

2022年2月9日
ピクスタ株式会社

検索ワード、販売動向から写真・イラスト表現の2022年トレンドを予測 「Creative Trend 2022」発表

2022年3月9日（水）デザイナー向けオンラインイベントも開催

ピクスタ株式会社（東京都渋谷区 代表取締役社長：古俣大介、東証マザーズ：3416、以下「ピクスタ」）が運営する、写真・イラスト・動画・音楽素材のマーケットプレイス「PIXTA（ピクスタ）」（<https://pixta.jp>）は、PIXTA サイト内で検索されたキーワードと販売された写真・イラストを分析し、2022年の写真・イラストのトレンドを考察した「Creative Trend 2022」を発表いたしました。

コロナ禍で過ごす中で生まれた人々の感情や、社会課題がビジュアルにも投影された予測結果となりました。



Creative Trend 2022: <https://pixta.jp/creative-trend/2022>

■ Creative Trend とは

「Creative Trend」とは、社会背景と写真・イラストのビジュアルトレンドをかけ合わせて分析・考察した「これから求められるテーマとビジュアル表現」を指しています。

日本最大級のストックフォトサイト（※）を運営する PIXTA でプロジェクトチームを発足し、日本の社会トレンドと、PIXTA を通じて日本で購入された写真・イラストの傾向、検索キーワードの変化上昇率（前年比）を元に分析。2022 年により求められるだろうテーマとそのビジュアル表現について考察したものです。

※ストックフォトとは、広告等で使用される予め用意された画像素材（写真・イラスト・動画素材）を指します。

■ Creative Trend 2022～2022年のトレンドを考察～

【トレンドテーマ】

■わたし、だけじゃない

気軽に会えない世の中だからこそ、共感できるものがより強く求められています。心が動くエモーショナルなものや、ちょっとダメな自分も含めてリアルにさらけ出したビジュアルが求められています。



■自粛からの反動

抑制された日常で刺激をくれるものはスマホの中の情報ぐらいの今、やさしいだけのビジュアルでは足りません。刺激的で挑発的、違和感や毒気、あるいは目を奪うほどの煌めきが画像にも期待されています。



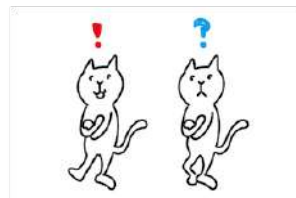
■価値観のゆらぎ

メタという新たな空間と価値観、ジェンダーへの考え方の変化、SDGsに対する意識など、今までの常識や美德とされていたことが変化している中、新たな価値観やこれから訪れるだろう新たな常識の世界を描くことが求められています。



■誰もがクリエイターになれる世界

創作活動は限られた一握りの誰かに許されたものではなくなりました。ツールや環境の進化に伴い、老若男女、等しくクリエイターでいる時間を持っています。クリエイティブがより身近になっている姿こそこれからの時代の姿です。



【表現トレンド】

■漫画とアニメ

リアルでなければ共感されないのが今の時代。でも生々し過ぎると見ていて辛い。わかりやすさや伝わりやすさも求めたい。その結果、漫画やアニメといった表現手段が注目されています。



■インパクト勝負

情報洪水と言われて久しい今、表現の世界においても「目に止めてもらうこと」の競争は激化しています。わかりやすさにプラスαのインパクトを持つ「勝てる画像」が求められています。



■線を活かす

イラスト表現は手書き感あるアナログ表現からデジタル表現への回帰が起きています。直線や図形を取り入れて構成された絵柄が好まれる傾向にあり、シンプルな線が活かした表現に需要が集まっています。



詳細は「Creative Trend 2022」特設サイトをご覧ください。

<https://pixta.jp/creative-trend/2022>

■ピクスタ株式会社 クリエイティブ・ディレクター 筑城 俊よりコメント

「トレンド」には時代の趨勢(すうせい)、つまり、これからどのようなありさまが顕在するかという展望も意味として内包されます。「クリエイティブトレンド」を発表させていただけることは、デジタルコンテンツをファインダーに社会の今と未来を見つめ続ける私たちの姿勢を体現するものであります。

これもひとえに、PIXTAで自己表現をされるクリエイターの皆さまと、ご愛顧いただくユーザーの皆さまによって生まれる無数のビジュアルがあつてのもので、この場を借りて御礼申し上げます。

誰もが表現する術を持ち、ビジュアルの流通量が圧倒的に高まる中で、ビジュアルコミュニケーションには「上手い・きれい」を超えた「意味・共感力」の強さが問われています。

ビジュアルトレンドは資本主義における市場活性の一要素として用いられることが多いですが、裏を返せば、「意味」を提示し社会の「共感」を十分得るに値する、数々の死線をくぐり抜けてきた(いく)クリエイティブとも言えます。そしてそのトレンドの発端は、小さな個の思想や信念であることも見逃せません。

社会の今と未来を見つめ続ける中で、ビジュアルクリエイティブの根幹にあるそんな個の思想や信念が集積・拡散される場にPIXTAはなっていきたいですし、その一環として今回発表させていただいた7つの「クリエイティブトレンド」がより社会の共感を創造していくことを願っております。



ピクスタ株式会社
PIXTA 事業本部 コンテンツ部
クリエイティブ・ディレクター
筑城 俊

■「伝える」生業の人々へ送るイベントを2022年3月9日に開催

デザイナーをはじめ、ビジュアル表現を通じて世の中に発信する生業の人々を対象に、「Creative Trend 2022」を深掘りすると共に、電通アートディレクター・うざきひろみ氏をゲストに迎え、2022年のクリエイティブに何が求められていくのかを考察し対談する無料オンラインイベントを開催します。

[概要]

題名: クリエイティブ業界人必見! 2022年ビジュアルトレンド

日時: 2022年3月9日(水)20:00~21:30

会場: オンライン(Zoom)

ゲスト: アートディレクター うざきひろみ氏

参加費: 無料

対象者: 画像を活用したビジュアル表現に携わる人など

申込: <https://creative-trend2022.peatix.com>

◆ アートディレクター うざきひろみ氏より

2021年はコロナにも慣れ、異常から日常へ変化した年だったと思います。

年始にかけてまた爆発していくコロナの波にまた翻弄されていますが、翻弄されることにも個人的には慣れてきてしまった印象です。

今はさまざまな変化を受け入れやすい状態になっているのかもしれませんが、今後、より幸せに生きるための変化をコロナをきっかけにどんどん進んでいけばいいなと感じています。

その中でクリエイティブはどう変化していくのか、全然予想はつきませんが、私が大切にしていることなどをお話しできればと思います。



<うざきひろみ氏プロフィール>

東京藝術大学デザイン科卒業後、電通に入社。

デザイン制作だけでなく、全体の企画やブランディングなども行っています。

色を使ったポップなデザインが得意です。

実績

LuLuLun CLEANSING、ORGANIC パッケージデザイン

サン・マルコ食品「COROMORE」パッケージデザイン

Yahoo!JAPAN「BOSAI DIVERSITY」

KDDI「意識高すぎ高杉くん」シリーズ

日清食品「ほぼイカ」「マキシマム ザ 輝夜月」

KATE など

■ PIXTA について

「PIXTA」はプロ・アマチュア問わず誰もが自ら制作した写真・イラスト・動画・音楽をインターネット上で売買できる国内最大級のデジタル素材のマーケットプレイスです。7,000万点以上のコンテンツを日本を中心に、アジア各国の生活・文化にそった豊富なアジア素材が特徴です。現在は、英語、中国語(繁体字)、韓国語に対応し、アジアのクリエイティブ制作分野の人々から高い支持を受けています。



PIXTA URL:
<https://pixta.jp>

【会社概要】

社名:ピクスタ株式会社 (東証マザーズ:3416)

設立:2005年8月25日

所在地:東京都渋谷区渋谷三丁目3番5号 NBF 渋谷イースト7階

TEL:03-5774-2692 FAX:03-5774-2695 URL:<https://pixta.co.jp/>

資本金:325,687千円(2021年9月末時点)

代表取締役社長:古俣 大介

事業内容:デジタル素材のオンラインマーケットプレイス「PIXTA」の運営、法人向け出張撮影・カメラマンサービス「PIXTA オンデマンド」の運営、出張撮影プラットフォーム「fotowa」の運営

子会社:スナップマート株式会社、PIXTA ASIA PTE. LTD.、PIXTA VIETNAM CO., LTD.

■取材に関するお問い合わせ先■

ピクスタ株式会社 経営企画部 広報担当:小林

TEL:03-5774-2692/FAX:03-5774-2695/MAIL:pr@pixta.co.jp

※当社は現在「リモートワーク主流の働き方」に移行しております。

※恐れ入りますが、お問い合わせはメールにてお願いいたします。