

**INVISIBLE ANALYTICS**

-インビジブル・アナリティクス-

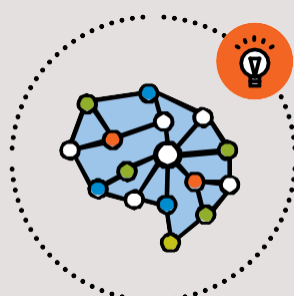
デジタルが生活のあらゆる面に浸透していくにつれ、消費者の行動を追ったデータは増大しています。データ分析の文化を、ビジネスにも適用する必要があります。データは量ではなく質で考える時がきています。



**ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI)**

-人工知能-

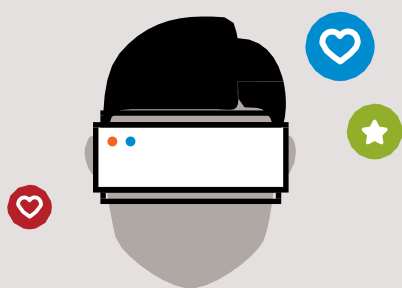
AIは開発段階にあるものの、その潜在力は高く、消費者へのアプローチについて考えた際、ブランドにとっては魅力的です。



**VIRTUAL REALITY (VR)**

-バーチャル・リアリティ-

VRのルーツはゲーム業界ですが、今後様々な業界に普及していく可能性があります。あなたのビジネスは、この機会を見逃していませんか？



**VIDEO CONSUMPTION**

-ビデオ・コンサンプション-

ネットがビデオ視聴を楽しむ主要な手段の一つとなっている中、ブランドは視聴データを活用し、ターゲット向けのコンテンツ制作や配信をする必要があります。



**WEARABLES**

-ウェアラブル端末-

スタイル訴求が進み、使用用途の認知が広がれば、デバイスの普及拡大の鍵となる個人データの収集、処理、配信につながります。



**MOBILE PAYMENTS**

-モバイル決済-

新興国の活用が進んでいます。先進国市場でモバイル決済の使用を拡大させるためには、ブランドが消費者にベネフィットを提供し、セキュリティへの懸念を解消する必要があります。



**SMARTHOME**

-スマートホーム-

家のスマートホーム化は一步ずつ進むでしょう。消費者の理解を得るためには、企業が連携し、シンプルかつシームレスな製品とソリューションを提供する必要があります。



**CONNECTED CAR**

-コネクテッド・カー-

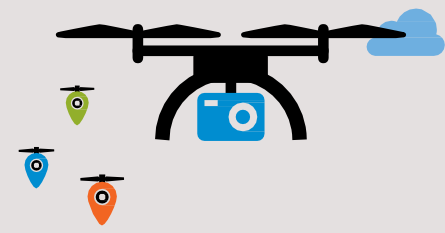
車載コネクティビティの向上にともない、従来の自動車メーカーと新規参入のテクノロジー企業はデータを共有し、顧客にその価値を伝えていく必要があります。



**DRONES**

-ドローン-

ドローンは汎用性の高いアプリケーションであり、その市場は出世コースを辿っているといえます。さて、ドローンはビジネスのコスト削減や効率化に役立つでしょうか？



**3D PRINTING**

-3Dプリント-

3Dプリントの需要は高まっています。市場は大量生産からローカルのオーダーメイドへシフトする可能性もあり、それはブランドに多大な変化をもたらします。

