

トレンド	トレンドの内容	トレンド表出例	トレンド促進要因
この世のすべてはゲーム	ゲームのダイナミクスを活用した新しい行動喚起の方法や実例が増加中	ゲームの仕組みを活用した省エネルギー運動、社会活動、生活目標管理、お金管理など	技術進化とそれに伴う SNS など新たな競争スペースの出現、ゲーム文化の浸透など
急きたてる経済	「一刻も早く」「今すぐに」といった消費行動を駆り立てる事象が増加中	オンライン時限セール、共同購入型クーポンサイト、エリア割引など	技術進化による即時性および即時満足ニーズの向上、情報の瞬時伝達、不況疲れなど
コミットメント不在の文化	購入せず、レンタルや他の人とシェアするといったお気楽な消費スタイルが増加	車の臨時保有、中古家具の再販、剝がせるタトゥー、契約解消後サービス、晩婚化など	技術進化による消費者間の交換・取引の進展、モノの所有意識の変化、エコ意識など
食べて祈ってテクノロジーして	テクノロジーが生活必需品となり、そのスキルが生活に欠くことのできないものに	デジタル消費が必需品の消費を侵食、家よりもハイテクを選ぶ人、モバイル中心生活など	技術進化によるコネクティビティが仕事と余暇に侵食、ハイテク経験の多様化など
脱ハイテク	ネットから離れ、より人間的で生き生きとした生活を送りたいとする現象が増加中	オフラインの推奨、ノーメディアデー、ハイテクブランドの啓蒙(人間らしい生活)など	24 時間生活化、人間関係の沈滞化、ハイテク疲れ、デジタルの悪影響の研究など
小売店の第 3 空間化	買物以外の小売店利用・提案の増加、小売店が自宅・会社に次ぐ第 3 空間に	リアル体験イベントの増加、流通でのくつろげる空間の拡大、小売での空間演出化など	サービスのデジタル化、モノから体験へのニーズ・シフト、人の交流価値の再認識など
独創的な都市再生	地域コミュニティや生活環境改善のイニシアチブが草の根運動や民間企業に移行	スラム街を再生するアート集団、データに基づく都市再生、ブランドによる都市再生など	国家経済の停滞・財源不足、「私たち」意識の高まり、環境配慮の高まりなど
衝突する世界	ネットとリアルの境目が不明瞭になり、2 つが衝突・融合し、モノのネット化が進行	ツイートする家電製品、デジタルを現実世界に貼りつける技術、通行人の識別技術など	技術進化によるバーチャルとリアルの融合、モバイルの普及、デジタルネイティブの増加など
超パーソナライゼーション	デジタル領域におけるパーソナライゼーション(個々のニーズに対応)の進展	セレンデピティ・エンジン、パーソナライズ・エンジン、パーソナライズ Eコマースなど	個人データの大量蓄積技術、データ過剰社会、ソーシャル化による生活者パワーシフトなど
自己管理の外注化	デジタル化により抑制心を失いつつある生活者が第三者による自制心抑制を模索	使いすぎ抑制クレジットカード、車の安全装置、飲酒によるデジタル上の過ち防止ソフトなど	抑制の効かない生活者、生活のアウトソースの習慣化、デジタルツールの必需品化など