

**NOTICE FIELD**

**SUPER VISION**

A close-up photograph of a woman's hands holding a camera. A bright light source creates a lens flare effect across the image. The woman is wearing a watch and a bracelet.

気づき領域開拓で  
構造を見直すスーパービジョン

<https://www.mercury-vision.com>

[contact@mercury-vision.com](mailto:contact@mercury-vision.com)

## 経営者へのきっかけ、新しい出口、未来タスク

### 30年後の未来

本書は、未来型のプロジェクトを描く上での課題と、必要な視点構成策を”気づき領域”として提案したものです。

#### <30年後の未来>

宇宙が近くなる。 健康診断が家庭で受けれる。  
 水の品質が世界均一になる。 予測診断が流行る。  
 エッジ端末が売れる。 ベンチャー保険が一般化し、あらゆるものが保険対象  
 AIサービスが低価格化、無料になる。 宇宙工場規格と民間サービス  
 宇宙デリバリーと宇宙交通初期。 新しい衛星インターネット  
 脳と広告（感性インターフェース） 空間ホログラフィック・コミュニケーション  
 コミュニティによるモノ創り デジタル食品管理（レシピ転送、鮮度・安心規格）  
 食品製造技術の進化 海底資源・宇宙資源などフロンティア産業の全盛期  
 仮想空間内におけるビジネスが一般化



### 未来型プロジェクトを阻害する10要因



# 経営者へのきっかけ、新しい出口、未来タスク

## INDEX

本書は、未来型のプロジェクトを描く上での課題と、必要な視点構成策を”気づき領域”として提案したものです。

### 1・未来型プロジェクトを阻害する10要因

#### 2・5つの気づき領域

(1) ダブルテール領域

(2) フロンティア領域

(3) タイムミッション領域

(4) 魅せる開発領域

(5) 体験プロモーション領域

### 3・可能性データと教育

### 4・サステイナブル組織

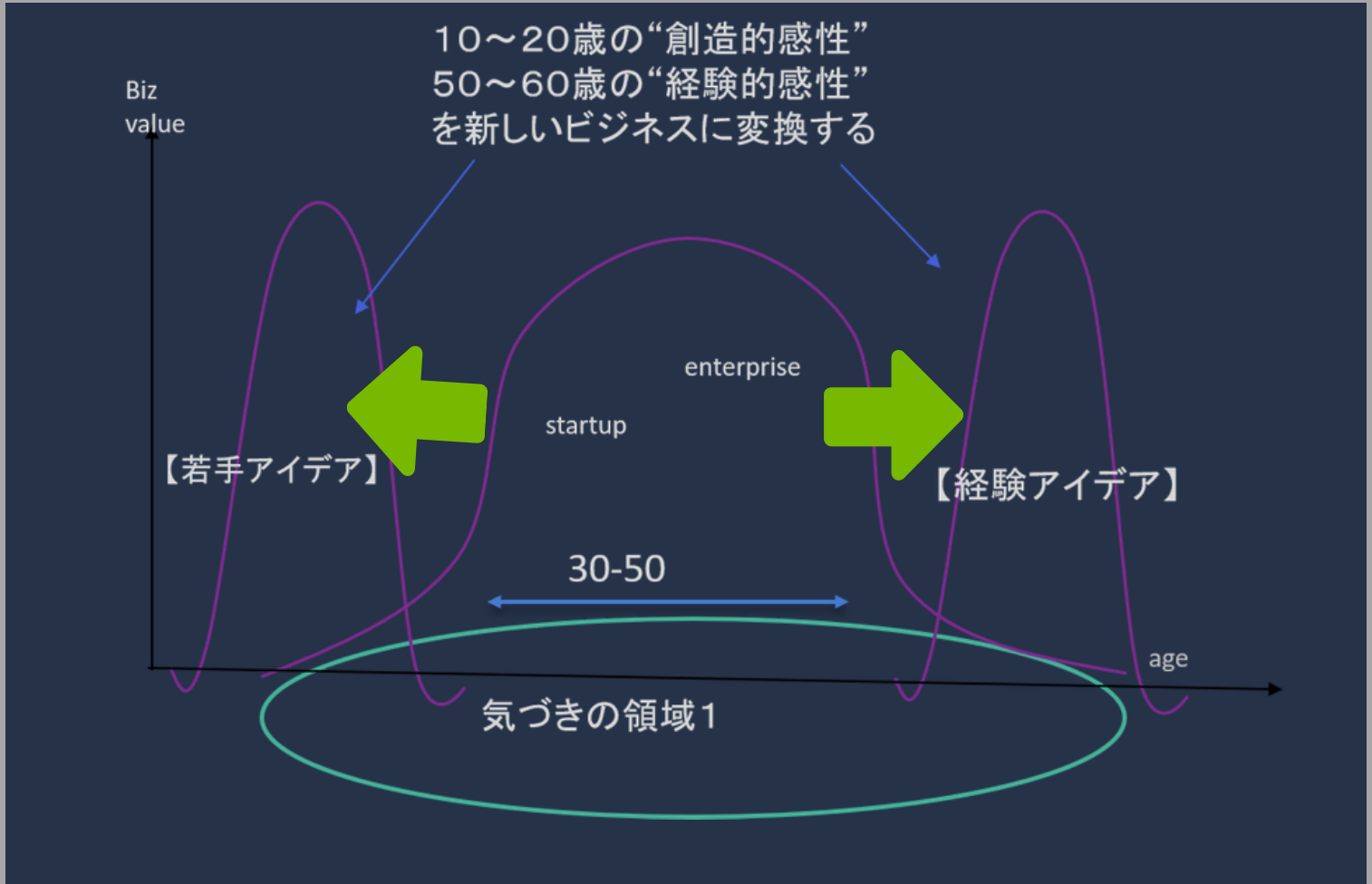


## 未来型タスクを阻害する10の要因

- 1・リスクを取らない、きっかけ
- 2・ミッションとビジョンが少ない
- 3・事業モデル以外がない
- 4・デザインフレームがない
- 5・創造評価指標がない、投資に幅と時間がない
- 6・可能性の教育がない
- 7・事業リターン以外がない、考えていない
- 8・クリエイティブな活動予算が少なすぎる
- 9・プラットフォーム人材が少ない
- 10・テーマのデータ変化推移を取っていない、データ種類



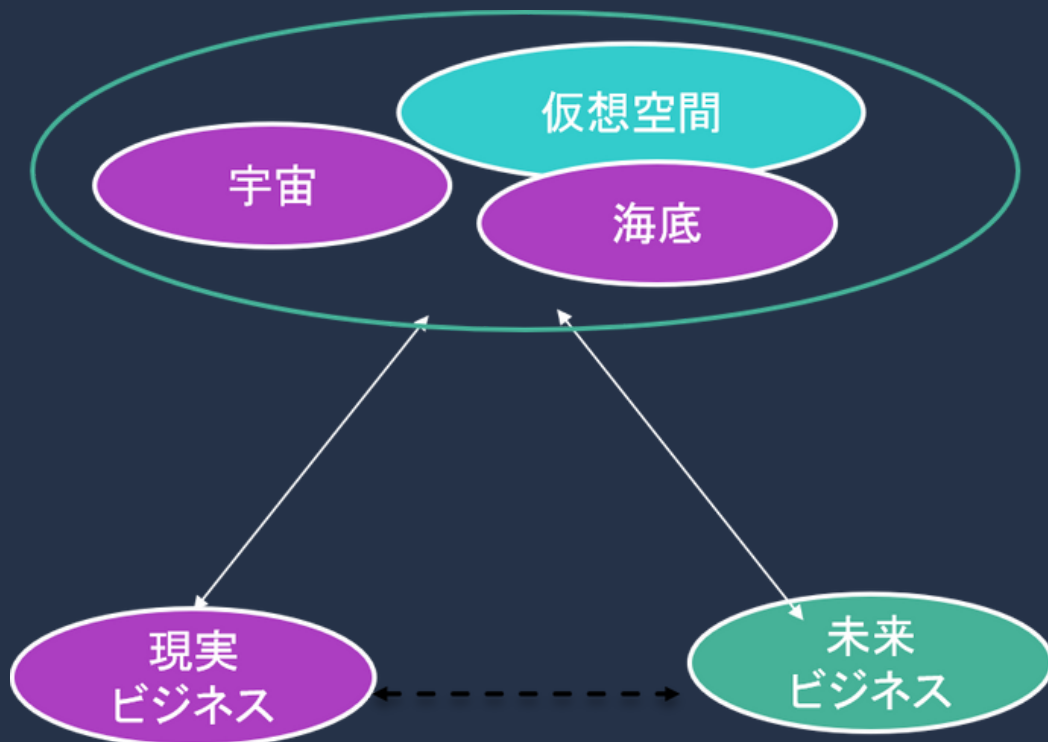
# 気づきの領域 1 ダブルテール領域



ワークスタイルの外に新しいワークは進んでいる

未来型企業は、2つの層から得た角度の異なる感性アイデア  
利用し、学習開発やライフ開発をおこない変化を皆で解決す  
る環境を取り入れる。人口構成とスタイルを考慮したビジネ  
ス価値幅を広げる。

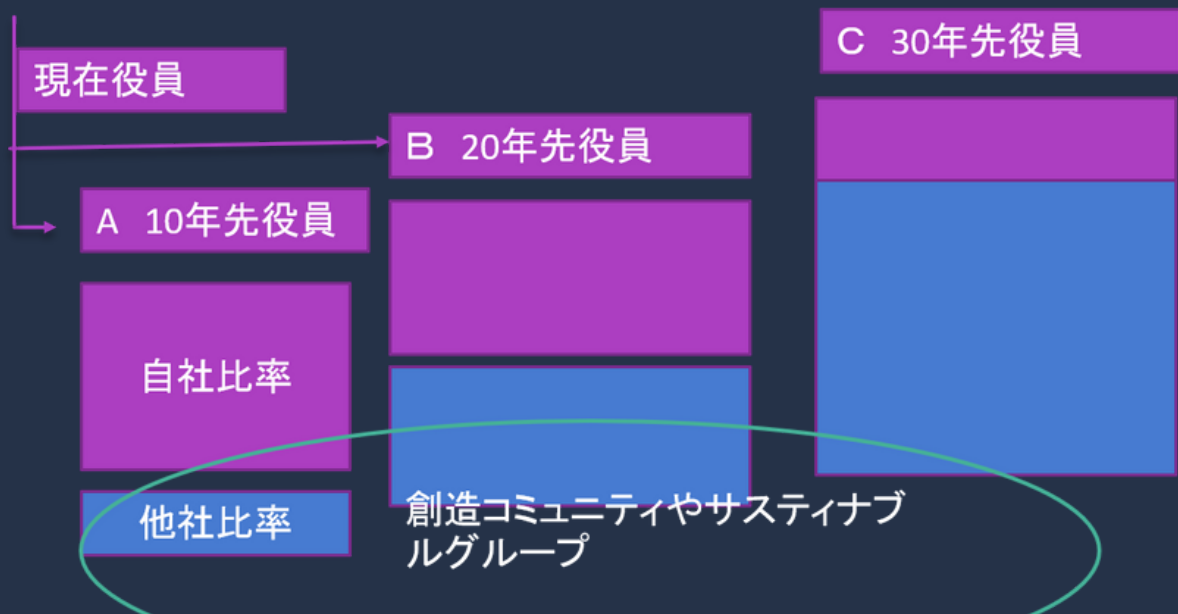
## 気づきの領域 2 フロンティア領域



今はまだマーケットが存在していない世界を開拓する為に、技術探求と可能性を探るテストフィールドを設定する。

未来型企業は、従来とは異なる環境における分野でのマーケットを対応企画するようになる。

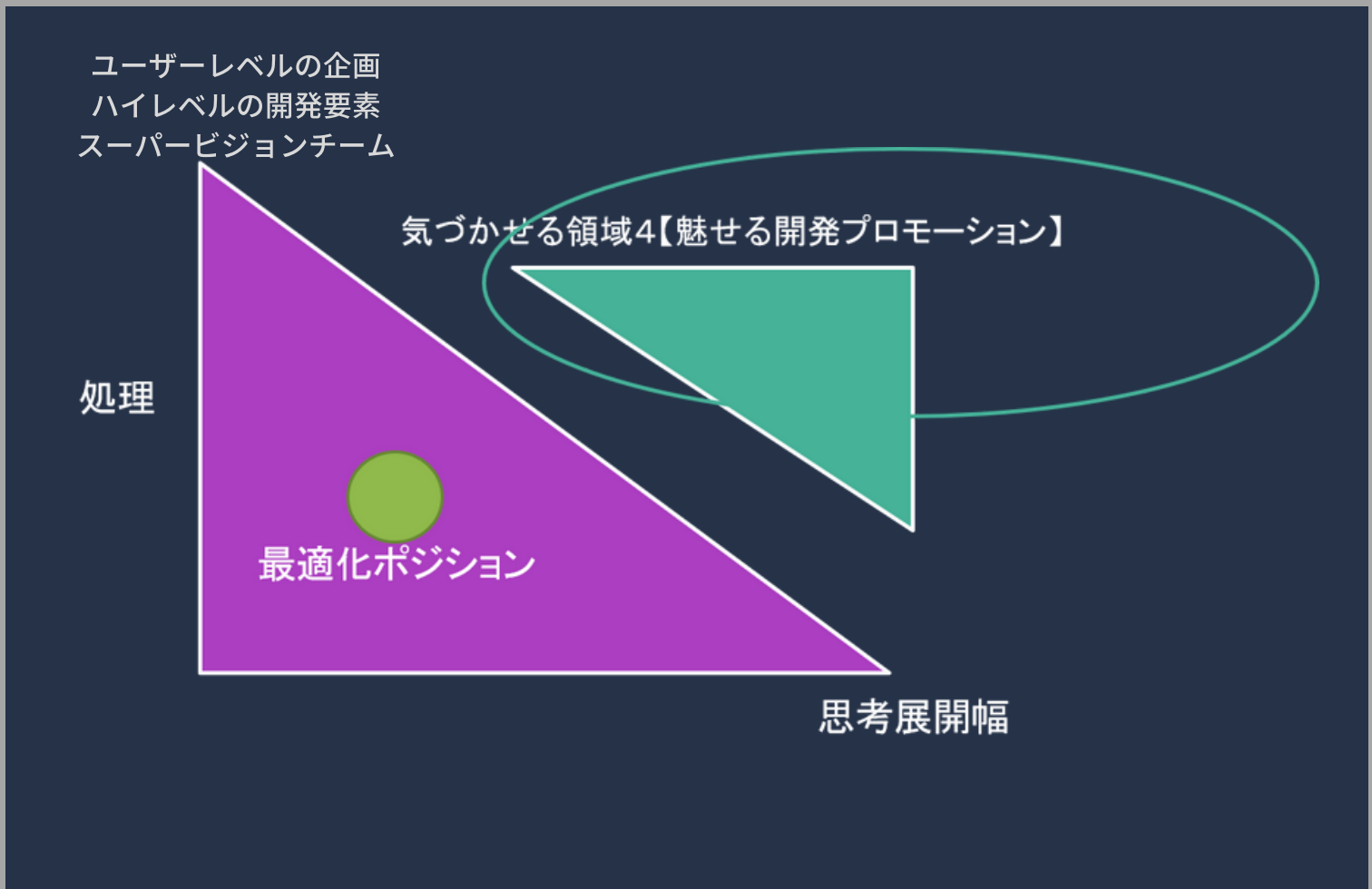
## 気づきの領域 3 タイムミッション領域



気づきの領域 3 【時間ミッションによるロングビジョンで横分割】

未来型企業は、先取りと維持をおこなう為の新しい視点に時間軸を入れた横軸経営をおこない未来情報を獲得する。

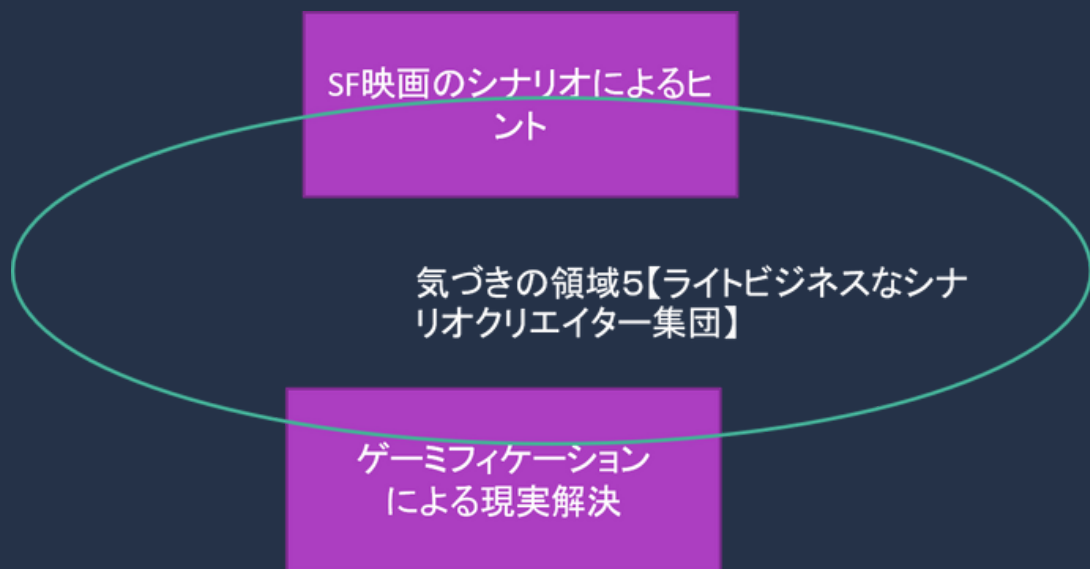
## 気づきの領域 4 魅せる開発領域



未来型企業は、ビジョン開拓とコンセプト革新をおこなう専用のチームを持ち始める。魅せる開発で得た顧客期待値と新しいビジョンは未来顧客に訴求するビジネス期待モデルを促す。



## 気づきの領域 5 体験プロモーション領域



想像力を持った、若手アイデアの開放、シナリオによる現実転換と未来ソリューションをおこなう。

未来型企業は、未来プロモーションをおこない、自社の商品やサービスを体験してもらう活動をおこないはじめる。顧客の体験やシナリオにより、今までは発想しえなかった方向や利用をよりビジュアルに連動させる。MERCURY VISION LLC(C) 2019

## 可能性データと教育

どのようにして、未来社会へのサービスや技術の可能性についてのデータ取得と教育をおこなうのか？

- 1・プロモーションによるマーケティング
- 2・想定によるAIコミュニケーション
- 3・グループコミュニケーションからのアイディエーション
- 4・プロトタイプからのプログラマブル成長
- 5・リアル体験からの思考と視野拡張
- 6・知識とスキルによる論理展開



自身のクリエイティブ感性を磨く  
体験、能力、人からの影響

未来型企业は、可能性データの取得をおこなう為に社員やチーム、プロジェクトの感性を高める工夫をおこなう。

# サステイナブル組織

新しい組織の在り方として、企業は成長かつ維持型のサイクルスタイルをおこなうようになり、必要な機能と効率がサイクルの中で処理され、長期のミッションも継続的にこなされるようになる。

