

2019年 1月11日

2019年 1月 3日 仏ヴェリジー=ヴィラクブレー発 日本語参考訳

報道関係各位

2030年の消費者は 「移動はハイパーループ、家にはロボット」 米国でCITE Research と ダッソー・システムズが調査 CES 2019のダッソー・システムズ展示でも公開中

- 米国の消費者 1,000 名を対象に調査を実施、未来のエクスペリエンスへの期待が明らかに
- 71% が電気自動車の利用を予想、51% がハイパーループ、38% が空飛ぶタクシーでの移動を予想
- 73% が家庭用遠隔モニタリング機器、70% が完全に接続されたスマート ホーム・システム、40% がバーチャル ホーム ロボットの利用を予想
- ミレニアル世代は全カテゴリにおいてエクスペリエンスの個別化 (パーソナライズ化) に期待も、個人データの共有には否定的

[ダッソー・システムズ](#) (Euronext Paris: #13065, DSY.PA) は本日、2030年の都市像について同社が実施した消費者調査の結果を発表しました。調査対象となった米国の一般消費者は、2030年の都市はテクノロジーの力によって、生活の質が全体的に高まり、社会全体を意識した利便性を備え、ひとりひとりに合わせた (パーソナライズ化) されたエクスペリエンスが得られるものになると予想しています。本調査は独立系マーケット リサーチ会社 [CITE Research](#) の協力の下、米国の成人から各層を反映するように対象者を抽出し、得られた回答に基づいています。

超高速鉄道ハイパーループ、完全に接続されたスマートホーム・システム、モバイル決済、パーソナライズ化された予防医療計画など、消費者の生活に破壊的な変革をもたらすテクノロジーが数多く実現しつつあります。今回の調査では、家庭、移動、健康、小売の4つのカテゴリにおける未来のエクスペリエンスについて調べました。2030年の時点で大きなメリットが期待される技術イノベーションとしては「パーソナライゼーション」が挙げられ、その他にもテ

クノロジーがもたらすメリットとして、セキュリティ、エネルギー効率性、利便性、アクセシビリティ、省エネ、予防措置があげられました。

主な調査結果は次の通りです。

- **特にミレニアル世代が、パーソナライズ化されたエクスペリエンスに対して、大きな期待を寄せています。** 先端テクノロジーに対する期待では、18 ~ 34 歳では個人のニーズや好みに合わせた (パーソナライズ化、カスタマイズ化された) エクスペリエンスの提供、35 歳以上では生活の質を向上させる技術進化があげられました。
- **2030 年の家庭はセキュリティが保たれ、エネルギー効率性に優れた場所になります。** 回答者の 70% 以上が、2030年には遠隔モニタリング機器、音声起動アシスタント、完全に接続されたスマートホーム・システムを利用しているだろうと予想しました。同じく 49%が、パーソナライズ化されたバーチャル・ホーム・アシスタントやロボットを利用しているだろうと予想しました。
- **自動車・輸送機械・モビリティ業界に関しては電動化、コネクタ化が進み、コストの削減をはじめ、移動に要する時間、路上の安全性、生活の質の改善が実現すると予想されました。** 70% 以上の回答者がハイブリッド車が電気自動車を利用しているだろうと予想し、一方でハイパーloopを使って旅行できるようになると予想した回答者も半数を超えました。「空飛ぶタクシー」を利用しているだろうと予想した回答者は 38% でした。75% を超える回答者が経路の最適化、都市制御による交通規制といった、パーソナライズ化された移動エクスペリエンスの実現を予想していましたが、一方で回答者の大半はそうしたサービスの改善に向けて、個人データへのアクセスを事業者に許可することはないだろうとも答えています。
- **パーソナライズ化された予防医療や在宅治療が当たり前の時代になります。** 80% 以上の回答者がテクノロジーによって個人の健康をより簡単、効率的に管理できるようになるという理由から、病気の予防や寿命の伸びを予想しました。影響力を大きく増すものとしては、83% が行動と栄養に基づく予防計画の実現を予想、81% が在宅治療機器、80% が完全電子化された記録システムの実現を予想しています。また、回答者の 4 分の 3 が、在宅診断アプリケーション、ウェアラブル機器、カスタムメイド人工器官を提供する整形外科技術といったテクノロジーの影響力も増すと感じていました。
- **店頭販売する店舗は消滅しませんが、店内では支払いや店舗内テクノロジーの利用に関するエクスペリエンスが進化します。** 小売に関しては 84% の回答者がモバイル決済や時間・場所を問わない配送サービスを利用してより便利に買い物できるようになるだろうと予想しました。一方で 55% の回答者が、2030 年の段階でバーチャル ショッピングしか存在しなくなっているとは思えない、と回答しています。

「2030 年の都市での消費者エクスペリエンスについて尋ねた今回の調査をもとにすると、今日のさまざまなテクノロジーの中から誇大宣伝されているものと、消費者が新たな現実として捉え始めている技術とを見極めることができます」と、ダッソー・システムズでインダストリー・ソリューションズ、フィールドマーケティング、グローバル・アフケアーズ兼コミュニケーションズ担当エグゼクティブ・バイス・プレジデントを務めるフローレンス・ベルゼレンは述べています。

「消費者は生活のあらゆる面での大規模な変化を予想しています。調査を通じてこうした考え

の一端を垣間見ることは、企業が何を研究、開発、加速するかを考えるうえで、価値あるフィードバックをもたらします。調査結果からはパーソナライズ化されたイニシアチブが、あらゆるイノベーションの背後に大きなテーマとして存在していることが認められます。このような消費者からの期待に応えるため、ダッソー・システムズは 3DEXPERIENCE プラットフォームで産業のイニシアチブを継続的にサポートしていきます」

本調査はダッソー・システムズが CITE Research に委託し、対象者は米国の成人から調査上のバランスを考慮したうえで 1,000 名を対象として抽出し、オンラインにて実施しました。調査期間は 2018 年11月19日～29日です。

詳しくはこちら：

ダッソー・システムズの 3DEXPERIENCE プラットフォーム、3D設計ソフトウェア、3Dデジタル・モックアップ、そしてプロダクト・ライフサイクル・マネジメント (PLM) ソリューション

<http://www.3ds.com/ja>

ダッソー・システムズとつながるソーシャル・アカウント

[Twitter](#) [Facebook](#) [LinkedIn](#) [YouTube](#)

(以上)

ダッソー・システムズについて

ダッソー・システムズは、3DEXPERIENCEカンパニーとして、企業や個人にバーチャル・ユニバースを提供することで、持続可能なイノベーションを提唱します。世界をリードする同社のソリューション群は製品設計、生産、保守に変革をもたらしています。ダッソー・システムズのコラボレーティブ・ソリューションはソーシャル・イノベーションを促進し、現実世界をよりよいものとするため、バーチャル世界の可能性を押し広げます。ダッソー・システムズ・グループは140カ国以上、あらゆる規模、業種の約22万社のお客様に価値を提供しています。より詳細な情報は、www.3ds.com (英語)、www.3ds.com/ja (日本語)をご参照ください。

3DEXPERIENCE、Compassロゴ、3DSロゴ、CATIA、SOLIDWORKS、ENOVIA、DELMIA、SIMULIA、GEOVIA、EXALEAD、3D VIA、BIOVIA、NETVIBESおよび3DEXCITEはアメリカ合衆国、またはその他の国における、ダッソー・システムズまたはその子会社の登録商標です。