

生活者見立て通信 特別版



Question for One



二〇一六

MITATE
Insight
Lens



生活者の
今年の「飲料」についての
行動・意識・価値観について
QOはこう見立てます！

MITATE
Insight
Lens





右肩下がりで苦戦する「甘味飲料」の突破口は“カモフラージュ”

カモフラージュ：場・人に溶け込ませるだけでなく、

商品に新たな意味を与えて既存のパーセプションを拡張し、生活者が選びたくなる理由を追加付与する発想

見立ての背景

背景①：市場構造の変化（無糖飲料の一人勝ち）

- ・ミネラルウォーターが過去最高売上^{*1}
- ・無糖飲料が市場の50%超え^{*2}
- ・健康意識の高まりなどを背景に、甘いジュースや炭酸飲料などは
“好きでも選びにくいカテゴリ”になりつつある

背景②：選ばれる飲料の変化（TPO・見られ方の重視）

- ・会議中のストロー付き乳酸菌飲料が注意されるなど、“場にふさわしい飲み物か”を問われるシーンが増加（午後の紅茶 アップルティープラス誕生背景）^{*3}
- ・“自分をかっこよく見せたい人の水”として大ヒットした「Liquid Death」^{*4}
=自分の見え方を演出できる飲料が台頭

無糖シフトが進む中、甘味飲料には値段やおいしさだけでなく、
“場・人になじむこと”と“飲むための意味・理由の付与”が求められる。

これが流行る！

<“特定のシーン”にカモフラージュ>

『会議中専用！忍者エナジー』

会議中でも、水を飲むのと同じ自然で飲めるエナジードリンク
オフィスの会議シーンに溶け込むデザインボトル＆静音キャップ設計で、
飲んでいても気付かれない唯一無二の会議シーンに最適化されたエナドリ。

<“甘いものをただ飲むのは恥ずかしい気持ち”をカモフラージュ>

『低気圧コンディショニングフルーツジュース』

“気圧ケア”が飲む理由になるフルーツジュース
雨の日に多い“気圧由来のだるさ・むくみ・集中力低下”に特化した機能処方で
セルフケアの意味を付与。「子供っぽく見えるかも」など、選ぶのが恥ずかしく躊躇しがちな甘いフルーツジュースを、飲む意味・理由を付与することで、
堂々と飲めるものにアップデート。



生活者の
今年の「エンタメ」についての
行動・意識・価値観について
QOはこう見立てます！

MITATE
Insight
Lens





エンタメが日々を支えるリズムとして再定義

エンタメは“現実逃避のための娯楽”から“メンタル安定サプリ”に

見立ての背景

■完全なヒーローより自分の等身大に共感

夢の国やスーパーひーローではなく、自分の悩みに共感する等身大の登場人物に共感し惹かれる^{*5}。

Ex:ファーストキス、ひらやすみ、一人で死にたい、鬼滅の刃

■身の丈で“自分サイズの楽しみ”を

物価高の中で日常の中で無理なく“小さな楽しみ”を見つけて日々を彩る人が増えている^{*6}。

Ex:主婦のシール手帳、がちゃがちゃ

■自分が主役になれるものを取りに行く/作る

外部から刺激を受けたり受け取るのではなく、むしろエンタメは自分の内側を表現するものを選んで楽しんだり、また自分らしさを始める手段になりつつある^{*7}。

Ex:推され活（自分が主役となり、応援・注目される体験を楽しむ活動）、ZINE（自分の好きなことや想いを表現するために、自由に手作りする冊子）

これが流行る!

■未来予行演習型「シン・人生ゲーム」

資産形成、子育て、終活などの“よくわからない”テーマを、ポップな世界観で予行演習できるボードゲーム。

漠然とした未来の不安に対して、ゲーム上で体験しながら知識を身に付けることができる。

■超日常切り取りSNS

洗濯、掃除、ゴミ出しなどの家事や何気ない日常の達成ログを共有するSNS。映えや盛りは一切禁止で、他人からも「いいね」ではなく「お疲れ様」「頑張ってる」などのリアクションがもらえる。

自分の生活を肯定してもらうことで、自己効力感を回復させ平常心を取り戻す、「励まし合い」プラットフォーム。



生活者の
今年の「学び」についての
行動・意識・価値観について
QOはこう見立てます！

MITATE
Insight
Lens





「感情」を”学んで”おかないと、時代遅れに！？

EQ（感情知能） を育ててコントロールする、「感情学習」が今年は来る！



見立ての背景

現代社会を生き抜くために、感情と向き合うことがより重要に

①非認知能力を育てる「感情教育」が日本の教育現場で普及

欧米では常識の「SEL（社会感情学習）」が日本の教育現場でも普及し始めており、**26年度以降の必修スキルとして「感情知能」が取り上げられる^{*8}**。

②自分の感情すらもわからず、知ろうとする大人の増加

若者を中心に、自分の感情を検索する『感情検索』が増加^{*9}。また2025年には感情を知ることにフォーカスを当てた『感情戦略』という書籍が異例のヒットを記録^{*10}。

③社会問題化する共感疲労

SNSによってつらいニュースを身近に感じることにより、自分の体験ではないのに強く気持ちが入りこみ、落ちこんだり疲れたりする人が増加^{*11}。

純粹に自分をもっと知りたいし、他人ともうまく調和したい

多様な価値観の時代。純粹に自分を知りたい気持ちもありながら、他人との違いを確認し、調和の術も身に着けたい。

マイナス感情から自分を守る術を身に着けたい

客観的に自分の感情を観察することで、SNSの普及でダイレクトに伝わる悲惨な現実から自分のメンタルを守りたいという防衛反応。

これが流行る！

✓ 国算理社と同等に「感情」が扱われる時代に！ 「感情」を親子双方で学ぶ講座やトレーニングツールが出現！

子どもから、他の勉強と同じように「パパ・ママ、感情を教えて！」と聞かれ、自分が学んでいないことに困惑する親が増えるかもしれない。

そんな親子のために、親子で一緒に「感情」を学べるコンテンツやトレーニングツールが各家庭の必需品に！

(例) 大人も一緒に学べる感情テーマの絵本／子どもと一緒に見る感情教育動画／自治体や保育園・幼稚園と連動した感情教育セミナーなど

✓ リスキリングは、まず「EQ」を学べ！

「EQ（Emotional Intelligence Quotient）」とは、自分や他者の感情を認識・理解し、それを適切に管理・活用する能力。

「コミュニケーション」などにも影響し、今後社会で活躍する上で大前提のスキルとなるため、まずは「感情」を学び、社会に適応していくことが重要に。

そのためリスキリング浸透には「EQ」を学ぶコンテンツを拡充させるべきである！

(例) 感情認識力・感情活用力・感情理解力・感情コントロール力向上のための書籍/ワークショップ／企業向け「感情」教育研修プログラムなど

背景情報の補足

①非認知能力を育てる 「SEL（社会感情学習）」の普及

欧米では常識となっている「SEL（社会感情学習）」を日本の教育現場に合わせた教材が2025年度より、全国で提供開始。

小・中学生向けプログラム「ちむのわ」と高校生向けプログラム「六諭」の2つで、これまでに全国120校・35,000名以上の児童生徒へのSEL教育導入実績を持つrokuyouが、学校現場での課題と成果の両面から開発した「次世代の学びのスタンダード」となっている。^{*12}

また、静岡県教育委員会が2026年から小中学校でのSELプログラム普及を図るなど、教育現場での普及が広がっている。

静岡県教育委員会は、静岡県版SEL～新・人間関係づくりプログラム～を策定し、静岡県ポータルサイトにて発信を行っている。^{*13}

このように、**学校教育における非認知能力・感情学習の重要性が高まってきている。**

②自分の感情を確かめる大人の増加

博報堂若者研究所と株式会社ヴァリューズの共同研究によると、若者の新たな情報探索行動として、「感情検索」が発見された。

感情検索とは、物事を見聞きしたり体験した後に自分や他人の感情を検索することを指し、それによって自分の感情を少しずつ確かめ調節していると推察される。^{*9}

—感情検索の一例—

「サッカーを見ていてすごいプレーだと思ったとき、他の人もすごいと言っているかXで検索する」

「映画を見終わったら他の人がどう評価しているかをレビューサイトなどで検索。感想の中で自分があそудなと思った感想が自分の感想になる」

③社会問題化する共感疲労

精神科医が「共感疲労」に警鐘を鳴らしている。

—精神科医 藤野氏の記事より—

“地震や台風などの災害、世界各地で起こっている戦争や紛争、子どもの虐待や性犯罪など、容赦なく飛び込んでくるニュースに心を痛めている人も多いと思います。

自分の身に起きたことではないのに、ニュースに接することで被災者や被害者に共感して、自分自身がつらくなったり疲れてしまったりすることを「**共感疲労**」といいます。

そして、スマホには自分が見たニュースに関連したニュースがどんどん上がってきますから、「ニュースを見る→つらくなる→別のニュースを見る→やっぱりつらい……」という**共感疲労**のループから抜け出せなくなってしまいます”^{*11}



相手の受け取り次第でハラスメントに “何も言えない”先輩・上司が増加

「世の中における職場での上司と部下のコミュニケーションの難しさ」を描いたCMが話題

リモートワークやハラスメントへの意識が浸透し、昔のように上司が部下を飲みに誘うことが難しくなっている中、サントリーのウェブCMが話題を集めている。

—制作担当者のコメント—

働き方にオンラインが導入されるなどの物理的な制約や、一般的にハラスメントに関する意識が高まっているという背景もあり、昔のように気軽に『よし飲みに行こう！』と上司が部下に声をかけにくいという話はよく耳にしていました。本当は『後輩や部下と仲良くなりたい』と思っていても、『誘い方がわからない』『僕とは飲みに行きたくないかも』など、さまざまな思いがあるはず。^{*14}

感情を取り上げた書籍が 2025年に異例のヒットを記録

発売1年足らずで累計15万部突破！人気沸騰の
「おしゃて！サンリオキャラクターズ」シリーズ

「おしゃて！サンリオキャラクターズ」は、お子さまが未来をよりよく生きるために、幼児期から身につけておきたい知識を、サンリオキャラクターズと一緒に学ぶ絵本シリーズ。大切だけど、どう伝えたらよいかに悩むテーマを、サンリオキャラクターズの世界観で、やさしく、わかりやすく伝えます。（学研ホールディングス）^{*15}

2年前の本が再ブレイク『感情戦略』ヒットの理由

2023年1月に発売した『感情戦略』（日経BP）発売以来、順調に売り上げを伸ばしてきたが、2025年5月のカバー替えを機に再び火がつき、3カ月で1万部を超える重版となっている。最近は内面に目を向けて、自身の感情と向き合うような本が売れていることに気づき、時流に合わせ、カバーや文言を変えることでブレイク。^{*10}

感情のあるある・共感コンテンツが 話題に

『うれしいすぎるよ展』がSNSで沸騰 Z世代に受けるワケは「リアリティとポジティブな共有」

■“あるある”を通して自己分析し、 コミュニケーションのきっかけに

展示では、日常に潜むちょっとした“うれしい瞬間”や、思わず「そういうことじゃないんだよ！」と突っ込みたくなる瞬間を、イラストや写真などさまざまな形で表現している。

—若者研究の第一人者・原田氏のコメント—

「共感や会話の糸口としての役割が、『いい人すぎるよ展』シリーズにはあるのではと。“こんなのが飾ってたよ”と他の人に気軽に話したくなる魅力がある。また、取り上げられる“あるある”を通して自己分析する学生もけっこういたようです。たとえば『いい人すぎるよ展』では、自分ができない“あるある”を見ると、“自分は『いい人』にはまだまだなんだ”と反省してしまう人も」^{*16}

出典

MITATE
Insight
Lens



出典



*1：株式会社ジェイ・エム・アール生活総合研究所、J-marketing.net、2025年「猛暑に伸びる、3年連続過去最高更新のミネラルウォーター（2025年）」

*2：株式会社伊藤園、2024年「2025年4月期 上半期 決算説明会資料」

*3：キリンホールディングス株式会社、2023年「15年以上腸活に取り組んできた私が、心からほしいと思った飲み物を商品化するまで」

*4：株式会社eiicon、TOMORUBA、2022年「ただの“水”を“クールな缶”で売って売上190億円。米国発スタートアップ「Liquid Death」は何者か」

*5：株式会社文藝春秋、文春オンライン、2025年「「何も起きないけどなんかいい」“考察ブーム”的反対をいく作風に反響...ドラマ『ひらやすみ』が異例のヒットを遂げた“納得の理由”」

*6：株式会社サイバーエージェント、Ameba、2025年「主婦のシール帳が人気なのは、身近な小さな楽しみを見つけたいから」

*7：株式会社PR TIMES、PR TIMES、2024年「株式会社入船 | 11月4日「いい推し活の日」！私だって推されたい！“出待ち”や“サインをねだられる”など、憧れの「推され体験」ができる」

*8：株式会社 静岡新聞社、静岡新聞DIGITAL Web、2025年「予測不能な社会を生き抜く力に...小中学校で「SEL」来年度から普及へ 対人スキルや感情コントロール学ぶ」

*9：株式会社ヴァリューズ、マナミナ、2023年「Z世代特有の意思決定行動と「感情検索」から見えてくるデジタルとの付き合い方とは～博報堂若者研究所とともに消費者データから読み解く若者のリアル | 「VALUES Marketing Dive」レポート」

*10：株式会社 日経BP、日経BOOKPLUS、2025年「2年前の本が再ブレイク 『感情戦略』ヒットの理由」

*11：株式会社東洋経済新聞社、東洋経済ONLINE、2025年「都市伝説や予言、暗いニュースを見て不安になる人が増加中？精神科医が教える《感情の境界線》の守り方。不安や心配はどうすれば軽くなる？」

*12：株式会社PR TIMES、PR TIMES、2025年「株式会社rokuyou | 欧米では常識「社会性と情動の学習(SEL)」日本の教育現場に合わせた教材が全国提供開始」

*13：静岡県、2025年「静岡県版SELポータルサイト」

*14：株式会社 朝日新聞出版、AERA DIGITAL、2024年「サントリー「飲みに誘うのムズすぎ問題」に共感の嵐 辻愛沙子さんも「金曜夜に誘うのはよくないかな」社員との距離感に悩み」

*15：株式会社PR TIMES、PR TIMES、2025年「株式会社 学研ホールディングス | 累計15万部突破！ サンリオキャラクターの人気絵本シリーズに『ふわふわことばでなかよくなるほん』が新登場！ シナモンたちのニコニコ笑顔が見られる癒しの一冊。」」

*16：株式会社双葉社、ピンズバNEWS、2024年「『うれしいすぎるよ展』がSNSで沸騰 Z世代に受けるワケは「リアリティとポジティブな共有」専門家が分析」



ご清聴いただき、ありがとうございました！

Thank you



[完全版資料はこちらから](#)

QOの見立てを使ったマーケティングサポートに興味がある方は、ぜひお問い合わせください

生活者見立て通信の解説や施策活用のご相談など承っております。

※詳細は下記「フォーム」にご記入頂き、お気軽にお声がけください。



[お問い合わせフォーム](#)



<https://mitate.insight.lens.q4one.co.jp/>

生活者見立て通信



QO株式会社

