

新未来ビジョン・フォーラム第7回情報交換会（要旨）

日 時：令和5年12月13日（水）13:00～15:00

場 所：オンライン開催

議 事：

1. 開会
2. 関家フェローによる発表
3. 意見交換
4. 塩崎フェローによる発表
5. 意見交換
6. 閉会

関家フェローより、AI が雇用や労働者の未来に及ぼす影響について発表があった。その後の意見交換の内容は概ね以下のとおりであった。

- ・ 今後 AI 技術がさらに進化していく中で、労働者が既に獲得しているスキルが陳腐化し、仕事内容や求められるスキルは急速に変化していくことが予測される場所、常に新しいことに関心を持ち、スピーディーに学習できる労働者に価値が見いだされる社会になるのではないか等の意見があった。
- ・ ウェルビーイングにおけるリスクリングの意義として、学習により自己の能力が改善されているという感覚を持つということ自体と、学習したことが仕事にいかされているということの2つの面があるのではないか等の意見があった。
- ・ AI の活用により、採用や異動におけるミスマッチを減らすことができるのではないか等の意見があった。
- ・ 何が自身にとっての幸せなのかは人生の中で変化していくものであることを踏まえると、定期的に幸せやありたい姿について見つめなおす機会を持つことが、キャリア形成だけでなく幸せな消費行動の実現においても重要ではないか。そうした機会の一つとして、キャリアコンサルティングが有用なのではないか等の意見があった。
- ・ 自身の価値感やキャリアを見つめなおす機会としては、ボランティア活動やプロボノ活動といった、本業とは異なる活動も有用ではないか等の意見があった。

続いて塩崎フェローより、消費者データの収集と将来予測について発表があった。その後の意見交換の内容は概ね以下のとおりであった。

- ・ 未来の消費生活を予測するにあたっては、「長期トレンドの予測」（予測期間よりも長い期間の過去の傾向を見る）、「短期的な変化の観測」（リアルタイムに近い変化を観測する）、「突然変異のシミュレーション」（新型コロナウイルス感染症の流行やシンギュラリティのような出来事が社会に与える変化について考える）という3つの観点が重要ではないか等の意見

があった。

- ・「プレミアム消費」に分類されると考えられるエシカル消費という消費スタイルは今後増加していくことが予想されるが、「プレミアム消費」、「利便性消費」、「徹底探索消費」、「安さ納得消費」という4つの消費スタイルのセグメントに関する傾向分析の結果（塩崎フェロー提供資料9頁参照）に鑑みると、消費全体の在り方へそこまで大きな影響を与えることにはならないのではないか等の意見があった。
- ・消費行動において、情報や選択肢が多すぎることで、消費者が自分の価値観に基づいた選択ができなくなっている面があるのではないか等の意見があった。
- ・特定の消費スタイルと「幸せな消費」は直接結びつくものではなく、個人が自身の価値観に基づき自主的に選択した消費行動であれば「幸せな消費」であると言えるのではないか等の意見があった。
- ・日本の若者は将来に対して期待する割合が海外に比べるとものすごく低いというデータがあるようだが、政策や企業が、子供や若者が将来に期待できるような社会をつくることができるか、将来こんな未来があるということをちゃんと示してあげることができるかというところが非常に重要になってくるのではないか等の意見があった。

（以上）