

Accenture

life trends

2025

破壊的な進歩によってデジタル体験が劇的に進化しています。人々は新しい技術が本当に自分たちに役立つかを見極めながら、その向き合い方をリバランス（再調整）しようとしています。現在、オンライン上での物事に対する信頼性に注目が集まっています。人々はそこで見たものに対してそれを信じるかどうか、ますます厳しく見極めるようになってきました。こうした人々の行動変容は、顧客にリーチしたい企業のふるまいにも影響を与えています。

5つの新たなトレンドは、ビジネス、テクノロジー、社会の変化に対する人々の感じ方や対応、そしてそれが企業にとって何を意味するのかを探ります。

ためらいのしわ寄せ

オンライン上で提供される商品画像、レビュー、マーケティングキャンペーン、コンテンツは、もはや人々にとって手放しに信頼できるものではなく、それらに対する反射的な行動としてためらいが生じています。人々との信頼構築を最優先事項としなければ、ためらいのしわ寄せを負わなければなりません。

過去1年間で：

52% 

フェイクニュースを見たことがある人の割合

33% 

個人情報や金銭を奪うことを目的としたディープフェイク攻撃や詐欺を経験したことがある人の割合

39% 

オンライン上で虚偽の商品レビューを目にしたことがある人の割合

親子間ギャップ

現代の親が直面する最大の課題の1つは、次世代がデジタル技術と安全で健全な関係を築けるように支援し、無制限のオンラインアクセスによって引き起こされる危険から守るための方法を見つけることです。子どもたちを保護するために、行政機関によるトップダウンの政策と、親や学校からのボトムアップの取り組みが加速しており、近い将来、多くの組織に影響を及ぼすでしょう。

新たな兆候：

56% 

ソーシャルメディアが自分のアイデンティティに対する考え方に大きな影響及ぼしていると思う人の割合（18～24歳）

23% 

ソーシャルメディアが自分のアイデンティティに対する考え方に大きな影響及ぼしていると思う人の割合（55歳以上）

65% 

子どもがソーシャルメディアに費やす時間を制限すべきだと考えている全世界の保護者の割合*

せっかちエコノミー

多くの人にとって、健康、富、幸福の追求には時間がかかり、歯がゆいものとなっています。充実した人生の実現に向けた人々の切望に応えるのは、大衆の力と人々との強いつながりです。

人々が長期的なサポートを求める分野：

55% 

健康や経済的な目標達成のために、従来の方法よりも迅速な解決策を好む人の割合

63% 

物事をより効率的に行う方法についてソーシャルメディアからインスピレーションを得ている人の割合

68% 

ブログや動画を通じて教育的な情報を提供するブランドと、より積極的に関わりたいと考えている人の割合

仕事の尊厳

仕事の尊厳は健全な職場を支える重要な柱ですが、ビジネス上のプレッシャー、技術の進歩、人間関係の変化によって、揺らぎつつあります。従業員が主体性を持ってモチベーションを高められていない時、顧客に一流の商品、サービス、そして体験を提供できると期待できるでしょうか。

従業員の期待と現実：

52% 

ワークライフバランスを最も重視する人の割合

29% 

自社のリーダーが従業員の利益を真剣に考えていると信じている従業員の割合

49% 

顧客価値の向上や人材育成よりも、「生産性の向上」に関するメッセージを頻繁に耳にする回答している従業員の割合

つながりの再野生化

再野生化が自然の本来のリズムを取り戻すことを表すように、つながりの再野生化は人々の相互のつながりや周囲の世界との関係を取り戻します。現代社会の慌ただしさの中で充実感を得るためには、デジタルから離れ、現実世界での満足のいく活動や意義のある交流に集中する時間を持つことが重要になっています。これは企業のビジネスチャンスを変えつつあります。

過去12カ月間に人々が増やしたと述べている主な現実での活動：

48% 

屋外や自然の中で過ごすこと

47% 

友人と一緒に過ごすこと

47% 

実店舗での買い物（食料品）

36% 

その他小売店での買い物（食料品以外）

30% 

紙の本や雑誌を読むこと

レポート全文を読む 

www.accenture.com/LifeTrends2025Japan

出典：Accenture Life Trends調査（2024年7月）

*YouGov Global Profiles、期間：2024年5月15日までの12カ月（n=332,530）、対象：全世界の成人、質問内容：親は子どもがソーシャルメディアに費やす時間を制限すべきだと思うか（賛成、3段階評価）

Copyright © 2025 Accenture. All rights reserved.

