

<特別調査>

未来を切り拓く!
感動、脳力、ビジネス成功戦略

<調査研究報告書>

Marketing & Consulting for the mission
株式会社AQU先端テクノロジー総研
AQU Technology Research Institute, Inc.

未来市場調査プロジェクト(未来わくわく研究所)

<http://www.aqu.com/>
Info@aqu.com



<特別調査>



2011年8月



Marketing & Consulting for the mission
株式会社AQU先端テクノロジー総研
AQU Technology Research Institute, Inc.

未来市場調査プロジェクト(未来わくわく研究所)

〒260-0027 千葉市中央区新田町36-15

千葉テックビル6F F L P C

TEL 043-204-1258 FAX 043-204-1316

<http://www.aqu.com/>

Info@aqu.com



はじめに

コンピュータ、情報通信などの最先端の研究開発の現場では、従来の高性能化、知能化等を目指した研究開発のあり方から、環境との共生や生命化といった新しい流れが起きている。

とくに、生命、生物に学ぶといった考え方が研究開発にとっても大切であり、と同時に従来の専門領域から、周辺領域との融合へと進んでいる。そのため、生物学、化学、ライフサイエンス、ナノテクノロジーなどの技術を取り入れつつ、またQoL (**Quality of Life**)、ユーザビリティ(使いやすさ)、サービス科学なども研究しつつ、総合的に研究される傾向にある。

弊社では、長年、ICT(**Information and Communication Technology**)関連の調査研究に従事してきたが、今後は生命、生物に学ぶ研究開発が華開き、脳科学をはじめ、脳や心のメカニズムを重視する傾向が、ますます高まるものと考えている。

そのような中で、感動脳こそ未来を創造するパワーになる、と考える。

たとえば、東日本大震災や原発事故のニュースに慣れてしまった最近において、サッカーW杯ドイツ大会、なでしこジャパン 世界の奇跡的ともいえる快挙は、日本人の心に勇気と力を与えてくれた。また、昨年、小惑星探査機『はやぶさ』が、地球から約**3億**キロ離れた小惑星『イトカワ』より無事帰還した世界的快挙は、今なお感動的記憶として心に残っている。さまざまなニュースの中には、比較的暗い話題が多いようにも思われるが、感動を与えてくれる話題も決して少なくはない。感動こそ、未来を切り拓くパワーになるに違いない。

当調査報告書は、情報通信技術(ICT)の未来を展望して、脳や生命システムから学ぶテクノロジーの最前線をとらえ、そして無限の可能性を秘める脳関連ビジネスを多面的に調査したものである。

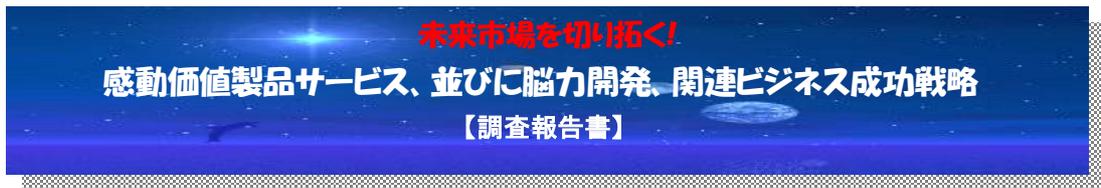
主な内容としては、脳・生命システムに学ぶ情報通信技術(ICT)の未来、脳科学と感動ビジネス、脳力開発とビジネス成功戦略などである。なお当レポートでは、最先端研究、ビジネスの動向のほか、全体のバランスを考え、従来の調査に加えて、脳力開発のソフト面すなわち、最先端！脳力開発トレーニング法、最先端発想法等についても言及している。総じて、ビジネスの全体像をとらえることができたと自負している。

当調査が皆様のビジネス開発、研究開発、製品サービス開発に少しでも寄与できましたら幸いである。

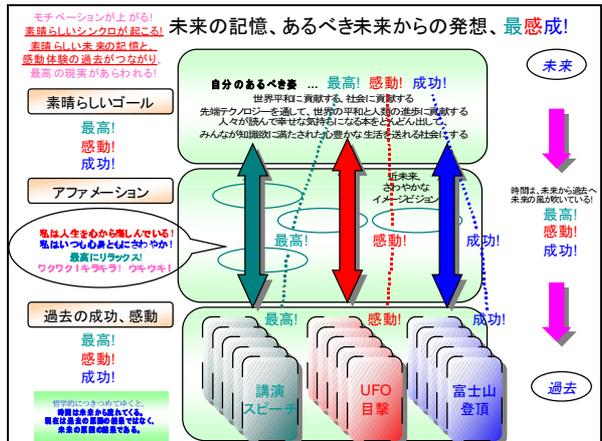
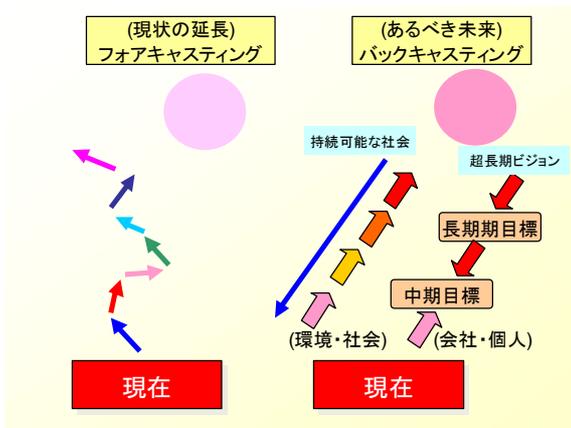
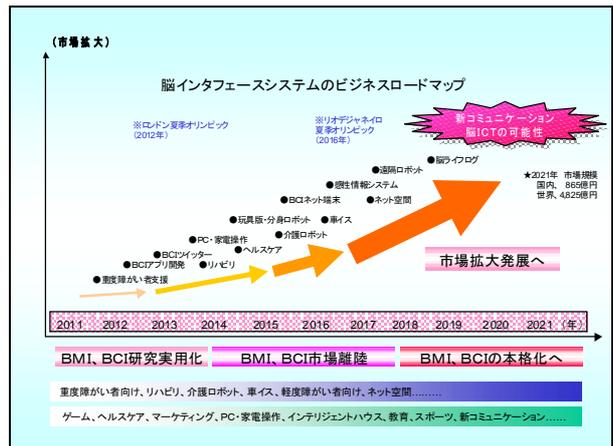
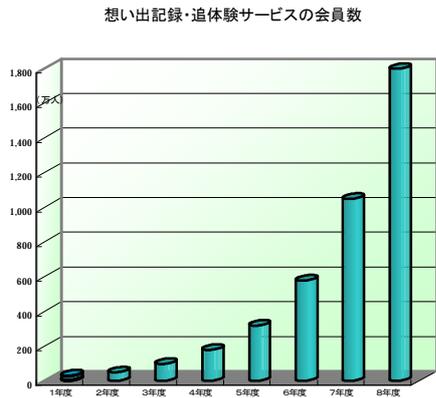
AQU先端テクノロジー総研

【調査概要】

■ 調査テーマ



【調査ポイントの一例】



■ 調査スケジュール

2011年4月1日～2011年7月29日

■ 調査担当



Marketing & Consulting for the mission
 株式会社AQU先端テクノロジー総研
 AQU Technology Research Institute, Inc.
 未来市場調査プロジェクト(未来わくわく研究所)
 〒260-0027 千葉市中央区新田町3-6-15
 千葉テックビル6F FLPC
 TEL 043-204-1258 FAX 043-204-1316

<http://www.aqu.com/>
Info@aqu.com

目次

はじめに 調査概要

第一章. 脳・生命システムと情報通信技術 (ICT) の未来	1
1. 情報通信技術 (ICT) が描く未来社会と全体俯瞰.....	2
2. すべてはつながっている (仮説)、...そしてライフログ.....	3
3. 生命システムの階層性と研究開発.....	6
4. 世界的に注目される、(日本発の)システムバイオロジー.....	9
5. 生命化へのパラダイムシフト.....	10
6. 生命システムに学ぶ例.....	11
(1). センサーネットワーク.....	12
(2). パラサイトヒューマン.....	13
(3). 空間知能化、生命化デザイン.....	15
(4). 太陽-地球-人間-脳-DNAのシステム.....	16
(5). 意思伝達システム.....	17
(6). 電界通信.....	18
7. 構想・提案.....	19
(1). 思い出記録・追体験システム.....	19
(2). 日本の新しい香り文化の創造.....	21
第二章. 脳科学と感動ビジネス	22
1. 感動は脳を活性化する.....	23
(1). 最先端の科学発想と感動脳.....	23
(2). 注目される脳科学関連の情報、考え方.....	23
(3). 開放系システムの進化概念の一考察.....	26
(4). 人間の脳の働き.....	27
(5). 脳の活性化について.....	27
(6). 脳の記憶について.....	27
(7). 脳の構造について.....	28
(8). 脳の快感のメカニズム.....	29
(9). 脳内伝達物質について.....	30
(10). 脳科学と関連企業.....	32
(a). 加速度的に進む脳研究.....	32
(b). 最先端科学としての脳科学.....	32
(c). 脳科学の産業応用.....	33
(d). 脳科学の関連企業.....	33
(e). 注目企業の動向.....	35
2. 感動と共鳴のコミュニケーション.....	37
(1). 感動と共鳴.....	37
(2). 顧客満足と感動度.....	37
3. 感動創造のメカニズム.....	39
(1). 感動価値と創造.....	39
(2). 感動のメカニズム.....	40
(3). 感動と商品開発プロセス.....	42
(4). 感動ビジネス.....	43
4. 感動価値を創造する商品戦略.....	44
(1). 感動価値と収益性の関係.....	44
(2). ヒット商品に学ぶ着眼点.....	45
(3). 感動価値創造と協創の視点.....	46
(4). 顧客ターゲットと感動コンセプト.....	46
(5). 感動を生む商品企画.....	46
5. 感動を生む商品売上増大、成功戦略.....	50
(1). 売上増大につながる、インターネット技術.....	50
(2). 感動を分かち合う時代.....	51
(3). 一般的な営業戦略と望まれる新戦略.....	52
(4). 企画構想とポイント.....	53

6. 先端ビジネスと感動価値創造のビジネス.....	55
(1).先端ビジネスのパラダイムシフト.....	55
(2).感動価値創造のビジネス.....	57
(3).感動製品サービスの方向性.....	58
(a).感動コンテンツの事例.....	59
(b).感動コンテンツ、映像の事例.....	60
(c).感動サービスの事例.....	61
(d).感動する商品の開発.....	61
(4). 感動をふたたび体験できる「思い出体験システム」.....	63
(a). 「思い出体験システム」の概要.....	65
(b). 「思い出体験システム」の市場展望.....	66
(5). ライフログシステムの市場展望.....	68
(a). ライフログシステムの市場動向.....	68
(b). ライフログシステムの市場展望.....	71
第三章. 脳力開発とビジネス成功戦略.....	76
1. あるべき未来からの発想、バックキャストの動向.....	77
(1). あるべき未来からの発想、バックキャスト.....	77
(2). あるべき未来からの発想、バックキャストの今後の応用拡大.....	79
(3). あるべき未来からの発想、バックキャストの応用事例.....	79
(a).セイコーエプソン.....	79
(b).リコー.....	80
(c).日産自動車.....	81
2. 最先端！脳力開発トレーニング法.....	82
(1). 脳トレーニング法の新提案.....	82
(a). 未来の夢、成り切り質問ゲーム.....	82
(b). 自己変革ゲーム.....	82
(c). 成功体験を呼び起こすゲーム.....	83
(2). 大胆な発想によるイメージトレーニング法.....	84
(a). シンクロシティ活用による成功法.....	84
(b). 時間は未来から過去に流れる、という発想.....	89
(c). アカシックレコード、アクセス法.....	94
(d). 未来の記憶、あるべき未来からの発想、イメージビジョン.....	108
3. アルファ波誘導、成功支援システムのビジネス戦略.....	109
(1). 脳波、アルファ波研究の動向.....	109
(a). 脳波の概要と脳波の種類.....	109
(b). アルファ波の研究.....	109
(c). アルファ波誘導装置.....	110
(d). アルファ波誘導装置メーカーの動向.....	111
(e). 脳波センサーの利用.....	112
(f). 脳波の歴史.....	113
(2). 家庭向け BCI の製品比較.....	114
(a). 一般消費者向けBCIの製品一覧.....	114
(b). 脳波アプリ開発の動向.....	115
(c). 開発キットを提供している主な脳波ソフト.....	116
(d). その他（脳波グッズ関連情報）.....	116
(3). BMI、BCIのビジネスチャンス、ビジネス展望.....	120
(a). 注目される、BMIの応用分野とビジネス着眼.....	120
(b). 脳波アプリ開発とビジネスチャンス.....	121

【主な図表】

図表1. 未来情報社会発展イメージ

図表2. ICT (IRT) の全体俯瞰図

図表3. すべてはつながっている（仮説）

図表4. ライフログから見た、ネットワークの拡がり

図表5. 長さでみる宇宙、人間、素粒子

図表6. 生命システムの階層性、階層構造

図表7.	生命化へのパラダイムシフト
図表8.	インテリジェントスペースの展開イメージ
図表9.	太陽－地球－人間－脳－DNAのシステム
図表10.	意思伝達システム
図表11.	脳の構造
図表12.	脳内伝達物質一覧表
図表13.	脳科学の産業応用
図表14.	感動の定義
図表15.	顧客満足と感動度
図表16.	感動価値と創造
図表17.	感動のメカニズム
図表18.	感動共鳴のシステムイメージ
図表19.	感動と商品開発プロセス
図表20.	感動ビジネスのプレゼンシーンの例
図表21.	感動価値と収益性
図表22.	ヒット商品に学ぶ着眼点
図表23.	感動価値創造と協創の視点
図表24.	売上増大につながる、インターネット技術
図表25.	見込み客獲得の流れ
図表26.	企画構想とポイント
図表27.	先端ビジネスのパラダイムシフト
図表28.	ビジネスのパラダイムシフト
図表29.	感動価値創造のビジネス
図表30.	感動する商品の開発
図表31.	感動をふたたび体験できる「思い出体験システム」
図表32.	思い出記録・追体験システムの会員数
図表33.	思い出記録・追体験サービスの市場規模予測
図表34.	ライフレコーダー・ライフログシステムの概要
図表35.	ライフレコーダー・ライフログシステムの発展イメージ
図表36.	ライフレコーダー・ライフログシステムの業界市場参入鳥瞰図
図表37.	地図情報との連携サービスの高度化
図表38.	情報系から見た、ライフログサービスの高度化
図表39.	ヘルスケアと生体情報と最近のビジネス構図
図表40.	ヘルスケア系ライフログのビジネス構図
図表41.	バックキャストとフォアキャスト
図表42.	シンクロシティの例
図表43.	相似性の例
図表44.	時間は未来から過去に流れる、という発想
図表45.	未来の記憶、あるべき未来からの発想、イメージビジョン
図表46.	脳波の種類
図表47.	一般消費者向けBCIの製品一覧
図表48.	開発キットを提供している主な脳波ソフト
図表49.	脳波グッズ関連製品
図表50.	注目される、BMIの応用分野とビジネス着眼点
図表51.	開発キットを提供している脳波ソフト

【ビジネス支援ツール、情報ファイル、参考情報】 (CD版、PDFファイル)

- (1). 感動ビジネスネットワークプロジェクト
- (2). ソリューション、新規事業支援サービス
- (3). グローバルリサーチ、海外アンケート
- (4). 3ステップアンケート調査
- (5). 未来市場創造企画システム
- (6). 社員研修、セミナー講師
- (7). 地域情報開発プラットフォーム
- (8). 調査研究者の気づきとコラム