

momentum

Little Book of Trends

2026



Welcome,

2026.

人間らしさへの賛歌～エンパワーメントと目的意識の時代へ～

昨年のトレンドのキーワードであった「変革」と「つながり」を経て、
2026年のテーマは「人間回帰」です。

AIなどの技術進化はあくまで「脇役」であり、主役は私たち人間です。
生活者は今「自分は何を求めているのか？」を問い合わせ、選択の主導権を取り戻しています。
テクノロジーに支配されるのではなく、生活を豊かにする道具として賢く共存する。
それが2026年の姿です。

未来は希望に満ちています。
人間が主役の、新たな時代のトレンドをご覧ください。

Be well and stay curious.



We've been tracking the following microtrends over the last seven years:

過去7年のマイクロトレンド

Fast-Forward

テクノロジーが猛烈なスピードで進歩すること。

Immersion Fascination

ブランドや企業とユニークな方法でつながりたいというニーズと欲求。

Reinventalizing

確立されたものを変形・再利用し、全く新しいものに見せること。

Connection Creation

愛する人たちとの絆を強化すること。

Tech Forward

テクノロジーの統合。

Minimalizing

過剰な情報に溢れ複雑な社会において、シンプルさとシームレスさを追求する欲求。

Fast-Track Future

予期せぬ状況や環境により、動き、計画、トレンド、または技術が計画外に加速すること。

Food Economics

競争がますます激化する市場において、フードブランドにはこれまで以上に価値や魅力を高めていくことが求められる。

Be Better

自身のウェルビーイング（幸福・健康）を向上させたいという欲求。

Experiencification

生活のあらゆる領域で「体験」を求める生活者の欲求の高まり。

Wellnessment

身体的、精神的、感情的なウェルネス（健康）とテクノロジーを組み合わせ、生活者のあり方を改善すること。

Enlightenmind

現在の状態を、より精神的、感情的、倫理的な成長へと変容させようとする生活者の動き。

Experiential Reset

物理的、アナログ的、そしてコミュニティに焦点を当てた体験を復活させ、再考しようとする世代的な動き。

01

Multi-Sensorial Snacking



五感を刺激する
スナック体験

m

生活者は、食感・香り・味わいの組み合わせによって生まれる「究極のおいしさ体験」を食品に求めるようになっています。

人々がスナックを食べたくなる大きな理由の一つに、「あの味・あの食感が恋しい」という強い欲求があります。近年は、そこに加えて五感に“驚き”をもたらす体験が注目を集めています。海外では、“商品が自分に合うかどうかを試す体験”そのものを楽しむ ASMR 的トレンドも見られ、記憶に残る驚きや喜びを提供するスナックが積極的に選ばれています。こうした印象に残る五感体験を創り出せるブランドは、今後さらに支持を高め、マルチセンソリアルな製品が多方面へ広がることで、スナックカテゴリ全体の刷新も加速していくでしょう。

Sensorial Makeovers



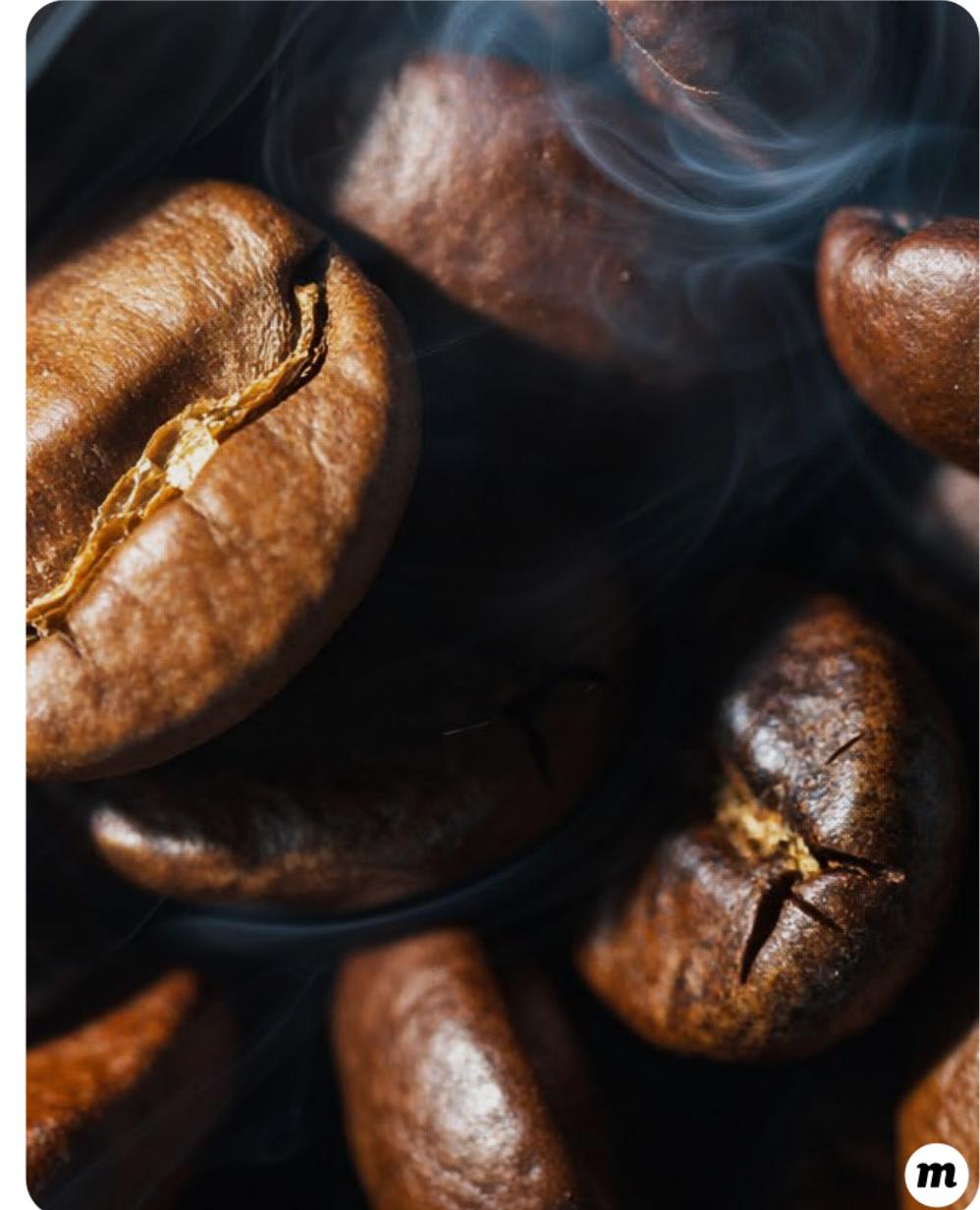
Food Economics

競争がますます激化する市場において、フードブランドにはこれまで以上に価値や魅力を高めていくことが求められる。



Experiencification

生活のあらゆる領域で「体験」を求める消費者の欲求の高まり。



02

Boutique Belonging



ニッチな趣味が紡ぐ
新たな「居場所」



ニッチな趣味がメインストリームへと進化し、個性を認め合う時代が到来しました。

人々が今求めているのは、自分らしさ・創造性・コミュニティです。かつては「変わり者」や「マニアック」と捉えられていた活動が、今では個性を表現する強力なシンボルへと変わりつつあります。例えば、一部の愛好家に限られていたコスプレ文化は大きく拡大し、刺繡や編み物などのアナログな活動も、忙しい現代生活における解毒剤（デトックス）として再評価されています。こうしたニッチなトレンドは単に個性を支えるだけでなく、心を整える時間を生み出し、さらに深い絆や新たなファンダムを育むきっかけにもなっています。

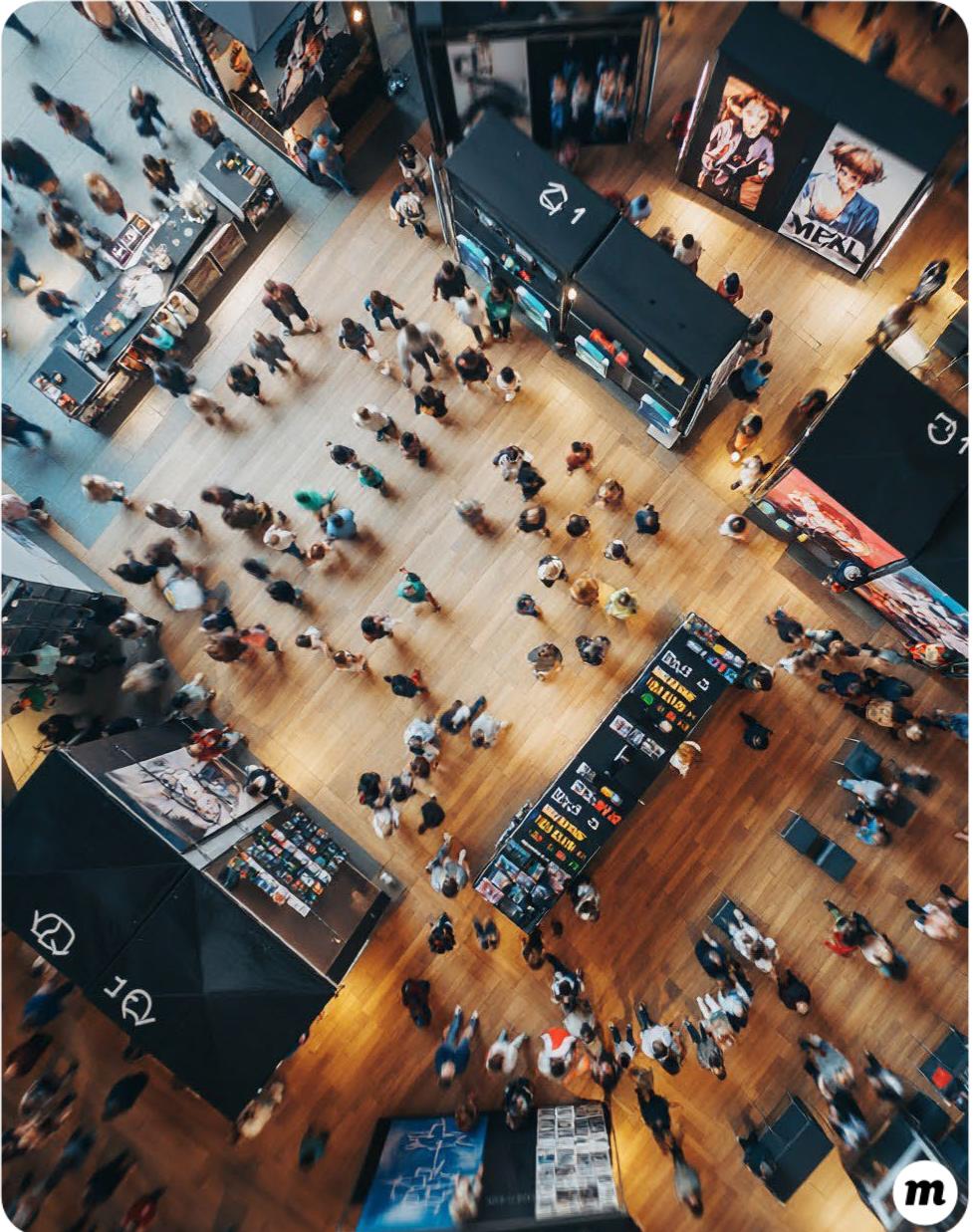
New Fandoms

Minimalizing

過剰な情報に溢れ複雑な社会において、シンプルさとシームレスさを追求する欲求。

Enlightenmind

現在の状態を、より精神的、感情的、倫理的な成長へと変容させようとする消費者の動き。



03

Longevity Lifeline



長く健やかに生きるために
の
ウェルネスサポート



「アンチエイジング」の考え方は、老化への抵抗や若返りではなく、健康寿命を延ばすという意味合いへと拡張されています。

ウェルネス業界は、従来の治療中心のアプローチから一歩進み、DNAに基づくウェルネスプランや栄養のパーソナライズを含む包括的なロンジエビティ（長寿）領域へとシフトし始めています。この潮流はヒトだけにとどまらず、ペットにも拡大しています。犬用アンチエイジング薬が FDA (Food and Drug Administration、米国食品医薬品局) 承認プロセスに進んでいるなど、獣医学とヒトの健康を横断する新たなマーケットも生まれつつあります。「老化防止・若返り」を求める時代から、“健やかに長く生きる”を実現する時代へ。ロンジエビティは、ウェルネスの新たな基準になりつつあります。



*Anti-aging
Pill For Dogs*

Wellnessment

身体的、精神的、感情的なウェルネスとテクノロジーを組み合わせ、消費者のあり方を改善すること。

Be Better

自身のウェルビーイング（幸福・健康）を向上させたいという欲求。



04

Radical Travel



希薄化した対人関係や将来への
不安から求められる“冒険的な旅”



旅行者は退屈な日常から抜け出したい という思いから、“冒険的な旅”を求めていきます。

近年、「冒険」の捉え方は二極化しています。登山や洞窟潜水などでアドレナリンを得るエクストリーム体験と、深い静けさを求めるウェルネス・リトリート——まったく異なる選択肢が並び立つようになりました。その背景には、デジタル化が進むなかで生まれた退屈な日常、希薄化する対人関係、将来への不安があります。形は違っても、人々は共通して“人生を動かすような体験”を求めているのです。2026年に向けて、人々は自身の価値観に基づき、よりラディカル（根本的大胆）な旅を求めるようになるでしょう。旅行ブランドには、スリルと静寂という両極のニーズに応える体験設計が求められます。

*Life-altering ↗
Experiences*

Reinventing

確立されたものを変形・再利用し、
全く新しいものに見せること。

Be Better

自身のウェルビーイング
(幸福・健康)を
向上させたいという欲求。



05

Meet the [Sports] Parents

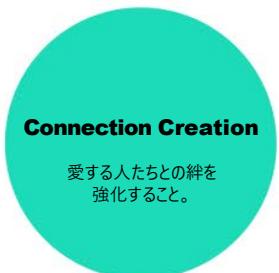


注目の「スポーツ・ペアレンツ」



スポーツビジネスの「次なる大本命」はスタジアムにあります。 しかし、それは多くの人が思い描く プロスポーツのスタジアム ではありません。

若者のスポーツ「観戦」離れが進む一方で、「参加」への熱量は過去最高に高まっています。6,000万人の子どもたちが支えるユーススポーツ市場は現在500億ドル規模。2032年には倍増が予測されています。その中にいるのが、子どもに巨額を投じる「スポーツ・ペアレンツ」。彼らの支出は2019年比で46%増。かつて揶揄の対象であった「熱狂的な親」たちが、今ではウォール街から注目される存在になっています。この多世代にわたる情熱的なコミュニティは、ブランドにとって身近に存在する巨大な成長機会です。先見性のあるマーケターは、競争が激化する前に、この「近所のスタジアム」へ参入すべきでしょう。



Hyper-passionate

*Source: i9 Sports Franchise, Aspen Institute



06

Mall Reawakening



ショッピングモールの
「再覚醒」



苦戦していたショッピングモール、 体験コンテンツ導入で復活。

パンデミック以前、ショッピングモールは若者の支持を得られず苦戦していました。しかし 2026 年、モールは見事に復活を遂げています。若い世代を惹きつける新しい仕掛けが導入され、いまや 体験コンテンツそのものが来店目的になっています。例えば Netflix は、アメリカのモールに約 9,300 m² の巨大スペースをオープン。ONE PIECE、ストレンジャー・シングス、ウェンズデーといった人気作品の世界観を再現し、バーチャル体験、テーマ型レストラン、アトラクションなどを展開。若者の心を強く惹きつけています。

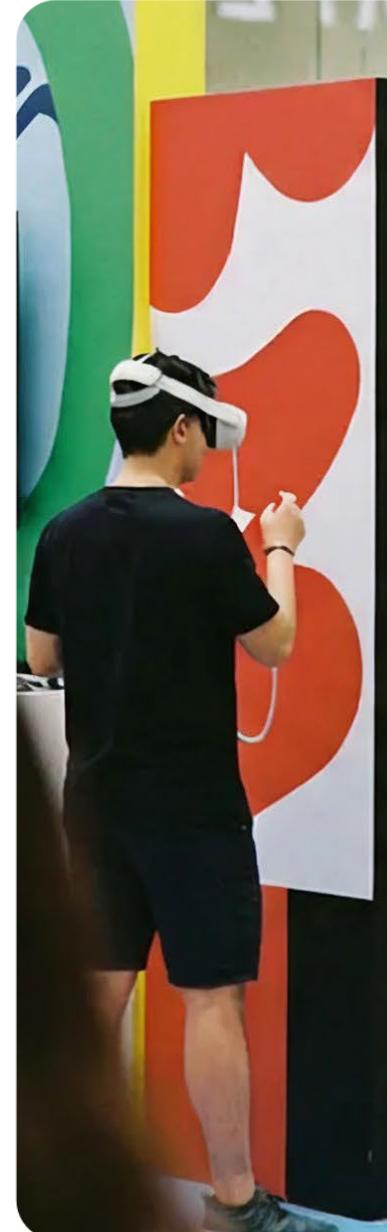
Reinventing

確立されたものを変形・再利用し、全く新しいものに見せること。

Experiential Reset

物理的、アナログ的、そしてコミュニティに焦点を当てた体験を復活させ、再考しようとする世代的な動き。

Mall Reawakening



07

ZeroClick Commerce



「クリック」しない消費体験



AIは、「ゼロ・クリック」コマースを可能にしています。
これまで時間のかかっていたタスクも、アシスタントに
話すシンプルなコマンド一つで完了するようになります。

目的地や価格、ホテルのレビューを調べるのに何時間も費やす時代は終わりつつあります。
「イエス／ノー」だけで進むゼロ・クリック体験は、すでに現実となっています。AIは、過去の
旅行履歴や重要な日付、会員特典などの情報を把握し、ユーザーに本当に必要な解決
策を提示します。こうしたゼロ・クリック・コマースが、いま本格的に始まりつつあるのです。

→ *Dream Getaway*

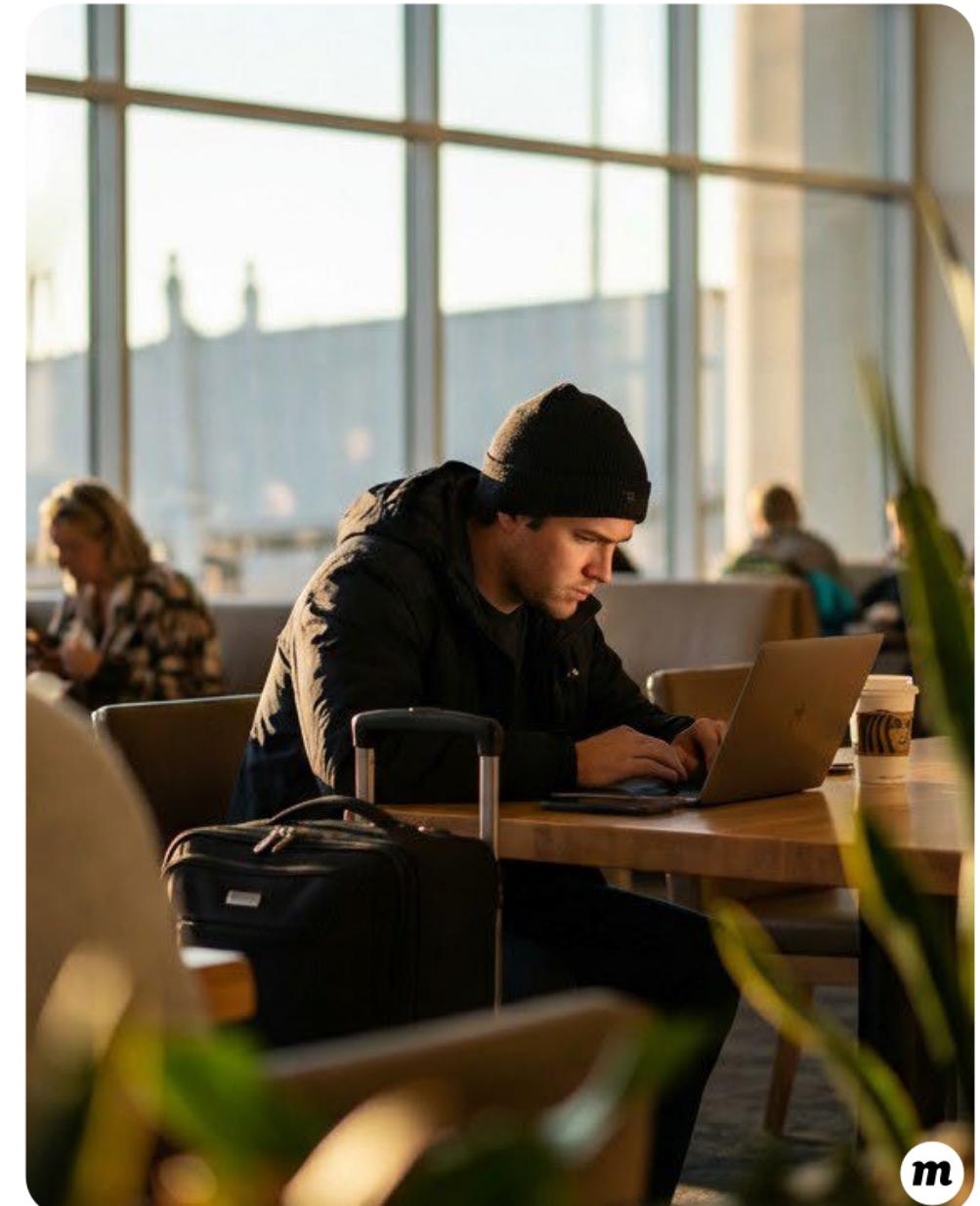
Fast-Forward

テクノロジーが猛烈な
スピードで進歩すること。

Tech Forward

テクノロジーの統合。

*Source: Bain & Company



m

08

Boost Culture



「美味しさ + α 」を求める、機能性重視の食トレンド



食事は今や、“味”と“健康のブースト”の両方を求めて選ばれるようになっています。消費者はタンパク質や食物繊維など、追加の栄養素を強く求めています。

日常の食事は、単に「味」を楽しむものではなく、「目的」に合わせて選ぶものへとシフトしています。いま、生活者は“ブースト”、つまり特別なプラスアルファを求めているのですその流れの中で、高タンパク・食物繊維強化の食品に加え、「GLP-1フレンドリー」を掲げたシリアルやプロテインバーが増加。ジュースブランドは亜鉛やマグネシウムを加えた飲料を発売し、スターバックスでさえプロテイン・コールドフォームを通じてブースト・カルチャーに参入しています。今後は、タンパク質や食物繊維を足すだけでなく、より幅広いビタミンやミネラル、そして明確な目的に合わせた機能的価値が食品に組み込まれていくでしょう。

→ *GLP-1
Friendly*

Food Economics

競争がますます激化する市場において、フードブランドにはこれまで以上に価値や魅力を高めていくことが求められる。

Fast-Track Future

予期せぬ状況や環境により、動き、計画、トレンド、または技術が計画外に加速すること。

*Source: Mintel



09

Modest Mixers



控えめに楽しむ
新しいお酒のカタチ



控えめに楽しむ 新しいお酒のカタチ

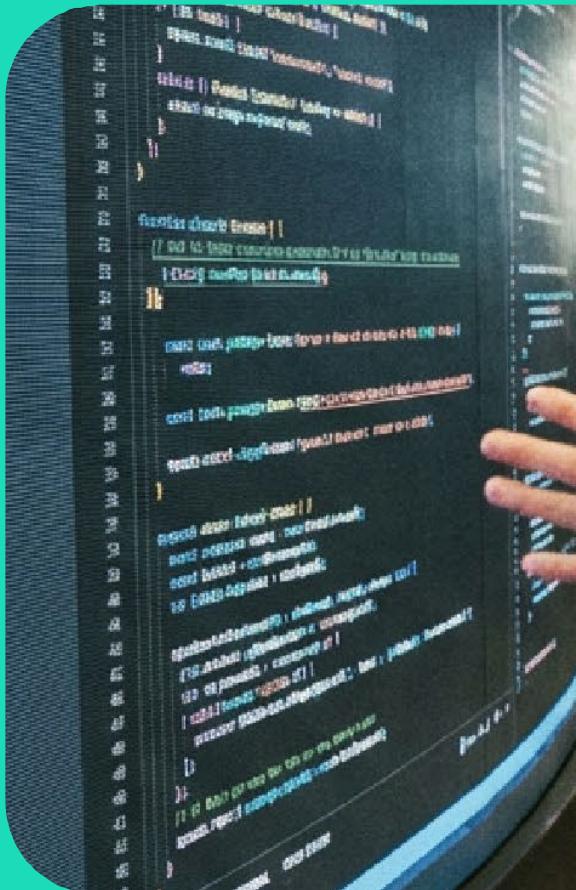
「健康にも配慮しながら、ちゃんと楽しみたい」——そんなニーズに応える新しいお酒が登場しています。通常の半分サイズのマティーニや、ホエイプロテイン入りのハードセルツァーなど、満足感はそのままに、体への負担を抑えたドリンクが増えています。「完全にやめる」か「今まで通り飲む」か——その二択にとらわれない新しい選択肢が広がっています。2026年は、こうした多機能で節度あるスピリッツがさらに成長すると予想されています。

Reinventing
Fast-Track Future
*Protein-spiked
Alcohol*



10

AI Analysis



B2BイベントにおけるAIの活用



ビジネスイベントにおける「情報の洪水」は、いま大きな課題となっています。その解決策として、AIはすでに救世主となる準備を整えつつあります。

AIは急速にイベント領域でも不可欠な存在になりつつあるものの、リアルタイム要約のような高度なツールは、プライバシーの壁に阻まれ、B2Bイベントにはまだ十分浸透していませんしかし、参加者の期待値が高まるにつれ、AIによるインサイト提供はまもなく標準化されるでしょう。これは、イベント体験を向上させ、ブランドが他社と差別化するための強力な手段となります。一方で、即時性が求められるB2Bイベントでは、複数組織・業界・地域の参加者が集まるため、許可取得やプライバシー遵守が依然として大きなハードルです。社内イベントでは試験導入が進んでいるものの、本格的な普及にはもう一步が必要です。それでも、AIが仕事や生活のあらゆる場面へ急速に浸透している今、イベント体験における高度なAI分析は、まもなく“当たり前”的な期待値になっていくでしょう。



Fast-Forward

テクノロジーが猛烈なスピードで進歩すること。

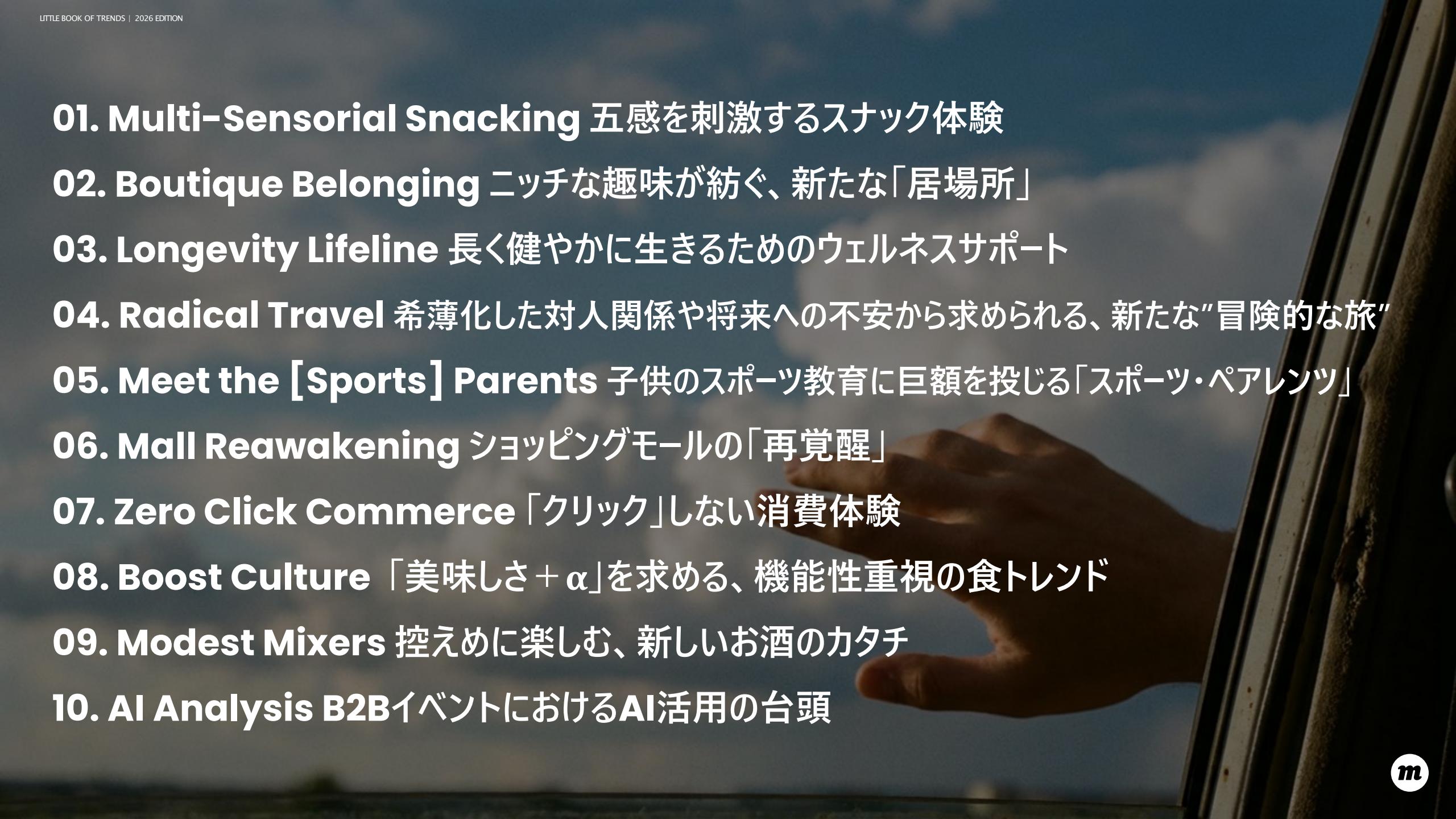


Immersion Fascination

ブランドや企業とユニークな方法でつながりたいというニーズと欲求。

AI-powered Analysis in Experiences



- 
- 01. Multi-Sensorial Snacking** 五感を刺激するスナック体験
 - 02. Boutique Belonging** ニッチな趣味が紡ぐ、新たな「居場所」
 - 03. Longevity Lifeline** 長く健やかに生きるためにウェルネスサポート
 - 04. Radical Travel** 希薄化した対人関係や将来への不安から求められる、新たな“冒険的な旅”
 - 05. Meet the [Sports] Parents** 子供のスポーツ教育に巨額を投じる「スポーツ・ペアレンツ」
 - 06. Mall Reawakening** ショッピングモールの「再覚醒」
 - 07. Zero Click Commerce** 「クリック」しない消費体験
 - 08. Boost Culture** 「美味しさ + α 」を求める、機能性重視の食トレンド
 - 09. Modest Mixers** 控えめに楽しむ、新しいお酒のカタチ
 - 10. AI Analysis** B2BイベントにおけるAI活用の台頭

Thank You !

Images have been generated with AI.

COPYRIGHT © MOMENTUM WORLDWIDE 2025. ALL RIGHTS RESERVED. THIS DOCUMENT, AND ITS CONTENTS, ARE THE PROPERTY OF AND CONFIDENTIAL TO MOMENTUM WORLDWIDE AND MAY NOT BE REPRODUCED OR TRANSMITTED WITHOUT THE WRITTEN PERMISSION OF MOMENTUM WORLDWIDE

