

この情報は、Innova Market Insights社のデータベースを利用し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。

### 「FOODEX JAPAN 2025」とは

「FOODEX JAPAN 2025」は、日本全国、世界の食品・飲料が揃うアジア最大級の総合展示会です。第50回となる今回は、3月11日～14日の4日間東京ビッグサイトで開催され、主催者によると、72,151人が来場し、出展者数は74カ国から2,930社となりました。本レポートでは、「FOODEX JAPAN 2025」から見られた世界の最新食トレンドをご紹介します。

### INNOVA社が発表した世界の2025食トレンド



### FOODEX JAPAN 2025から見られた食トレンド

- ①原材料の価値訴求
- ③大胆な組み合わせのフレーバー
- ⑧伝統の新たな解釈

### トレンド① 原材料の価値訴求

INNOVA社が発表した世界の2025食トレンド第1位と同様に、「FOODEX JAPAN 2025」でも、世界各国のブースで原材料の価値訴求をした商品の展開が目立った。原材料訴求がトレンドとして第1位になったのは2024年からであり、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年のトレンドとして挙げられている。

①グアバ粉 From メキシコ

100%ナチュラルのグアバ粉。地元果樹園からとれたグアバのみを使用しており、パスタやパンケーキに使用できる。



Vfresh Artichoke Tea

②お茶 From ベトナム

ベトナムで採れたアーティチョークの葉から作られたお茶。シュガーフリー、カフェインフリー、ゼロカロリー。



About Us - Jappi Qro

③ジャム From メキシコ

地元でとれたフルーツの端材を使用した、砂糖不使用のフルーツジャム。



### トレンド③ 大胆な組み合わせのフレーバー

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」だけでなく、素材や文化などが融合した、これまでに以上に大胆で複雑な組み合わせが目目されている。

①タコスキット From スウェーデン



メキシコ伝統料理であるタコス、を、挟むのではなくのせるスタイルに変えたタコスキット。

②チップス From カナダ



これまで塩やBBQなど無難な味展開していたが、新商品としてメキシコの香辛料チポレを使ったレッドチェダー味を発売。

Dare Foods

### トレンド⑧ 「伝統」の新たな解釈

2025年のトレンドでは、伝統的な製法に加え、料理や食材が新たな形で製品化されているものが多く見られた。

①飲料 From 韓国



キムチメーカーならではの熟成行程で作った飲むキムチ。すっきりさとコクを取り入れた健康食品。

나리찬

② From イタリア



イタリアの伝統料理に基づいて作られた、パプリカとグリルポテトのスキレット。

Prodotti

# 「フローズン オブ フューチャー」で注目の商品

「FOODEX JAPAN 2025」では、新商品やイノベーションをキーワードに、バイヤーと一般消費者らによって選ばれた日本の冷凍食品を表彰する「フローズン オブ フューチャー」を発表している。

**【惣菜部門】**  
 ニッポン「いまだきごはん 彩りスープカレー&ターメリックライス」  
 いまだきごはんシリーズは、外食で人気のメニューが手軽にご家庭で楽しめる商品。「自宅で本格料理」をコンセプトに作った13種のスパイスが香る本格スープカレーは、北海道の有名店をベンチマークに開発。  
[いまだきごはん 彩りスープカレー | ニッポン公式通販](#)  
[【ニッポンダイレクト】](#)

**【アイスクリーム・デザート部門】**  
 ハーゲンダッツジャパン「スプーンクラッシュ あふれるショコラ 濃い抹茶」  
 スプーンクラッシュシリーズは、2023年春に誕生した五感を刺激する体験型アイスクリームシリーズ。第2弾となる今回は、薄く広がったチョコをスプーンで割った下から抹茶ソースがあふれ出す抹茶味を発売。  
[ミニカップ SPOON CRUSH\(スプーンクラッシュ\) | ハーゲンダッツジャパン Häagen-Dazs](#)

**【ヘルス&ウェルネス部門】**  
 千房「国産米粉のお好み焼」  
 国産米粉を使ったグルテンフリーのお好み焼に、健康力をサポートする乳酸菌「シールド乳酸菌®」を100億個配合した商品。インバウンド需要が高まる大阪の影響で、グルテンフリー商品への取り組みを開始。  
[国産米粉のお好み焼 | 大阪お好み焼 千房ネットショップ公式通販](#)

## 番外編：海外ブースの作り方・魅せ方例

2,930社いた出展者のうち、海外企業は1981社。海外ブースは国ごとに変わった装飾を行っており、各国の特徴や世界全体に通じる食トレンドが見られました。食トレンドの前に、各国のブースの作り方や商品の魅せ方で興味深かったものをいくつかご紹介します。



アメリカの紅茶メーカーのブース。背面パネルにUSAオーガニック認証やレインフォレスト認証など、取得している認証や訴求ポイントを分かりやすく示している。

アメリカのシリアルメーカーのブース。FOODEX出展用に、通常パッケージに日本語のデザインを貼り付けし、見やすいように対応。



メキシコのジャムメーカーのパンフレット。会社ストーリー、商品のこだわりを消費者が伝わるよう記載している。



「BEYOND PACKAGING」メキシコの包材メーカーのブース。インパクトのあるキャッチコピーが来場者の目を引いていた。



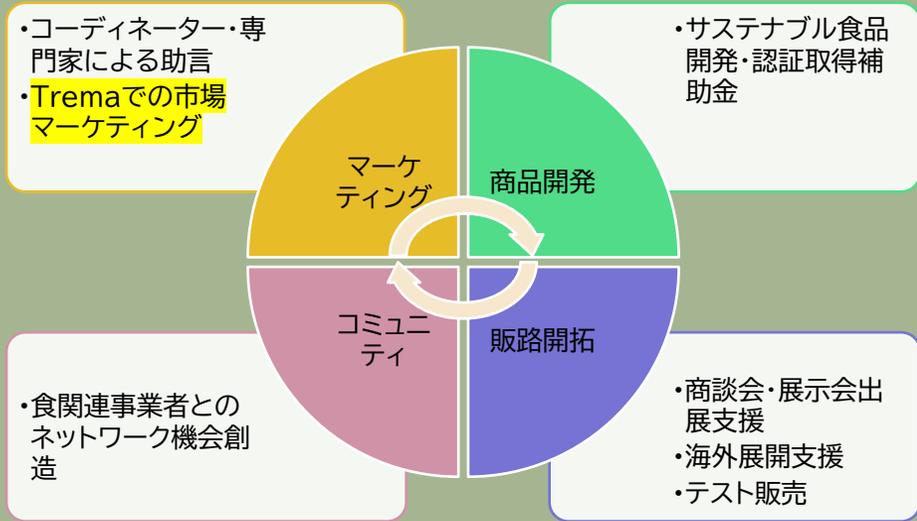
ストーリーのほか、商品ラインナップと裏面表示をわかりやすくまとめており、

# より効果的に展示会に出展するために必要なこと

本レポートでは、「FOODEX JAPAN 2025」から見られた世界の最新食トレンドをご紹介しました。Tremaのような客観的な市場データ・トレンド情報を知ったうえで、実際に展示会に出展することで、バイヤーとより効果的なコミュニケーション・商談ができると思います。

「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/>

