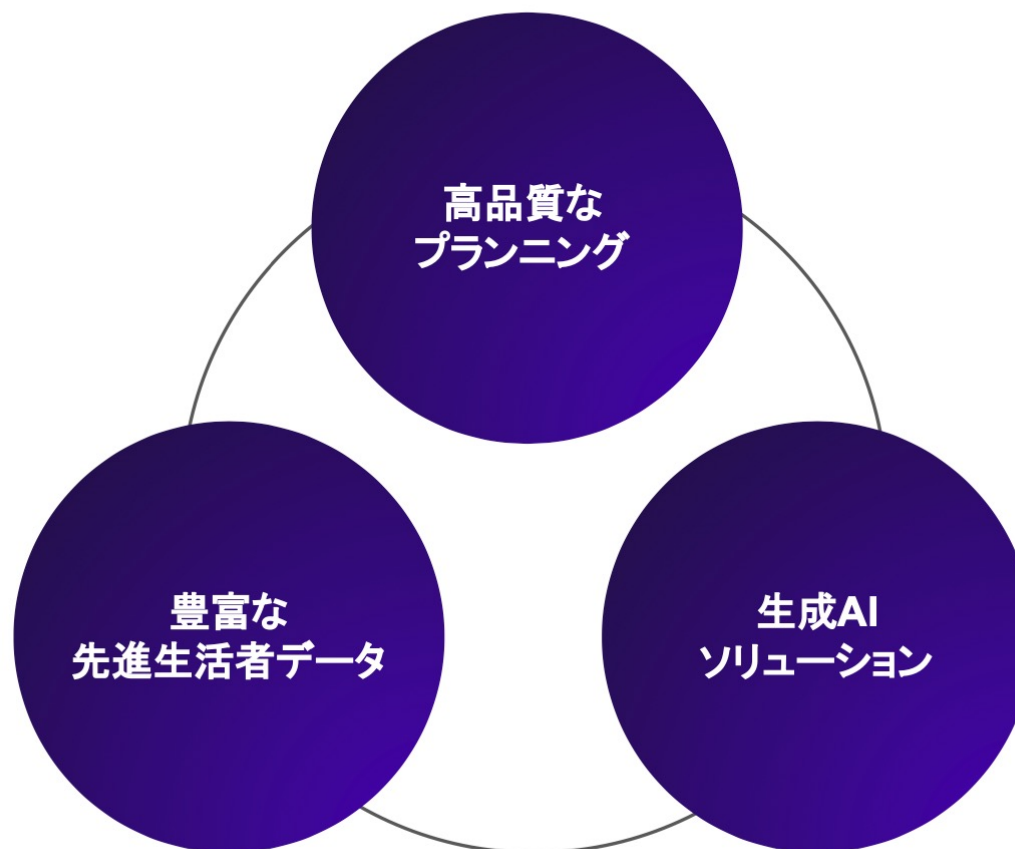


Volatility Uncertainty Complexity Ambiguity

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



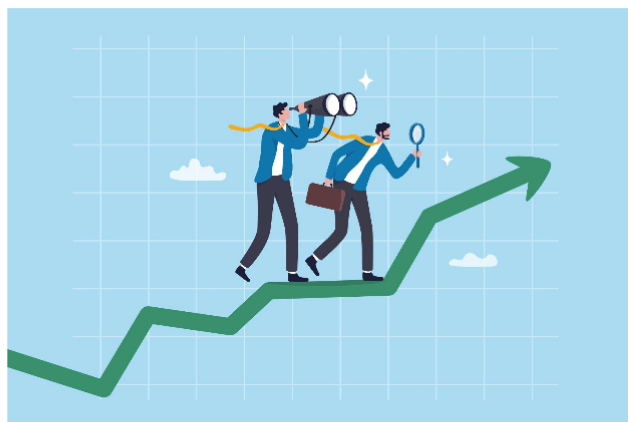
ワークフロー概観

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

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

※スケジュールは与件によって変動する可能性があります

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

NEXT 5-years DOOR実施後には別PKGにて

Future Wave × 50事例程度

AIでオリジナル様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なる？～



未来の社会は、AIがあらゆる業務を自動化し、人間は創造的な仕事に集中するようになる。AIは人間の能力を拡張し、新しい価値を生み出すための強力なツールとなる。

AIは人間の能力を拡張し、新しい価値を生み出すための強力なツールとなる。AIは人間の能力を拡張し、新しい価値を生み出すための強力なツールとなる。

Future Persona × 20名程度

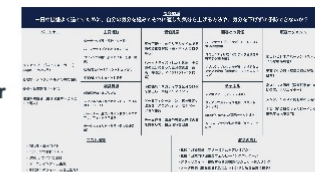


店舗・事業会社・官公庁（中小企業/公益財団）
個人宅（住宅）
学校・病院・公共施設（学校/病院）
企業・個人（一人暮らし・高齢者・障害者）

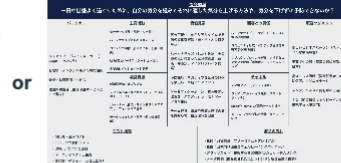
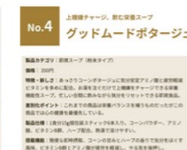
未来の社会は、AIがあらゆる業務を自動化し、人間は創造的な仕事に集中するようになる。AIは人間の能力を拡張し、新しい価値を生み出すための強力なツールとなる。

未来の社会は、AIがあらゆる業務を自動化し、人間は創造的な仕事に集中するようになる。AIは人間の能力を拡張し、新しい価値を生み出すための強力なツールとなる。

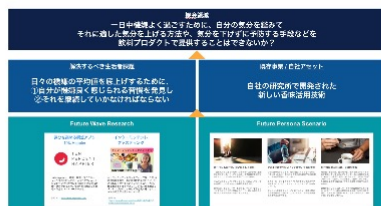
事業アイデア Future Prototype × 10個程度



商品アイデア Future Prototype × 30個程度



機会領域 × 5枚程度



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 HITS2030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 ムードイヤークーフ
(二枚膜キープデバイス) 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 こねこ餅母
(自家製餅母育成キット) 27点

10位 じぶん釜
(セルフチームサウナ) 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

プロダクト概要

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する工夫が特徴。従来のボイスチャットアプリが単なる会話ツールだったのに対し、本商品で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。

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

人間関係の構築において、現在のAIが行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。これによって生活者は、自らの価値観をインプットしたAIを活用し、AI同士が築いた関係性をもとに新たな交友関係を構築できるようになる。人間は対人関係のなかでコミュニケーション力を超えるのではなく、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。

もし、未来をあらかじめ知ることができるとしたら、企業はいとも簡単にヒット商品を生み出せるだろう。現存する消費者の行動データと生成AIを組み合わせれば、実際の未来に近い予測が可能なのではないかと。その仮説のもと、Forbes JAPAN編集部は、新商品・新規事業開発支援コンサルティングを行うSEEDERと連携した。同社は、累計100件以上のプロジェクトに携わってきたプランナーの商品開発ナレッジと、過去10年分のヒット商品分析から抽出した1,200種類のアイデア発想パターンを組み合わせ、生成AIによって生み出した約4万の商品カテゴリ、120万件の商品アイデアを収録するデータベース「FutureStore」を運営している。今回、SEEDERのプランナーが、2030年に広がりそうな価値観を先取りする先進的な生活者へのインタビュー調査・分析から見えた未来の消費トレンドの兆しと、生成AIによる膨大な商品アイデアを組み合わせ、架空のヒット商品ランキングを作成。①市場規模・成長性、②革新性・独創性、③話題性、④ライフスタイルへの影響力の4つを評価基準（各10点満点）として、BEST10を選出した。①

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

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し、証明可能」な点が特徴。例えば、これまでは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」にかかわ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・プロフィール行動

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職歴に限られていた。しかし、未来の履歴書は「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の働きが客観的に評価され、共有可能になる。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が日常のあらゆる行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。

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

プロダクト概要

内蔵のマイクロセンサーで口腔内の唾液や温度を精密に計測し、AIがリアルタイムでストレス値や疲労度を算出するマウスピース型のウェアラブルデバイス。長時間使用しても違和感のない弾力樹脂製で、装着するだけでストレス解析ができるほか、リラックスしたいときにはブルーバリー刺激、仕事などで集中力を高めたいときにはマッサージ振動の自動調整機能によって、心身を整える。清潔に保管できる抗菌仕様の専用ケースが付属。スマートウォッチなど、従来のウェアラブルデバイスは装着型が主流で、主に振動や歩数データを取得していたが、本商品では口腔内の唾液成分・温度を直接解析することで、より精度の高い健康管理を可能にする。

予測される消費トレンド

デジタルバイオハーモニー

長寿化や感染症の流行などを受けて、あらゆる年齢層でテクノロジーを活用し、病気をストレスを未然に防ぐ健康管理スタイルがますます進んでいく。従来の健康診断や病院での診察を頼りにした受動的な健康管理から、マイクロチップやウェアラブルデバイス、AI解析によって、リアルタイムで体調を最適化する能動的な管理へ移行。個別の健康リスクを予測し、最適な健康プランを提供することで、医療のパーソナライズ化が進む。さらに、脳インプラントやAIを活用したメンタルケアも普及し、身体と精神の健康を統合的に維持する時代へ。病気の予防だけでなく、健康の向上を目指したライフスタイルへと大きく変わっていく。「健康であること」に対する価値はどんどん高まる。

4位

感情直結型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。スマホのバイタル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、投稿のハードルも低く、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。

予測される消費トレンド

エモショナルリザーブ

感情やモチベーションを蓄積し、必要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、記録することはできても、再現することはできないと考えられていた。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、未来の自分のために活用する、という新たな価値観が流通。ストレス管理やパフォーマンス向上に活用され、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。

「気分をデザインする」ウェアラブル
ムードイヤークアフ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

予測される消費トレンド

購入時は生成りの状態のスニーカーを受け取り、自分で染料やパタ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パーとリサイクルパルパーソールで構成され、染料をしっかりと吸着させる繊維構造を採用。専用染料パックを複数付属し、特殊コーティング技術によって、ムラ感や色の発色を自在に操れる。従来のスニーカーが完成した色・柄で提供されていたのに対し、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むことが特徴。「自分だけの一足」をつくるプロセスを通じて、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なりの理由を言語化し、他者に伝えられることが重要になる。SNSの普及による「こだわりの見せつけ」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く。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ちやすいモノに対してお金をかけようという意識が強まる。

予測される消費トレンド

ムード・エンハンス欲求

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・スリープなど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、スマホ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、現代の働く人々のメンタルマネジメントをスマートに実現する。従来のイヤークアフはファッションアイテムとしての用途が主だったが、「ムードイヤークアフ」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、常に上機嫌であることを目指す価値観へと変化していく。従来のマインドフルネスは、仕事や生活上のストレスを日々感じながらも、体調を崩さず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かったが、今後は自分の気分を常に良い状態に止まりさせたいと考えるようになる。気分良く過ごすことが最優先となり、自らの機嫌を積極的に管理し、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。

デジタルで思い出を再体験
メモリーゲーム「Re:Experience」

予測される消費トレンド

デジタルメモリー消費

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。思い出の写真を動画は、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パーソナライズ性、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られる記録媒体として、NFTなどのデジタル上のモノを積極的に所有することで、ポジティブなトキを呼び起こ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るが、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的な要素を超えて、感情的な価値が加わることで、自分だけの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ず、生活を楽しむ思い出で所有する消費文化が形成されていく。

調理しながら金融リテラシーを磨ける
まな板バンク

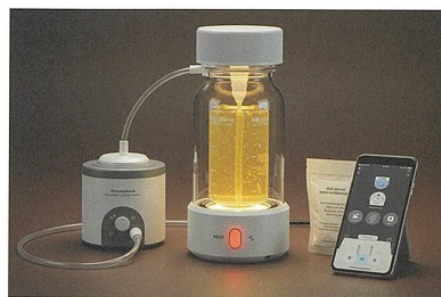
予測される消費トレンド

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慮するきっかけを生み出す、新感覚の家庭向けガジェット。A3サイズの抗菌まな板に内蔵センサー搭載。重量センサーと価格データベースを連動し、Wi-Fiで専用アプリへ情報送信。食材をまな板にのせると、購入コストや節約効果を可視化し、その分を投資に回すなどの程度のリターンが読み込めるかをリアルタイムで提示してくれる。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、社会に出て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。未来の親は、金融リテラシーやデジタルスキルを重視し、オンラインで多様な価値観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、子どもたちは早期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。普段の生活なかで、手間を増やさずに金融教育が可能なプロダクトへの需要が高まる。

自ら時間と手間をかける「贅沢」を満喫
じぶん釜個人の健康状態に合わせた酵母をDIY
こねこね酵母

予測される消費トレンド

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のに対し、本商品は酵母自体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、微量元素パウダーセットで構成。アプリ連動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。パンや麺（こうじ）、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フ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作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・風味の食品を自由に生成する動きが盛んになる。健康・医療技術のDIY化が進み、個人が専門知識なくても自分の健康管理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で作ることができるプロダクトは、菌活や腸活の延長で求められていく。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。

予測される消費トレンド

自宅の浴室で手軽に「蒸し風呂」を楽しむ半ポータブル式の小型スチームサウナ。全自動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、全自動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のに対し、本商品はあえて手動操作を重視し、セルフカスタマイズの楽しさを提供。大量生産の安易なアイテムがふれるなか、あえて手間と時間をかけるセルフケアが「贅沢（ぜいたく）」として評価される時代を見越して、癒やしを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、「蒸える時間」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「お金で豊かさを得る」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・大量消費への疑問や、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かたち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と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あります

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？～

© 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、記憶と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とることができていたのが、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、未来の物語の記憶方法は、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でき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 Persona × 20名程度



<ライフスタイル>

- ・平日は8時出社、19～21時頃通勤。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、「このままだとヤバイ」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、サブリー=本気、のイメージがあったためらっている。

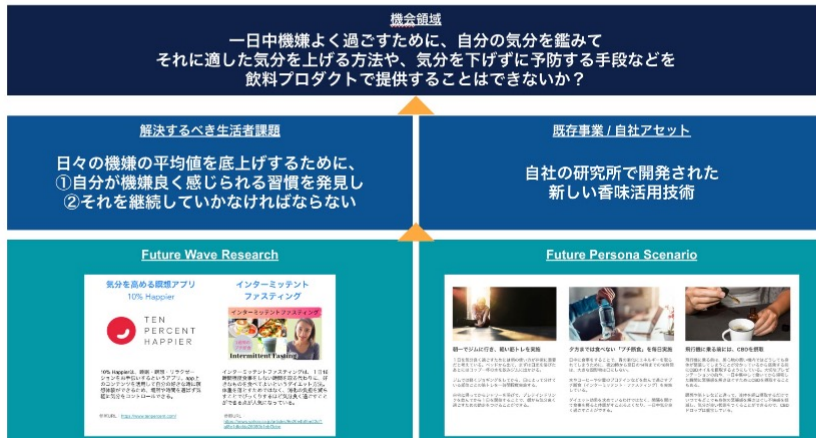
<ニーズ>

- ・とにかく「めんどくさいか」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、生活にそって置いておけるもの。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”の言葉に圧を感じる。
- ・続ける前提の商品設計や、パッケージにやたら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



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：簡便な即時摂取、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、やる気を押し出す。

or

事業アイデア

Future Prototype × 10個程度

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できないか？				
パートナー	主要課題	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メーカー（Apple, Fitbitなど） 心電計・メンタルヘルスの専門機関	気分安定アミノ酸・疲労軽減ビタミンの配合 コンパウンド化（粉末タイプ） UX改善とゲーム化・フィードバック強化 各社向けデジタルヘルス連携	気分安定アミノ酸・疲労軽減ビタミンの配合 コンパウンド化（粉末タイプ） UX改善とゲーム化・フィードバック強化 各社向けデジタルヘルス連携	パーソナライズされた特長 気分安定アミノ酸・疲労軽減ビタミンの配合 コンパウンド化（粉末タイプ） UX改善とゲーム化・フィードバック強化 各社向けデジタルヘルス連携	忙しいビジネスパーソン（ストレスフルな環境） 子育て中の親（子供の成長が嬉しい） 高齢者（健康維持が目的）
健康・栄養サービス 健康保険組合（福利厚生サービスとして導入）	健康・栄養サービス 健康保険組合（福利厚生サービスとして導入）	健康・栄養サービス 健康保険組合（福利厚生サービスとして導入）	健康・栄養サービス 健康保険組合（福利厚生サービスとして導入）	健康・栄養サービス 健康保険組合（福利厚生サービスとして導入）
健康・栄養サービス 健康保険組合（福利厚生サービスとして導入）	健康・栄養サービス 健康保険組合（福利厚生サービスとして導入）	健康・栄養サービス 健康保険組合（福利厚生サービスとして導入）	健康・栄養サービス 健康保険組合（福利厚生サービスとして導入）	健康・栄養サービス 健康保険組合（福利厚生サービスとして導入）
コスト構造			収益の流れ	
・AI開発・運用コスト ・コンテナ化のコスト ・UXUI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）			・B2C：月額課金（フリーミアム+プレミアム） ・B2B：企業向け定額契約（ウェアラブルデバイス連携） ・データ販売（匿名化された気分トレンド分析を企業に提供）	

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？～

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とることができていたのが、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、「このままだとヤバイ」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”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？

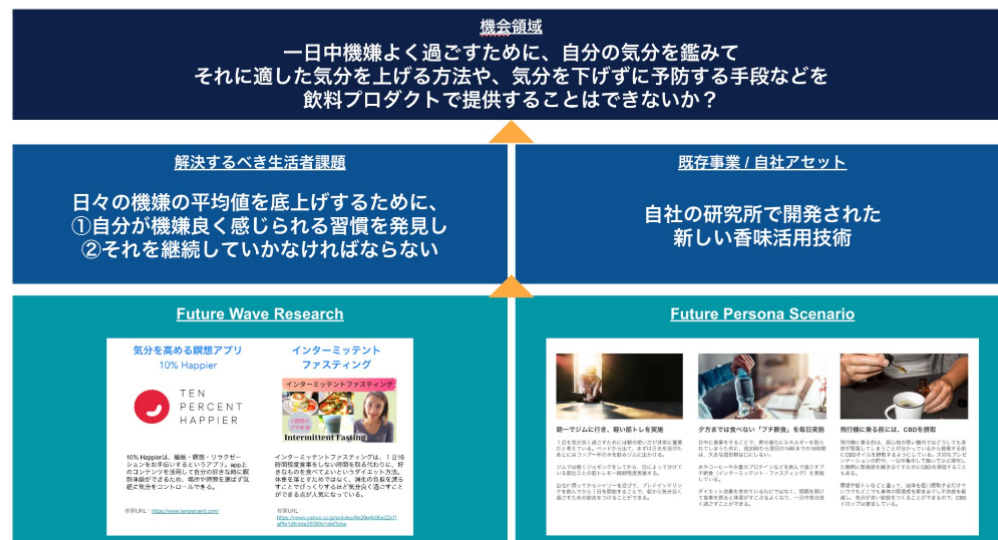
Future Waveから見えてきた生活者価値観変化の兆しと
豊富な先進生活者データから5年後に出てくると考えられる
生活者ペルソナのデータ集

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
- ▶ 未来顧客のキープスシナリオ策定

成果物のご活用イメージ

機会領域 × 5枚程度



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



Copyright (C) 2025 SEEDER

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：簡便な即時摂取、コーンの甘みとハーブの香りで気分をほくす風味、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。

or
事業アイデア
Future Prototype × 10個程度

健全価値 一日中機嫌よく過ごすために、自分の気分を溜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？			
パートA	主要活動	価値提案	顧客セグメント
ウェアラブルデバイスメーカー（Apple, Fitbitなど） 心臓学・メンタルヘルスの専門家 音楽・睡眠管理サービス 健康保険組合（福利厚生サービスとして導入）	気分データ収集・解析（AI活用） パーソナライズされた睡眠の注目 コンタクト分析（音声データ、記事、動画） UX改善とゲーミフィケーション強化 企業向けソリューション提供	気分可視化：AIがリアルタイムで感情の起伏を解析（怒り・悲しみ・入り口ロウ） パーソナライズされた対応法：その時の気分に応じた気分調整法（音楽、呼吸法、マイタロブレイク法） 予防機能：ネガティブな気分の変化を察知し、事前にリマインド データ連携：気分や健康と睡眠のデータを共有して、相互効果を促進	パーソナライズド・サポート：AIによる個別指導 コミュニティ：同様の悩みを持つ人々でできる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、マイタロブレイク法） 企業向け：ストレス管理（労務改革、教育研修、ウェルビーイング） 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）
	経営課題 顧客群の拡大・リソース メンタルヘルス専門家ネットワーク（地域・国境） 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確保（個人情報保護）	データ連携：気分や健康と睡眠のデータを共有して、相互効果を促進	企業向け：ストレス管理（労務改革、教育研修、ウェルビーイング） 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）
コスト削減		収益の流れ	
・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（心臓学医）		・B2C：月額課金（ 프리미엄サブスクリプション） ・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（広告費を削減しながら収益を拡大） ・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）	

Future Prototypeとは？

機会領域をもとに今後開発す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パスを策定

SEEDER株式会社について



SEEDERは、博報堂グループから 2020年にスピンアウトして創業した、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。

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。

戦略立案

未来探索の知見や、リサーチのスキルを活かして、プロダクト・サービスの成長戦略を立案します。

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、新商品開発をします。

意識改革

クライアントと共同で未来を洞察し、未来発想ができる組織をつくります。



トライブリサーチを通じて、近未来の社会・生活者動向をデータベース化

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になる実証実験 (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®

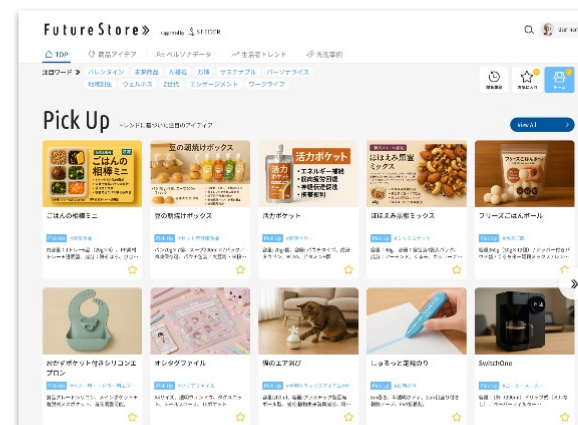
- ▶ AIデータベースによる商品開発プロセスの高速化

先進的な生活者データ配信サービス

SEEDATA

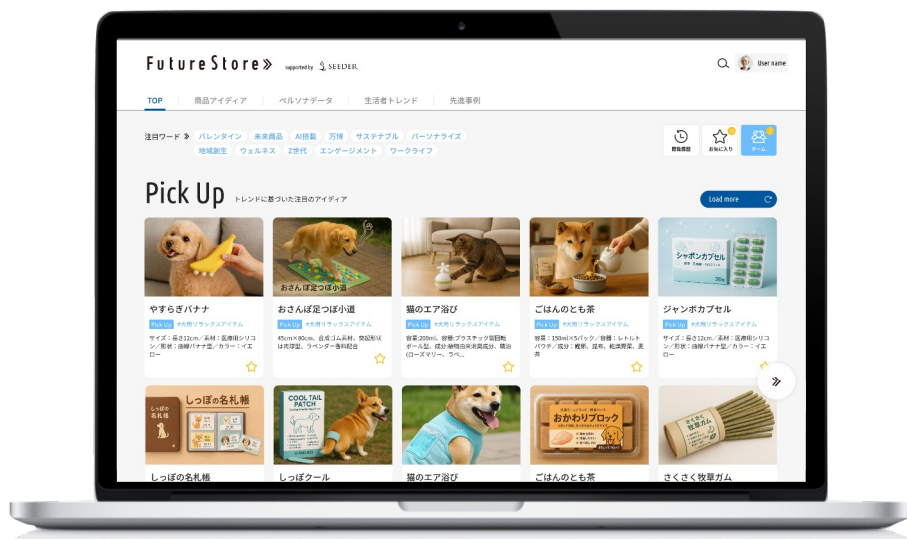
- ▶ アイディエーションに必要なインプット情報を提供

<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

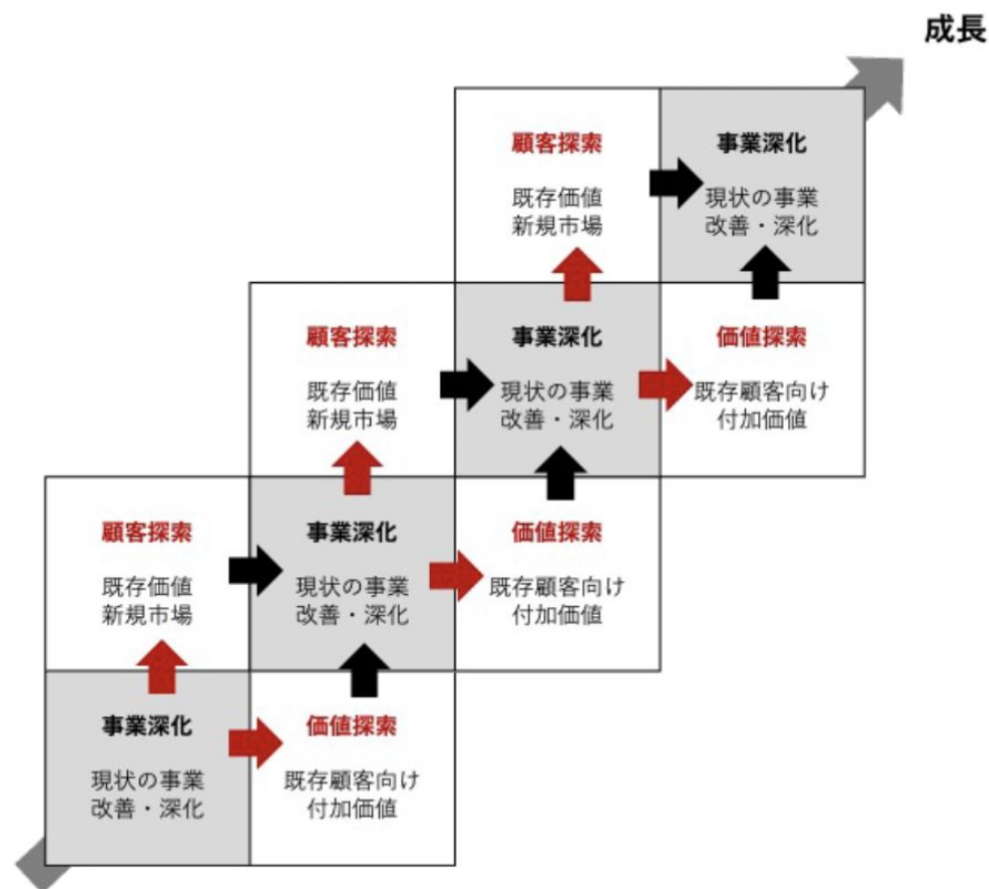
未来の兆しの発見

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

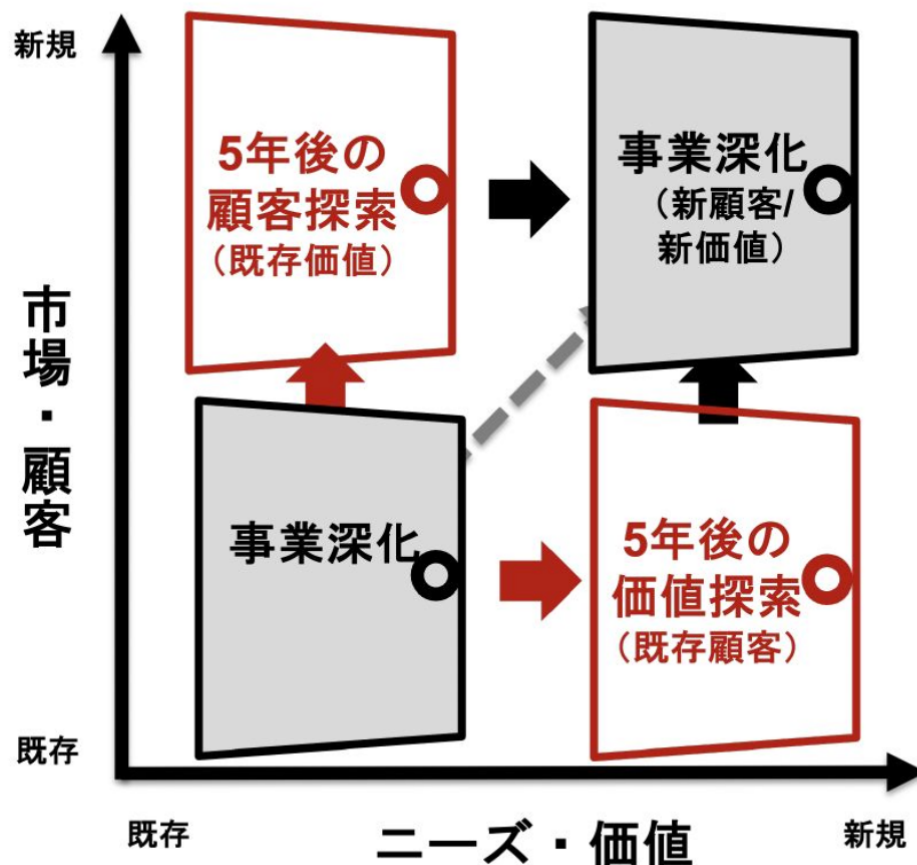


既存顧客の掘り下げ
+
新規市場での顧客探索

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)



プラスオン型ヘア用品

男性用化粧品

機能、ケア目的ごとに製品を使い分けることが重要だった。瓶に使っている製品を目的別に強化できるカスタマイズコスメが求められるようになる?



育毛成分/ケア成分入りヘアスタイリング剤

男性用化粧品

ヘアスタイリング剤は髪や頭皮に負担がかかるもの。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



Everything showers

男性用化粧品

日々だったケア行程を風呂場で完結するスキンケアという新たな文脈の登場。ケア用品は機能の分類、統一ではなく、ケアと場所との結びつきが重要になる?



トレーニングアフターケア市場の拡大

男性用化粧品

トレーニング後のマッサージクリームや、リカバリーのための入浴剤などの登場。筋力のケアに加え、美容成分を加えることで男性の美容へのハードルを下げるこ



飲む匂いケア DEOS | Full Body Deodorant Supplement

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応しにくい体臭のケアもできる。ご家庭での匂いケアで対応できていない、シーンやケースはないか?



フルボディ・デオドラント

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状が求められるようになるのでは?



バレエのパーエクサイズにヨガ・ピラティスを加えた新しい複合的エクササイズ

美容 | ヘルスケア

資格や性別の違いを問わずジムで行う部トしから女性向け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



BARK Bright

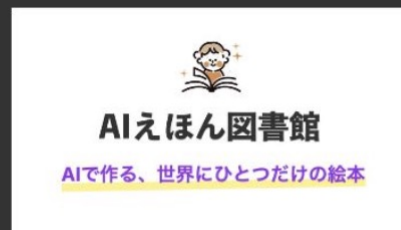
ペット用品

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十分。ガムに歯磨きの機能も合わせることで歯磨き減らし、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？～

📅 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

事例の要約

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育コンテンツが、誰でも手軽に自分専用の物語で覚えられるようになる。生活者の価値観変化や新商品 / 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でき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

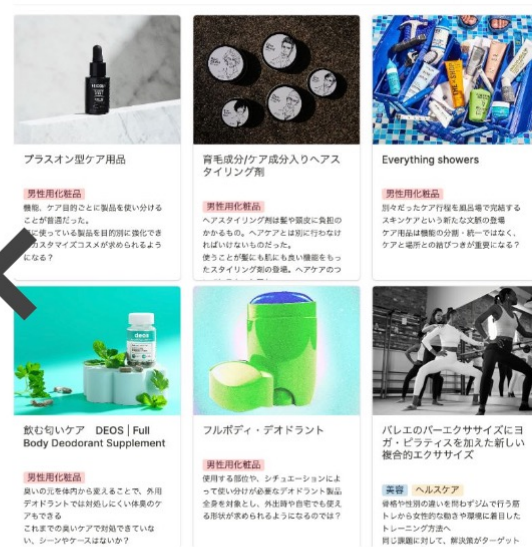
未来の可能性をヒト起点へ転換

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



先進事例データ



- 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、休日でも家で過ごす。
- ・会社の健康診断で中性脂肪を指摘され、「このままだとヤバイ」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たためためらっている。

<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、生活にそって置いておけるもの。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”の営業に圧を感じる。
- ・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のも苦手。“自分には関係ない”と感じて避けてしまう。

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



<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、休日でも家で過ごす。
- ・会社の健康診断で中性脂肪を指摘され、「このままだとヤバイ」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、サブリ＝本気、のイメージがあってためらっている。

- 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 | 千葉縣市川市 / 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”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>

- 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
- ・ 平日は8時出社、19～20時頃退社。営業エリアは都内～千葉県。
 - ・ 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、「このままだとヤバイ」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」が明確な商品を買わない。
- ・ 仕事を毎日こなす中で常に新しいルールを持ち込む余裕がない。“飲んで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”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

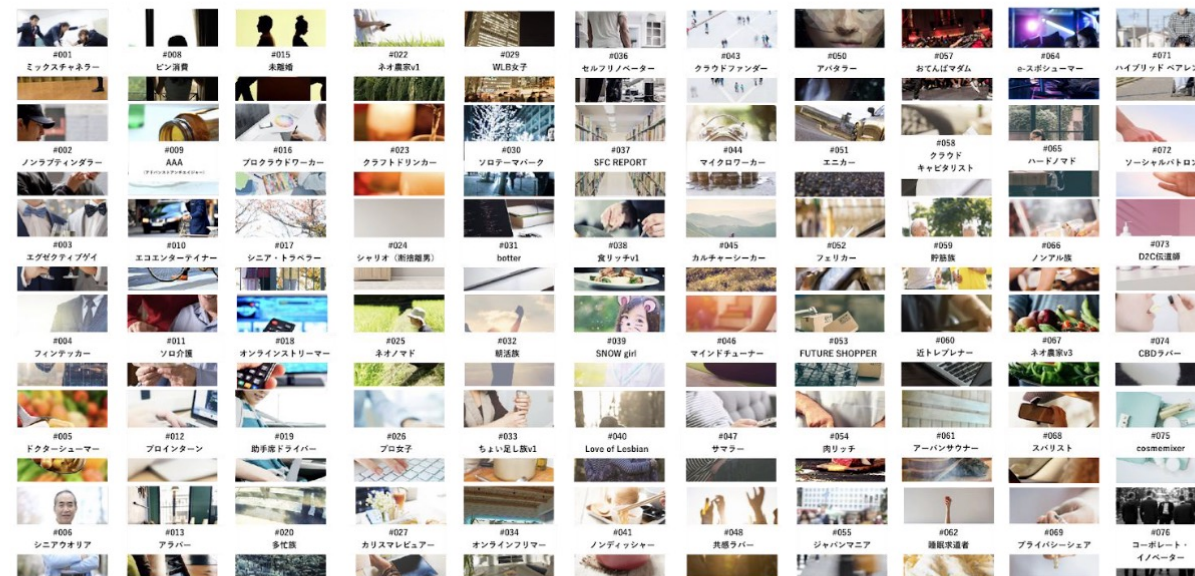
SEEDERが調査した幅広いカテゴリにおける
140種以上 約1000人の先進生活者定性データを生成 AI技術によって応用

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

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？

解決すべき生活者課題

- 日々の機嫌の平均値を底上げするために、
- ①自分が機嫌良く感じられる習慣を発見し
 - ②それを継続していかなければならない

既存事業 / 自社アセット

自社の研究所で開発された
新しい香味活用技術

Future Wave Research

気分を高める瞑想アプリ
10% Happier



10% Happierは、睡眠・瞑想・リラクゼーションをお手伝いするというアプリ。app上のコンテンツを活用して自分の好きな時に瞑想体験ができるため、場所や時間を選ばず気軽に気分をコントロールできる。

参照URL: <https://www.tenpercent.com/>

インターミットtent
ファスティング



インターミットtentファスティングは、1日16時間程度食事をしない時間を取る代わりに、好きなものを食べてよいというダイエツ方法。体重を落とすためではなく、消化の負担を減らすことでびっくりするほど気分良く過ごすことができる点が人気になっている。

参照URL: <https://news.yahoo.co.jp/articles/5e20e4b6be22cf1a8e1df0da26080b1ebf3cbe>

Future Persona Scenario



朝一でジムに行き、軽い筋トレを実施

1日を気分良く過ごすためには朝の使い方が非常に重要だと考えている。ベッドから出て、まずは日光を浴びたあとにはコップ一杯の水を飲みジムに出かける。

ジムでは軽くジョギングをしてから、日によって分けている部位ごとの筋トレを1時間程度実施する。

自宅に帰ってからシャワーを浴びて、プレティンドリンクを飲んでから1日を開始することで、朝から気分良く過ごすための軌道をつけることができる。



夕方までは食べない「プチ断食」を毎日実施

日中に食事をすることで、胃の消化にエネルギーを取られてしまうために、夜20時から翌日の14時までの16時間は、大きな固形物は口にしない。

水やコーヒーや少量のプロテインなどを飲んで過ごすプチ断食（インターミットtent・ファスティング）を実施している。

ダイエット効果を求めているわけではなく、間隔を開けて食事を摂ると体調がすこぶるよくなり、一日中気分良く過ごすことができる。



飛行機に乗る前には、CBDを摂取

飛行機に乗る前は、居心地の悪い機内ではどうしても身体が緊張してしまうことが分かってから搭乗する前にCBDオイルを摂取するようにしている。大切なプレゼンテーションの前や、一日中集中して働いてから帰宅した機内に緊張感を解きほぐすためにCBDを摂取することもある。

瞑想や筋トレなどと違って、液体を経口摂取するだけでいつでもどこでも身体の状態を解きほぐし不快感を軽減し、気分が良い状態をつくることのできるため、CBDドロップは重要視している。

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

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
自社リソースを踏まえたビジネスチャンス
 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？

解決すべき生活者課題

日々の機嫌の平均値を底上げするために、
未来において生じる生活者課題
 ①自分が機嫌良く感じられる習慣を発見し
 ②それを継続していかなければならない

既存事業 / 自社アセット

「アロマエッセンス」を使った
活用できる自社リソース
 新しい香味活用技術

Future Wave Research

気分を高める瞑想アプリ
 10% Happier

インターミットtent
 ファスティング

**Future Waveから見える
 生活者の価値観変化や新商品 / 新規事業の兆し**

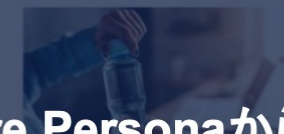
10% Happierは、睡眠・瞑想・リラクゼーションをお手伝いするというアプリ。app上のコンテンツを活用して自分の好きな時に瞑想体験ができるため、場所や時間を選ばず気軽に気分をコントロールできる。

参照URL : <https://www.10percent.com/>

インターミットtentファスティングは、1日16時間程度食事をしない時間を取る代わりに、好きなものを食べてよいというダイエット方法。体重を落とすためではなく、消化の負担を減らすことでびっくりするほど気分良く過ごすことができる点が人気になっている。

参照URL : <https://news.yahoo.co.jp/articles/2e2d4e0be22c11a0be1af0d4a2000be1eb73be>

Future Persona Scenario



**Future Personaから見える
 生活者の未来ストーリー**

朝一でジムに行き、軽い筋トレを15分間実施する。

1日を気分良く過ごすためには朝の忙しい時間帯にジムに行くことが大切だと考えている。ベッドから出て、まずは日光を浴びたあとにはコップ一杯の水を飲みジムに出かける。

ジムでは軽くジョギングをしてから、日によって行っている部位ごとの筋トレを1時間程度実施する。

自宅に帰ってからシャワーを浴びて、ブレインドリンクを飲んでから1日を開始することで、朝から気分良く過ごすための動きをつけることができる。

1日実施する。行先は、目的地の悪い機内ではどうしても身体が緊張してしまうことが分かっているから到着する前にCBDオイルを摂取するようにしている。大切なプレゼンテーションの前や、一日中集中して働いてから帰宅した瞬間に緊張感を解きほぐすためにCBDを摂取することもある。

水やコーヒーや少量のプロテインなどを飲んで過ごすブランチタイム（インターミットtent・ファスティング）を実施している。

ダイエット効果を求めているわけではなく、空腹を閉じて食事を摂ると体調がすぐれるようになり、一日中気分良く過ごすことができる。

行先に乗る前は、目的地の悪い機内ではどうしても身体が緊張してしまうことが分かっているから到着する前にCBDオイルを摂取するようにしている。大切なプレゼンテーションの前や、一日中集中して働いてから帰宅した瞬間に緊張感を解きほぐすためにCBDを摂取することもある。

瞑想や筋トレなどと違って、液体を経口摂取するだけでいつでもどこでも身体の不快感を解きほぐし不快感を軽減し、気分が良い状態をつくることのできるため、CBDドロップは重宝している。

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

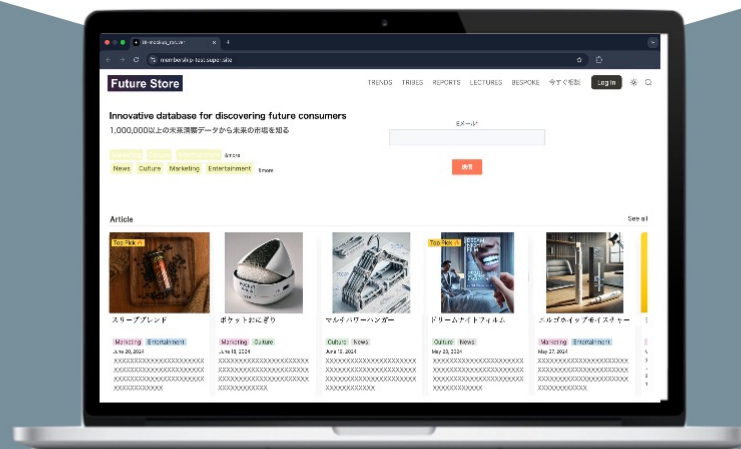
作成した機会領域をもとに SEEDERが開発・提供する 生成AIによる未来アイデア群データベース「Future Store」を活用しプロトタイプを作成

※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

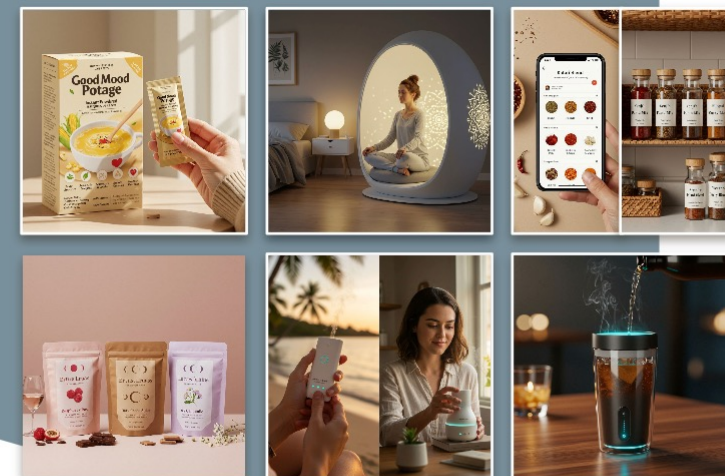
機会領域 仮説



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：簡便な即時摂取、コーンの甘みとハーブの香りで気分をほくす風味、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。



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：あっさりとした味わいで、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：簡便な即時摂取、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。

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

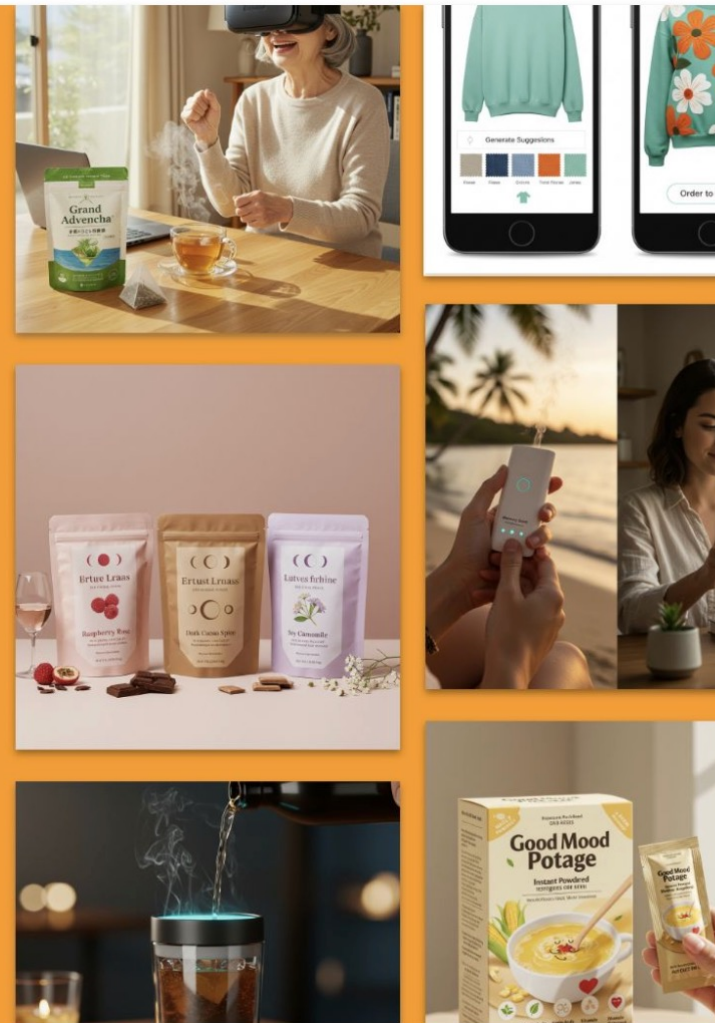
Future Products Catalog

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。



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メーカー（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）	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	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：その時の気分にあった気分改善法（音楽、呼吸法、マイクロブレイク提案）	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）	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）
	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）	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	
コスト構造		収益の流れ		
・ 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）		・ 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れに基づいて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メーカー（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）	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	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：その時の気分にあった気分改善法（音楽、呼吸法、マイクロブレイク提案）	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）	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）
	経営資源	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 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	チャネル	
コスト構造		収益の流れ		
・ 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）		・ 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）		

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