

博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所フォーラム 2022夏

MORE MEDIA 2040

～メディアは、体験し、過ごす空間へ～



2040年のメディア環境

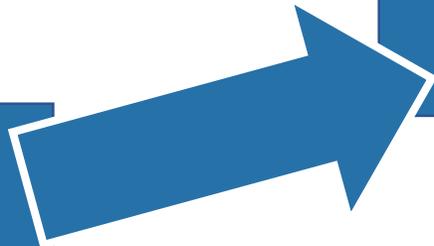
変化は加速し、定着へ

【現状からの連続的な変化に対応】

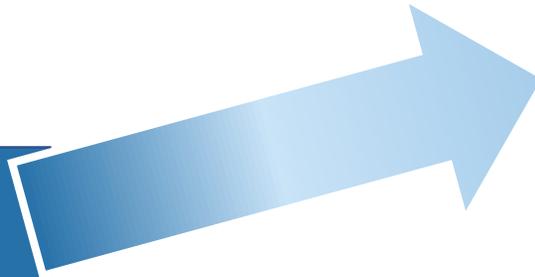
+

【長期視点からの逆算による革新】

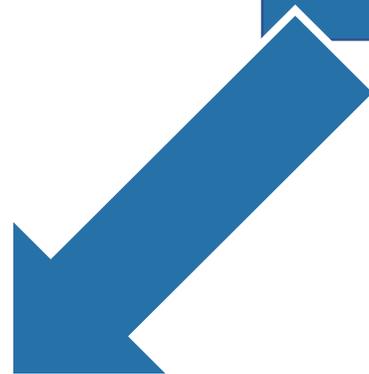
これまで



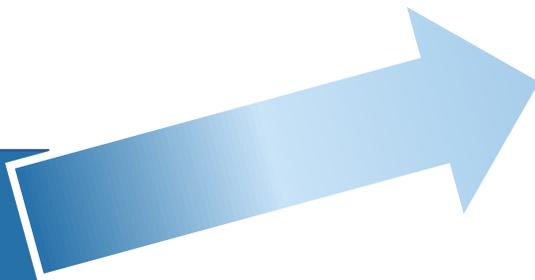
いま



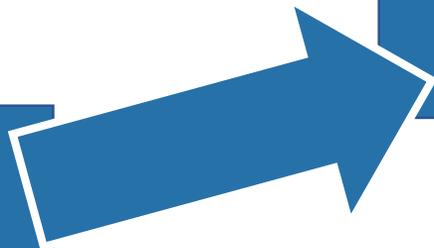
これから



いま



これまで



本日の構成

● 15:10 キーノート「MORE MEDIA 2040 ～メディアは、体験し、過ごす空間へ～」



山本 泰士

メディア環境研究所
グループマネージャー
兼 上席研究員



新美 妙子

メディア環境研究所
上席研究員

● 16:20 パネルディスカッション「メディア環境の未来をどう創るか」



加藤 直人 様

クラスター株式会社
代表取締役CEO



中谷 弥生 様

株式会社TBSテレビ
取締役



菊池 尚人 様

慶應義塾大学大学院
メディアデザイン研究科
特任教授

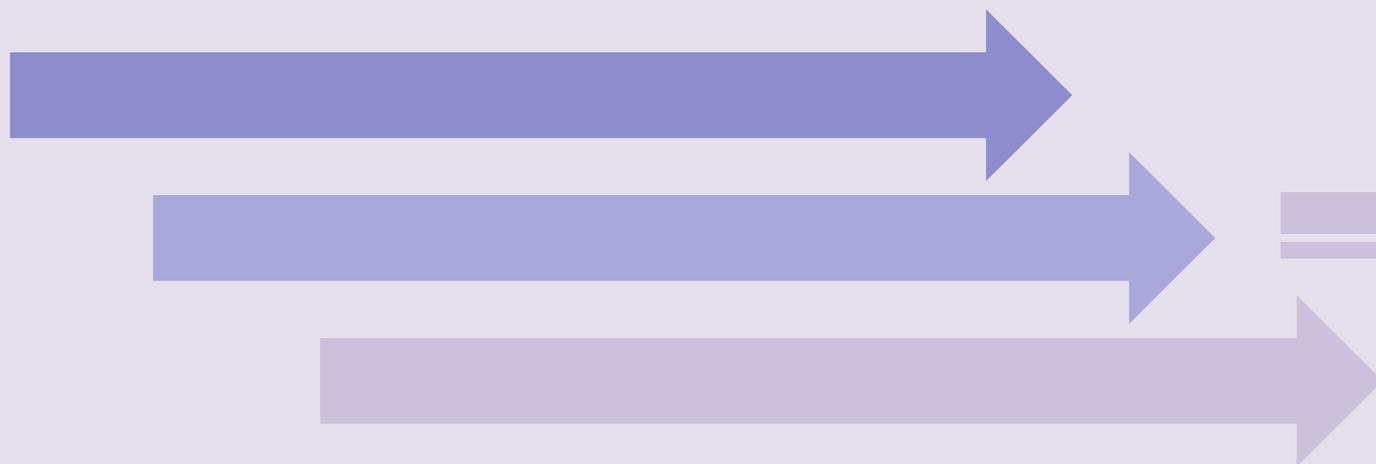


**モデレーター
島野 真**

メディア環境研究所
所長

● 16:55 クロージング

17:00 終了予定



メディア環境
~2022

メディア定点調査から、

メディア環境の

これまでを振り返り、

いまを確認する

17回目のメディア定点調査

2006
|
2022

〈メディア生活全般を定点観測する時系列調査〉

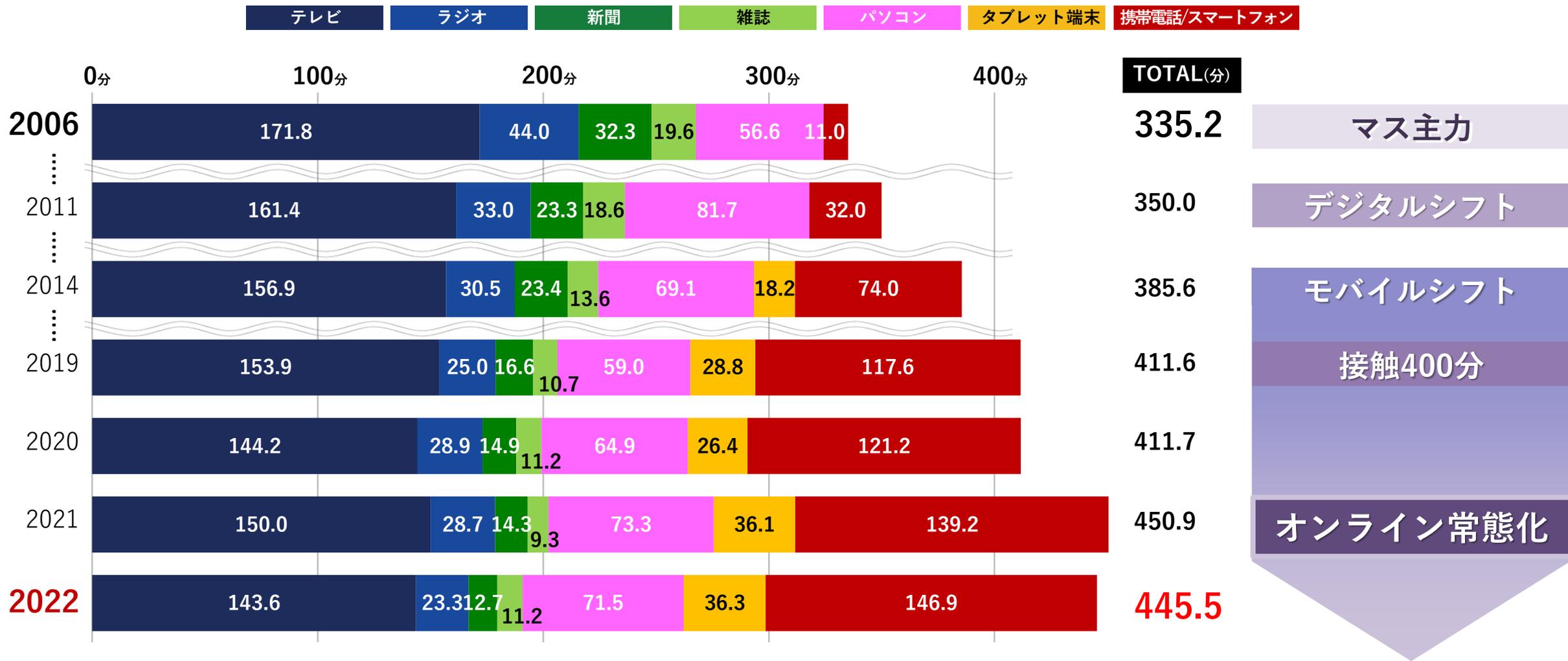
メディア接触時間／メディアイメージ／デバイス所有／
サービス利用／メディア意識・態度 など

- 調査地域：東京都
- 調査時期：2006年より毎年1月～2月
- 調査対象：15歳～69歳の男女
- 調査方法：郵送調査法（RDDによる標本抽出）
- サンプル数（2022年調査）：652人

※人口構成に合わせてウエイトバック集計を実施

メディア総接触時間の時系列推移

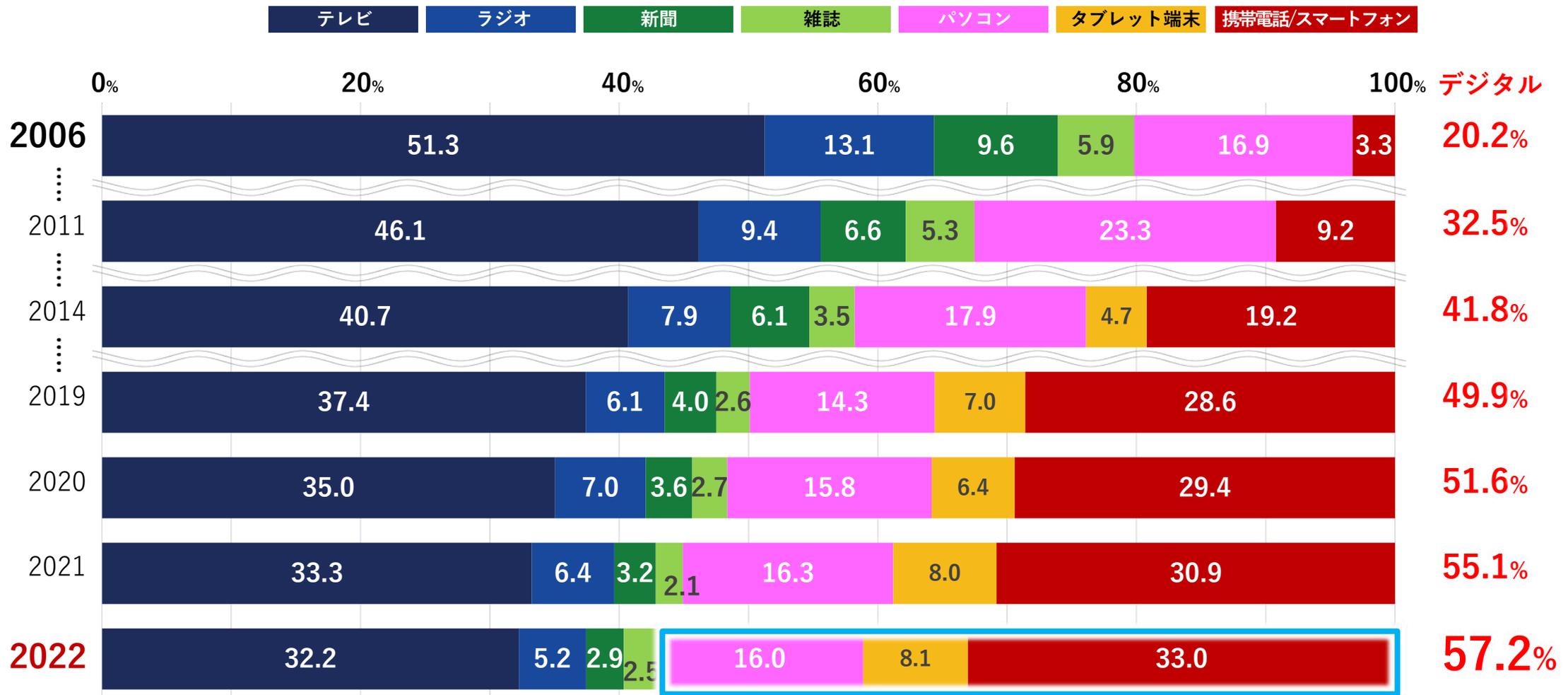
※1日あたり／週平均



17回目のメディア定点調査 メディア総接触時間の首位は「テレビ」から「携帯／スマホ」へ

メディア総接触時間の構成比 時系列推移

※1日あたり／週平均



「パソコン」「タブレット」「携帯／スマホ」のシェアは57.2% コロナ禍でデジタルシフト加速

性年代別メディア総接触時間

テレビ

ラジオ

新聞

雑誌

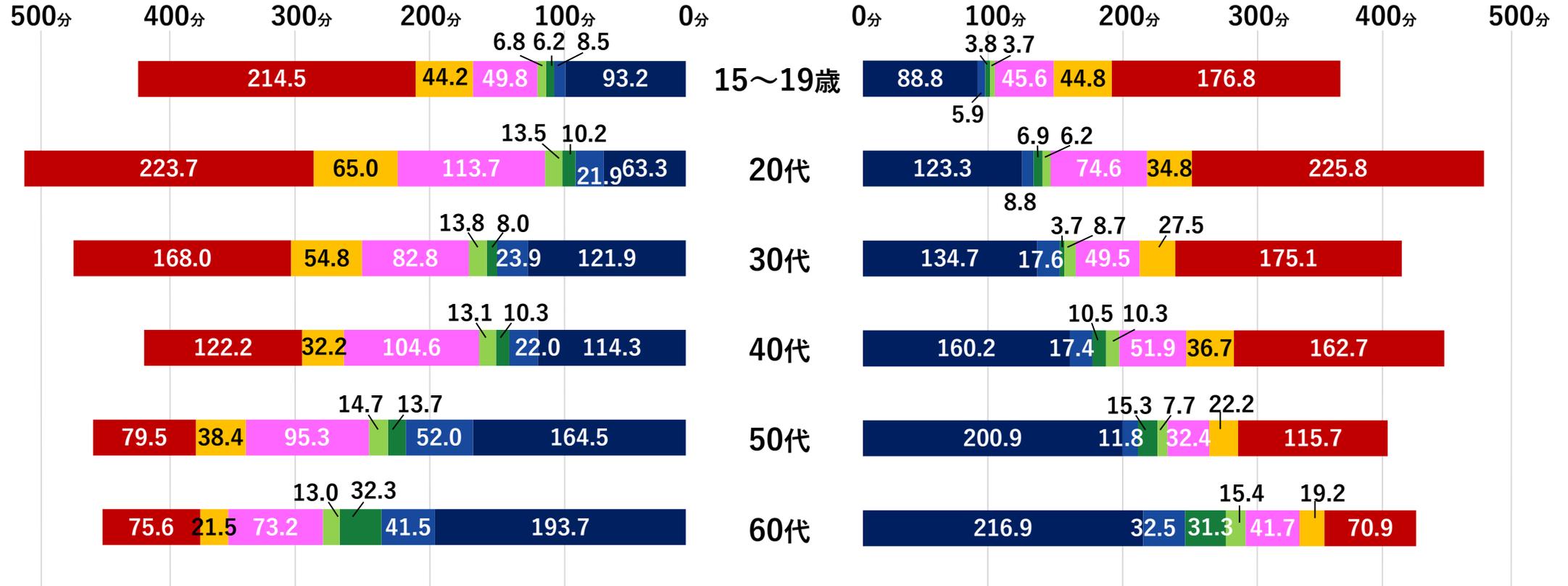
パソコン

タブレット端末

携帯電話/スマートフォン

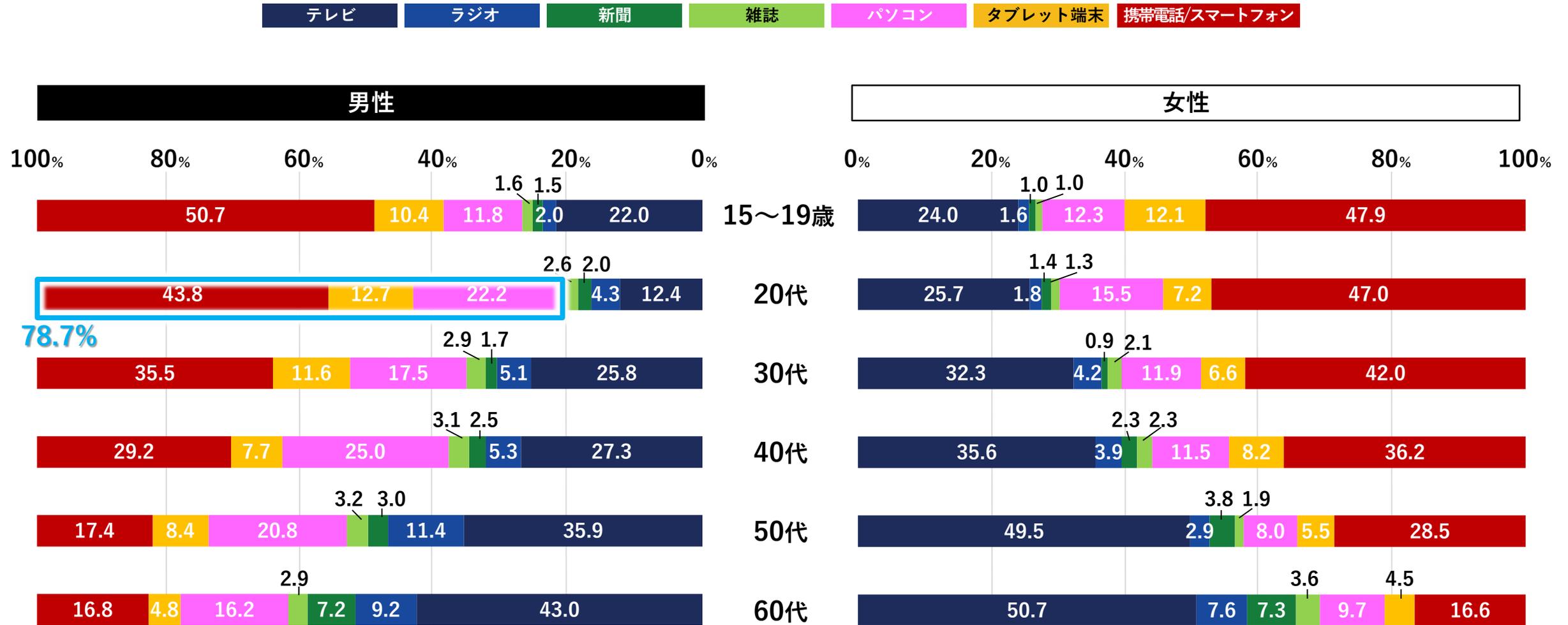
男性

女性



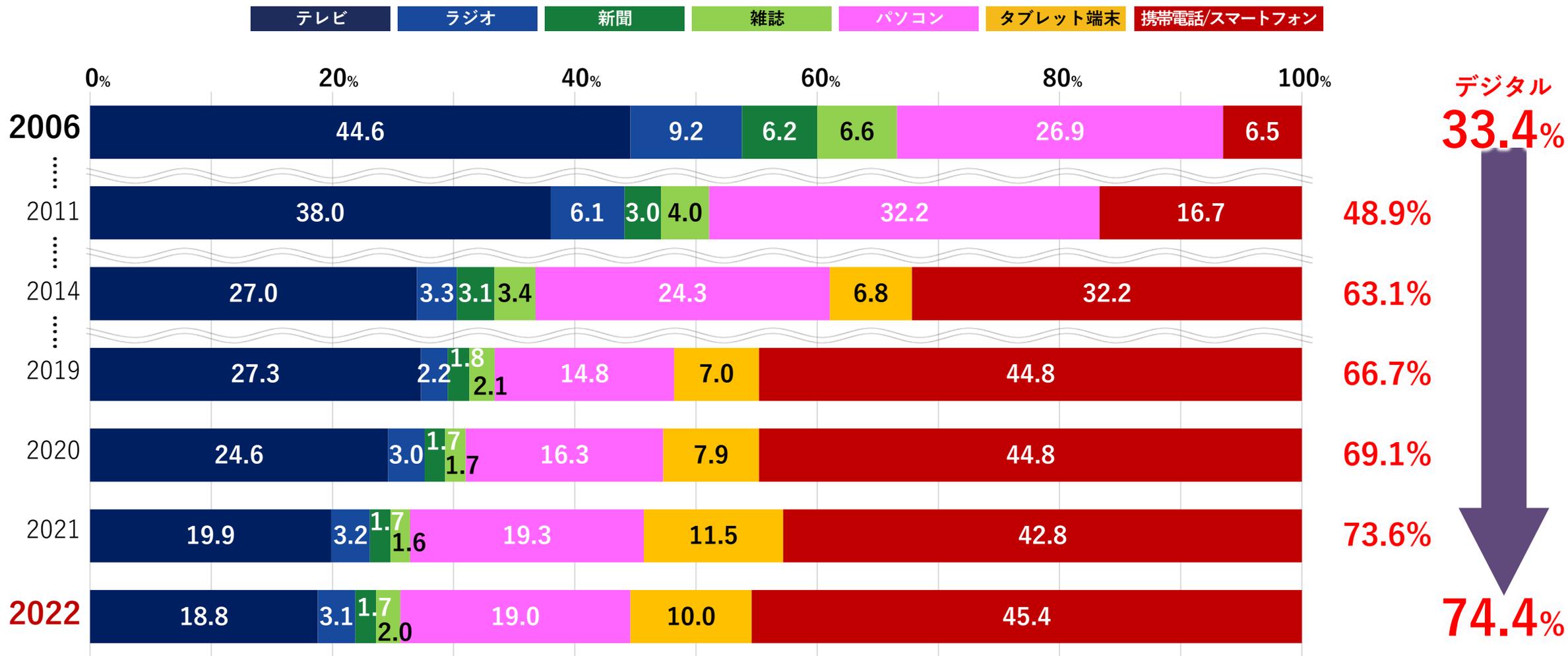
若年層は「携帯／スマホ」 高齢層は「テレビ」 メディア接触の年代差は大きい

性年代別メディア総接触時間の構成比



男性20代のデジタルのシェアは8割に迫る

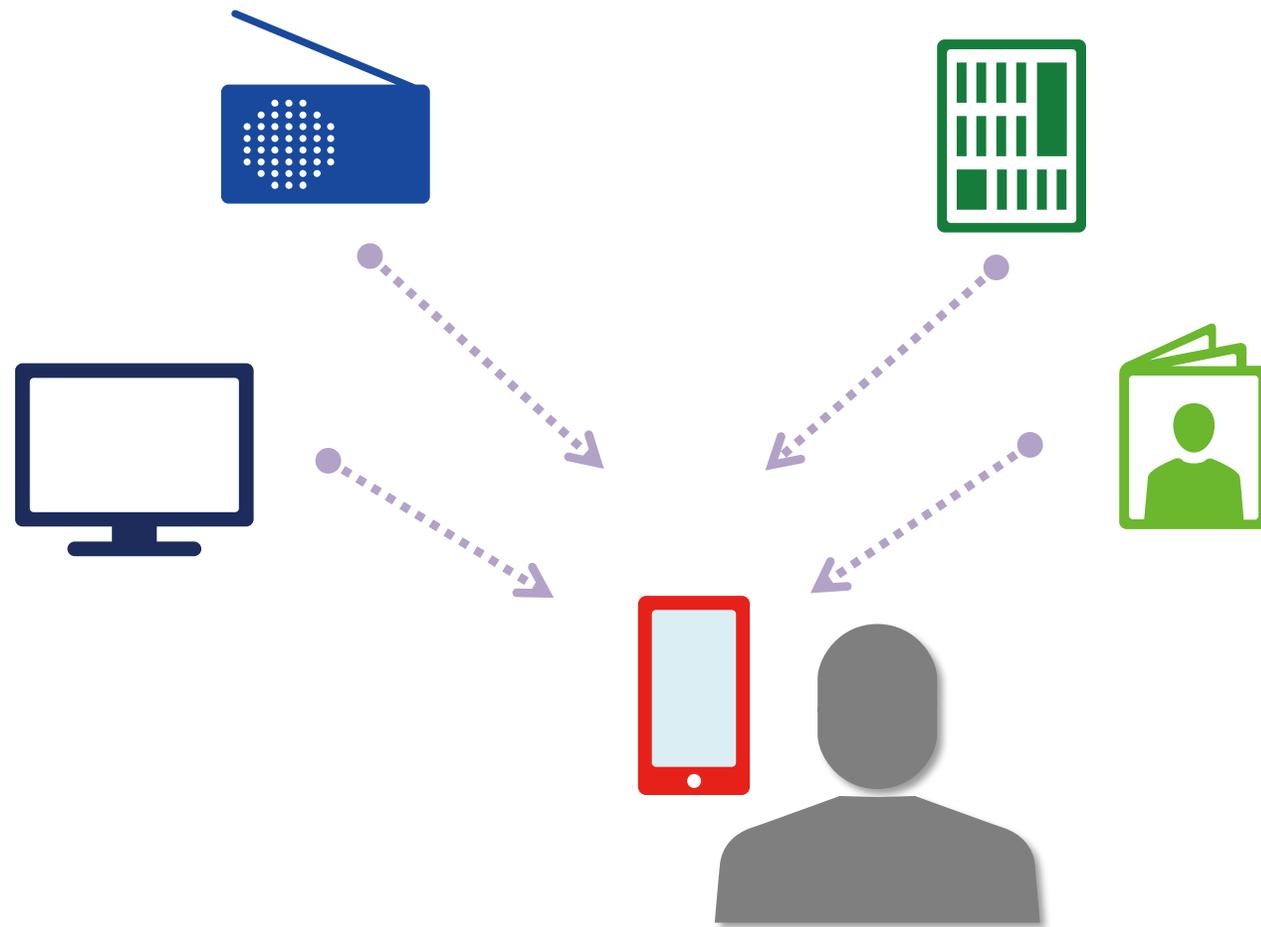
20代のメディア総接触時間の構成比 時系列推移



2006年から41ポイント伸長 デジタルシフトは若年層が牽引

マス主力～オンライン常態化

メディア環境は急速に変化



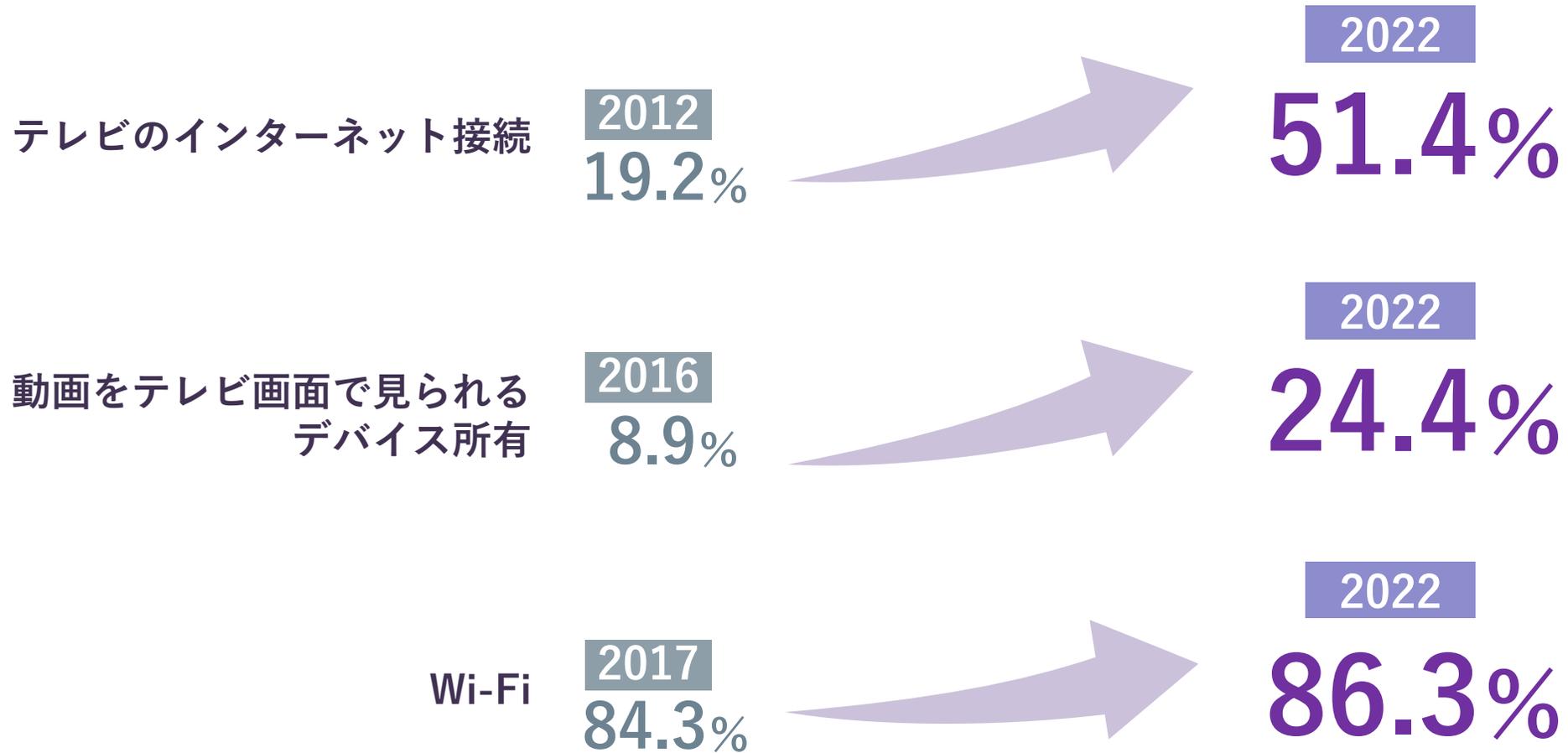
マスメディアコンテンツの接触は多様化

テレビ接触の内容変化

	2020	2021	2022	(%)
テレビ番組（リアルタイム）	84.3	87.6	85.3	
テレビ番組（録画）	73.0	72.5	71.5	
テレビ番組（見逃し視聴サービス）	11.3	15.3	17.7	
有料動画	13.4	21.8	22.1	
無料動画	19.0	22.6	27.0	
インターネットテレビ	5.0	4.7	6.7	
SNS上のテレビ番組	4.4	5.4	4.9	

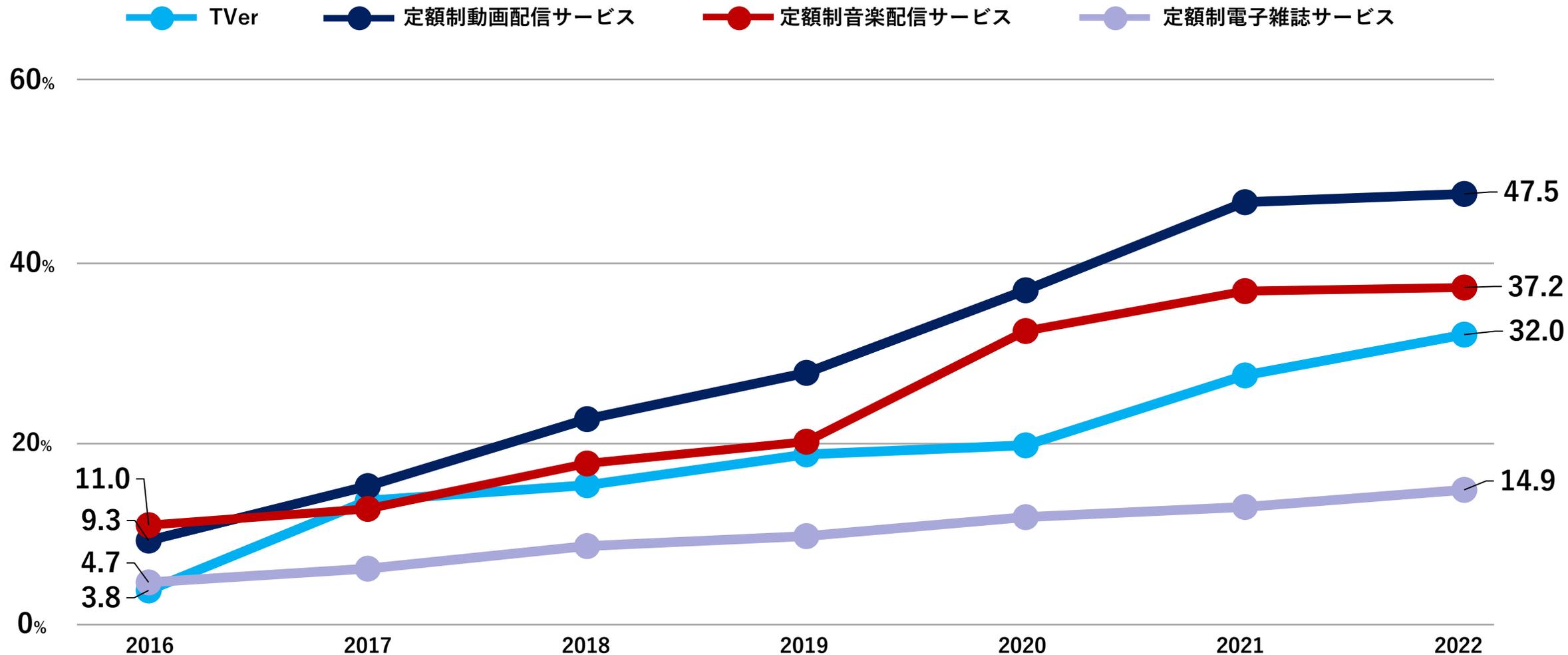
「テレビを見る時間」に含まれる動画は増加

情報機器・インフラ利用の変化



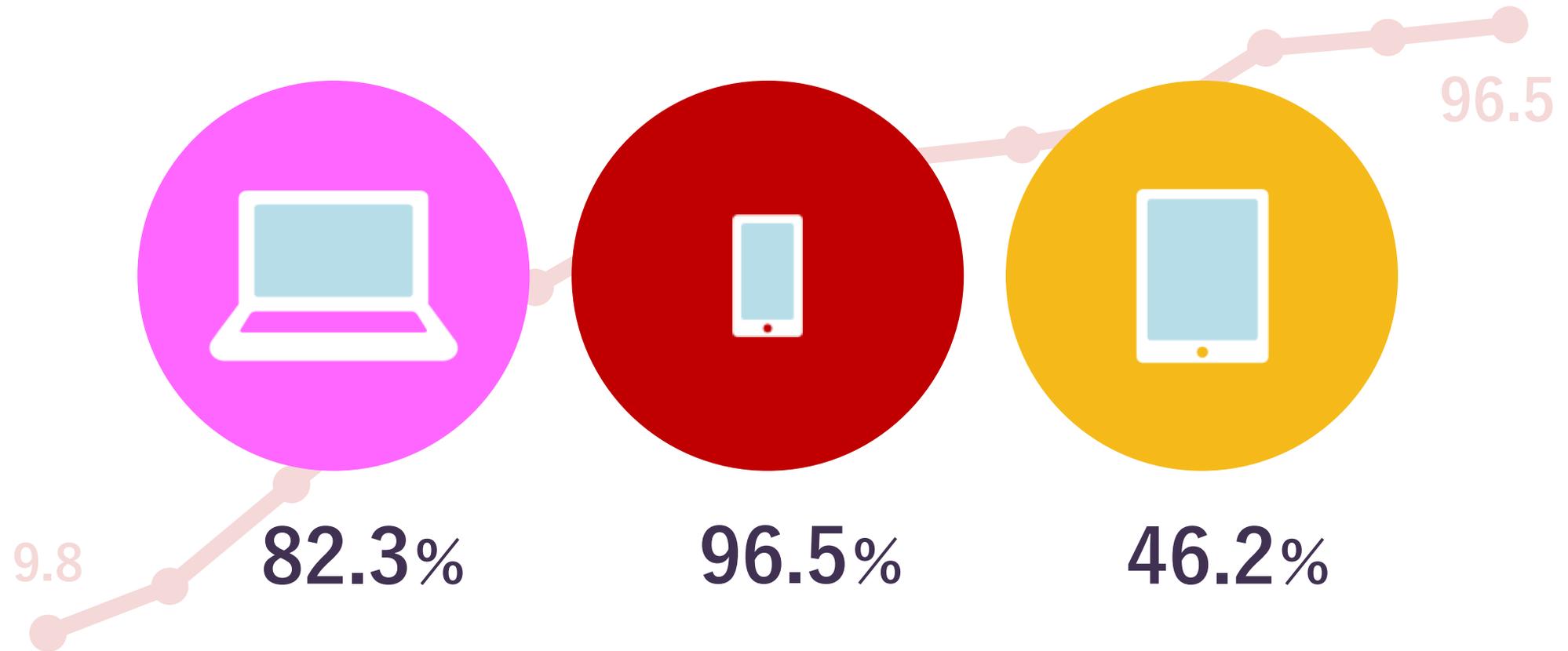
テレビはインターネットに接続されたスクリーンに

メディアサービス利用の推移

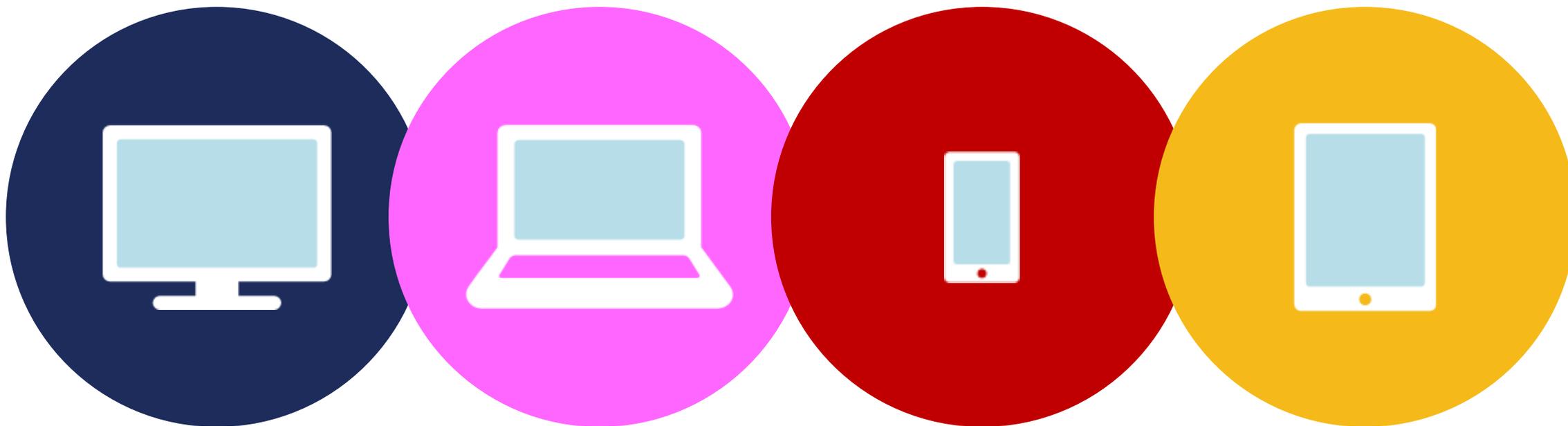


コロナ禍で配信サービスの利用は加速

パソコン・スマホ・タブレット端末の所有状況



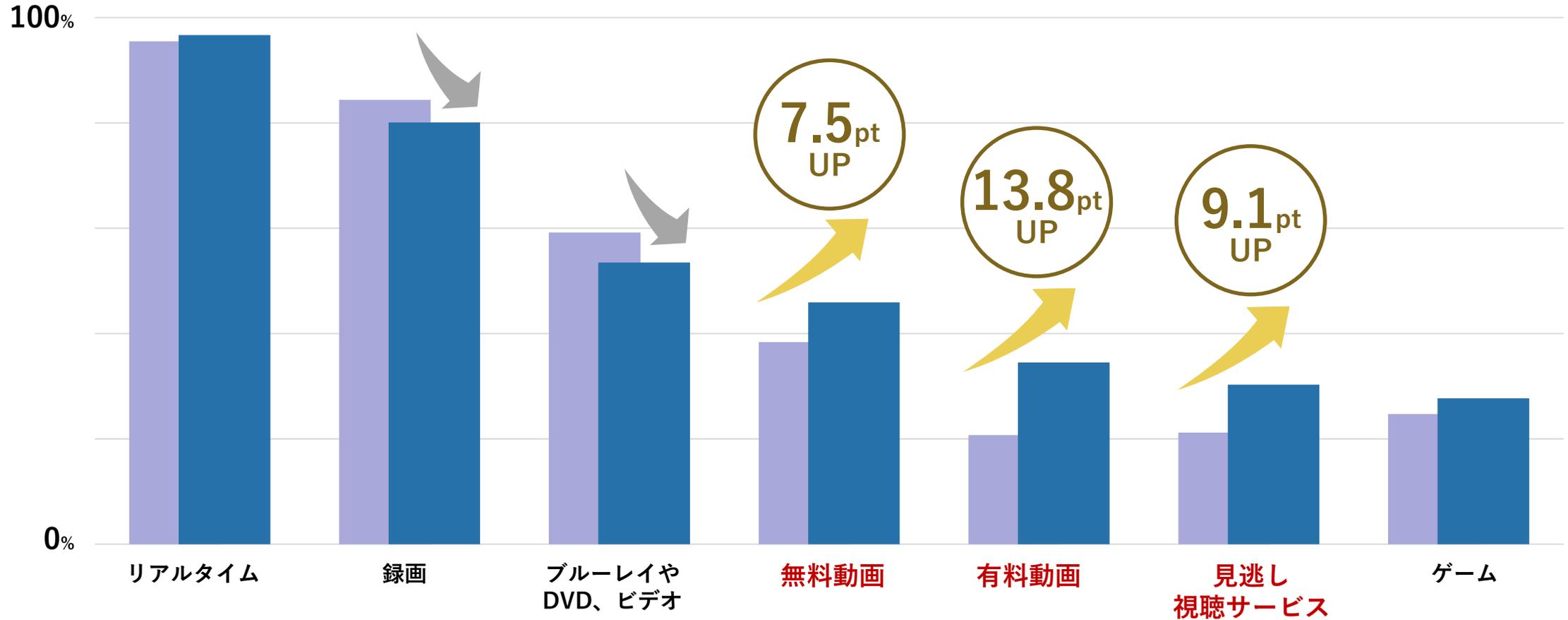
スクリーンは生活者に急速に普及



インターネットに接続されたテレビが加わり、スクリーンは増加

テレビのスクリーン利用内容

2020 2022

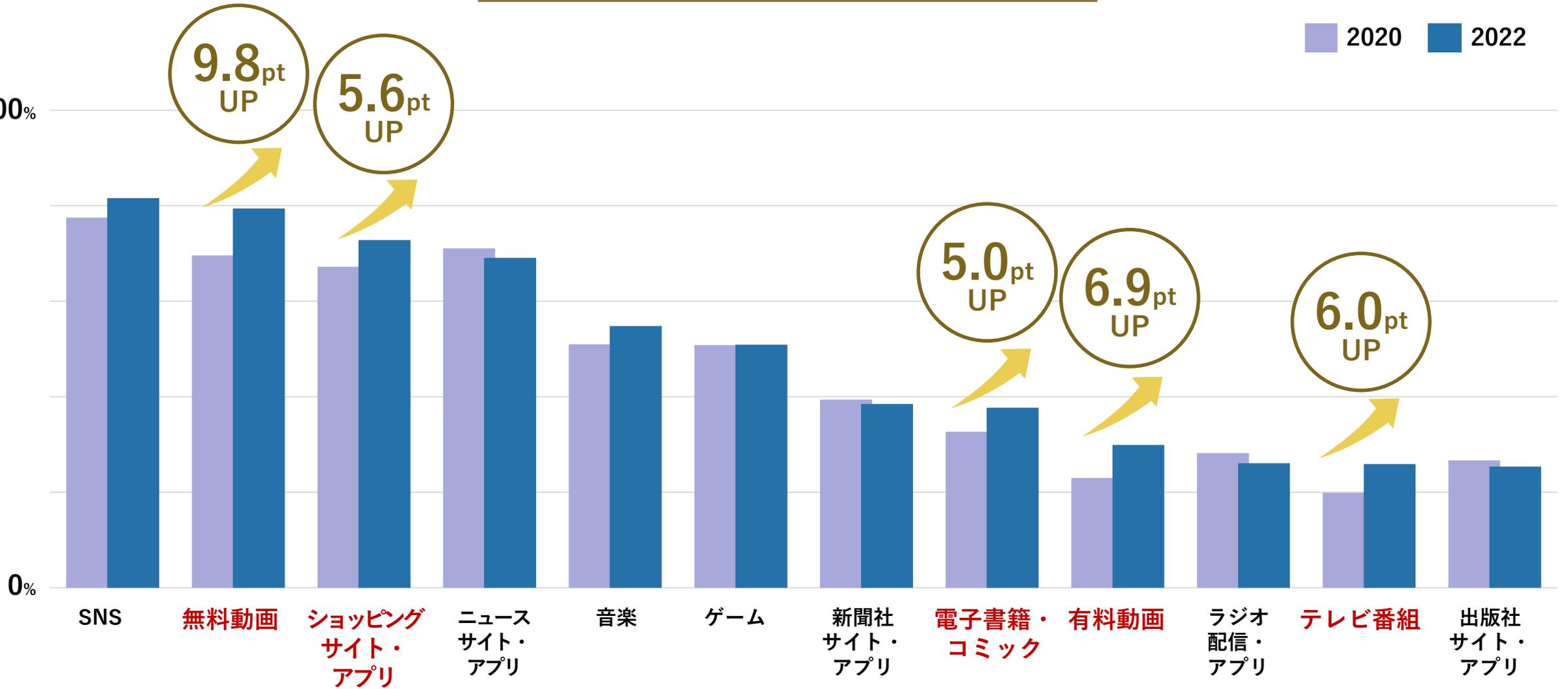


テレビのスクリーンでは配信サービスが増加

スマホのスクリーン利用内容

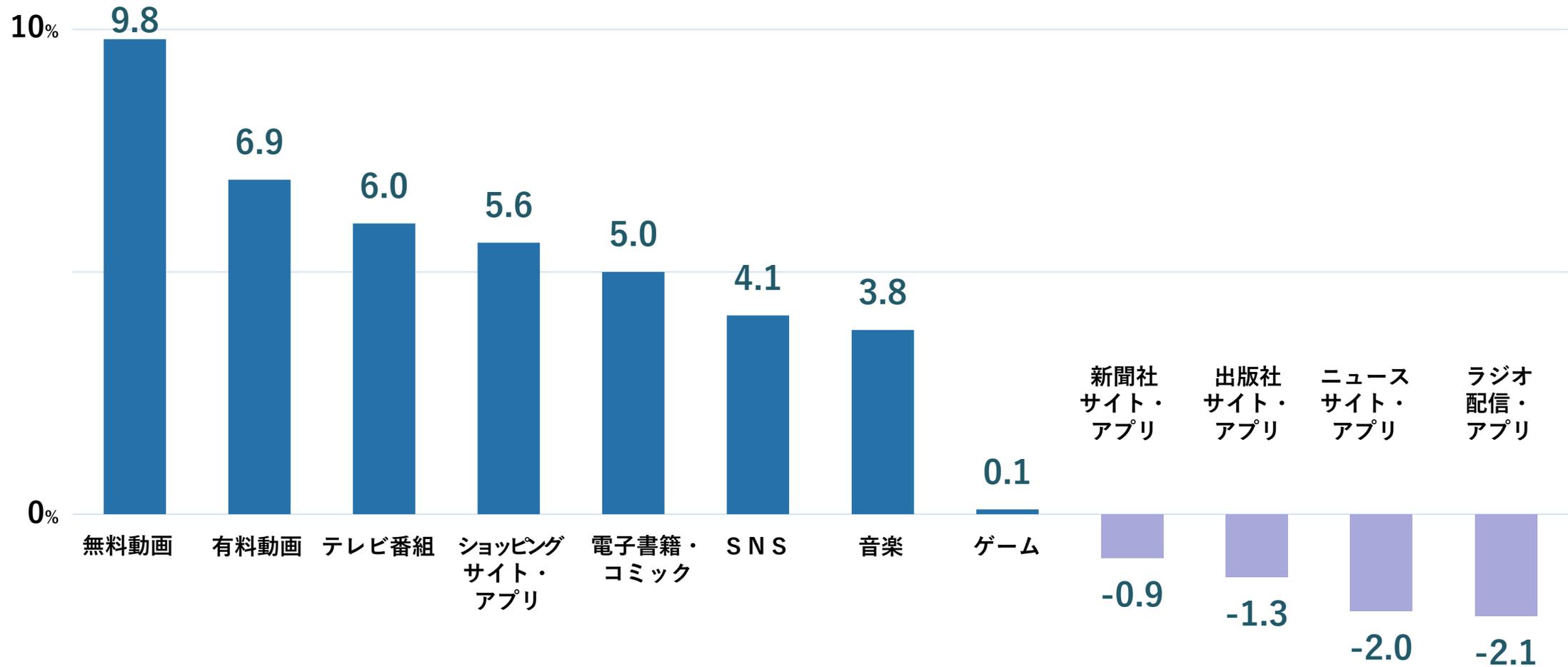
2020 2022

100%



スマホのスクリーンに溢れる多様な行動

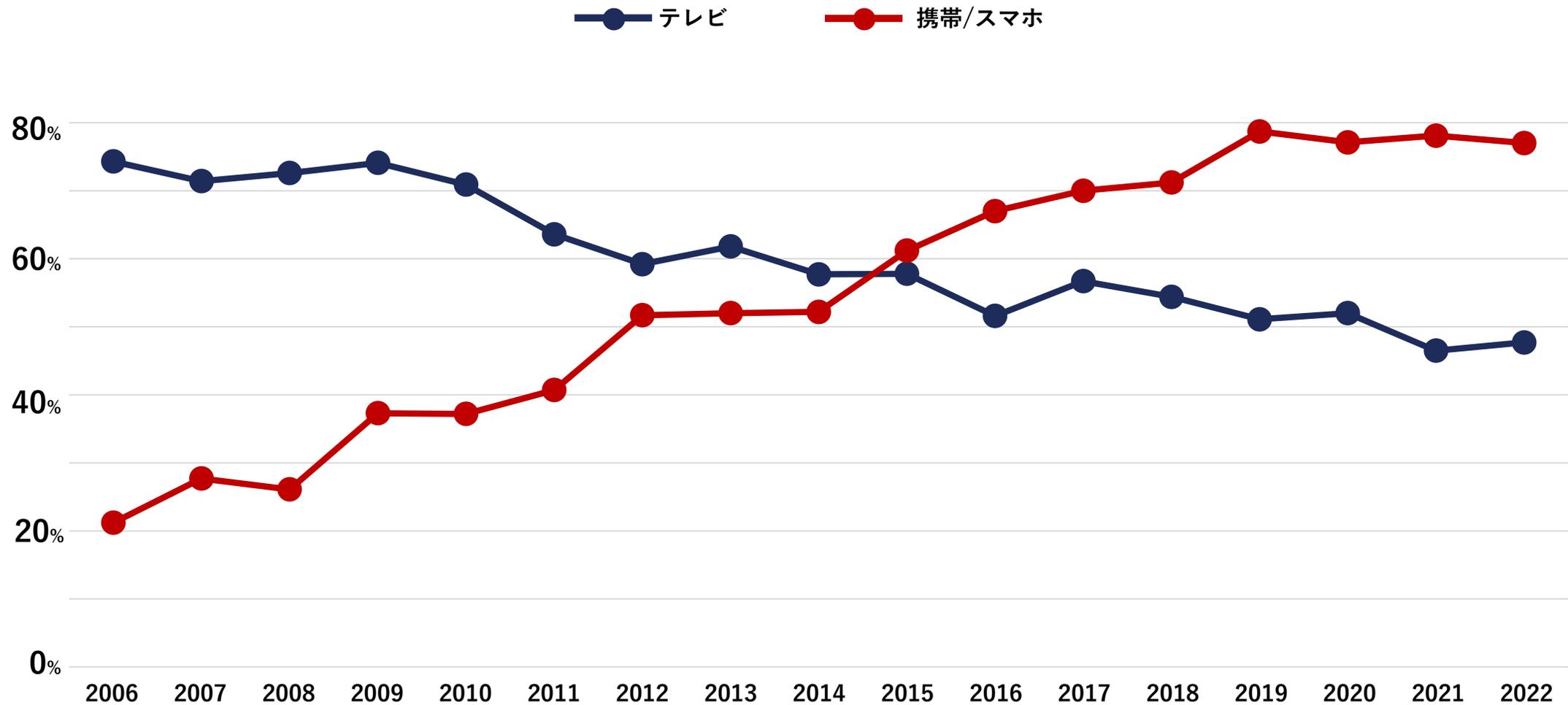
スマホのスクリーン利用内容（増減）



スマホのスクリーンで増加したのは、動画・テレビコンテンツ

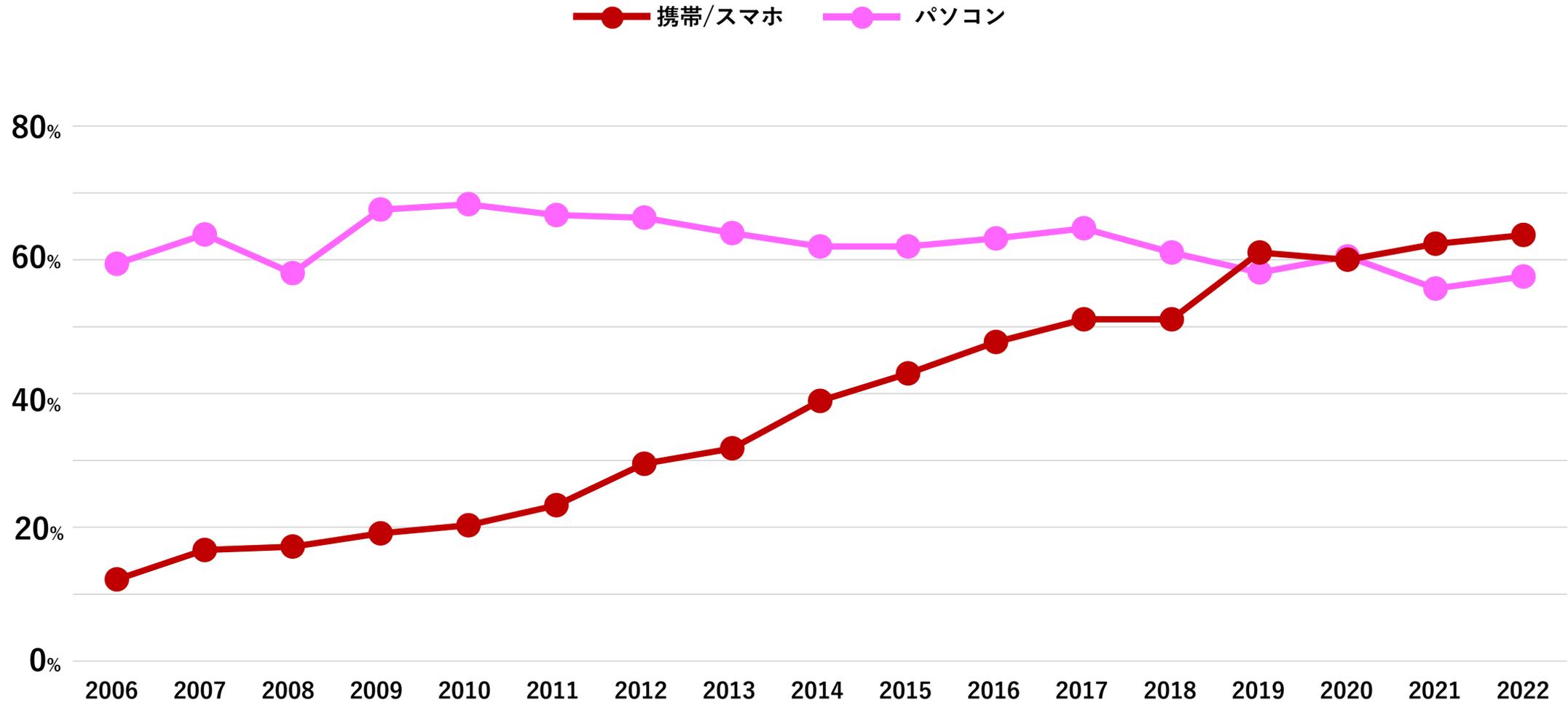
スクリーンが増加し、
メディア環境は多接点に
メディアのハードとソフトは分離

情報が早くて新しい



これまでになかった情報のスピードと鮮度を取得

知りたい情報が詳しくわかる



膨大な情報量がいつも手元に

SNSに関する意識・態度

SNSは
自分の暮らしに必要なだ

2016
30.1%



2022

50.3%

SNSから得た情報がキッカケで
テレビを見ることがある

2016
26.1%



2022

43.7%

SNSだけで
ニュースを取得するのは不安だ

2016
36.0%



2022

51.2%

SNSは、なくてはならない情報源に

生活者の情報行動

インターネットの情報は
うのみにはできない

2016
71.7%



2022

85.1%

気になるニュースは
複数の情報源で確かめる

2016
59.1%



2022

72.1%

情報は伝える速さよりも
内容の確かさだと思う

2017
74.5%

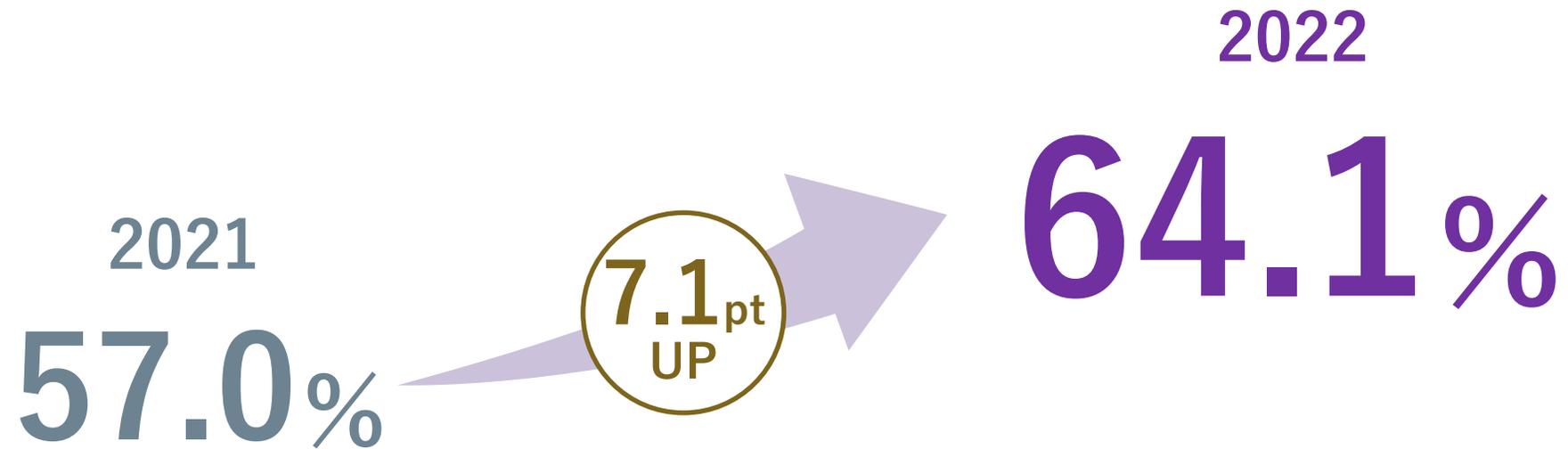


2022

72.7%

生活者の情報戦略、自分なりの“たしからしさ”の高まり

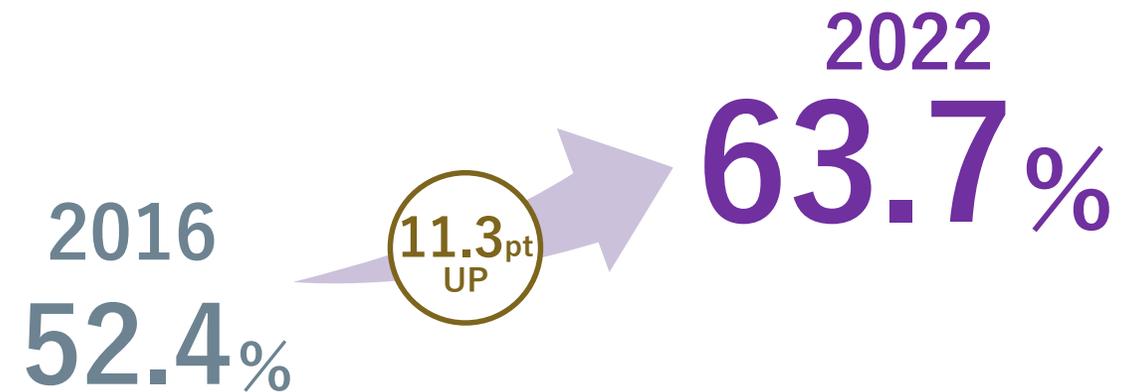
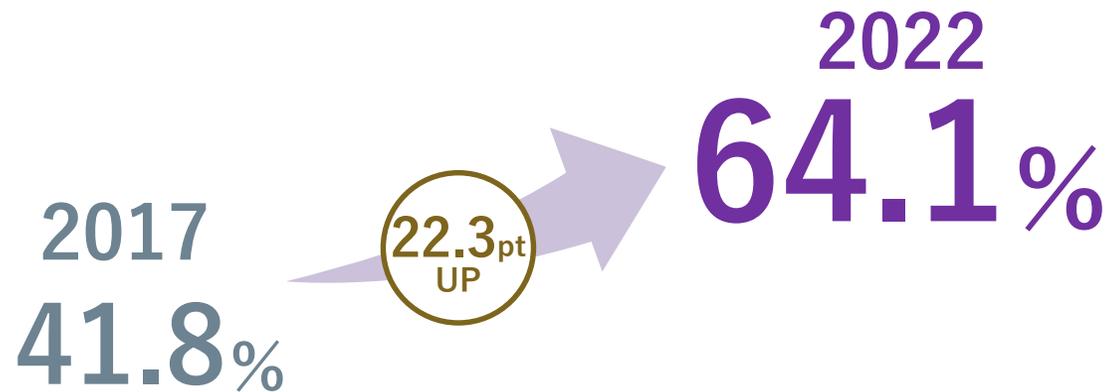
テレビ番組や動画など気に入ったコンテンツは何度でも繰り返し見たい



2022年、最も高まった欲求は「好きなコンテンツは何度も見たい」

テレビ番組や動画など気に入った
コンテンツは何度でも繰り返し見たい

好きな情報やコンテンツは、
好きな時に見たい



「好きなものを好きな時に好きなだけ見たい」欲求は急速に上昇

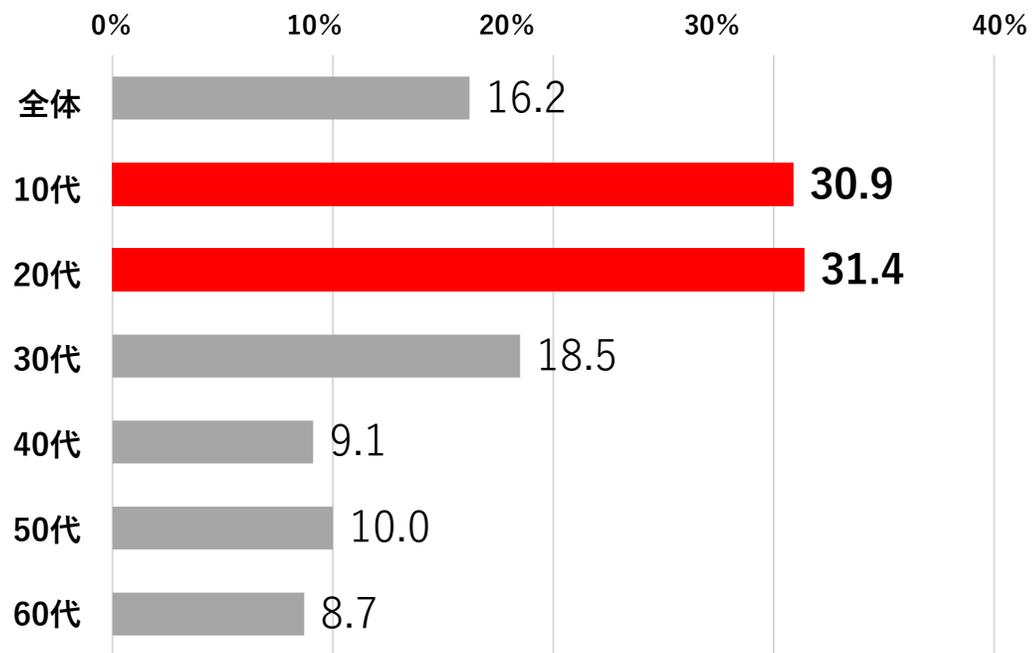
オンライン常態化で

メディア接触は意識的、主体的に

コロナ禍で生まれたメディア行動

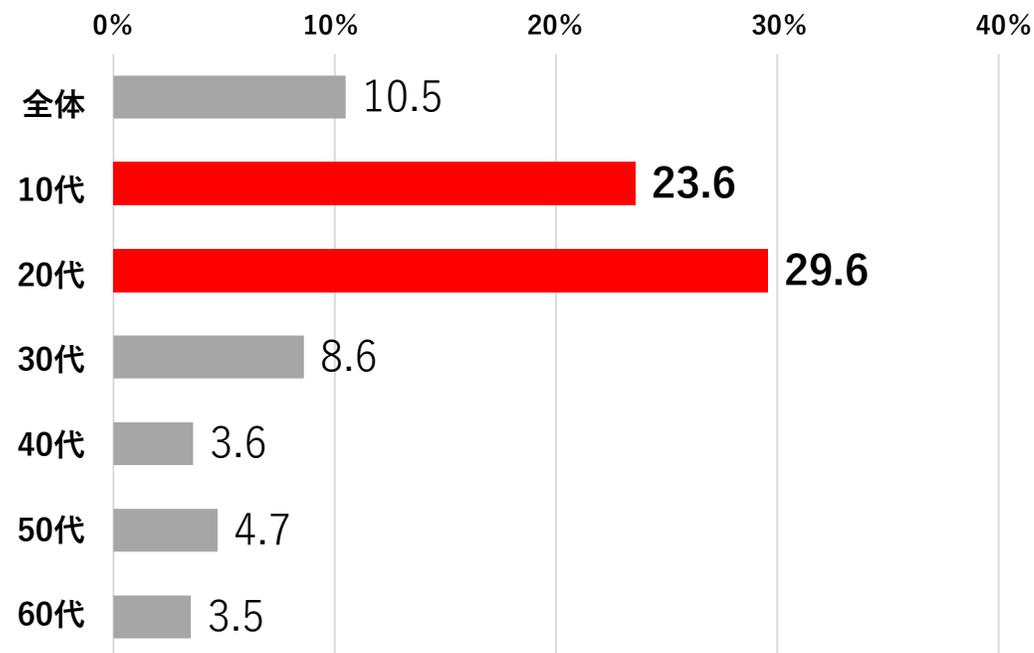
つながりっぱなしオンラインコミュニケーション

音声やビデオ通話を使って、
家族や友人と数時間つながりっぱなしで過ごすことがある



オンラインでのコンテンツ同時視聴

別の場所にいる家族や友人とコンテンツを
オンラインで同時に楽しむことがある

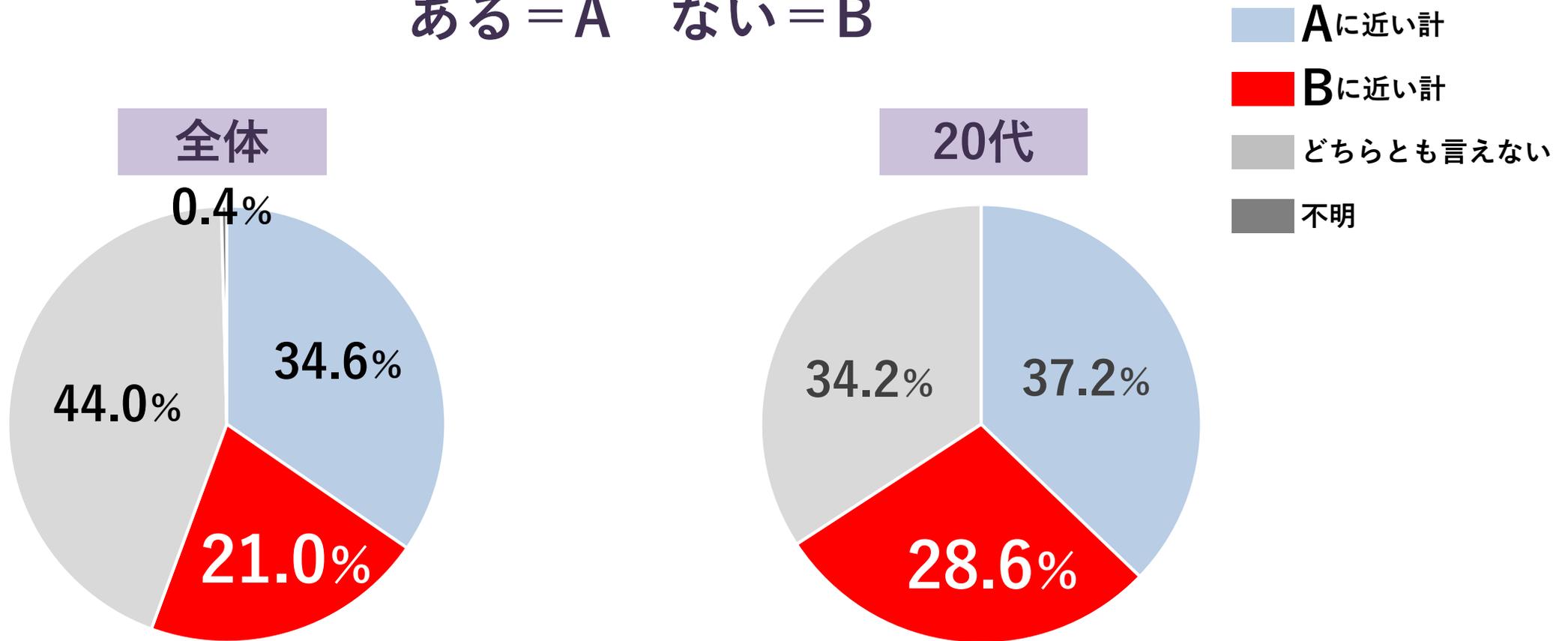


新たなメディア行動は若年層に顕著

オンライン生活とオフライン生活の境目

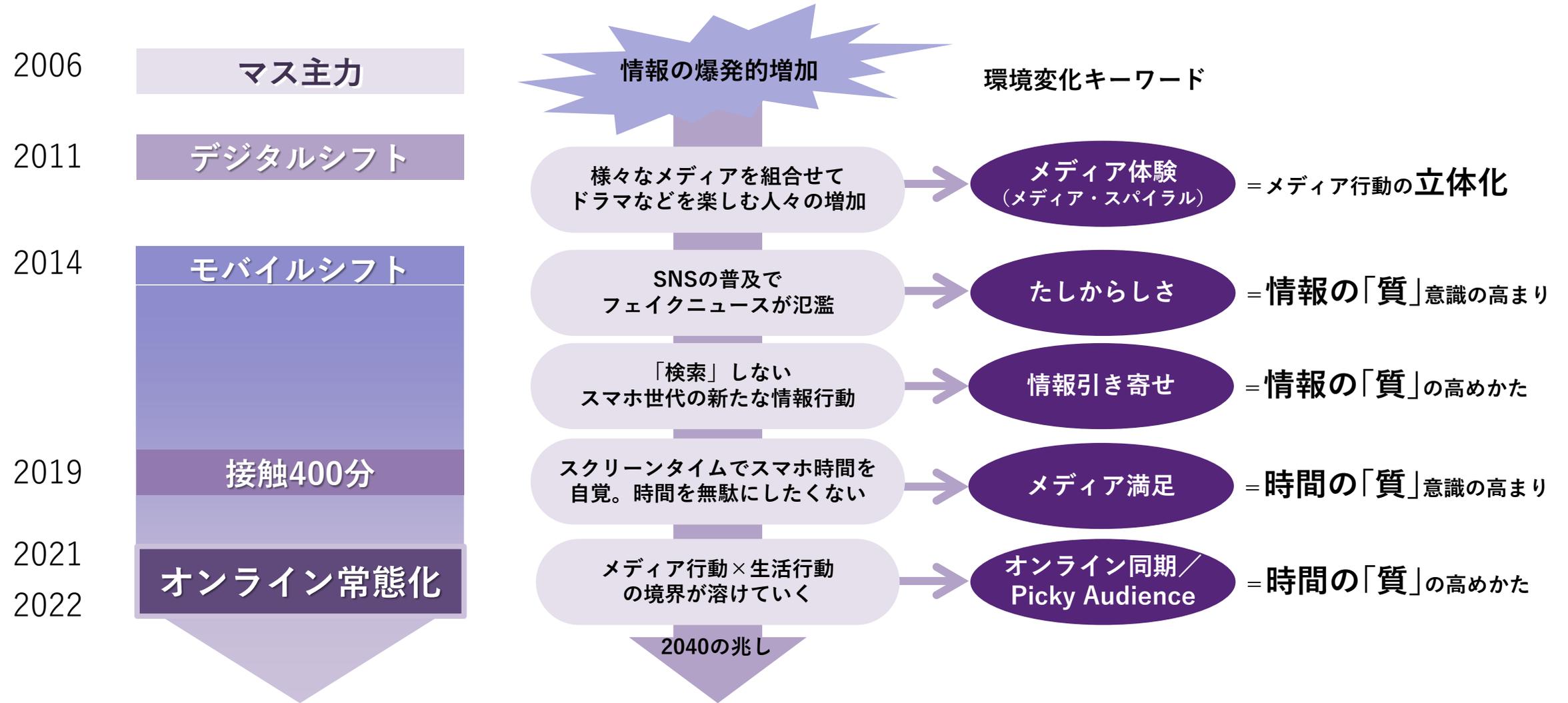
オンラインの生活とオフラインの生活の境目が、

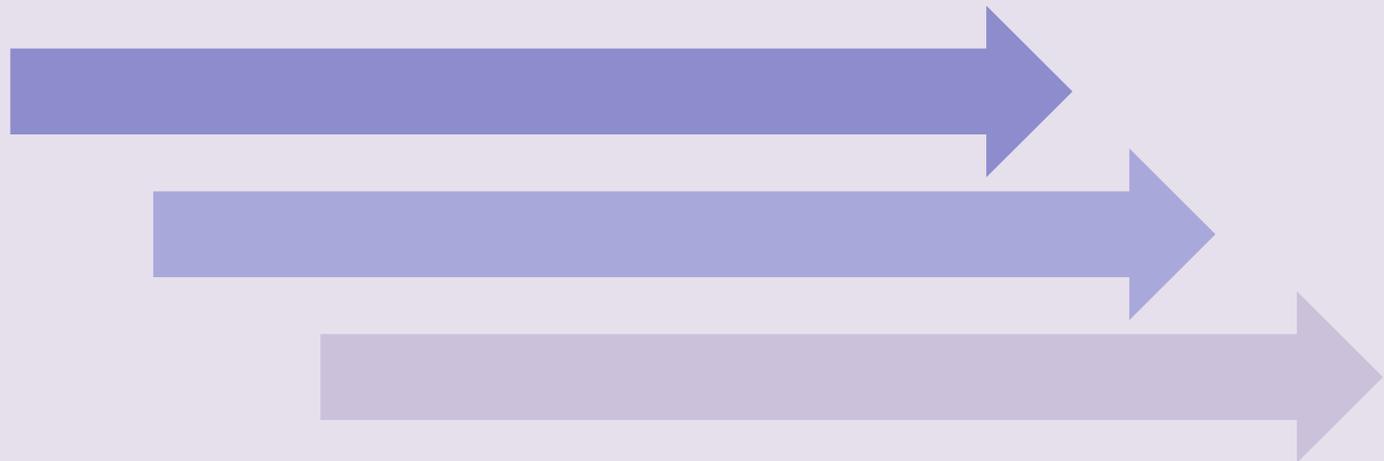
ある = A ない = B



20代の約3割が「オンラインとオフラインの境目がない」

マス主力からオンライン常態化まで メディア環境研究所がとらえてきた環境変化





オンラインとオフライン
メディア行動と生活行動
境界は溶けていく

つながりっぱなし オンラインコミュニケーション

オンラインでのコンテンツ同時視聴

コロナ禍で生まれたメディア行動は？

若年層のメディア意識とは？

インタビューの様子は
当日限定公開となります。

これまで起きた変化

メディア環境はオンライン常態化

ネット接続された多接点が前提に

膨大な情報・コンテンツを好きなように
いつでも、どこでも、何度でも見る・聴く・読む

TV/ラジオ/新聞/雑誌コンテンツも
オンライン接触が当たり前

変化はさらに加速

オンライン・オフラインの境が溶ける

オンラインで長時間一緒に居る、過ごすことも自然

両方の世界があたりまえの選択肢

メディアの中の私 = アイデンティティ

これから何が起こるのか

博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所フォーラム 2022夏

MORE MEDIA 2040

～メディアは、体験し、過ごす空間へ～



AGENDA

- 01 なぜ、いま「2040年のメディア環境」なのか
- 02 2040年のメディア環境をどう考えたか
- 03 注目すべき未来予兆
- 04 2040年のメディア環境
- 05 2040年のメディア生活とチャンス

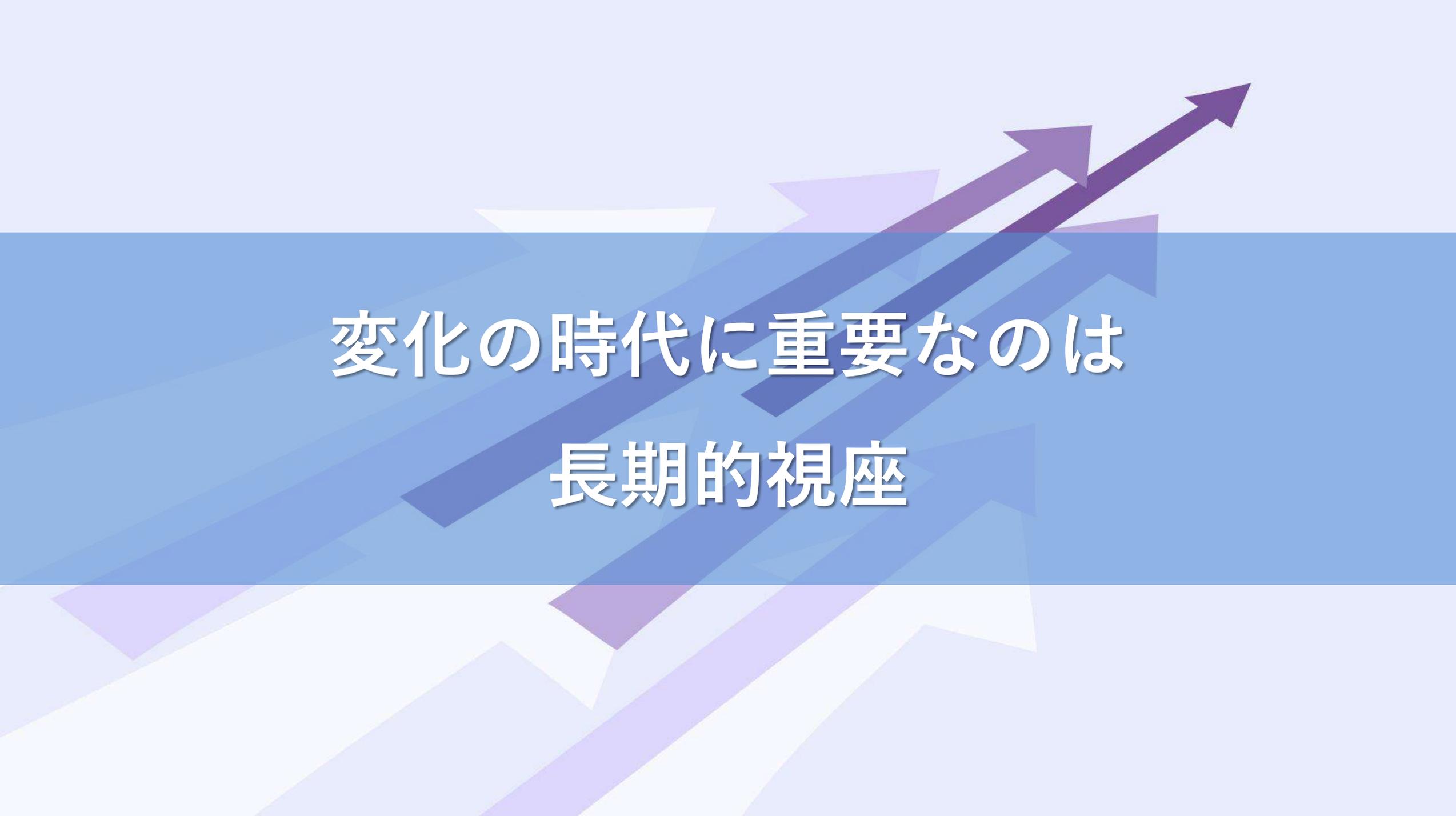
まとめ



なぜ、いま「2040年のメディア環境」なのか？



目先の変化は激しく、次々と出来事は起こる



変化の時代に重要なのは
長期的視座



2040年のメディア環境を考える

2040年のメディア環境をどう考えたか

研究を進めたメンバー

Institute
of Media
Environment

メディア
環境
研究所

メディア研究者

慶應義塾大学大学院
メディアデザイン研究科特任教授
菊池尚人氏



メディア制作実務者

有限会社ノオト
代表取締役、編集者、ライター
宮脇淳氏



技術トレンドリサーチャー

P.P.Communications Inc.
代表取締役
室屋秀樹氏



Z世代ビジョナリスト

SEEDER株式会社 / 執行役員
佐々木健真氏

先行研究から見えた実現すること



五感が送れる

(2030～2033)



遠隔でも会える

(2030～2033)



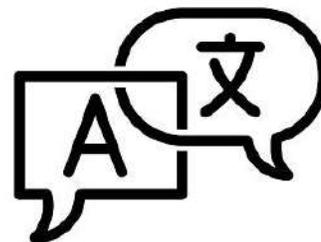
遠隔分身操作

(2030～2033)



**遠隔でもリアルに
遊べる**

(2028～2030)



リアルタイム翻訳

(2027～2029)

令和2年版 科学技術白書 (20年6月)

421の問いを導出

AIの進化（将棋AI、作曲AI…）

常時ヘルスケア社会

ロボと身体の共生

人口問題

バーチャルリアリティ

メタバースやアバター

都市と地方

サステナビリティ

国際化、グローバル化、国境レス化

ベーシックインカムや働き方

買物の在り方

所有とシェア

レコメンドとセレンディピティ

余暇時間

長寿・健康化

睡眠時間のコントロール

時間の「使い方」の意識

交際・交遊

家族・結婚

学びや学習

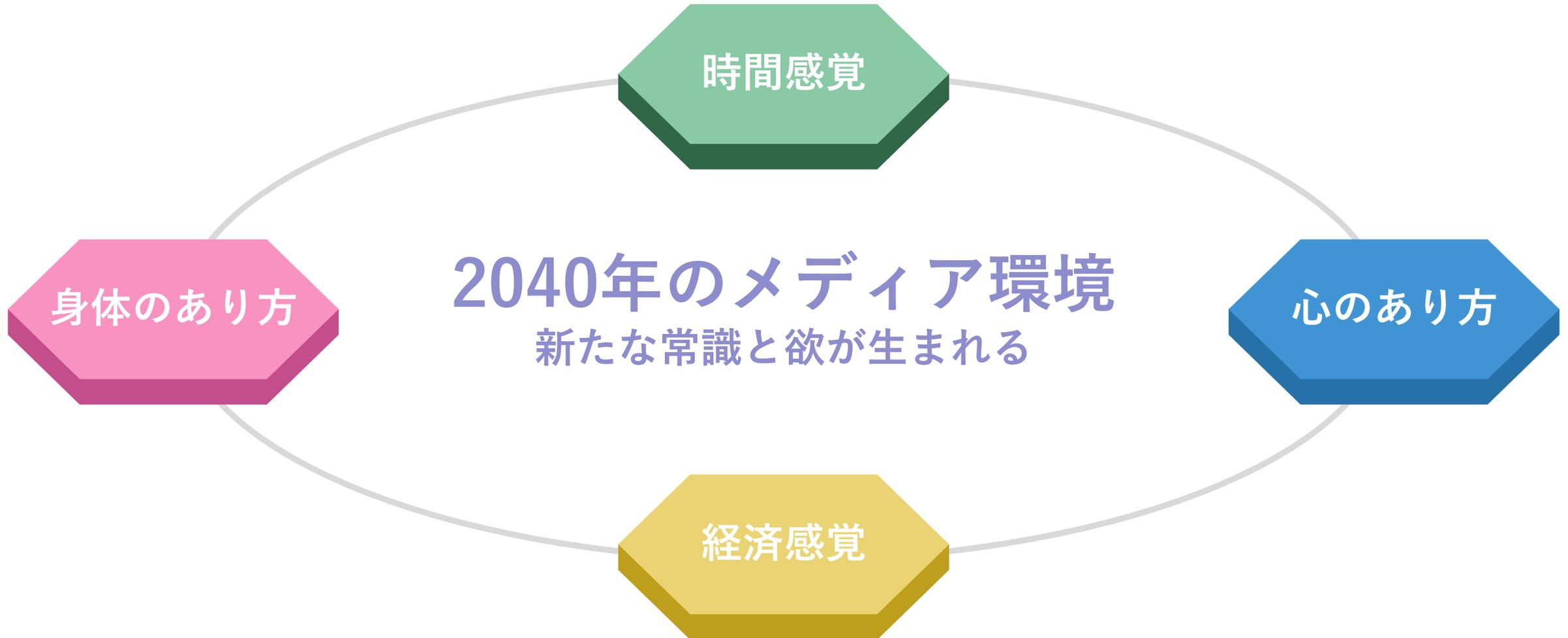
コミュニティの在り方

エンターテインメントコンテンツ

リアルイベントの価値

個人情報保護

メディア環境を「未来の生活者変化」から考える



この領域を把握するため未来に関わる幅広いテーマを把握



30名以上の有識者・事業家とのセッションを実施



メタバース
加藤直人氏
クラスター株式会社
代表取締役CEO



メディア論
柳瀬博一氏
東京工業大学教授



**エンター
テインメント**
野本晶氏
Merlin Japan
株式会社 GM



**哲学/
現代思想**
國分功一郎氏
東京大学大学院教授



スマホ後の世界
Justin Hendrix氏
Tech Policy Press
CEO兼編集者



**ブロックチェーン
/ Web3**

SUJI氏
MASK NETWORK
CEO



石川裕也氏
Gaudiy 創業者
兼 代表取締役



森川夢佑斗氏
株式会社Ginco
代表取締役



公共哲学
萱野稔人氏
津田塾大学教授



映画監督
細田守氏



AIと労働
井上智洋氏
駒澤大学准教授



**ウェルビー
イング**
石川善樹氏
予防医学研究者



**建築/都市/
スマートシティ**
豊田啓介氏
建築家・東京大学生産
技術研究所特任教授



哲学
出口康夫氏
京都大学教授



SF作家
樋口恭介氏



人工生命
池上高志氏
東京大学大学院教授



**身体情報学/
人間拡張工学**
稲見昌彦氏
東京大学総長特任補佐・
先端科学技術研究
センター教授



身体性
安田登氏
下掛宝生流能楽師



教育
中村伊知哉氏
iU学長



石戸奈々子氏
CANVAS代表



社会学
西田亮介氏
東京工業大学准教授



街おこし
山崎亮氏
コミュニティ
デザイナー



生命倫理
松原洋子氏
立命館大副学長



**シェアリング
エコノミー**
石山アンジュ氏
シェアリング
エコノミー協会
代表理事



若手起業家
加藤路瑛氏
クリスタルロード
代表取締役社長



NFT
paji.eth/
安宅基氏
Tokyo Otaku Mode
取締役副社長



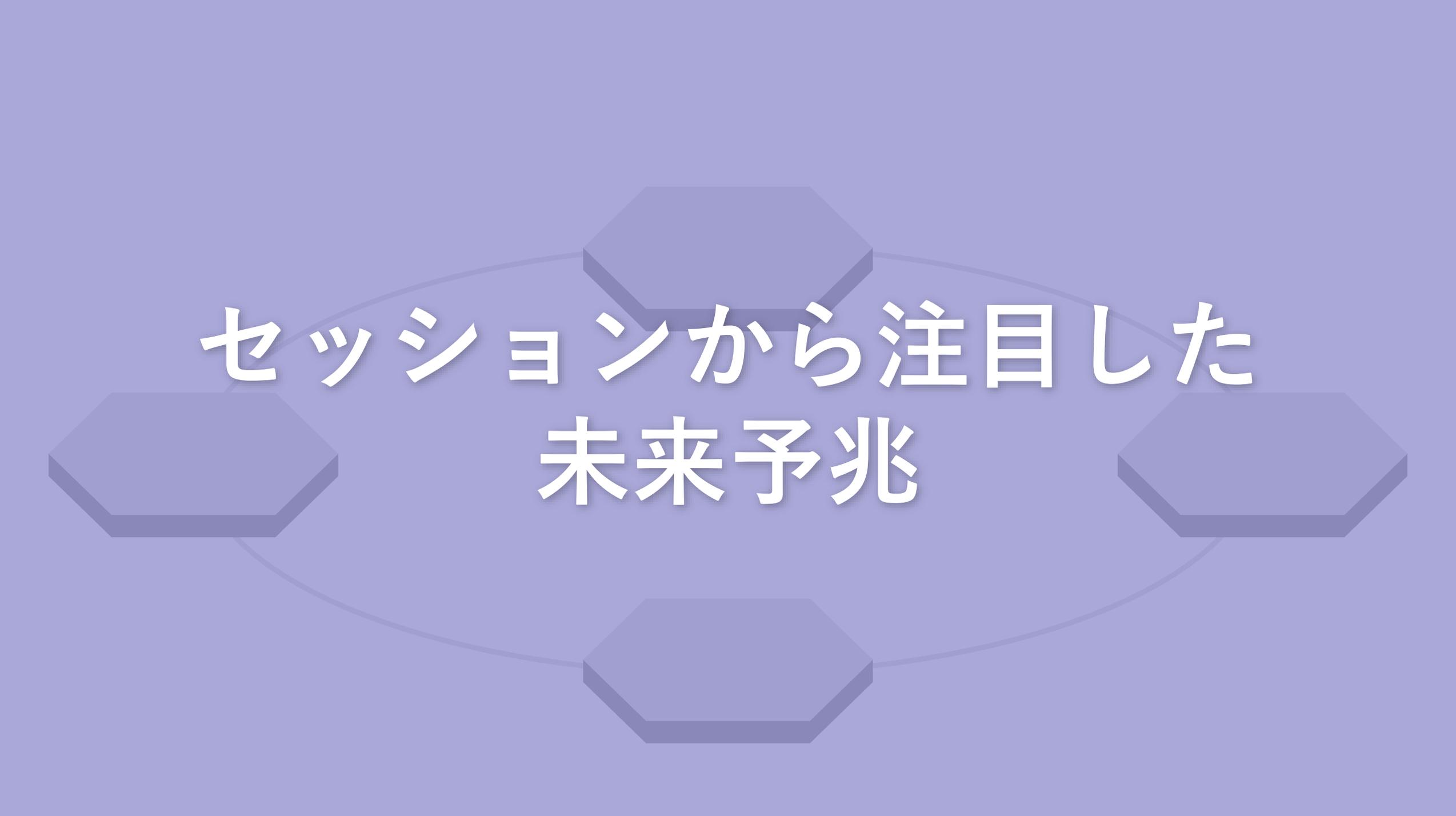
働き方
大沢真知子氏
日本女子大学名誉教授



**UI/インタラク
ションデザイン**
中垣拳氏
シカゴ大学AxLab



分散型ID
安田
クリスティーナ氏
InternetBar.org 理事



セッションから注目した
未来予兆

注目すべき未来予兆





クリエイティビティ領域でも、
AIは人間をはるかに超える

東京大学大学院教授（人工生命）池上高志氏



音楽サイトの人気の キュレーターの一人はすでにAIに

Merlin Japan株式会社 GM (エンターテインメント)
野本晶氏



テクノロジーの根本はエンパワーメント AIとともに創作する社会になる

Gaudiy 創業者兼代表取締役 (ブロックチェーン/ Web3)
石川 裕也氏

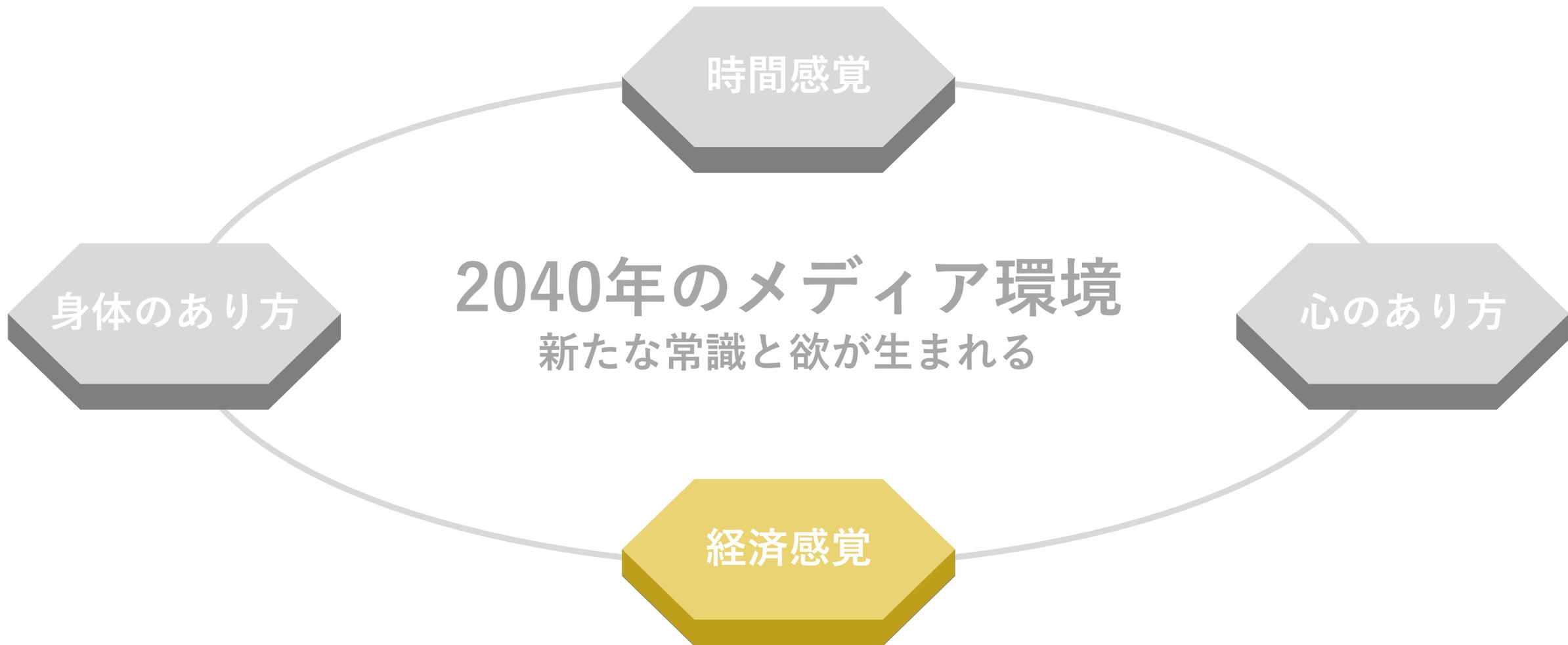


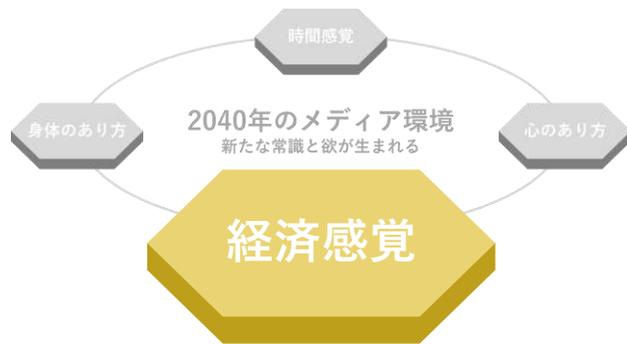
今すでに我々自身が 人機一体の始まりである

東京大学総長特任補佐・先端科学技術研究センター教授
(身体情報学/人間拡張工学) 稲見昌彦氏



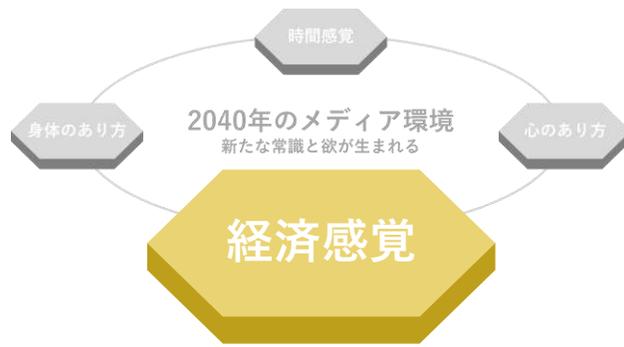
AIは人間の能力を超えるが
共存していく





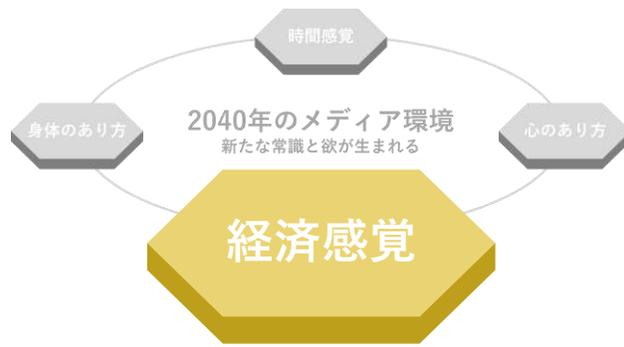
人間は消費してくれるだけでありがたい
存在、お金をあげても良い存在に

Tokyo Otaku Mode 取締役副社長 (NFT)
paji.eth/安宅基氏



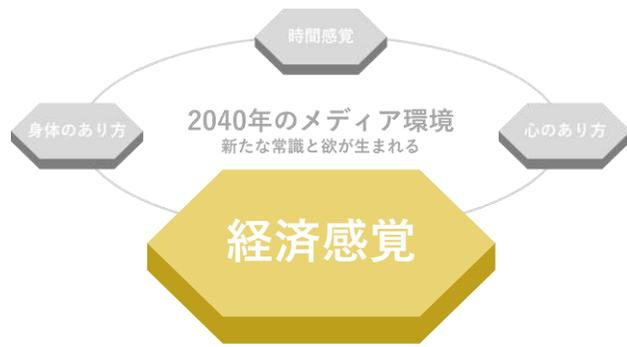
人間はデータを生むので、
生きているだけで金を
貰えるようにしないとイケない

SF作家 樋口恭介氏



「欲望する」は AIに実装することはできない

東京大学大学院教授（哲学/現代思想） 國分功一郎氏



欲望を持ちデータを生み出す人間に
AIは新たな報酬をもたらす

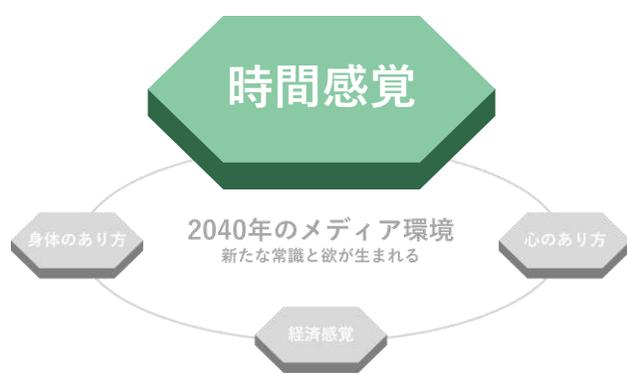
時間感覚

身体のあるり方

2040年のメディア環境
新たな常識と欲が生まれる

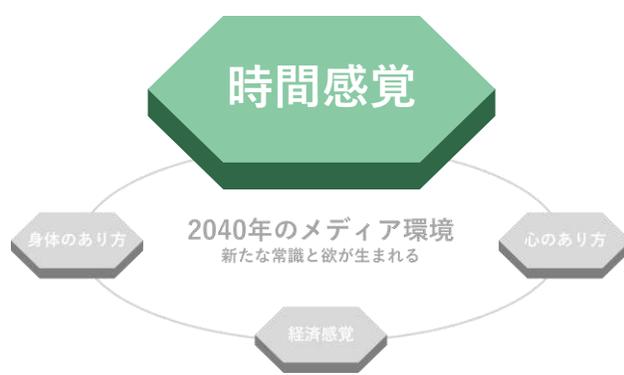
心のあり方

経済感覚



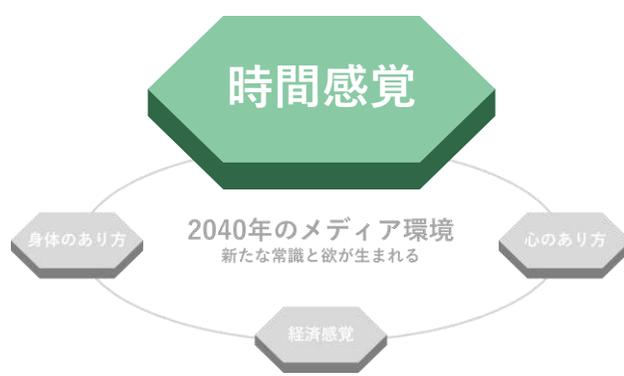
「超ヒマ社会」がやってくる

iU学長（教育・インキュベーション）中村伊知哉氏



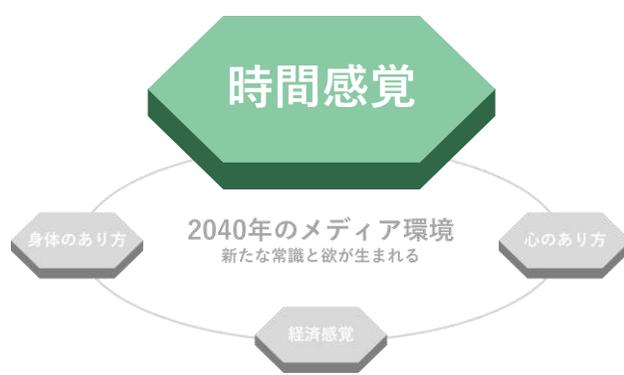
「働くのが当たり前」という概念が覆る
最後残るのは暇つぶし、楽しいことの追求

Tokyo Otaku Mode 取締役副社長 (NFT)
paji.eth / 安宅基氏



余暇は勉強する（内なる成長につながる）
時間と付随する「友達作り」にむけられる

駒澤大学准教授（AIと労働） 井上智洋氏



余暇時間は増え
「好きなこと、自己成長」に使われる





2040年、空間はメディアになり そこで自由に生活している

クラスター株式会社 代表取締役CEO（メタバース）
加藤 直人氏

※2021年12月21日インタビュー



リアルの中で可愛い、かっこいいことよりも、
デジタル空間上で可愛い、かっこいい
ことの価値が増える

Gaudiy 創業者兼代表取締役 (ブロックチェーン/Web3)
石川 裕也氏



メディアは「自由に生きる空間」になり
その中の存在・モノの価値が高まる



好きなことを追う 「井の中の蛙」 として幸せになる

Gaudiy 創業者兼代表取締役 (ブロックチェーン/ Web3)
石川 裕也氏



自分の中に何人も人格がいることが
デフォルトになる

Tokyo Otaku Mode 取締役副社長 (NFT)
paji.eth/安宅基氏



好きなことで認められる場を多様に持ち、
人格を切り替えて生きる



不快な人間関係を淘汰させていくという
圧力は今後の20年間の前提とすべきトレンド

津田塾大学教授（公共哲学） 萱野稔人氏



定住でなくてもいいという選択肢ができる
流動的な住み方を選ぶ人が増えれば、
地方の活性化にも繋がる

建築家・東京大学生産技術研究所特任教授
(建築/都市/スマートシティ) 豊田啓介氏



フィジカルでもデジタルメディア空間でも
自由に居場所を選ぶ



本当に仲のいい人とだけ付き合うようになり
国境どころかカルチャーごとに壁ができる

クラスター株式会社 代表取締役CEO（メタバース）

加藤 直人氏

※2021年12月21日インタビュー



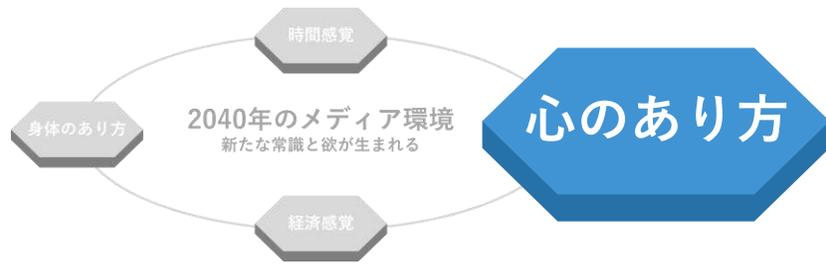
小さく分かれているオンラインの村の
人たちを「市民」としていかにつなげるか

デザインリサーチャー（インタラクションデザイン）
木原 共氏



**異なる集団同士が相互に価値を交換しながら、
全体も良くなる世界を目指すべき**

東京大学総長特任補佐・先端科学技術研究センター教授
(身体情報学/人間拡張工学) 稲見昌彦氏



人は居心地の良い場へと分散
価値観をどうつなげるのか？

AIは人間の能力を
超えるが共存していく

余暇時間は増え
「好きなこと、自己成長」に
使われる

時間感覚

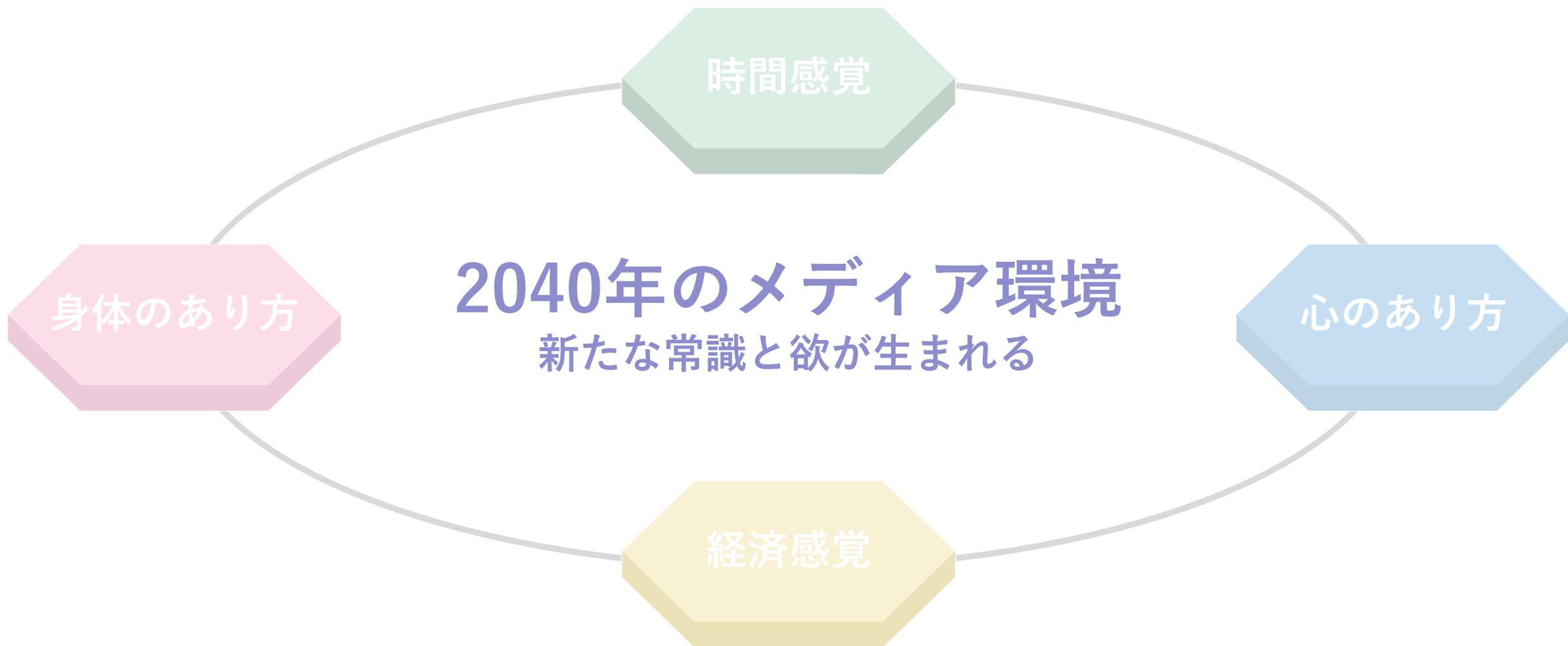
身体のあるり方

心のあるり方

経済感覚

欲望を持ちデータを
生み出す人間に
AIは新たな報酬をもたらす

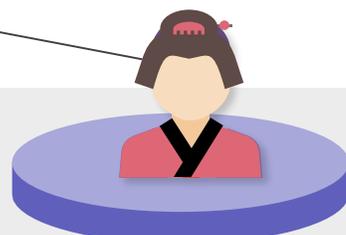
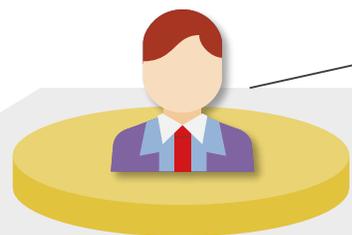
- メディアは「生きる空間」になりその中の存在・モノの価値が高まる
- 好きなことで認められる場を多様に持ち、人格を切り替えて生きる
- フィジカルでもデジタルメディア空間でも自由に居場所を選ぶ
- 人は居心地の良い場へと分散。価値観をどうつなげるのか？



2040年のメディア環境

04

多己化



多層化



多場化



2040年のメディア環境

多層化

多場化

多己化

生活者は「複数の世界」にある「多様な場所」を

自由に行き来し「自己を切り替え」、

AIを相棒として自己実現を行っていく。

多層化

フィジカル、AR、VR空間…

多様な空間を
リアルとして生きる

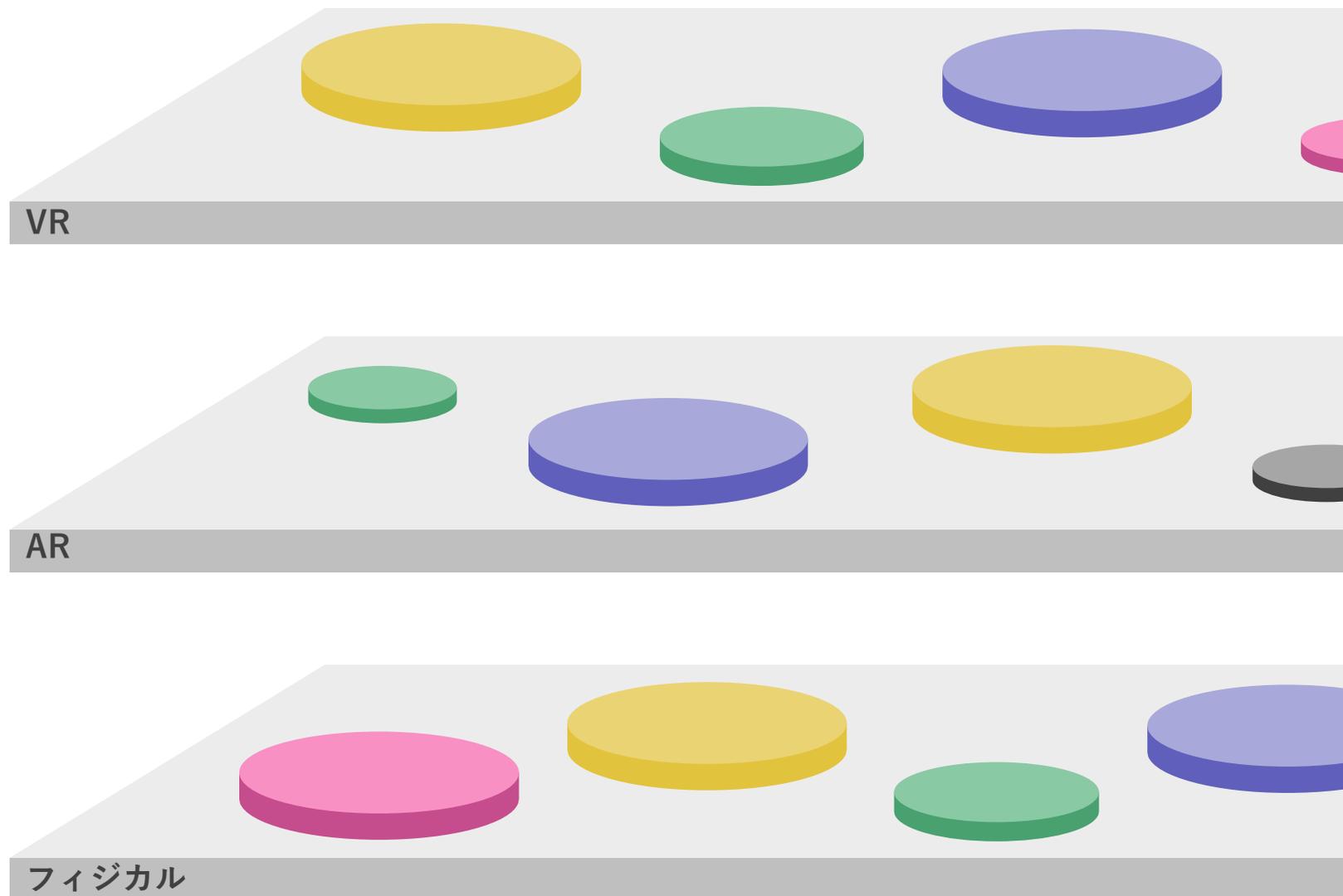
VR

AR

フィジカル

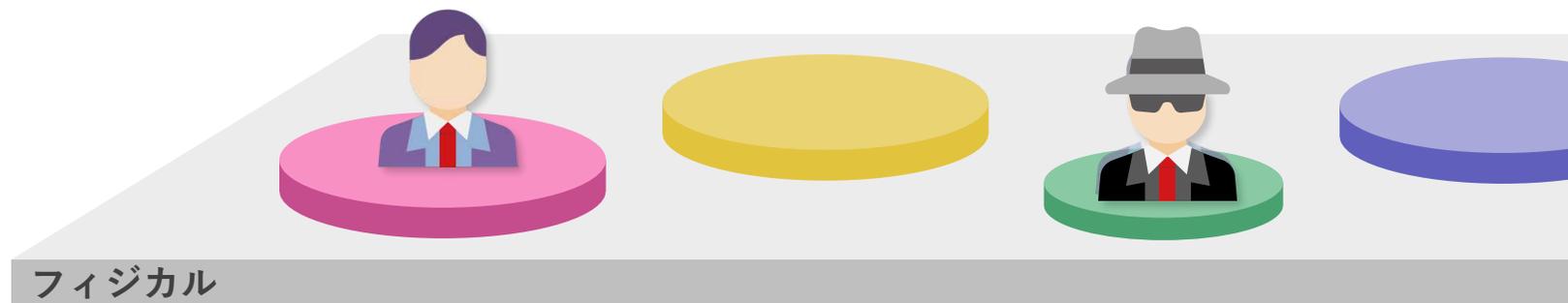
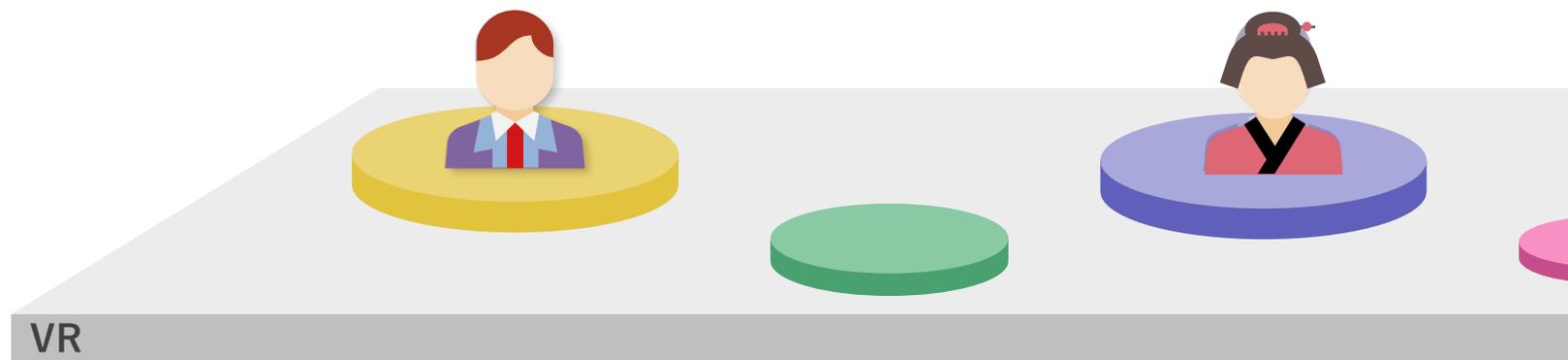
多場化

自分の好きな
「居場所」を複数持ち生きる



多己化

場に応じて
自己を切り替え、
多様なAIと共に生きる



2040年のメディア環境

多層化

多場化

多己化

生活者は「複数の世界」にある「多様な場所」を

自由に行き来し「自己を切り替え」、

AIを相棒として自己実現を行っていく。

MORE MEDIA 2040

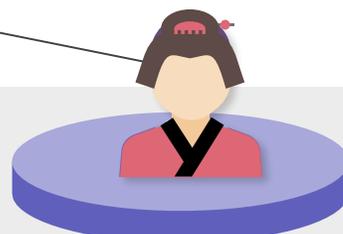
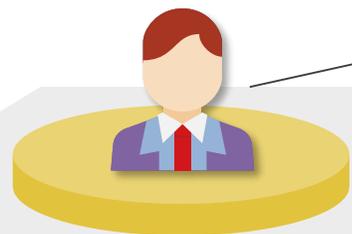
メディア環境は多層化・多場化・多己化

メディアは体験し、過ごす空間になる

05

2040年のメディア生活とチャンス

多己化



多層化



多場化



2040

価値観が
増える

時間が
増える

多場化

多層化

多己化

自由が
増える

身体が
増える

作り手が
増える

ヒロシ君（40歳男性）の 2040年生活



2040

価値観が
増える



時間が
増える



多場化

多層化

多人格化

自由が
増える



身体が
増える



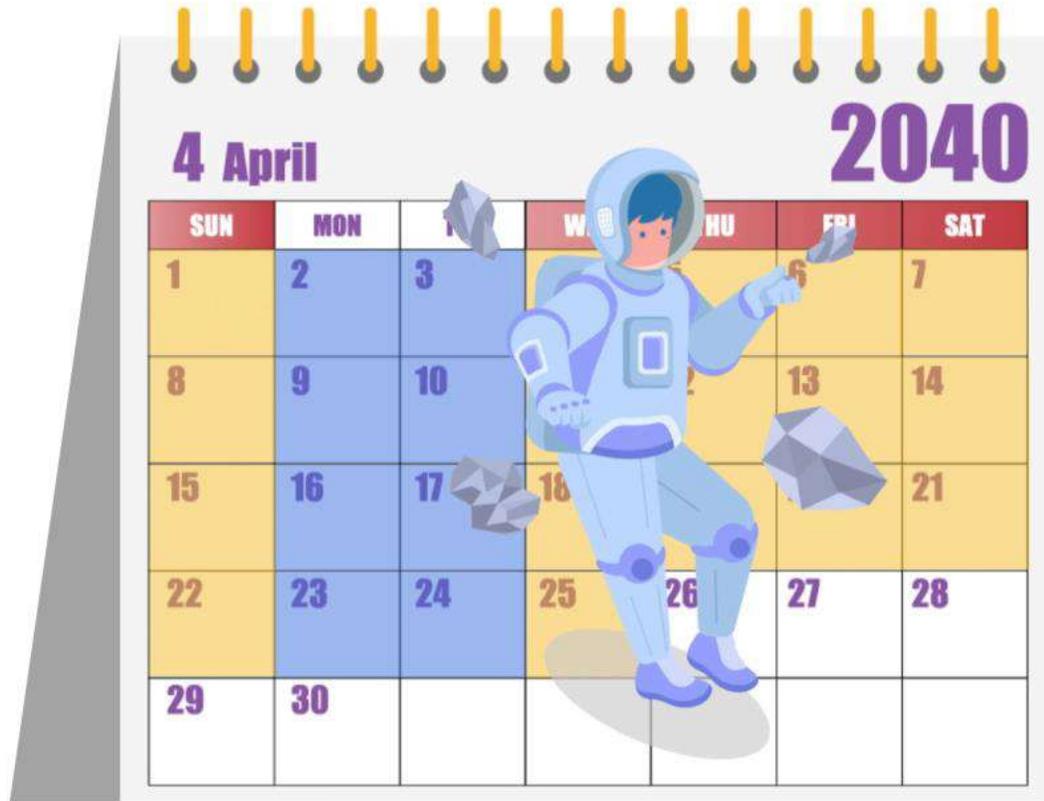
作り手が
増える



時間が増える

...

増えた「余暇」を充実させたい



時間が
増える

学び、友達ができる
コンテンツビジネス

時間が
増える

生涯入学大学数**7.2校**へ
～母校が7つも普通のことに

ビジネス



身体が増える



フィジカルは人機一体で強い身体



身体が
増える

人機一体 エンターテインメント

身体が
増える

人機一体

ひとりイレブンサッカーリーグ発足！
～自分は機械強化、チームメイトはAI分身ロボ

身体が増える

...

メタバースでは好きな身体になれる



身体が
増える

仮想人格マーケット

身体が
増える

あの人気アニメの主人公人格
10億円で落札か?!

ターゲット



作り手が増える



AI相棒たちが苦手をサポート、
一緒に作り発信できる



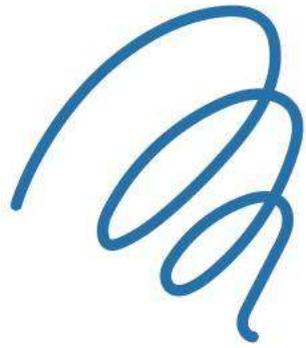
作り手が
増える

メディアと作り手共創市場

作り手が
増える

未完のコンテンツ 大人気！
5話だけ公開、あとはファン創作

世創市場



自由が増える



でも自由すぎて次に
何をしたらいいのかわからない…





自由が増える

...

やりたいことを見つけるための
仮想人生ゲームが大人気



自由が
増える

人生体験→スキル獲得

直結コンテンツ

自由が
増える

次回の「トレンディ仮想ドラマ」決定！

もし南仏プロヴァンスの
ブドウ農家になったなら

高メンテナンス

価値観が
増える

信頼で人々を「結ぶ」
場を作る

信頼で人々を結ぶ
場づくり

価値観が
増える

2040

学び、仲間を
作る場の提供

時間が
増える

多場化

多層化

多己化

自由が
増える

身体が
増える

人生体験→
スキル獲得直結

作り手が
増える

人機一体エンタメ
人格市場

作り手との
共創市場

まとめと終わりに

2040

メディアは体験し、過ごす空間に

場を生み、人を結ぶ

欲望・願いを誘発する

実現までサポートする

2040年

メディアは
生きる基盤へ

博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所フォーラム 2022夏

MORE MEDIA 2040

～メディアは、体験し、過ごす空間へ～



パネルディスカッション

「メディア環境の未来をどう創るか」

パネリスト



加藤 直人 様

クラスター株式会社
代表取締役CEO



中谷 弥生 様

株式会社TBSテレビ
取締役



菊池 尚人 様

慶應義塾大学大学院
メディアデザイン研究科
特任教授

**「2040年のメディア環境」に向けて、
大きな影響を与えると考える要素や、
注目している要素は？**

2040年に

**より豊かなメディア環境を実現するために、
どのような視点や取り組みが重要？**

それらを実現していくにあたっての
「課題」「成功の鍵」は？

博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所フォーラム 2022夏

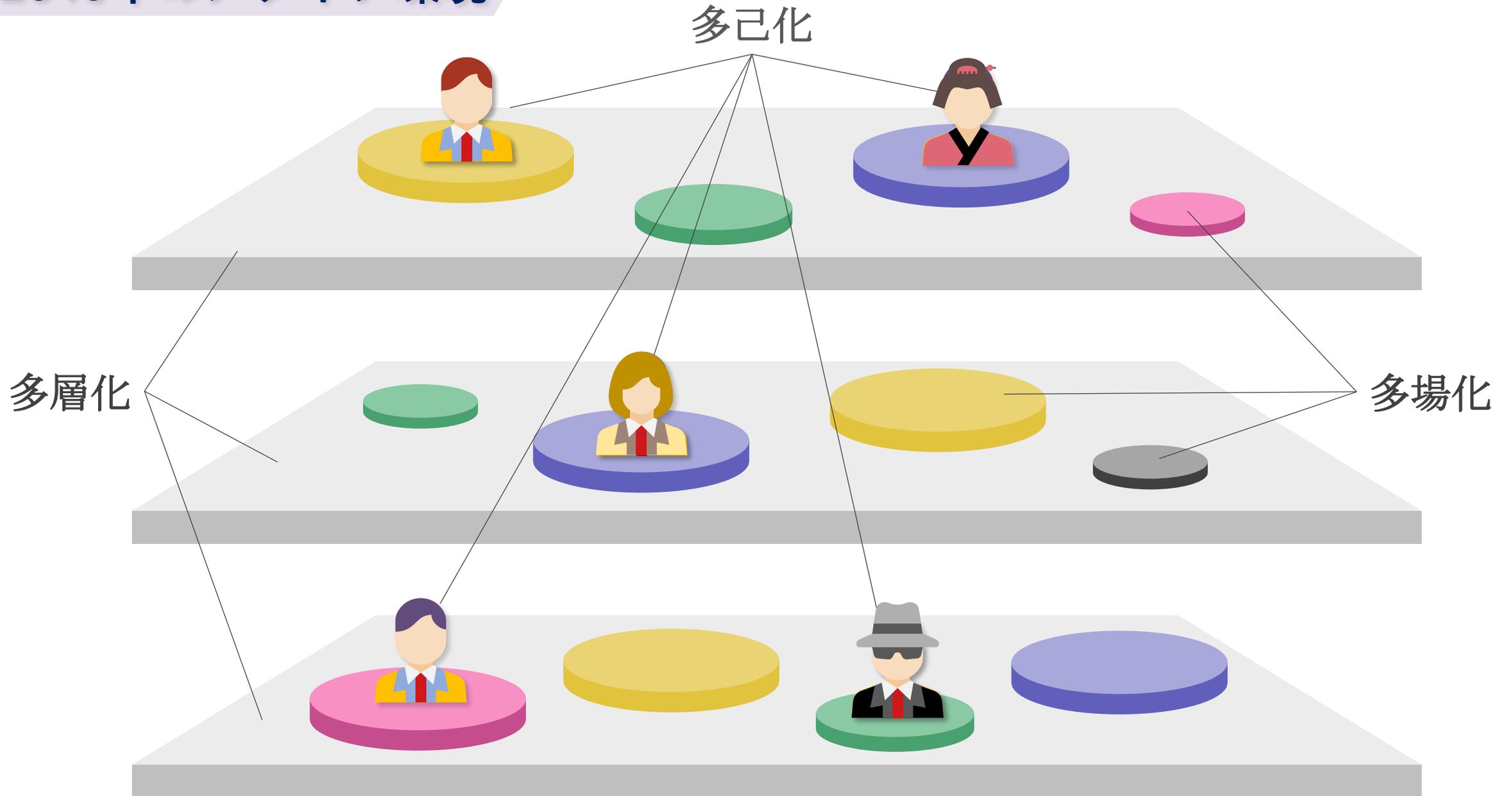
MORE MEDIA 2040

～メディアは、体験し、過ごす空間へ～



本日のまとめ

2040年のメディア環境



信頼で人々を結ぶ
場づくり

価値観が
増える

2040

学び、仲間を
作る場の提供

時間が
増える

多場化

多層化

多己化

自由が
増える

身体が
増える

人生体験→
スキル獲得直結

作り手が
増える

人機一体エンタメ
人格市場

作り手との
共創市場

メディア環境研究所HPで
有識者インタビューの内容を順次公開していきます
<https://mekanken.com/2040project/>
(7/14より公開予定)

■データ利用時のガイドライン

本発表資料のデータ等を引用する際は必ず、レポートから抜粋・加工の上、出典として
博報堂DYメディアパートナーズメディア環境研究所
「MORE MEDIA 2040 ~メディアは、体験し、過ごす空間へ~」
と明記してください。 ご清聴ありがとうございました。

博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所フォーラム 2022夏

MORE MEDIA 2040

～メディアは、体験し、過ごす空間へ～

