

# 消費トレンド2040 市場予測・ロードマップ

次の15年に生まれる商品・サービス 173

- 著者：D4DR Future Perspective Research Center ■ 編集：日経クロストrend、日経クロステック
- レポート：A4判、648ページ ■ 2024年2月13日発行
- 【書籍のみ】価格：660,000円(10%税込)、ISBN：978-4-296-20369-7
- 【書籍とオンラインサービスのセット】価格：990,000円(10%税込)、ISBN：978-4-296-20371-0



## 新たに生まれる 15の消費市場を独自に定義

2040年までの社会トレンドを読み解き分析。これから生まれる15の有望市場を定義。

## 新市場の「市場規模」 「市場イメージ図」を提示

2025年、2030年、2040年の市場規模を推計。新市場の構造をイメージ図から理解できる。

## 実現が予測される 商品・サービスの例がわかる

どのような新商品・サービスが実現されるのか。商品・サービスのコンセプトを具体的に例示。

## 「ロードマップ」で 2040年までの市場を展望

いつ頃どのような消費トレンドとなっているかを5年刻みで解説。市場進展の全貌が掴める。

## 前作(2022年2月発行)から ここがパワーアップ!

- 地政学リスクや生成AIなど、2022年以降に顕在化した社会や技術の大きな変化を踏まえて、市場予測を刷新。
- ロードマップや図版がさらに充実、全ページをカラー化。

## 次に生まれる商品・サービスは何か 市場規模はどこまで広がるか 激変する消費市場を分析します。

世界情勢の変化によりサプライチェーンは転換点を迎え、ChatGPTの登場で生成AIが社会や生活の場に急速に浸透、原料高による商品・サービスの値上げが進むなど消費者の価値観の変化や行動は、今まで以上に未来が見通しにくくなっています。次にどのような消費市場が勃興し、市場規模はどこまで広がるのか。本レポートでは2040年をゴールに見据えて、消費の動向をマクロ視点で俯瞰しつつ、ミクロの視点でもヒットを予感させる商品やサービスを具体的に予測しています。有望な15の新市場を独自に定義し、市場規模を具体的なロジックに基づいて試算。新製品やサービスの創出において、戦略立案のヒントとなる、173のサービスコンセプトを例示しています。さらに、市場がどのように成長・推移していくのかをトータルで見渡す「変化予測ロードマップ」では、自社が持つ既存技術や顧客セグメントを踏まえて、アドバンテージをどの市場で、どう生かせるかを検討することができます。未来の消費トレンドをつかむための全ての情報が1冊に凝縮されたレポートになっております。



2040年までの変化をロードマップで提示

グラフィックレコーディングで市場を視覚化

## 目次

序章 「本書の読み方」、「商品・サービスのコンセプト」×「技術」逆引き表  
「2040年を見通す視点 - イーロン・マスクのビジネスチェーンと未来社会にもたらすインパクト」など

【第1章～第15章】15の新市場について、9つの視点で詳解

- ① 市場の姿 ② 市場の展望 ③ 市場の構造 ④ 市場の規模 ⑤ ターゲット
- ⑥ 商品・サービスのコンセプト ⑦ 関連技術・トレンド ⑧ 関連データ ⑨ ロードマップ

### 第1章 ウェルネス市場

これまでのヘルスケア市場の概念に加えて、さらに精神的な幸福のための健康にまで拡張され、さらなる巨大市場になっていくことが予想される有望市場  
【商品・サービスのコンセプト例】  
● ウェルネスツーリズム ● 運動やアクティビティプログラム など

### 第2章 フーディング市場

より高機能かつ高付加価値化が進む上、世界的には食糧問題も進むことを受けて、テクノロジーによるイノベーションが進む市場  
【商品・サービスのコンセプト例】  
● 食品のトレーサビリティ(産地や生育状況などの可視化、安全の担保)  
● スマートホームや次世代モビリティを活用した食品宅配サービス など

### 第3章 個人の拡張市場

テクノロジーにより生活者個人を起点とした多くのビジネスが誕生し、従来の常識にとられない新しい価値観のもとで個人の身体や精神的な能力が拡張し、個を超えた集合知がもたらす可能性まで見据えた市場  
【商品・サービスのコンセプト例】  
● BMIによる拡張情報や体験の脳への同期  
● ウエアラブルデバイスによる拡張とインプットの最適化 など

### 第4章 自己表現市場

シンギュラリティの時代、単純労働から人類は解放され、週休3日も進む中で、スポーツやエンタメ、アートなどの自己表現が人間の自己実現のためにもより重要なものになる市場  
【商品・サービスのコンセプト例】  
● トレーニングのマネジメントや最適化  
● XRやアバターロボットによる遠隔指導サービス など

### 第5章 人生学習・メタワーク市場

これまでのように一つの場所で一つの組織に属して生きている人たちが解放され、マルチな働き方によって教育が一生涯続ける学習の一部になり、多様な仕事のため、広くスキル形成を続けていくための市場  
【商品・サービスのコンセプト例】  
● 学習者やワーカーのコミュニティ  
● テレプレゼンスやバーチャルスペースの提供 など

### 第6章 新移民市場

少子高齢化の進展の中ですでに国策として動き出した移民政策が生み出す巨大市場  
【商品・サービスのコンセプト例】  
● 生活支援サービス(住宅の提供、受診支援など)  
● 日本語学習の支援サービス など

### 第7章 超富裕層市場

世界的に二極化が進むことで、これまでよりもさらに資産を持つような人が現れる市場  
【商品・サービスのコンセプト例】  
● 資産運用の管理や評価サービス  
● 芸術品販売やオークション、芸術家とのマッチング、芸術家支援 など

### 第8章 デジタルBOP市場

新興国に新しいデジタルインフラが整う中で生まれる新しいビジネスチャンスの市場  
【商品・サービスのコンセプト例】  
● 海底ケーブル、低軌道衛星群、気球、無人飛行機などによる通信ネットワーク整備  
● モバイルデバイス販売や貸与サービス など

### 第9章 相互扶助・コモンズ市場

中流の崩壊によって、多くの所得に不安を持つ人たちが増え、生きていくためには一億総中流社会として生み出された個が再びコミュニティとしての社会システムを求める市場  
【商品・サービスのコンセプト例】  
● 個人のスキルや資産の可視化とマッチング、同じ目的を持つ人同士のコミュニティ形成や運営  
● 自給自足生活の推進と収入源確保の支援 など

### 第10章 マルチコミュニティ市場

コロナ禍を経たニューノーマル時代によって、時間と場所の制約からの解放が劇的に加速し、その結果として様々な場所に自由に住む多拠点生活をしながらこれまでの企業や家族に縛られない多様なコミュニティに所属しながら多様な仕事をするという多面的なライフスタイルを選択する市場  
【商品・サービスのコンセプト例】  
● 防災や防犯サービス(コミュニティ形成を通して、人のつながりを生かす)  
● 住まいのIoT化 など

### 第11章 ネオモビリティ市場

自動運転車やパーソナルモビリティが普及し、次世代交通サービス(MaaS)の世界が見えてくる中、個別縦割りの交通の概念を変えるばかりか、都市のあり方そのものも変えていく市場  
【商品・サービスのコンセプト例】  
● モビリティのシェアリングサービス  
● オンデマンド型移動サービス など

### 第12章 個人リソースマネジメント市場

テクノロジーにより様々なリソースをID管理できる社会になることで個人の資産を管理しやすくなる市場  
【商品・サービスのコンセプト例】  
● 個人の資産の統合データ化や管理  
● 個人の信用スコアリング など

### 第13章 社会リソースマネジメント市場

社会の資産がシェアリングエコノミーや情報銀行などによって、多くの社会システムの構造的変化をもたらす市場  
【商品・サービスのコンセプト例】  
● 調査や測定の効率化、IoTによるモニタリング、ID管理  
● インフラの流動的な利活用やマネジメント など

### 第14章 都市OSデータ活用市場

都市OS(基本ソフト)化し、様々なデータが公共財として活用可能になる中でデジタルツインなど大きく生まれる新市場  
【商品・サービスのコンセプト例】  
● センサー標準化  
● データオープン化を活用した、最適化を目指すサービス など

### 第15章 モノの統合サプライ市場

企業の枠を超えてサプライチェーンがいよいよ社会で全体最適化されていく市場  
【商品・サービスのコンセプト例】  
● モノのクラウド管理サービス  
● モノの移動、在庫状況、引き当てのリアルタイム可視化 など