

# 将来のライフスタイル、社会、企業に関する調査 結果報告

一般社団法人 電子情報技術産業協会(JEITA)  
株式会社 日経BPコンサルティング  
2012年3月

# 目次

<b>調査概要</b>	
調査概要	4
調査内容	5
調査項目 ライフスタイルの出来事や状態	6
調査項目 社会の出来事や状態	7
調査項目 企業の出来事や状態	8
<b>全体まとめ</b>	
全体のまとめ	10
ライフスタイルの将来のまとめ	11
社会の将来のまとめ	12
企業の将来のまとめ	13
期待度と実現率の分布: ライフスタイル	14
期待度と実現率の分布: 社会	15
期待度と実現率の分布: 企業	16
期待度と実現率の項目数分布	17
<b>将来の「出来事や状態」の調査結果</b>	
ライフスタイル編	18
社会編	47
企業編	74
<b>その他の設問の調査結果</b>	102

# 調査概要

# 調査概要

## ■ 調査目的

- 将来に対して感度の高い有職者が、ライフスタイル・社会・企業の3分野について、どのような将来像を持っているかを明らかにする。

## ■ 調査手法

- WEB調査(日経BPコンサルティングのアンケートシステム「AIDA」を使用)。

## ■ 調査対象

- 20歳以上で60歳未満の有職者。

## ■ 調査時期

- 事前調査: 2012年1月12日(木)~1月16日(月)
- 本調査: 2012年1月18日(水)~1月24日(火)

## ■ 有効回収数

- 500件

## ■ 実施機関

- 企画: 電子情報技術産業協会(JEITA)次世代IT利活用検討専門委員会、日経BPコンサルティング
- 実査: 日経BPコンサルティング 集計: RJCリサーチ

# 調査内容

## ■ 設問

- ライフスタイル、社会、企業の3分野について、「出来事や状態」を表現した文章を回答者に提示し、2つの設問A、設問Bに答えてもらった。
- 設問A: 将来はそうになってほしいか
  - 「強くそうになってほしいと思う」、「ややそうになってほしいと思う」、「どちらとも言えない/分からない」、「あまりそうになってほしいと思わない」、「まったくそうになってほしいと思わない」の5択
- 設問B: 次のいつ頃までに実現すると思うか
  - 「3年以内/すでに実現」、「5年以内」、「10年以内」、「20年以内」、「20年以内には実現しない」、「分からない」の6択
- 「出来事や状態」の数は、ライフスタイル(25項目)、社会(23項目)、企業(24項目)である。

## ■ 期待度スコアと10年以内実現率

- 期待度スコア
  - 設問Aについて、選択肢の順に100、50、0、-50、-100の重みをつけて加重平均を算出した。
  - それを「期待度スコア」(ポイント)として、設問の回答状況をまとめた。
- 10年以内実現率
  - 設問Bについて、「3年以内/すでに実現」から「10年以内」までの回答者の割合を合計した。
  - それを「10年以内実現率」(%)として、設問の回答状況をまとめた。

# 調査項目 ライフスタイルの出来事や状態

	グラフ中の短縮表現	設問中の全文	分類
Q1	1.1. 自己実現重視が一般的に	従来の価値観や枠組みにとらわれず、自己実現を重視することが一般的になる	【強い個の創出】
	1.2. 自分なりの働き方を選ぶことが一般的に	収入や組織の枠にとらわれず、自分なりの働き方を選ぶことが一般的になる	【強い個の創出】
	1.3. 情報を自ら選択し・行動する人が多数派に	マスメディアやネットの情報を鵜呑みにせず、情報を自ら選択し、自分の頭で考え行動する人が、多数派になる	【強い個の創出】
	1.4. 一般の人のネットでの意見表明が普通に	一般の人がネットで意見を表明することが普通になる	【強い個の創出】
	1.5. ほかの人と今まで以上のつながり求める	多くの人が、今まで以上にほかの人のつながりを求めるようになる	【絆の再生(人間関係の回復と相互承認)】
	1.6. コミュニティサイトで過ごす時間が現在の2倍以上になる	ネット上のコミュニティサイトで過ごす時間が現在の2倍以上になる	【絆の再生(人間関係の回復と相互承認)】
Q2	2.1. 個人がサービス(体験・情報)に多くの支出	個人のお金の多くが、モノではなくサービス(体験や情報など)に使われるようになる	【スPENDシフト】
	2.2. 高くても気に入ったものを購入が一般的に	価格ははやや高くても、自分で気に入ったものを購入することが一般的になる	【スPENDシフト】
	2.3. ネットショッピングが現在の2倍の規模に	インターネット・ショッピングが現在の2倍の規模になる	【スPENDシフト】
	2.4. 環境配慮商品を選んで購入が当たり前	同様の商品があった場合、環境に配慮した商品を選んで購入することが当たり前になる	【エコ】
	2.5. 個人所有よりもモノの共同利用が一般的に	多くの分野で、モノを自分で購入・保有するよりも、共同で利用することが一般的になる	【利用／共有指向】
	2.6. 考えや知識などのネットでの共有が一般的に	自分の考えや知識、行動をネット上でほかの人と共有することが一般的になる	【利用／共有指向、Public】
	2.7. ネットを通じて社会活動・貢献が一般的に	普通の人々が、ネットを通じて社会活動に参加したり、社会貢献することが一般的になる	【利用／共有指向、Public】
	2.8. ネットを通じて人が集まることが一般的に	何らかの目的や考えのもとに、ネットを通じて人が集まることが一般的になる	【利用／共有指向、Public】

	グラフ中の短縮表現	設問中の全文	分類
Q2	2.9. 協業(共同で何かを作る)過程を広く公開	第三者と協業する(共同で何かを作り上げる)ために、その過程や途中段階のものを広く公開することが一般的になる	【利用／共有指向、Public】
Q3	3.1. 現実世界のふれあい・体験重視が一般的に	現実の世界におけるふれあいや体験を重視することが一般的になる	【実体験や本物の価値の追求】
	3.2. 地域コミュニティでの活動重視が一般的に	地域コミュニティでの活動を重視することが一般的になる	【実体験や本物の価値の追求】
	3.3. 大家族・多世代家族の比率が2倍に増える	大家族、多世代家族の比率が現在の2倍に増える	【多様性】
	3.4. 血縁を超えた家族形態が珍しくなくなる	血縁を超えた家族の形態が珍しくなくなる	【多様性】
	3.5. 個人生活でソーシャルメディアが一般的に	個人の生活の中でソーシャルメディアの活用が一般的になる	【新たな情報・知識の流通の仕組み】
	3.6. ネットなどの友人・知人が大切な情報源に	マスメディアよりも、ネットやソーシャルグラフ(人間関係やつながりを表したモノ)上の友人・知人を大切な情報源とする人が多数を占めるようになる	【新たな情報・知識の流通の仕組み】
	3.7. ソーシャルメディアはスマートフォンなどで	ソーシャルメディアは、PCよりもスマートフォンやタブレット端末などを通じて使うことが普通になる	【新たな情報・知識の流通の仕組み】
	3.8. ネット情報への知見等が人物評価で重要に	ネット上の情報やサービスに対する知見、的確な判断・対応力が、人物評価の重要なポイントになる	【新たな情報・知識の流通の仕組み】
	3.9. 個人的な情報をネット上で保存・利用	個人的な情報(写真・映像、ファイルなど)も、その多くをネット上に保存し利用するのが一般的になる	【新たな情報・知識の流通の仕組み、クラウド】
	3.10. 個人生活のあらゆる情報が適切に利用	個人の生活におけるあらゆる情報が集められ、それらが結びついて、自ら利用したり、行政や企業が適切に利用することが一般的になる	【新たな情報・知識の流通の仕組み、センサーネットワーク】

# 調査項目 社会の出来事や状態

	グラフ中の短縮表現	設問中の全文	分類
Q7	1.1. 日本の社会は超少子化・超高齢化対応に	日本の社会は、超少子化や超高齢化にふさわしい体制に変わっている	【超少子化・高齢化】
	1.2. 日本の財政危機は解決に向かう	日本の財政危機は解決に向かう	【日本の競争力】
	1.3. 日本の国際競争力は今より上昇する	日本の国際競争力は今より上昇する	【日本の競争力】
	1.4. 日本の社会の活力は復活する	日本の社会の活力は復活する	【日本の成長性】
	1.5. 経済成長が必ずしも個人の幸せにならない	「経済の成長が必ずしも個人の幸せにつながらない」との価値観が一般的になる	【日本の成長性】
	1.6. 地方分権が進み、地方が独立性を持つ	日本の社会で、地方分権が進み、さまざまな分野で地方が独立性を持っている	【地方分権(脱一極集中)】
Q8	2.1. 社会全体で規制緩和が今よりも進む	社会全体で規制緩和が今よりも進んだ状態になる	【公平性、機会均等】
	2.2. 日本はTPPIに参加している	日本はTPP(環太平洋戦略的経済連携協定)に参加している	【公平性、機会均等】
	2.3. 省エネ製品に対する補助・優遇制度が進む	省エネルギー製品に対する補助や優遇制度が今よりも進んだ状態になる	【省エネルギー】
	2.4. 収入等によらず高度教育や社会活動が可能	収入や居住地域によらず、高度な教育を受けたり、社会に影響を与える活動が可能になる	【公平性、機会均等】
	2.5. 世襲議員がほとんどいなくなる	世襲議員がほとんどいなくなる	【公平性、機会均等】
	2.6. 行政の判断基準・プロセスが可視化される	行政における判断基準や実行のプロセスが可視化される	【透明性】
	2.7. 一般の人でも生産情報・流通プロセスを知る	一般の人でも、商品の生産情報や流通プロセスなどを、知ることができるようになる	【連携性】
	2.8. レンタカーやカーシェアリングが一般的に	自分で車を所有せず、レンタカーやカーシェアリングを利用することが一般的になる	【スベンドシフト】

	グラフ中の短縮表現	設問中の全文	分類
Q9	3.1. 日本社会で外国人比率が現在の2倍以上になる	日本の社会の中で、外国人の比率が現在の2倍以上になる	【多様性】
	3.2. 海外で働く日本人が現在の2倍以上になる	海外で働く日本人が、現在の2倍以上になる	【多様性】
	3.3. 日本語以外が日常生活で使われる	日本語以外の言葉も日常生活で使われるようになる	【多様性】
	3.4. 教育制度が個人能力・適性に応じたものになる	日本の教育制度が、画一的でなく、もっと個人の能力や適性に応じたものになる	【多様性】
	3.5. 女性の総理大臣が登場する	女性の総理大臣が登場する	【多様性】
	3.6. 日本どこでも超高速インターネット可能に	日本中いたるところで超高速インターネットを利用できる	【新たな情報・知識の流通の仕組み】
	3.7. 行政・社会サービスの手続きが簡単・効率化	行政や社会サービスの各種手続きが、簡素化され、使いやすくなり、効率的になる	【新たな情報・知識の流通の仕組み】
	3.8. 国・自治体が個人の統一IDでサービス提供	国や自治体などにおける個人情報の利用への理解が進み、統一IDに基づいた各種サービスが提供される	【新たな情報・知識の流通の仕組み】
	3.9. 「人が集まる場、仕組み作り」投資が倍増	行政や企業による「人が集まる場、仕組み作り」への投資が、現在の2倍以上になる	【新たな情報・知識の流通の仕組み】

# 調査項目 企業の出来事や状態

	グラフ中の短縮表現	設問中の全文	分類
Q 13	1.1. 企業の意義は顧客・社会に応える価値観に	企業の存在意義が、自社の利益の追求だけでなく、顧客や社会のニーズに応える価値で測られるようになる	【CSR、CSV、共創】
	1.2. 企業に対する個人の影響力が強まる	企業の方向性に対する個人(従業員や消費者、利用者など)の影響力が強まる	【CSR、CSV、共創】
	1.3. 顧客と共にサービス・製品開発に取り組む	顧客と共にサービスや製品の開発に取り組むことが一般化する	【オープンイノベーション】
	1.4. 顧客の声・考えの把握・理解が一般的に	顧客の声を早期に把握したり、考えを深く理解する企業が一般的になる	【マーケティング3.0】
	1.5. マーケティングにソーシャルメディア活用	企業のマーケティング活動において、ソーシャルメディアの活用が一般的になる	【マーケティング3.0】
	1.6. 個人情報に基づいたマーケティングが普通に	あらゆる個人情報(行動や購買履歴などを含む)に基づいたマーケティング(自分にあった情報の提供)が普通になる	【ビッグデータ】
	1.7. あなたの勤務先の主力事業が変わる	あなたの勤務先の主力事業が変わる	【事業変革・新事業】
	1.8. あなたの勤務先のビジネスモデルが変わる	あなたの勤務先のビジネスモデルや、提供サービスのどの部分で収益を上げるかが変わる	【事業変革・新事業】
	1.9. 日本企業で外国人従業員数が現在の2倍に	日本企業における外国人従業員数が現在の2倍になる	【事業変革・新事業】
Q 14	2.1. オフィスが小規模化、テレワークなど増える	会社のオフィスが小規模になり、テレワークやノマドワーク(決まったオフィスを持たない働き方)の人々が多数を占める	【ワークスタイルの変革】
	2.2. 会社との雇用契約が多様化する	会社との雇用契約が多様化し、プロジェクトごとや成果報酬型などの雇用契約が普通になる	【ワークスタイルの変革】
	2.3. 会社の組織が今よりもフラットになる	会社の組織が今よりもフラットになる	【ワークスタイルの変革】
	2.4. 海外とのコミュニケーションが日常的になる	海外とのコミュニケーションが日常的になる	【ワークスタイルの変革】
	2.5. 業務でソーシャルメディア利用が一般的に	社員が業務でソーシャルメディアを使うことが一般的になる	【ワークスタイルの変革】

	グラフ中の短縮表現	設問中の全文	分類
Q 14	2.6. 企業でコンシューマ用ITの利用が一般的に	企業において、コンシューマ用のコンピュータ機器やIT関連サービスの利用が一般化する	【コンシューマIT】
	2.7. 企業ITシステムでも「楽しさ」などを考慮	企業のITシステムにおいて、「楽しさ」、「気持ちよさ」、「ストレスのなさ」などが考慮されることが普通になる	【コンシューマIT】
	2.8. 企業ITシステムの多くの部分が共通・共同に	企業のITシステムの多くの部分で、共通の製品を使ったり、共同のサービスを利用することになる	【共通化、クラウド】
	2.9. 今、あなたが勤めている会社が消滅する	今、あなたが勤めている会社/団体が消滅する	【事業変革、ワークスタイルの変革】
	2.10. あなた自身が転職・独立する	あなた自身が(現在勤めている会社/団体をやめて)転職もしくは独立する	【ワークスタイルの変革】
Q 15	3.1. 企業の競争力で情報・知識が重視される	企業の競争力において、資本や技術力だけではなく、情報や知識が重視される	【企業競争力】
	3.2. 規制緩和により新ビジネスへの参入容易に	規制緩和が進み、新たなビジネスへの参入が容易になる	【企業競争力】
	3.3. 企業内情報共有が進み、組織の壁が低くなる	企業内の情報共有が進み、組織の壁が低くなる	【情報共有】
	3.4. 同一の責任・業務であれば同一賃金になる	従業員の雇用形態に関わらず、同一の責任・業務内容であれば、同一賃金になる	【公平性】
	3.5. 世襲社長、学閥などが皆無に近くなる	世襲社長、学閥などが皆無に近くなる	【公平性】



# 全体まとめ

## ■全体のまとめ

### ■ ライフスタイルの将来は・・・

- ライフスタイルでは、好むと好まざるとに関わらず、インターネットの活用が進むとの認識がある。
- ただ、過度なネット依存には拒否感があり、リアルとネットのバランスを取るべきとの問題意識も存在。
- ネット関連項目の多くは、若年層ほど期待度が高い傾向にある。ただ、ネットを通じた社会活動・貢献は40歳代以上の支持も多い。
- ライフスタイルや企業活動の中にソーシャルメディアなどが入ってくることには、拒否感を持つ人も一部存在するが、全体としてはそれほど多くない。

### ■ 社会の将来は・・・

- 日本の従来型の社会構造に対して、変化を期待しているものの実現するとは思っておらず、あきらめ感がある。
- 「日本国内の外国化」には抵抗感が強い反面、国際化の流れには逆らえないと認識されている。
- 収入や居住地域によらない機会均等や行政の可視化等は、期待率に比べると実現率が高いとは言えない。
- 個人の統一IDによる行政のサービスに対しては、それほど強い抵抗感はない。

### ■ 企業の将来は・・・

- 企業が顧客との絆を深めたり、顧客がサービス・製品の開発に深く関わることは、期待されているし実現もすると見られている。
- 個人情報やソーシャルメディアを活用したマーケティング活動が進むことは、期待しない人が一定数いるものの、現実にはそのような状況が到来すると認識されている。

### ■ ICTの活用領域と留意点は・・・

- 超高速ネットワークのように誰もが望む社会インフラとしてICTの整備。
- ICTの活用や組み合わせによる、便利な暮らしや社会に対するニーズ。
- ソーシャルメディアなどを活用した新たな世界や生き方への期待。
- 機会均等や可視化を中心に、構造改革を進めるツールとしてのICT。
- 社会のICT化やネット活用が進むことに対する、主にセキュリティ面での懸念。

# ■ライフスタイルの将来のまとめ

## ■ 現実世界のふれあいを重視しつつも、ネット活用は着実に進展

- 「3\_1. 現実世界のふれあい・体験重視が一般的に」は、期待する人が多く8割を超えた。「1\_6. コミュニティサイトで過ごす時間が2倍以上に」は約3分の2が否定した。回答者の属性によらず、過度なネット依存に対する強い拒否感がある。自由記述欄には「ネットとリアルのバランスを求める」との声があった。
- 一方で、手段としてのネット活用は着実に進みそうだ。「1\_4. 一般の人のネットでの意見表明が普通に」、「2\_6. 考えや知識などのネットでの共有が一般的に」、「2\_7. ネットを通じて社会活動・貢献が一般的に」などは、10年以内の実現率が6~7割に上った。ネット関連の項目は、期待度の高低を問わず10年以内実現率が高い。好むと好まざるとに関わらず、ネットを使ったライフスタイルは到来するだろうとの認識がある。
- ネット関連項目の多くは、若年層ほど期待率が高い傾向にある。20歳代と40歳以上で大きく違ったのは、「2\_6. 考えや知識などのネットでの共有が一般的に」、「2\_8. ネットを通じて人が集まることが一般的に」など。「2\_7. ネットを通じて社会活動・貢献が一般的に」も若手の期待率が高いが、40歳代以降でも5~6割が期待しており、いずれの世代にも受け入れ易いネットの活用法である。現時点で、ネットを通じた社会貢献等を積極的に行っている人は2割に満たないが、今後さらに拡大する可能性が高い。
- 将来のライフスタイルに関する懸念点の自由記述では、「セキュリティ」に対する不安が多数見られた。「3\_9. 個人的な情報をネット上で保存・利用」については、期待する人としていない人がきつ抗したことも、そうしたセキュリティ面への不安からと見られる。

## ■ 消費は環境重視で厳選指向。共有には抵抗派も

- 消費において環境重視がデファクトスタンダードである。「2\_4. 環境配慮商品を選んで購入が当たり前」は8割近くが期待。10年以内実現率も7割と共に高い。「2\_2. 高くても気に入ったものを購入が一般的に」も支持を集めた。
- 「2\_5. 個人所有よりもモノの共同利用が一般的に」は意見が分かれた。期待が30%、期待しないが23%である。50歳代で拒否感がやや強いが、20歳代にも期待しない層が存在する。ただし、20歳代は10年以内実現率が高く、受容性は高いと見られる。

## ■ 強い個人になりたいが、実現は容易ではない

- 「1\_3. 情報を自ら選択し・行動する人が多数派に」への期待率も8割超と極めて高かった。ただ、10年以内実現率は4割台にとどまった。自ら選択・行動するという強い個の実現は簡単ではない。

## ■ かつての家族に憧れ抱く男性、女性は血縁を越えて

- 「3\_3. 大家族・多世代家族の比率が2倍に増える」は男性の期待率が高い。対して、女性は「3\_4. 血縁を越えた家族形態が珍しくなくなる」を支持している。これからの家族の在り方に対する意識が男女で異なっている。

## ■ 社会の将来のまとめ

### ■ 日本の社会構造に対する冷めた目線。期待したいが実現しない

- 将来の社会に関する設問では、期待率が高いものの、10年以内にはあまり実現しないであろうという項目が複数見られた。
- 例えば、「1\_2. 日本の財政危機は解決に向かう」は9割が期待するもの、10年以内実現率は27.0%にとどまり、「20年以内実現しない」が4割に上った。公平性や機会均等に関する項目として尋ねた「2\_5. 世襲議員がほとんどいなくなる」に至っては、10年以内実現率は20.0%にとどまった。
- 日本の国力に関する項目の多くが、期待はするが実現は難しいとの見方が多かった。ただ、50歳代では、こうした項目の10年以内実現率がやや高い傾向が見られた。

### ■ 「日本国内の外国化」には抵抗感。しかし国際化の流れに逆らえないとの認識

- 「3\_1. 日本社会で外国人比率が現在の2倍以上に」や、「3\_3. 日本語以外が日常生活で使われる」といった日本の外国化には抵抗感が強かった。いずれも「期待しない」が「期待する」より多い。この傾向は、年齢が上がるほど、やや強まる傾向が見られた。
- これに対して、「3\_2. 海外で働く日本人が現在の2倍以上に」は5割弱が期待しており、海外に出て行くことを否定する意識は薄い。
- 「3\_1. 日本社会で外国人比率が現在の2倍以上に」は期待する人が2割にとどまったが、10年以内の実現率は44.0%に上った。つまり期待しないが、到来すると考える人が多い。「2\_2. 日本はTPPに参加している」も期待している人は5割弱に対して、10年以内の実現率は70.6%に上った。国際化の流れにはひっきりかきを感じつつも、そういう社会が到来することは想定している様子だ。

### ■ 超高速インターネットは期待し実現するとの認識

- 「3\_6. 日本どこでも超高速インターネット可能に」は期待度が極めて高く、10年以内実現率も7割台と高かった。

### ■ 教育や社会参加の機会均等、行政等の可視化にICTの出番か

- 期待率が高いものの、実現率がそれほど高くない項目の中で、ICTによる課題解決の可能性が高そうな項目としては、「2\_4. 収入や居住地によらず、高度な教育や社会活動が可能に」や「2\_6. 行政の判断基準・プロセスが可視化される」などがある。ICTへの期待に関する自由記述には、地方と中央の差の解消といった回答もあった。
- 「3\_7. 行政・社会サービスの手続きが簡単・効率化」は9割以上が期待しているが、10年以内の実現率は53.2%にとどまった。こうした部分にもさらなるICT活用の可能性は高い。
- 「3\_8. 国・自治体が個人の統一IDでサービス提供」や「3\_9. 行政等による「人が集まる場、仕組み作り」への投資が倍増」は、若手の期待率がより高かった。行政と人との関係について、実利的なことであれば受け入れるという意識が若年層には強い。

## ■企業の将来のまとめ

### ■ 企業活動における「顧客志向」や「個人の関与」は強く肯定

- 企業活動において、顧客との関係性重視や個人の影響力拡大がさらに進む可能性が高い。「1\_4. 顧客の声・考えの把握・理解が一般的に」や「1\_3. 顧客と共にサービス・製品開発に取り組む」は、期待度が7～8割、10年以内実現率が6割台といずれも高かった。

### ■ マーケティング活動の進展には諸手を挙げて賛成できないが、実現するとの見方

- 「1\_5. マーケティングにソーシャルメディア活用」や「1\_6. 個人情報に基づいたマーケティングが普通に」は、期待度はそれほど高くはないが、10年以内実現率は6～7割台と高かった。企業におけるソーシャルメディア活用は、期待しない人もいるが、進展はするだろうとの認識である。
- こうしたマーケティング活動の進展に対して、20歳代がより肯定的にとらえている。

### ■ 組織の力べは低くなっていくが、学閥、賃金差は残る

- 「3\_3. 企業内情報共有が進み、組織の壁が低くなる」は、期待度も10年以内実現率も高い。これに対して、公平性に関する項目は期待はあるが10年以内実現率は低い。「3\_4. 同一の責任・業務であれば同一賃金になる」は期待が5割台に対して、10年以内実現率は3割台。「3\_5. 世襲社長、学閥などが皆無に近くなる」は、6割台が期待しているが、10年以内実現は2割台にとどまる。

### ■ ビジネスモデルは10年単位で変わる

- 「1\_8. あなたの勤務先のビジネスモデルが変わる」は半数近くが期待し、10年以内実現率が47.4%に上った。この期待率や実現率は、30歳代以下の若い世代でより高かった。

### ■ ICTで進むコンシューマ化や共通化。業務でのソーシャル利用も進展

- 「2\_7. 企業ITシステムでも「楽しさ」などを考慮」、「2\_8. 企業ITシステムの多くの部分が共通・共同に」は期待度が6～7割台と高い。10年以内実現率も5～6割台で、実現すると認識されている。
- 「2\_5. 業務でソーシャルメディア利用が一般的に」は、2割強が期待しないと答えた。一方で、10年以内実現率は6割台半ばと高い。

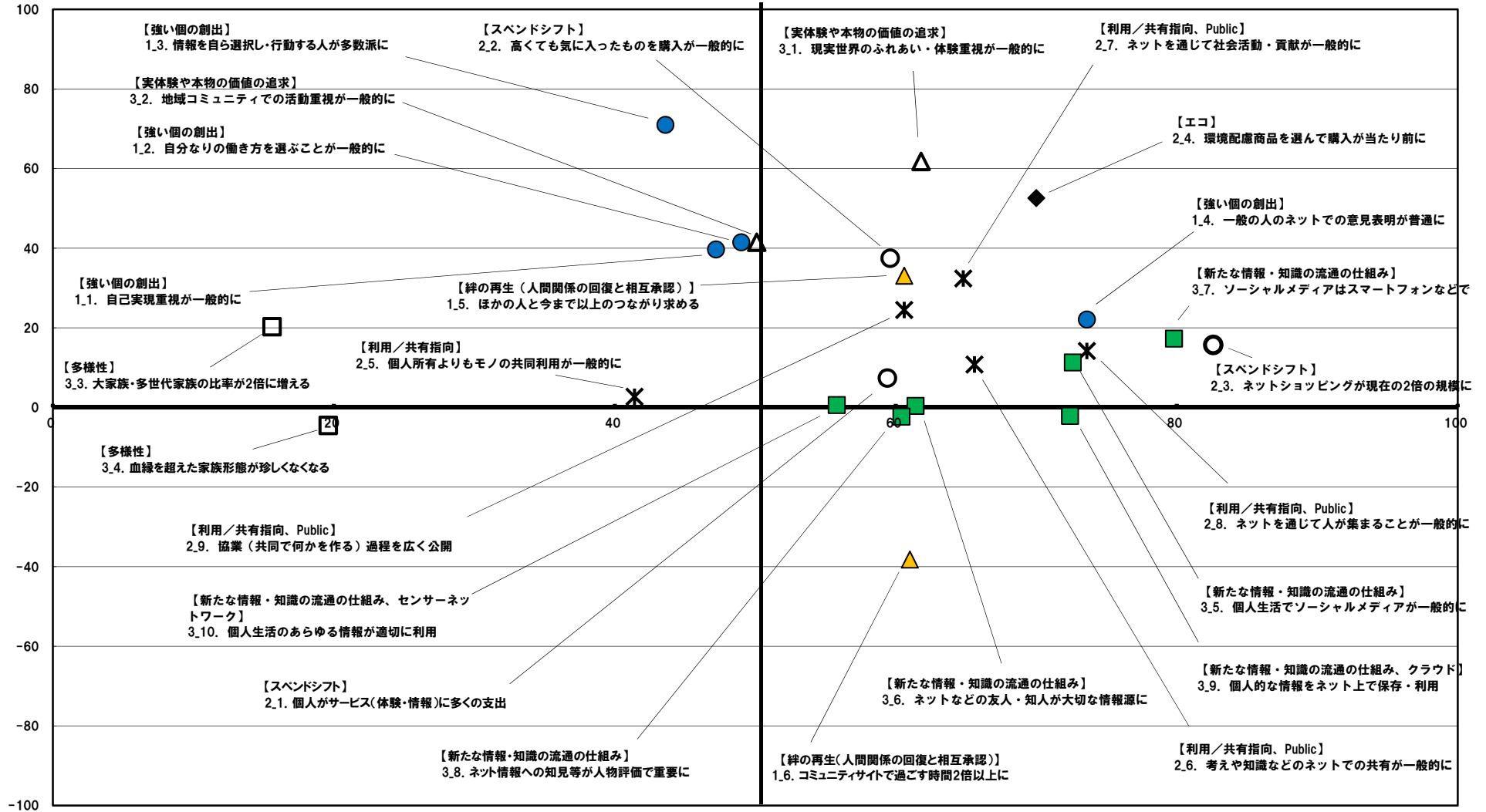
### ■ 保守的な40歳代

- 「1\_9. 日本企業で外国人従業員数が現在の2倍に」は、期待しない回答者が3割台と、期待する人をやや上回った。中でも40歳代で期待しない(避けたい)人が多かった。
- 他の項目も含めて、40歳代の回答には保守的、現実的な傾向が見られた。

# 期待度と実現率の分布

## ライフスタイル

期待度スコア(ポイント)

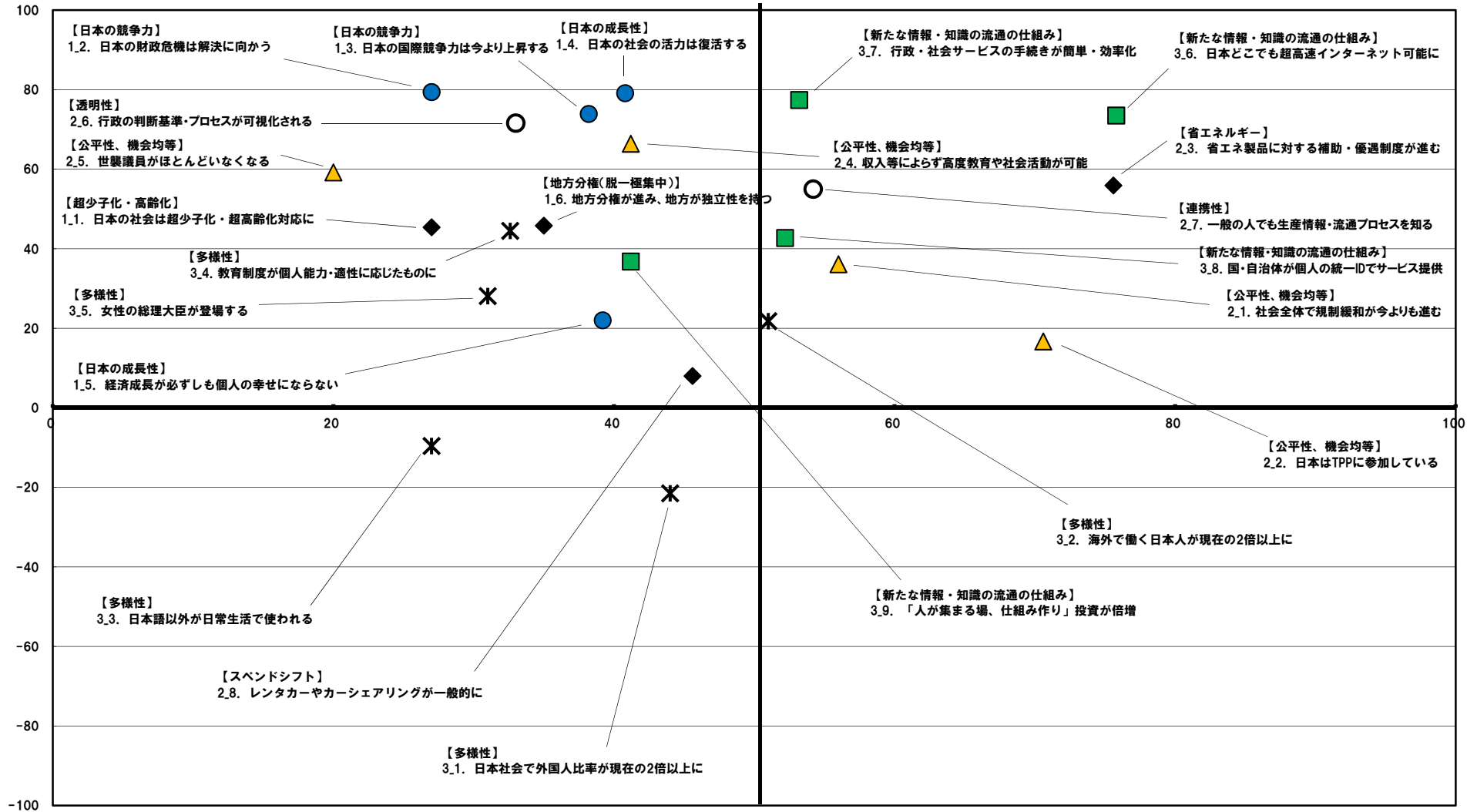


10年以内実現率(%)

# 期待度と実現率の分布

## 社会

期待度スコア(ポイント)

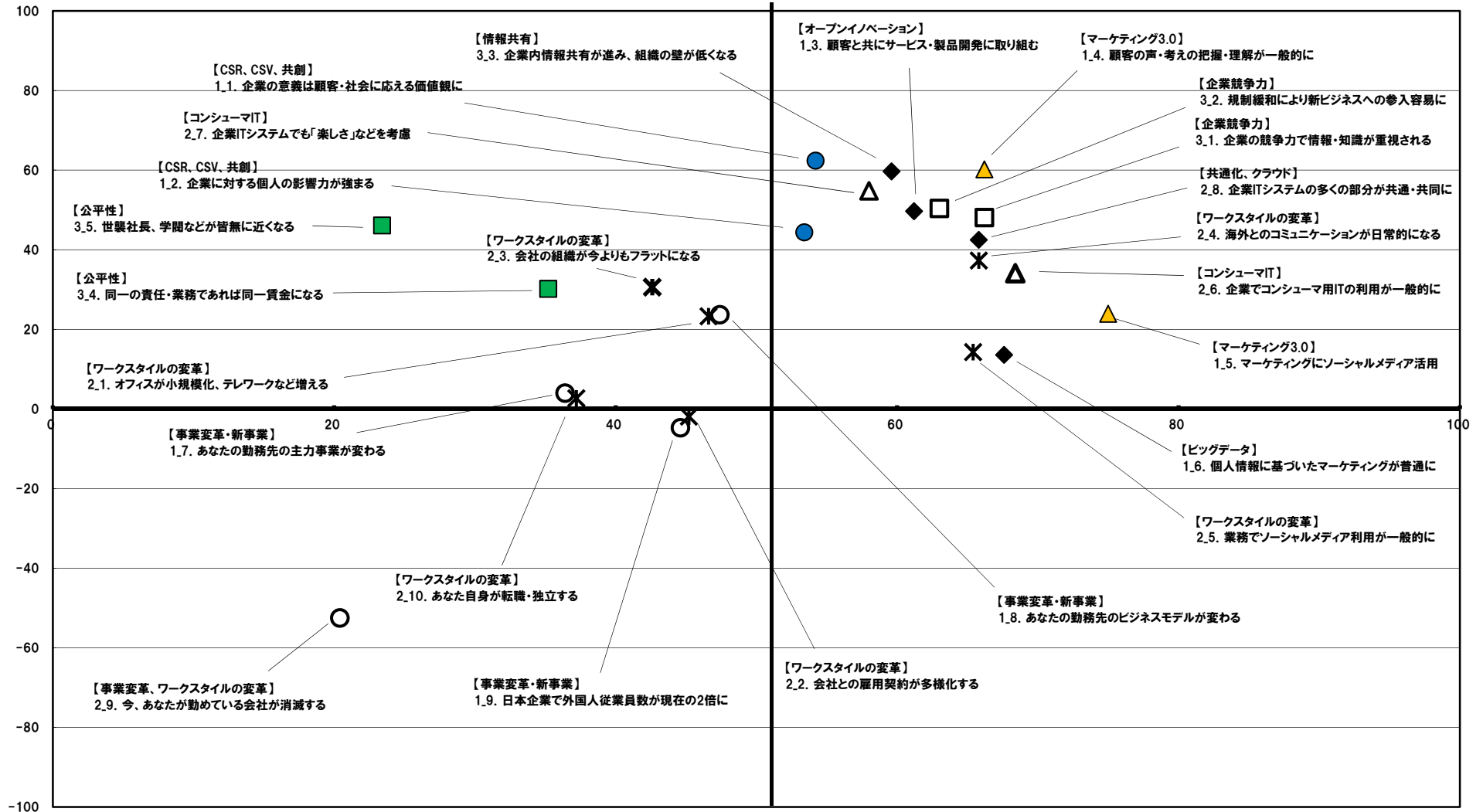


10年以内実現率(%)

# 期待度と実現率の分布

## 企業

期待度スコア(ポイント)

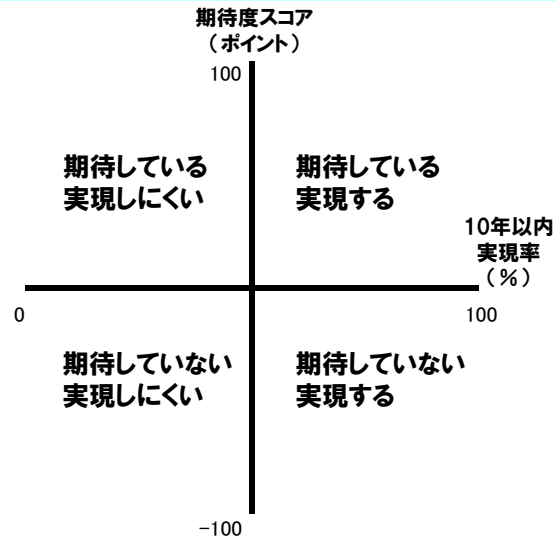


10年以内実現率(%)



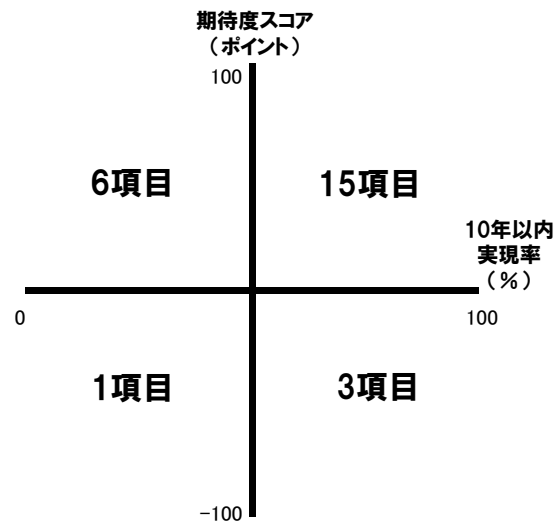
# ■期待度と実現率の項目数分布

## ライフスタイル、社会、企業

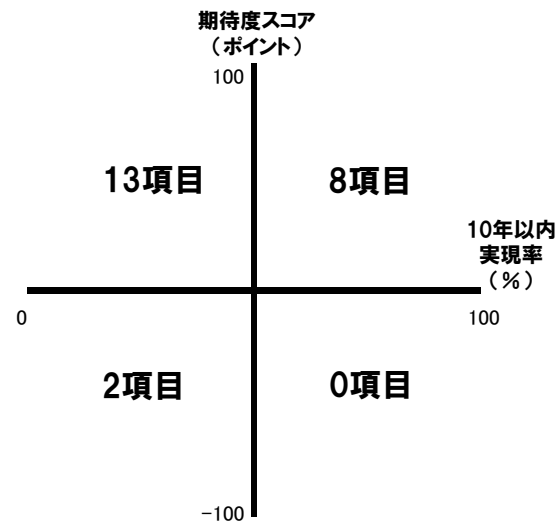


- (1) ライフスタイルと企業は、「期待している・実現する」項目が多い。
- (2) 社会は、「期待している・実現しにくい」と見ている項目が多い。
- (3) ライフスタイルには、「期待していない・実現する」との項目が3つあった。

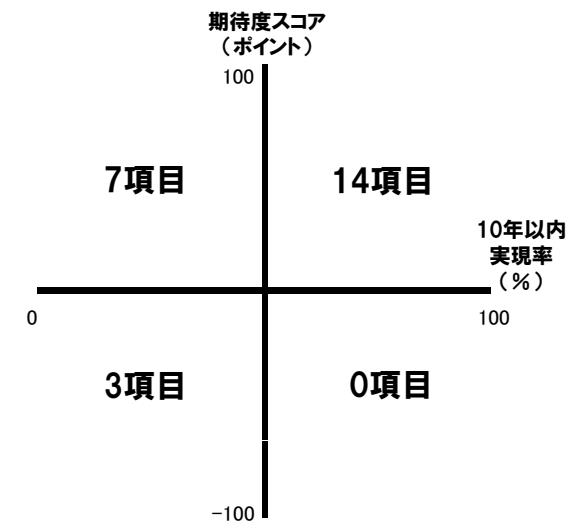
ライフスタイル  
(25項目)



社会  
(23項目)



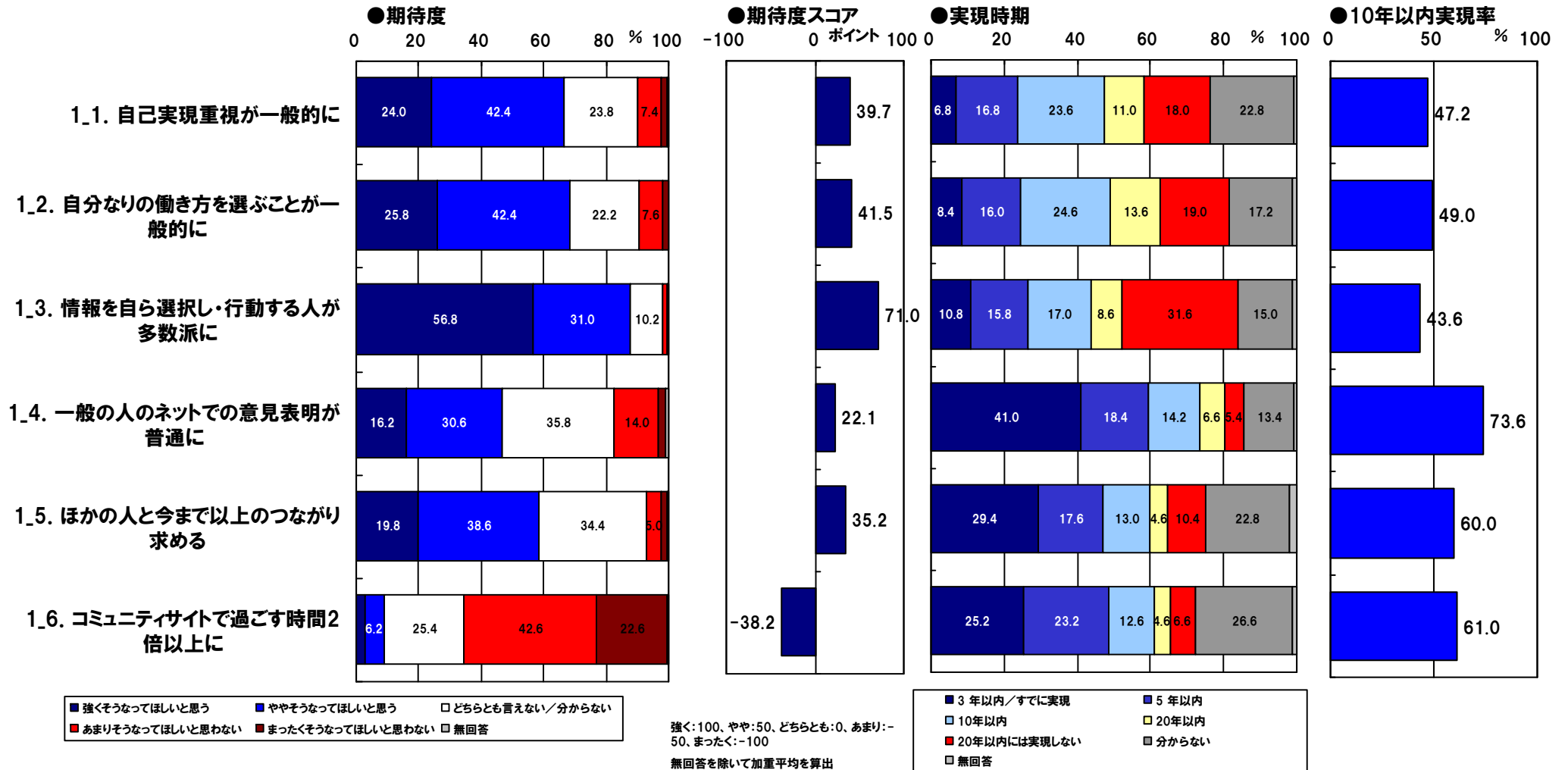
企業  
(24項目)



# 将来の「出来事や状態」の調査結果 ライフスタイル編

# ■個人のライフスタイルの期待度と実現時期(1/3)

- ◆そうなってほしいと思う期待度が50ポイントを超えたのは「1\_3. 情報を自ら選択し・行動する人が多数派に」、逆にそうなってほしくないというマイナスとなったのは「1\_6. コミュニティサイトで過ごす時間2倍以上に」である。
- ◆10年以内実現率が70%を超えるほど高いのは「1\_4. 一般の人のネットでの意見表明が普通に」である。

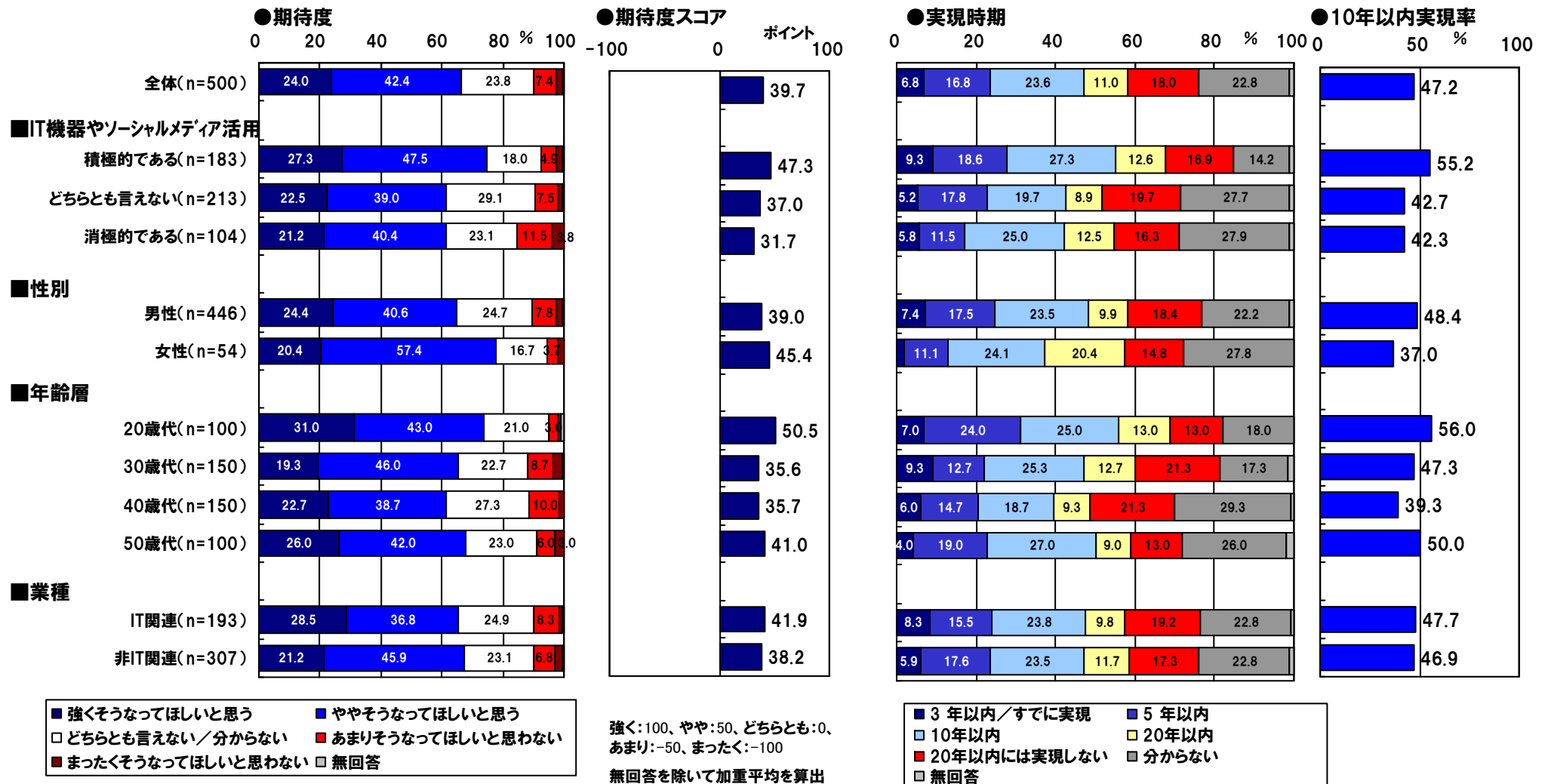


# ■個人のライフスタイルの期待度と実現時期

## 【強い個の創出】

《1\_1. 従来の価値観や枠組みにとらわれず、自己実現を重視することが一般的になる》

◆年齢層別で見ると、20歳代で、そうなってほしいとの期待度が50ポイントを超えた。次いで50歳代が高い。期待度が低いのは30歳代と40歳代で、35.6ポイントと35.7ポイントでほぼ並んだ。



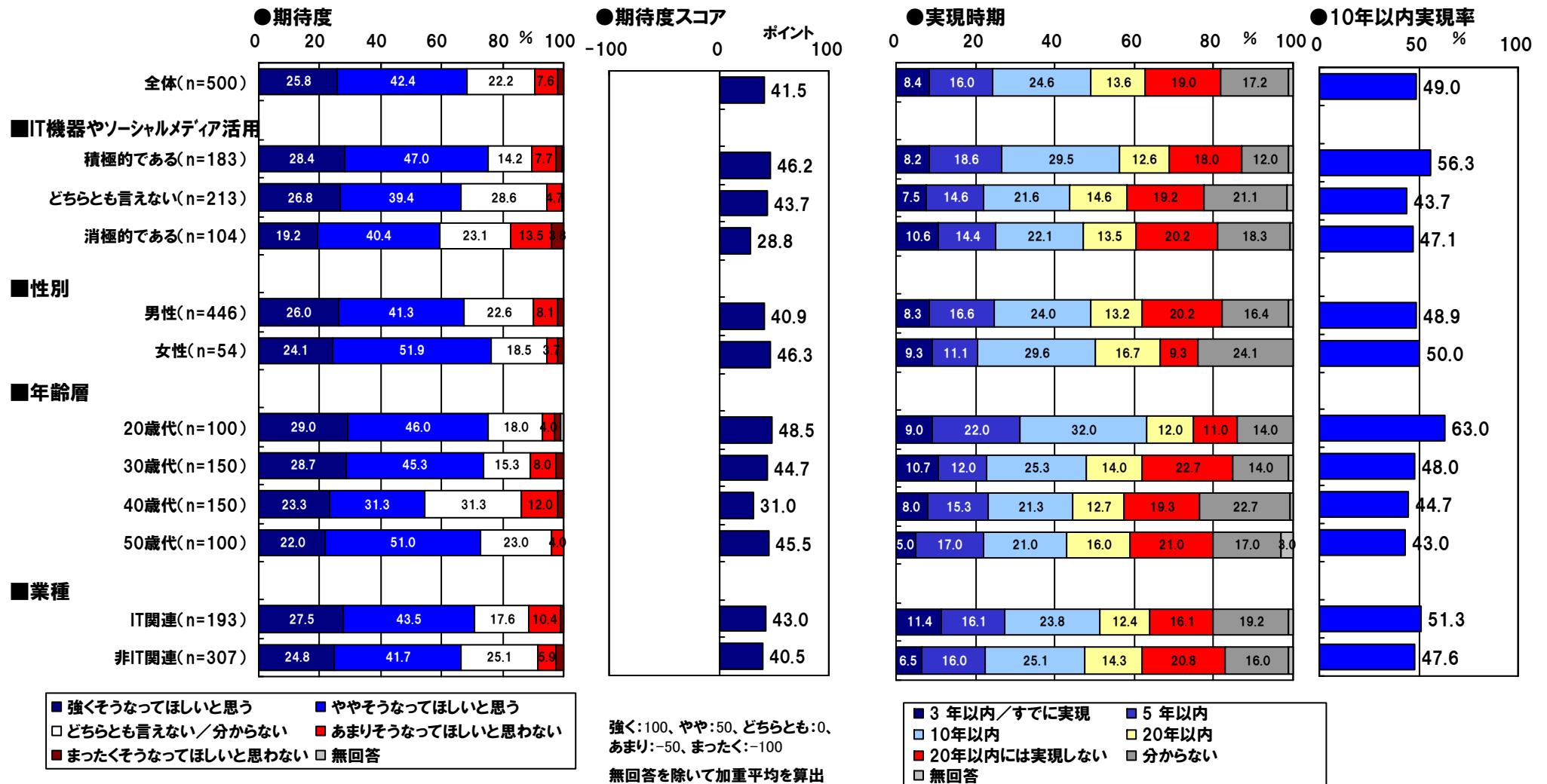
# ■個人のライフスタイルの期待度と実現時期

## 【強い個の創出】

《1\_2. 収入や組織の枠にとらわれず、自分なりの働き方を選ぶことが一般的になる》

◆期待度を年齢層別に見ると、40歳だけが31.0ポイントとほかの3層よりも唯一低い。

◆実現するのが10年以内との回答者の割合である10年以内実現率は、20歳代だけが63.0%と高い。

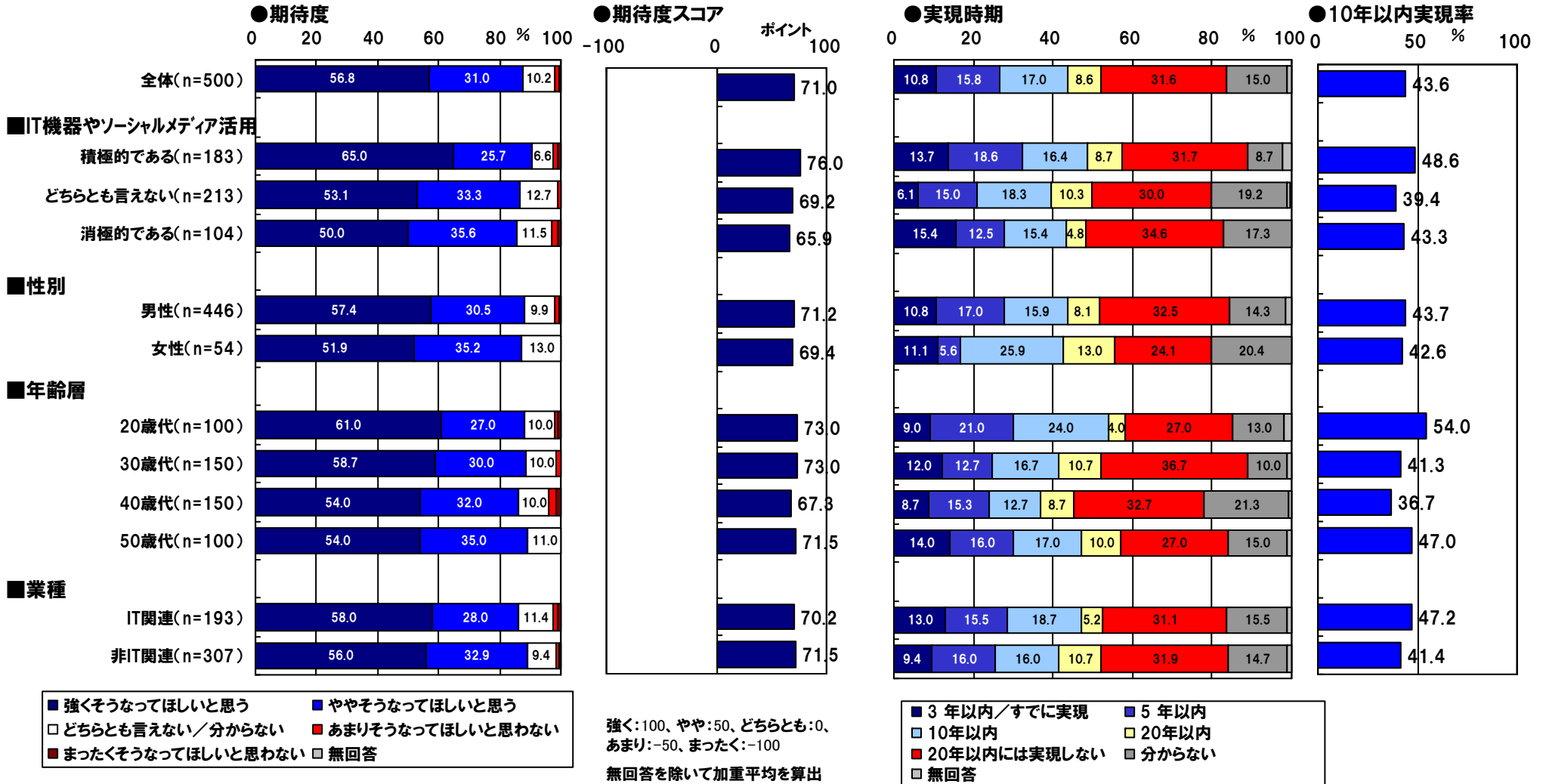


# ■個人のライフスタイルの期待度と実現時期

## 【強い個の創出】

《1\_3. マスメディアやネットの情報を鵜呑みにせず、情報を自ら選択し、自分の頭で考え行動する人が、多数派になる》

- ◆期待度は、各層で大きな差はなく、65ポイントから76ポイントの間の高い値に分布している。
- ◆10年以内実現率は、20歳代で54.0%と高いが、対照的に40歳代は36.7%と低い。

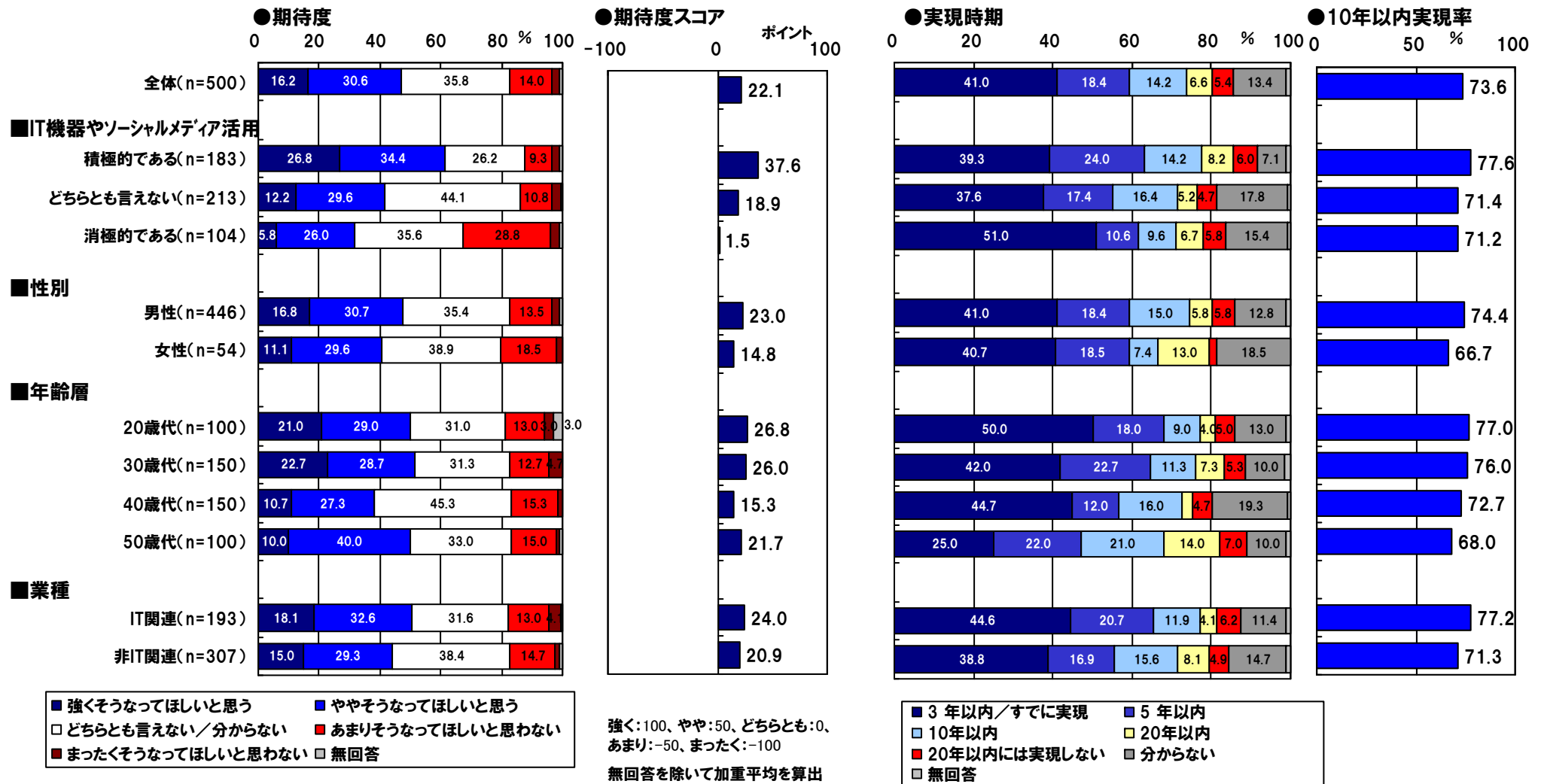


# ■個人のライフスタイルの期待度と実現時期

## 【強い個の創出】

《1.4. 一般の人がネットで意見を表明することが普通になる》

◆IT機器活用に積極的な層は、そうなってほしいとの期待度が37.6ポイントと高く、IT機器活用に消極的である層は期待度が1.5ポイントと低い。10年以内実現率はどの層でも60%を超え、実現する可能性が高いと見ている。

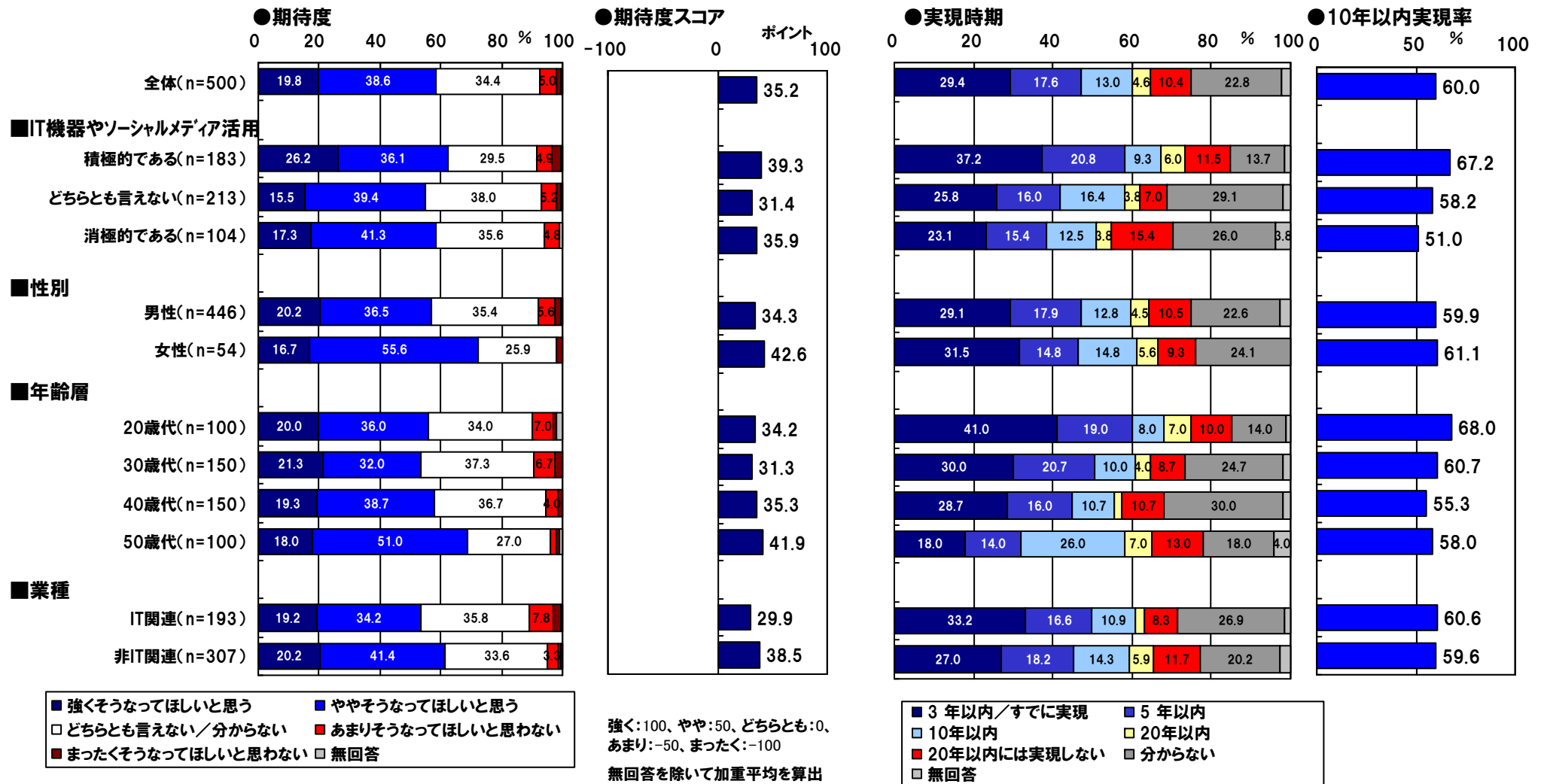


# ■個人のライフスタイルの期待度と実現時期

【絆の再生(人間関係の回復と相互承認)】

《1.5. 多くの人が、今まで以上にほかの人とのつながりを求めるようになる》

◆そうなってほしいという期待度は、50歳代が41.9ポイントと最も高く、次いで40歳代の35.3ポイント、20歳代の34.2ポイントである。30歳代だけは期待度が31.3ポイントとやや低い。



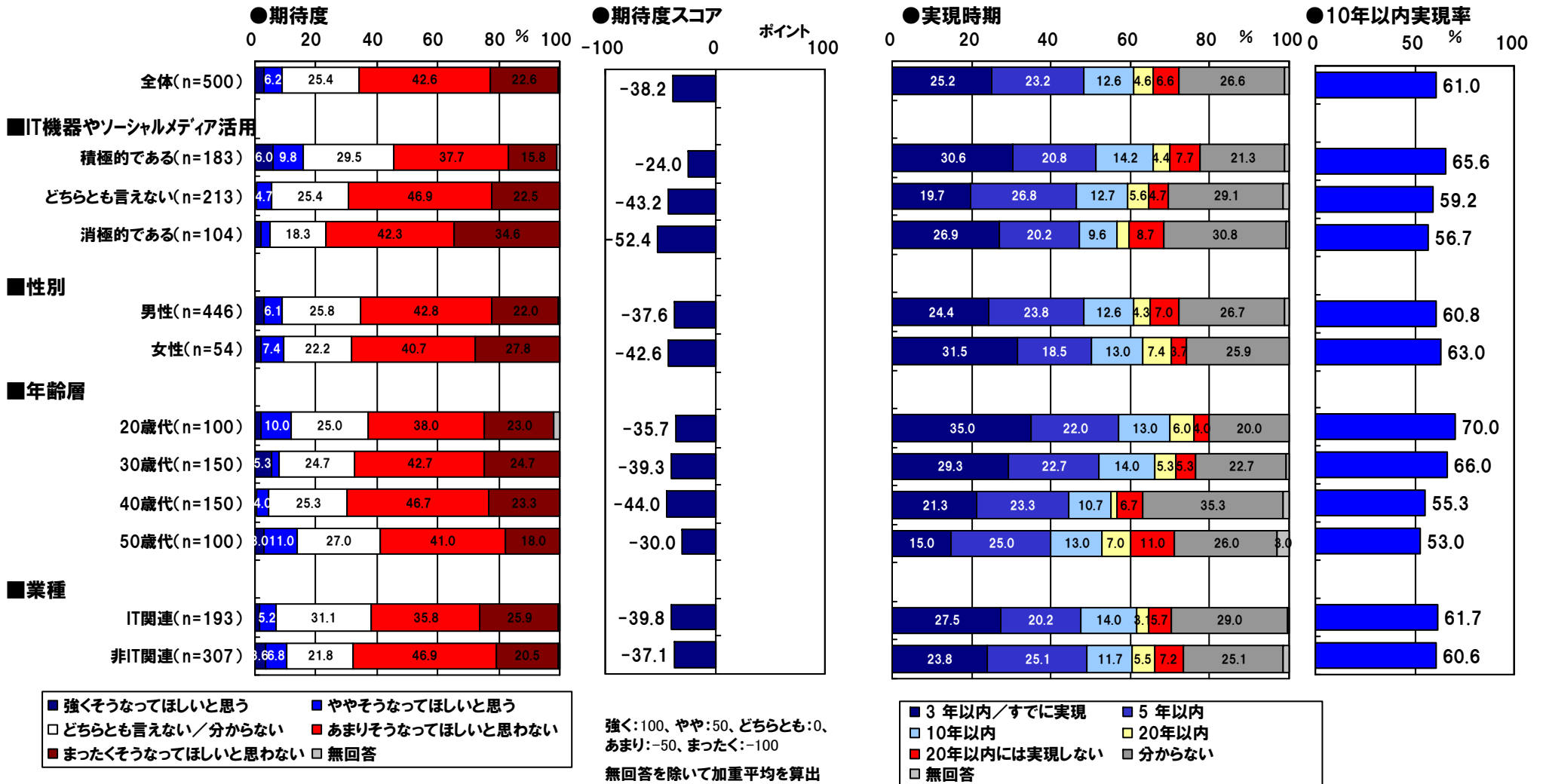


# ■個人のライフスタイルの期待度と実現時期

【絆の再生(人間関係の回復と相互承認)】

《1\_6. ネット上のコミュニティサイトで過ごす時間が現在の2倍以上になる》

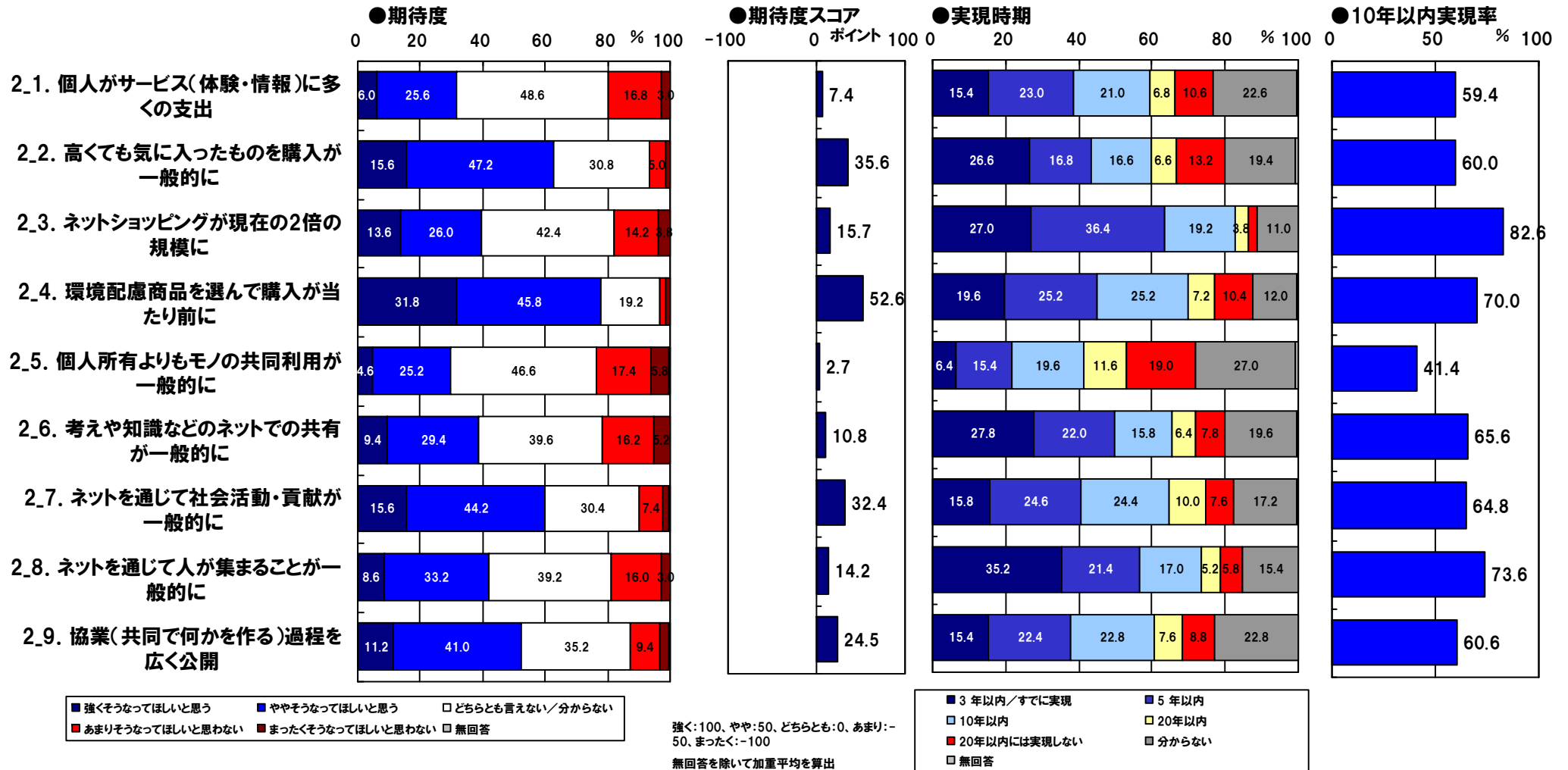
◆期待度はどの層でもマイナスで、そうなってほしいとは思っていない。ネットやデジタル機器になじんでいると思われる20歳代や30歳代でもマイナスである。ただ、10年以内実現率は高く、どの層でも50%を超えている。



# ■個人のライフスタイルの期待度と実現時期(2/3)

◆そうなってほしいとの期待度は9項目共にポイントはプラス。「2\_5. 個人所有よりもモノの共同利用が一般的に」と「2\_1. 個人がサービス(体験・情報)に多くの支出」の2項目が10ポイント以下で低い。

◆10年以内実現率が最も高いのは、「2\_3. ネットショッピングが現在の2倍の規模に」で、80%を超えた。

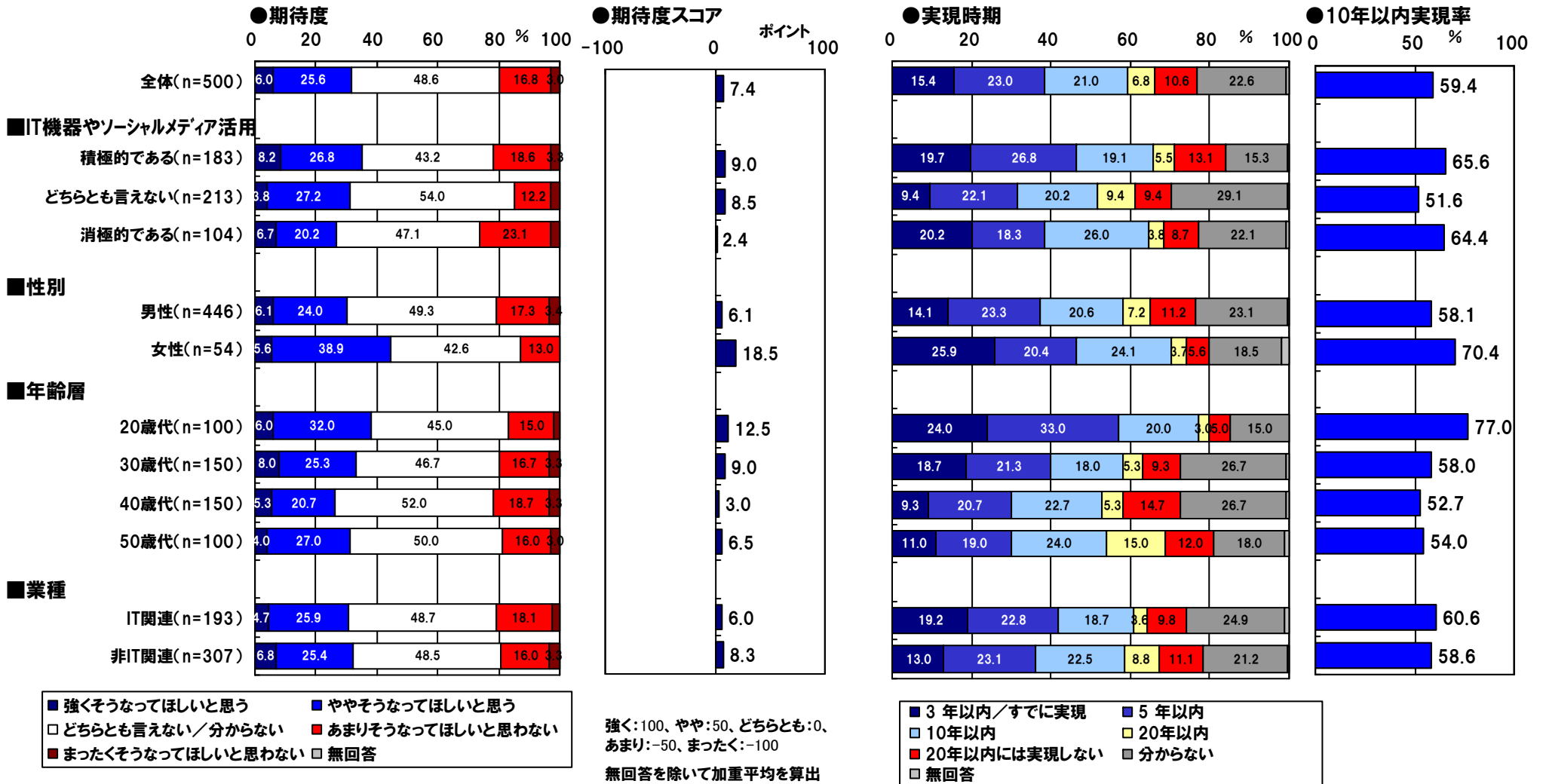


# ■個人のライフスタイルの期待度と実現時期

## 【スPENDシフト】

《2.1. 個人のお金の多くが、モノではなくサービス(体験や情報など)に使われるようになる》

◆そうなってほしいとの期待度が高いのは、女性層の18.5ポイントである。年齢層別では、20歳代が12.5ポイントと高いが、40歳代が3.0ポイントと4層の中で最も低い。10年以内実現率は20歳代が77.0%と最も高い。

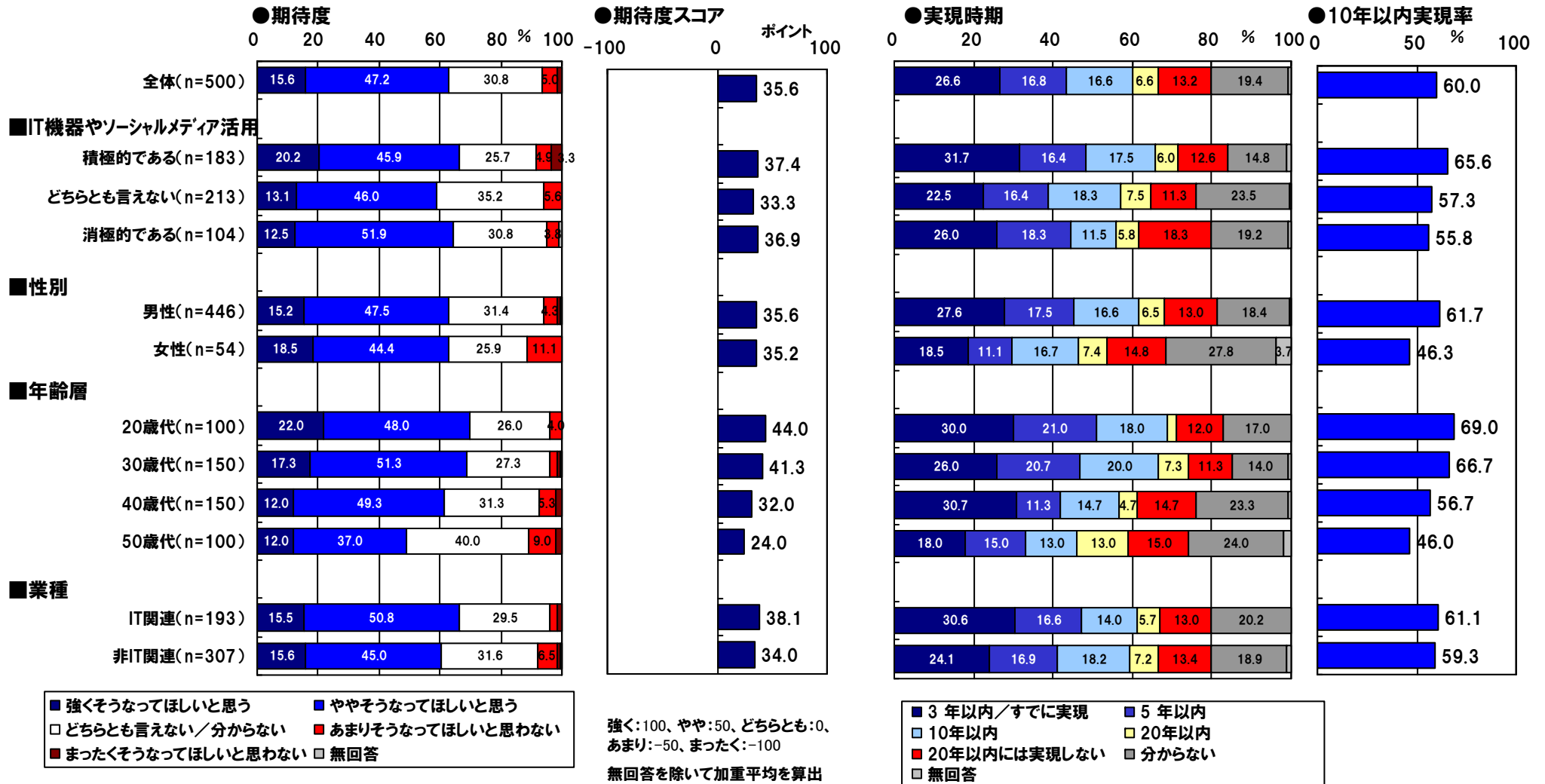


# ■個人のライフスタイルの期待度と実現時期

## 【スPENDシフト】

《2.2. 価格はやや高くても、自分で気に入ったものを購入することが一般的になる》

◆年齢層別で見ると、期待度も10年以内実現率も、年齢層が高くなるに従って低くなる。

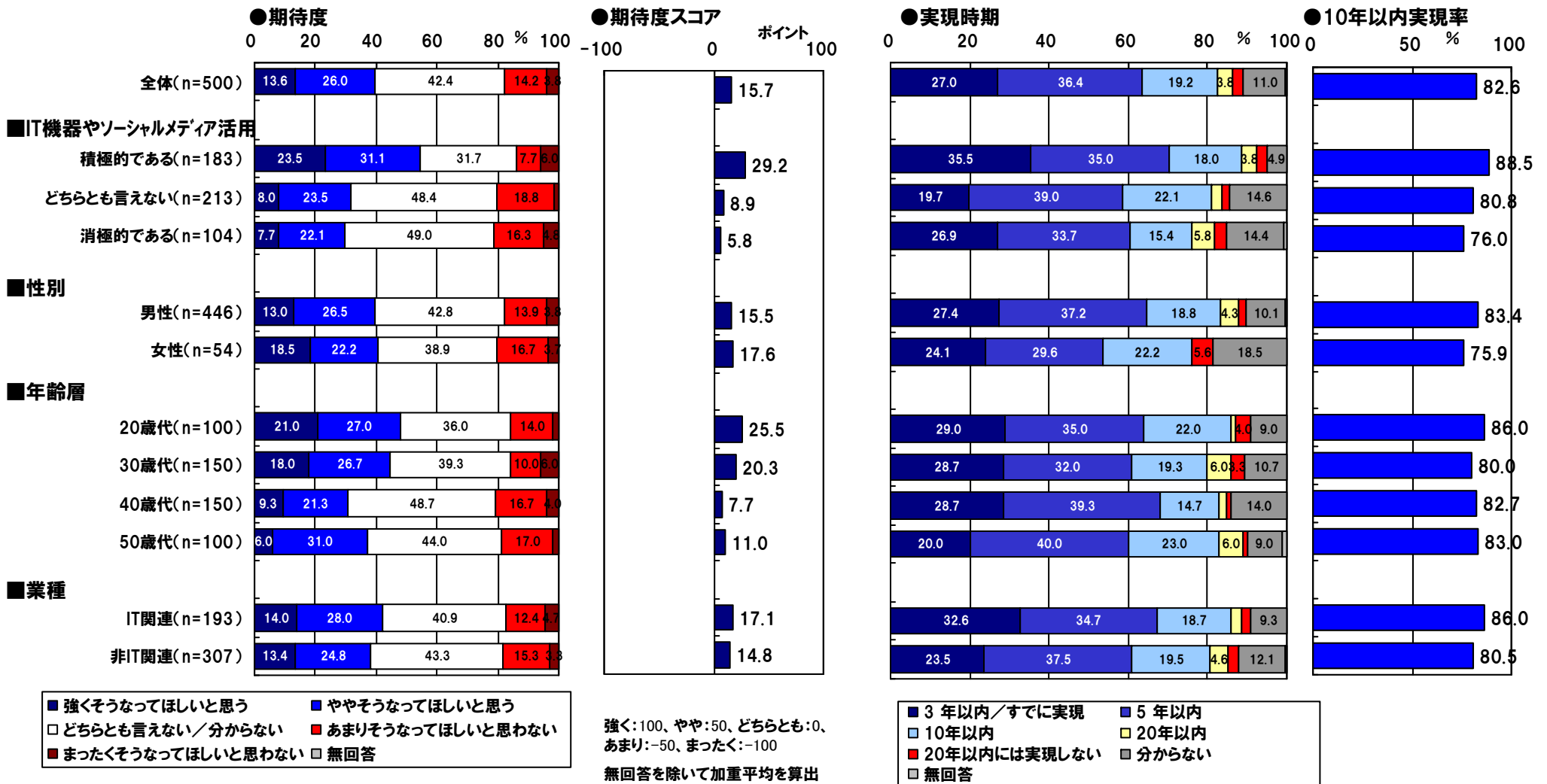


# ■個人のライフスタイルの期待度と実現時期

## 【スPENDシフト】

### 《2.3. インターネット・ショッピングが現在の2倍の規模になる》

◆そうなってほしいとの期待度は、IT機器利用に積極的な層が29.2ポイントと高い。年齢層別に見ると、20歳代と30歳代で20ポイントを超えて高く、40歳代が7.7ポイントと低い。10年以内実現率は75%を超えており、高い。



■ 強くそうなってほしいと思う ■ ややそうなってほしいと思う  
 □ どちらとも言えない/分からない ■ あまりそうなってほしいと思わない  
 ■ まったくそうなってほしいと思わない □ 無回答

強く:100、やや:50、どちらとも:0、  
 あまり:-50、まったく:-100  
 無回答を除いて加重平均を算出

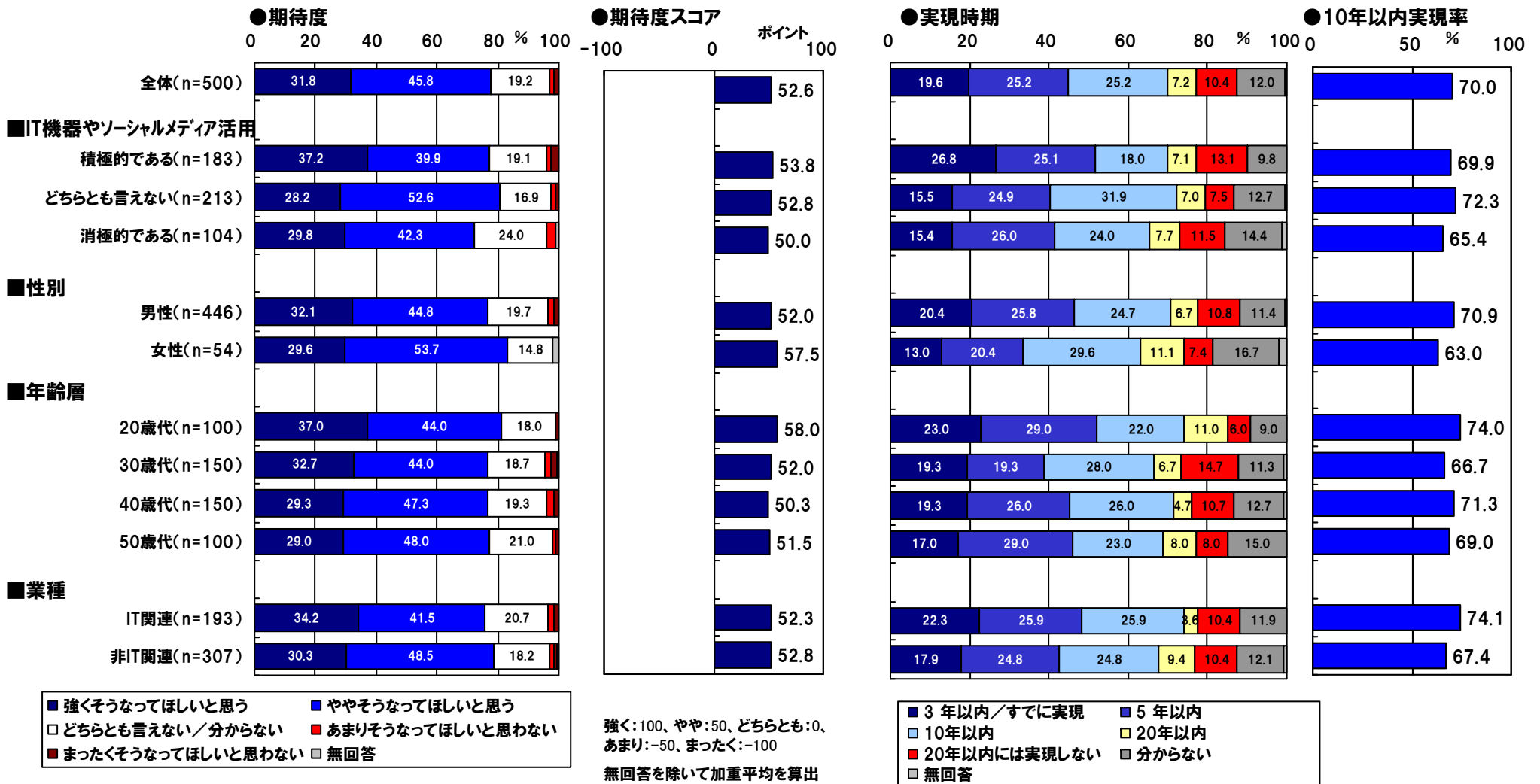
■ 3年以内/すでに実現 ■ 5年以内  
 ■ 10年以内 ■ 20年以内  
 ■ 20年以内には実現しない ■ 分からない  
 □ 無回答

# ■個人のライフスタイルの期待度と実現時期

【エコ】

《2\_4. 同様の商品があった場合、環境に配慮した商品を選んで購入することが当たり前になる》

- ◆ そうなってほしくないとの回答が少なく、期待度はどの層でも50ポイント以上である。
- ◆ 10年以内実現率も、どの層でも60%を超えており、高い。

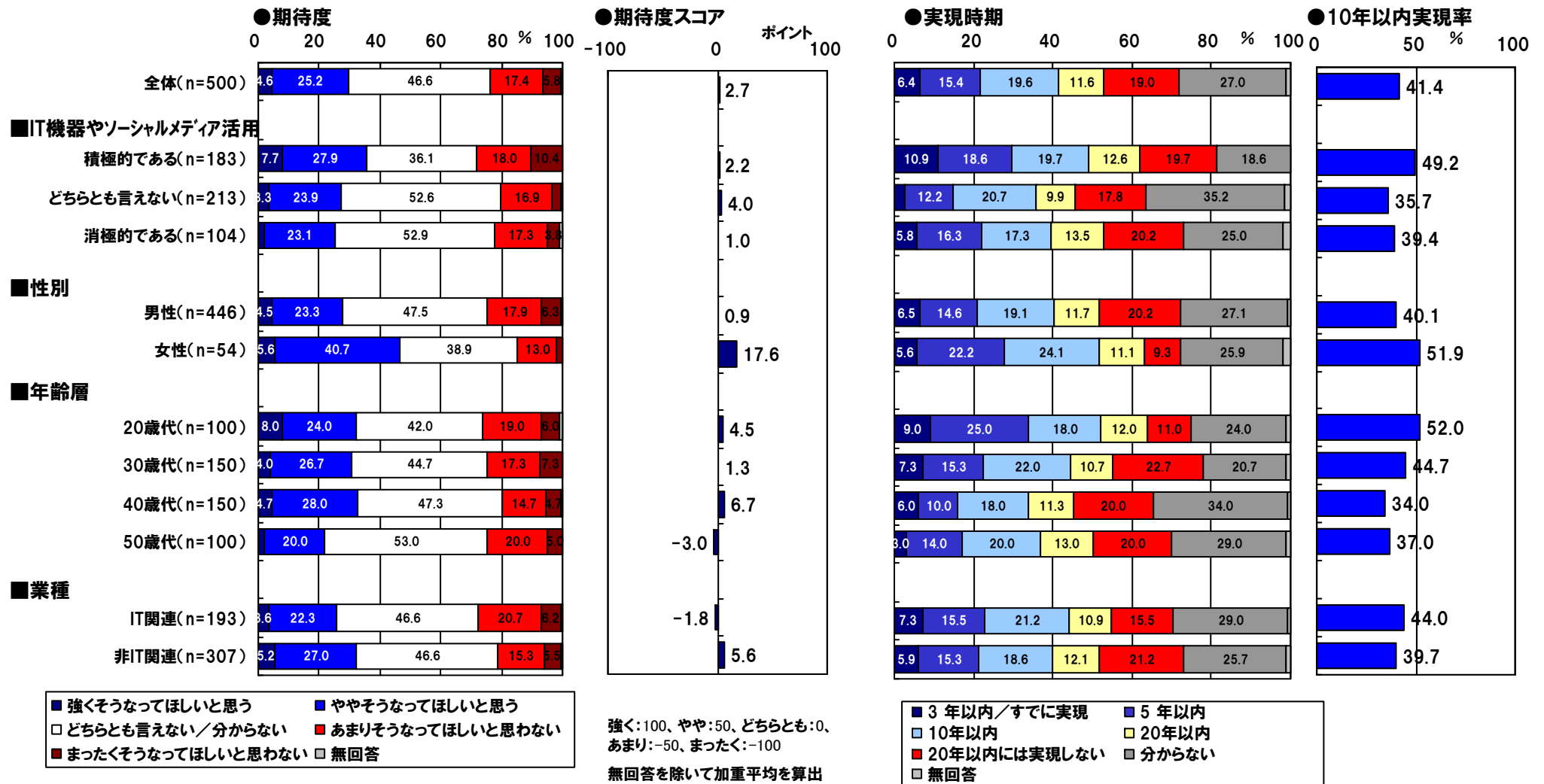


# ■個人のライフスタイルの期待度と実現時期

## 【利用／共有指向】

《2.5. 多くの分野で、モノを自分で購入・保有するよりも、共同で利用することが一般的になる》

- ◆期待度が高いのは、17.6ポイントの女性層である。年齢層別では、50歳代だけがマイナスで-3.0ポイント。
- ◆10年以内実現率を年齢層別に見ると、40歳代と50歳代が40%に届かず、20歳代や30歳代よりも低い。

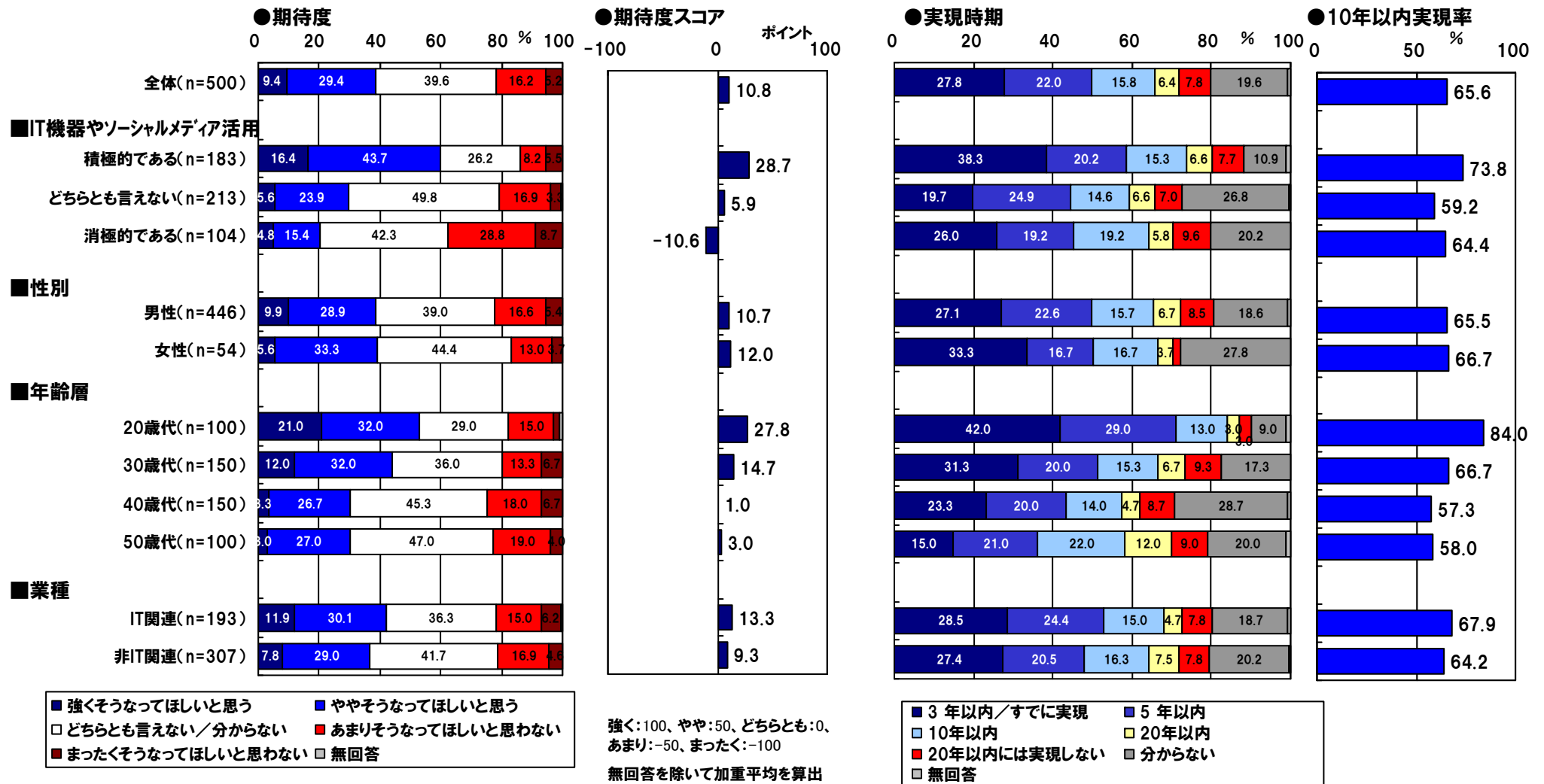


# ■個人のライフスタイルの期待度と実現時期

【利用／共有指向、Public】

《2.6. 自分の考えや知識、行動をネット上でほかの人と共有することが一般的になる》

- ◆IT機器活用が積極的である層は、期待度が28.7ポイントと高く、消極的である層は、-10.6ポイントと低い。
- ◆年齢層別は期待度も実現率も20歳代が最も高く、次いで30歳代、50歳代、きん差で最低が40歳代。



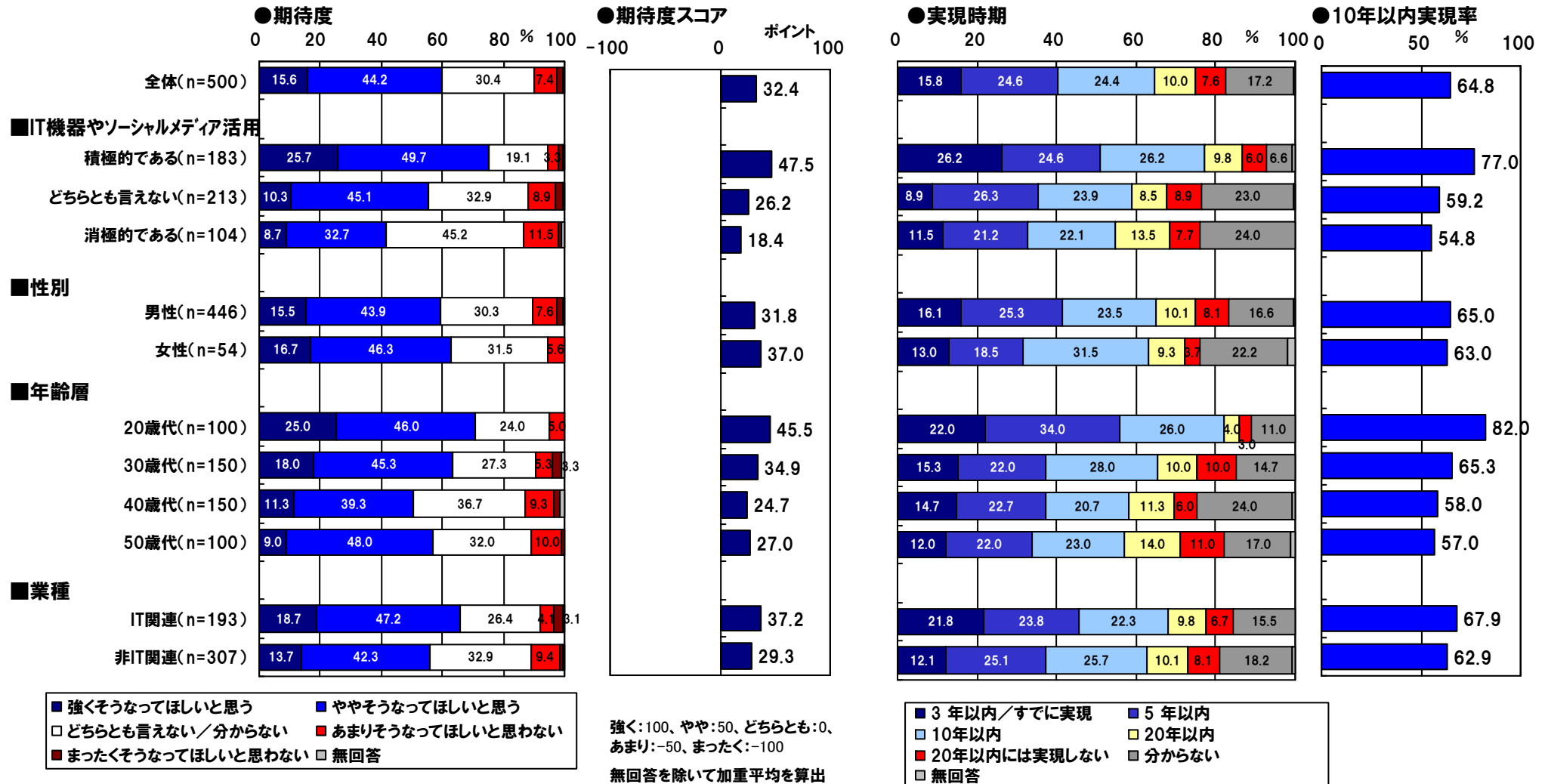


# ■個人のライフスタイルの期待度と実現時期

【利用／共有指向、Public】

《2.7. 普通の人々が、ネットを通じて社会活動に参加したり、社会貢献することが一般的になる》

- ◆IT機器活用の区別で見ると、積極的層は期待度が47.5ポイントと高く、消極的層は18.4ポイントと低い。
- ◆10年以内実現率を年齢層別で見ると、20歳代が82.0%と最も高く、年齢層が上がるに従って低くなる。

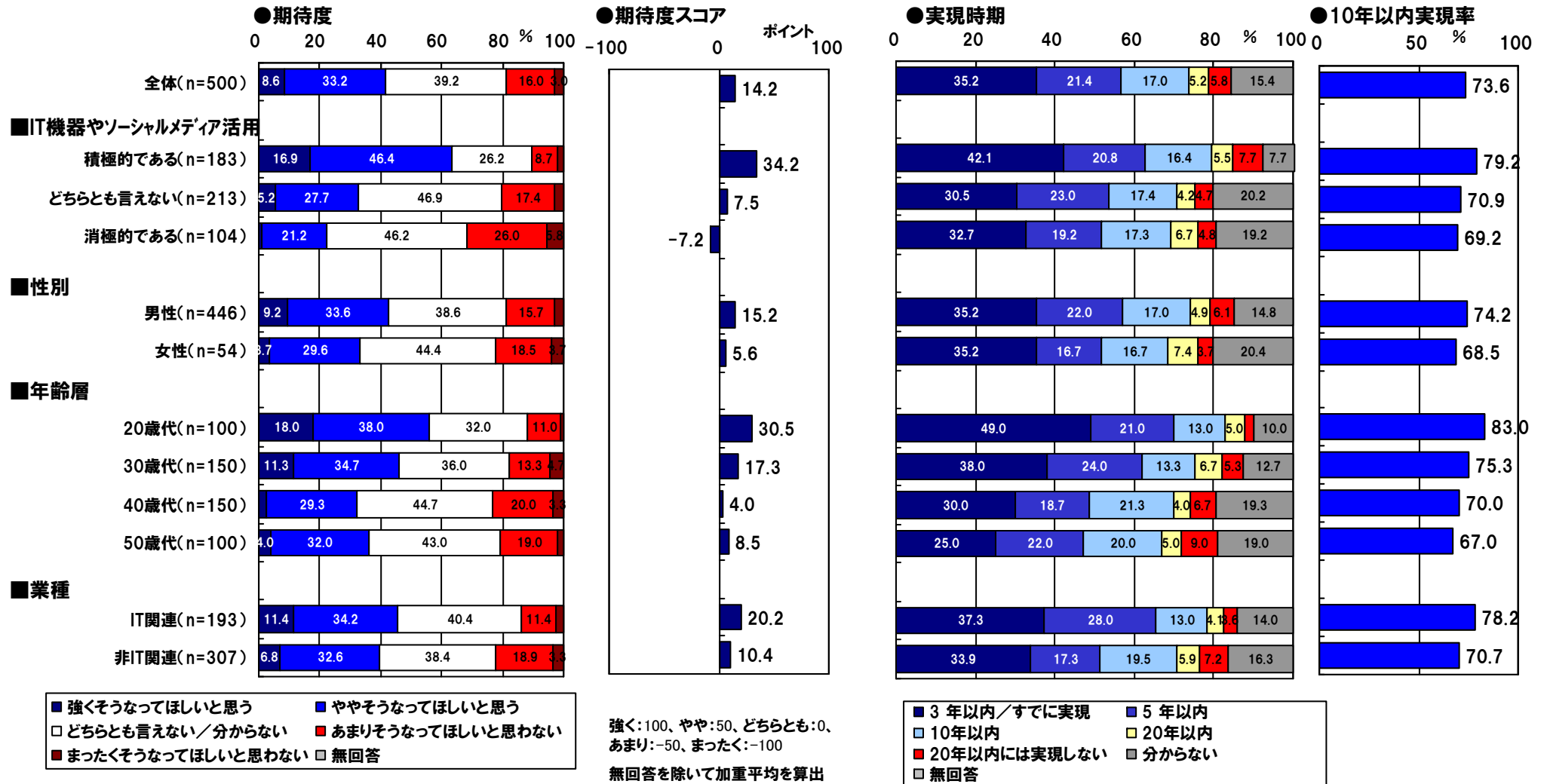


# ■個人のライフスタイルの期待度と実現時期

【利用／共有指向、Public】

≪2.8. 何らかの目的や考えのもとに、ネットを通じて人が集まること becoming general≫

- ◆ そうなしてほしいとの期待度は、IT機器活用積極的層と20歳代で30ポイントを超え、高い。
- ◆ 10年以内実現率はどの層でも65%以上で高い。年齢層別では年齢層が高くなるに従って、実現率が下がる。

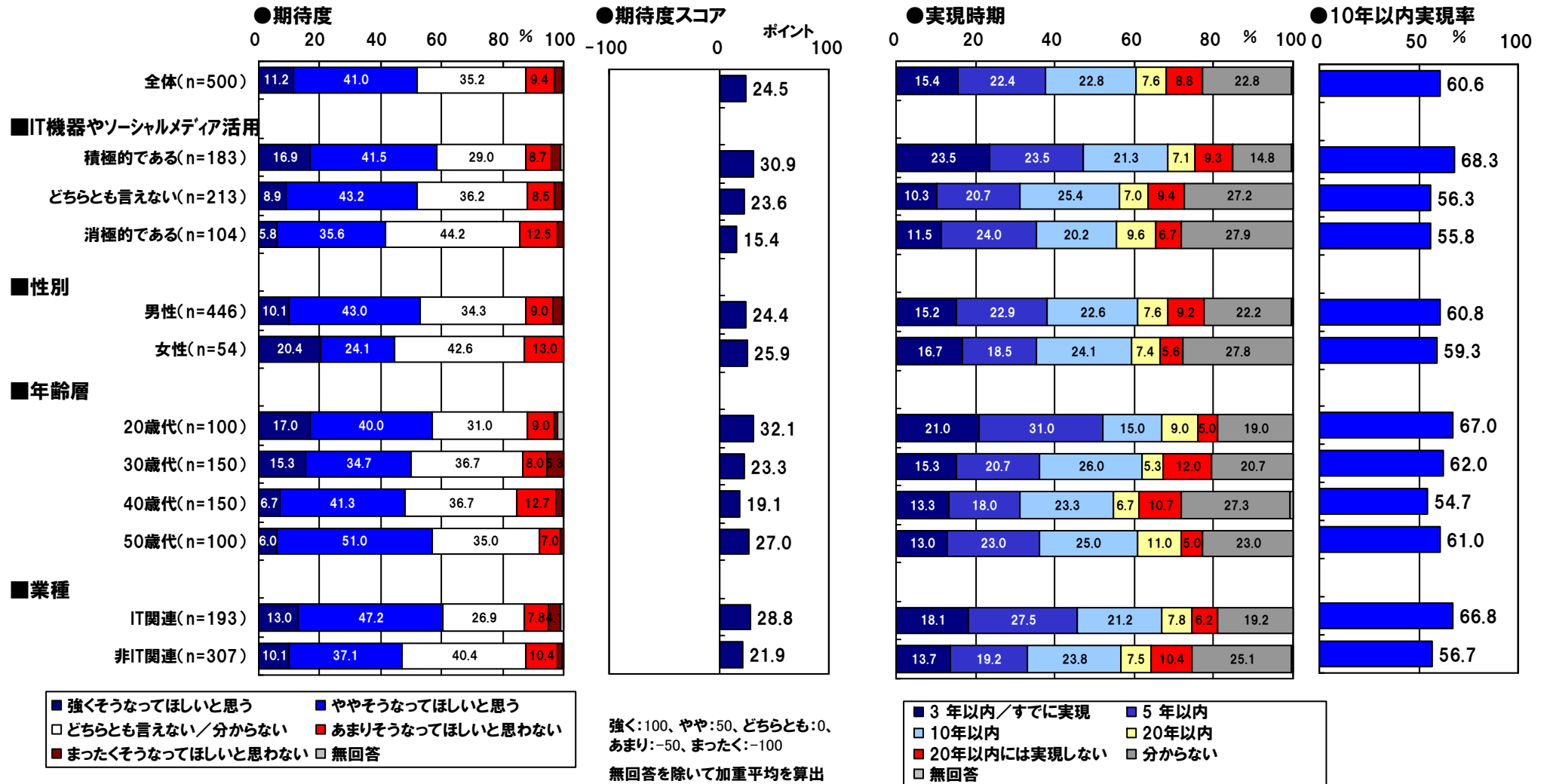


# ■個人のライフスタイルの期待度と実現時期

## 【利用／共有指向、Public】

≪2\_9. 第三者と協業する(共同で何かを作り上げる)ために、その過程や途中段階のものを広く公開することが一般的になる≫

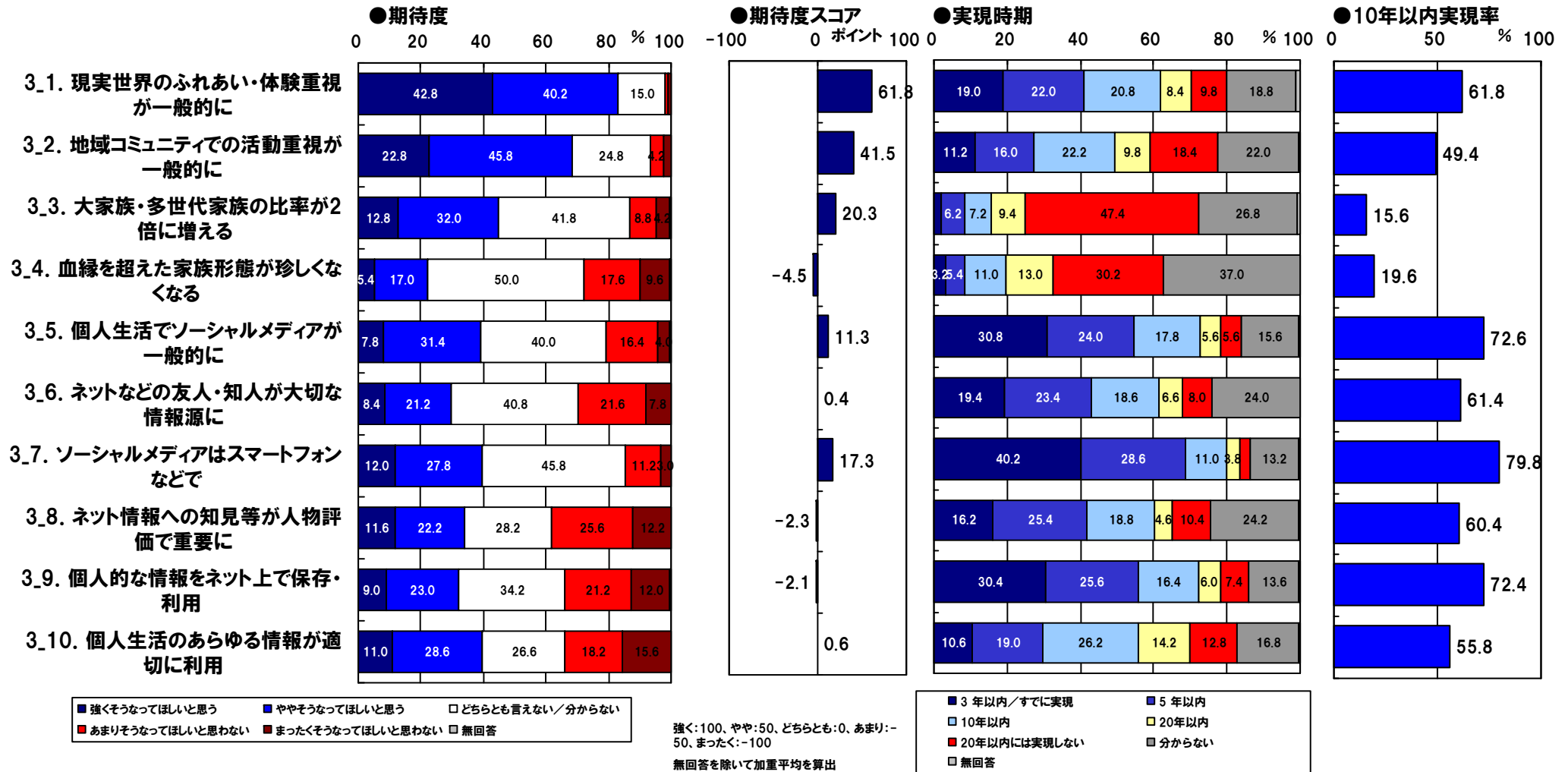
- ◆期待度は、IT機器活用の積極的層では30.9ポイントと高く、消極的層では15.4ポイントと低い。
- ◆業種で見ると、IT関連層が期待度でも10年以内実現率でも非IT関連層よりも高い。



# ■個人のライフスタイルの期待度と実現時期(3/3)

◆期待度が高いのは「3\_1. 現実世界のふれあい・体験重視が一般的に」の61.8ポイントである。

◆10年以内実現率が低いのは「3\_3. 大家族・多世代家族の比率が2倍に増える」の15.6%と「3\_4. 血縁を超えた家族形態が珍しくなくなる」の19.6%である。

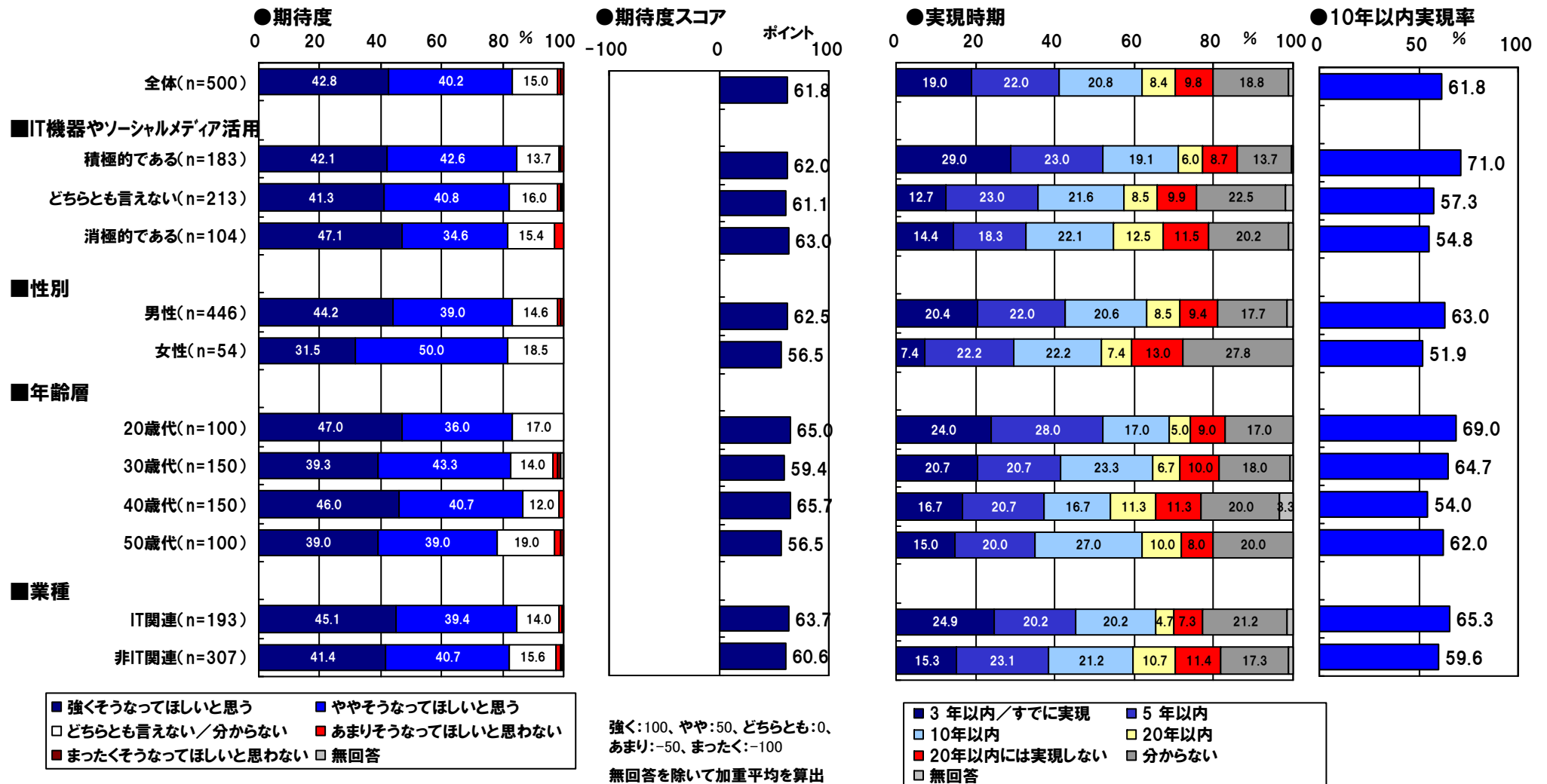


# ■個人のライフスタイルの期待度と実現時期

## 【実体験や本物の価値の追求】

### 《3\_1. 現実の世界におけるふれあいや体験を重視することが一般的になる》

- ◆ そうなしてほしいとの期待度は、それぞれの層別に大きな差はなく、は60ポイント前後で高い。
- ◆ 10年以内実現率は層別に違いがあり、IT機器活用の積極的層、20歳代が70%前後と高い。

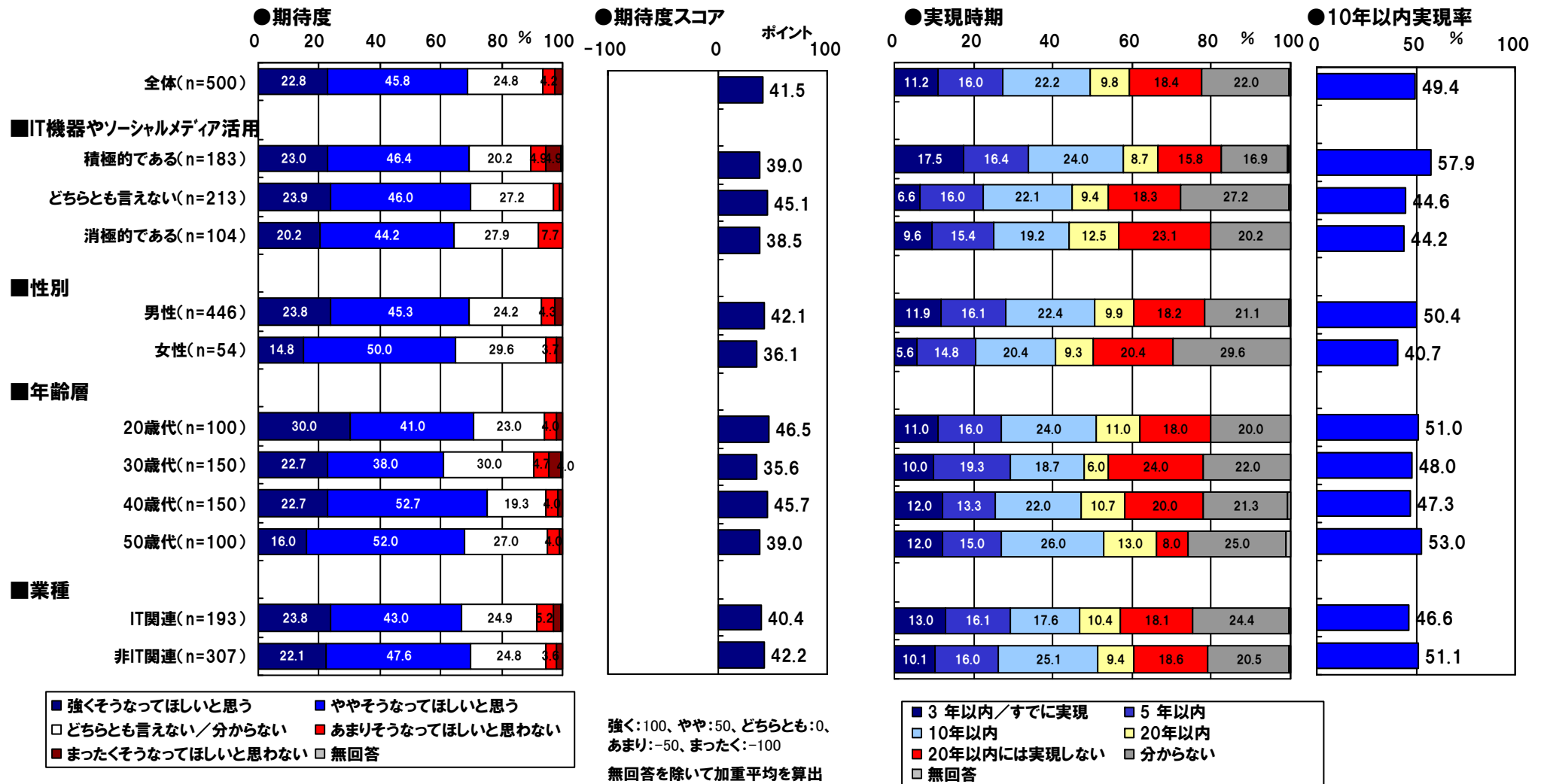


# ■個人のライフスタイルの期待度と実現時期

【実体験や本物の価値の追求】

《3\_2. 地域コミュニティでの活動を重視することが一般的になる》

- ◆年齢層別で期待度は、20歳代と40歳代が45ポイントを超え、30歳代と50歳代よりも高い。
- ◆IT機器活用積極的層は、期待度は39.0ポイントと高くはないが、10年以内実現率は57.9%で最も高い。

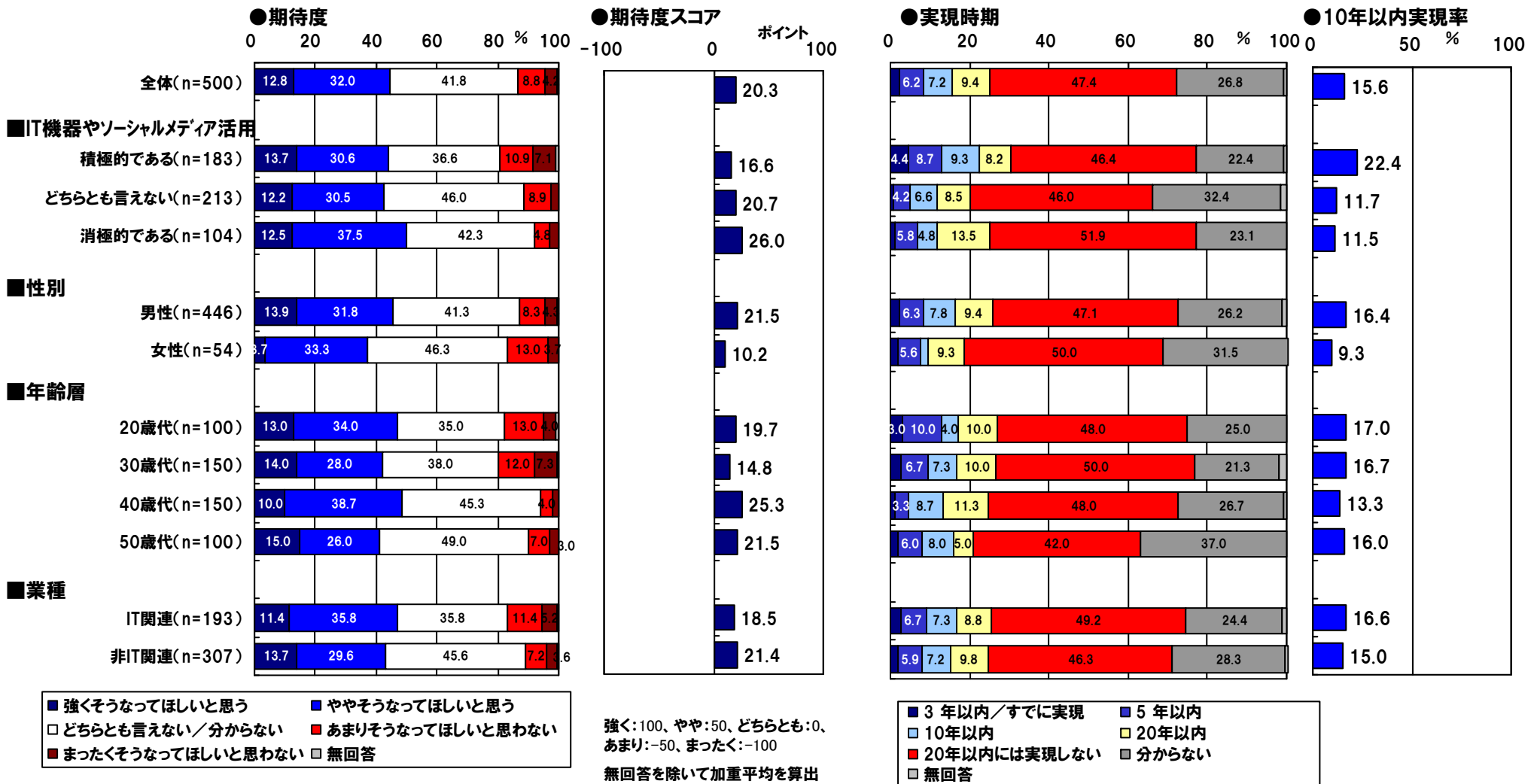


# ■個人のライフスタイルの期待度と実現時期

【多様性】

## 《3\_3. 大家族、多世代家族の比率が現在の2倍に増える》

- ◆IT機器活用別に見ると、消極的である層ほど期待度が高く、10年以内実現率が低い。
- ◆性別で見ると、期待度、10年以内実現率共に、女性層よりも男性層が高い。

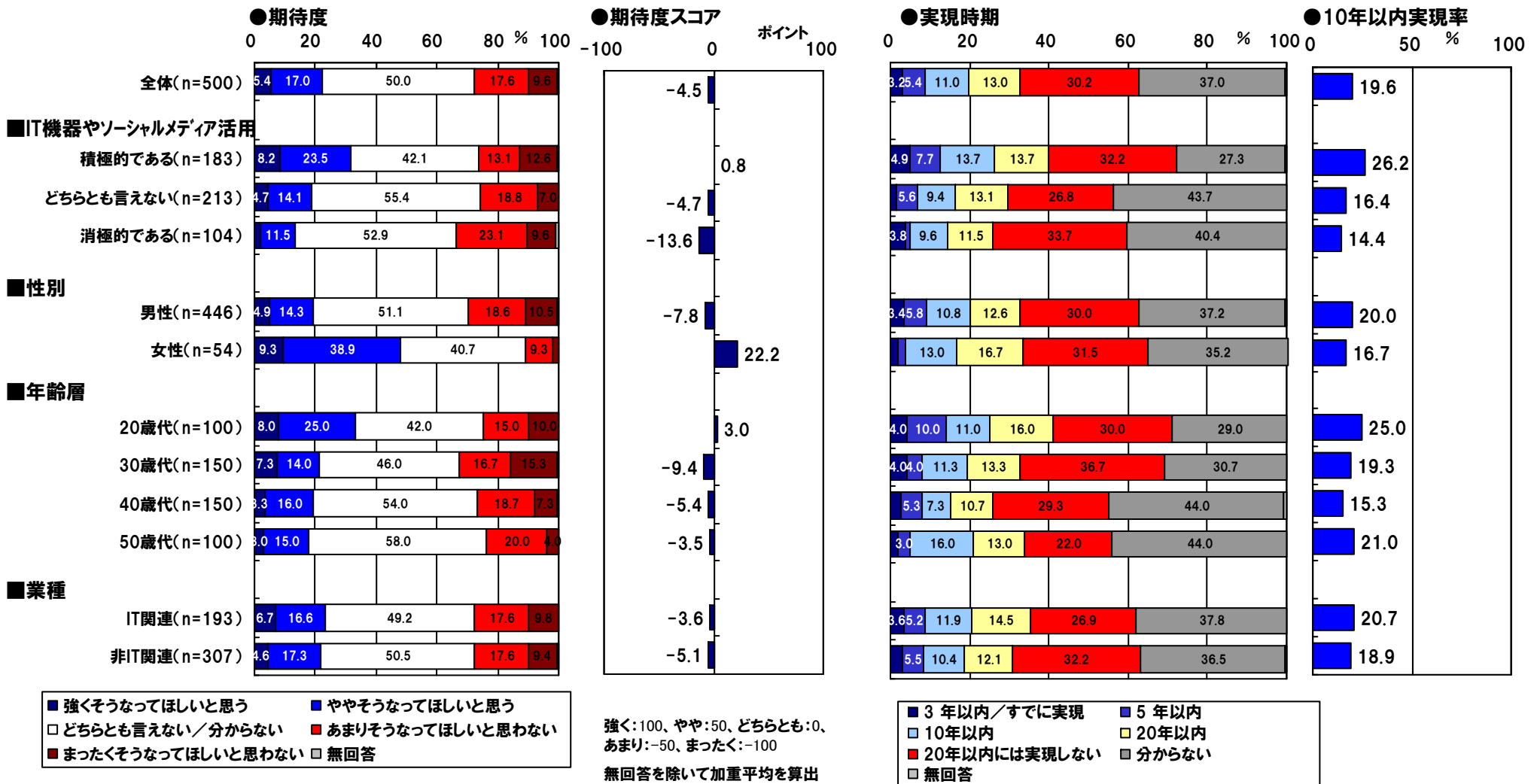


# ■個人のライフスタイルの期待度と実現時期

## 【多様性】

### 《3\_4. 血縁を超えた家族の形態が珍しくなくなる》

◆そうなってほしいとの期待度は、女性層が22.2ポイントとほかの層よりもかなり高い。ただし、10年以内実現率は、男性層が20.0%であるのに対して、女性層は16.7%と低い。年齢層別では、20歳代だけが期待度が高い。



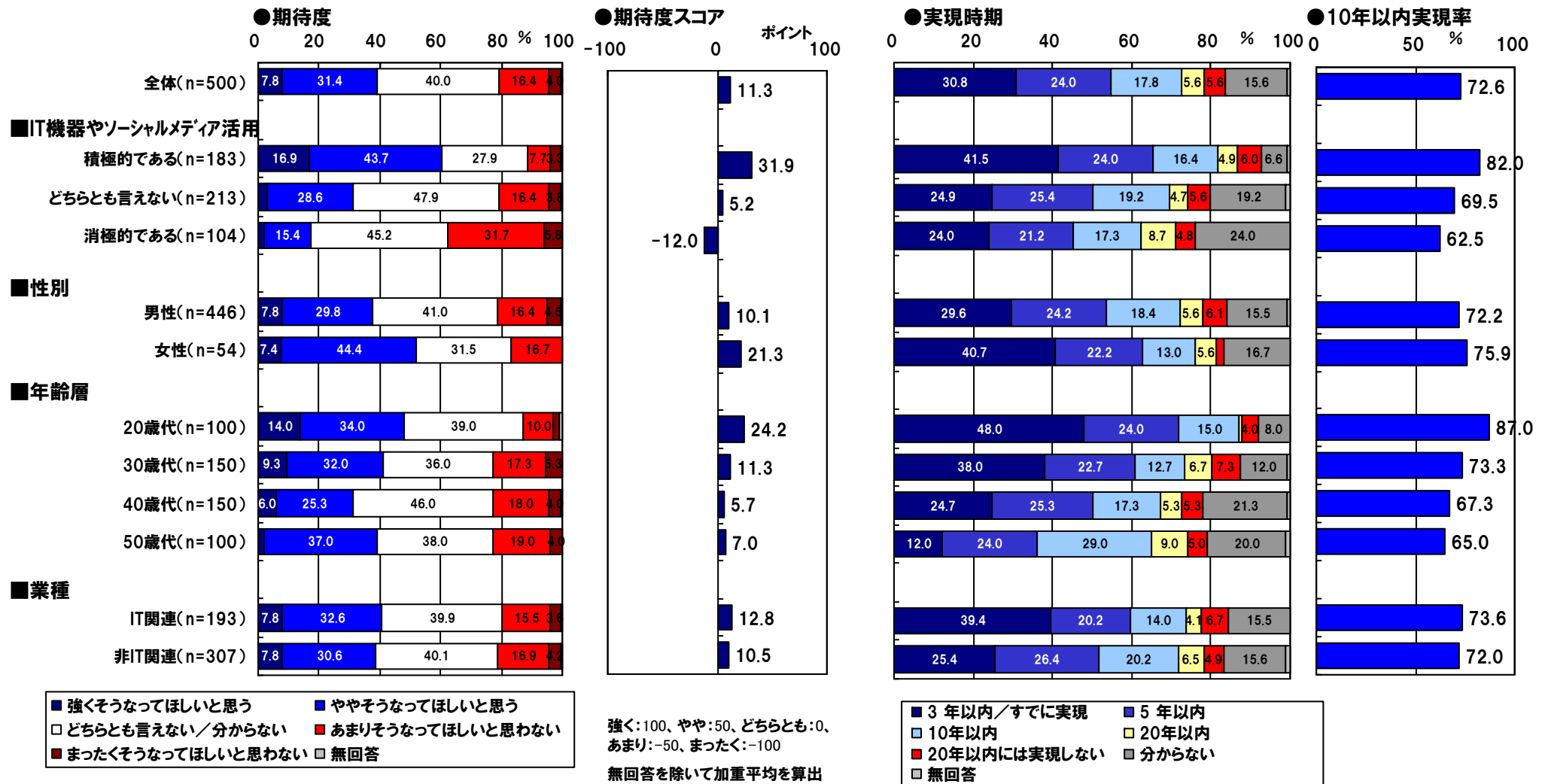


# ■個人のライフスタイルの期待度と実現時期

【新たな情報・知識の流通の仕組み】

## ≪3\_5. 個人の生活の中でソーシャルメディアの活用が一般的になる≫

- ◆年齢層別では、若い世代ほど期待度が高く、10年以内実現率も高い。40歳代と50歳代はほとんど差がない。
- ◆IT機器活用の積極的層は期待度が31.9ポイントと高いが、消極的層は-12.0ポイントと低い。

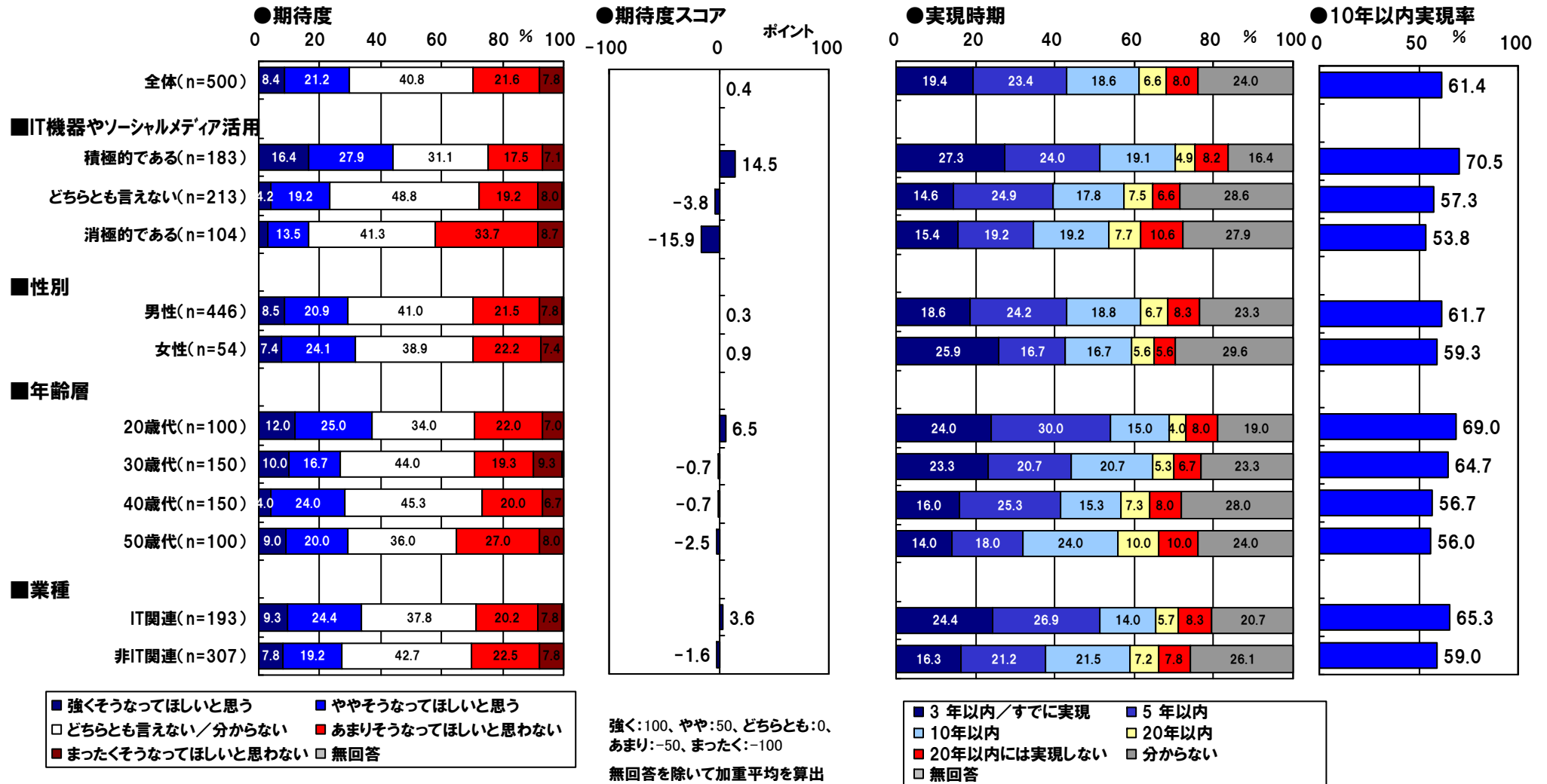


# ■個人のライフスタイルの期待度と実現時期

## 【新たな情報・知識の流通の仕組み】

◀3\_6. マスメディアよりも、ネットやソーシャルグラフ(人間関係やつながりを表したもの)上の友人・知人を大切な情報源とする人が多数を占めるようになる▶

- ◆期待度は、IT機器活用の積極的層で14.5ポイントと高く、消極的層で-15.9ポイントと低い。
- ◆年齢層別の期待度は、20歳代がプラスであるのに対し、その他の3層がマイナスである。

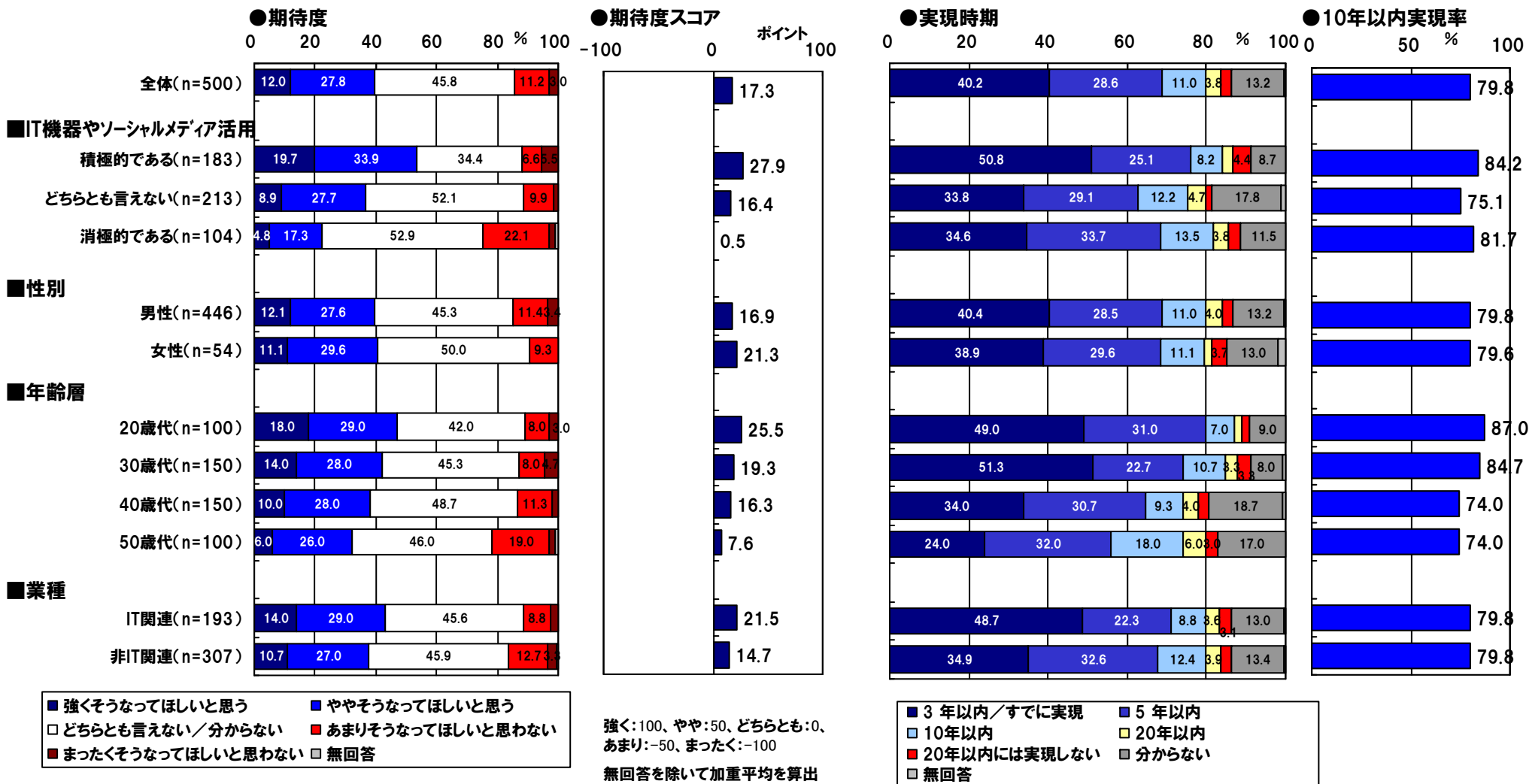


# ■個人のライフスタイルの期待度と実現時期

## 【新たな情報・知識の流通の仕組み】

≪3\_7. ソーシャルメディアは、PCよりもスマートフォンやタブレット端末などを通じて使うことが普通になる≫

◆IT機器活用が積極的であるほど、年齢層は若いほど、期待度が高い。業種別に見ると、期待度はIT関連層の方が非IT関連層より高いが、実現率は79.8%で同じ。ただし、「3年以内/すでに実現」はIT関連群の方が多い。



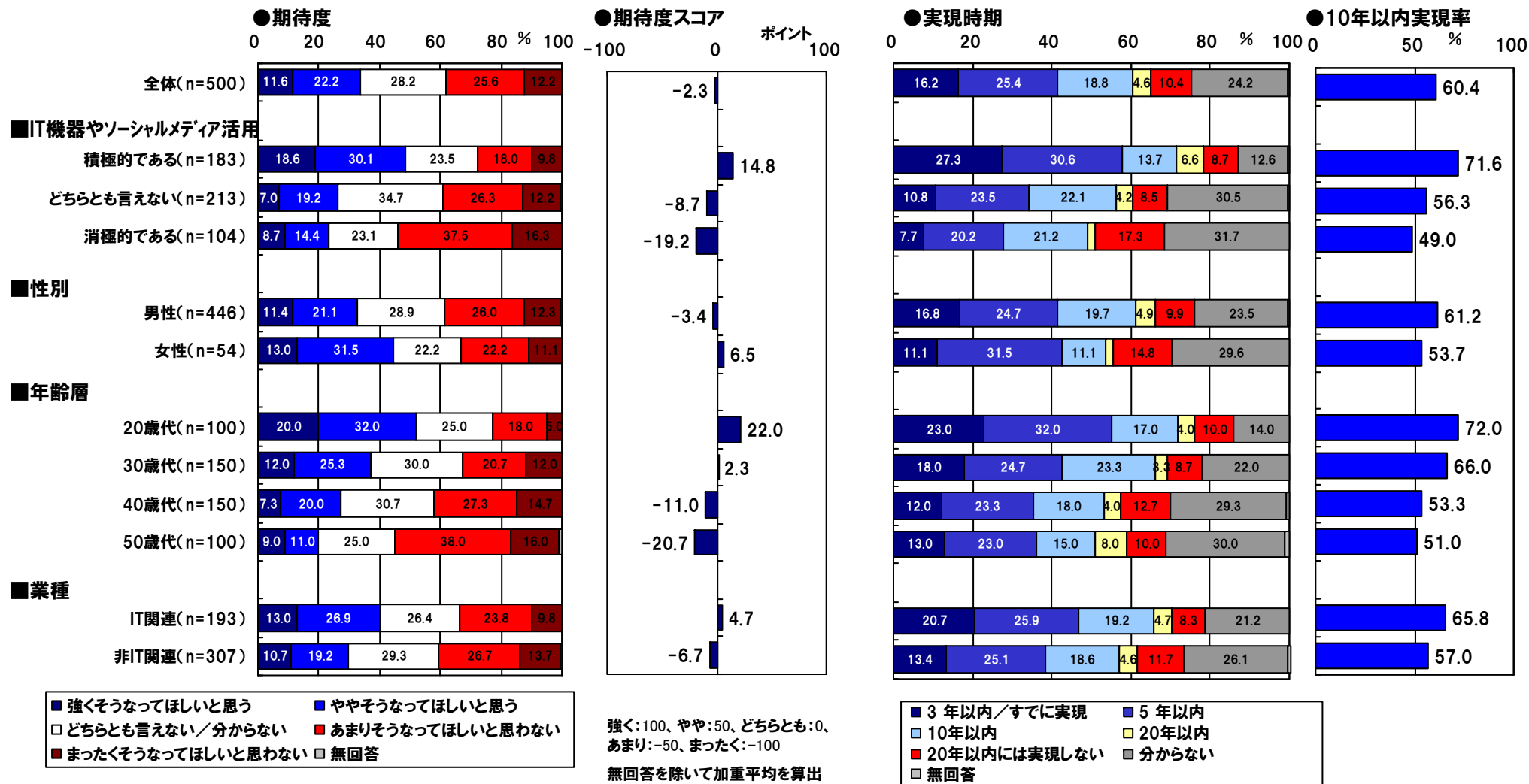
# ■個人のライフスタイルの期待度と実現時期

## 【新たな情報・知識の流通の仕組み】

《3\_8. ネット上の情報やサービスに対する知見、的確な判断・対応力が、人物評価の重要なポイントになる》

◆期待度と10年以内実現率共に、IT機器活用が積極的であるほど、年齢が若いほど、数値が高い。

◆業種別では、IT関連群の方が非IT関連群よりも、期待度が高く、実現率も高い。



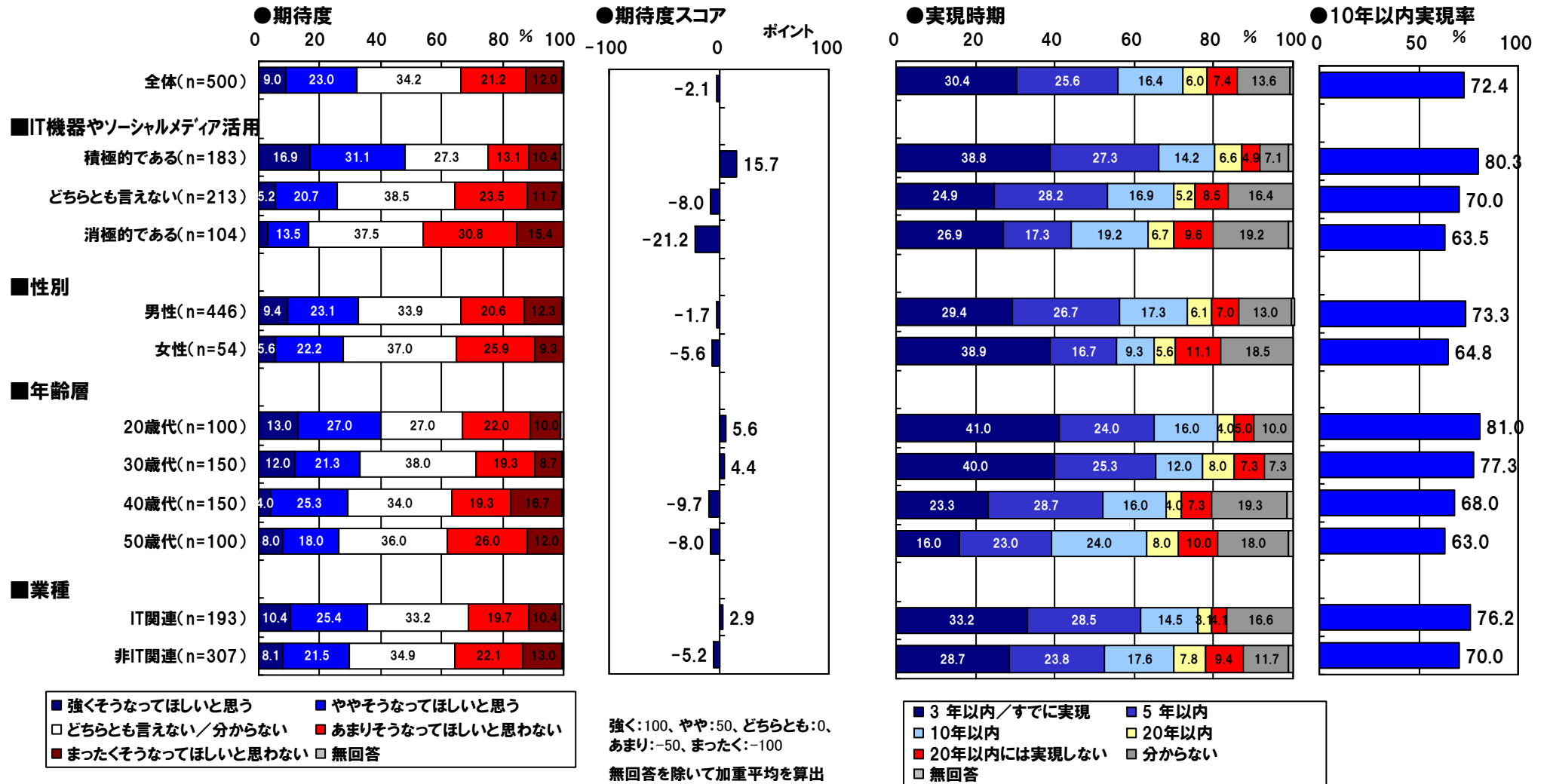
# ■個人のライフスタイルの期待度と実現時期

## 【新たな情報・知識の流通の仕組み、クラウド】

《3\_9. 個人的な情報(写真・映像、ファイルなど)も、その多くをネット上に保存し利用するのが一般的になる》

◆ そうなしてほしいとの期待度を見ると、20歳代と30歳代はプラス、40歳代と50歳代がマイナスである。

◆ 期待度は、IT機器活用の積極的層が15.7ポイントと高いのに対して、消極的層は-21.2ポイントと低い。

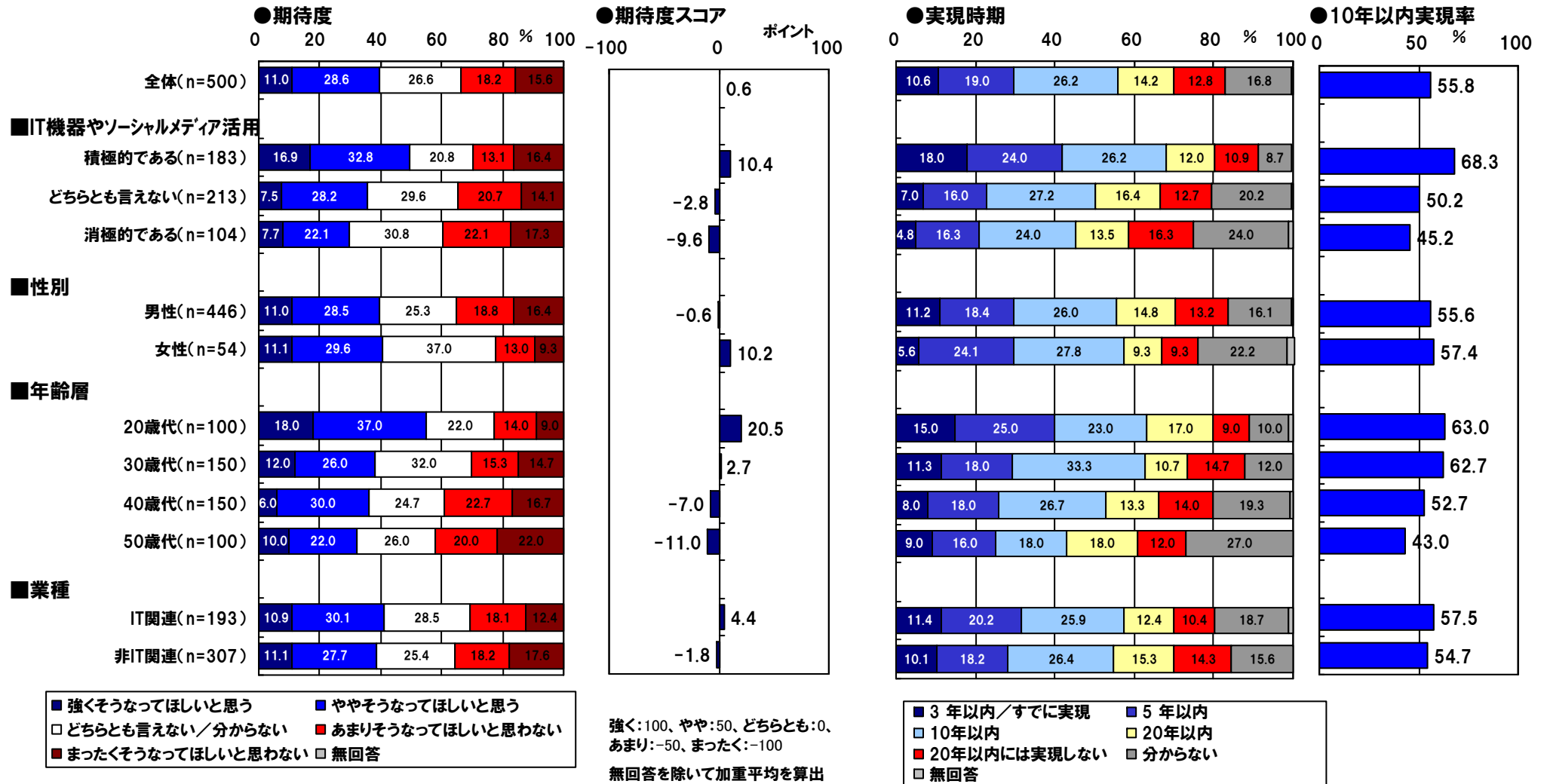


# ■個人のライフスタイルの期待度と実現時期

## 【新たな情報・知識の流通の仕組み、センサーネットワーク】

◀3\_10. 個人の生活におけるあらゆる情報が集められ、それらが結びついて、自ら利用したり、行政や企業が適切に利用することが一般的になる▶

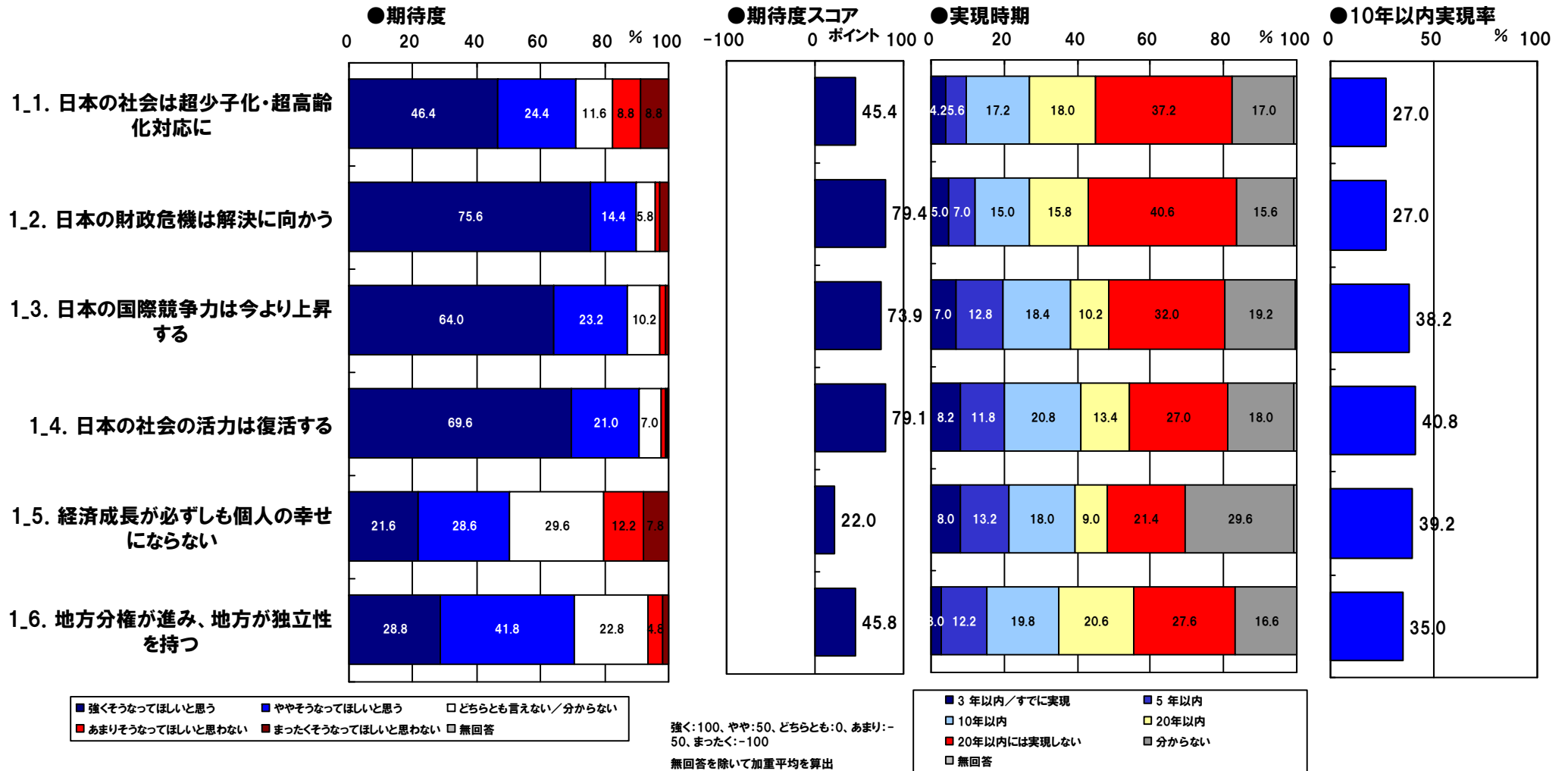
◆期待度を年齢層別に見ると、20歳代で20.5ポイントと高く、年代を経るに従って数値が下がり、50歳代では-11.0ポイントである。IT機器活用の積極層は期待度が10.4ポイントと高く、10年以内実現率も68.3%と高い。



# 将来の「出来事や状態」の調査結果 社会編

# ■社会の将来の期待度と実現時期(1/3)

- ◆そうってほしいとの期待度は6項目のうち、「1\_5. 経済成長が必ずしも個人の幸せにならない」だけが22.0ポイントと低い。「1\_2. 日本の財政危機は解決に向かう」など3項目は、70ポイントを超え、大変に高い。
- ◆10年以内実現率は、6項目どれもが50%に届いていない。



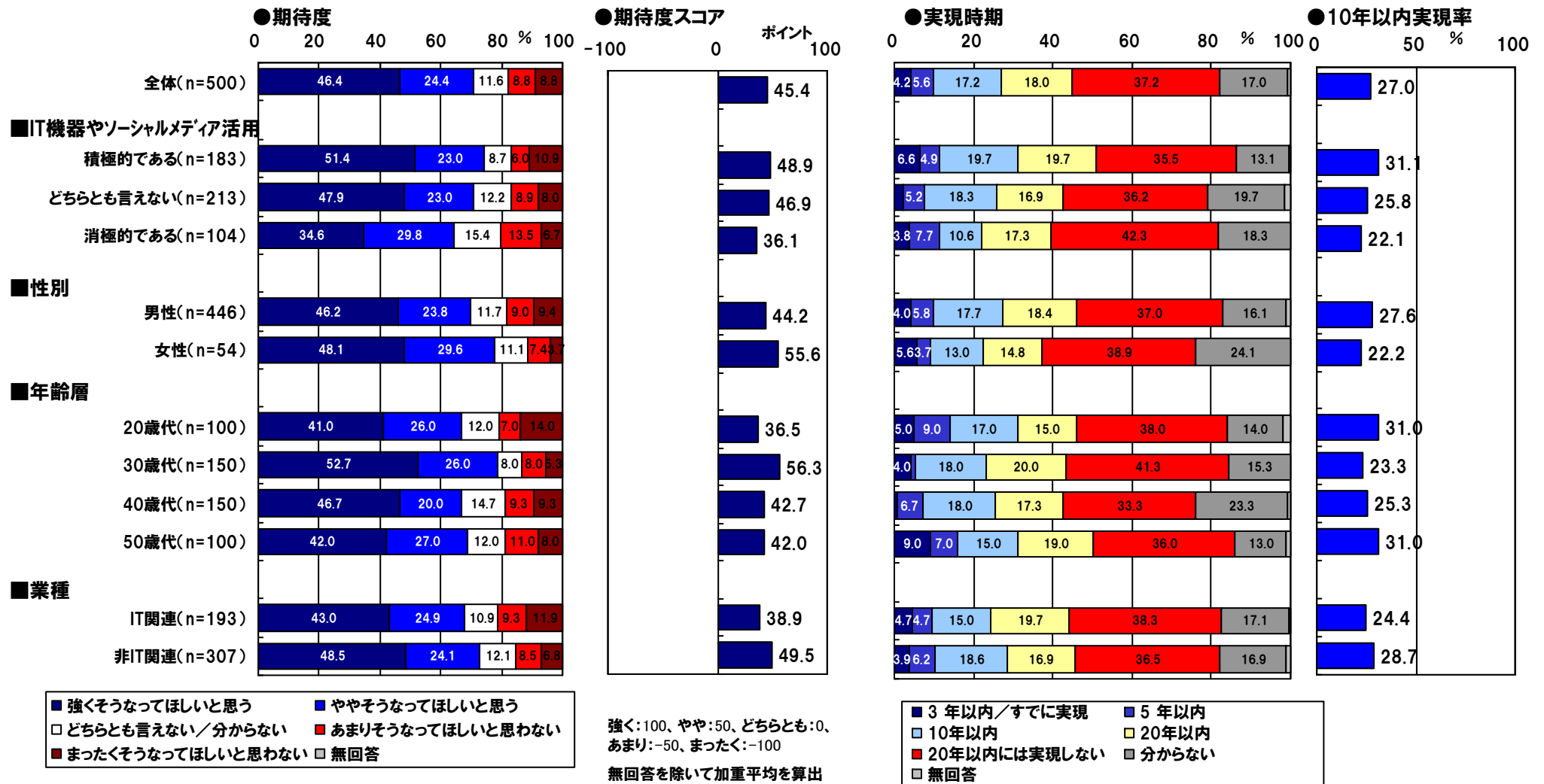


# ■社会の将来の期待度と実現時期

## 【超少子化・高齢化】

### 《1\_1. 日本の社会は、超少子化や超高齢化にふさわしい体制に変わっている》

◆そうなってほしいとの期待度はどの層でも36ポイントから57ポイントの間にあり高いが、10年以内実現率は最高でも31.1%に留まり、低い。



■ 強くそうなってほしいと思う ■ ややそうなってほしいと思う  
 □ どちらとも言えない / 分からない ■ あまりそうなってほしいと思わない  
 ■ まったくそうなってほしいと思わない □ 無回答

強く:100、やや:50、どちらとも:0、  
 あまり:-50、まったく:-100  
 無回答を除いて加重平均を算出

■ 3年以内/すでに実現 ■ 5年以内  
 ■ 10年以内 ■ 20年以内  
 ■ 20年以内には実現しない ■ 分からない  
 ■ 無回答

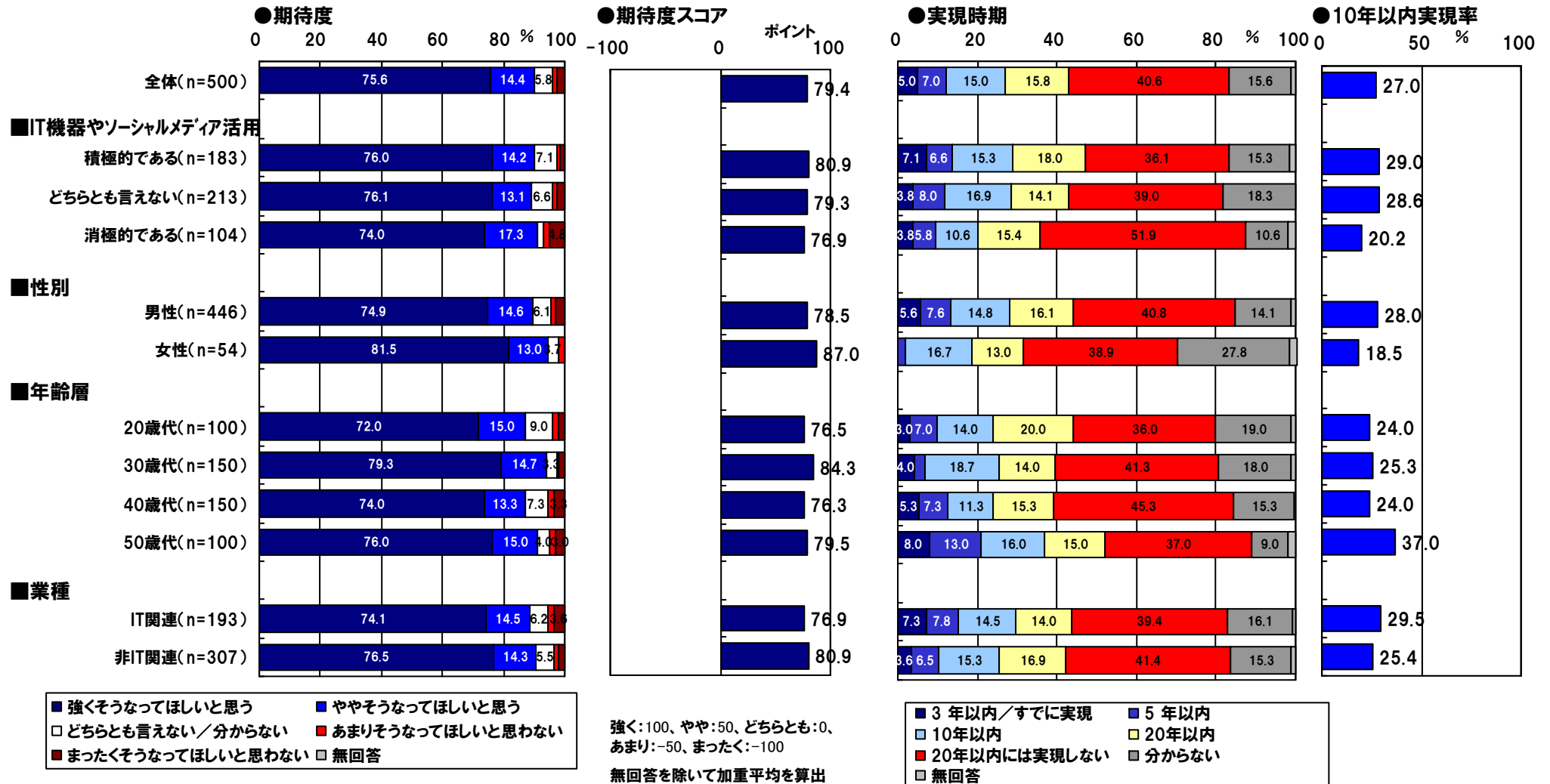
# ■社会の将来の期待度と実現時期

## 【日本の競争力】

### 《1\_2. 日本の財政危機は解決に向かう》

◆期待度は層別の違いは小さくなく、どの層でも76ポイントを超えており、高い。

◆10年以内実現率は、多くの層で20%から30%の間にあり、低い。ただ、50歳代だけが37.0%と高い。



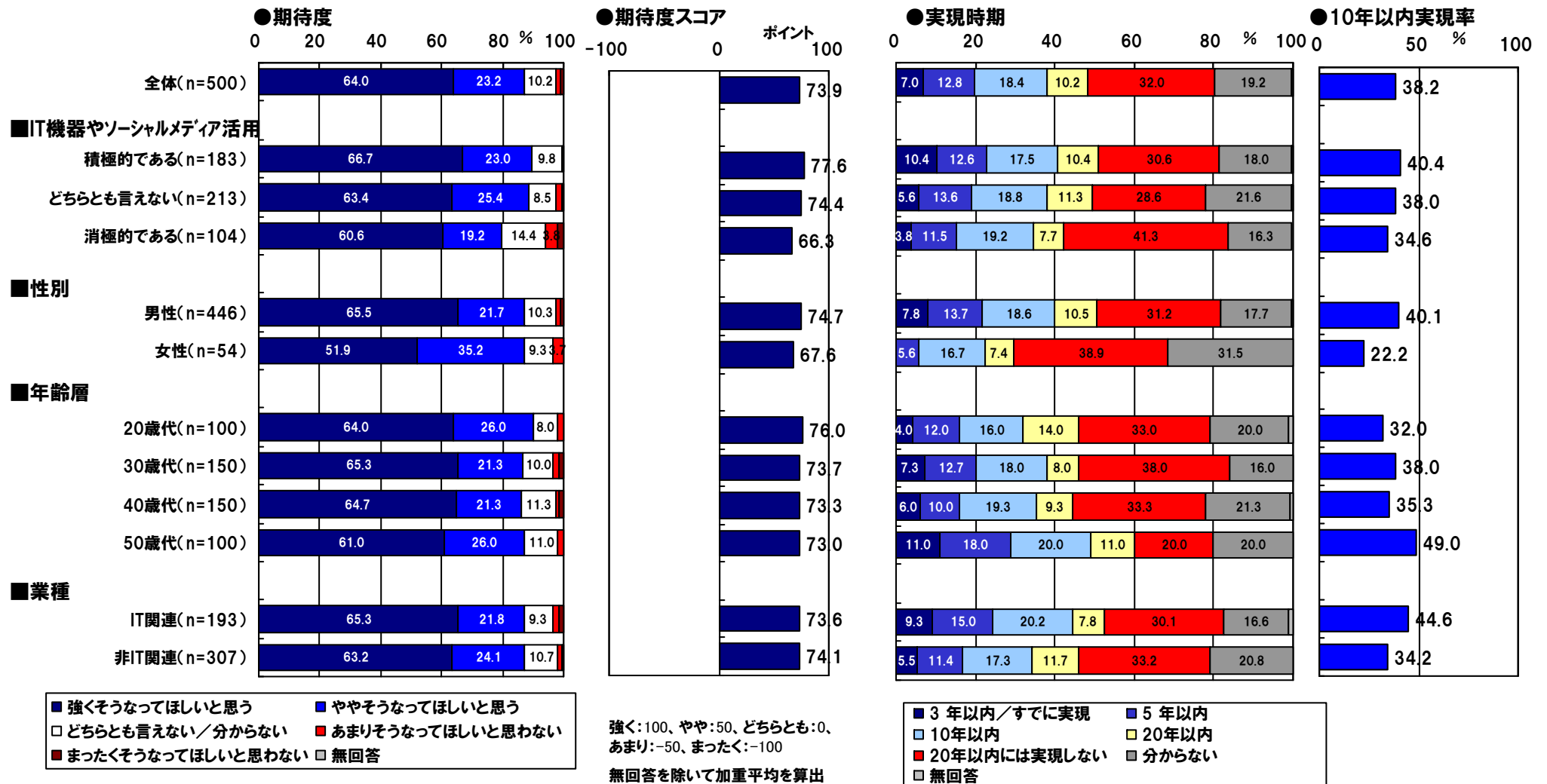
# ■社会の将来の期待度と実現時期

## 【日本の競争力】

### 《1\_3. 日本の国際競争力は今より上昇する》

◆そうなってほしいという期待度は、どの層でも65ポイントを超えており、高い。層別の差は少ない。

◆実現率は、年代別で50歳代が49.0%と高い。業種のIT関連層も44.6%と、非IT関連層の34.2%より高い。



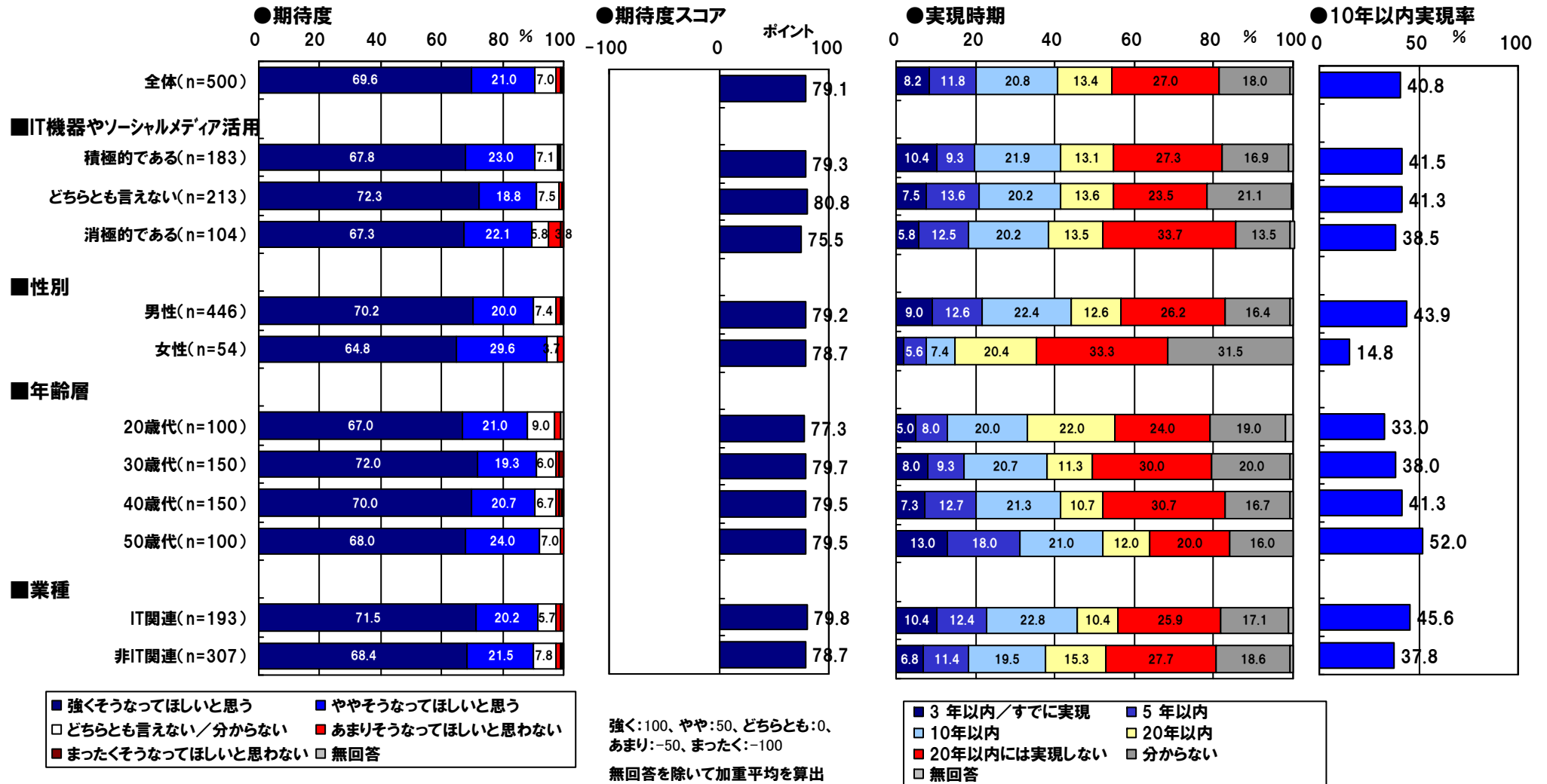
# ■社会の将来の期待度と実現時期

## 【日本の成長性】

### 《1.4. 日本の社会の活力は復活する》

◆どの層でも期待度は75ポイントを超えており、そうなってほしいとの期待は大きい。

◆実現率を年齢層別に見ると、高齢層ほど実現率が大きくなる。女性層が14.8%とほかの層よりも低い。

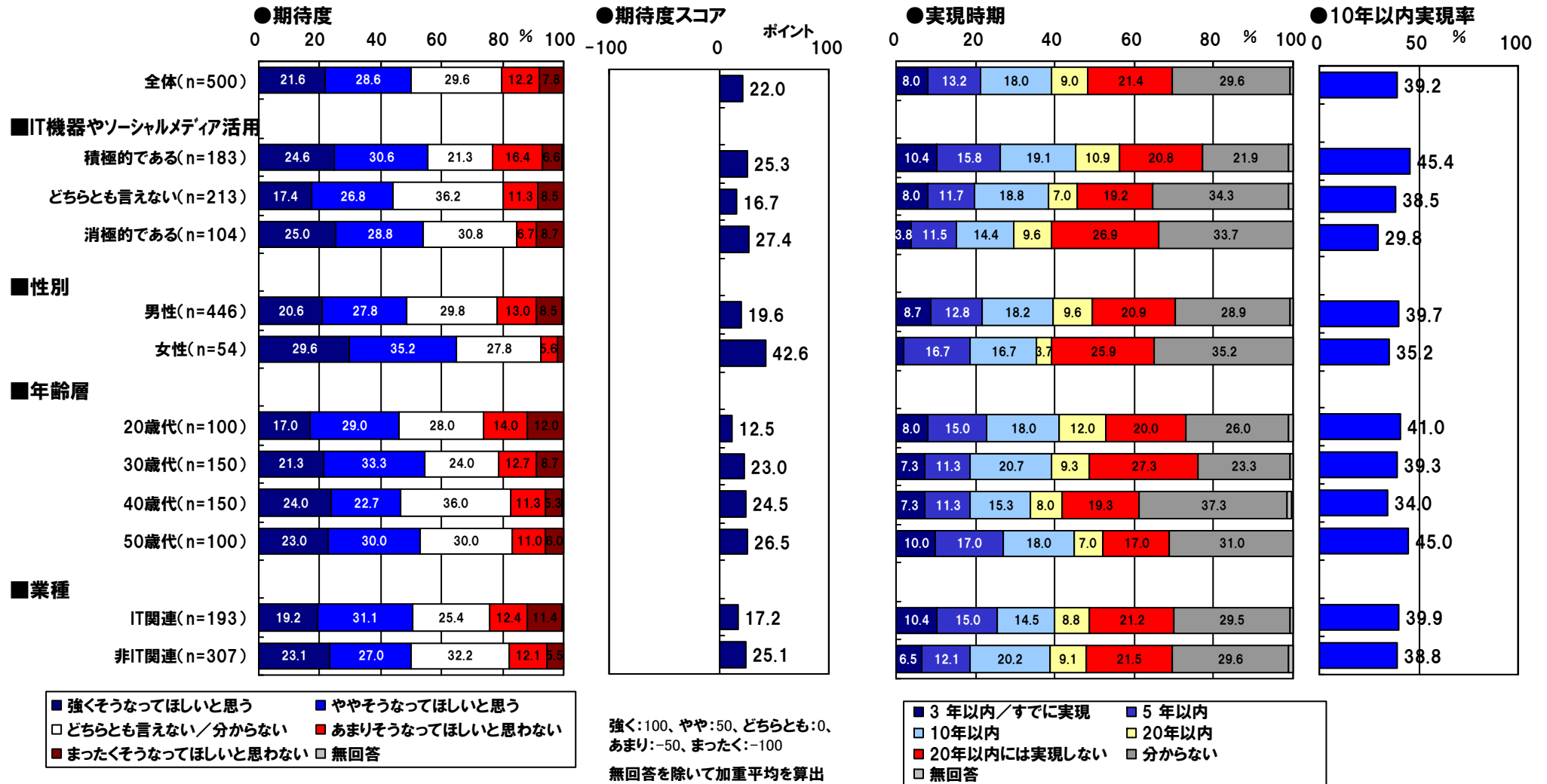


# ■社会の将来の期待度と実現時期

## 【日本の成長性】

### 《1\_5. 「経済の成長が必ずしも個人の幸せにつながらない」との価値観が一般的になる》

- ◆ そうなしてほしいとの期待度は、年齢層別に見ると、20歳代だけが12.5ポイントでほかの3層よりも低い。
- ◆ 期待度は女性が42.6ポイントで、男性の19.6ポイントよりもかなり大きい。実現率は女性が男性よりも小さい。



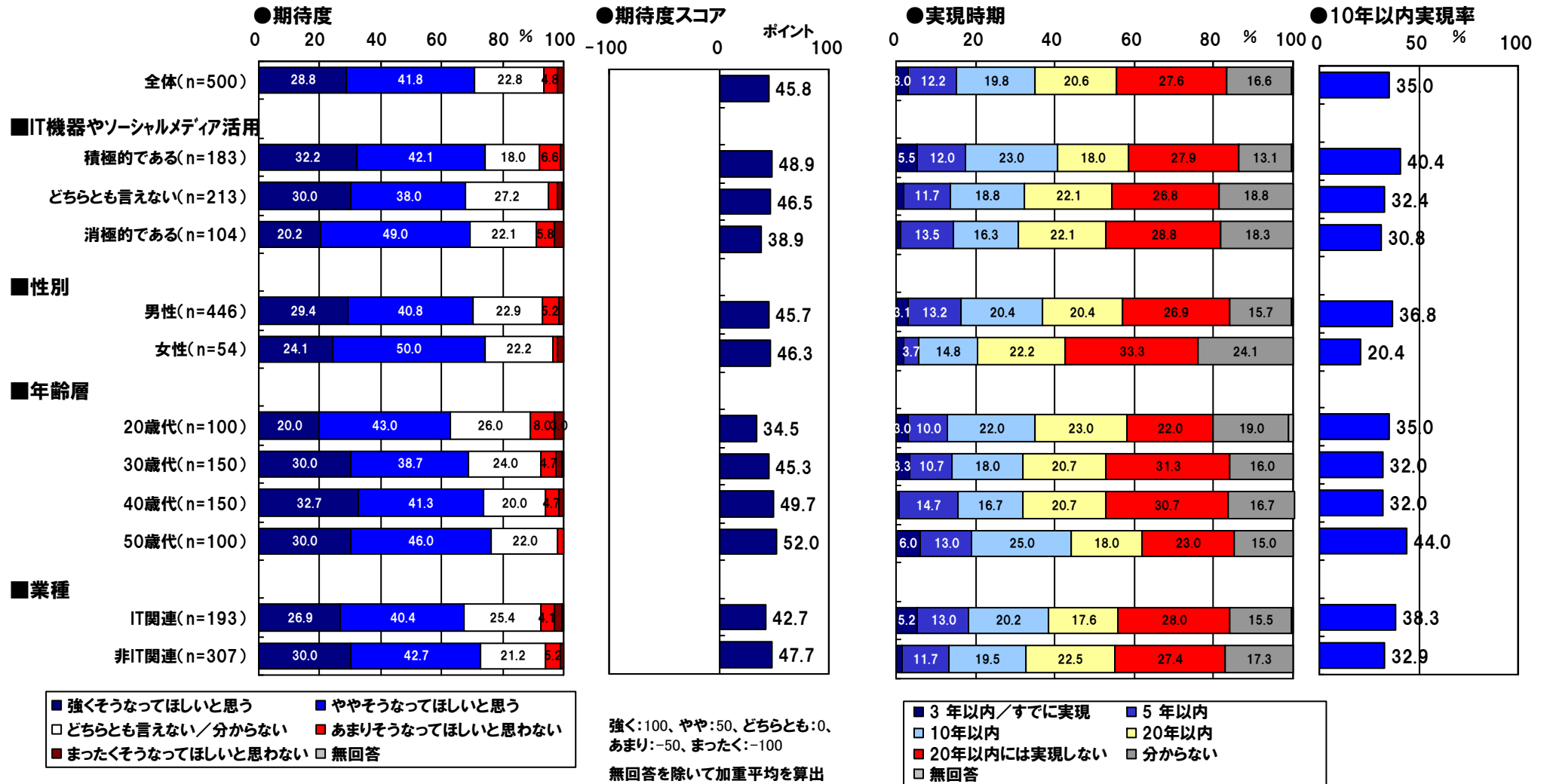
# ■社会の将来の期待度と実現時期

## 【地方分権(脱一極集中)】

### 《1\_6. 日本の社会で、地方分権が進み、さまざまな分野で地方が独立性を持っている》

◆年齢層別に期待度を見ると、年齢層が上がるにつれて期待度が大きくなる。

◆10年以内実現率は、30歳代と40歳代が32.0%で低く、50歳代が44.0%で最も大きい。



■ 強くそうなってほしいと思う ■ ややそうなってほしいと思う  
 □ どちらとも言えない/分からない ■ あまりそうなってほしいと思わない  
 ■ まったくそうなってほしいと思わない □ 無回答

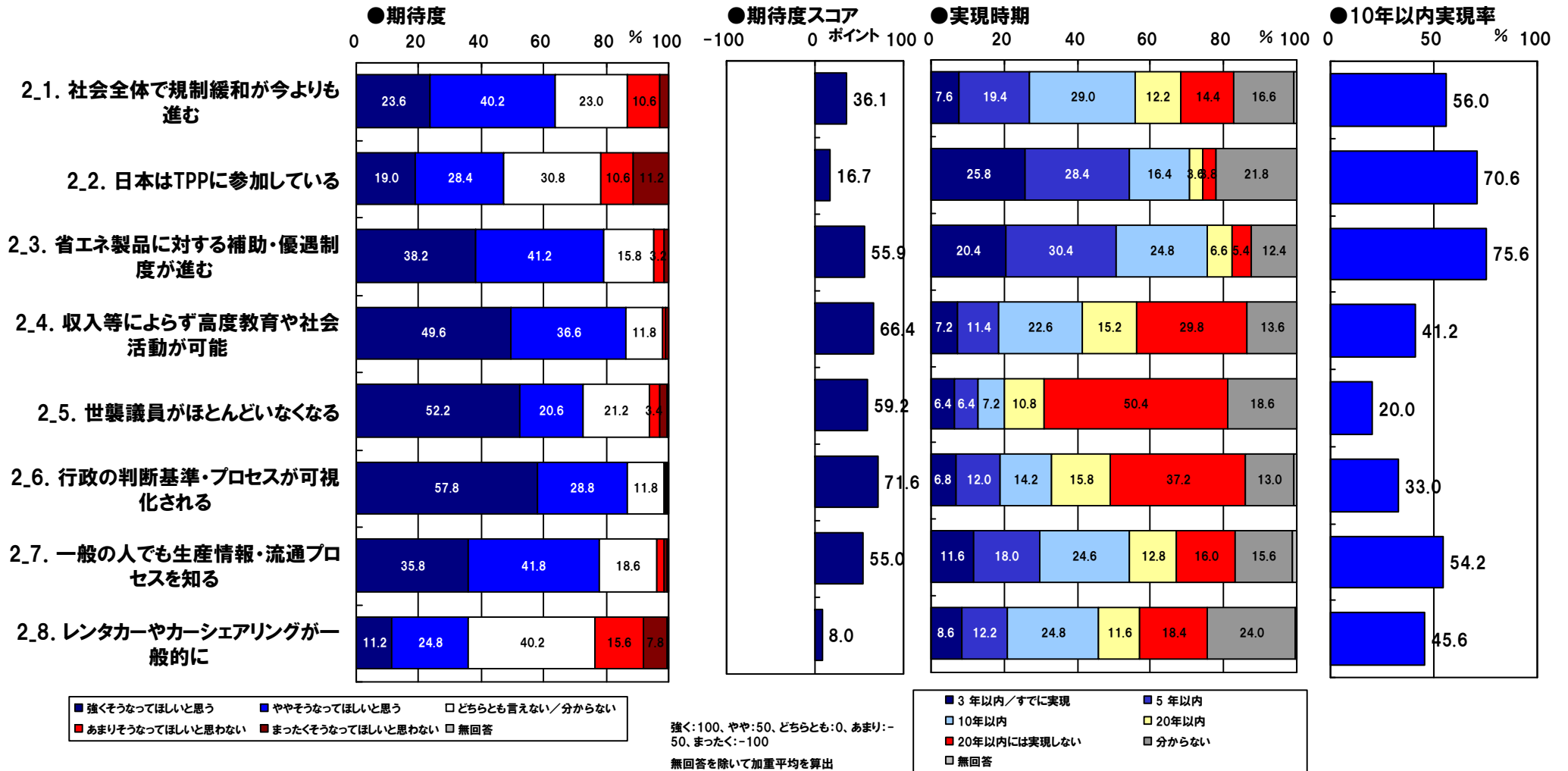
強く:100、やや:50、どちらとも:0、  
 あまり:-50、まったく:-100  
 無回答を除いて加重平均を算出

■ 3年以内/すでに実現 ■ 5年以内  
 ■ 10年以内 ■ 20年以内  
 ■ 20年以内には実現しない ■ 分からない  
 ■ 無回答

# ■社会の将来の期待度と実現時期(2/3)

◆期待度が低いのは、「2\_8. レンタカーやカーシェアリングが一般的に」と「2\_2. 日本はTPPに参加している」の2項目である。

◆「2\_5. 世襲議員がほとんどいなくなる」は10年以内実現率が20.0%で、ほかの7項目よりもたいへんに低い。

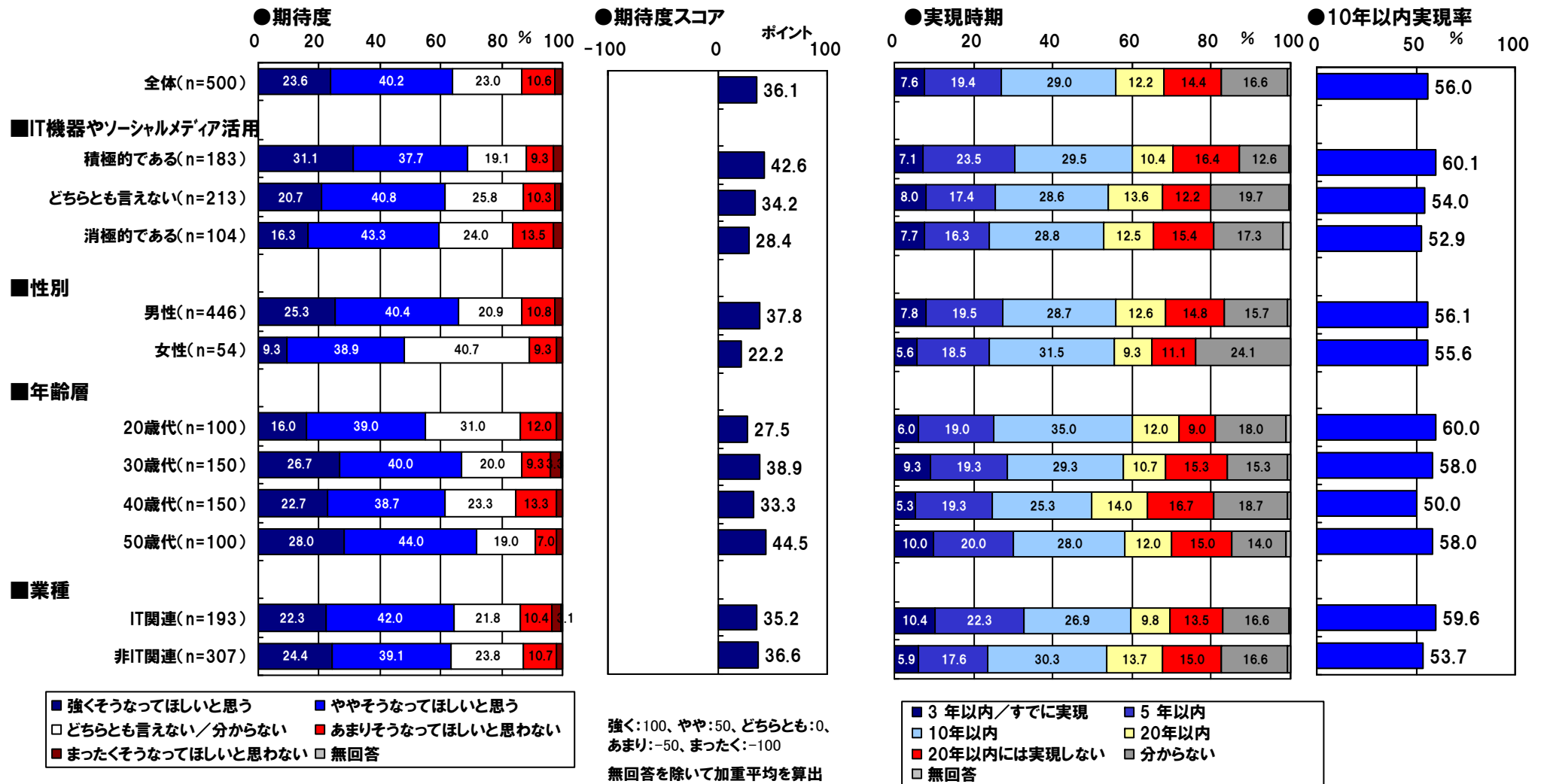


# ■社会の将来の期待度と実現時期

【公平性、機会均等】

## 《2.1. 社会全体で規制緩和が今よりも進んだ状態になる》

- ◆ そうなしてほしいとの期待度は、IT機器活用積極的層が42.6ポイントと高く、消極的層が28.4ポイントと低い。
- ◆ 年齢では、50歳代が44.5ポイントと高く、40歳代と30歳代が35ポイント前後、20歳代が27.5ポイントと低い。



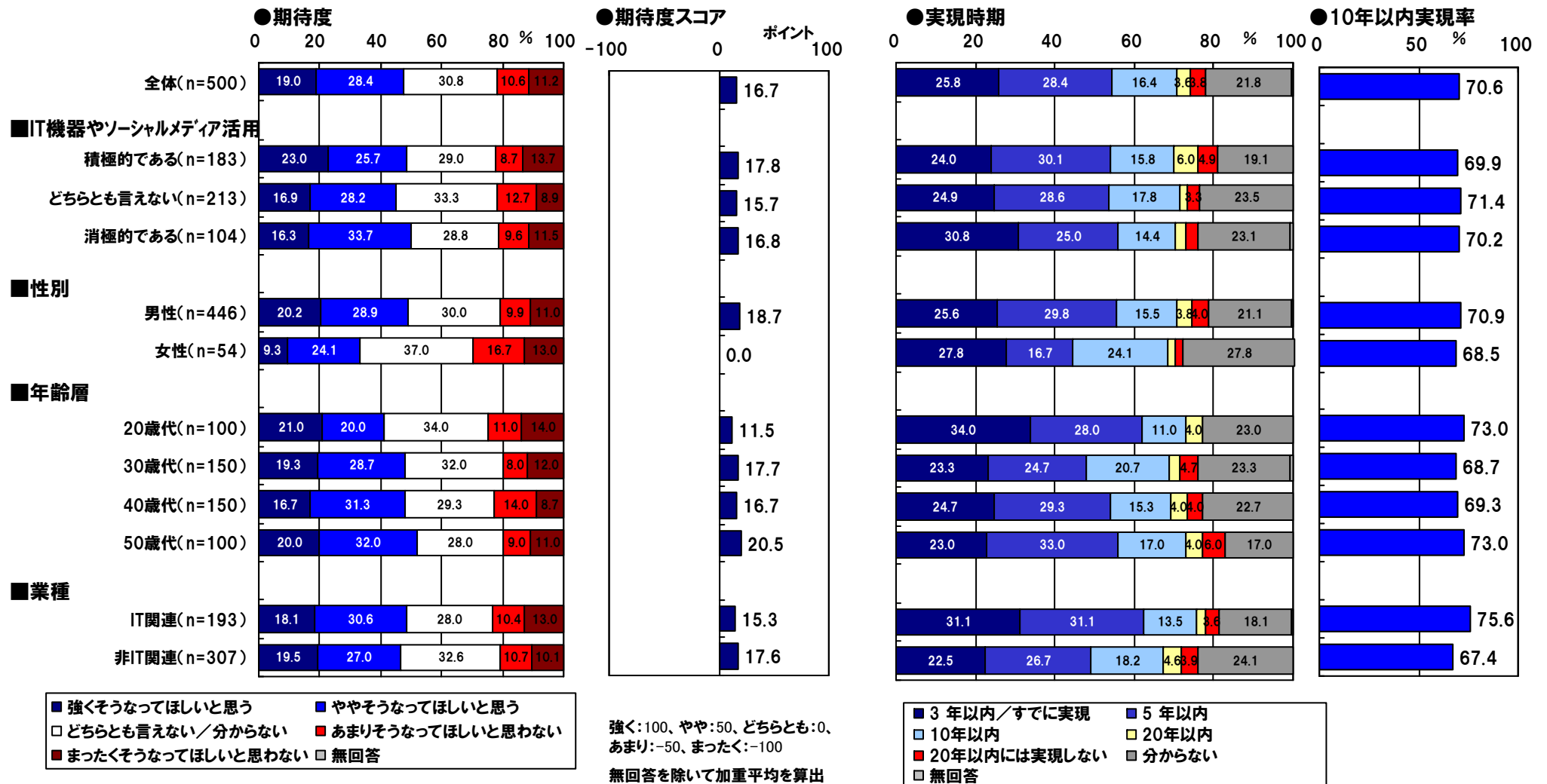


# ■社会の将来の期待度と実現時期

## 【公平性、機会均等】

### 《2.2. 日本はTPP(環太平洋戦略的経済連携協定)に参加している》

- ◆期待度は、20歳代が11.5ポイントと低く、30歳代と40歳代がほぼ同じ、50歳代が20.5ポイントとやや高い。
- ◆10年以内実現率は、どの層でも70%前後にあり、かなり高い。

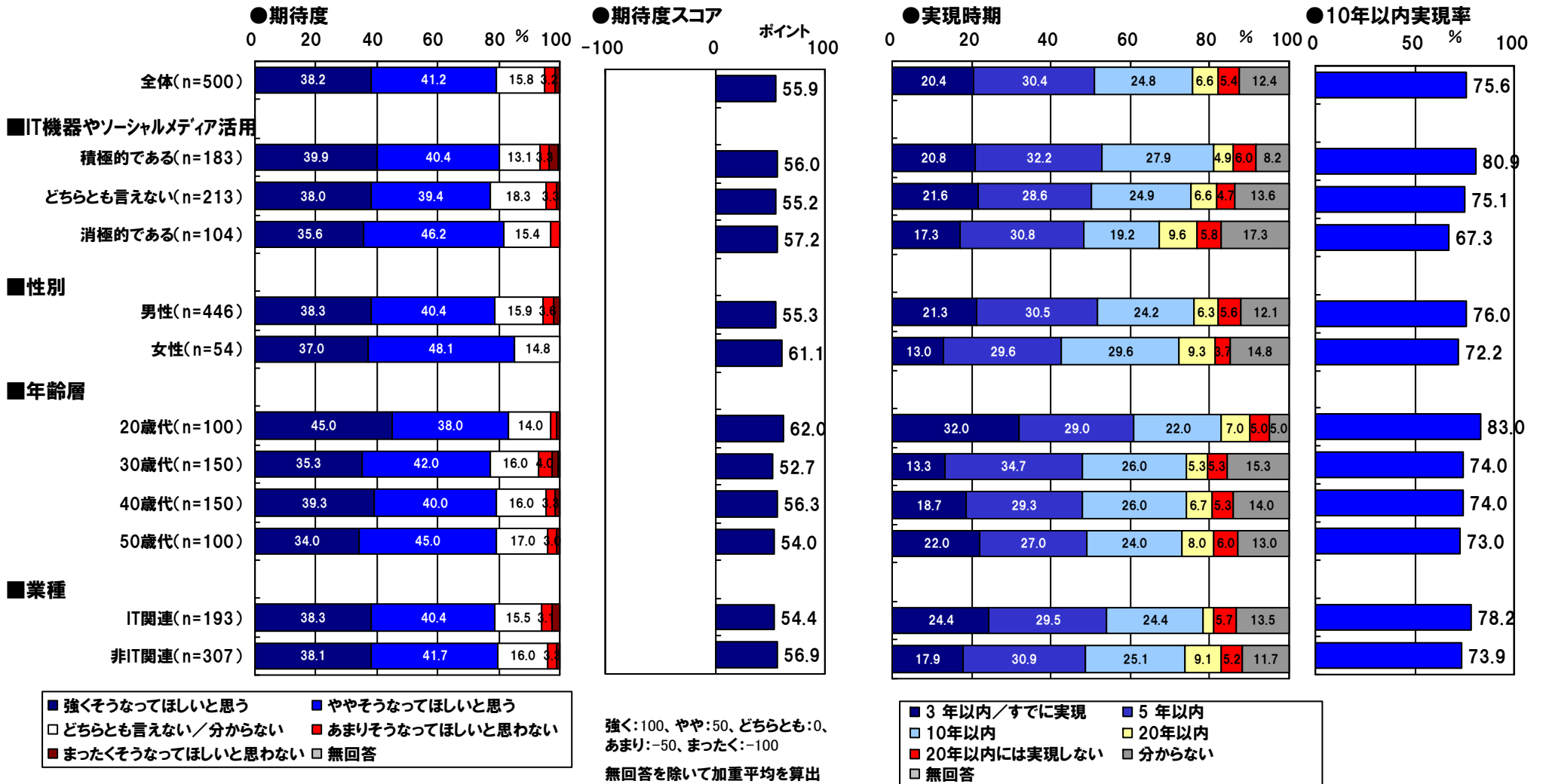


# ■社会の将来の期待度と実現時期

## 【省エネルギー】

### 《2\_3. 省エネルギー製品に対する補助や優遇制度が今よりも進んだ状態になる》

- ◆ そうなしてほしいとの期待度は、どの層でも50ポイントを超えており、高い。層別の違いは大きくない。
- ◆ 10年以内実現率も、IT機器活用の消極的層を除いて70%を超えており、高い。



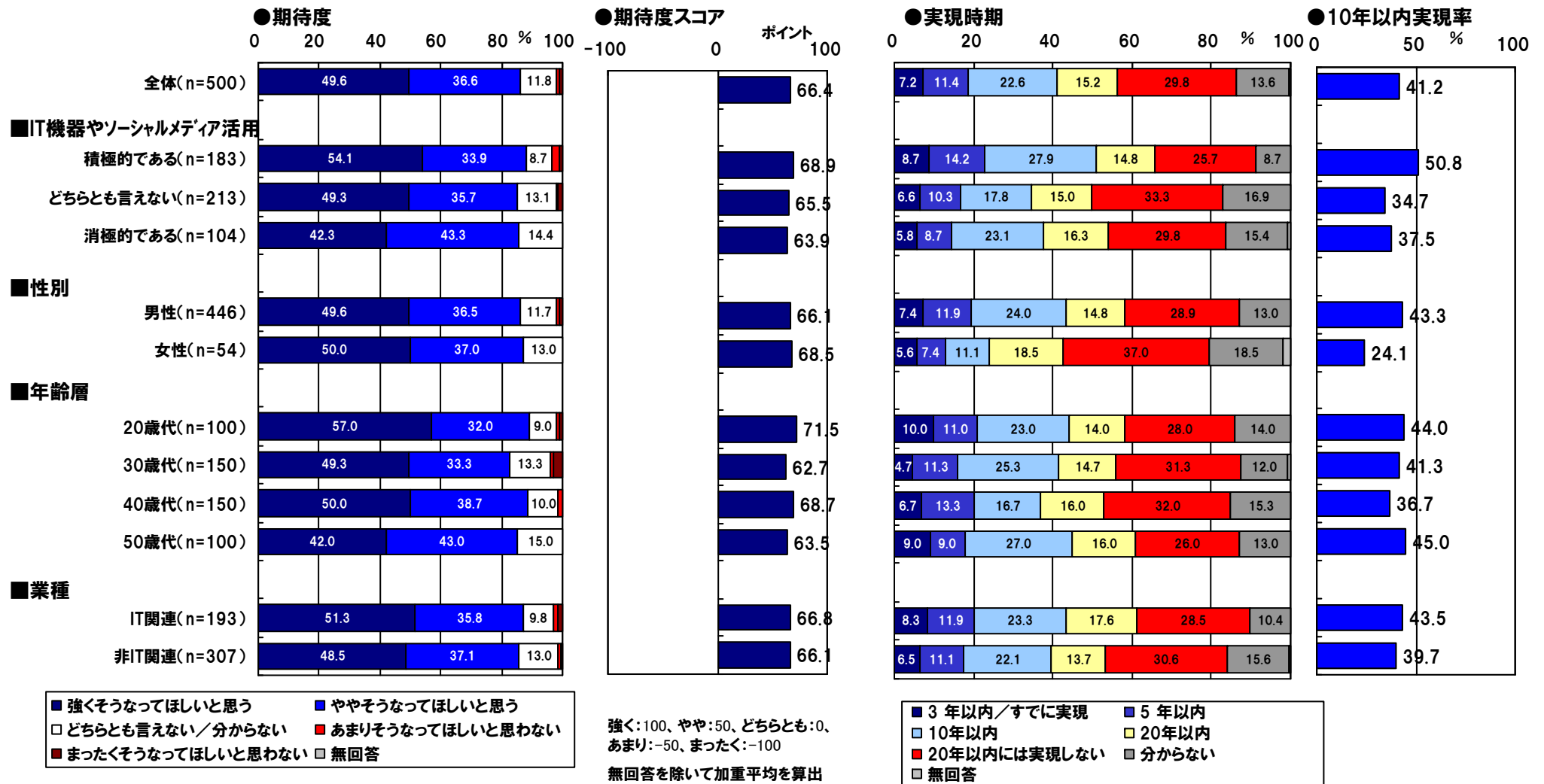
# ■社会の将来の期待度と実現時期

【公平性、機会均等】

《2.4. 収入や居住地域によらず、高度な教育を受けたり、社会に影響を与える活動が可能になる》

◆期待度はどの層でも60ポイントを超えるほど高く、層別の差は小さい。

◆10年以内実現率は、年齢別では40歳代が36.7%とほかの3層よりも低い。

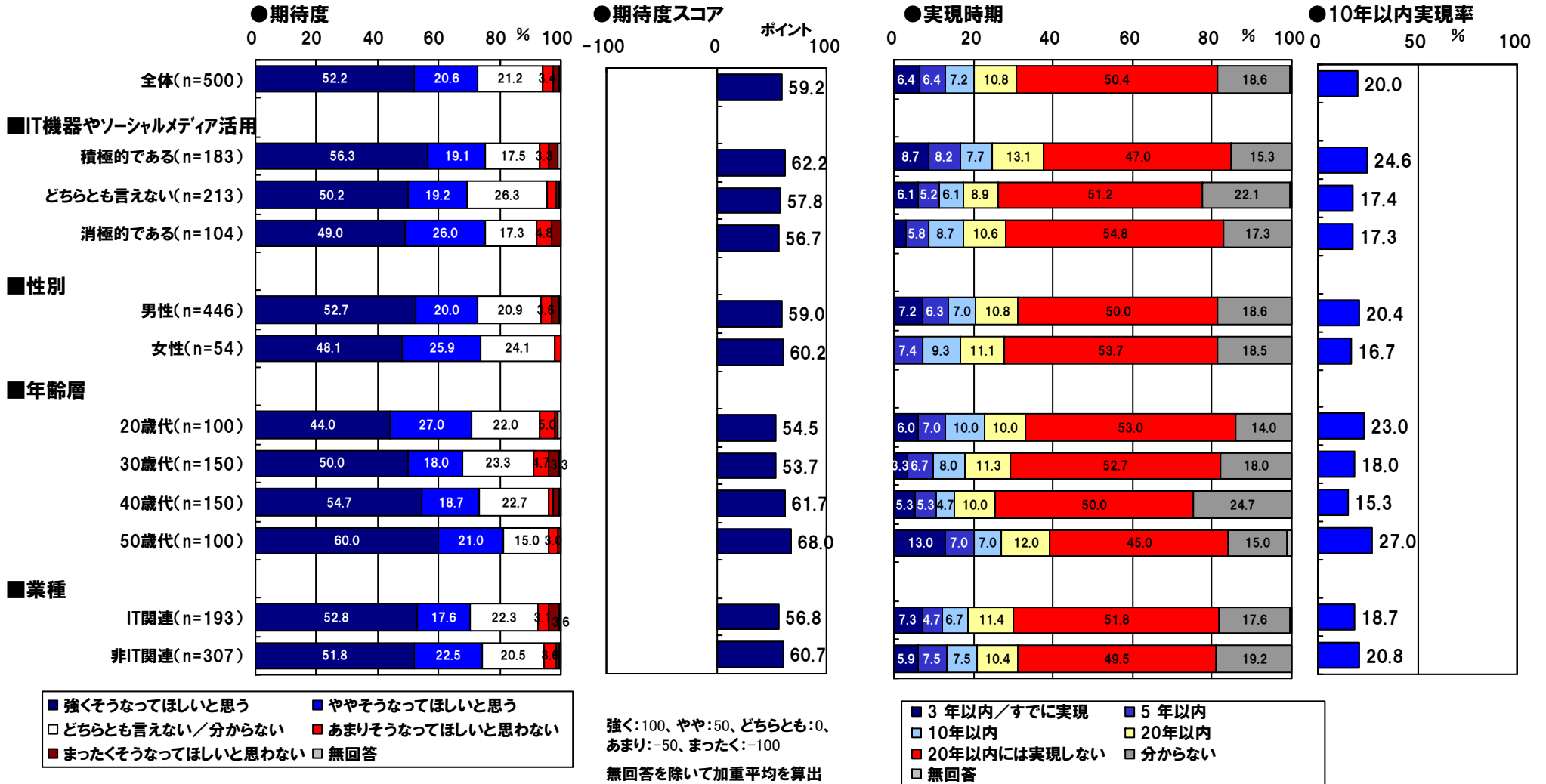


# ■社会の将来の期待度と実現時期

## 【公平性、機会均等】

### 《2.5. 世襲議員がほとんどいなくなる》

- ◆期待度は、20歳代と30歳代がほぼ同じ、40歳代でやや増えて、50歳代で68.0ポイントと最も高くなる。
- ◆10年以内実現率は、50歳代だけが25%を超えた27.0%と高い。40歳代は15.3%で最低である。

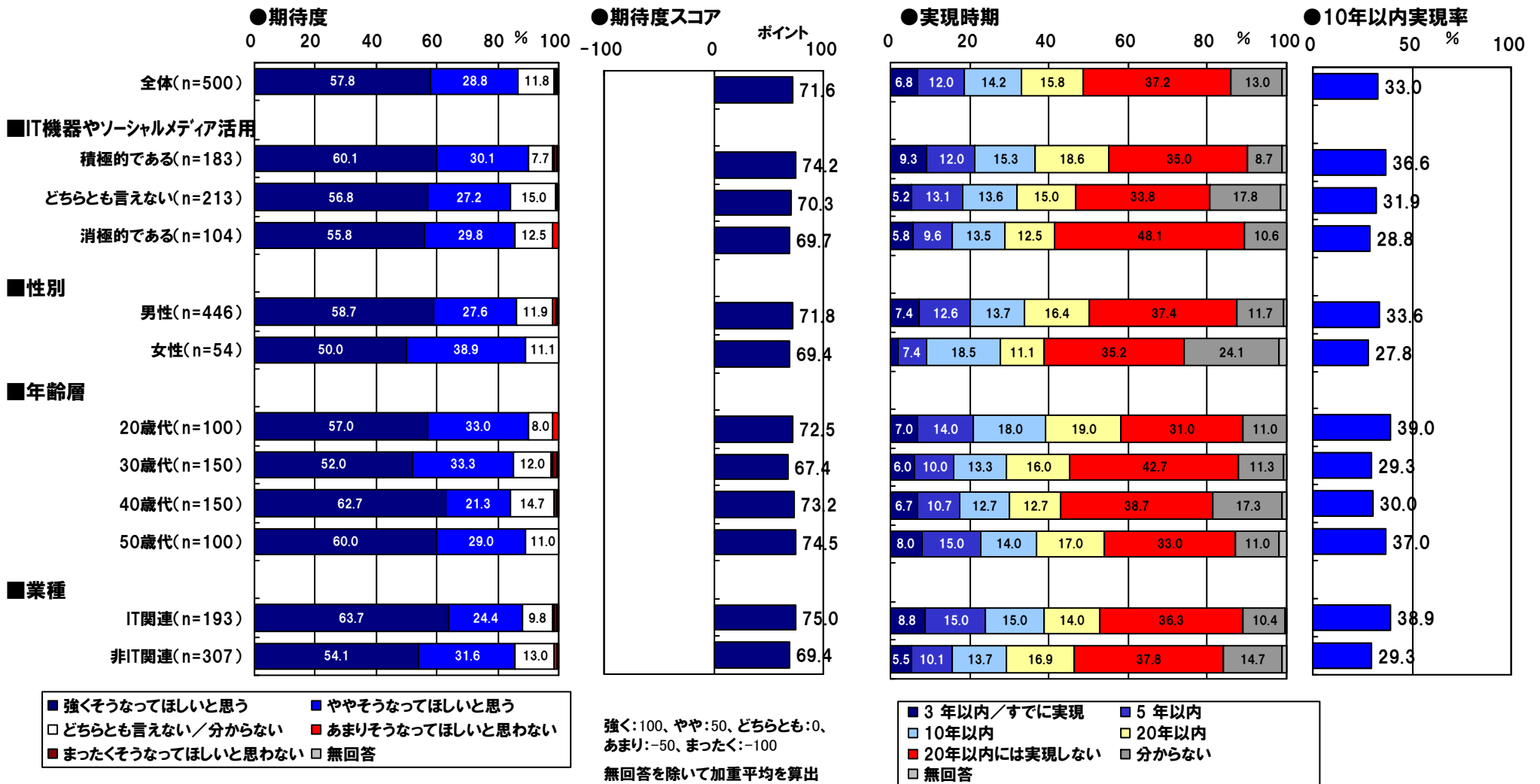


# ■社会の将来の期待度と実現時期

## 【透明性】

### 《2.6. 行政における判断基準や実行のプロセスが可視化される》

- ◆期待度はどの層でも高く、67ポイントから75ポイントの間にある。
- ◆10年以内実現率は、27%から39%の間にあり、それほど高くはない。

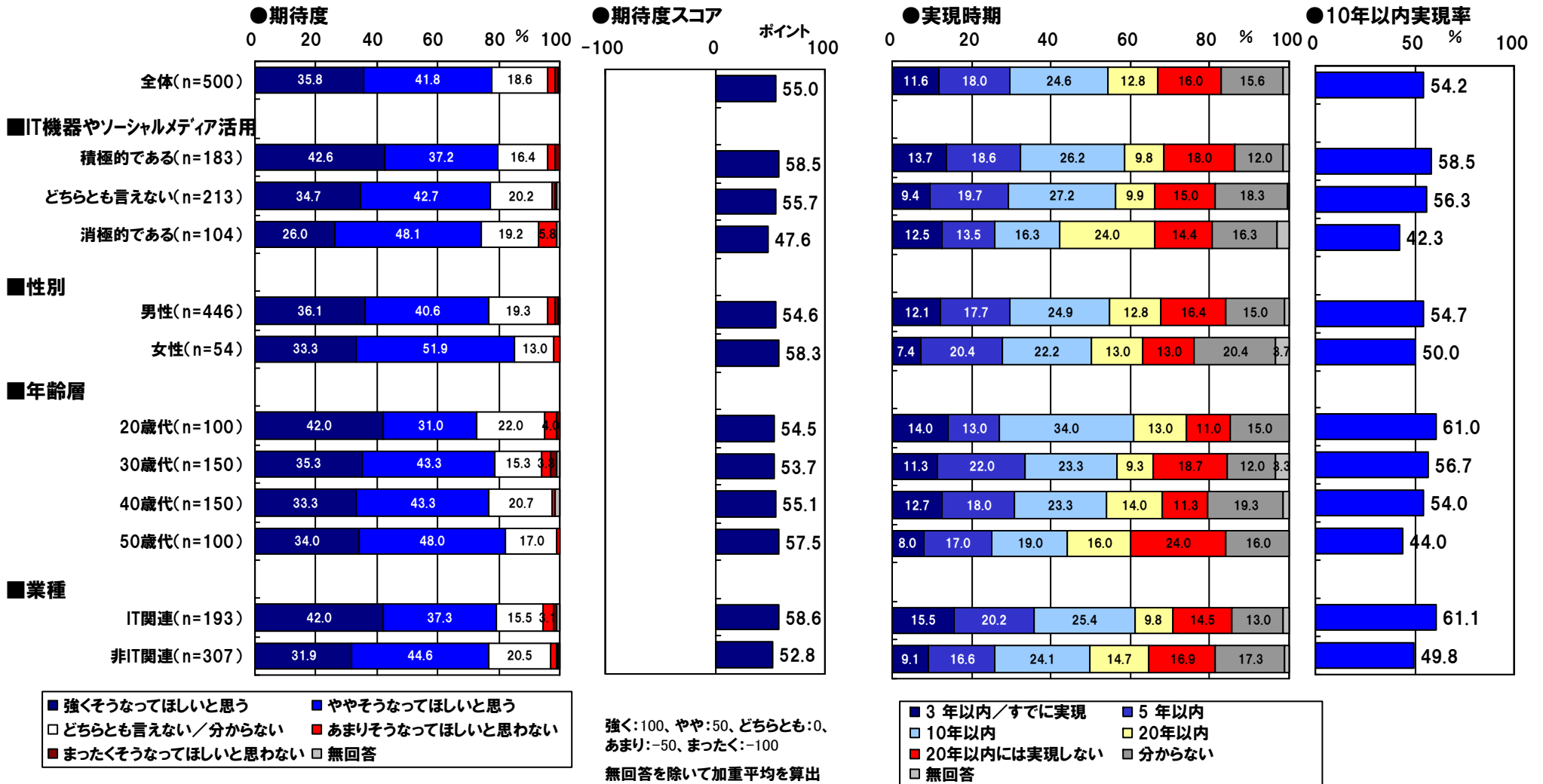


# ■社会の将来の期待度と実現時期

## 【連携性】

《2.7. 一般の人でも、商品の生産情報や流通プロセスなどを、知ることができるようになる》

- ◆期待度は、IT機器活用の積極的層で58.5ポイントとやや高く、消極的層で47.6ポイントとやや低い。
- ◆10年以内実現率を年齢層別に見ると、20歳代が61.0%で最も高く、50歳代が44.0%で最も低い。

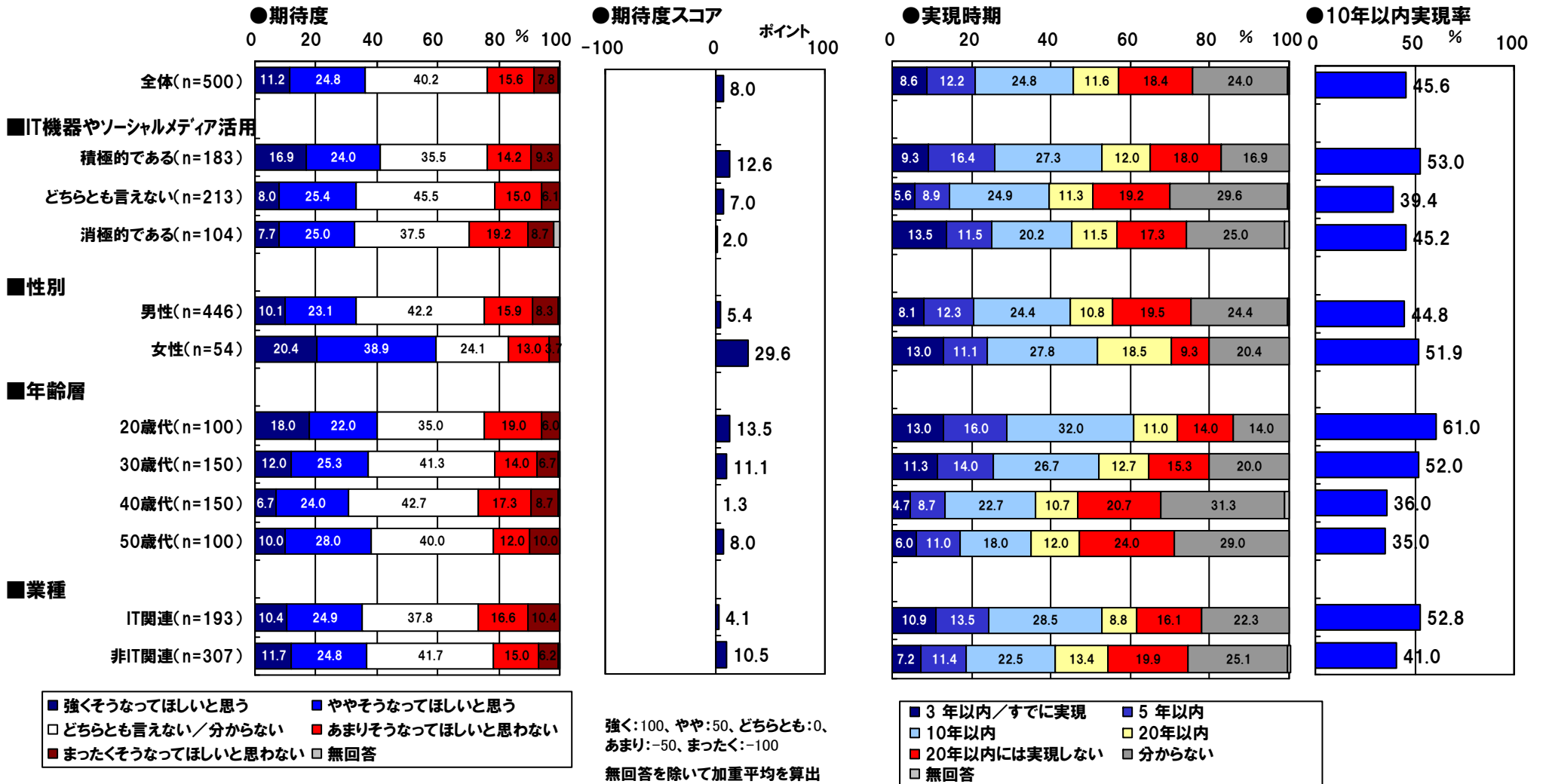


# ■社会の将来の期待度と実現時期

## 【スPENDシフト】

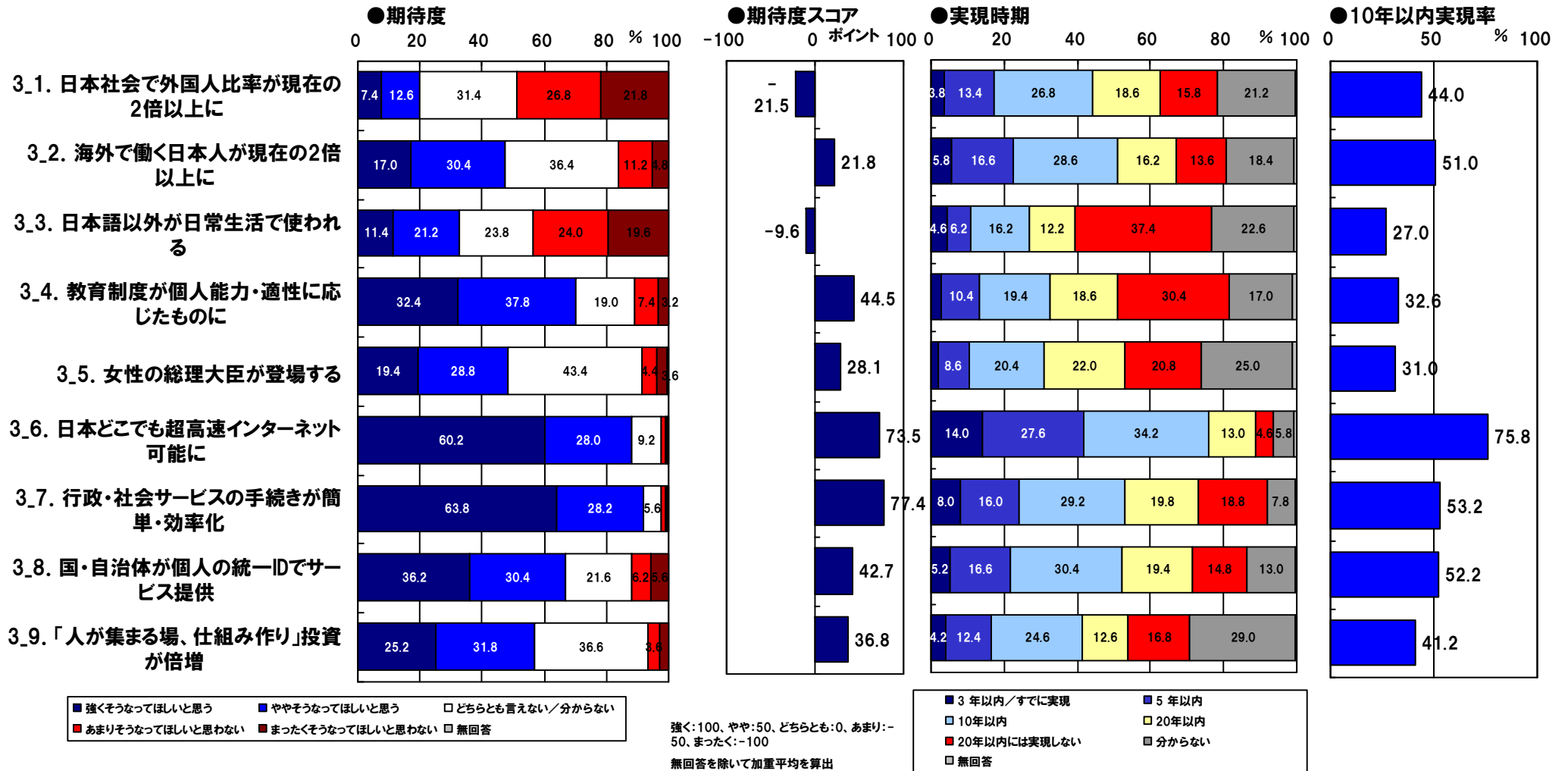
### 《2.8. 自分で車を所有せず、レンタカーやカーシェアリングを利用することが一般的になる》

◆期待度は、女性層が29.6ポイントと高い。年齢層別では、20歳代が13.5ポイントで高く、40歳代が1.3ポイントで低い。10年以内実現率は、20歳代が61.0%で高く、年齢層が上がると低くなり、50歳代で35.0%である。



# ■社会の将来の期待度と実現時期(3/3)

◆期待度が高いのは、「3\_7. 行政・社会サービスの手続きが簡単・効率化」と「3\_6. 日本どこでも超高速インターネット可能に」の2項目で、共に70ポイントを超えた。期待度が低いのは、「3\_1. 日本社会で外国人比率が現在の2倍以上に」と「3\_3. 日本語以外が日常生活で使われている」の2項目で、共にマイナスである。



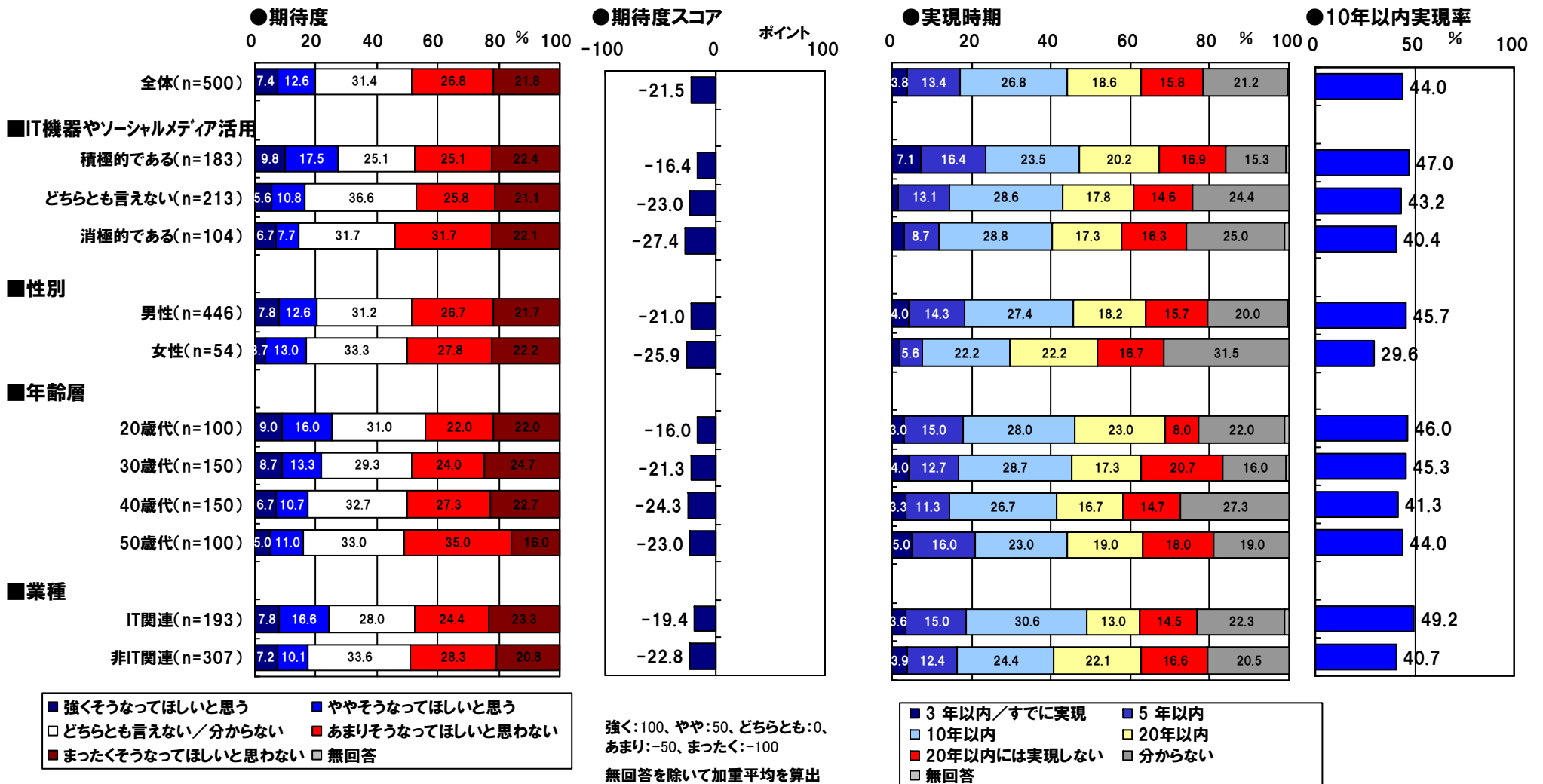


# ■社会の将来の期待度と実現時期

## 【多様性】

### 《3\_1. 日本の社会の中で、外国人の比率が現在の2倍以上になる》

◆そうなってほしいとの期待度はどの層でもマイナスである。年齢層別に見ると、20歳代から30歳代にかけて下がり、さらに40歳代・50歳代でも下がっている。IT機器活用の消極的層は-27.4ポイントと最も低い。

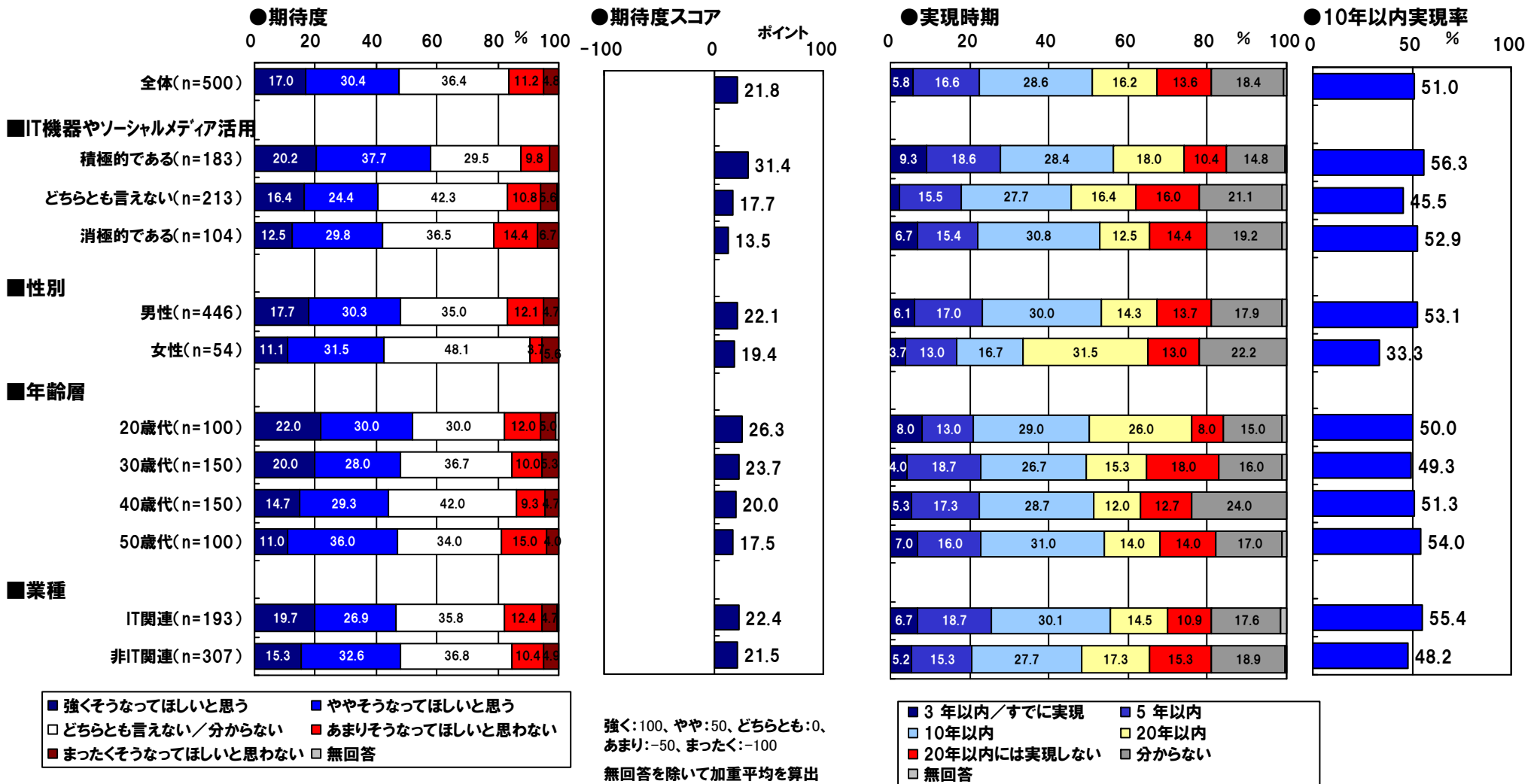


# ■社会の将来の期待度と実現時期

## 【多様性】

### 《3\_2. 海外で働く日本人が、現在の2倍以上になる》

- ◆期待度は、年齢層別では20歳代が最も高く26.3ポイントで、年齢層が上がるに従って期待度は低くなる。
- ◆10年以内実現率は、女性層が33.3%であることを除けば、ほかの層は50%前後に固まっている。

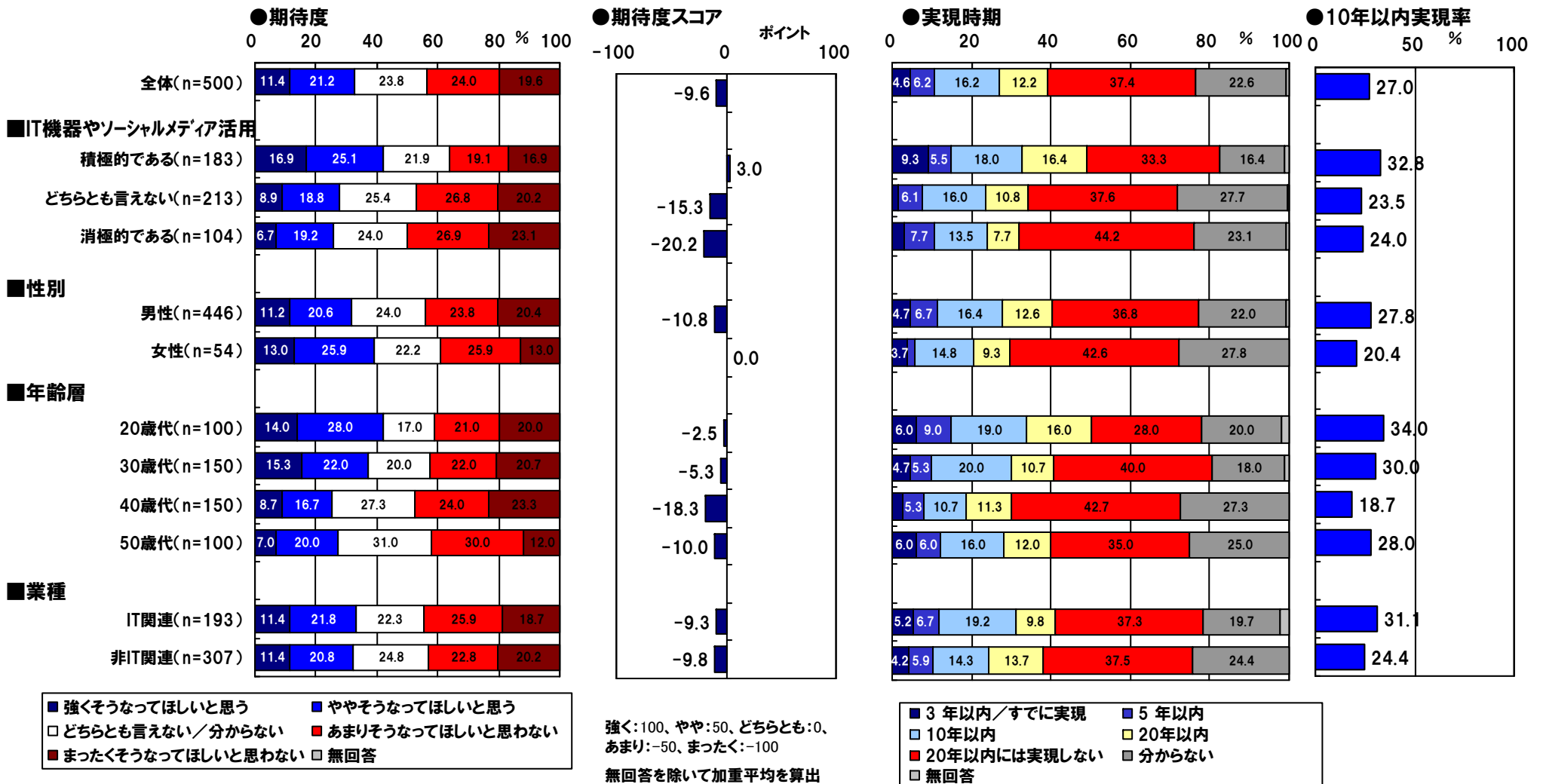


# ■社会の将来の期待度と実現時期

## 【多様性】

### 《3\_3. 日本語以外の言葉も日常生活で使われるようになる》

◆そうなってほしいとの期待度は全体として低く、中でもIT機器活用消極的層の-20.2ポイント、40歳代の-18.3ポイントが低い。

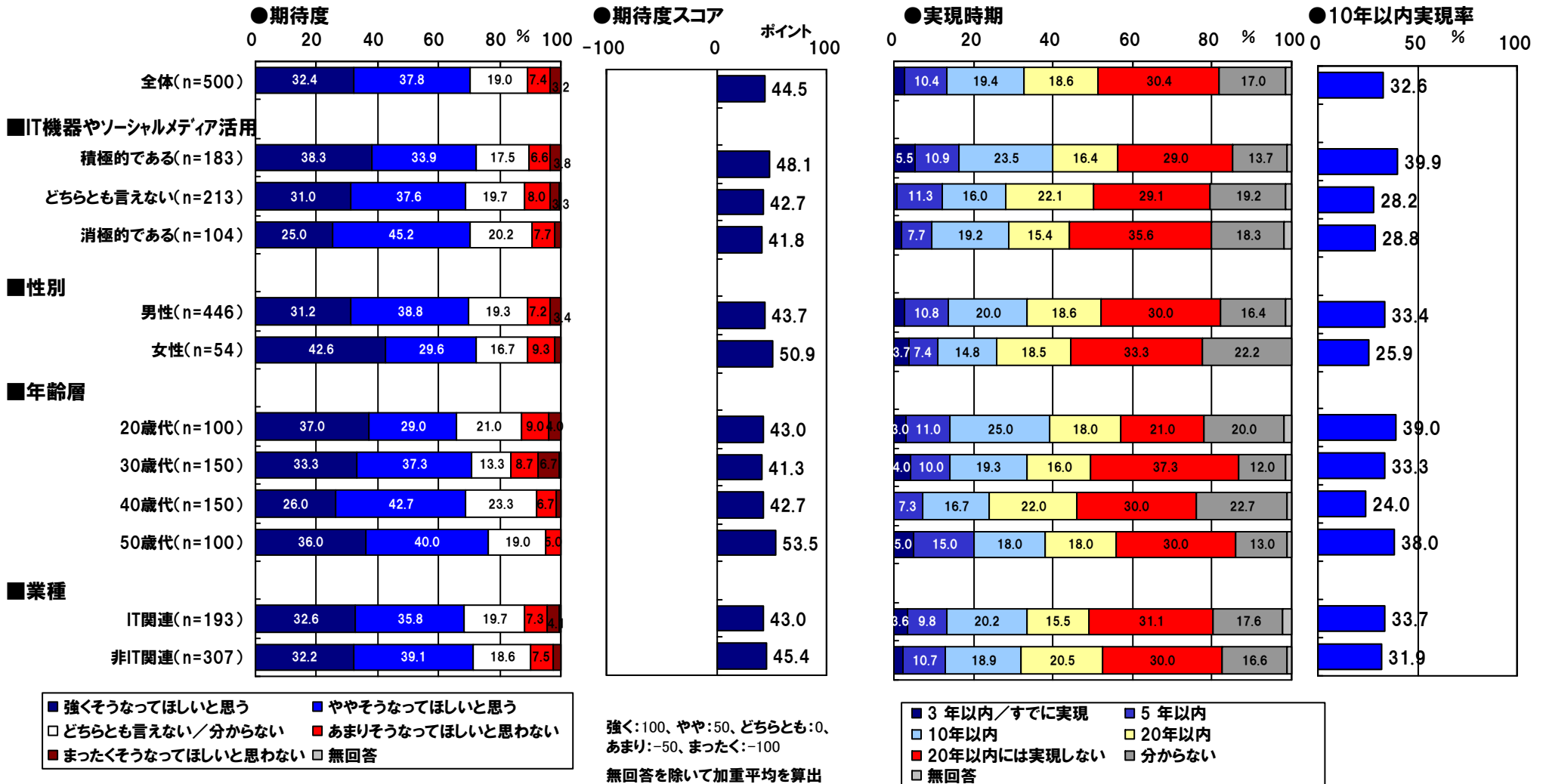


# ■社会の将来の期待度と実現時期

【多様性】

《3\_4. 日本の教育制度が、画一的でなく、もっと個人の能力や適性に応じたものになる》

◆年齢層別に期待度を見ると、53.5ポイントの50歳代が最も高く、次いで20歳代、40歳代、最も低いのが30歳代である。10年以内実現率は最大でもIT機器活用積極的層の39.9%で、全般的に低い。

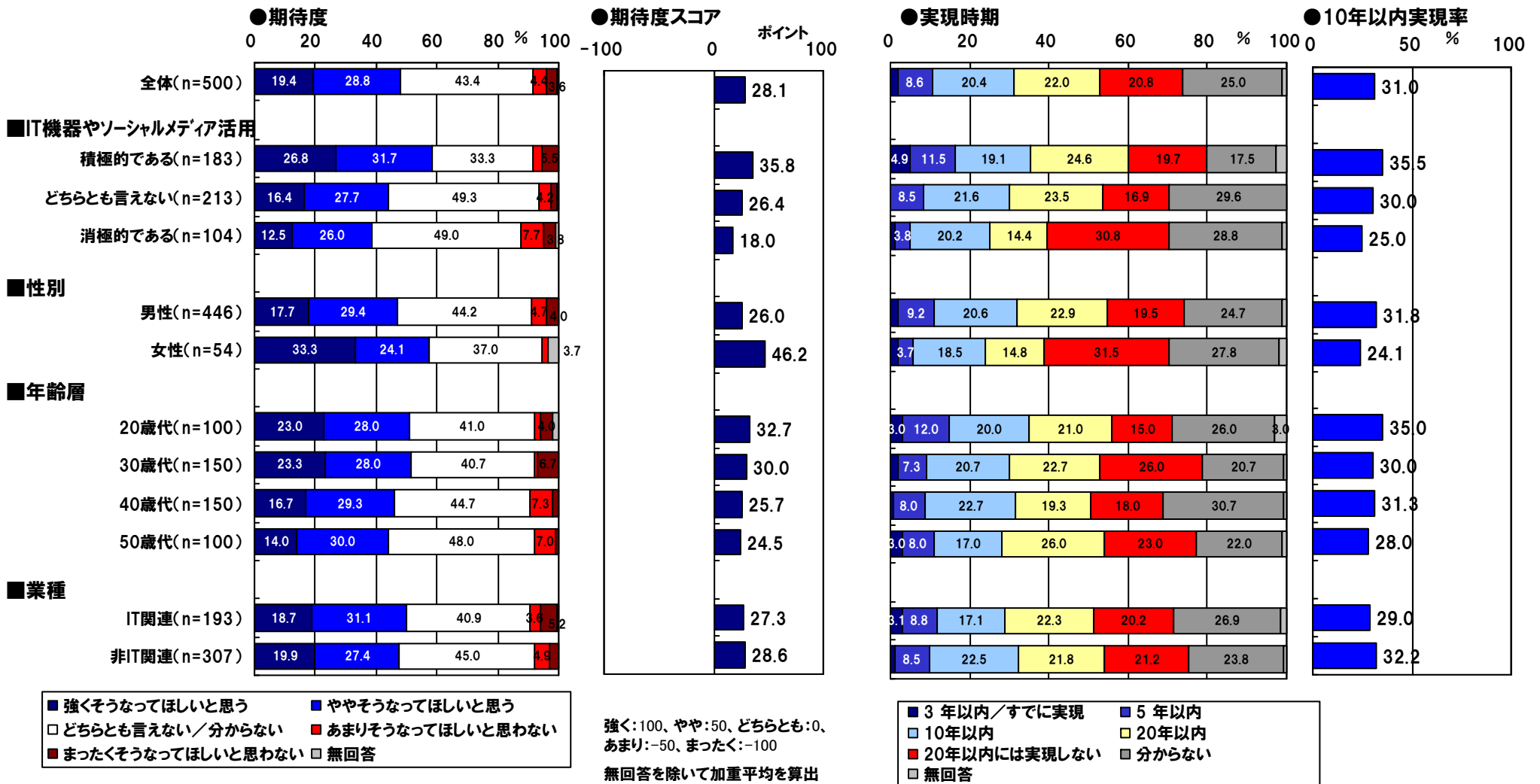


# ■社会の将来の期待度と実現時期

【多様性】

## 《3\_5. 女性の総理大臣が登場する》

- ◆女性層を見ると、期待度は46.2ポイントで最も高く、10年以内実現率は24.1%で最も低い。
- ◆IT機器活用積極的層は、期待度が35.8ポイントと高く、10年以内実現率も35.5%と高い。

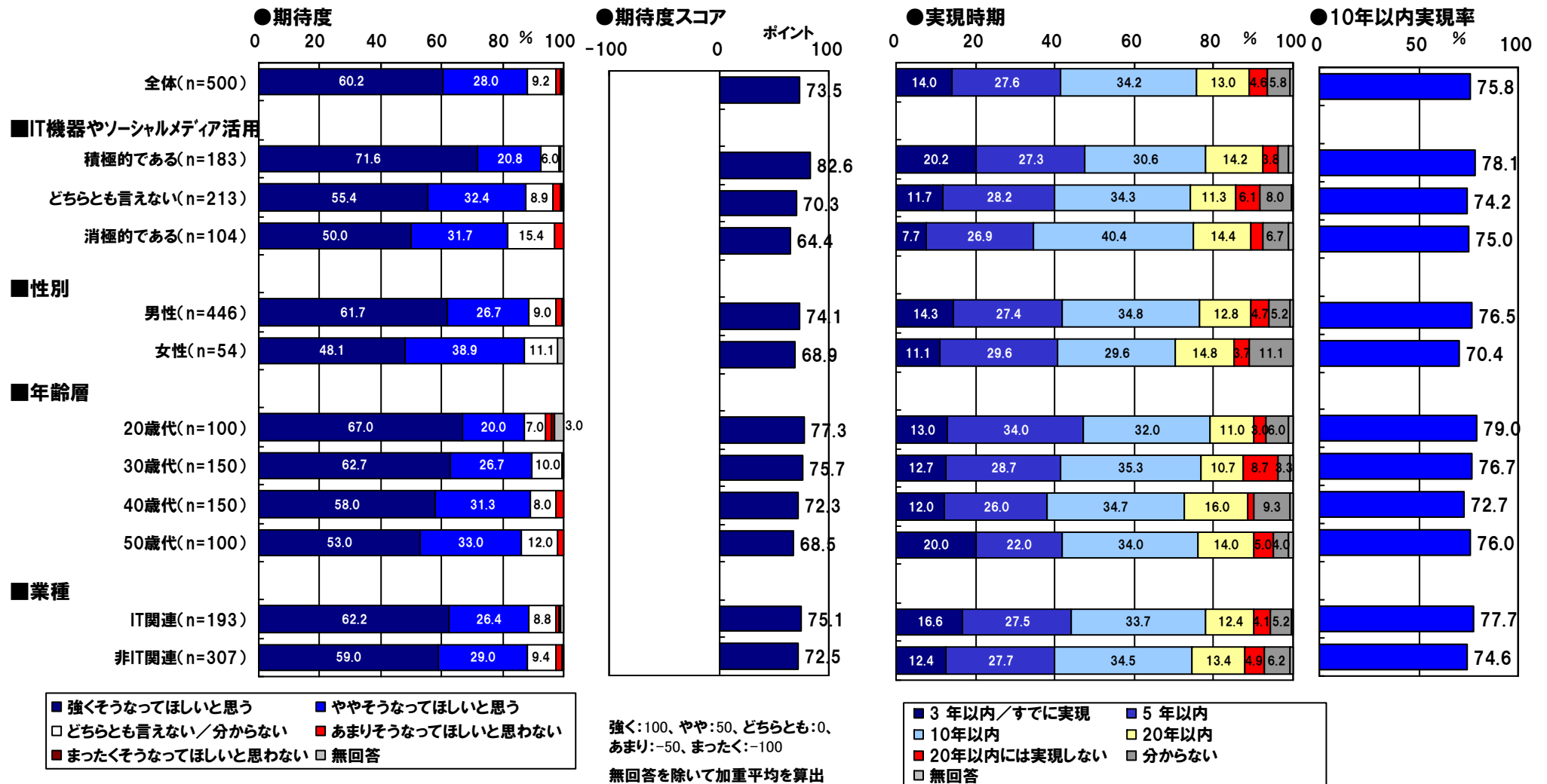


# ■社会の将来の期待度と実現時期

## 【新たな情報・知識の流通の仕組み】

### 《3\_6. 日本中いたるところで超高速インターネットを利用できる》

- ◆ そうなしてほしいという期待度はどの層でも高く、特にIT機器活用積極的層では82.6ポイントと80を超えた。
- ◆ 10年以内実現率も高く、最低でも女性層の70.4%で、最高は20歳代の79.0%である。

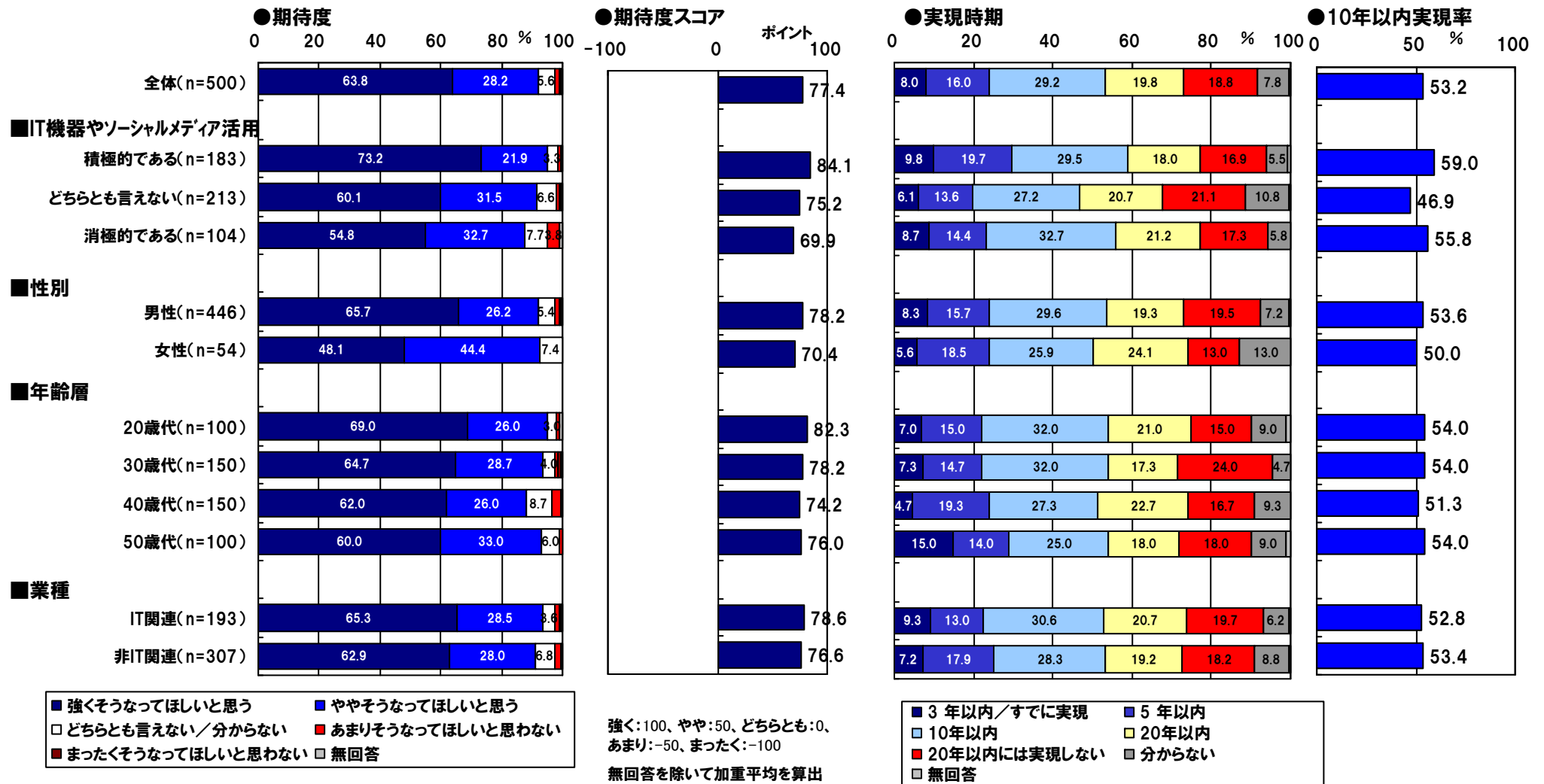


# ■社会の将来の期待度と実現時期

## 【新たな情報・知識の流通の仕組み】

### 《3\_7. 行政や社会サービスの各種手続きが、簡素化され、使いやすくなり、効率的になる》

- ◆期待度はどの層でも高く、また、層による違いは、IT機器活用による違いを除いて大きくない。
- ◆実現率は、IT機器活用どちらとも言えない層だけが46.9%と50%を下回ったが、どの層でも大きな差はない。



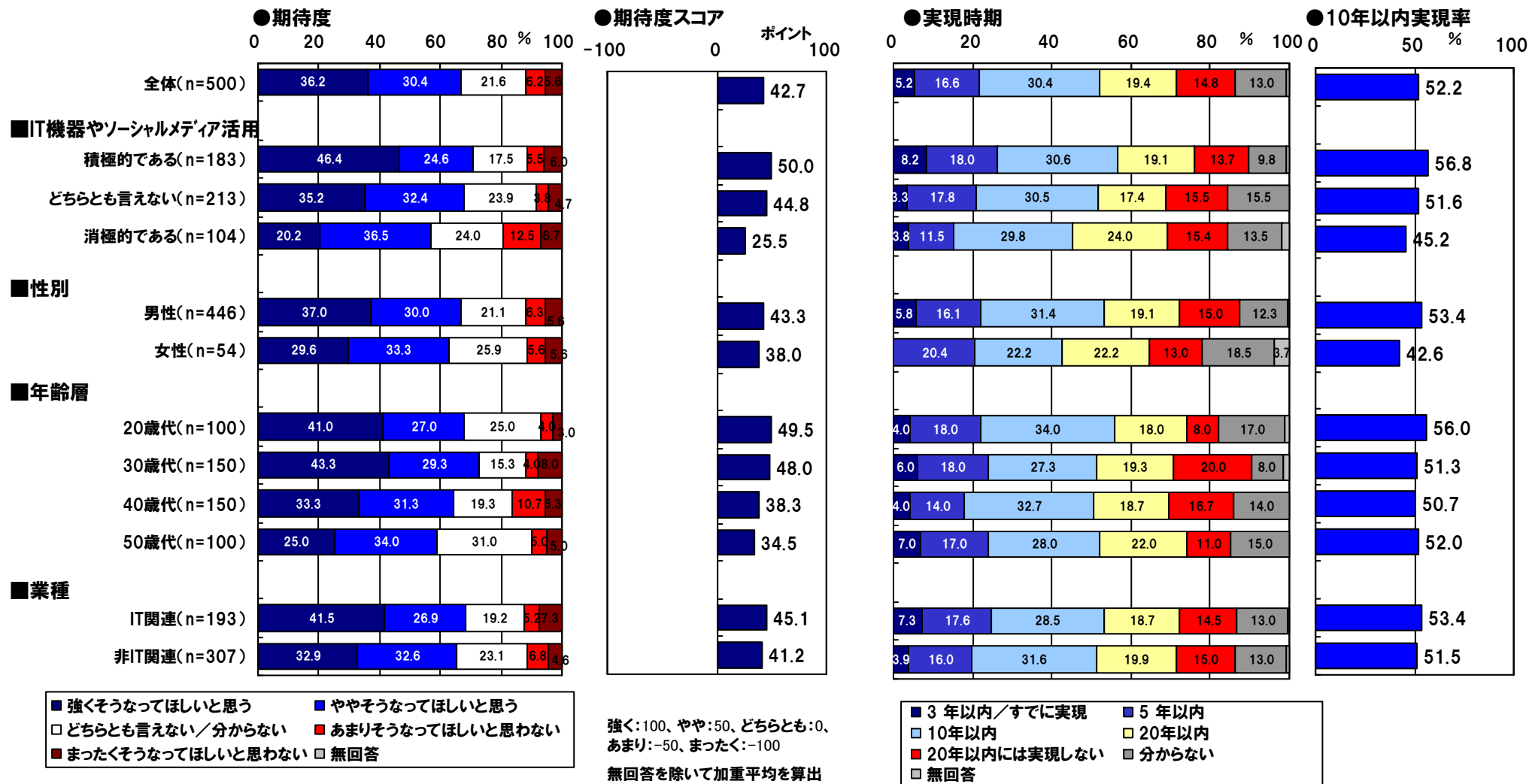
# ■社会の将来の期待度と実現時期

## 【新たな情報・知識の流通の仕組み】

◀3\_8. 国や自治体などにおける個人情報の利用への理解が進み、統一IDに基づいた各種サービスが提供される▶

◆期待度は、年齢を経るに従って20歳代の49.5ポイントから50歳代の34.5ポイントへ下がっている。

◆10年以内実現率は、IT機器活用の積極的層が56.8%で高く、消極的層が45.2%で低い。



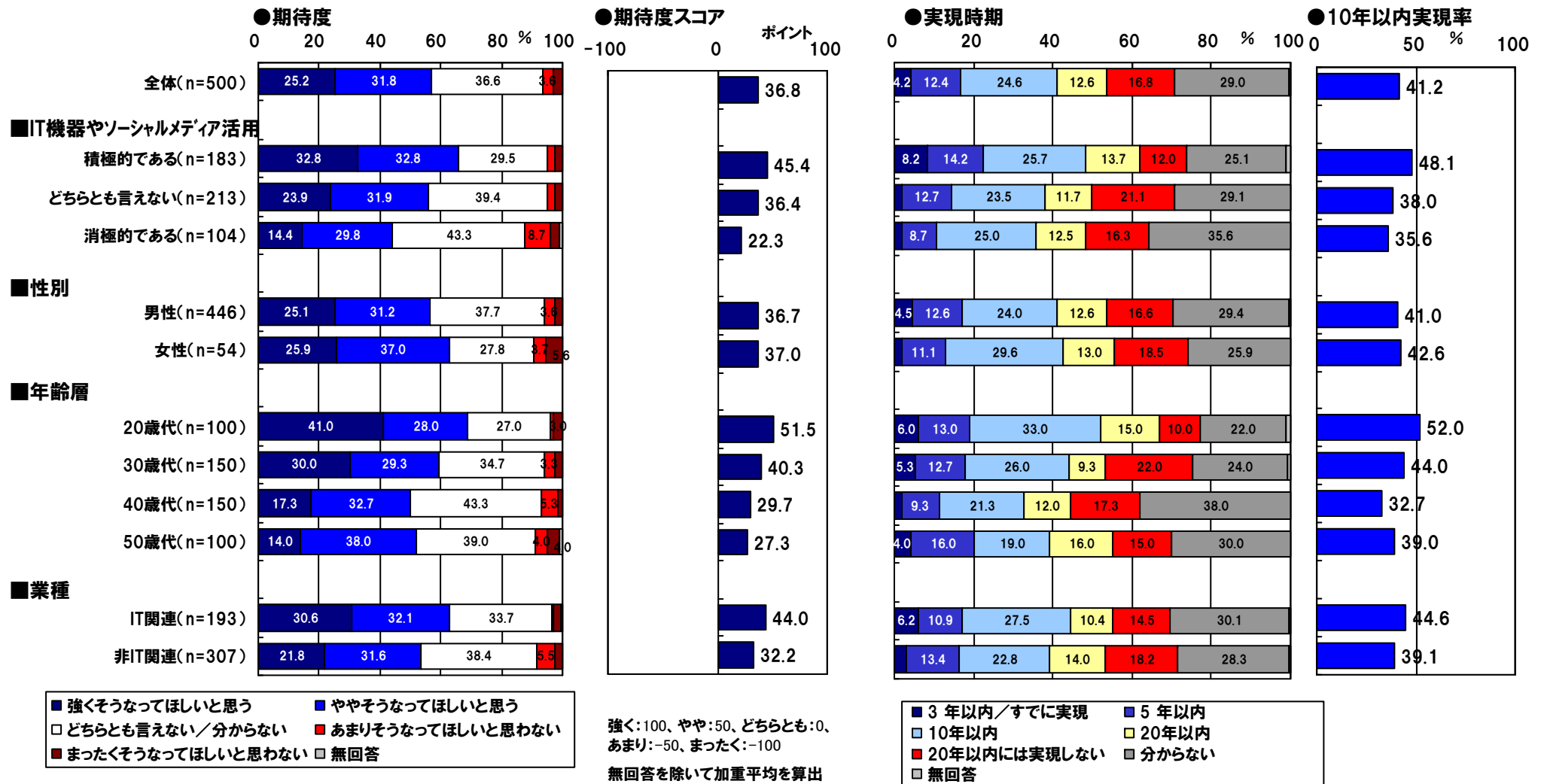


# ■社会の将来の期待度と実現時期

## 【新たな情報・知識の流通の仕組み】

《3\_9. 行政や企業による「人が集まる場、仕組み作り」への投資が、現在の2倍以上になる》

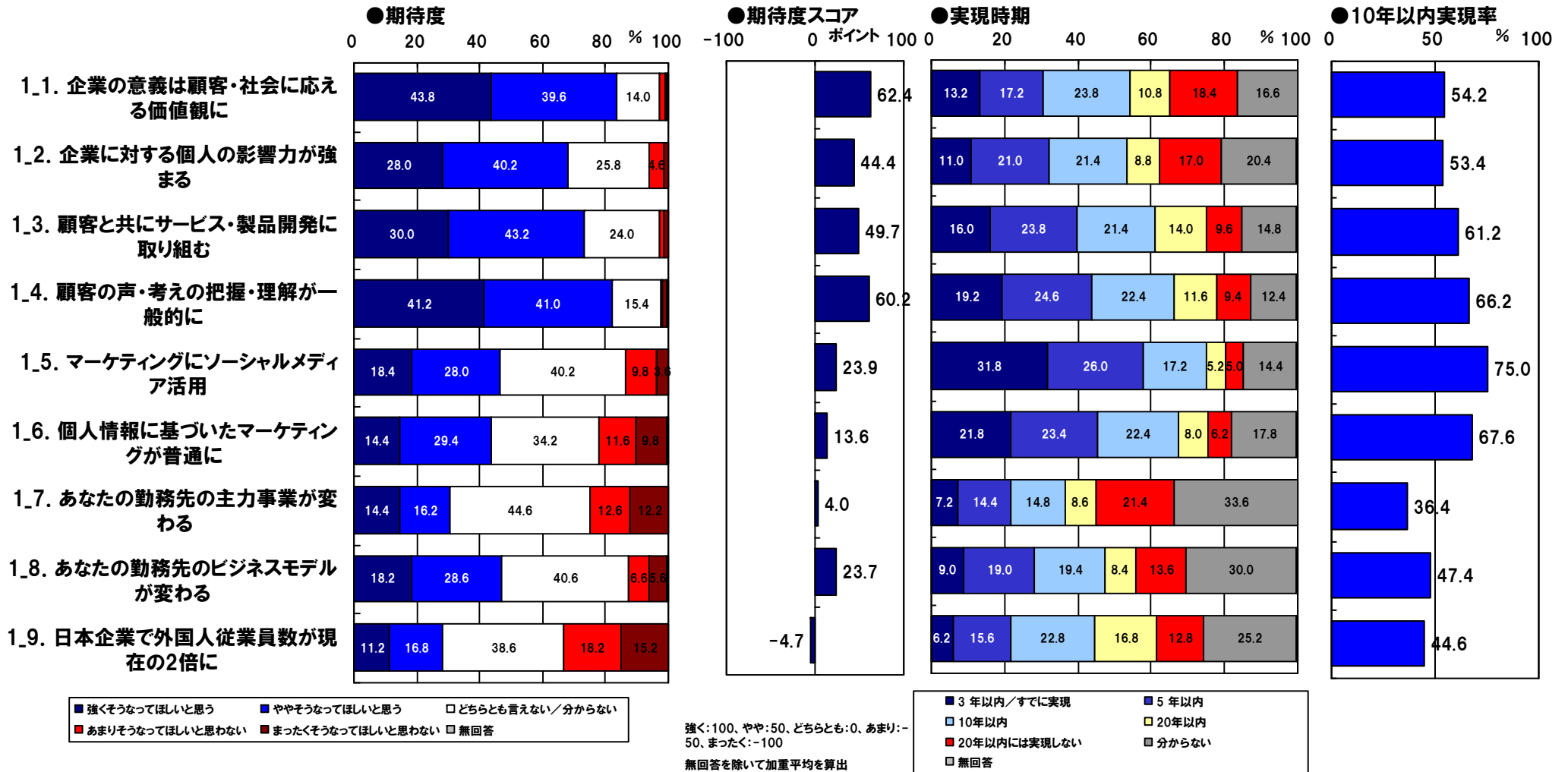
- ◆期待度は年齢層別の20歳代が51.5ポイント、30歳代が40.3ポイントで、40歳代、50歳代よりも高い。
- ◆IT機器活用別に見ると、積極的層は45.4ポイントと高く、消極的層は22.3ポイントと低い。



# 将来の「出来事や状態」の調査結果 企業編

# ■企業の将来の期待度と実現時期(1/3)

◆そうなってほしいとの期待度が低いのは、「1\_9. 日本企業で外国人従業員数が現在の2倍に」の-4.7ポイントで、9項目のうち唯一のマイナスある。次いで「1\_7. あなたの勤務先の主力事業が変わる」の4.0ポイントである。  
 ◆実現率が最も高いのは、「1\_5. マーケティングにソーシャルメディア活用」の75.0%である。



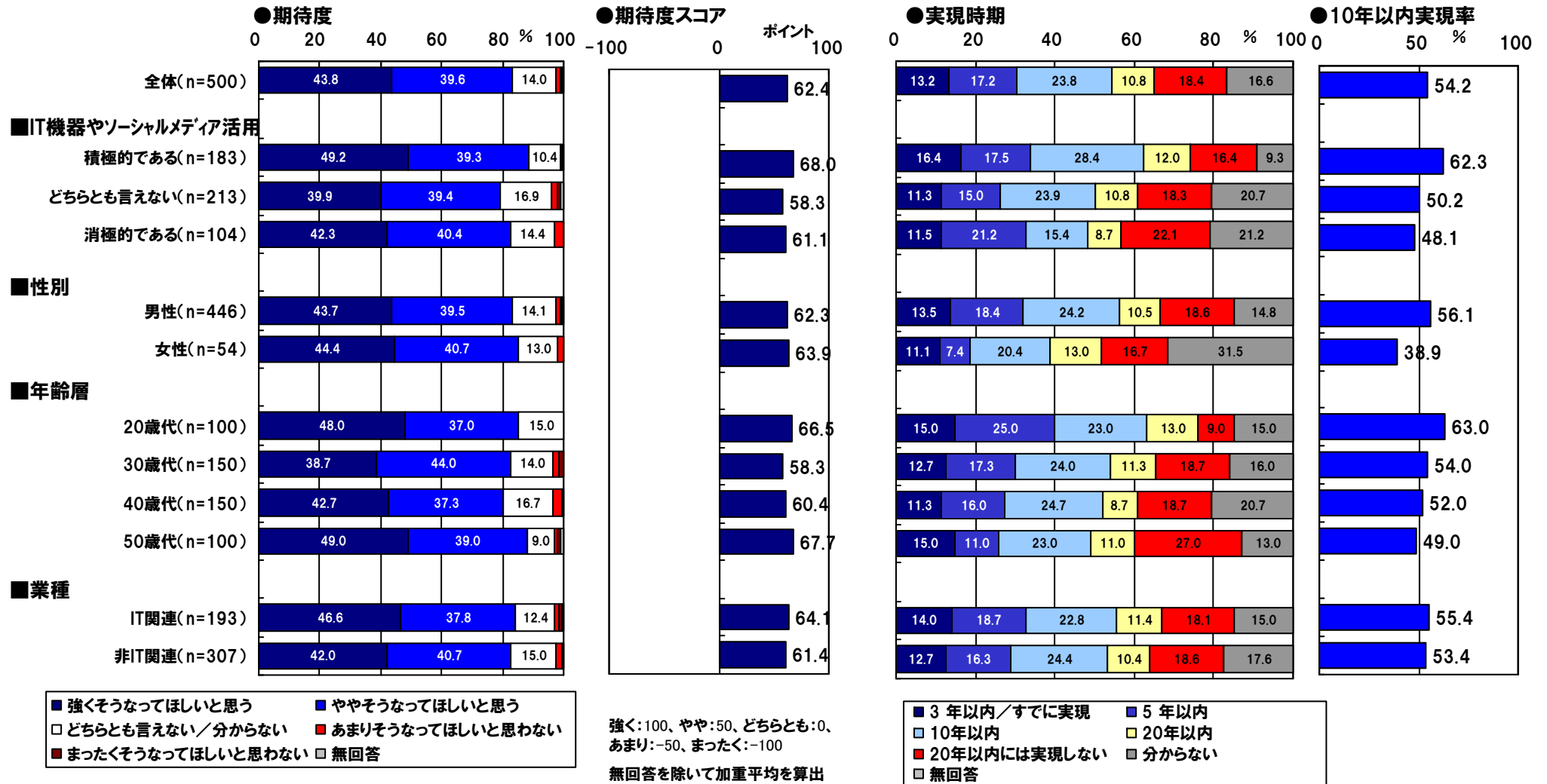
# ■企業の将来の期待度と実現時期

## 【CSR、CSV、共創】

《1\_1. 企業の存在意義が、自社の利益の追求だけでなく、顧客や社会のニーズに応える価値で測られるようになる》

◆期待度は層別に大きな違いはなく、60ポイント前後で高い。

◆実現率は層による違いがある。年齢層別では、20歳代の63.0%から順に下げて、50歳代は49.0%である。

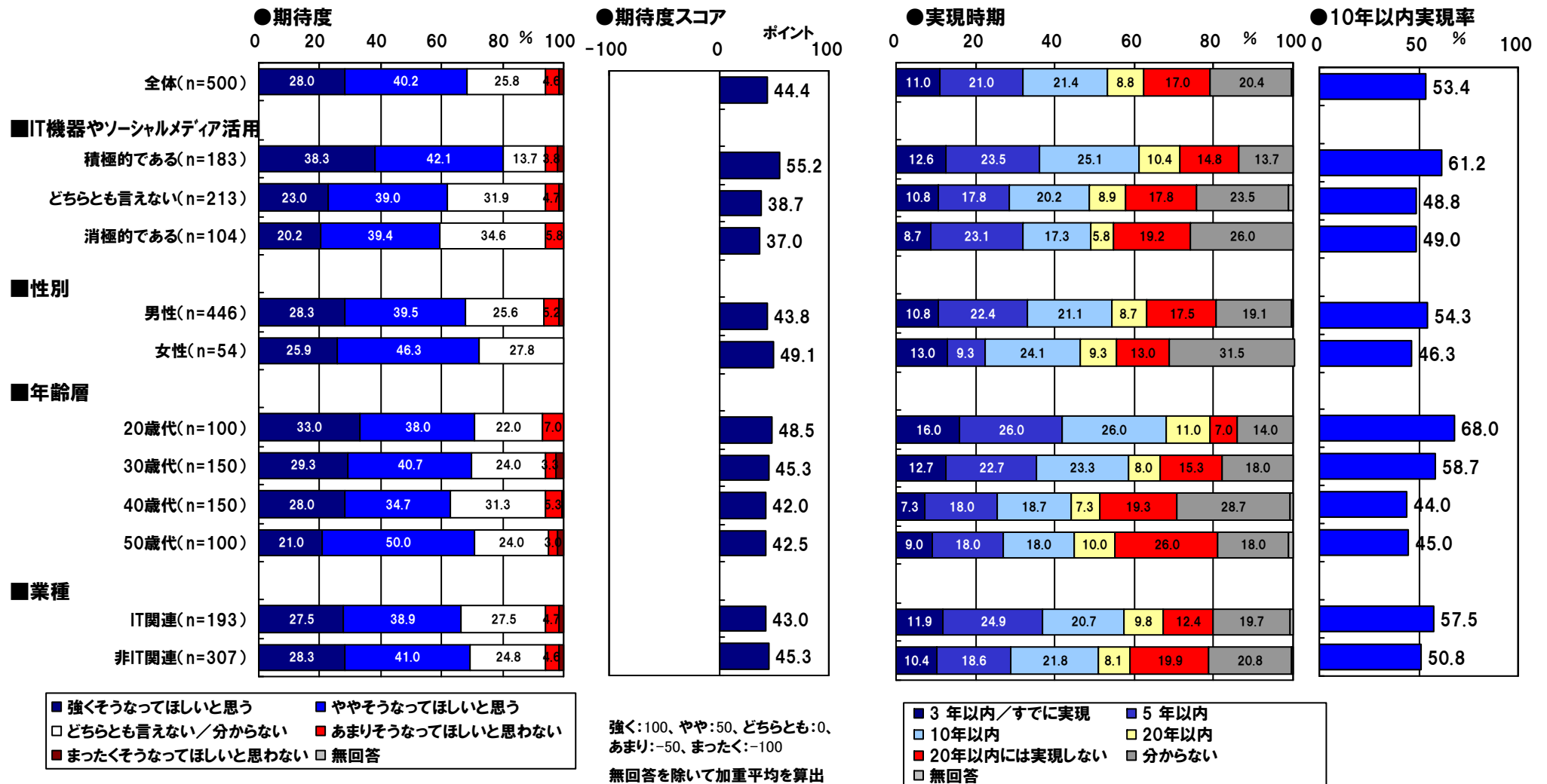


# ■企業の将来の期待度と実現時期

## 【CSR、CSV、共創】

### 《1\_2. 企業の方向性に対する個人(従業員や消費者、利用者など)の影響力が強まる》

- ◆期待度は、IT機器活用の積極的層で55.2ポイントと高く、消極的層で37.0ポイントと低い。
- ◆10年以内実現率は、年齢層別での差が大きい。20歳代は68.0%と高いが、40歳代と50歳代は低い



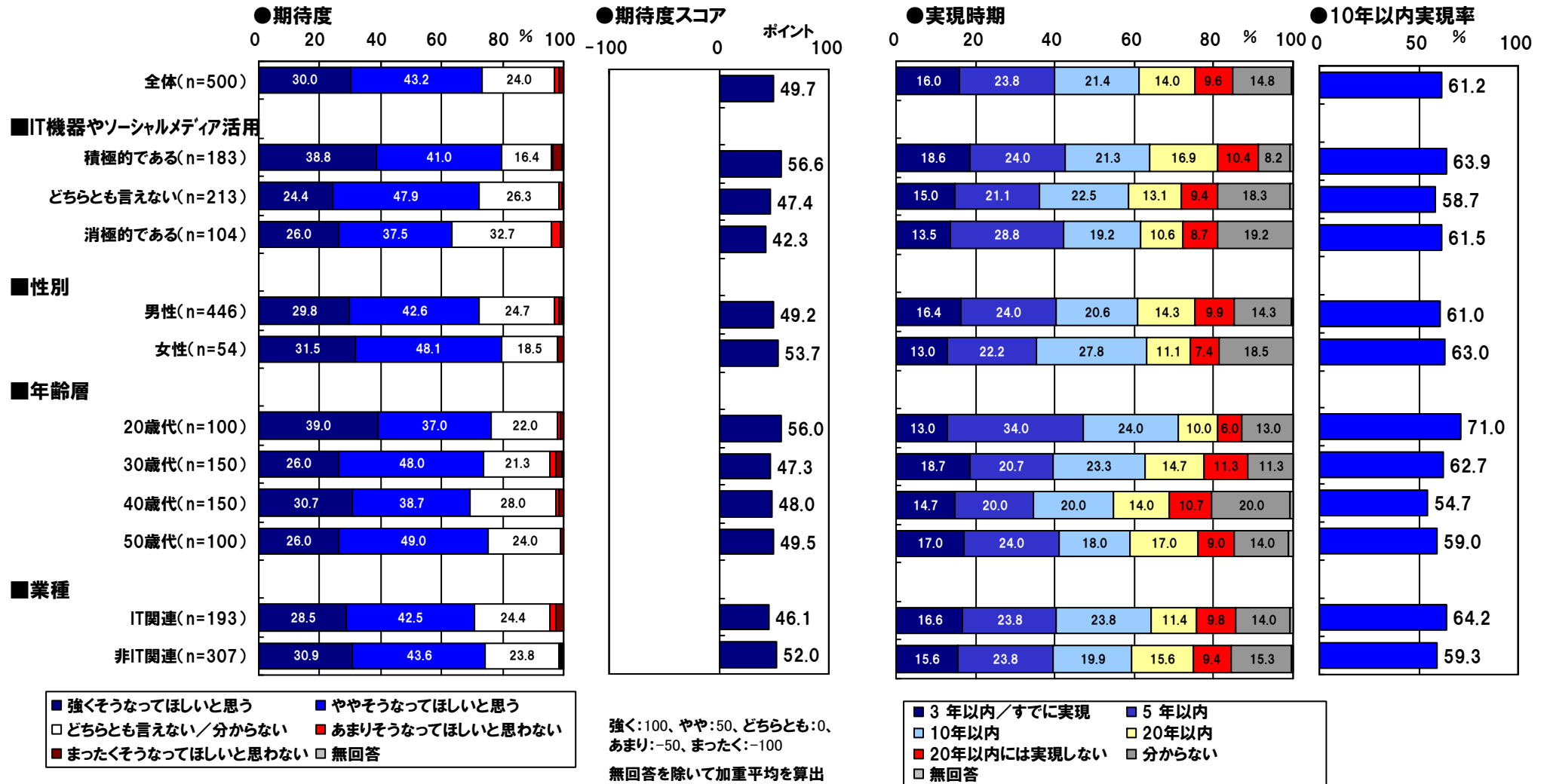
# ■企業の将来の期待度と実現時期

## 【オープンイノベーション】

### 《1\_3. 顧客と共にサービスや製品の開発に取り組むことが一般化する》

◆期待度はどの層でも42ポイントから57ポイントまでの間にあり、層別の大きな差はない。

◆実現率で差が大きいのは、年齢層。20歳代が71.0%で最も高く、40歳代が54.7%で最も低い

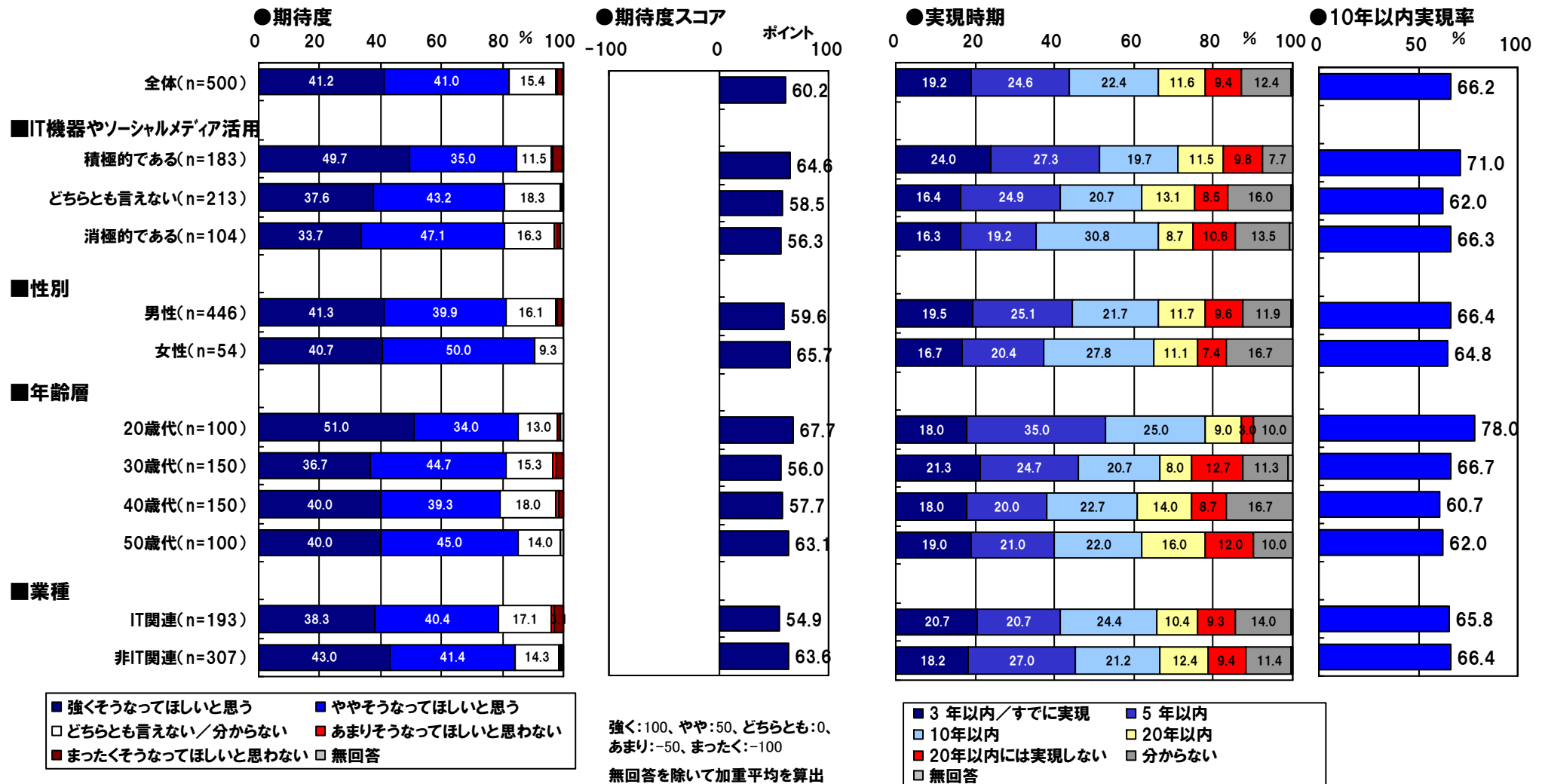


# ■企業の将来の期待度と実現時期

## 【マーケティング3.0】

### 《1.4. 顧客の声を早期に把握したり、考えを深く理解する企業が一般的になる》

◆業種別を見ると、期待度は非IT関連層が63.6ポイントで、IT関連層の54.9ポイントよりも高い。10年以内実現率は、非IT関連層が66.4%、IT関連層が65.8%で大きな差はない。20歳代の実現率が78.0%と最も高い。

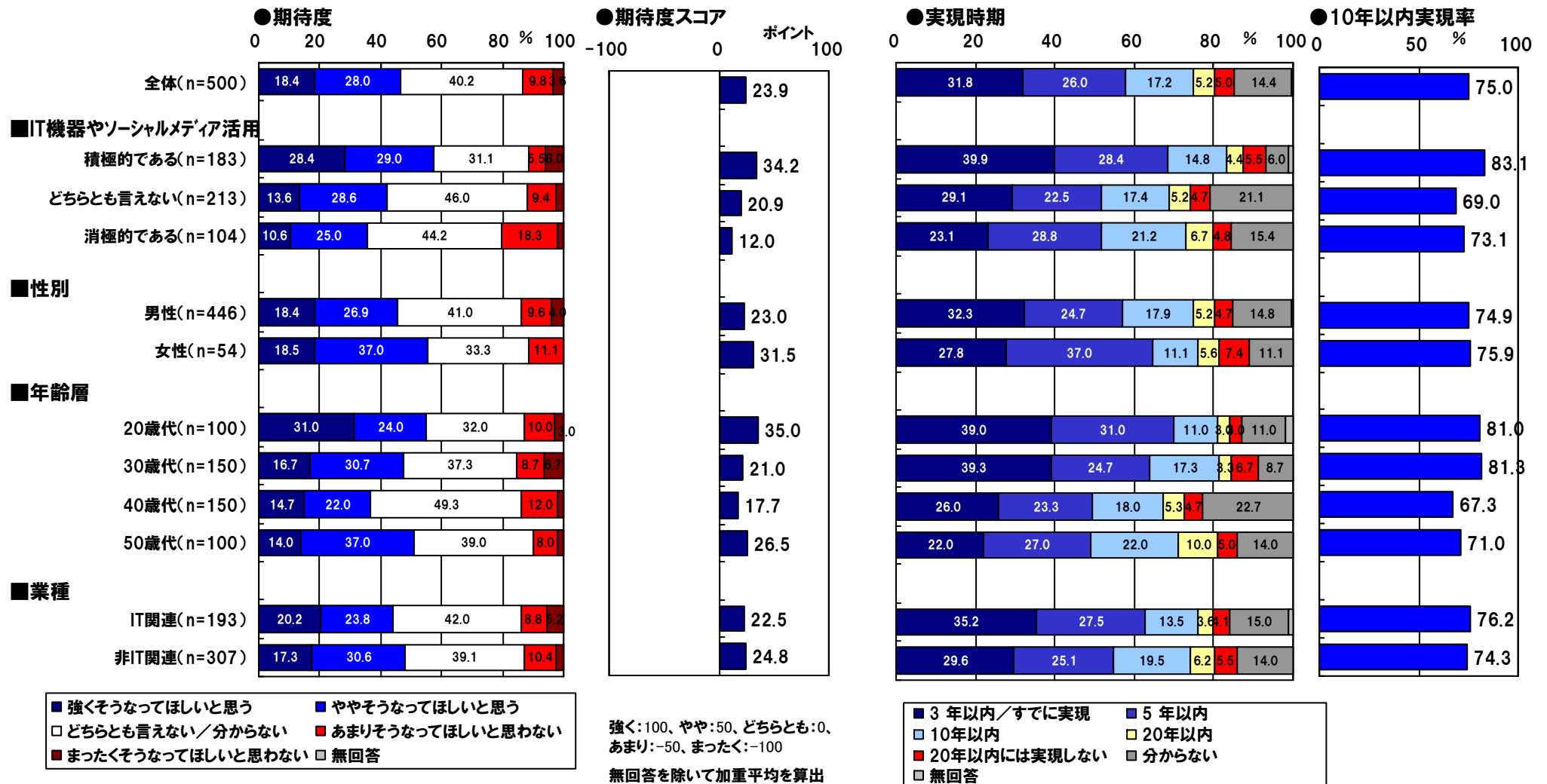


# ■企業の将来の期待度と実現時期

## 【マーケティング3.0】

### ≪1.5. 企業のマーケティング活動において、ソーシャルメディアの活用が一般的になる≫

- ◆期待度はIT機器活用積極的層が34.2ポイント、20歳代が35.0ポイントと高く、40歳代が17.7ポイントと低い。
- ◆10年以内実現率はどの層でも高い。特に、IT機器活用積極的層と20歳代、30歳代は80%を超えた。



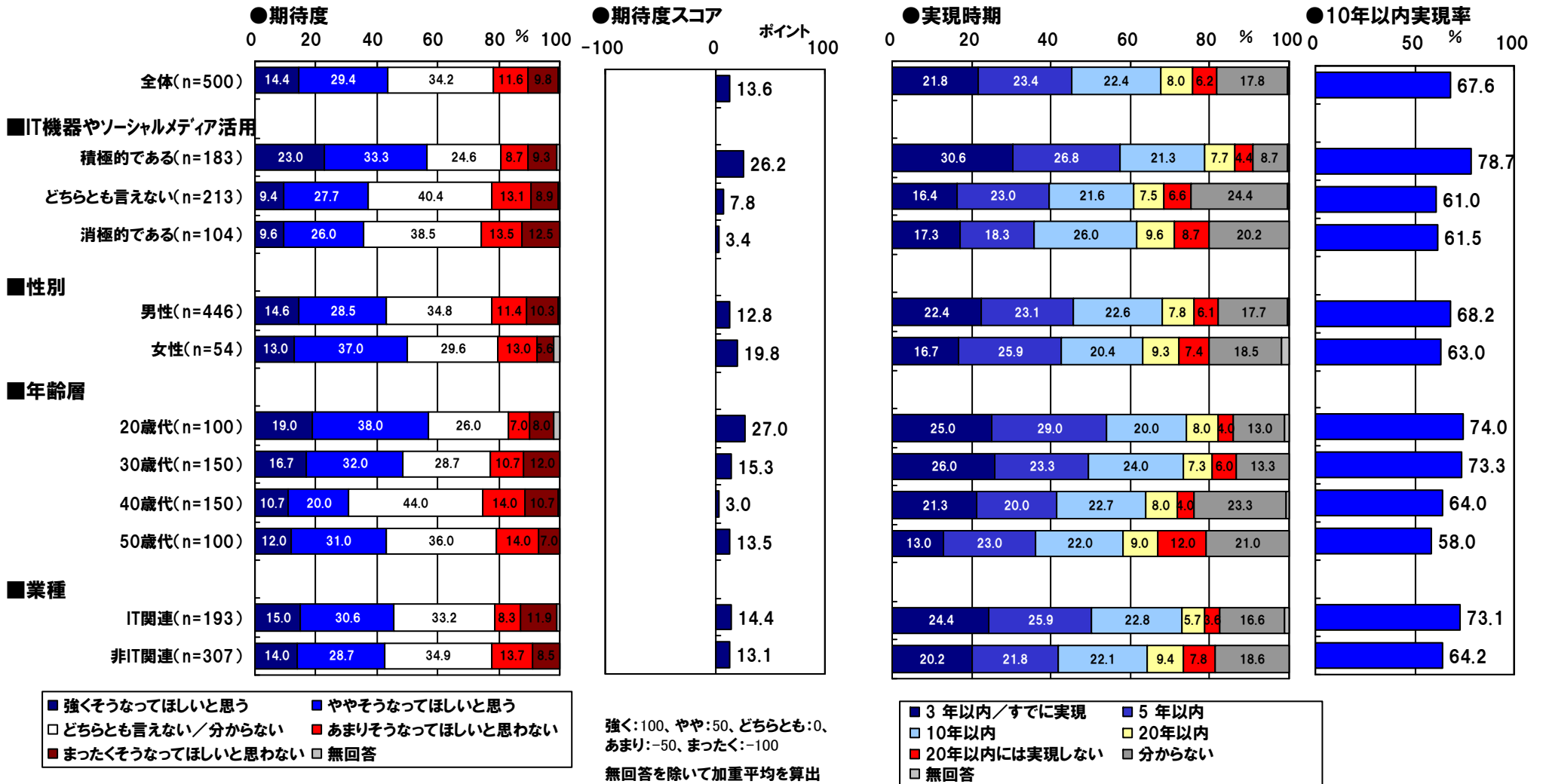


# ■企業の将来の期待度と実現時期

## 【ビッグデータ】

◀1.6. あらゆる個人情報(行動や購買履歴などを含む)に基づいたマーケティング(自分にあった情報の提供)が普通になる▶

◆期待度を見ると、層別に違いがあるのはIT機器活用別と年齢層別である。業種別を見ると、期待度では2層の差は小さいが、実現率はIT関連層が73.1%と高いのに対して、非IT関連層は64.2%と低い。

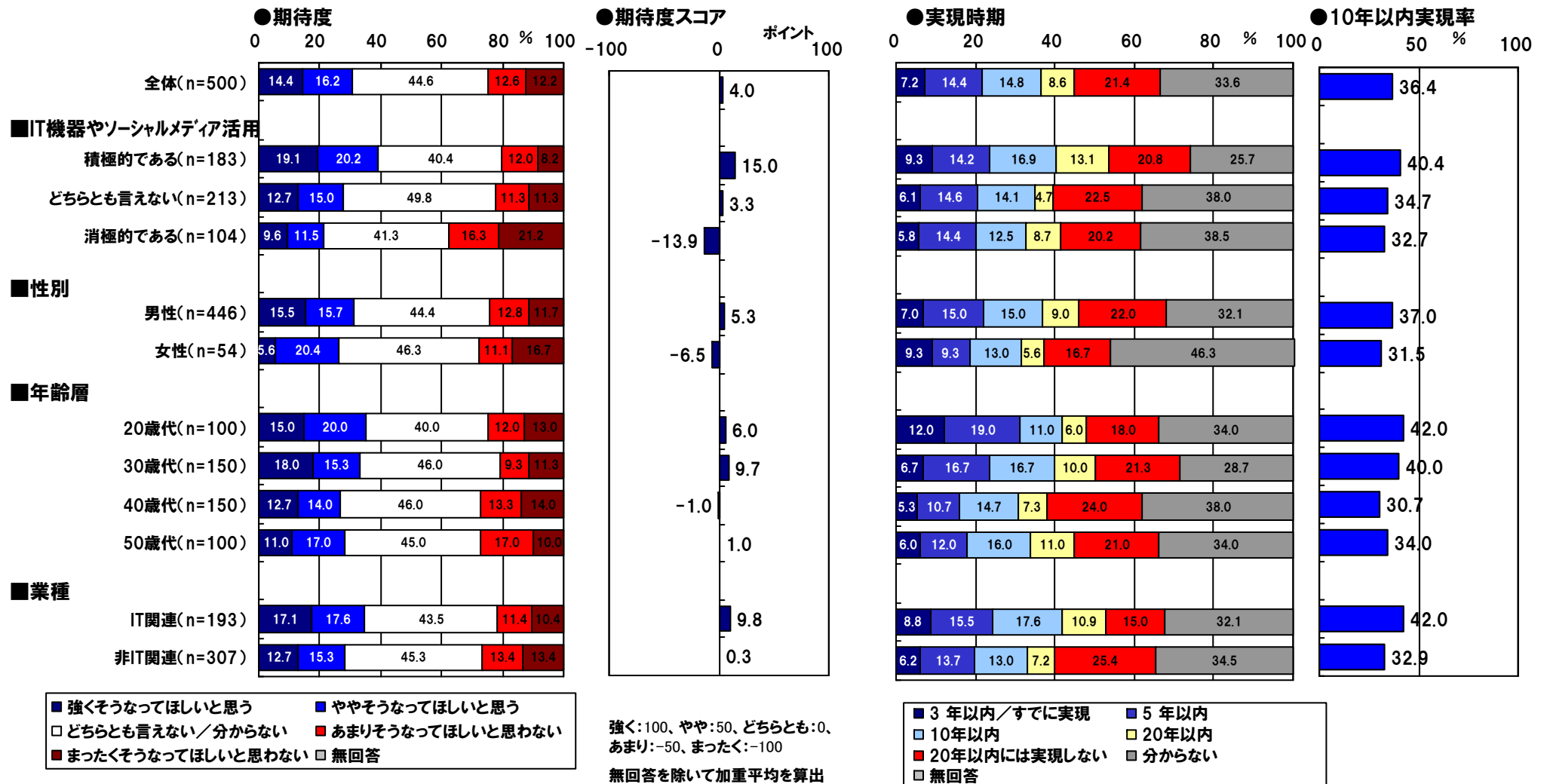


# ■企業の将来の期待度と実現時期

## 【事業変革・新事業】

### 《1.7. あなたの勤務先の主力事業が変わる》

◆期待度は最大でもIT機器活用積極的層の15.0ポイントである。年齢層別では、4層のうち40歳代だけが-1.0ポイントとマイナスである。業種別ではIT関連層が9.8ポイントと非IT関連層の0.3ポイントよりも高い。

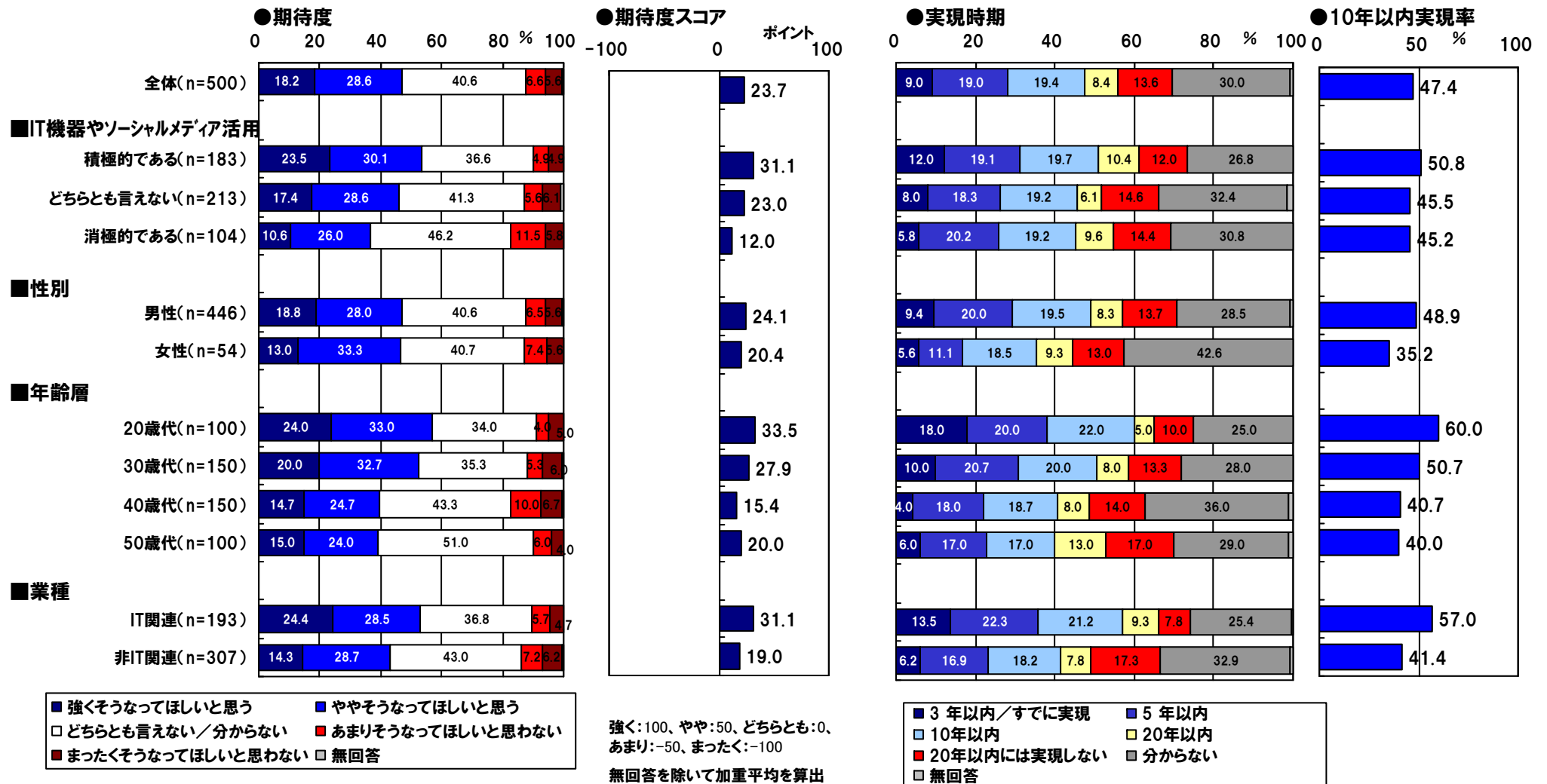


# ■企業の将来の期待度と実現時期

## 【事業変革・新事業】

《1\_8. あなたの勤務先のビジネスモデルや、提供サービスのどの部分で収益を上げるかが変わる》

◆業種別を見ると、IT関連層の期待度は31.1ポイントと、非IT関連層の19.0ポイントよりも高い。さらに10年以内実現率も、IT関連層は57.0%で、非IT関連層の41.4%よりも高い。

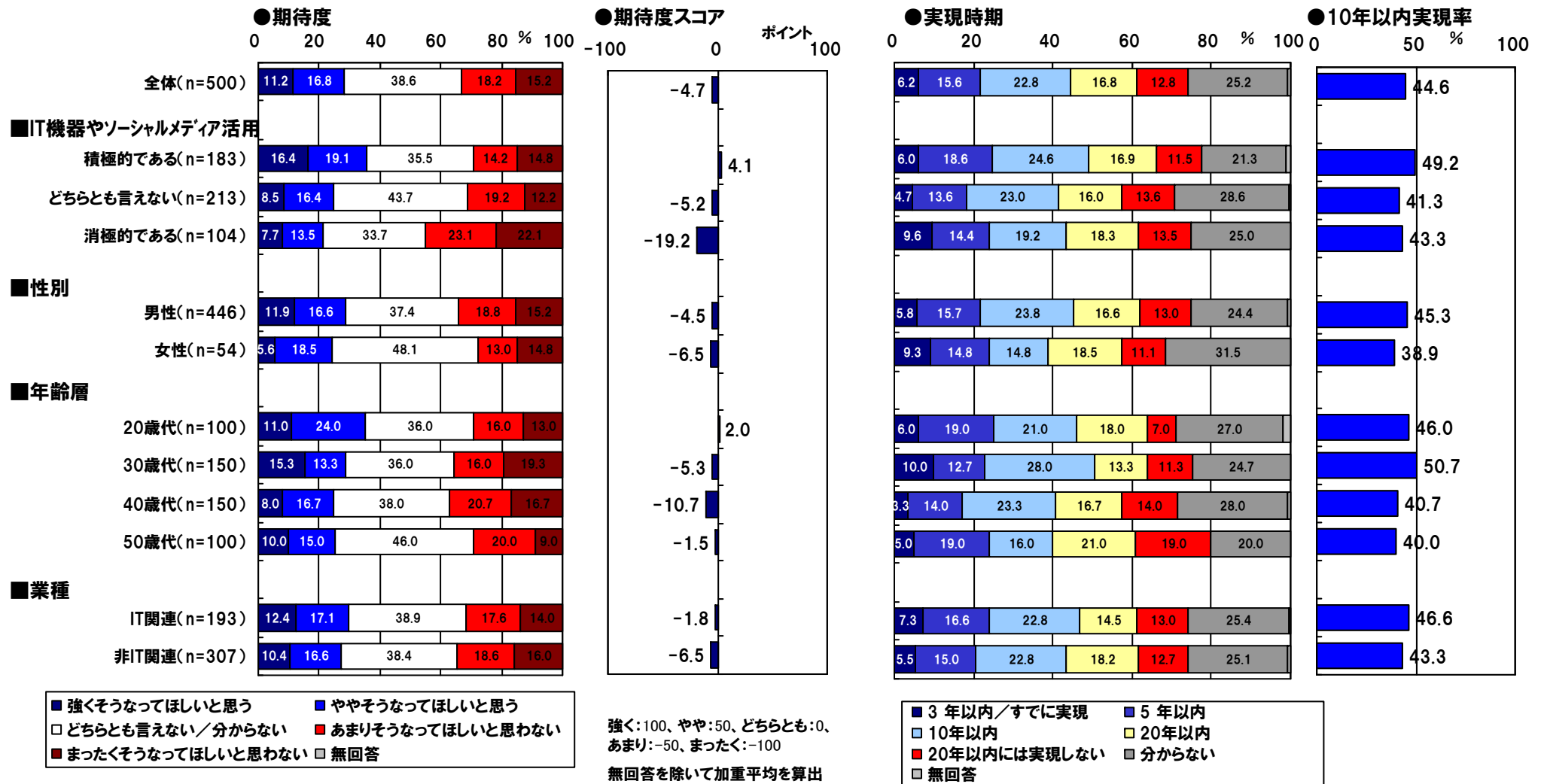


# ■企業の将来の期待度と実現時期

## 【事業変革・新事業】

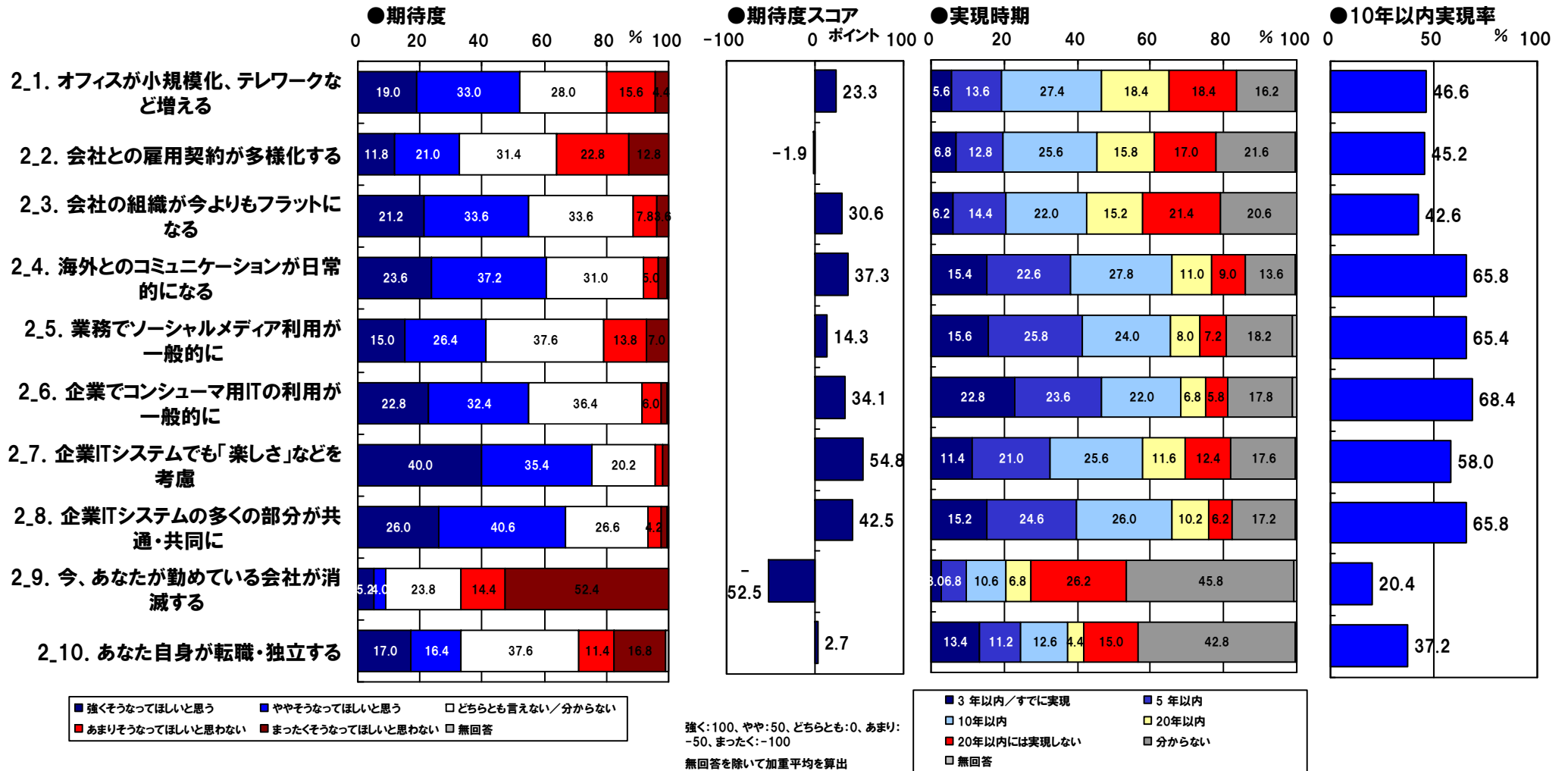
### 《1\_9. 日本企業における外国人従業員数が現在の2倍になる》

◆そうなってほしいとの期待度は、どの層でも低く、中でもIT機器活用消極的層の-19.2ポイントと40歳代の-10.7ポイントは低い。10年以内実現率で50%を超えたのは、30歳代だけである。



# ■企業の将来の期待度と実現時期(2/3)

- ◆「2\_9. 今、あなたが勤めている会社が消滅する」は、期待度は-52.5ポイントと低く、実現率も20.4%で低い。
- ◆「2\_2. 会社との雇用契約が多様化する」は、期待度が-1.9と低い。



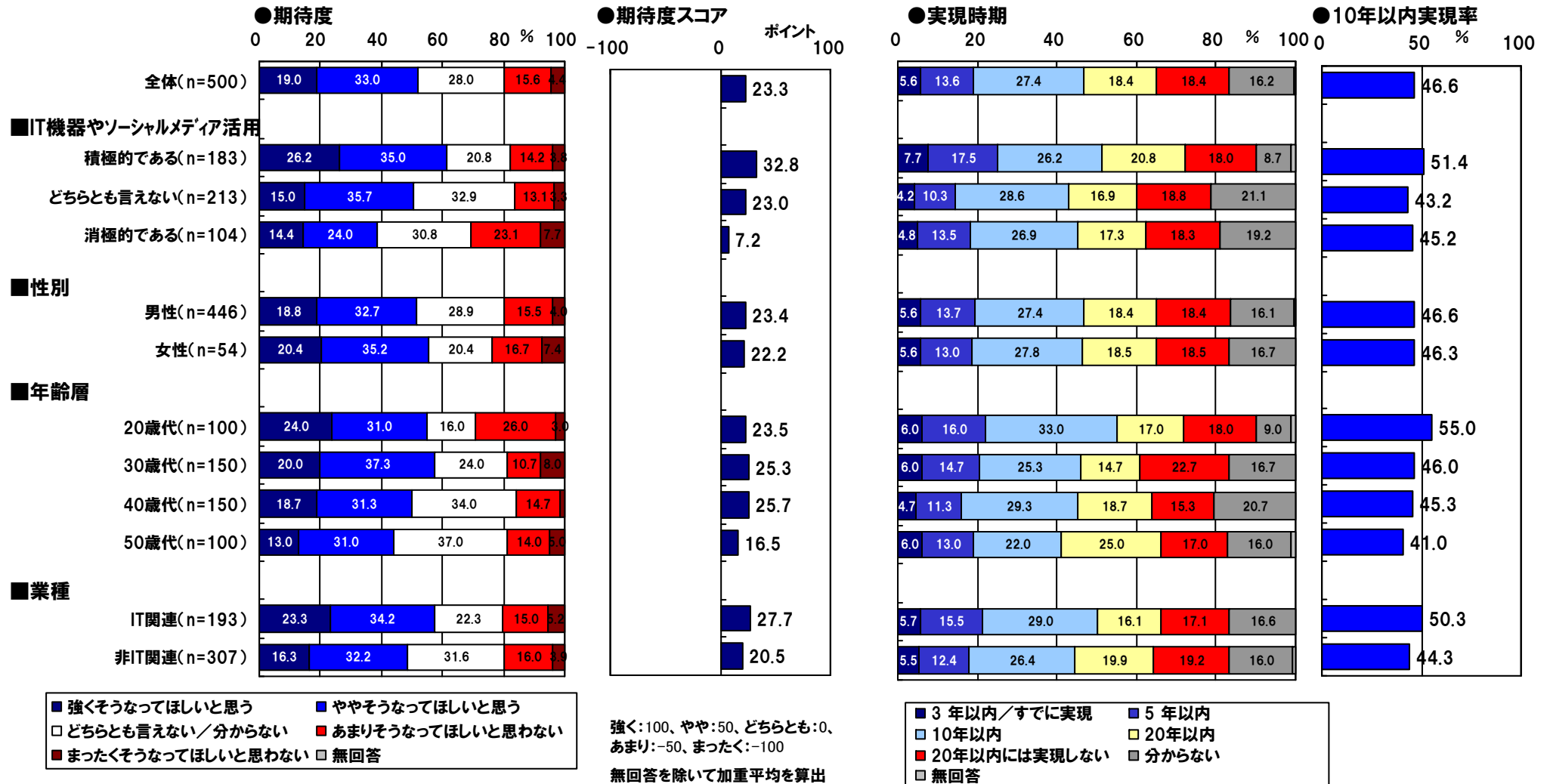
# ■企業の将来の期待度と実現時期

## 【ワークスタイルの変革】

◀2\_1. 会社のオフィスが小規模になり、テレワークやノマドワーク(決まったオフィスを持たない働き方)の人々が多数を占める▶

◆そうになってほしいとの期待度は、IT関連層で27.7ポイントと高く、非IT関連層で20.5ポイントと低い。

◆IT機器活用積極的層は32.8ポイントと高く、消極的層が7.2ポイントと低い。50歳代も16.5ポイントで低い。

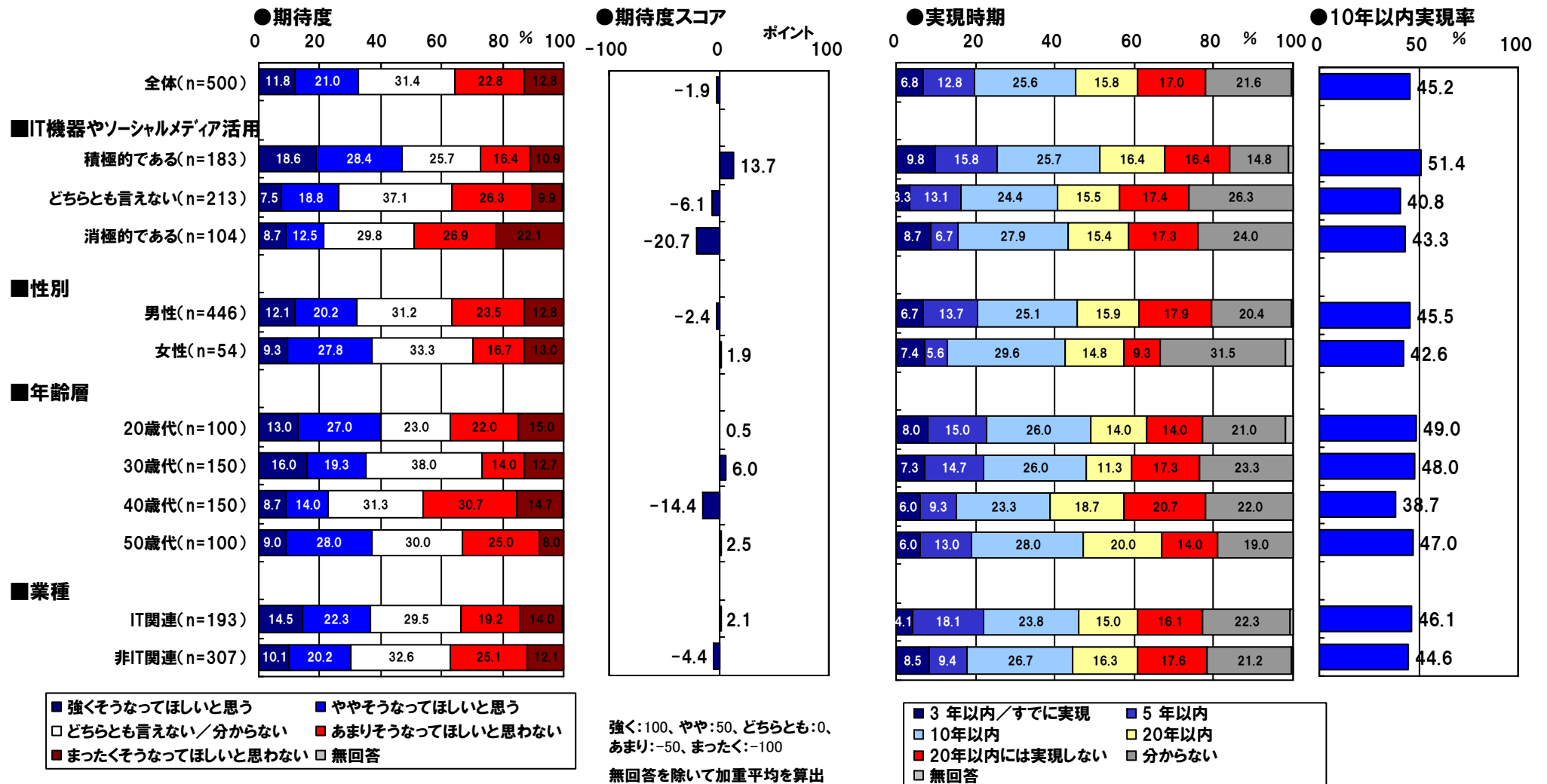


# ■企業の将来の期待度と実現時期

## 【ワークスタイルの変革】

### 《2.2. 会社との雇用契約が多様化し、プロジェクトごとや成果報酬型などの雇用契約が普通になる》

◆期待度は全般的に低い。IT機器活用別に見ると、積極的層は13.7ポイントと高いのに対して、消極的層は-20.7ポイントと低い。年齢層別では、40歳代だけがマイナスの-14.4ポイントである。

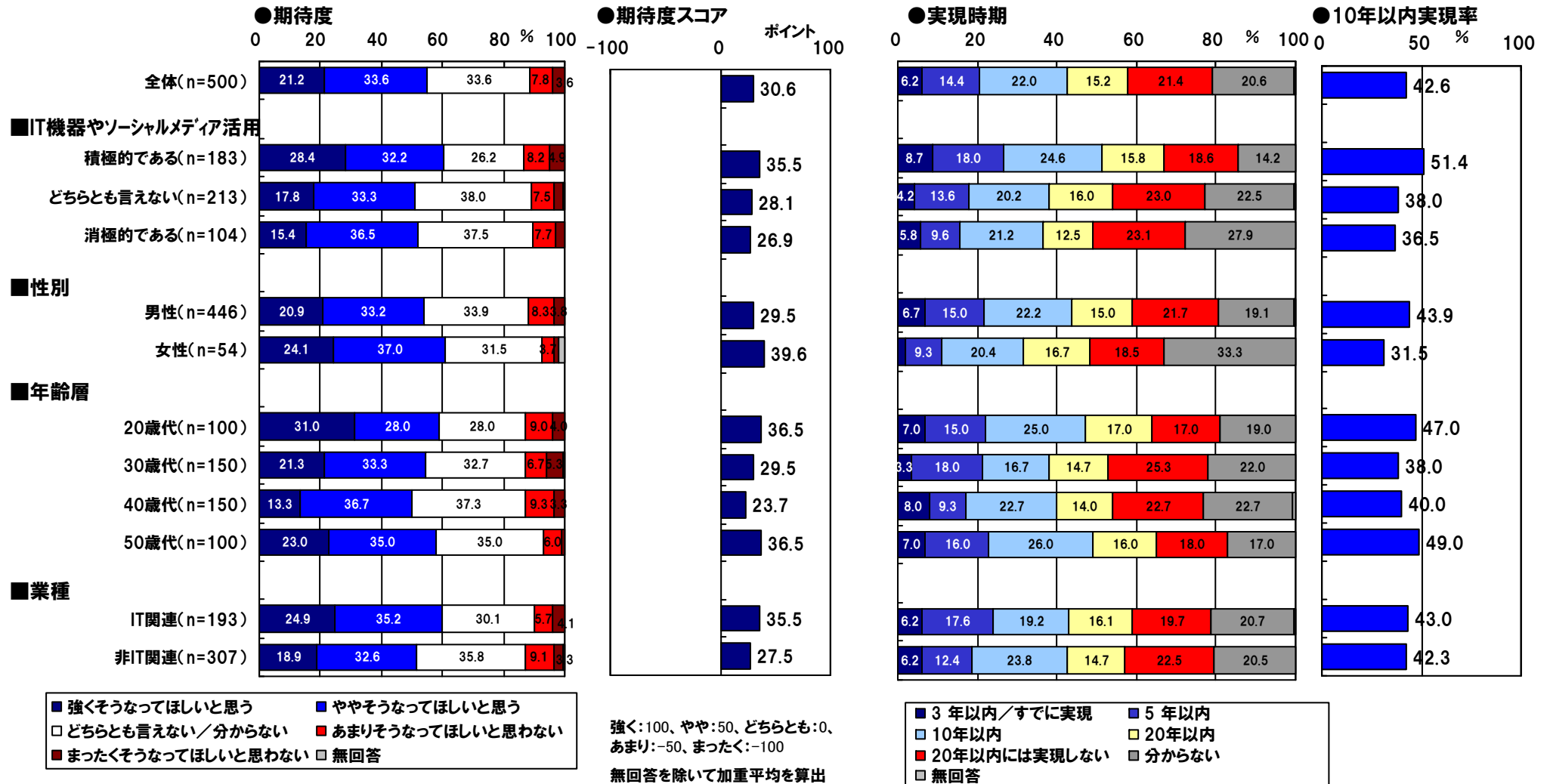


# ■企業の将来の期待度と実現時期

## 【ワークスタイルの変革】

### 《2.3. 会社の組織が今よりもフラットになる》

◆年齢層別に見ると、期待度が高いのは20歳代と50歳代で共に36.5ポイントである。10年以内実現率も50%近くで高い。40歳代は期待度が23.7ポイントと低い。



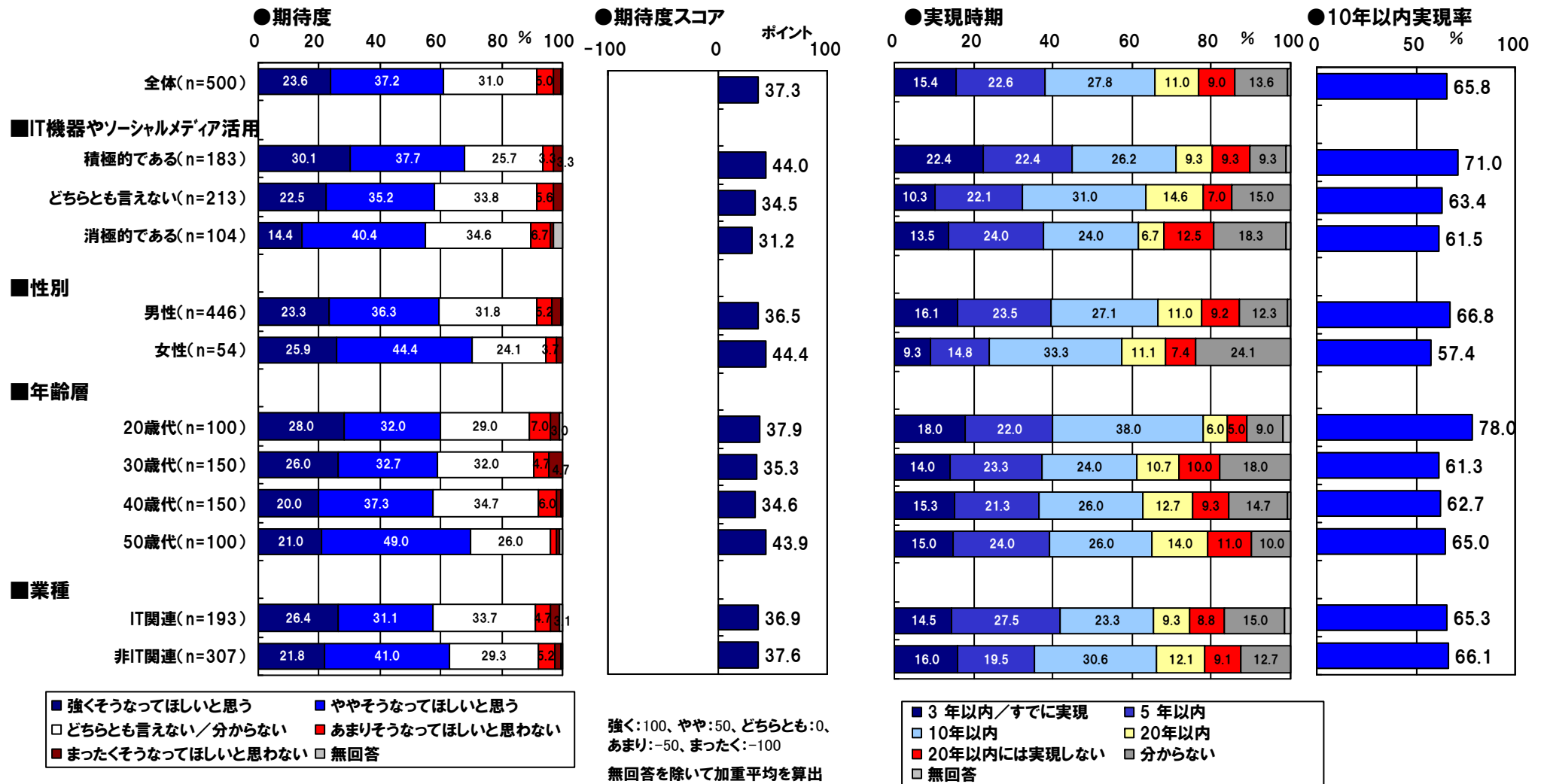


# ■企業の将来の期待度と実現時期

## 【ワークスタイルの変革】

### 《2.4. 海外とのコミュニケーションが日常的になる》

◆年齢層別に見ると、期待度は50歳代だけが40ポイントを超える43.9ポイントである。10年以内実現率は、20歳代だけが70%を超えた78.0%である。



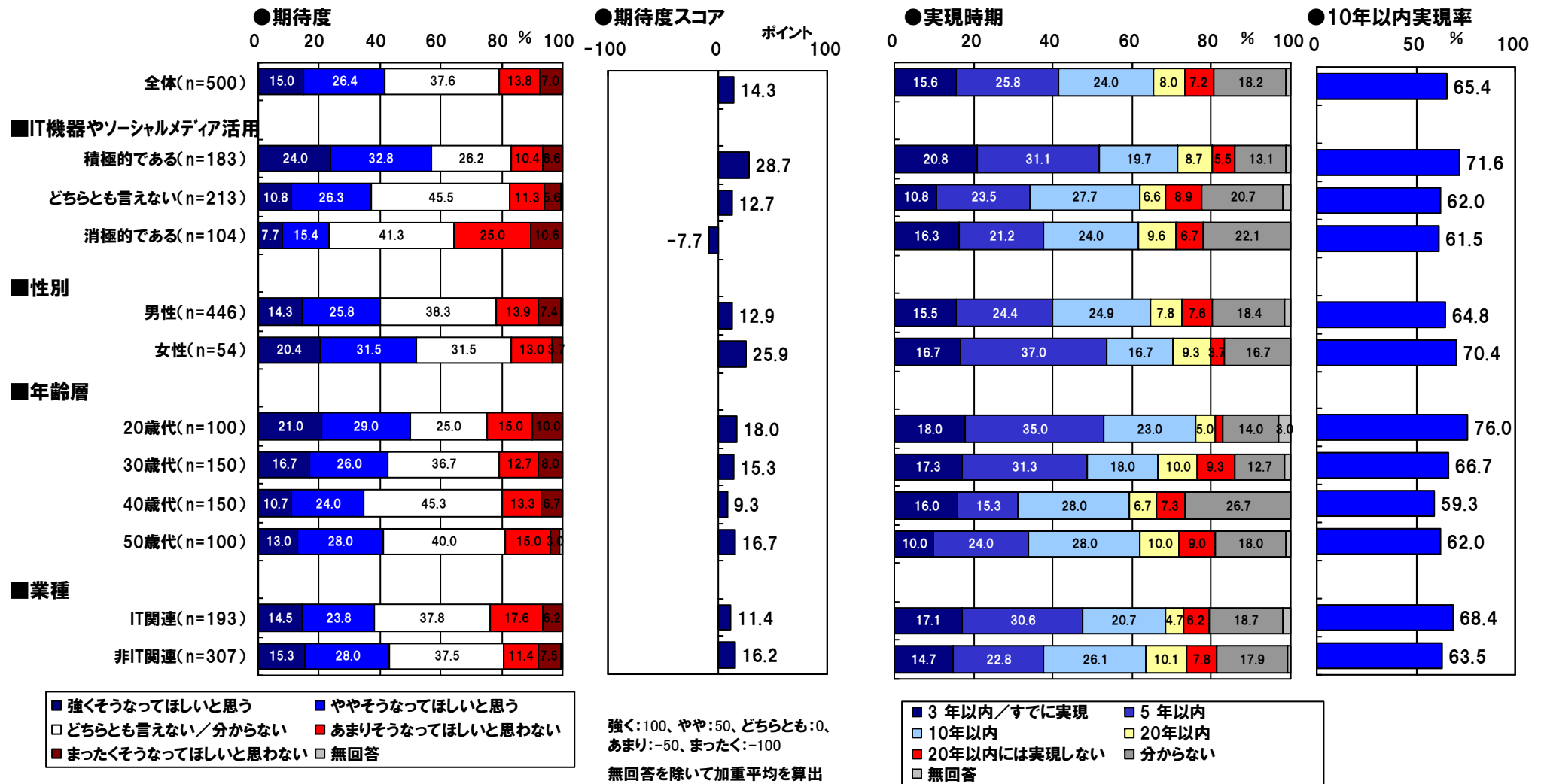
# ■企業の将来の期待度と実現時期

## 【ワークスタイルの変革】

### 《2.5. 社員が業務でソーシャルメディアを使うことが一般的になる》

◆IT機器活用別の期待度は、積極的層が28.7ポイントで高く、消極的層が-7.7ポイントで低い。

◆年齢層別では、期待度は20歳代と50歳代ではほぼ同じだが、実現率は20歳代が76.0%と高い。

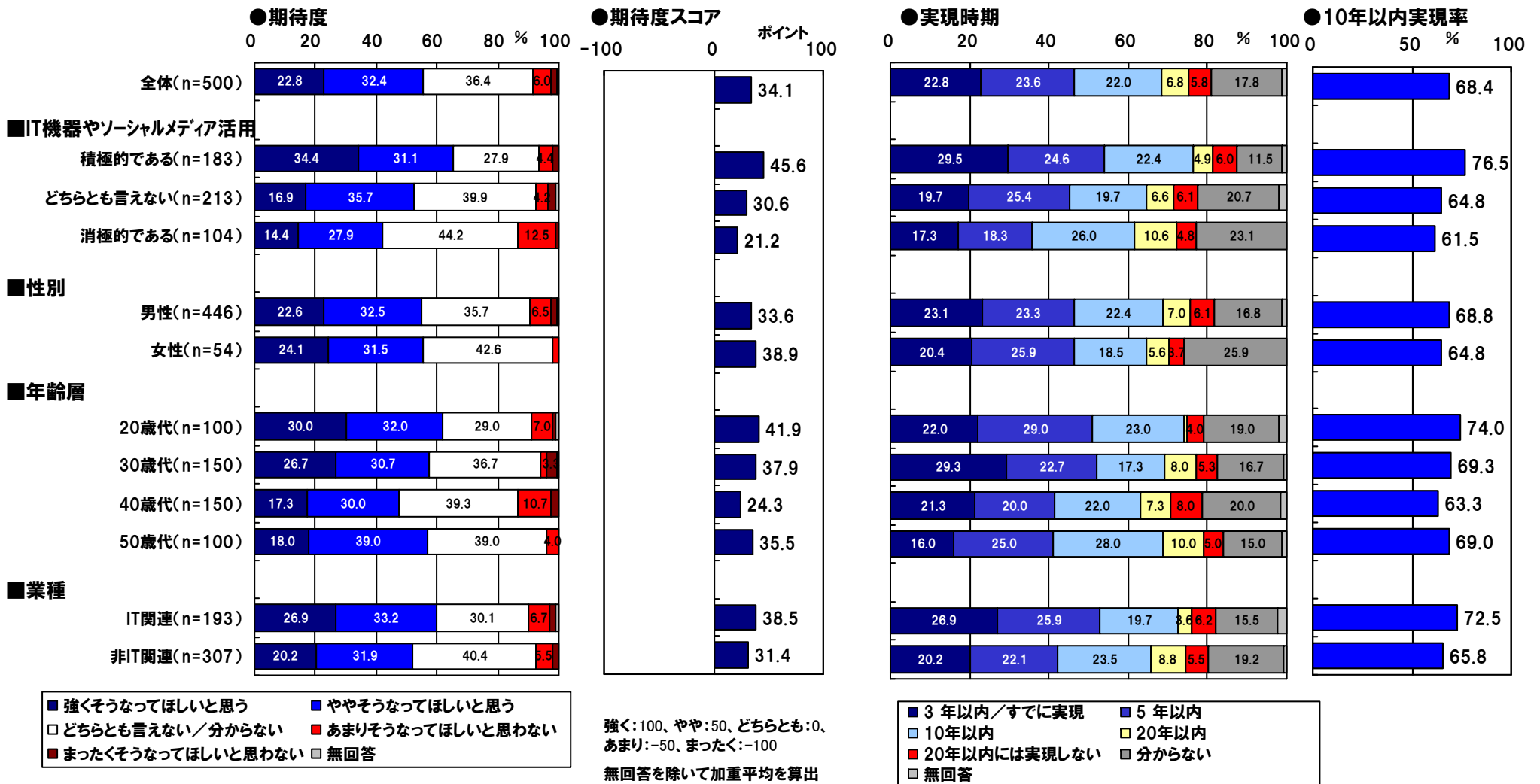


# ■企業の将来の期待度と実現時期

## 【コンシューマIT】

### 《2.6. 企業において、コンシューマ用のコンピュータ機器やIT関連サービスの利用が一般化する》

- ◆業種別を見ると、期待度と10年以内実現率共にIT関連層の方が非IT関連層よりも高い。
- ◆IT機器活用別の期待度は、積極的層は45.6ポイント、消極的層は21.2ポイントで、積極的層がかなり高い。

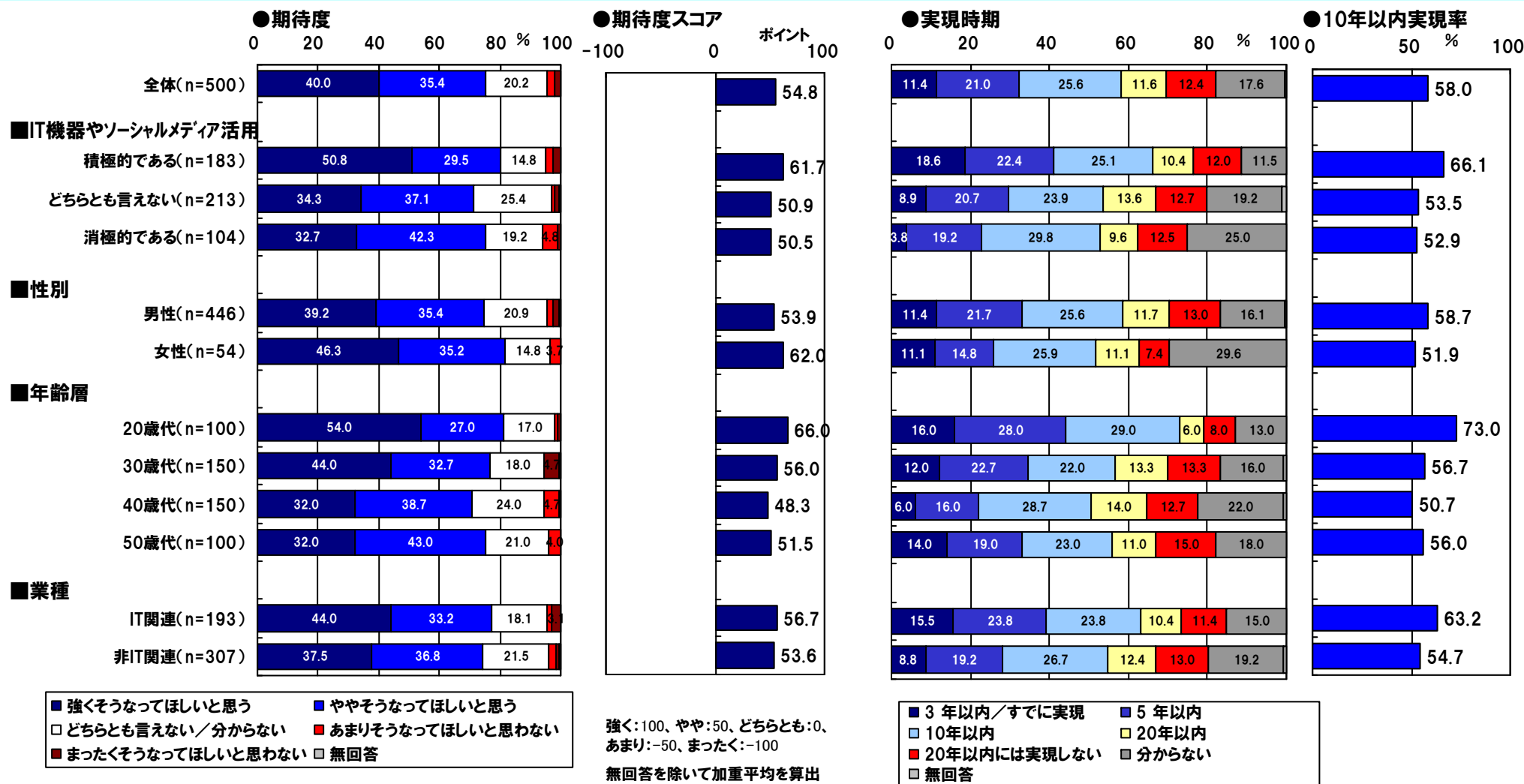


# ■企業の将来の期待度と実現時期

## 【コンシューマIT】

《2.7. 企業のITシステムにおいて、「楽しさ」、「気持ちよさ」、「ストレスのなさ」などが考慮されることが普通になる》

◆業種別に見ると、期待度は2層で大きな差はないが、10年以内実現率はIT関連層が63.2%で非IT関連層よりも高い。実現率は、20歳代が73.0%とほかの年齢層よりも高い。

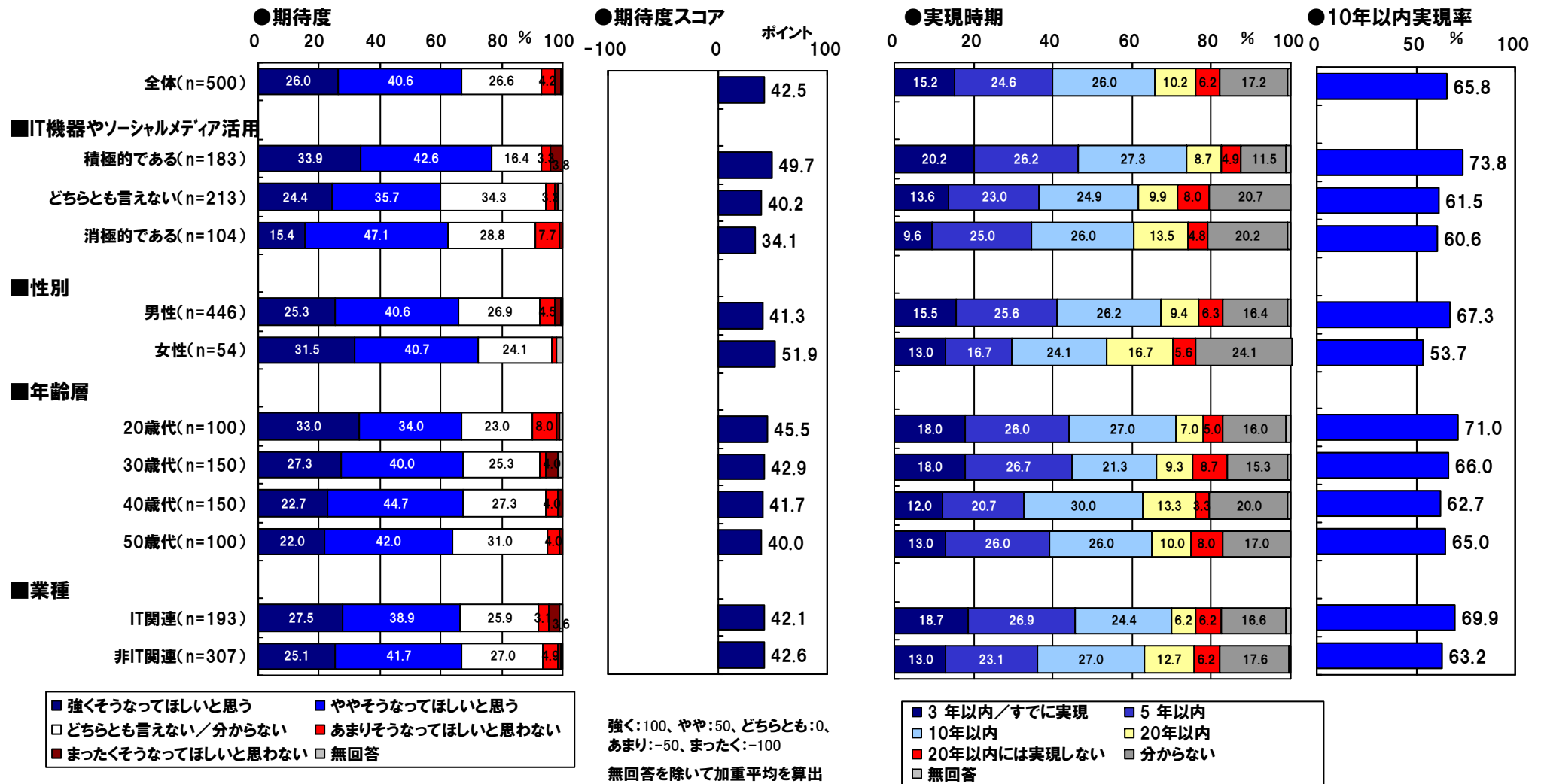


# ■企業の将来の期待度と実現時期

## 【共通化、クラウド】

《2\_8. 企業のITシステムの多くの部分で、共通の製品を使ったり、共同のサービスを利用することになる》

◆業種別では、期待度はIT関連層と非IT関連層で大きな差はないが、10年以内実現率はIT関連層が69.9%で、非IT関連層の63.2%よりも高い。

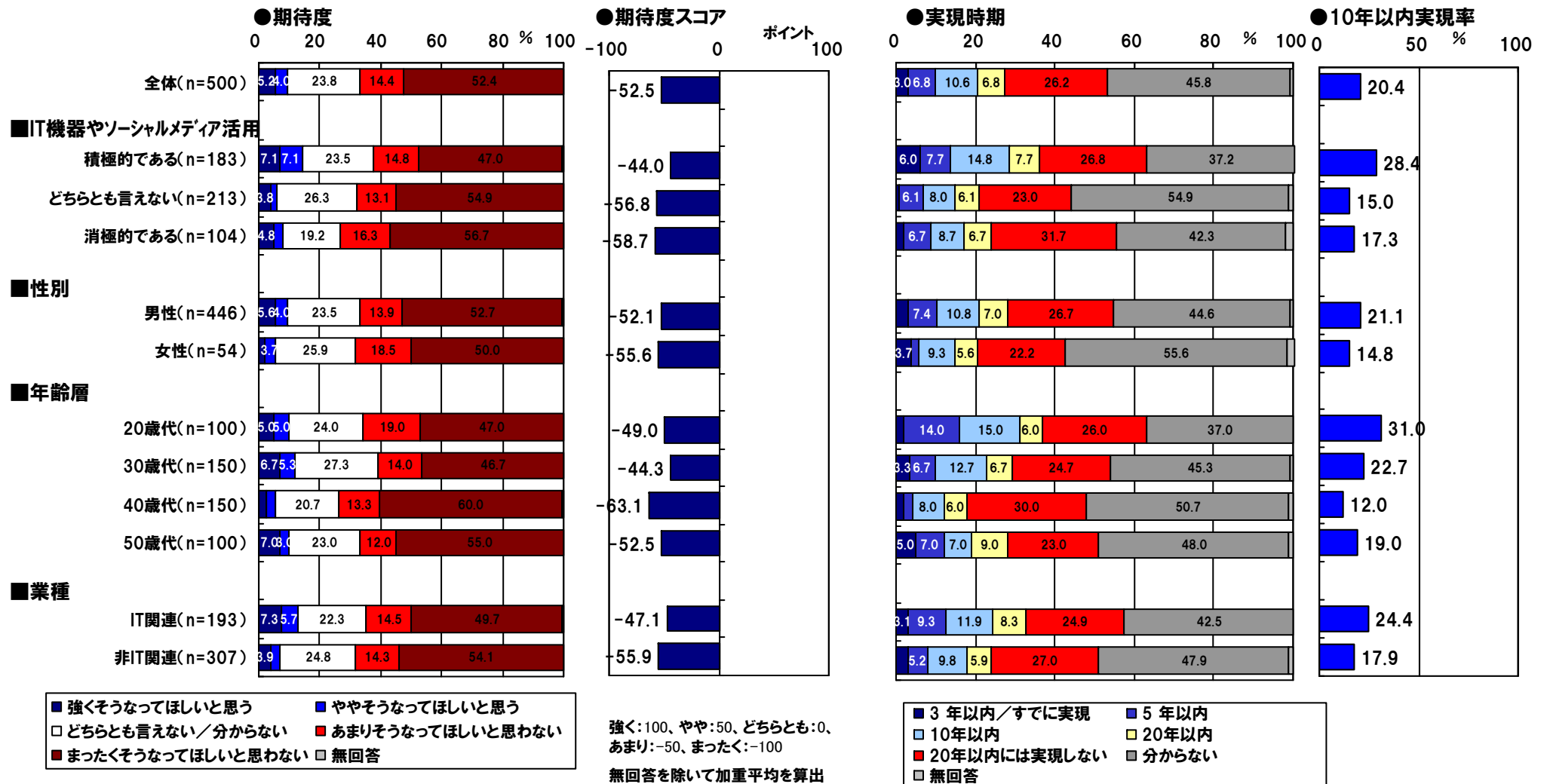


# ■企業の将来の期待度と実現時期

## 【事業変革、ワークスタイルの変革】

### 《2.9. 今、あなたが勤めている会社／団体が消滅する》

◆期待度を見ると、どの層でもマイナスである。濃赤(まったくそうになってほしいとは思わない)と赤(あまりそうになってほしいとは思わない)との回答が多い。10年以内実現率は、20歳代が31.0%、IT関連層が24.4%と高い。

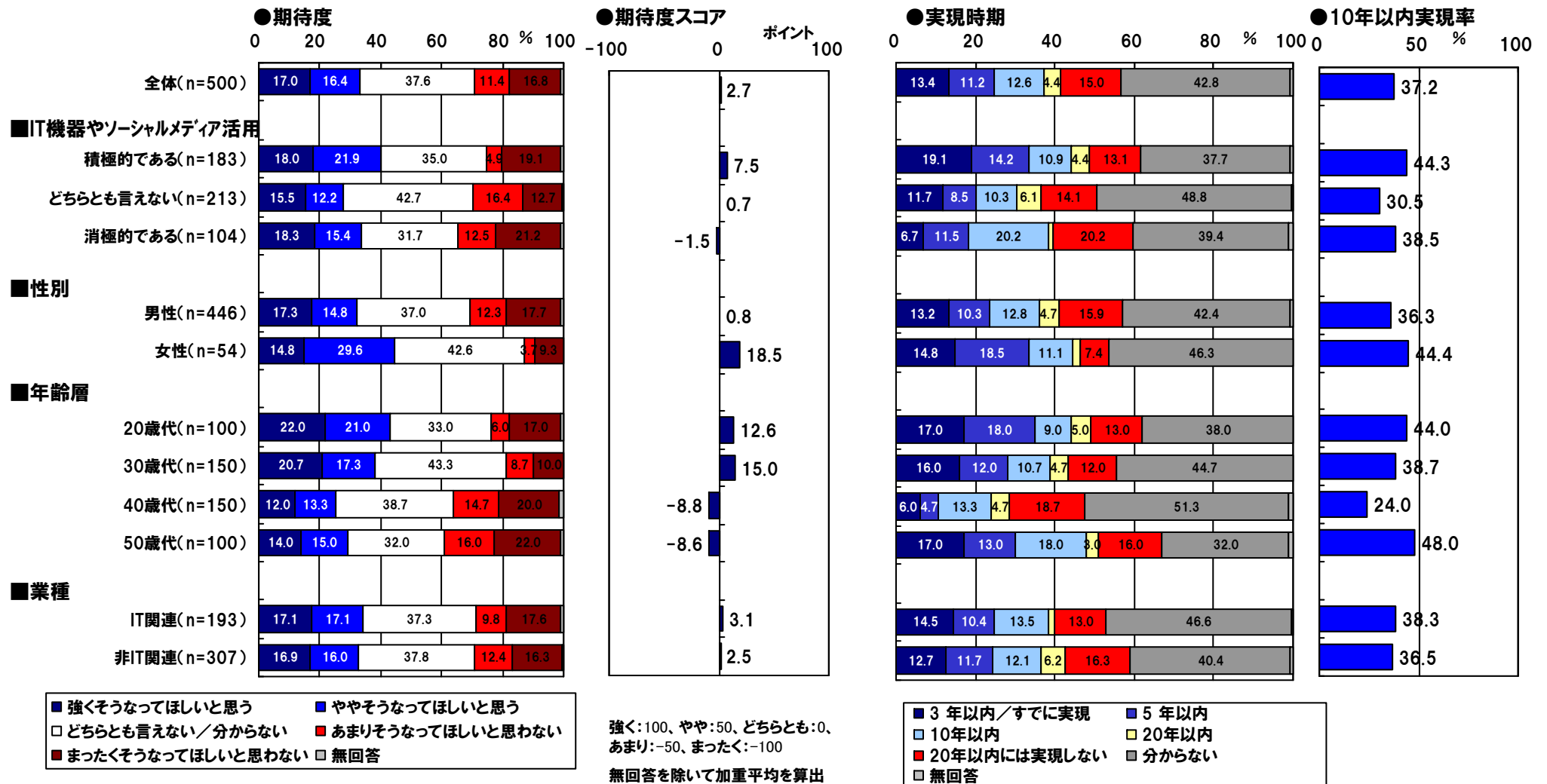


# ■企業の将来の期待度と実現時期

## 【ワークスタイルの変革】

### 《2\_10. あなた自身が(現在勤めている会社／団体をやめて)転職もしくは独立する》

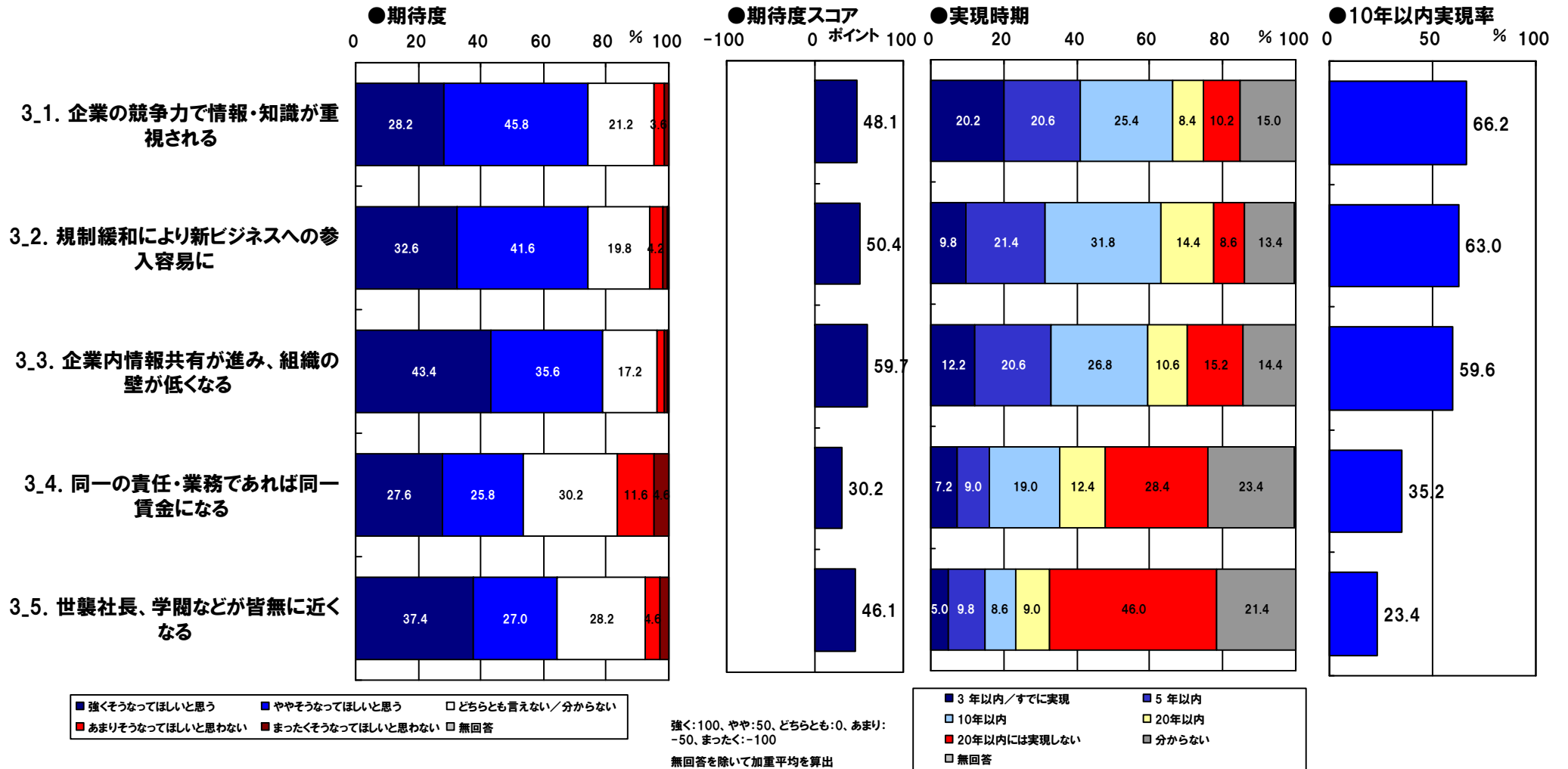
◆年齢層別に見ると、20歳代と30歳代で期待度がプラスであるのに対して、40歳代と50歳代ではマイナスである。ただ、50歳代は、10年以内実現率が48.0%とほかの3層よりも高い。



# ■企業の将来の期待度と実現時期(3/3)

◆そうってほしいとの期待度が高いのは、「3\_3. 企業内情報共有が進み、組織の壁が低くなる」の59.7ポイントである。

◆10年以内実現率が高いのは、「3\_1. 企業の競争力で情報・知識が重視される」の66.2%である。



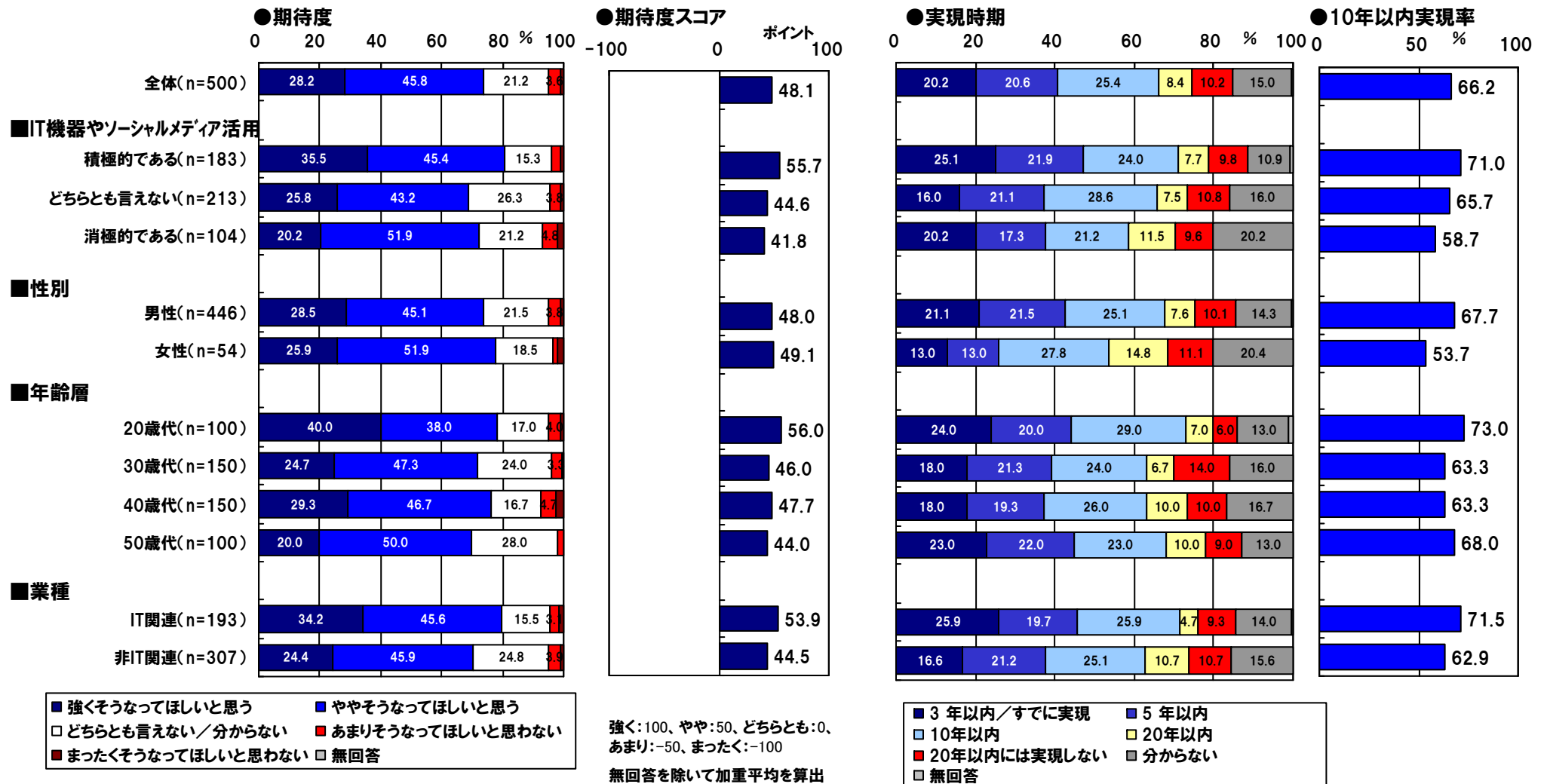


# ■企業の将来の期待度と実現時期

## 【企業競争力】

《3\_1. 企業の競争力において、資本や技術力だけではなく、情報や知識が重視される》

- ◆業種別に見ると、期待度と10年以内実現率共にIT関連層の方が非IT関連層よりも高い。
- ◆IT機器活用別では、積極的層が消極的層よりも期待度、実現率共に高い。



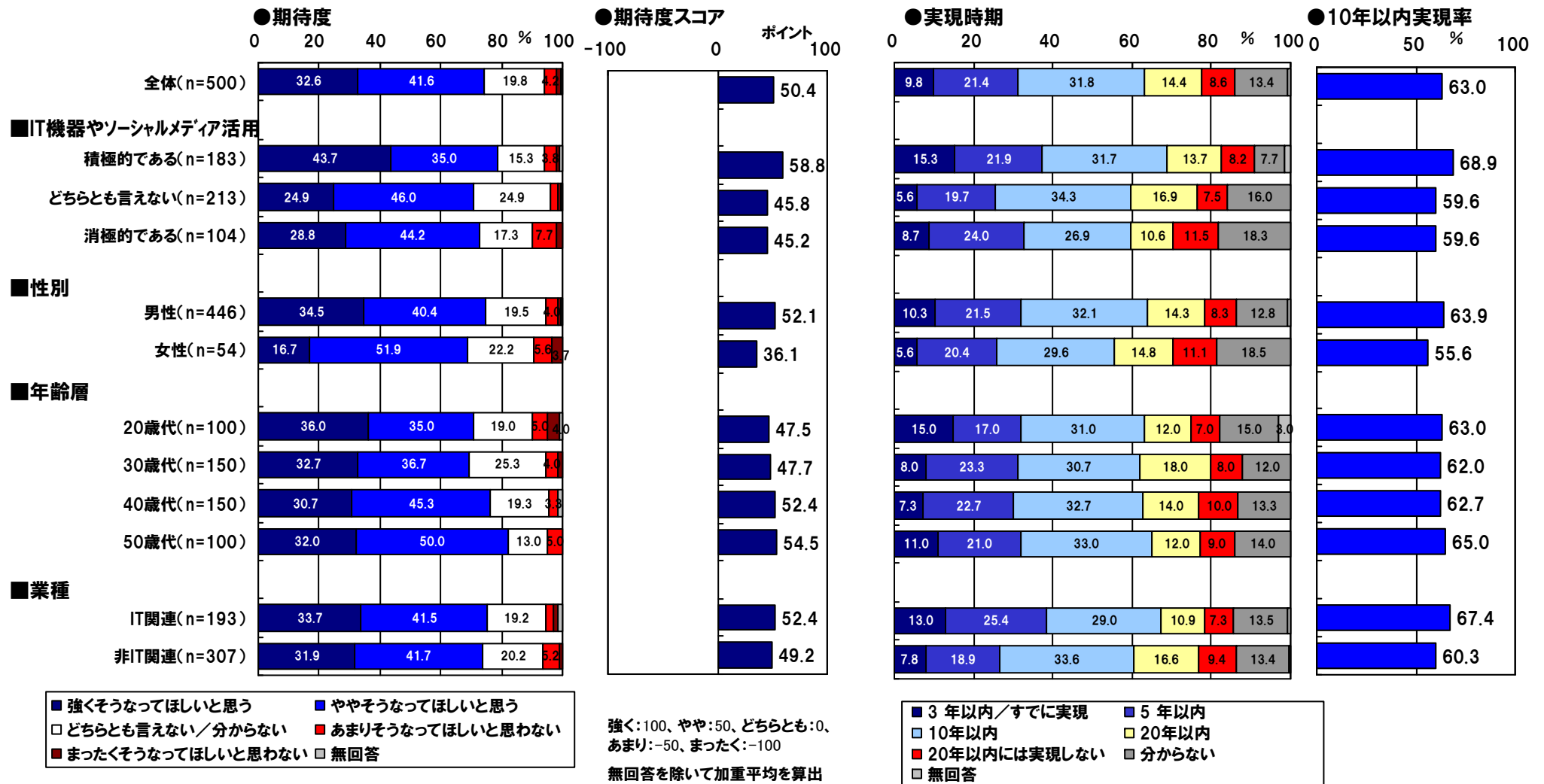
# ■企業の将来の期待度と実現時期

## 【企業競争力】

### 《3\_2. 規制緩和が進み、新たなビジネスへの参入が容易になる》

◆ そうなしてほしいとの期待度は、年齢層別では年齢層が上がるに従って期待度が高くなる。

◆ 業種別で見ると、期待度は2層で大きな差はないが、実現率はIT関連層が67.4%で非IT関連層よりも高い。

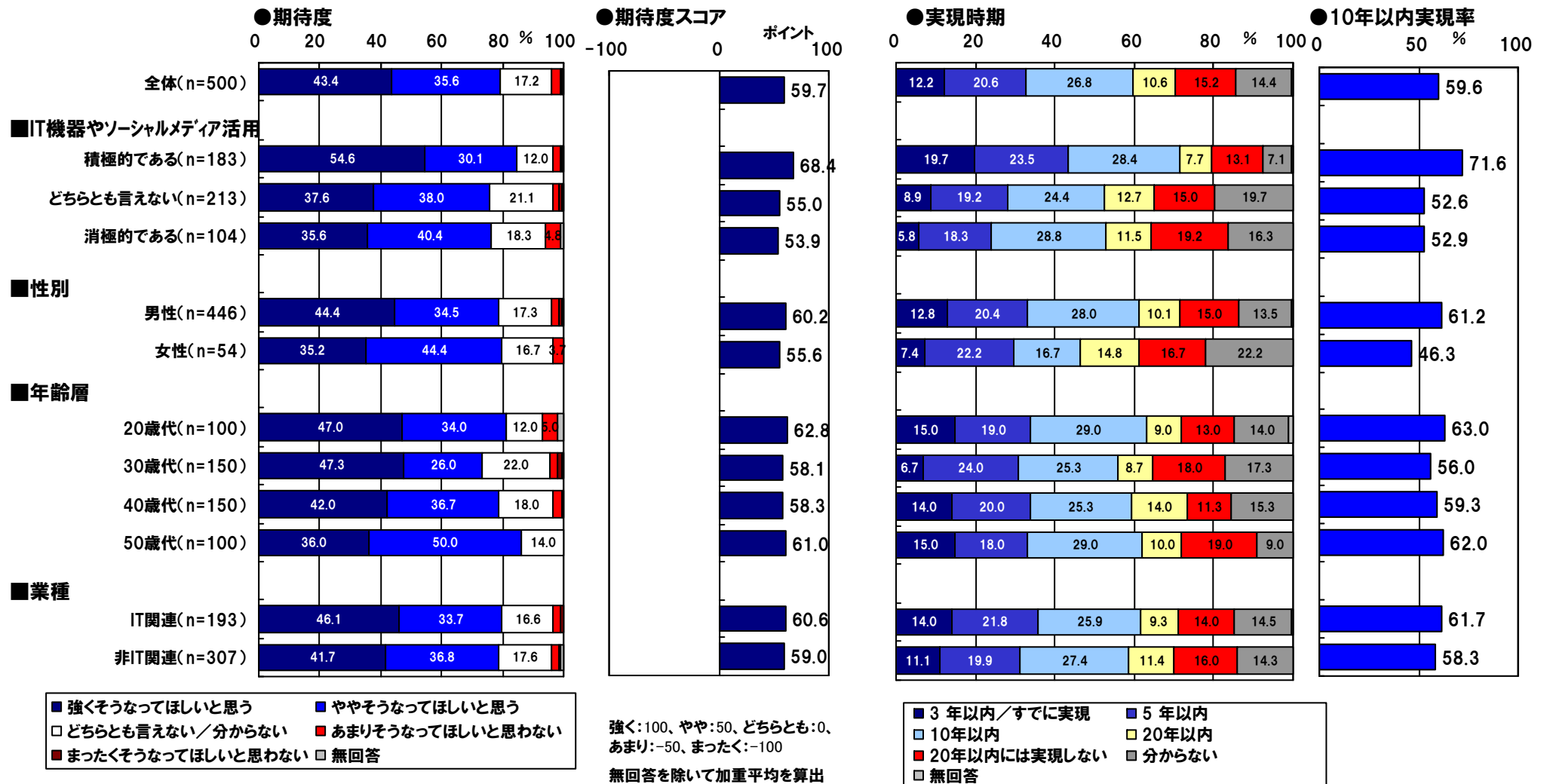


# ■企業の将来の期待度と実現時期

【情報共有】

## 《3\_3. 企業内の情報共有が進み、組織の壁が低くなる》

◆期待度は最低でも53.9ポイントで、全体として高い。ほかの層より高いのは、IT機器活用積極的層の68.4ポイント。10年以内実現率は、IT機器活用積極層だけが70%を超えた71.6%である。

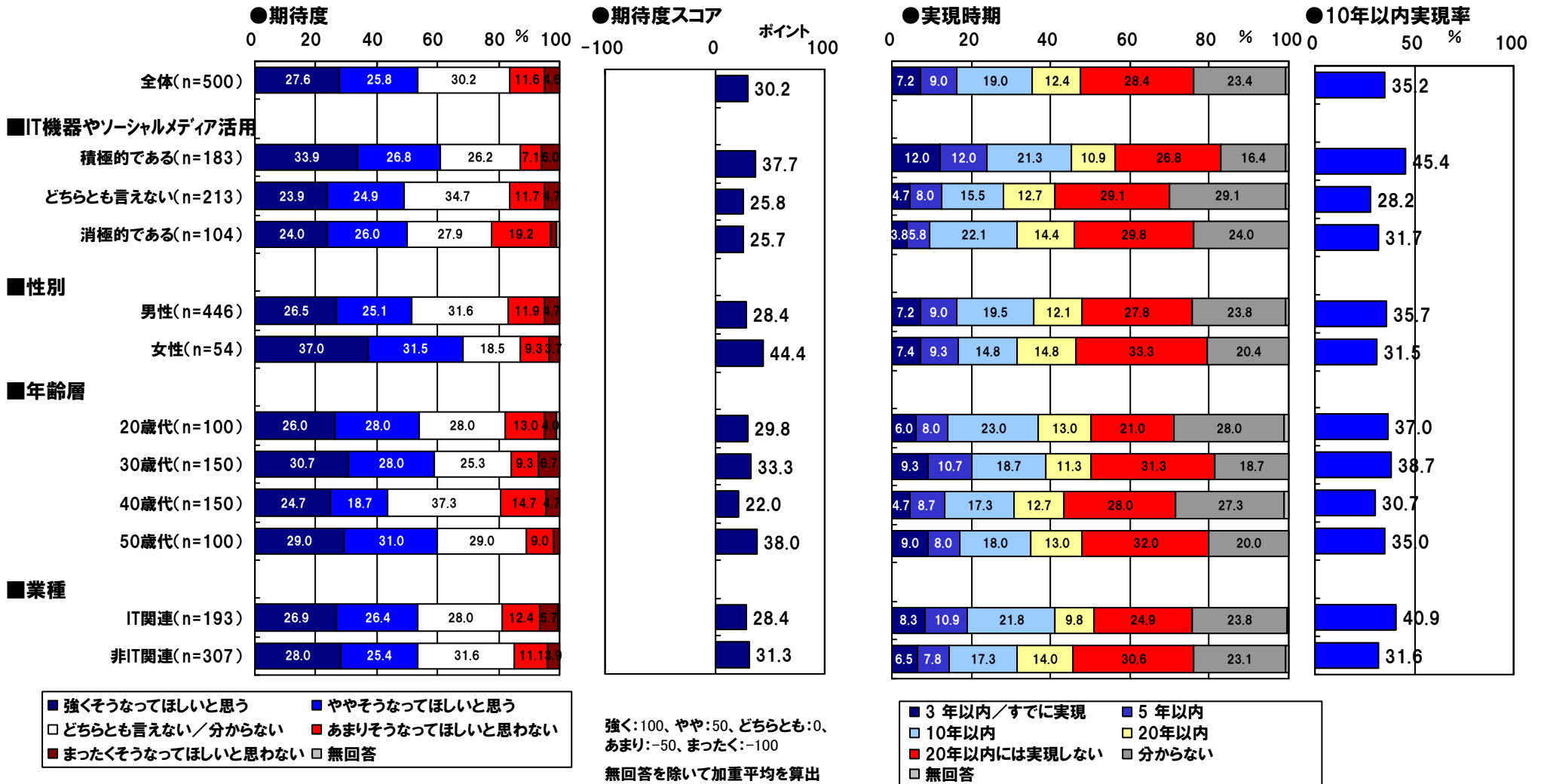


# ■企業の将来の期待度と実現時期

## 【公平性】

《3\_4. 従業員の雇用形態に関わらず、同一の責任・業務内容であれば、同一賃金になる》

◆性別で見ると、期待度は女性層が44.4ポイントで、男性層の28.4ポイントよりも高い。10年以内実現率は、逆に男性層が35.7%で、女性層の31.5%よりも高い。

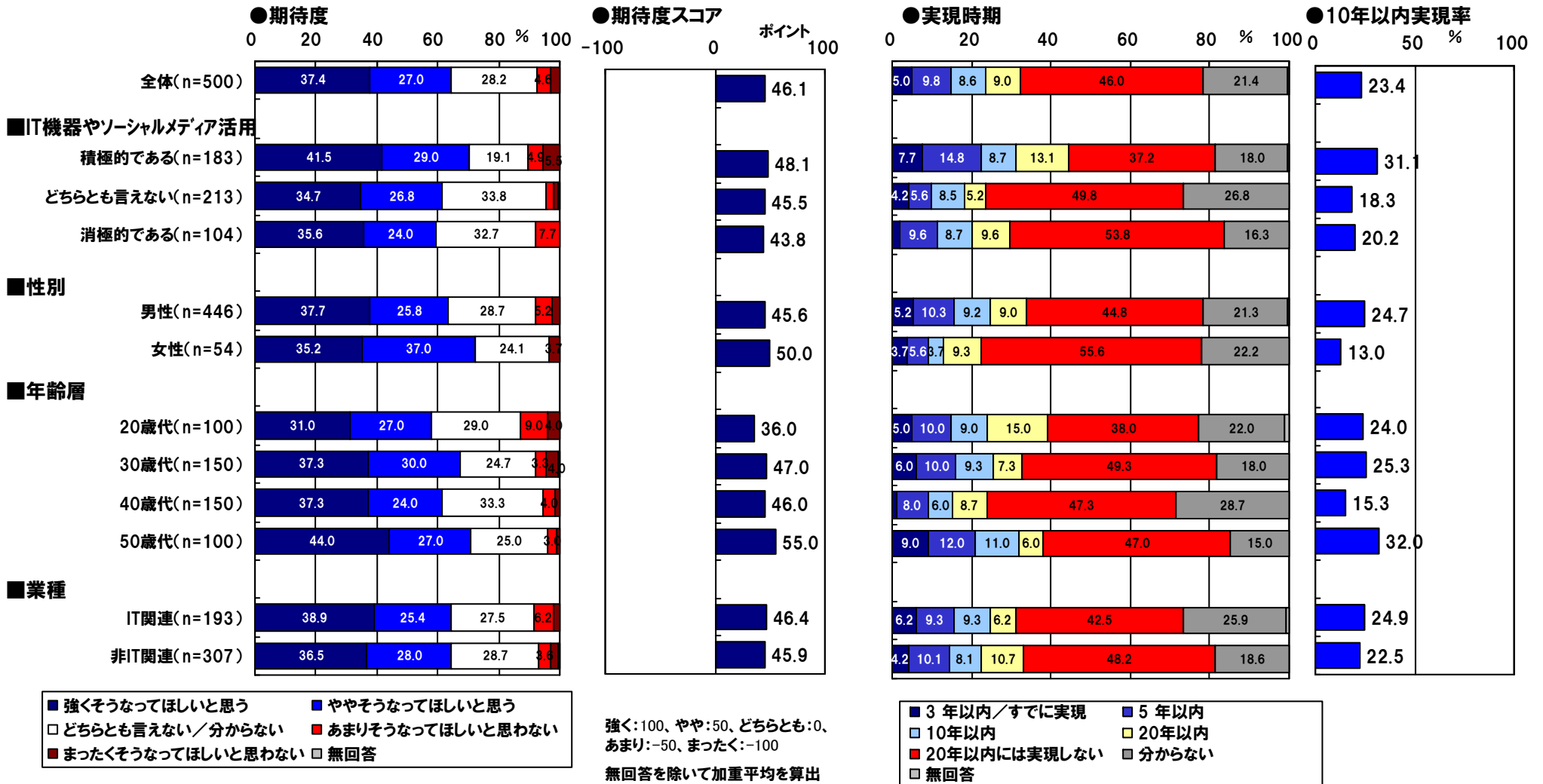


# ■企業の将来の期待度と実現時期

## 【公平性】

### 《3\_5. 世襲社長、学閥などが皆無に近くなる》

◆そうなってほしいとの期待度で差があるのは年齢層別である。50歳代が55.0ポイントで最も高いのに対して、年齢層が下がるに従って数値は低くなり、20歳代では36.0ポイントである。

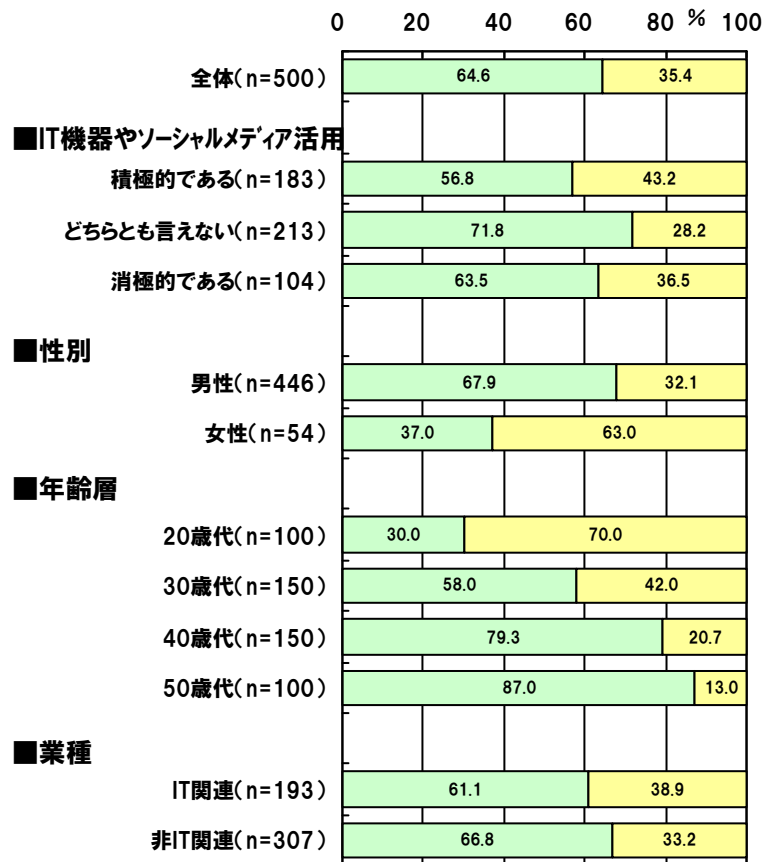


# その他の設問の調査結果

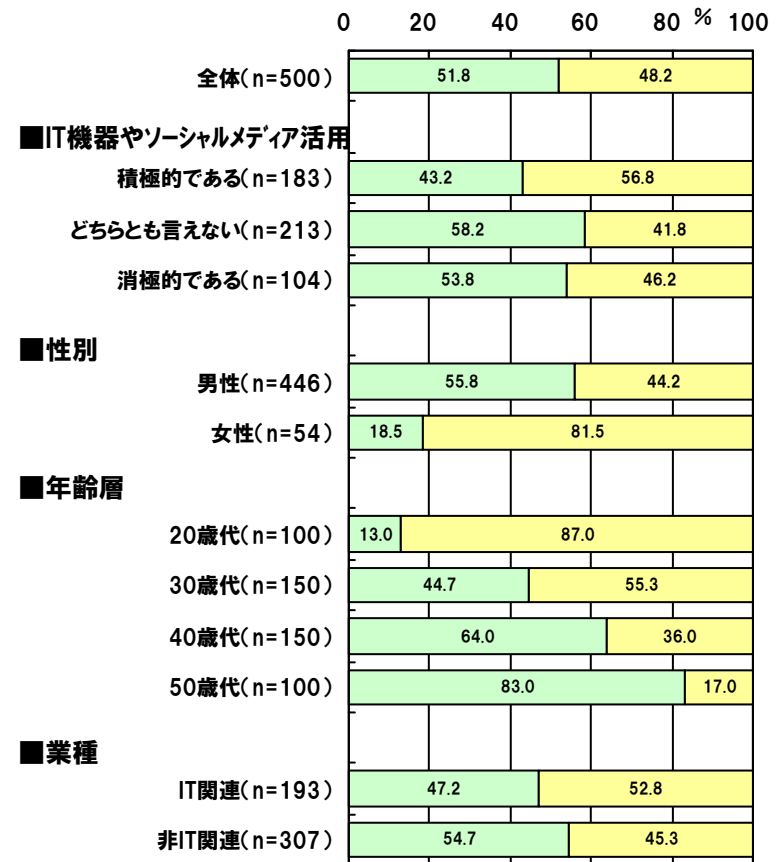
# ■その他の設問の結果から

≪Q19. あなたは現在、結婚していますか。(ひとつだけ)≫

≪Q20. あなたにはお子様がいらっしゃいますか。(ひとつだけ)≫



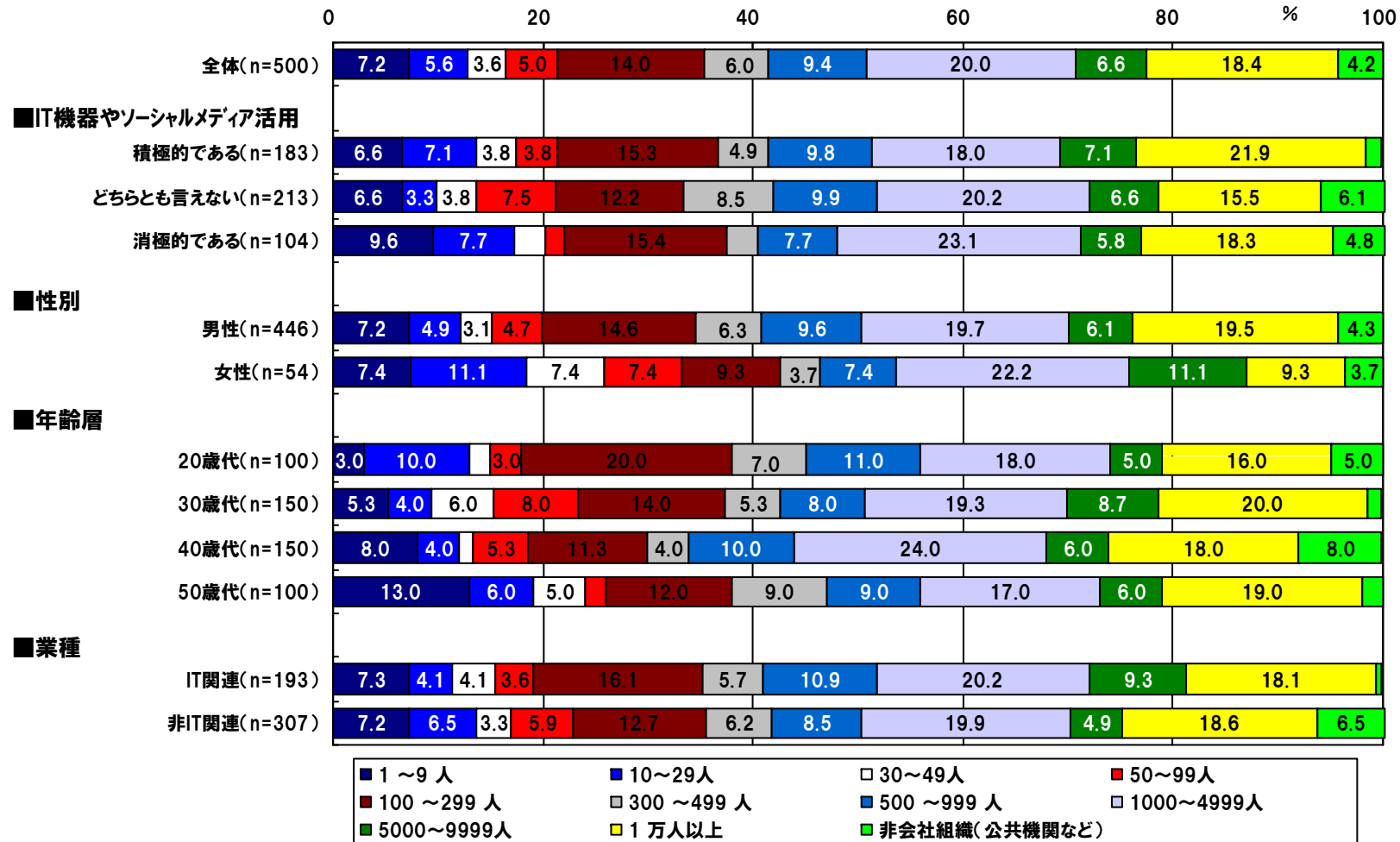
□ 結婚している □ 結婚していない



□ いる □ いない

# ■その他の設問の結果から

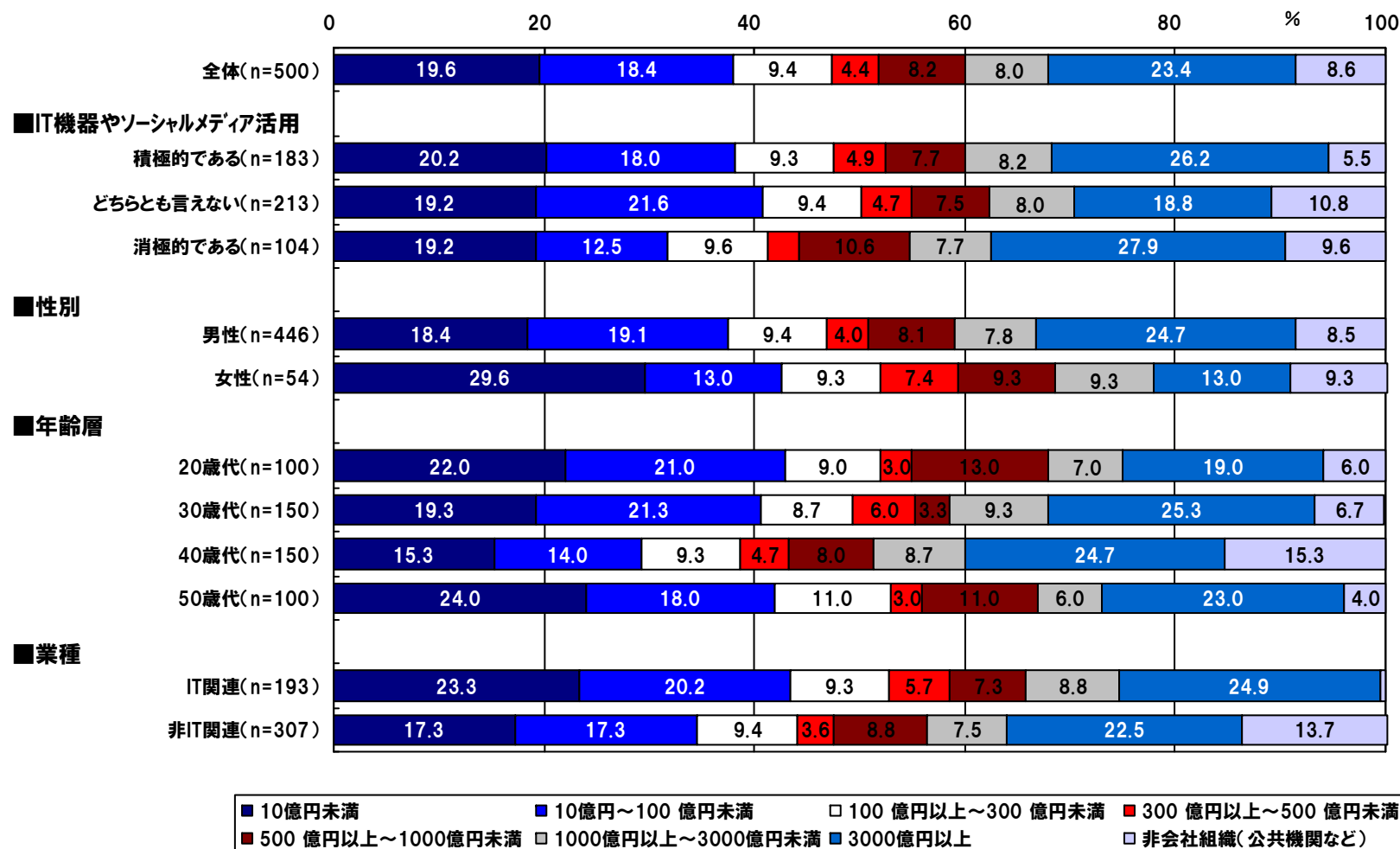
《Q21. あなたのお勤め先の従業員数はどれくらいですか。(ひとつだけ)》





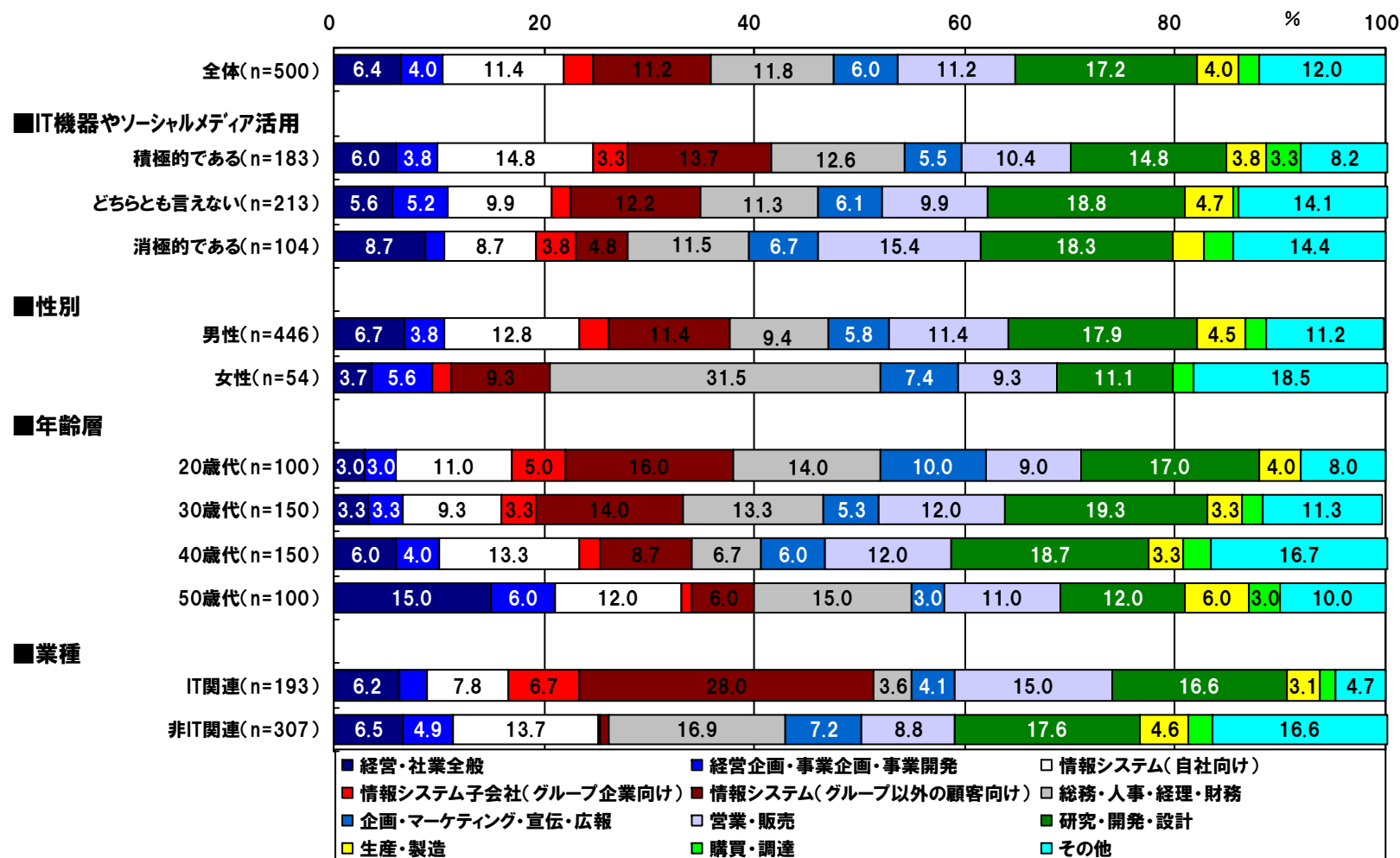
# ■その他の設問の結果から

《Q22. あなたのお勤め先の昨年度の売上高はどれくらいでしたか。(ひとつだけ)》



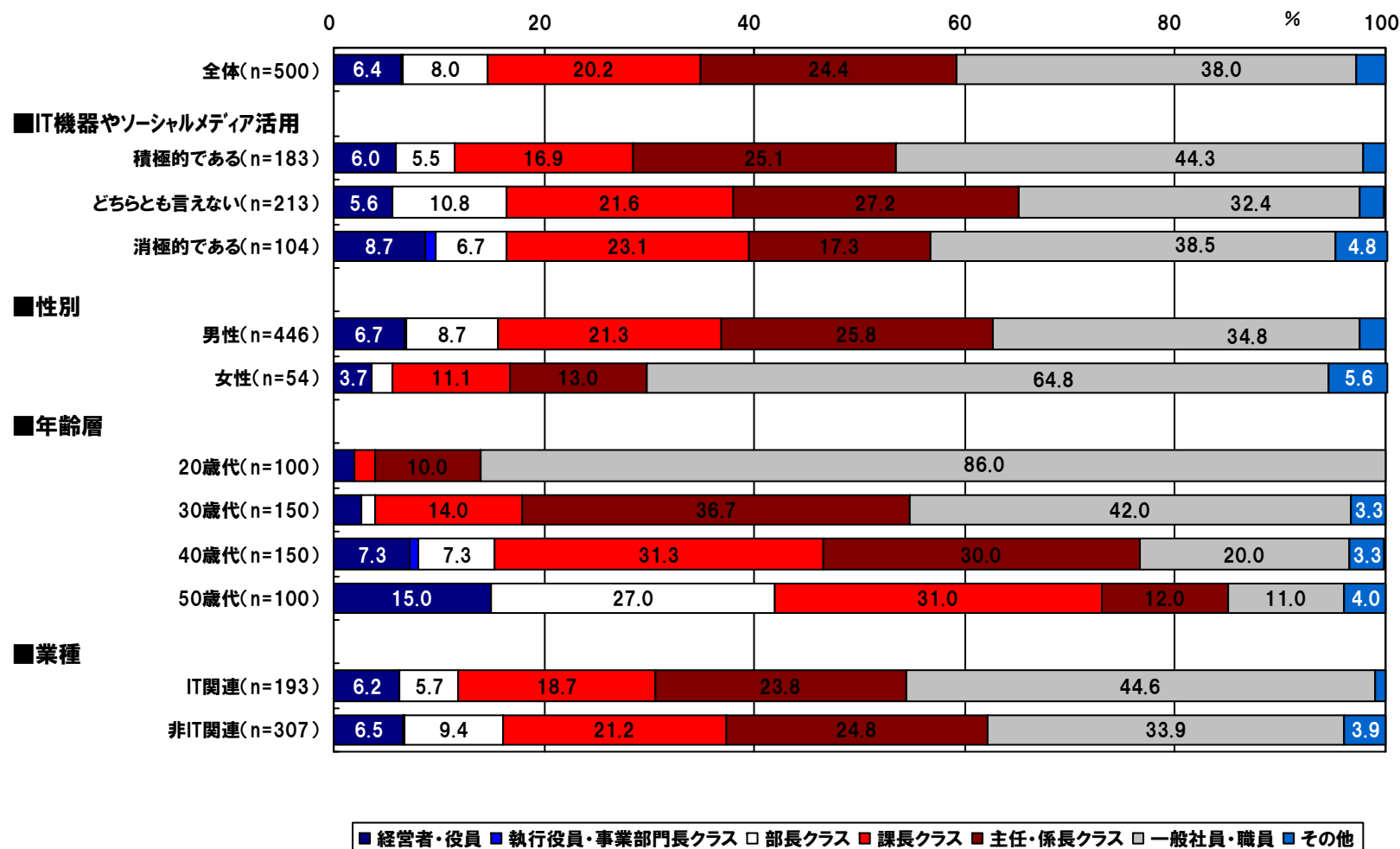
# ■その他の設問の結果から

《Q23. あなたが勤務している部署は、次のうちどれに当たりますか。(ひとつだけ)》



# ■その他の設問の結果から

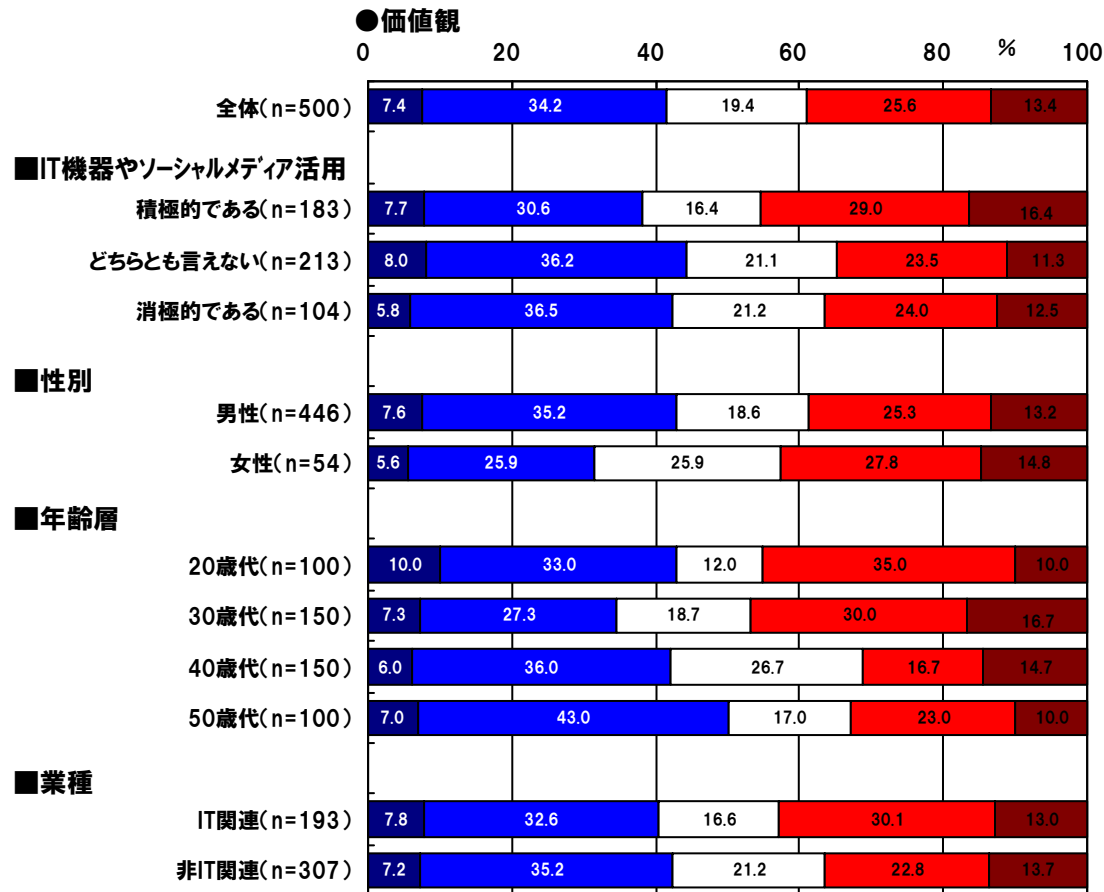
《Q24. お勤め先であなたの役職は、次のうちのどれに当てはまりますか。(ひとつだけ)》



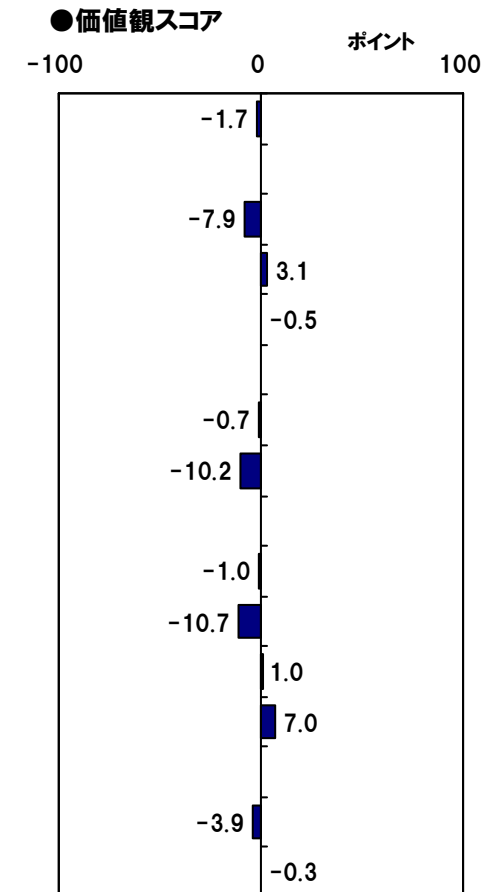
# ■その他の設問の結果から

≪Q25. あなたはどのような価値観をお持ちですか。≫

A. 仕事を優先 ⇔ B. プライベートを優先



■ A に近い ■ ややA に近い □ どちらとも言えない ■ ややB に近い ■ B に近い



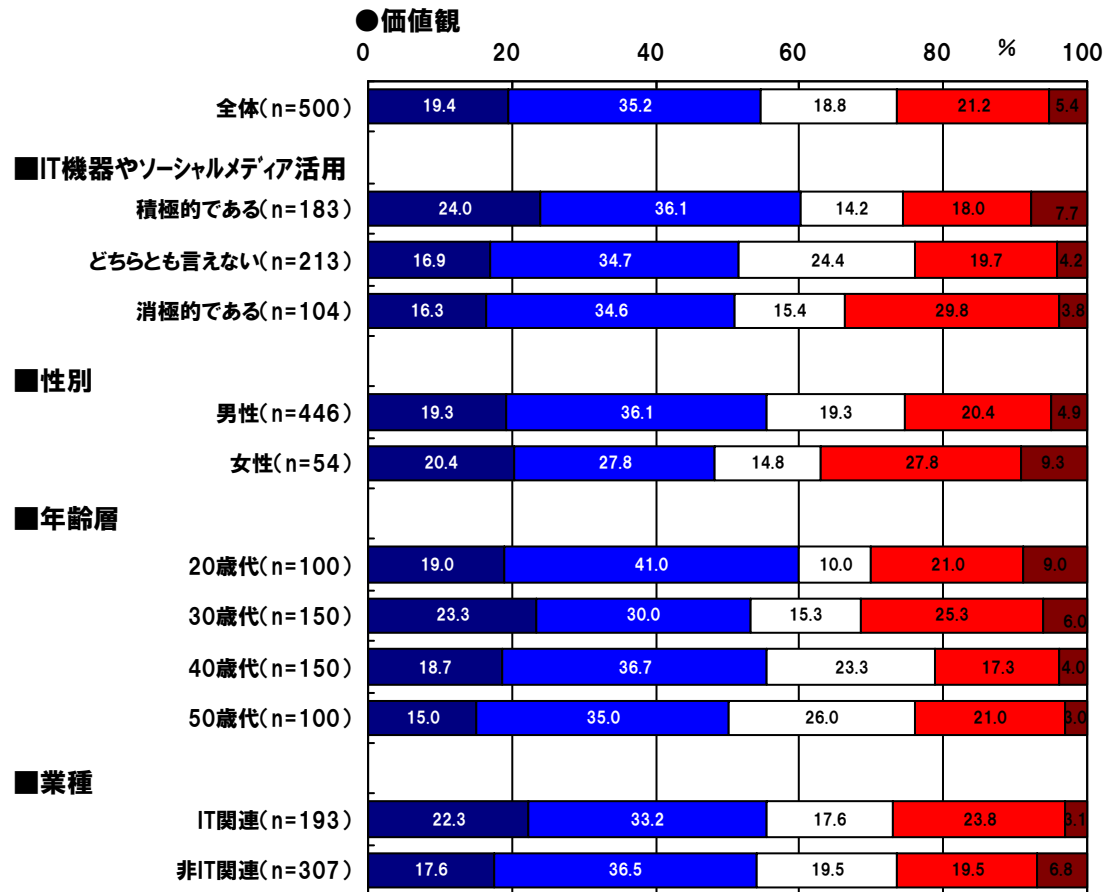
Aに近い: 100、ややA: 50、どちらとも: 0、ややB: -50、Bに近い: -100

無回答を除いて加重平均を算出

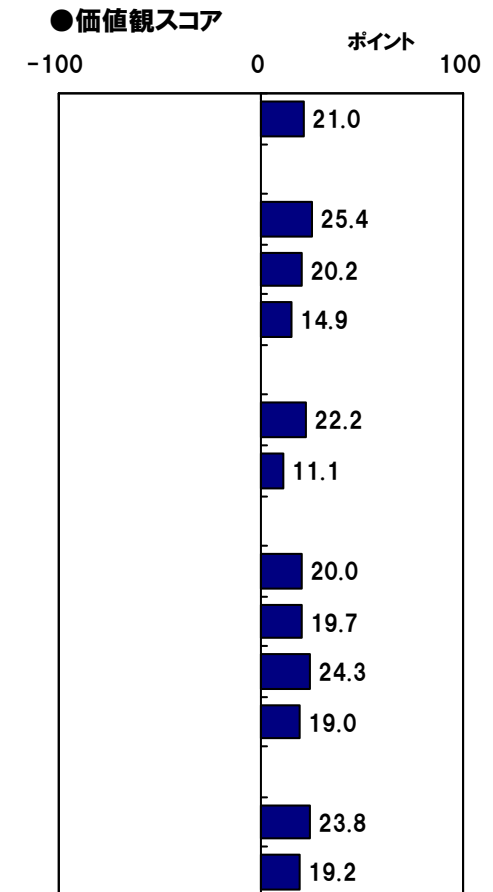
# ■その他の設問の結果から

≪Q25. あなたはどのような価値観をお持ちですか。≫

A. 楽観的 ⇔ B. 悲観的



■ A に近い ■ ややA に近い □ どちらとも言えない ■ ややB に近い ■ B に近い



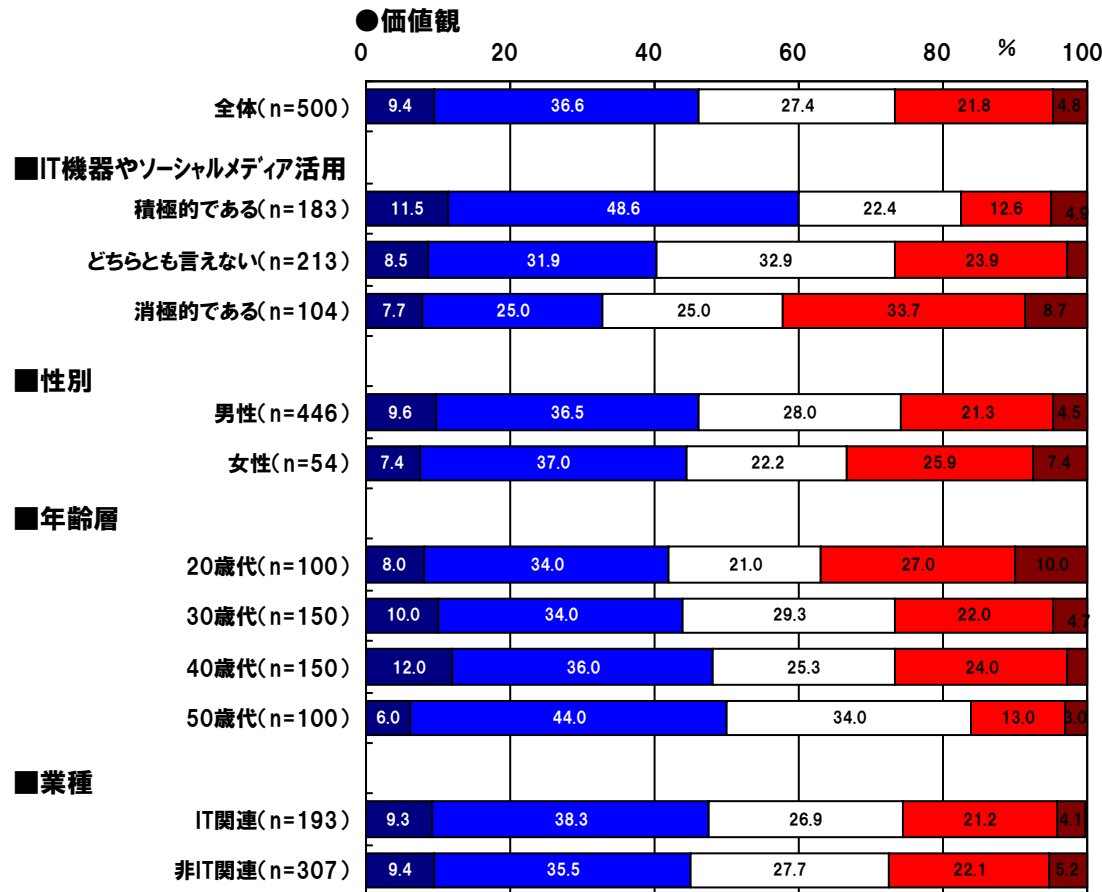
Aに近い: 100、ややA: 50、どちらとも: 0、ややB: -50、Bに近い: -100

無回答を除いて加重平均を算出

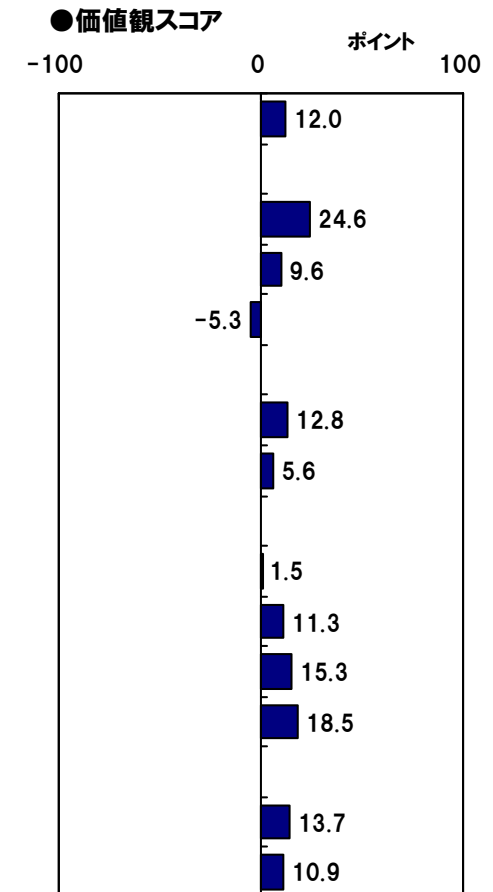
# ■その他の設問の結果から

≪Q25. あなたはどのような価値観をお持ちですか。≫

A. 革新的 ⇔ B. 保守的



■ A に近い ■ ややA に近い □ どちらとも言えない ■ ややB に近い ■ B に近い



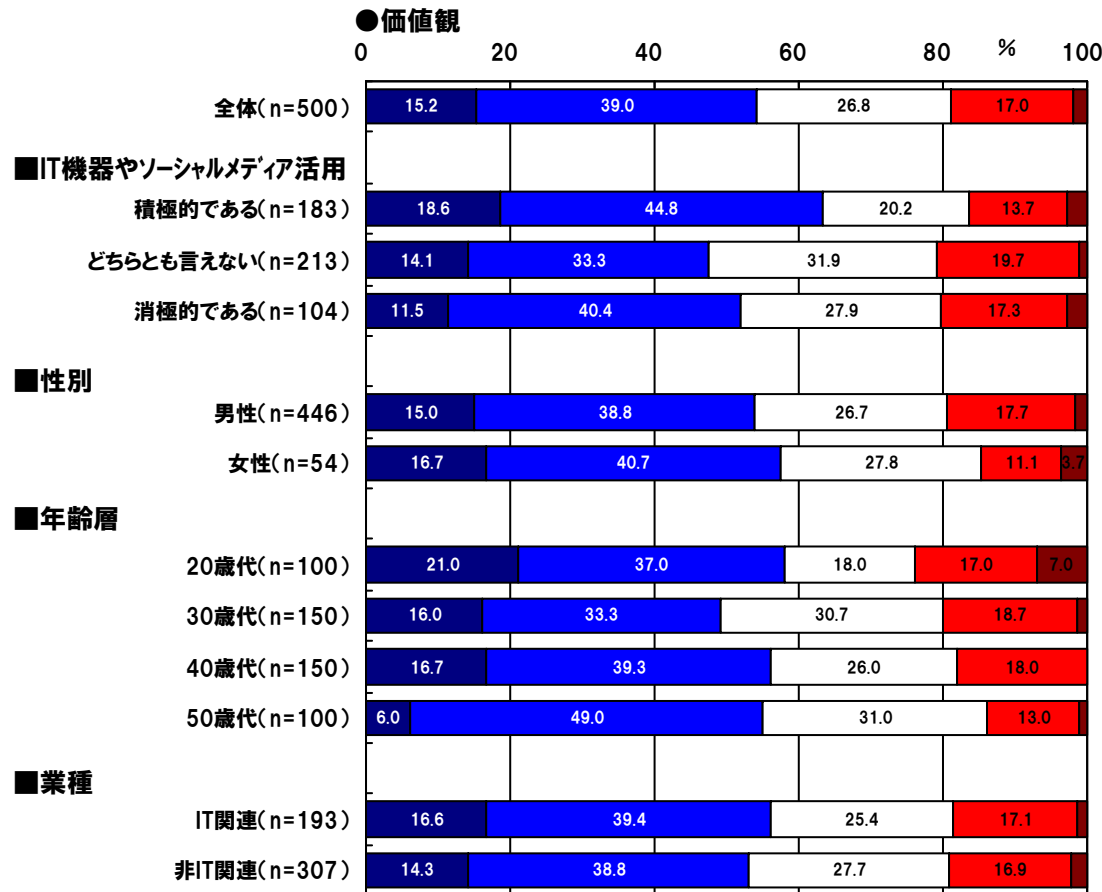
Aに近い: 100、ややA: 50、どちらとも: 0、ややB: -50、Bに近い: -100

無回答を除いて加重平均を算出

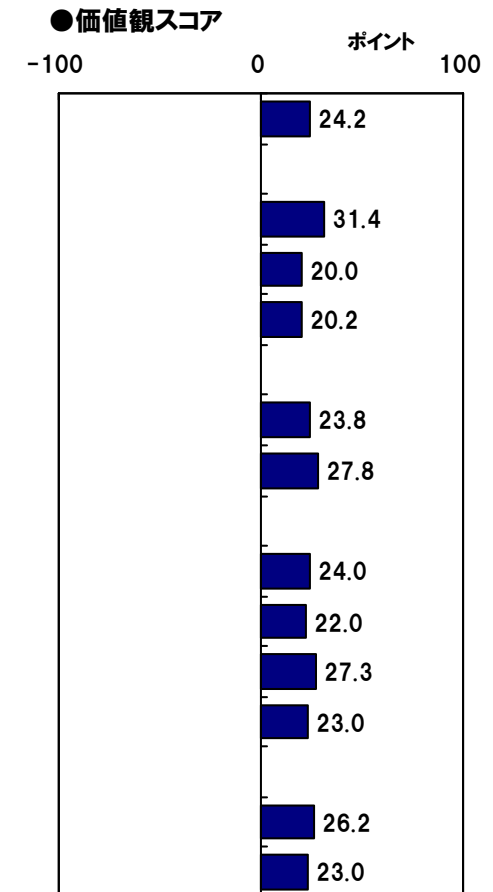
# ■その他の設問の結果から

◀Q25. あなたはどのような価値観をお持ちですか。▶

A. 個人の価値感を重視 ⇔ B. 社会や組織の事情を重視



■ A に近い ■ ややA に近い □ どちらとも言えない ■ ややB に近い ■ B に近い



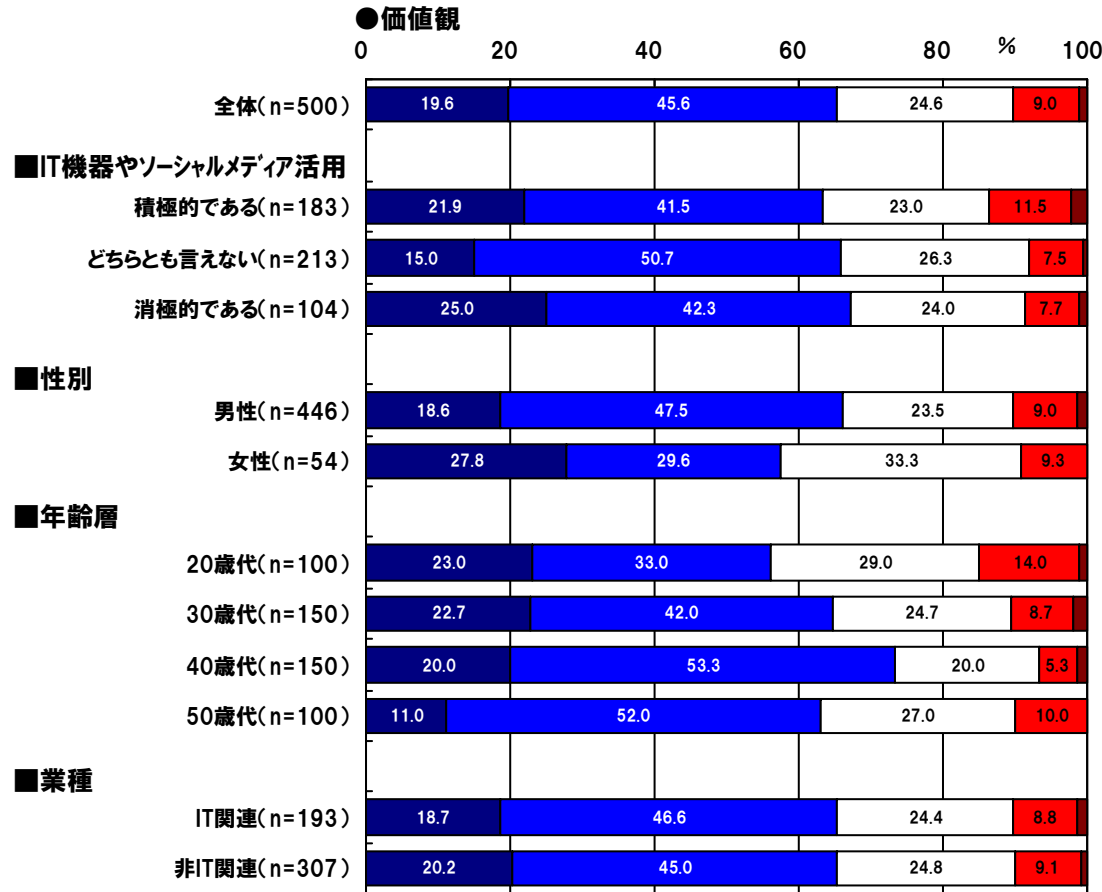
Aに近い: 100、ややA: 50、どちらとも: 0、ややB: -50、Bに近い: -100

無回答を除いて加重平均を算出

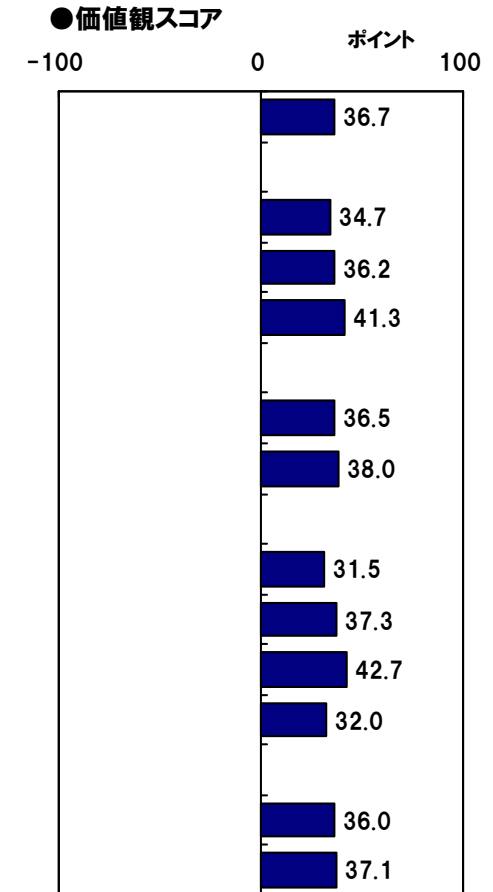
# ■その他の設問の結果から

≪Q25. あなたはどのような価値観をお持ちですか。≫

A. 一人でいることが好き ⇔ B. 集団でいることが好き



■ A に近い ■ ややA に近い □ どちらとも言えない ■ ややB に近い ■ B に近い



Aに近い: 100、ややA: 50、どちらとも: 0、ややB: -50、Bに近い: -100

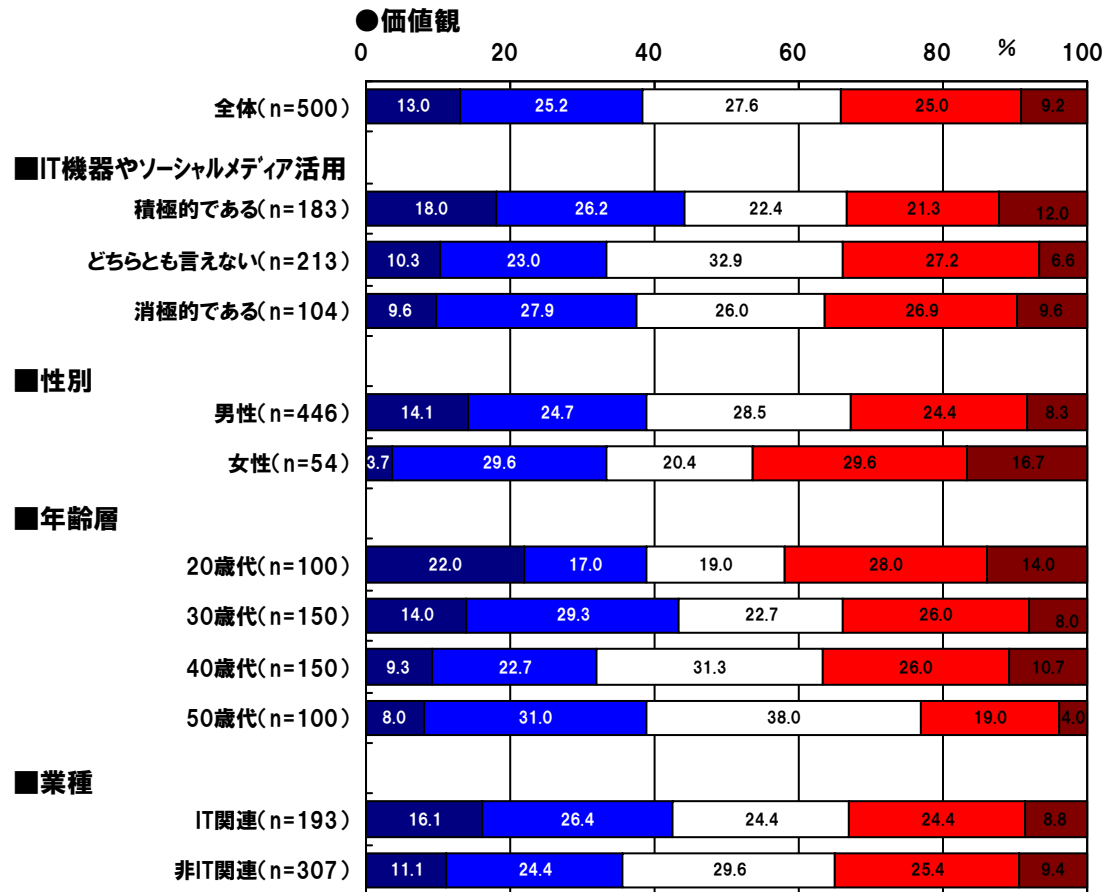
無回答を除いて加重平均を算出



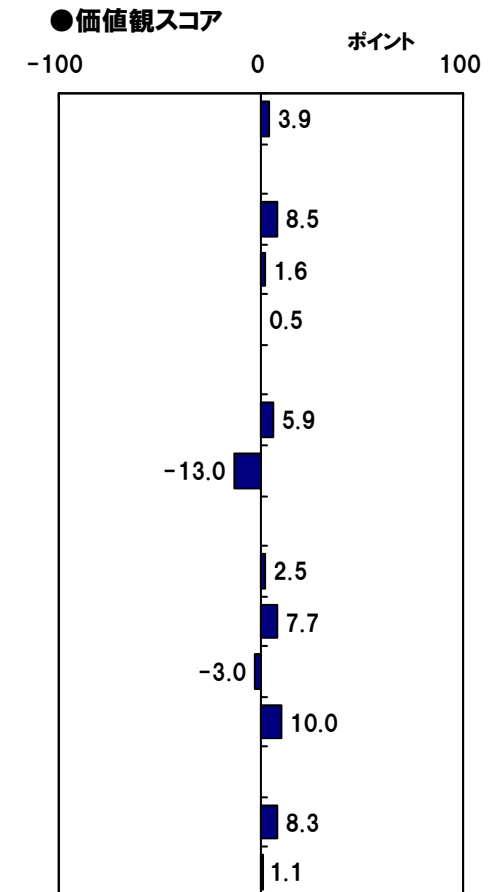
# ■その他の設問の結果から

≪Q25. あなたはどのような価値観をお持ちですか。≫

A. 社会や組織をリードしたい ⇔ B. 社会や組織の「縁の下の力持ち」になりたい



■ A に近い ■ ややA に近い □ どちらとも言えない ■ ややB に近い ■ B に近い



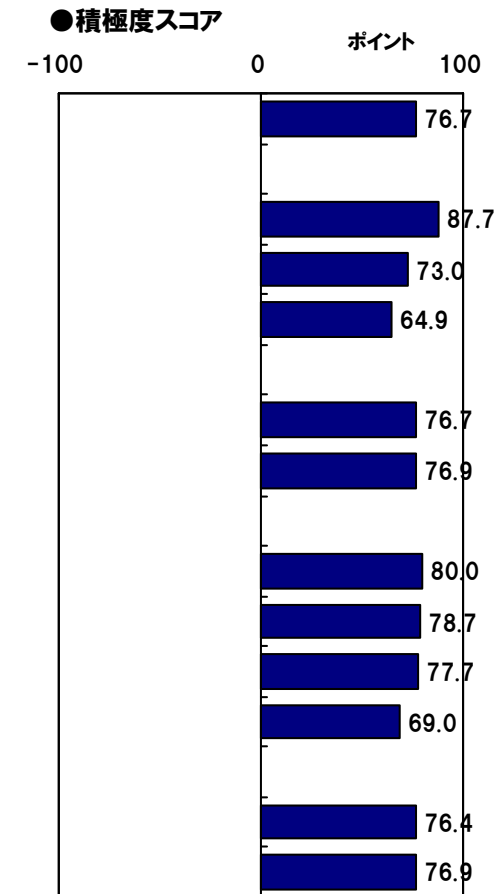
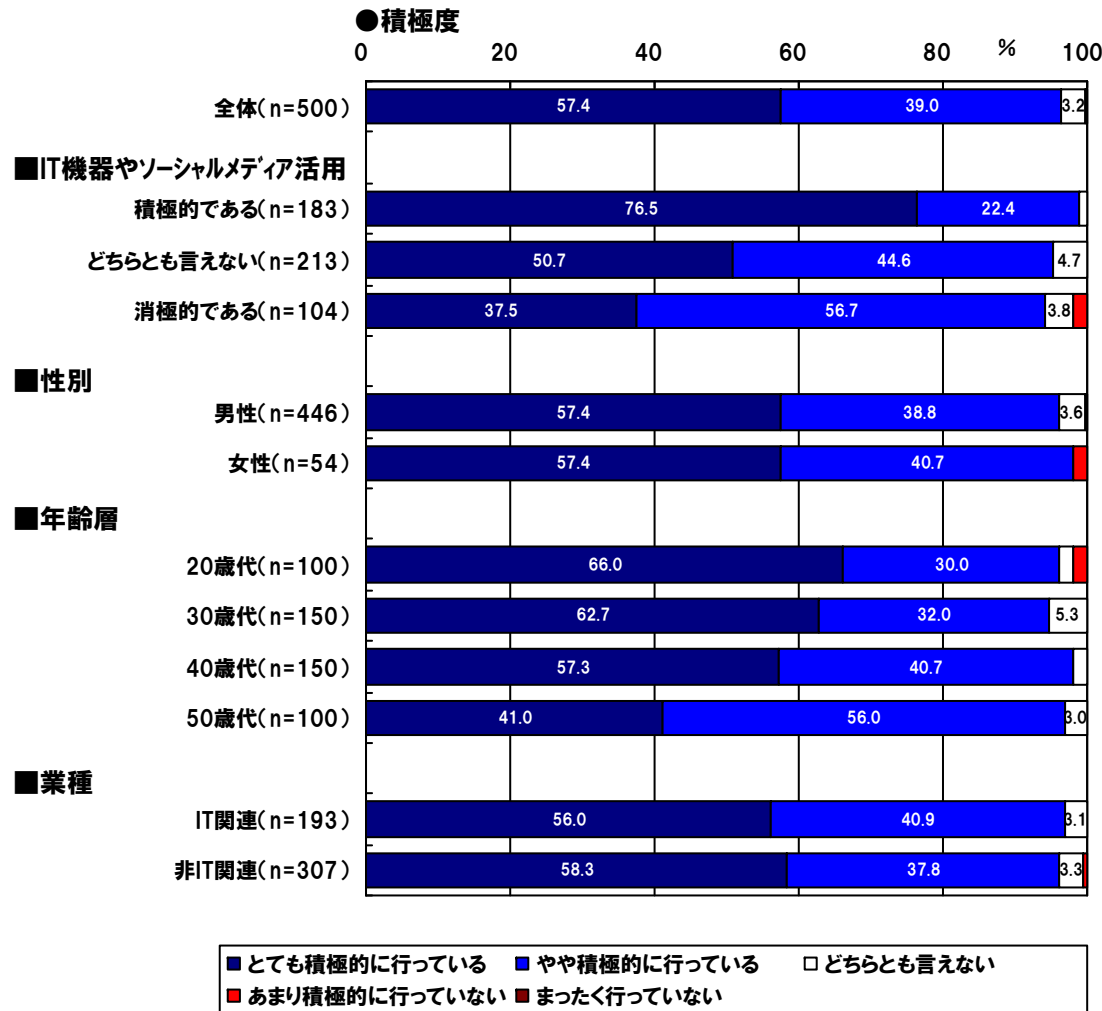
Aに近い: 100、ややA: 50、どちらとも: 0、ややB: -50、Bに近い: -100

無回答を除いて加重平均を算出

# ■その他の設問の結果から

≪Q26. あなたは、インターネットで以下の行動をどの程度行っていますか。≫

## A. インターネットでの情報収集



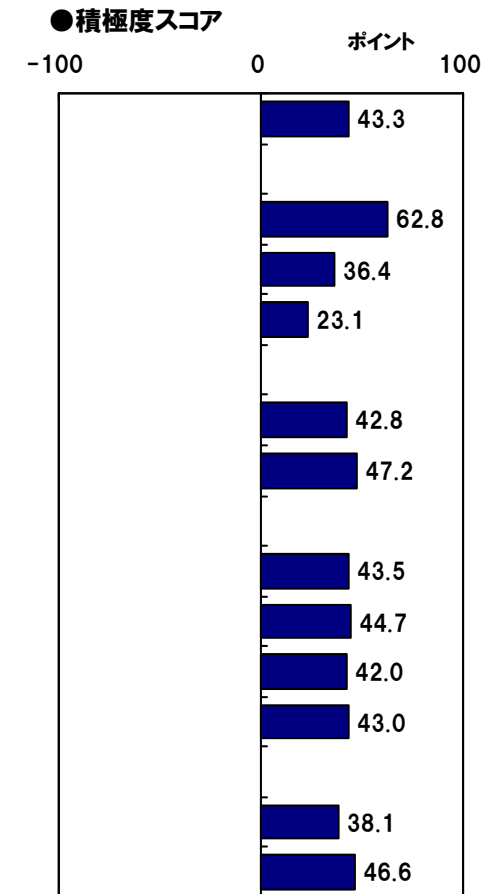
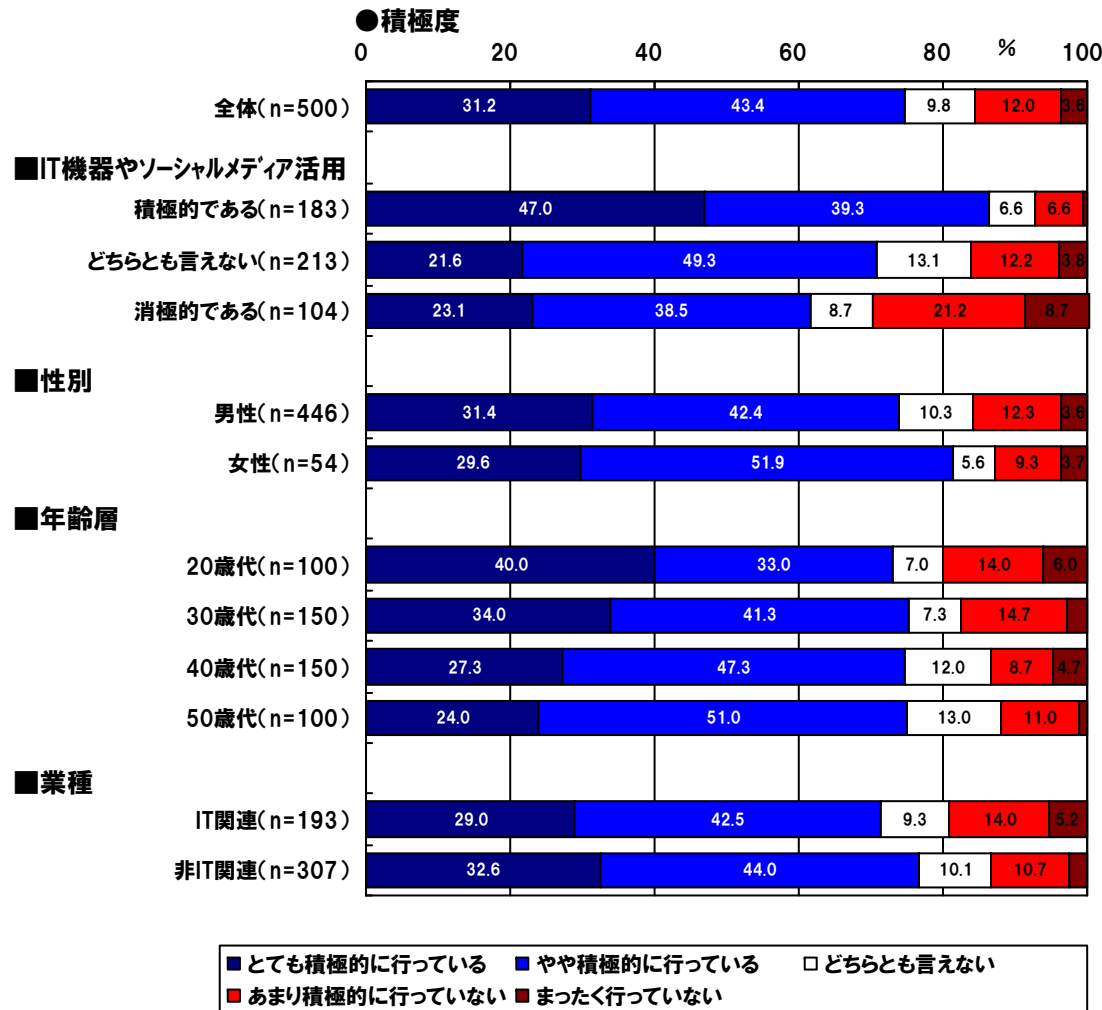
とても:100、やや:50、どちらとも:0、あまり:-50、まったく:-100

無回答を除いて加重平均を算出

# ■その他の設問の結果から

◀Q26. あなたは、インターネットで以下の行動をどの程度行っていますか。▶

## B. インターネットでの物品購入やオークション、銀行取引



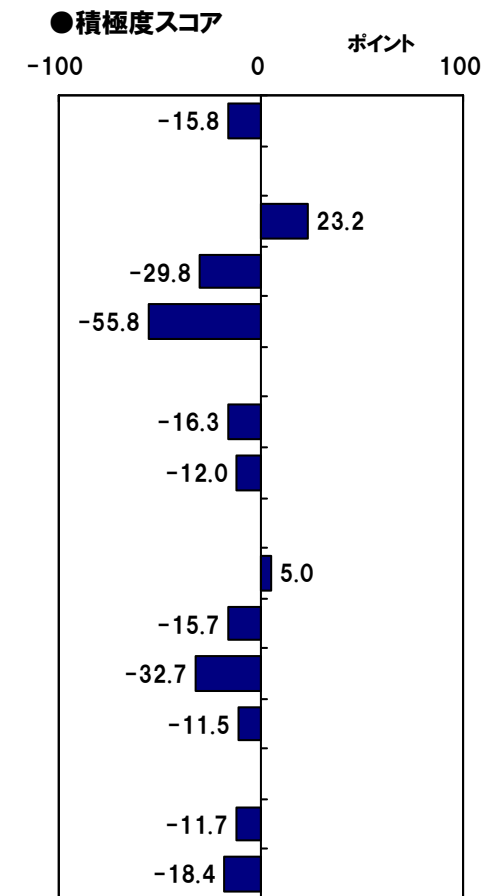
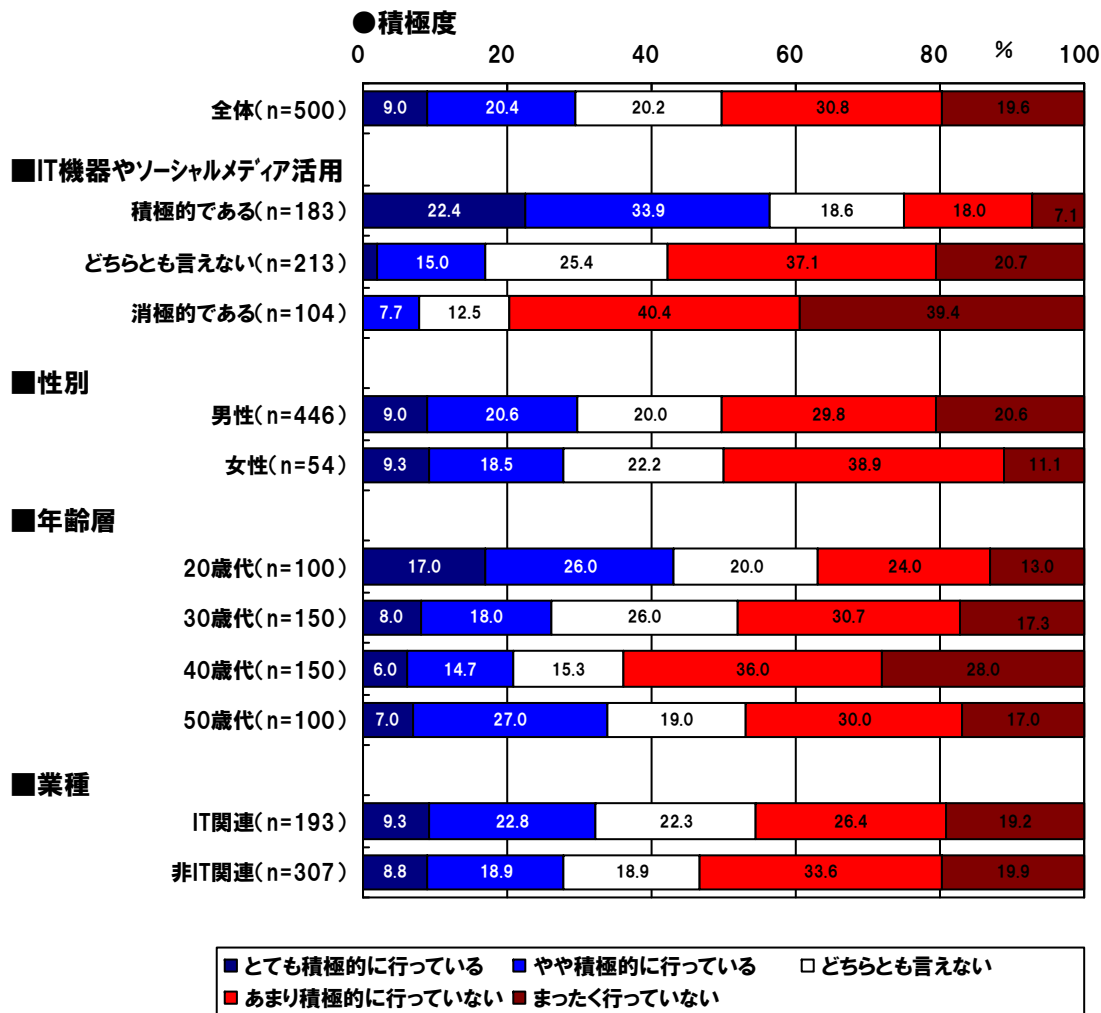
とても:100、やや:50、どちらとも:0、あまり:-50、まったく:-100

無回答を除いて加重平均を算出

# ■その他の設問の結果から

≪Q26. あなたは、インターネットで以下の行動をどの程度行っていますか。≫

## C. インターネット上での情報発信



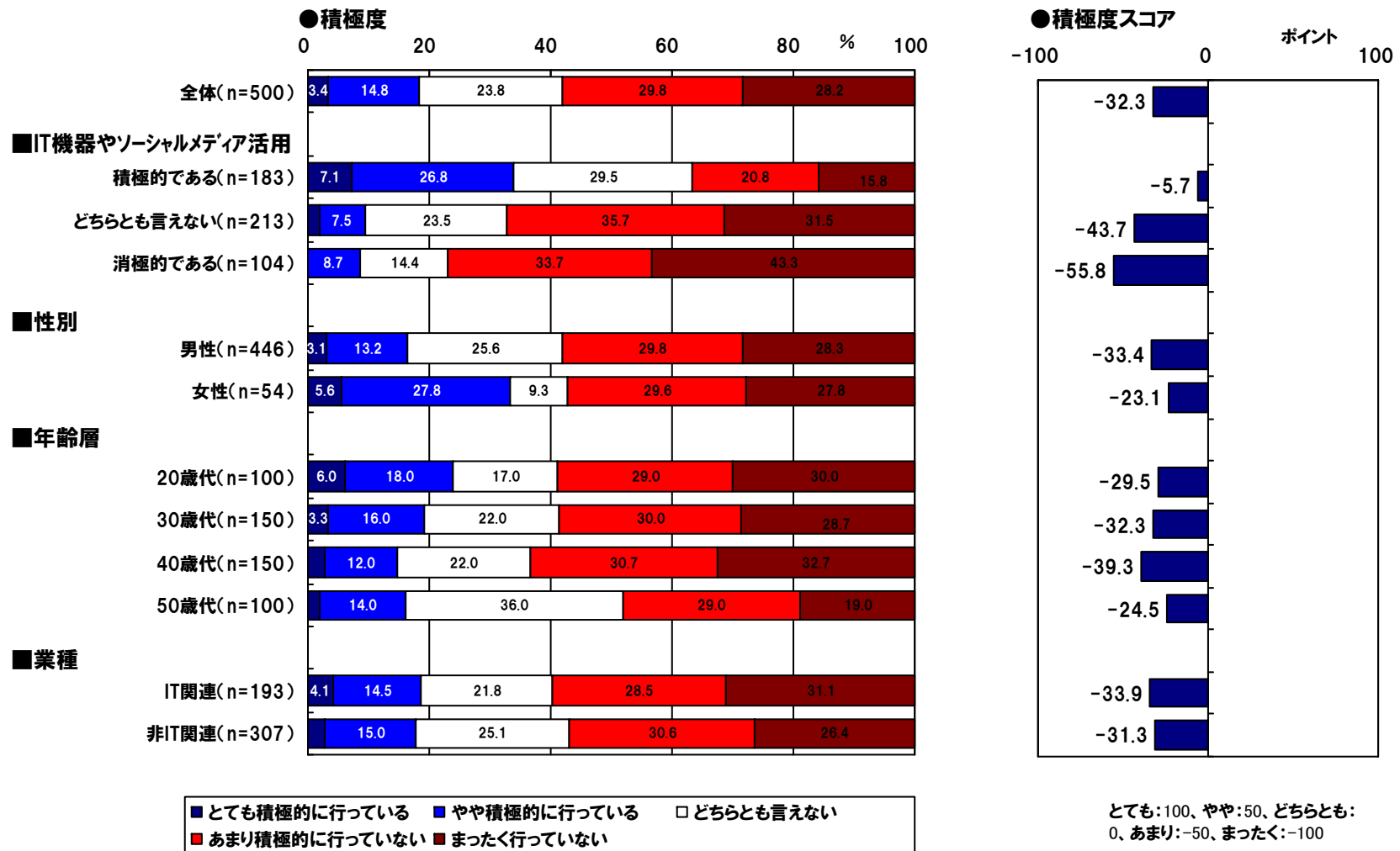
とても:100、やや:50、どちらとも:0、あまり:-50、まったく:-100

無回答を除いて加重平均を算出

# ■その他の設問の結果から

≪Q26. あなたは、インターネットで以下の行動をどの程度行っていますか。≫

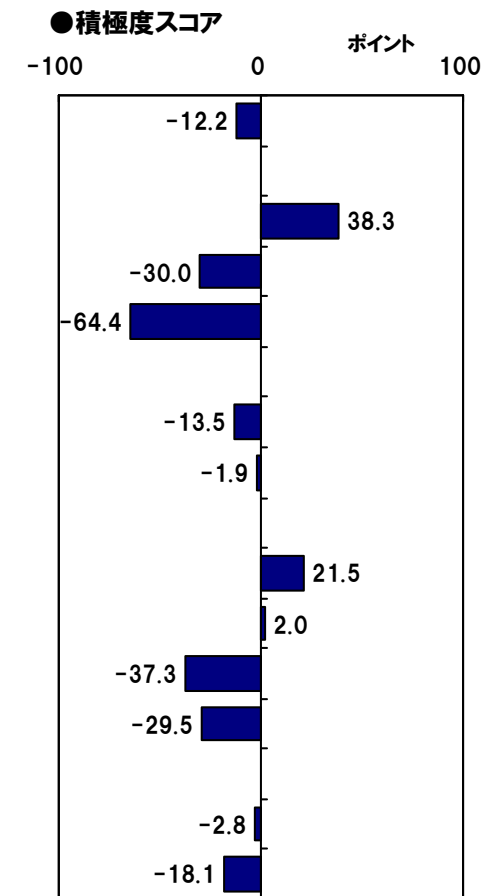
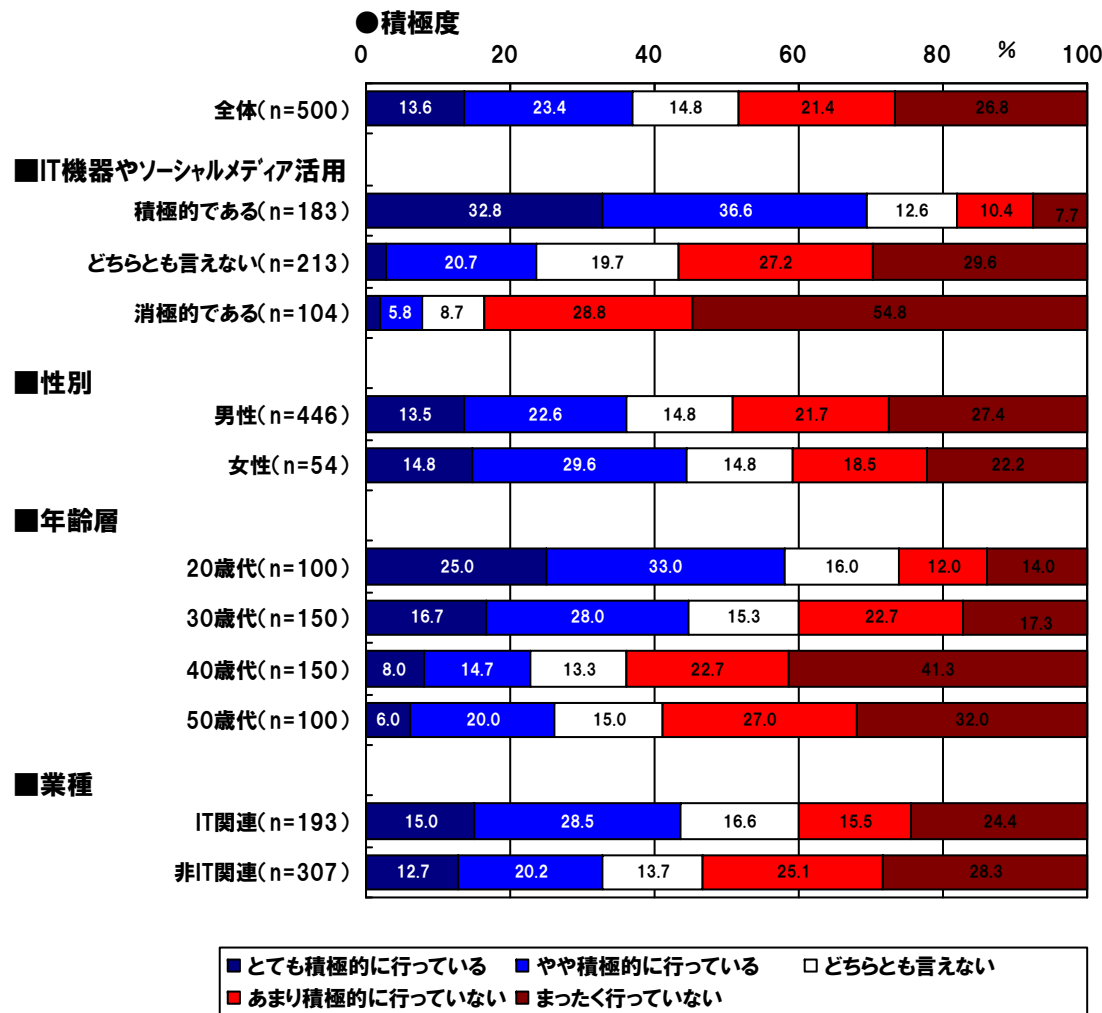
## D. インターネットを通じた社会参加や社会貢献



# ■その他の設問の結果から

≪Q26. あなたは、インターネットで以下の行動をどの程度行っていますか。≫

E. ソーシャルメディア(Twitter, facebook, mixiなど)の利用



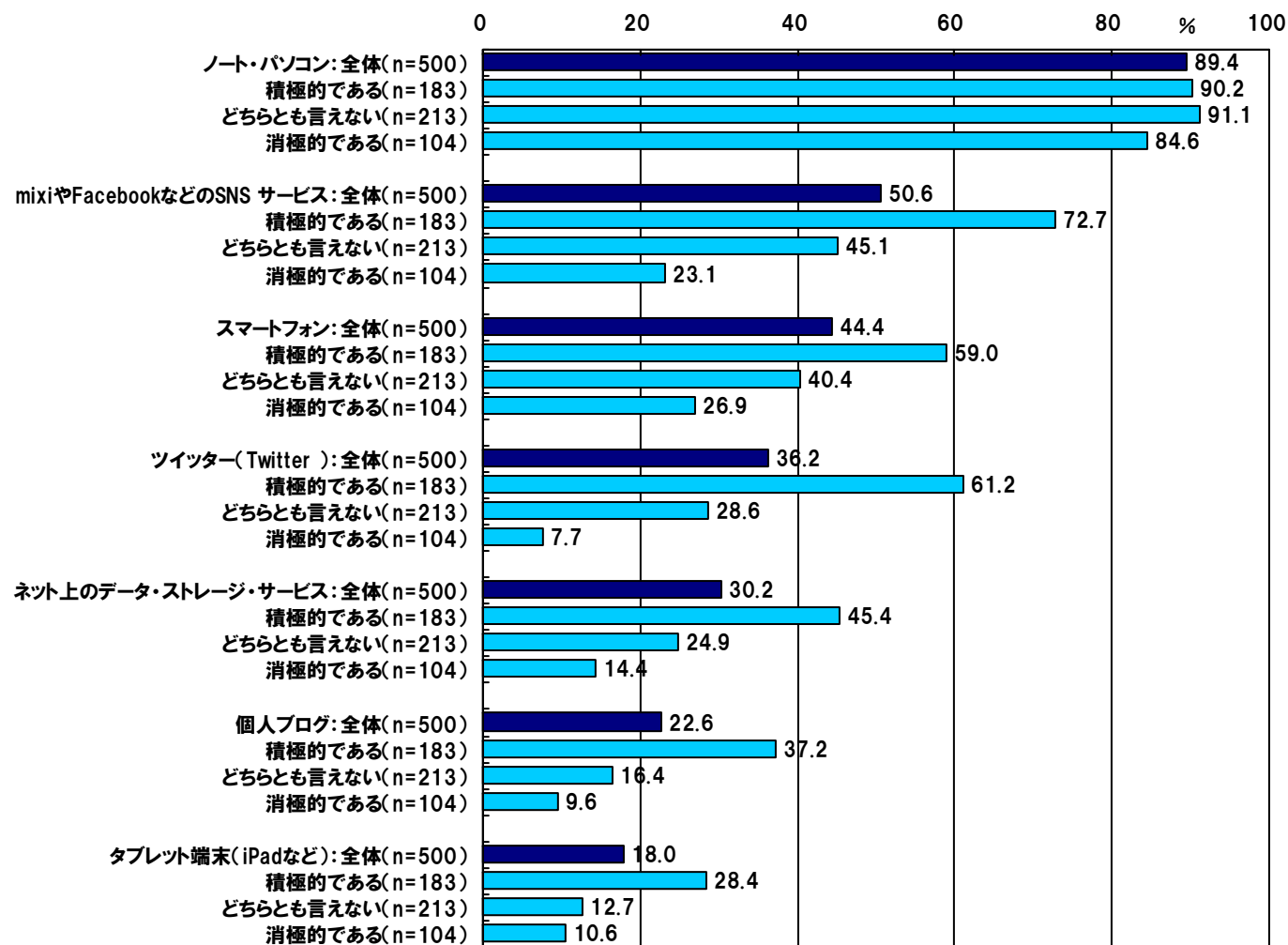
とても:100、やや:50、どちらとも:0、あまり:-50、まったく:-100

無回答を除いて加重平均を算出

# ■その他の設問の結果から

◀Q27. あなたは、次に挙げるIT機器やネットワーク・サービスを使っていますか。▶

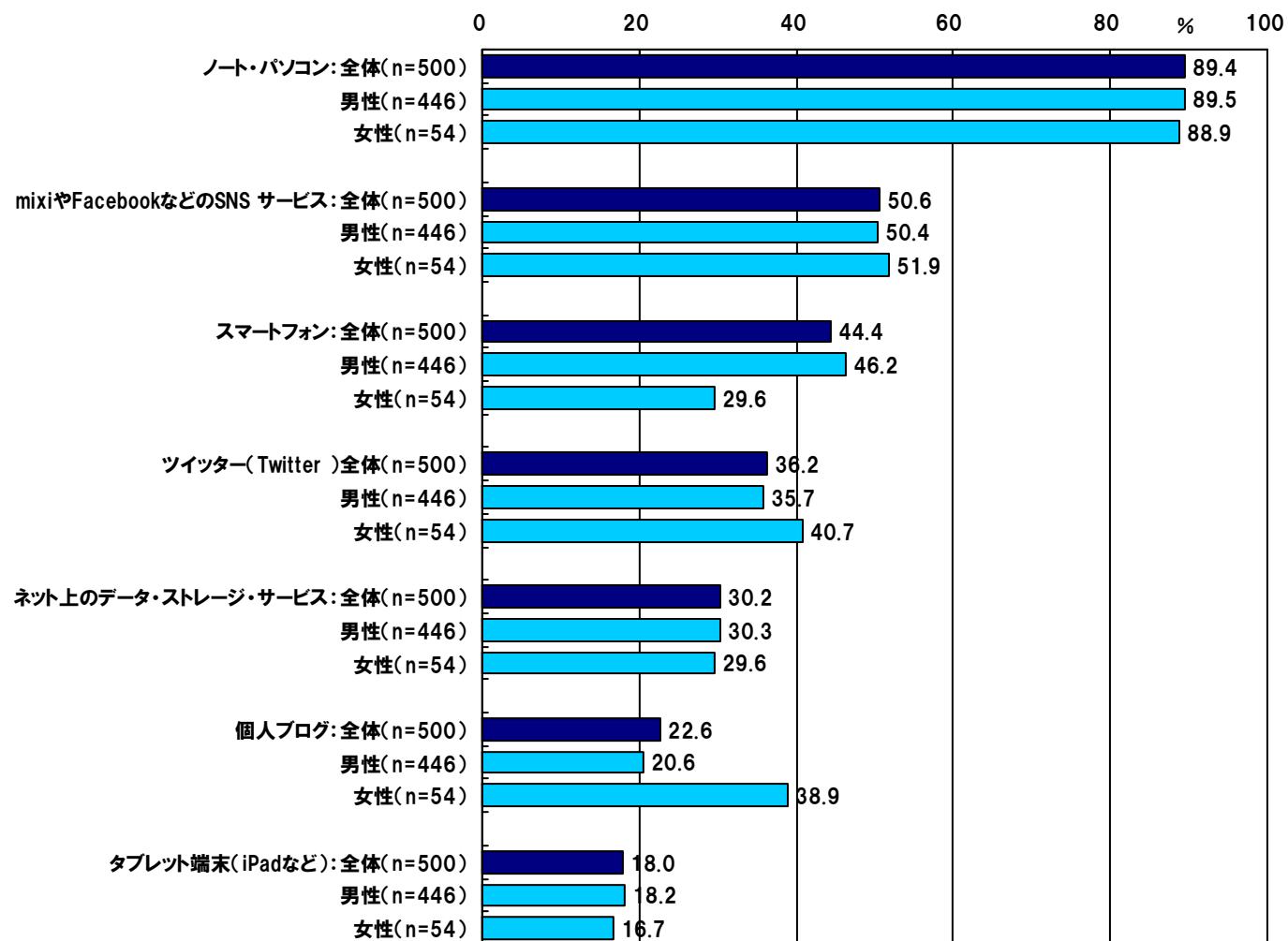
## IT機器やソーシャルメディア活用



## ■その他の設問の結果から

◀Q27. あなたは、次に挙げるIT機器やネットワーク・サービスを使っていますか。▶

性別

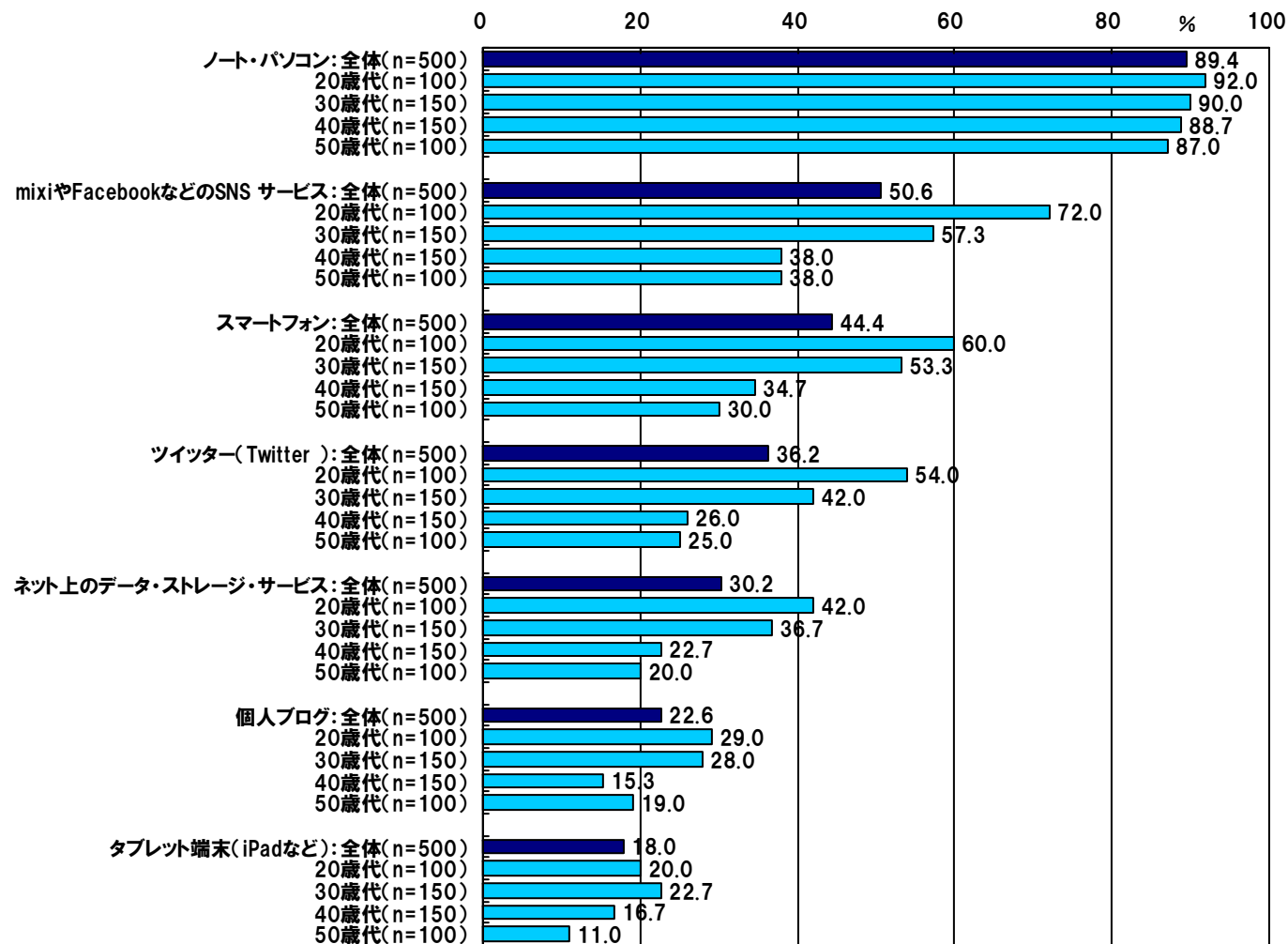




# ■その他の設問の結果から

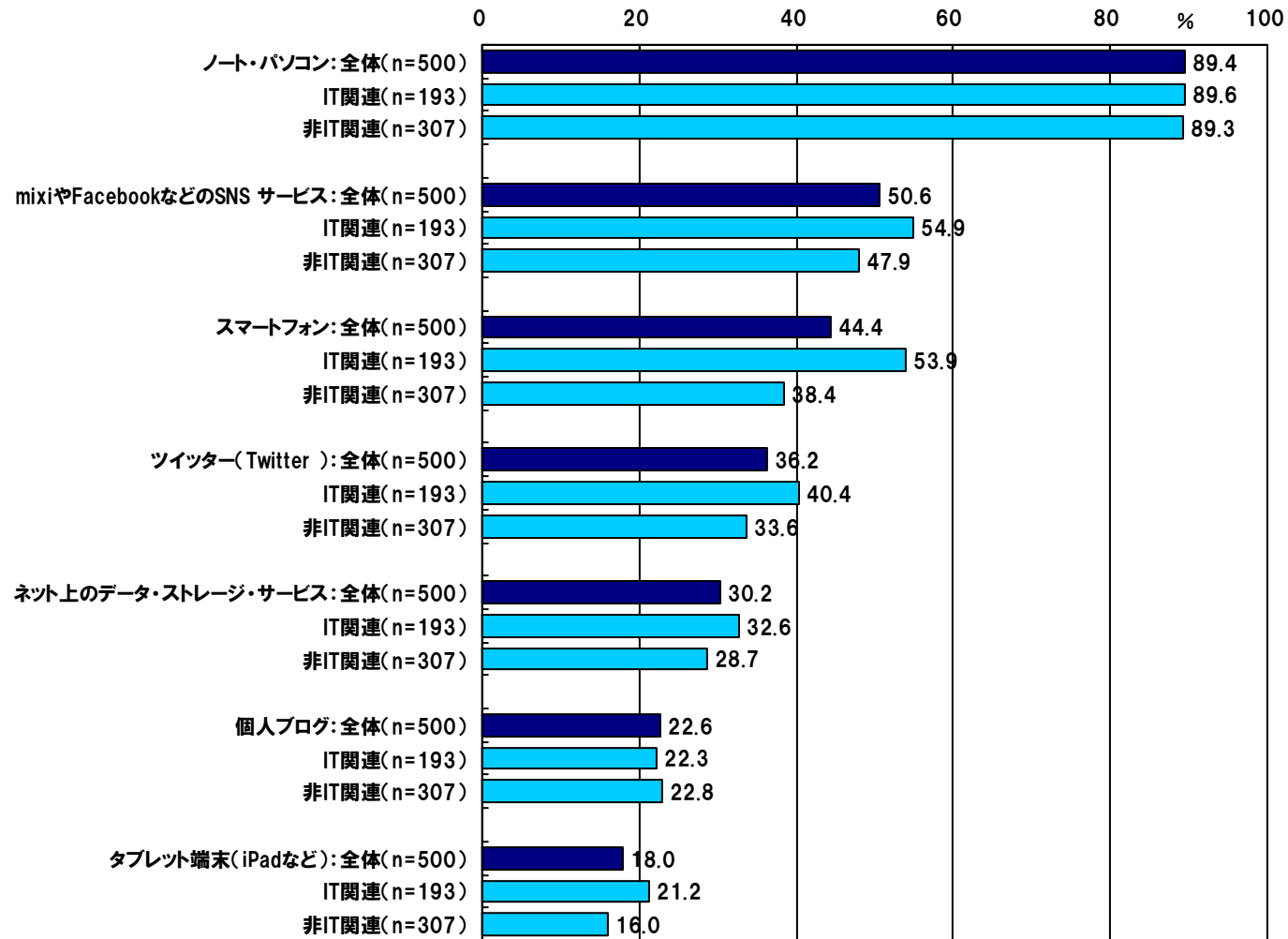
◀Q27. あなたは、次に挙げるIT機器やネットワーク・サービスを使っていますか。▶

年齢層



## ■その他の設問の結果から

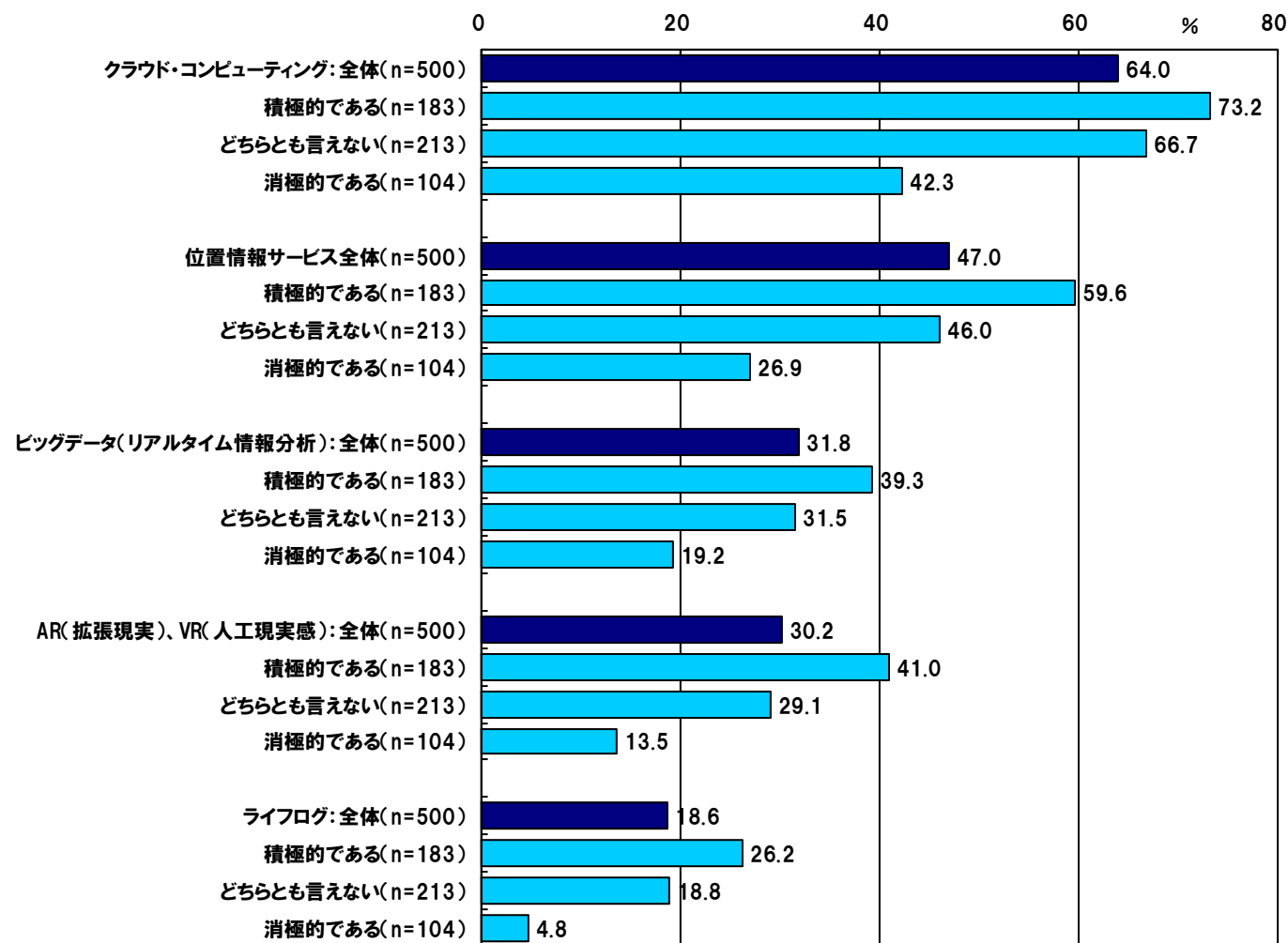
≪Q27. あなたは、次に挙げるIT機器やネットワーク・サービスを使っていますか。≫  
業種



## ■その他の設問の結果から

◀Q28. あなたは、次に挙げるIT技術やシステムに関心がありますか。▶

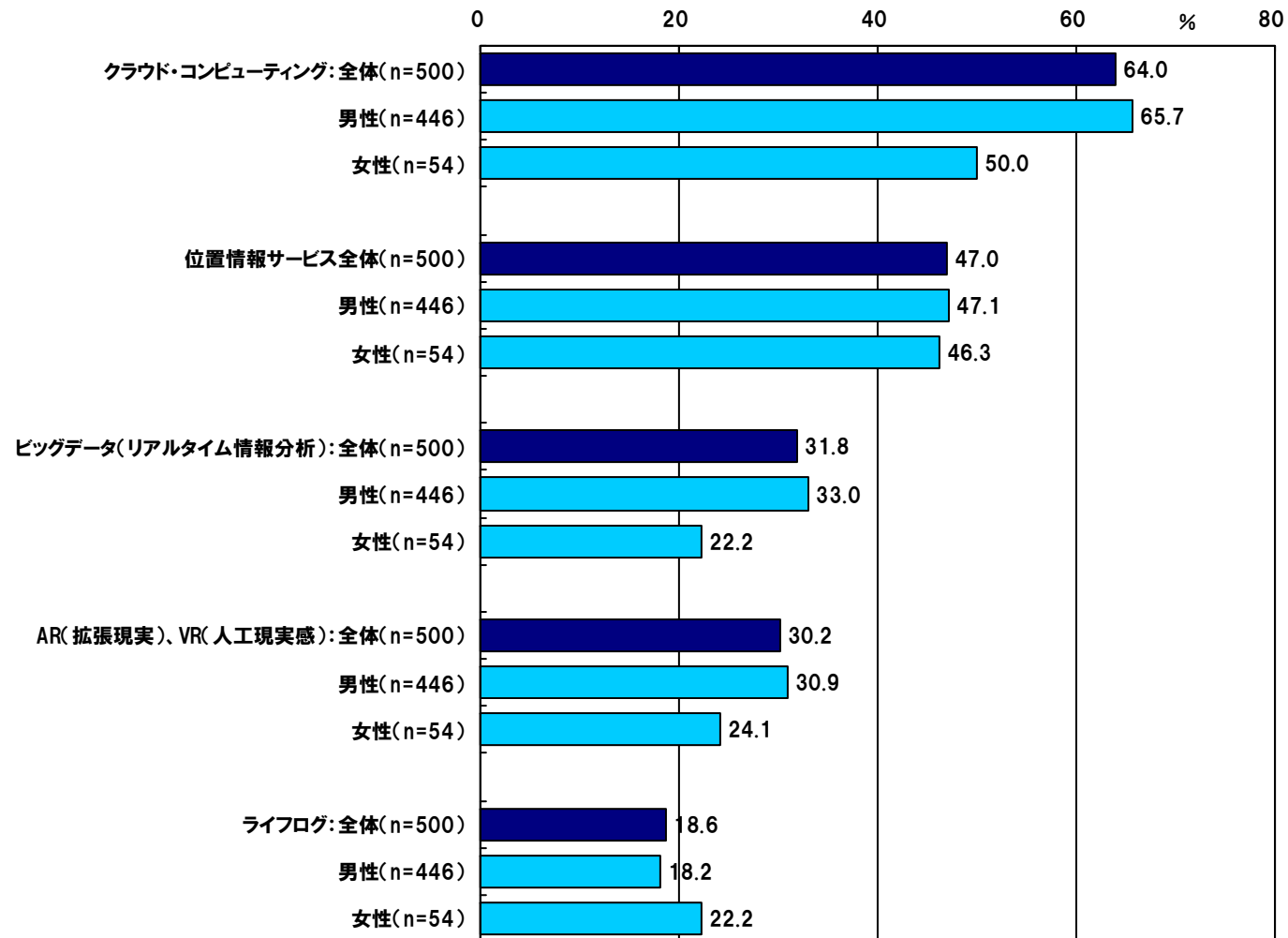
IT機器やソーシャルメディア活用



## ■その他の設問の結果から

◀Q28. あなたは、次に挙げるIT技術やシステムに関心がありますか。▶

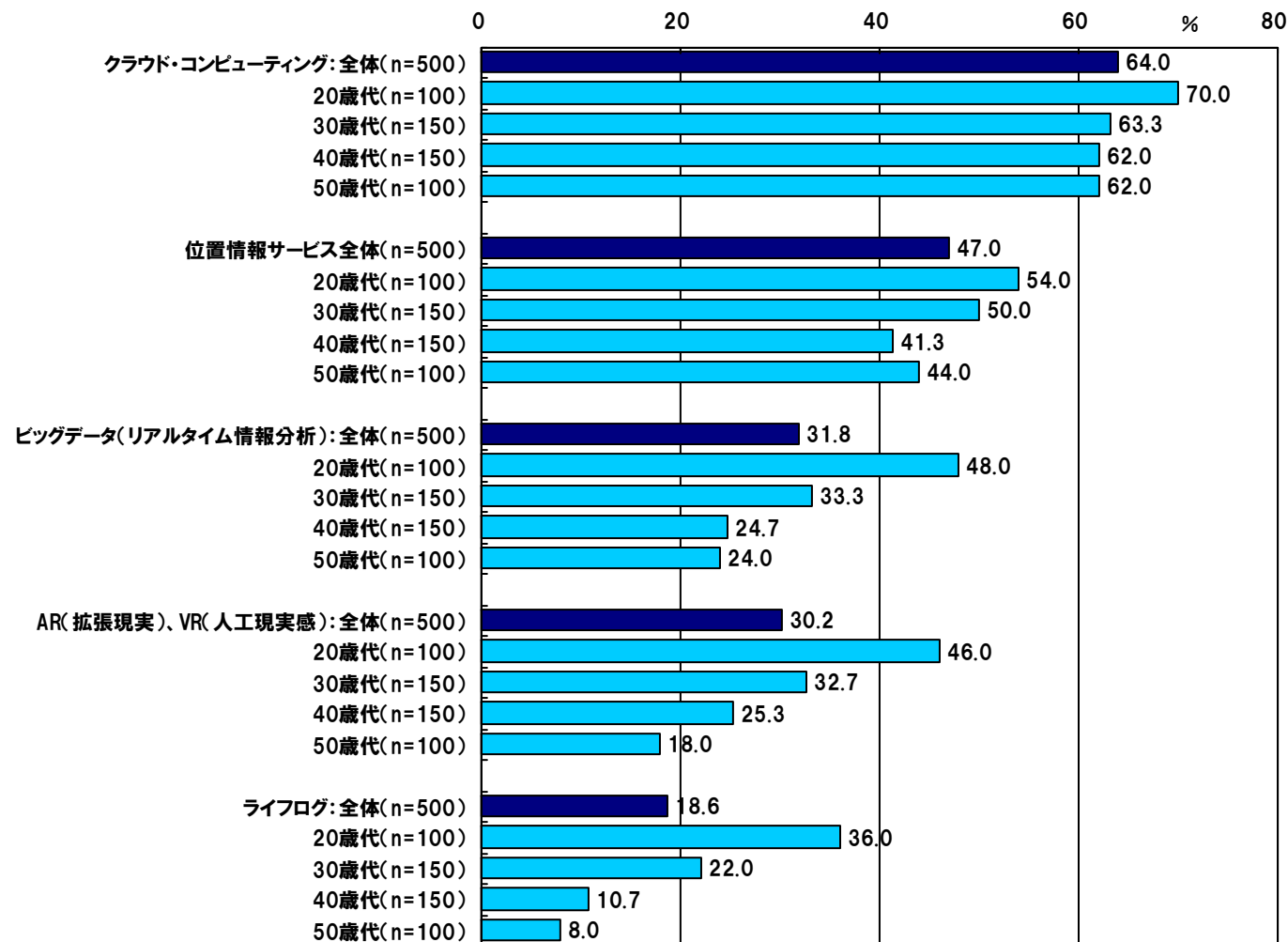
性別



## ■その他の設問の結果から

≪Q28. あなたは、次に挙げるIT技術やシステムに関心がありますか。≫

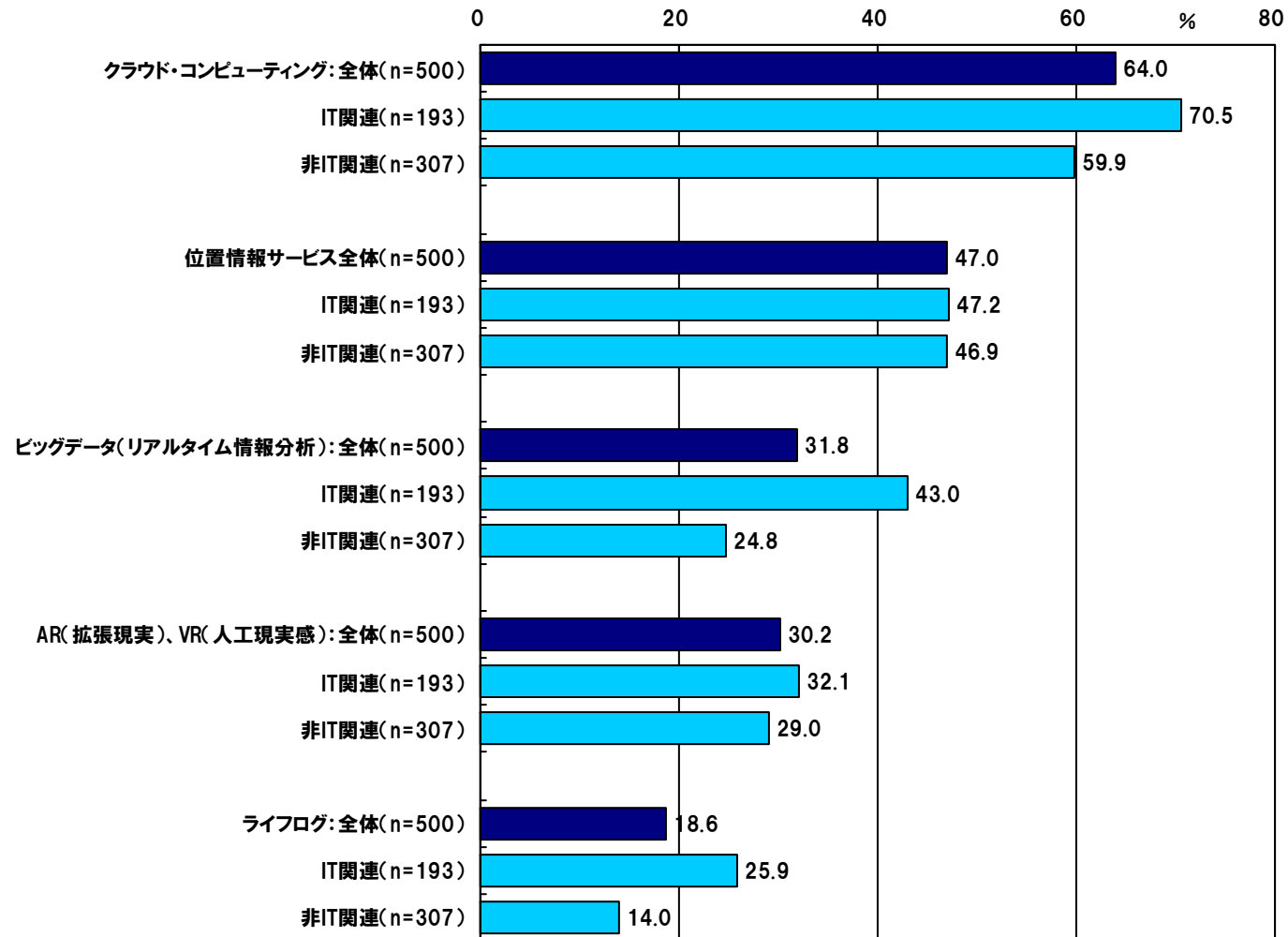
年齢層



## ■その他の設問の結果から

◀Q28. あなたは、次に挙げるIT技術やシステムに関心がありますか。▶

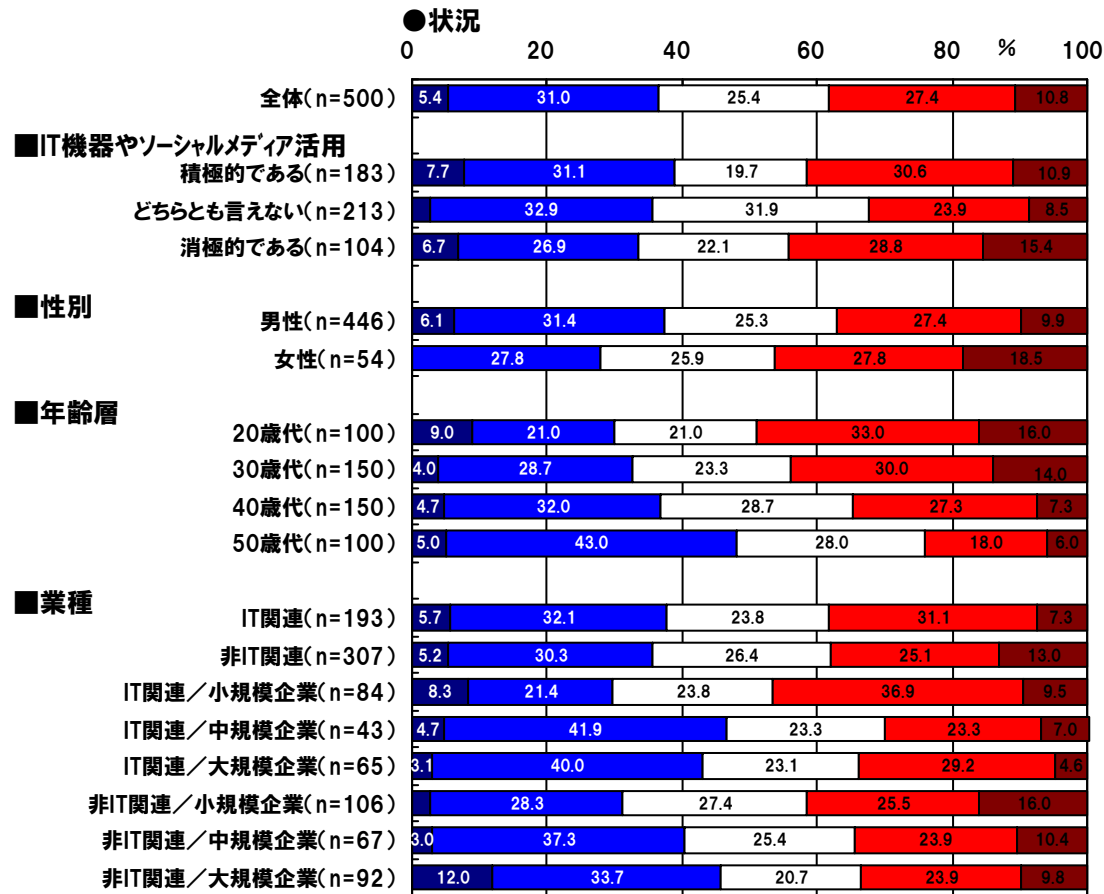
業種



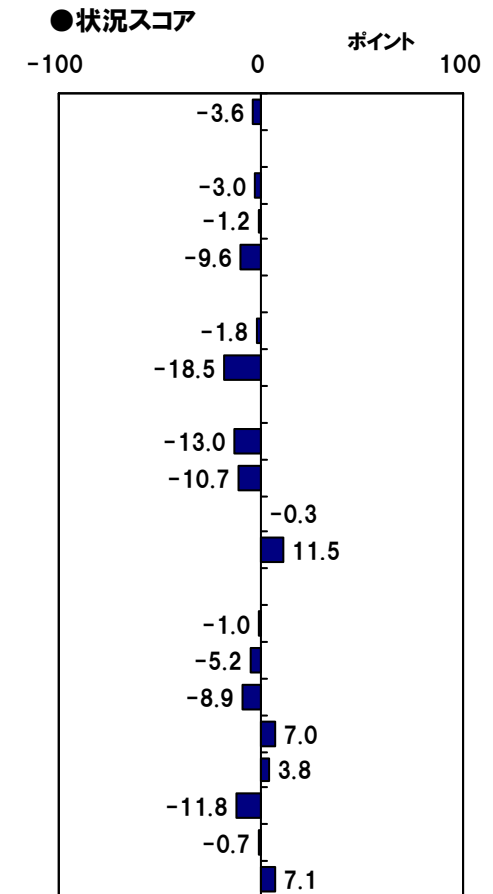
# ■その他の設問の結果から

≪Q29. あなたの勤務先は、以下の項目についてどのような状況ですか。≫

## A. 社内の情報共有



■とても進んでいる ■進んでいる □どちらとも言えない/分からない ■遅れている ■とても遅れている



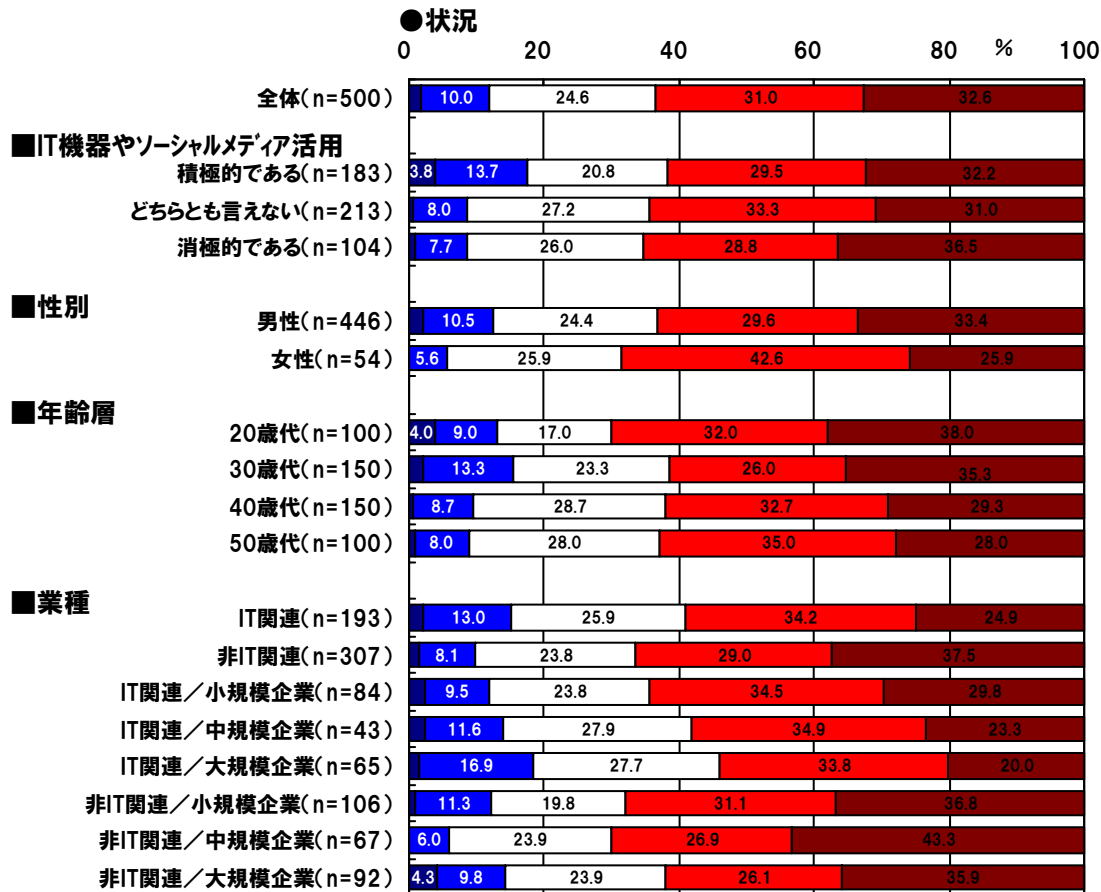
とても:100、進んでいる:50、どちらとも:0、遅れている:-50、とても:-100

無回答を除いて加重平均を算出

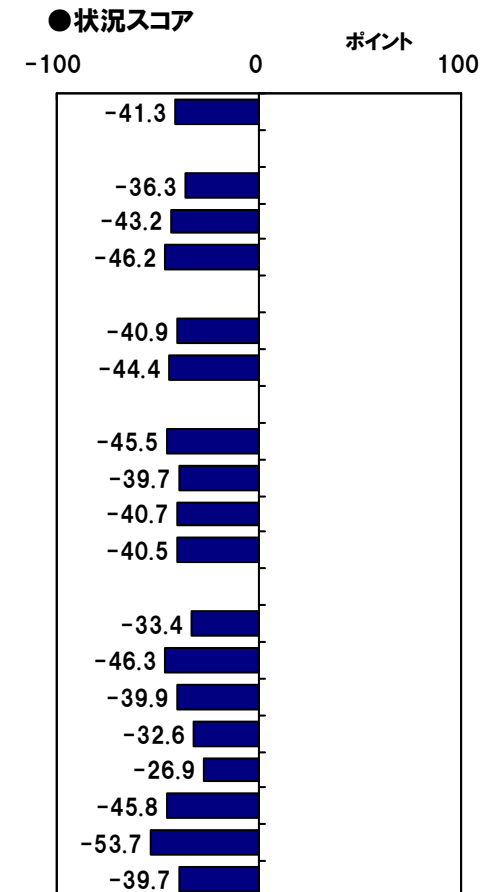
# ■その他の設問の結果から

≪Q29. あなたの勤務先は、以下の項目についてどのような状況ですか。≫

## B. ソーシャルメディアの活用



■とても進んでいる ■進んでいる □どちらとも言えない/分からない ■遅れている ■とても遅れている



とても:100、進んでいる:50、どちらとも:0、遅れている:-50、とても:-100

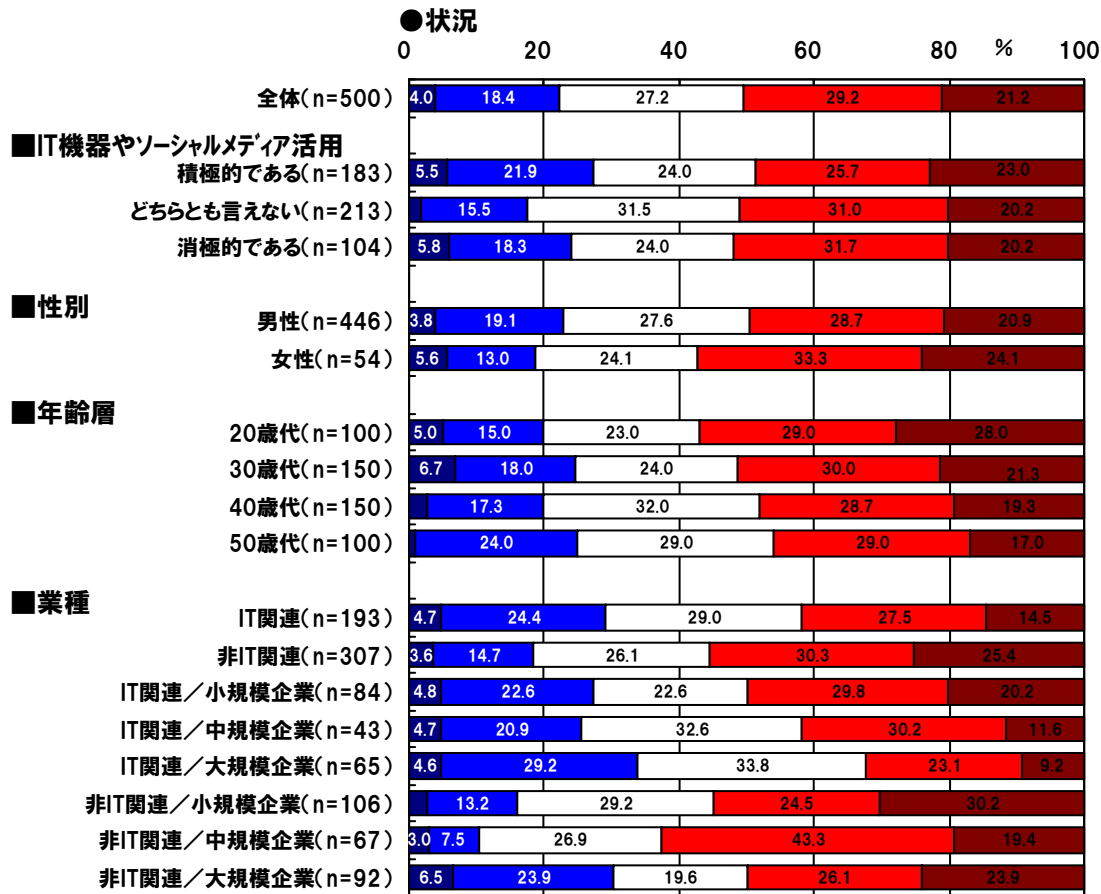
無回答を除いて加重平均を算出



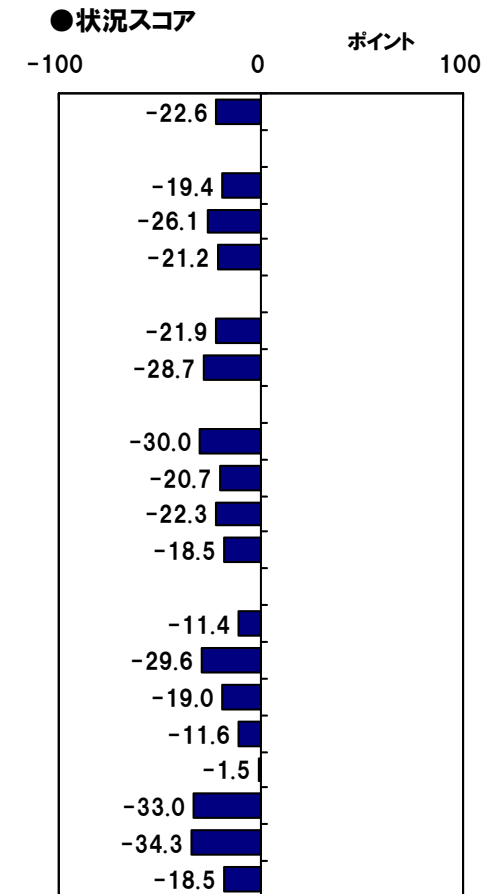
# ■その他の設問の結果から

≪Q29. あなたの勤務先は、以下の項目についてどのような状況ですか。≫

## C. 多様な働き方に対する柔軟性



■とても進んでいる ■進んでいる □どちらとも言えない/分からない ■遅れている ■とても遅れている



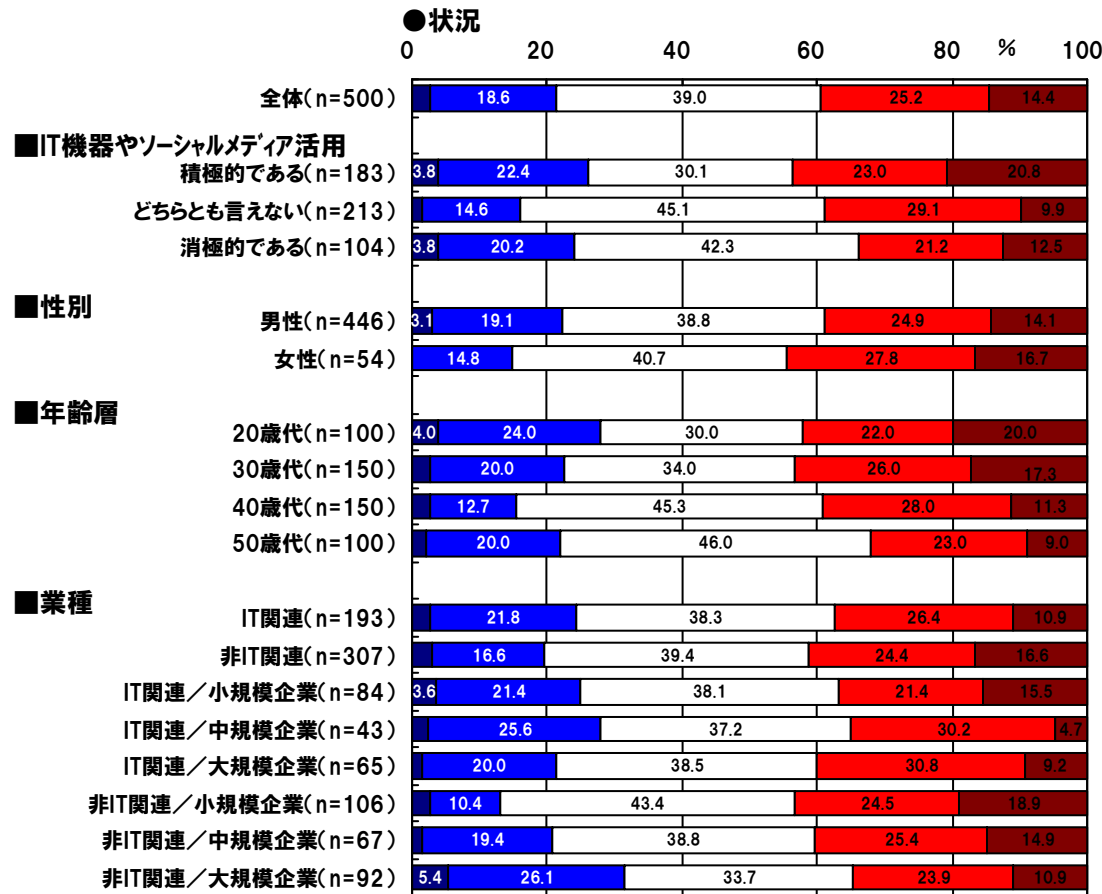
とても:100、進んでいる:50、どちらとも:0、遅れている:-50、とても:-100

無回答を除いて加重平均を算出

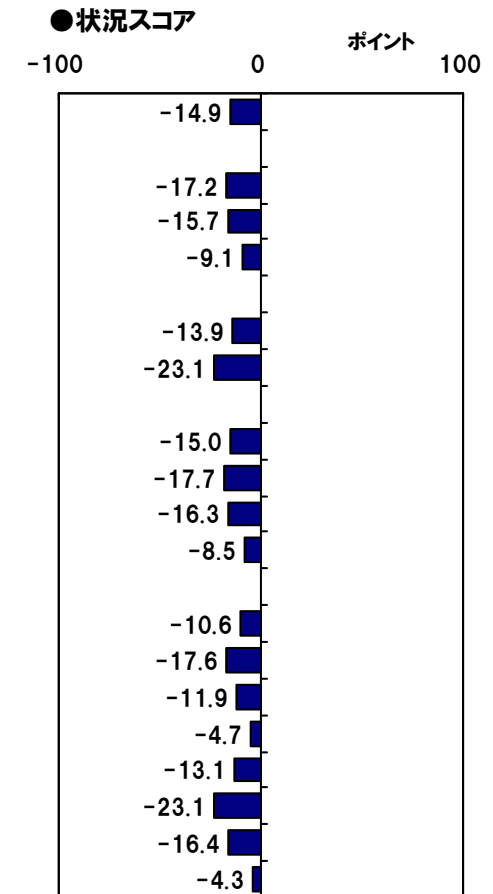
# ■その他の設問の結果から

≪Q29. あなたの勤務先は、以下の項目についてどのような状況ですか。≫

## D. 商品開発への顧客の意見の反映



■とても進んでいる ■進んでいる □どちらとも言えない/分からない ■遅れている ■とても遅れている



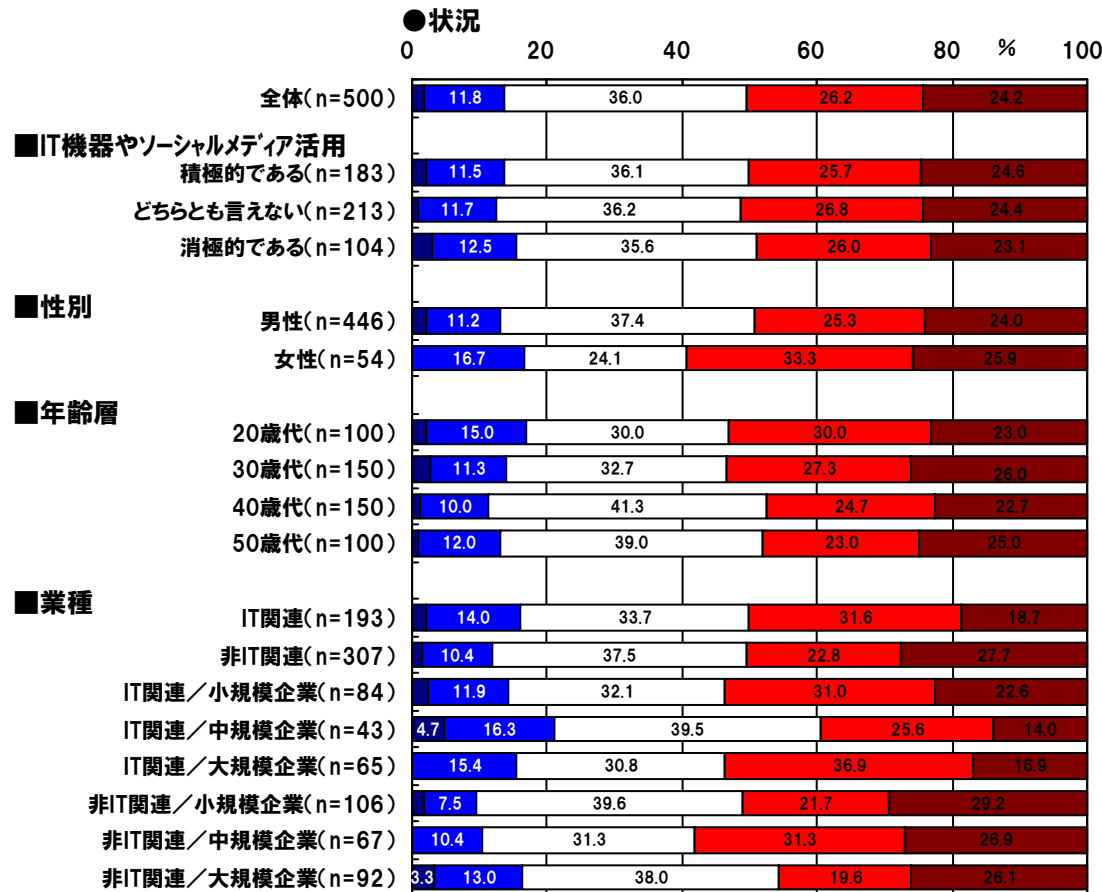
とても:100、進んでいる:50、どちらとも:0、遅れている:-50、とても:-100

無回答を除いて加重平均を算出

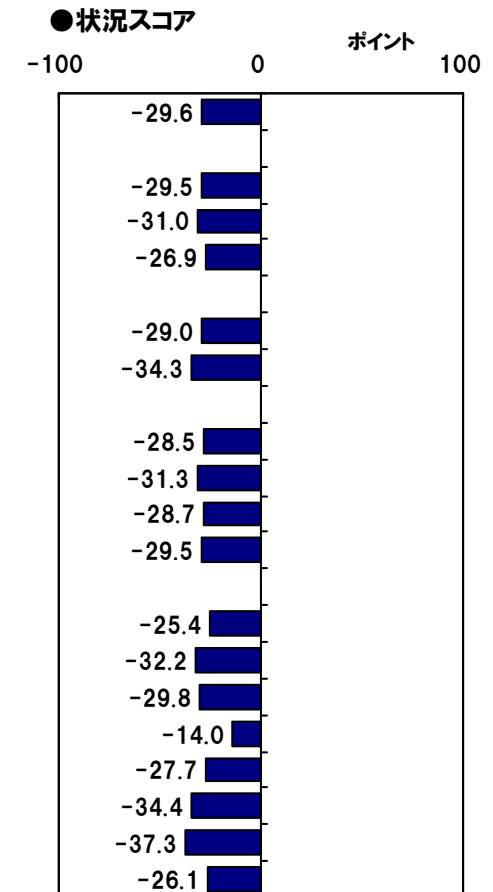
# ■その他の設問の結果から

≪Q29. あなたの勤務先は、以下の項目についてどのような状況ですか。≫

## E. 人事評価の透明性、公平性



■とても進んでいる ■進んでいる □どちらとも言えない/分からない ■遅れている ■とても遅れている



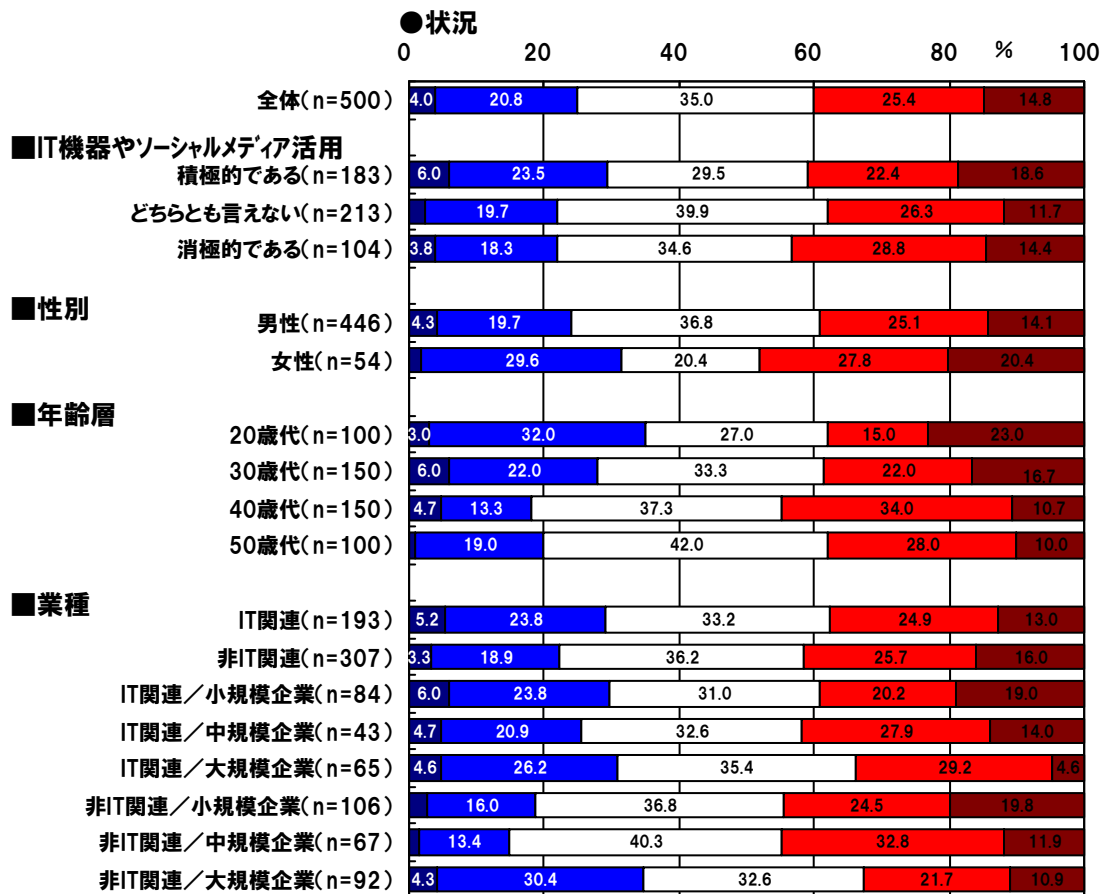
とても:100、進んでいる:50、どちらとも:0、遅れている:-50、とても:-100

無回答を除いて加重平均を算出

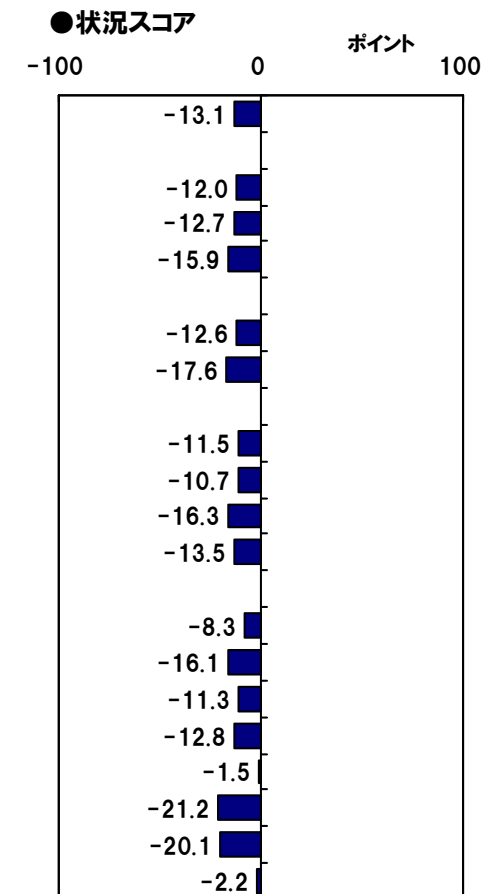
# ■その他の設問の結果から

≪Q29. あなたの勤務先は、以下の項目についてどのような状況ですか。≫

## F. 顧客や社会に対する新たな価値の提案、創造



■とても進んでいる ■進んでいる □どちらとも言えない/分からない ■遅れている ■とても遅れている



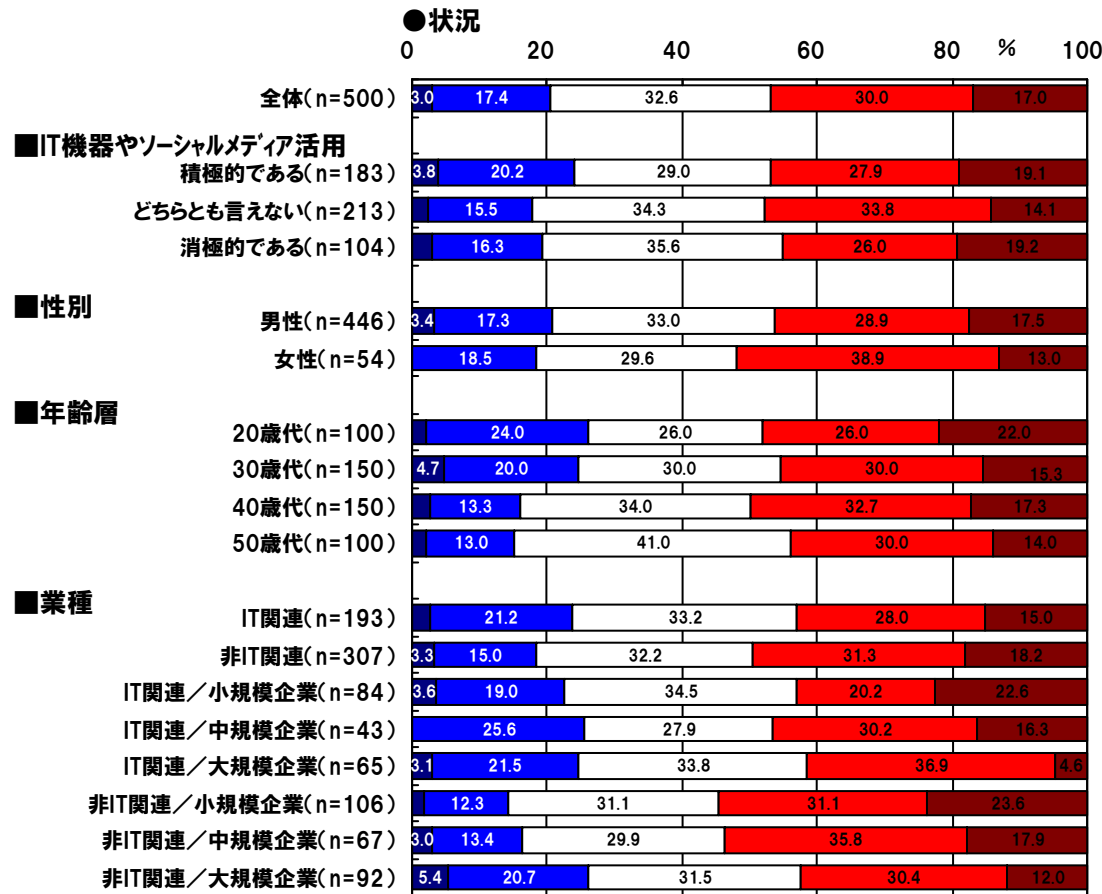
とても:100、進んでいる:50、どちらとも:0、遅れている:-50、とても:-100

無回答を除いて加重平均を算出

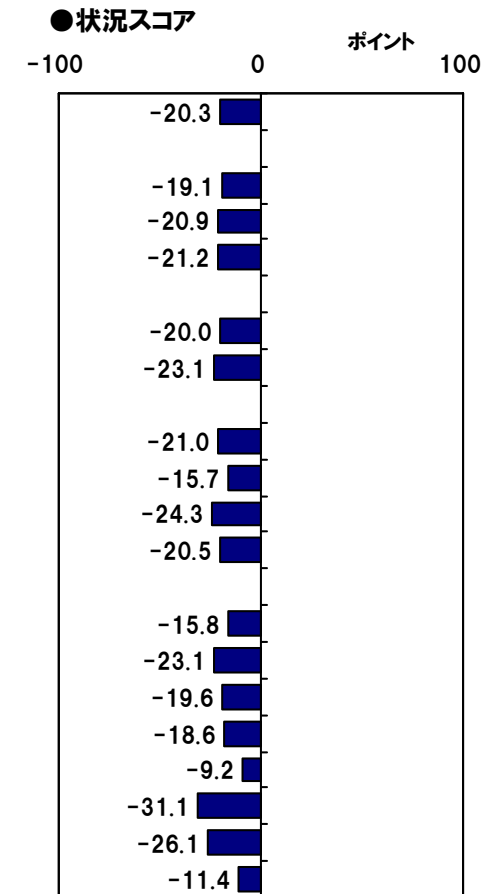
# ■その他の設問の結果から

≪Q29. あなたの勤務先は、以下の項目についてどのような状況ですか。≫

## G. 新規事業の開発



■とても進んでいる ■進んでいる □どちらとも言えない/分からない ■遅れている ■とても遅れている



とても:100、進んでいる:50、どちらとも:0、遅れている:-50、とても:-100

無回答を除いて加重平均を算出

## ■その他の設問の結果から

《事前Q3. あなたは、IT機器やソーシャルメディア(Twitter、Facebook、YouTube、口コミサイトなど)の活用に積極的ですか。(ひとつだけ)》

