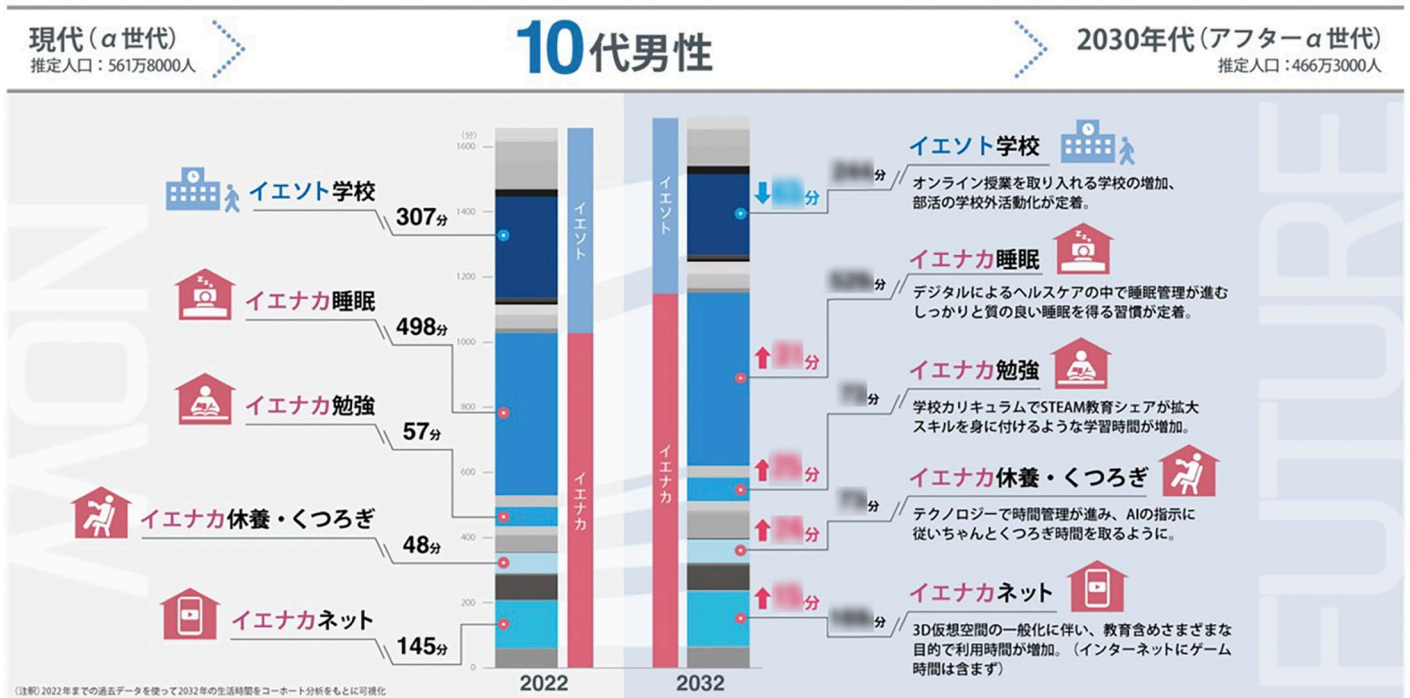


2023年9月12日

10年後の未来の生活行動時間を予測するオリジナルツール
「Future Time Use」の提供を開始
—顧客企業の未来予測や未来に向けた事業創造を支援—

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：樽谷 典洋）は、独自のアプローチで企業の未来価値を見いだす国内電通グループ横断組織である「未来事業創研」より、10年後の暮らしを具体的に描くツール「Future Time Use（フューチャータイムユース）」を本日から提供開始しました。本ツールは、10代～60代の性年代別に未来の「生活行動時間」をコーホート分析※1と、未来の専門家の知見をもとに予測し、顧客企業の未来予測や未来に向けた事業創造を支援します。

<Future Time Useカード例：現代の10代男性と、2030年代の10代男性との生活行動時間の比較>



(左が2022年に10代、右が2032年に10代となる世代の男性の行動時間※2)

昨今、新型コロナウイルス感染症の影響、AIなどの先進テクノロジーの発達、気候変動、地政学リスクの増加、DEI※3に代表される多様化などによる急激な社会の変化は、人々の価値観や行動に強い影響を及ぼしています。未来の生活者像は、現在の生活者像から大きく変化すると考えられ、企業の新事業・新商品開発、マーケティング施

策の立案がますます困難になっていくと予想されます。未来に向けた事業創造のためには、社会全体の変化にとどまらず、一般生活者の変化にまで落とし込んだ予測の必要性が増してきています。

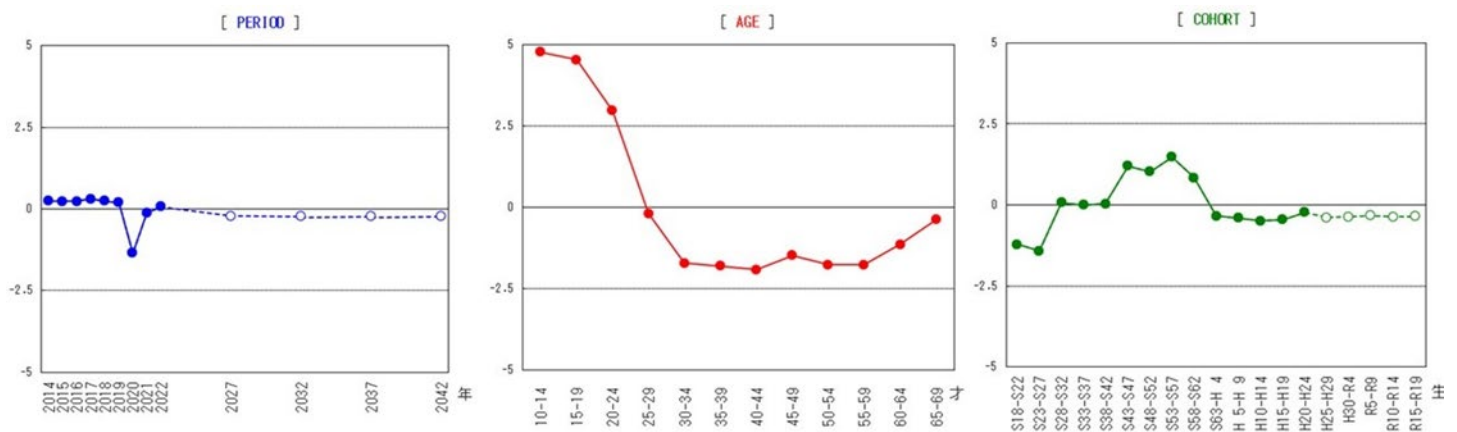
このような背景を受けて、未来事業創研では、10年後の「生活行動時間」を10代から60代の性年代別（12セグメント）に可視化したスライド形式のツールである「Future Time Use」を開発しました。本ツールは、未来の生活者の暮らしをより具体化するべく、株式会社ビデオリサーチが提供するデータ「MCR/ex」^{※4}の2014年から2022年までの生活行動時間のデータの中から、自宅内の睡眠時間や自宅外の仕事時間（アルバイト含む）などの49項目をコーホート分析にかけ、自宅内および自宅外の生活行動時間の「時代効果」と「世代効果」のパラメータから推計された各予測数字をもとに、未来事業創研に所属する未来の専門家（メディアや通信、各生活領域）の知見を交えながら、各生活行動時間を総合的に予測しました。未来事業創研は、今まで「未来の社会実態」と「未来の生活者インサイト」から持続可能な、あるべき暮らしを構想し、具体的な事業アイデアに発展させる「Future-CS V アプローチ^{※5}」を提供してきましたが、今回、新たに未来の「生活行動時間」を追加することで、更にサービス価値を充実させました。

未来事業創研では今後も未来の社会課題、未来の生活者インサイトに関する知見の提供、未来視点での事業開発や商品開発ワークショップなどの提供を通じて、未来共創のためのサービスを充実させ、顧客企業の事業成長に貢献していきます。

<分析概要>

- ・分析目的：未来の生活行動時間の予測
- ・使用データ：株式会社ビデオリサーチのMCR/ex（2014年から2022年までの生活行動時間のデータ49項目）
- ・分析手法：ベイズ型コーホートモデル（1980年代に開発された分析手法。コーホート分析は同一の調査項目について得られる継続調査データから、①時代効果②年齢効果③世代効果の3効果に分離することで、変化の構造を明らかにするもの。これら3効果のパラメータについては、隣り合うパラメータの1次階差の2乗和を小さく抑えるというパラメータの漸進的変化と赤池のベイズ型情報量規準ABICによる最適なモデル選択により定式化されている）
- ・予測方法：分析対象の49項目の自宅内および自宅外の生活行動時間の時代効果と世代効果の将来のパラメータを設定して各生活行動時間を予測。その予測数字をもとに未来事業創研に所属する未来の専門家（メディアや通信、各生活領域）の知見を交えながら総合的に算出。一部項目を合算して集計を行った。

例：女性の学校の授業・課外授業（分析用シートから抜粋）



青がPERIOD（時代効果）、赤がAGE（年齢効果）、緑がCOHORT（コーホート・世代効果）で、年齢効果を一定とし、時代効果と世代効果のパラメータを設定することで未来の数字を算出し、未来の専門家の知見を交えてパラメータの再設定を行うなどして総合的に予測数字を作成。

- ※1 コーホート分析とは、長期的な継続調査データから、その変化の要因を加齢の要因による影響（年齢効果）、時勢の要因による影響（時代効果）、世代差の要因による影響（世代効果あるいはコーホート効果）に分離する分析方法。コーホートとは、出生年（あるいは出生年代）を同じくする集団を指す
- ※2 各行動時間の全体計が1,440分（=1日の総分数）にならないのは、ある行動をしながら、他の行動も並行する「ながら行動」が一部に含まれる
- ※3 「ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン」の略。社会における人々の多様性（ダイバーシティ）、公平性（エクイティ）、包摂性（インクルージョン）に関する課題と、それを高める対策のことを指す
- ※4 東京 50キロ圏に住む 12～69 歳の男女を対象とした生活・メディア行動調査データ
- ※5 CSVはCreating Shared Valueの略。企業による社会的価値の創出（社会課題の解決など）と経済利益（生活者価値創造など）とを両立させる経営戦略のフレームワークを指す。2021年7月1日リリース：電通、企業の未来価値を見出すグループ横断組織「未来事業創研」を発足 (<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2021/0701-010399.html>)

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通グループ dJコーポレートディベロップメントオフィス
田中、宮田、藤田
Email : jigyokoho@dentsu.co.jp

【事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通 未来事業創研
吉田、小椋、立木
Email : future@dentsu.co.jp