

2024年4月11日

## 電通グループ、「Dentsu Creative トренд調査 2024」を発表 － 2024年以降に起こる5つの主要なクリエイティブトレンドを紹介 －

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 五十嵐 博、以下、dentsu）は、「Dentsu Creative トренд調査 2024 ～The Futures Less Traveled（踏みならされていない未来）～（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 を中心とした専門家が、グローバルに蓄積した知見に基づき、実現したい未来のための設計・イノベーション・追究の示唆となり得る5つの重要なトレンドを紹介しています。

本調査は、急速に変化し続ける先行きの見えにくい現代社会において、ブランド及び企業が取り得る意識的な選択肢としての希望を提示しています。レポートのタイトルにもなっている「踏みならされていない未来」は、私たちが見たい未来の設計を呼びかけるものです。

### 【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】

「先行きが見えない現代ですが、テクノロジーとストーリーテリングが適切に掛け合わされた高度なクリエイティビティによって、いくつもの『Future Less Traveled（踏みならされていない未来）』への道が切り開かれるはずです。人を中心に考えるアイデアの力で、未来はもっと明るくできると確信しています。希望は戦略ではないのですが、選択ではあります。飛躍的な変化の時期において、未来に何が起きるかを確実に予測することは、誰にもできません。しかし、私たちは実現したい未来を設計することはできます。」

本調査における2024年以降のクリエイティブに関する主なトレンドは以下の通りです。

1. 歓喜の歌（ODE TO JOY）
  - ・ サブトレンド 1：楽しい抵抗、2：反抗行為としてのセルフケア、3：純粋な遊び
2. 自らつくることのミーム（THE MEMES OF PRODUCTION）
  - ・ サブトレンド 1：バーチャルな世界をつくる。よりよい世界をつくる。2：ストーリーを変える。未来を変える。3：生活のすべてがミームになる。
3. 私たちの現在地（HERE WE ARE NOW）
  - ・ サブトレンド 1：共感、2：ローカル・ラグジュアリー、3：居心地の良いウェブ
4. 機械の中の魔法（THE MAGIC IN THE MACHINE）
  - ・ サブトレンド 1：AI イマジネーション、2：人間らしさに触れて、3：ボーダーレスな商取引
5. 私自身と私たち（ME, MYSELF AND US）
  - ・ サブトレンド 1：集団の中での「私」、2：自分の世代（及び世代間関係）、3：デジタル・ドッペルゲンガー

■本調査の詳細レポート（日本語版）を無償で提供しています。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-2024-jp.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

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