

# ビジュアルトレンド インサイト 2023



## はじめに

ここ数年パンデミックは、様々な形で日本に暮らす人々に影響を与え、新型コロナウイルスの蔓延を抑えるための社会から孤立したライフスタイルは、日本におけるブランドメッセージやビジュアルに大きな変化をもたらしました。

2023年のトレンドには、多くの時間を家で過ごし、人との交流から切り離された後、ユニークで多様な個人としてのアイデンティティと、グループの一員としてのアイデンティティをバランスよく融合させたいというニーズが反映されると予測されます。例えば、家族、近所、会社、スポーツチームなど、様々な集団の一員として社会と接点を持ち始める人々の姿がより多くのビジュアルにみられることになるでしょう。

# チームワーク

集団で過ごす時間や、協力して何かを成し遂げる様子を描く姿が多く表現されています。

孤立した時間が長くなるにつれ、地域の人達や仕事仲間と公共の空間で再び時間を過ごしたいと考えたり、遠く離れた家族や身内を、自宅に迎え入れたいと思う人が増えるようになりました。

多くのブランドメッセージに見られるよう、再び自宅以外の場所で働いたり、旅行したり、遊んだりすることは、人々がプライベートな自分だけの生活から抜け出したり、日本中の企業や旅行、サービス業を支えたいという願望を反映するといったニーズを支えています。

このトレンドは、単なるライフスタイルの多様化だけでなく、私たちが実生活でいかに個性的で多様性に富んだ人達と社会生活をしていることを反映しています。そのため、キャスティングはこれまでの日本人像ではなく、様々なタイプのモデルが採用されていることが重要視されます。

## コレクションを見る

Adobe Stock Artists:

1. One | 506164659, 2. Amanaimages | 544234059, 3. Metamorworks | 514116966, 4. Monet | 457039246, 5. One | 468491290





## 約2,100万人

これは、2022年12月23日～1月3日の年末年始に日本国内で旅行する予測人数で、2019年比で72%回復する見込みであることが、株式会社JTBの調査により明らかになりました\*

Adobe Stock Artists:

1. One | 465687486, 2. Gttkscg | 415701272

\* <https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-12-21/foreign-visitors-to-japan-jumps-for-second-straight-month-after-reopening>

\*\* <https://tokuteikenshin-hokensidou.jp/news/2022/010858.php>

コロナ禍の後に孤独を感じる人が増加したことを示す調査結果も公表されました\*\*

37%

37%もの人たちが孤独を感じるとう答しました。

48%

その内の48%が「より強い孤独」をコロナ禍以前よりも感じるようになったと回答しています。

# セルフセレブレーション

コロナ禍が後押しする、自分らしさを受け入れる社会

日本では昔から、個人が集団のアイデンティティに適合することが重要視されてきました。しかし、近年、集団に適合する傾向が強まり、その結果、適合できない人たちの孤立化が進み、自分自身のアイデンティティの重要性を大切にするのが認識されつつあります。

そのため、多様なアイデンティティへの認識や評価はゆっくりですが、着実に高まっているようです。自己認識と多様性の認識が相まって、自己を讃えることが広く日本人の中で浸透する中、ブランドメッセージでは、あらゆる年齢、アイデンティティ、関係性などが、肯定的で、幸福や自信を持って表現されていることが増えているように見受けられます。

特筆すべきは、日本の日常生活や社会における男性のジェンダーに対する概念が変化しつつあること。男性が楽しむ活動の広さは幅広く、より多くのタイプのアイデンティティが表現されています。

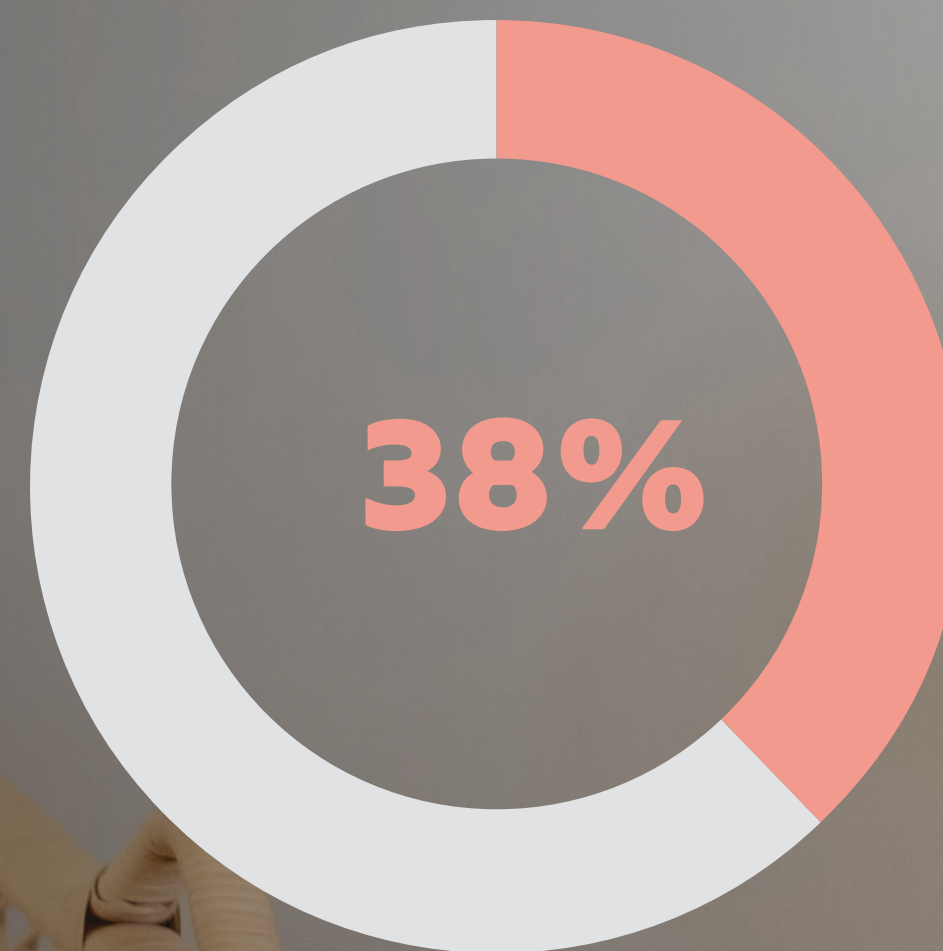
ファッション、ビューティー、家庭用品など、以前は女性モデルだけだった領域に男性が積極的にキャスティングされており、家事や育児、身だしなみを整えている姿が描かれるようにもなりました。

## コレクションを見る

Adobe Stock Artists:

1. Yamasan | 450606477, 2. ZHPH Production - Stocksy | 537946078, 3. Pansfun Images - Stocksy | 333015907, 4. Buritora | 527715908, 5. One | 440600135





## 約 70%

ある調査では Z世代の約70%が、  
自分のアイデンティティが認知され、受け  
入れられていると回答しました \*\*

2022年、夫も家事・育児を優先すべきと  
回答した人は38%\*。

Adobe Stock Artists:

1. Metamorworks | 210496276, 2. LGBTQ+ | 531240091, 3. Curbon | 304589504, 4. Adobe Stock\_Japan | 501216487

\* <https://seikatsusoken.jp/teiten/answer/798.html>

\*\* <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000029.000020614.html>



St Adobe Stock