

この情報は、Innova Market Insights社のデータベースを利用して当財団が独自で作成したものです。当財団はこの情報を用いて行う判断について責任を負うものではありませんので、ご了承の上ご活用ください。

オランダを拠点とする食のマーケティングリサーチ企業・INNOVA MARKET INSIGHTSでは、世界に影響を与える政治や経済、環境的な背景、消費者のライフスタイルや消費活動、新製品などあらゆる観点から1年のトップ10トレンドとして今の世界のトレンドを詳細に分析しています。今回は、12月に発表されたばかりの世界の食品トップ10トレンドから、中でも日本に影響のありそうな3つをご紹介します。

世界の食品トップ10トレンド - 今年も原材料に関するトレンドが第1位に

2024年

- ①スポットライトを浴びる原材料
- ②自然を育む: サステナブルを超えたアプローチ
- ③予防が最優先
- ④プラントベース: 馴染みあるスタイルへの応用
- ⑤ローカルの魅力、世界へ
- ⑥自宅で料理を楽しむ
- ⑦嗜好品も楽しんで健康促進
- ⑧可能性に満ちた海
- ⑨水分補給イノベーション
- ⑩過剰な情報の最小化

2025年

- ①原材料の価値訴求
- ②ウェルネスの細分化
- ③大胆な組み合わせのフレーバー
- ④腸内環境
- ⑤プラントベース: 植物の在り方を見直す
- ⑥気候への対応
- ⑦食と美容
- ⑧伝統の新たな解釈
- ⑨メンタルヘルス向け食品
- ⑩広がるAI活用

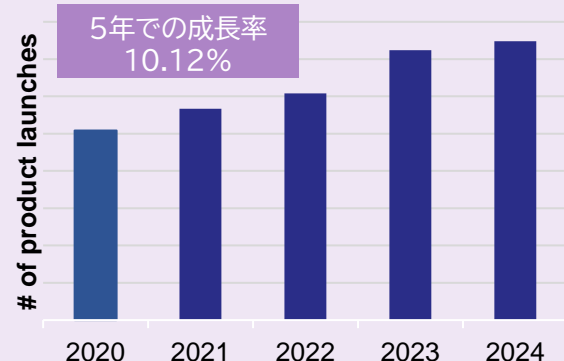
2025年のトレンドのポイント

- ・変化が著しい近年だが、今年のトレンドは特に、変化が激しく不安定な現代の特徴が顕著に現れたトレンドとなった。
- ・今年もトレンド第1位は「原材料」に関するもの。
- ・サステナブルについては、第6位「気候変動」への対応が注目される。
- ・プラントベースについては、加工度が少ないナチュラルなものがトレンドに。
- ・健康に焦点を当てた食品の増加に伴い、第9位「メンタルヘルス」として心の健康がより具体化され4年ぶりにランクイン。

トレンド①原材料の価値訴求 - 単なる原材料としての訴求だけでなく、品質を訴求することが他社との差別化を図るカギに

主役となる原材料に注目がおかれ、人気の原材料パッケージをいたるところで見かけた2024年のトレンドから、飽和状態となった原材料訴求からどのように差別化を図るか、プラスアルファの訴求をすることが2025年のトレンドとなった。情報社会により消費者が過剰な情報のパッケージに対する不安を感じ、企業や社会への不信感が増えたことが背景のひとつである。消費者が求める品質を細分化・理解し、単なる原材料としての訴求だけでなく、品質を訴求することが他社との差別化を図るカギとなる。

「プロテイン」を訴求した新商品発売点数(全世界)



Trend #1 Ingredients: Taking the Spotlight

2024 - 主役となる原材料を見つける

現代のスタンダード: プロテインがいたるところに

Australia, Sep 2024 | Germany, Sep 2024 | Ireland, Aug 2024 | US, Sep 2024

課題は・・・

- ・再現が容易
- ・独自性の欠如

「プロテイン」だけでなく、その素材となる「大豆」なども品質訴求がポイントとなる。

2025 - どう差別化するか?

品質を軸にした一貫したストーリーの構築

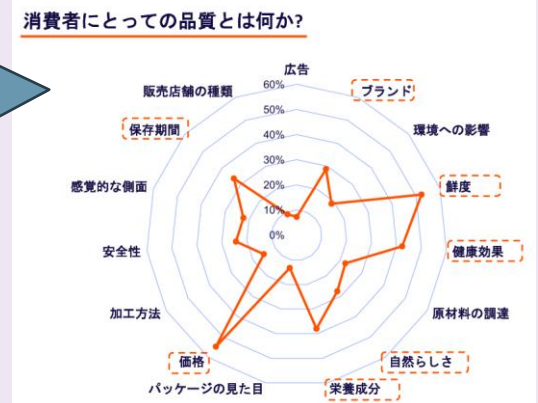
#1 製品の品質が食品・飲料ブランドにおいて消費者にとって最も重要な要素

US, Sep 2024

“30g 持続吸収型 プロテイン”

INNOVA MARKET INSIGHTS独自の消費者アンケートによる、世界の消費者が求める品質を細分化した図。「価格」「鮮度」が品質の要素として特に高い。

2023年から急成長し、飽和状態となったプロテイン訴求製品の差別化を図るため、アトキンス社(アメリカ)は持続的に吸収されるプロテインを発売。



トレンド③大胆な組み合わせのフレーバー – 味だけでなく素材や文化など大胆に融合した製品が注目

これまで、他国の料理を自国でアレンジしたものや異なる二つの味を融合させた「フュージョン料理」は多く見られたが、2025年では味だけでなく素材や文化など、これまで以上に大胆で複雑な組み合わせがフォーカスされ、第3位にランクインした。



日本食材を使った、日本では見られない海外の大胆な組み合わせ例

<p>パイナップル、生姜、味噌を入れたドレッシング</p> <p>United States, Dec 2020</p> <p>VIEW DETAILS</p>	<p>照り焼きにはちみつを混ぜた手羽先用ソース</p> <p>United States, Dec 2024</p> <p>VIEW DETAILS</p>
--	--

クリックすると製品詳細が見られます

トレンド⑧伝統の新たな解釈 – 自国と世界各国どちらも「本物の」伝統を大切にしたいと考える消費者が増加

「世界各国の料理を試したい」という消費者が増えローカルの魅力が世界中に広がった2024年から、2025年では、自国と世界各国どちらも「本物の」伝統を大切にしたいと考える消費者が増加。デジタル化の影響により消費者が「懐かしさ」を求めるようになり、昔ながらの伝統的なレシピに基づいて作られたものが注目され始めている。



アメリカで作られた、イタリア伝統の Pasta Sauce。これまでのような海外でアレンジされたものでなく、伝統的なレシピに沿って作られている。

「昭和レトロ」が若い世代から人気を集めているのと同様に、デジタル化の影響により、その時代を知らないミレニウム世代からも「伝統」が注目されるようになった。

まとめ

- ・全体: 変化が著しい近年だが、今年のトレンドは特に、変化が激しく不安定な現代の特徴が顕著に現れたトレンドとなった。
 - ・トレンド①原材料以上の価値訴求: 飽和状態となった原材料訴求からどのように差別化を図るかがカギとなる。
 - ・トレンド③大胆な組み合わせのフレーバー: 味だけでなく素材や文化など大胆に融合した製品が注目されている。
 - ・トレンド⑧伝統の新たな解釈: 自国の伝統と世界各国の伝統どちらも大切にしたいと考える消費者が増加。
- ⇒世界の2025年のトレンドを通して、自社に取り入れるという非現実的な話ではなく、日本の人口減少が進み国内外関わらず(輸出だけでなくインバウンド含む)今後取引の可能性が増える海外市場について、世界の消費者の考えやトレンドの流れを知ることが大切。

参考データ

・Innova Database

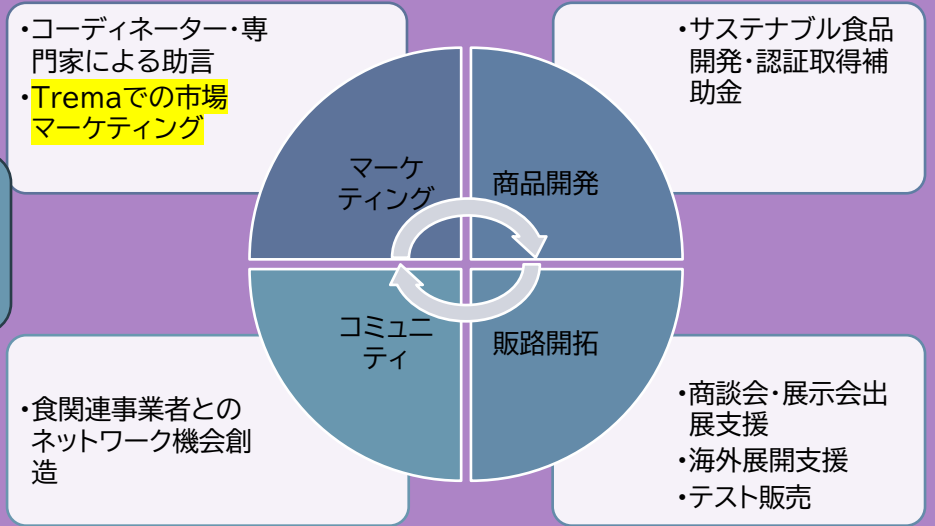
海外市場視察に行く前に Tremaを活用しませんか？

本レポートでは、食関連事業者が販路開拓や商品開発を検討していく上で、基本的な情報を提供しています。しかし、実際にターゲットを選定し、事業計画を立て、事業を進めていくためには、個別の情報収集や課題解決が必要となってくるでしょう。

「Trema」オリジナルレポートでは、世界90カ国の膨大な新商品情報が蓄積されたデータベースを活用し、貴社が求める情報を集めたマーケティング支援を行っています。

また、食産業振興課では、商品開発から販路拡大まで一社一社に合わせた伴走型支援を行っています。

ご興味ございましたらぜひ下記お問い合わせ先までご連絡ください。



お申込み・お問合せ先

TEL : 011-820-2062
E-mail : food_kikaku@sec.or.jp
HP : <https://sec.or.jp/hanro-kakudai/>

