

2026年4月28日  
株式会社 電通グループ

## 電通グループ、「Dentsu Creative トренд調査 2026」を発表 － 企業が認識すべき 2026 年以降の主な 5 つのトレンドを紹介 －

電通グループ（ブランド：「dentsu」、本社：株式会社電通グループ、拠点：東京都港区、代表者：代表執行役 社長 グローバルCEO：佐野 傑、以下「dentsu」）は、「Dentsu Creative トренд調査2026 ～ GENERATIVE REALITIES（アルゴリズムが生む“新しい現実”を、どう生きるか）～（以下、本調査）」を発表しました。

本調査は、dentsuのクリエイティブエージェンシーブランドである Dentsu Creative を中核とし、世界各地のクリエイティブ領域のブランドストラテジストの知見と、米国、日本、ブラジル、中国、インド、スペイン、英国の4,500人の生活者を対象とした独自の定量調査に基づいており、ブランドや企業活動に深く関わる社会の5つのマクロテーマを抽出・分析したものです。反アルゴリズム的な欲求、つながりの希薄化、自然への回帰、そして「確かなもの」や帰属意識への渴望などが同時多発的に発生・進行する中で、ブランドや企業は何に注目し、どこに意味を築くべきかを探ります。こうしたトレンドとカウンタートレンドの渦の中で、2026年以降を見据えた潮流を提示し、「今の流行（Trending）」、「この時代だからこそ意味を持つ動き（Timely）」、未来を見据えた「時代を超えて変わらない価値観（Timeless）」という三つの軸に沿って読み解いていきます。



### 【dentsu グローバル・チーフ・クリエイティブ・オフィサー 佐々木康晴のコメント】

「加速と減速の間に新たな均衡が生まれつつあります。人々は、現実を超越した世界と手仕事の温もり、デジタルと人間味あふれる体験の両方を求めています。ここにこそ、2026年に成長するブランドにとっての「緊張感」と「チャンス」が存在します。このように、人間らしさとデジタルの摩擦が生じる中で、これまで可視化されてこなかった多様なファンダムが姿を現しました。さまざまな分野に深い情熱を持つ多様なクリエイティブ人財とともに、私たちはアルゴリズムを攻略していきます。」

【Dentsu Creative グローバル・チーフ・ストラテジー・オフィサー パトリシア・マクドナルドのコメント】

「このレポートは、生成 AI の力で盛衰するトレンドと、その下層で静かに息づく不変かつ人間的な真実の双方を掘り下げています。大人のファンを意識したおもちゃなど、一過性に見える流行も、実は人間が本質的に求める人とのつながり、安らぎ、そして帰属への深いニーズを映し出しているのです。」

本調査における 2026 年以降の主なトレンドは以下の通りです。

1. 現実逃避の加速 (**ESCAPE VELOCITY**)

・サブトレンド：1. おもちゃの国での冒険、2. 幻想的なファンダム、3. 「かわいい」のカルト

2. エレクトリック ドリームズ (**ELECTRIC DREAMS**)

・サブトレンド：1. AI との曖昧な関係性、2. スロップの抑制、3. AI インフルエンサーの台頭

3. トラッド ライフ回帰 (**TRAD LIVES**)

・サブトレンド：1. 大地への回帰、2. 我が家に勝る場所なし、3. スピリチュアル探求

4. 孤独が生む新コミュニティ (**ALONE TOGETHER**)

・サブトレンド：1. 「村」を取り戻す人々、2. ナチュラル・ハイ、3. 流れに浮かぶ孤島

5. デジタル疲れが生むアナログへの渴望 (**ANALOG FUTURES**)

・サブトレンド：1. ネオ・ラッダイト、2. 反アルゴリズム、3. 原点回帰

■本調査の詳細レポート（日本語版）は以下の URL よりダウンロード可能です。

URL: <https://www.group.dentsu.com/jp/news/pdf/dentsu-creative-trends-2026.pdf>

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通グループ グループコーポレートコミュニケーションオフィス 小嶋、島津、原田、トドル

Email : [group-cc@dentsu.com](mailto:group-cc@dentsu.com)