

<もくじ>

1. アメリカの2025年トップフレーバートレンド

2. トレンド①安らぎや気分の高揚

3. トレンド②本物らしさ

4. トレンド③冒険的なフレーバー

5. 日本企業がアメリカ向け食品輸出を検討する際に

- ◆ 本レポートでは、Innova Market Insights（イノバ・マーケット・インサイト）社*のデータベースを採用し、データベースで見られる小売店（スーパーマーケット、コンビニエンスストア等）での製品発売点数を中心とする製品情報及び現地専門家による分析レポートより、必要な情報を抜粋し本レポートにまとめています。

*Innova Market Insights社…オランダ・フードバレーに本社をかまえる食品トレンド分析に強みを持つグローバルリサーチ企業。1億5000万点のデータと30年にわたる食産業での実績を持つ。世界主要都市（90か国）でのセミナーや、食品トレンドメディアサイトも運営。



- ◆ 「VIEW DETAILS」と記載のある商品は、クリックすると 製品の詳細（価格、原材料、生産国など）が見られます。同様に引用欄からも現地企業情報や食品にまつわる記事が見られるものがあるので、翻訳ソフトを活用しご利用ください。
- ◆ 本レポートのWEBサイト等第3者が閲覧できるSNSへの転載は禁止です。社外利用希望の場合は、必ず財団に共有先と利用目的を事前報告ください。
- ◆ この情報は、Innova Market Insights社のデータベース等を利用し、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、ご了承の上ご利用ください。

アメリカの フレーバートレンド

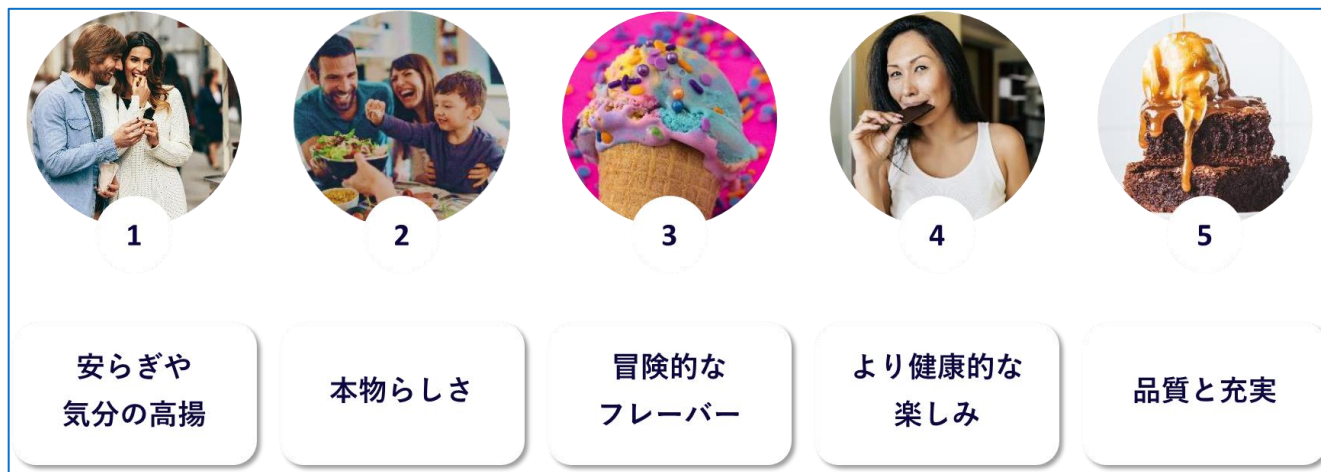

Report

Vol. 26 2025年8月

アメリカの2025年トップフレーバートレンド

- 1位「安らぎや気分の高揚」全世界の食トレンド2位「ウェルネスの細分化」からもわかるように、多くの消費者にとって身体だけでなく心の健康が最優先事項とされていることが理由のひとつとされる。
- 2位「本物らしさ」全世界の食トレンド8位「伝統の新たな解釈」からもわかるように、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。
- 3位「冒険的なフレーバー」全世界の食トレンド3位「大胆な組み合わせのフレーバー」からもわかるように、味だけでなく素材や文化が大胆に融合した製品が注目されている。

アメリカの2025年トップフレーバートレンド



Source: Innova Reports : US Flavor Trends: The Consumer Experience

※今回の調査では、INNOVA MARKET INSIGHTSが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分析し、毎年発表している、2025年食のトップ10トレンドをもとに、アメリカのフレーバーに影響を与える背景について分析を行いました。

全世界の2025年食のトップ10トレンド

- 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

トレンド①安らぎや気分の高揚

- アメリカの消費者にとって「精神的に健康であること」は健康目標の中で最重要事項である。中でもストレスを解消できる心の健康を意識した製品が増加している。
- 心の健康を手助けする機能的な素材を親しみのある心地よい味とブレンドすることで、アメリカの消費者に安らぎを与え、気分を高揚させることに繋がっている。

#1

米国の消費者にとって、精神的に健康であることは一番の健康目標である

メンタルヘルスに関する消費者の主な懸念事項(US, 2025)

- 1 ストレスと不安
- 2 うつ病
- 3 睡眠と不眠症

機能性

21%

米国の消費者は、気分を高めることがフレーバーの最も重要な点であると回答

7種類の機能的な植物を独自にブレンドし、心と身体をつなぐ意識した自然派エナジードリンク

[Lotus Plant Power | Plant Based Energy](#)

United States, Jun 2025

カフェインフリー & 植物ベースの機能的なスパークリングウォーター

[Sēkwl Beverage House - Adaptogenic Sparkling Waters](#)

United States, Jun 2025

心地よさ

「心地よい」と好まれるフレーバー

- 1 ブラウンフレーバー (チョコレート、コーヒーなど)
- 2 クリーミーでリッチな味わい

「心地よい」と好まれる食感

- 1 クリーミー
- 2 なめらか

Nestle社のコーヒークリーマーブランド「Coffee Mate」では、人気チョコレート「キットカット」風味のクリーマーを発売。

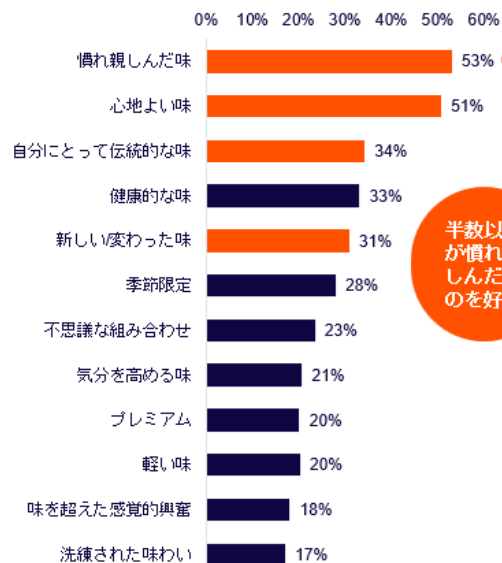
United States, Aug 2024

Source: Innova Reports : US Flavor Trends: The Consumer Experience

トレンド②本物らしさ

- 食事に最も影響を与える味について、アメリカでは、慣れ親しんだ味を好む消費者が半数以上を占める一方、エスニックフレーバー食品の年平均成長率は15%を増加傾向にある。中でも急成長しているのは南アジアをはじめとするアジアフレーバー。
- 伝統的な味と技法を用いながらも現代的な魅力や現地に合わせた要素をプラスすることで、伝統と新しい価値観を融合させたフュージョン料理が注目されている。

食事に最も影響を与える味は？ (US, 2024)



半数以上が慣れ親しんだものを好む

一方で...

+15% エスニックフレーバー食品の年平均成長率
(US, CAGR 2022-2024)

急成長しているエスニックフレーバーのサブカテゴリー(US, 年平均成長率 2022-2024)

南アジア+51%

ラテンアメリカ+21%

アメリカン+17%

米国の消費者が伝統的な味を求める食品カテゴリーTOP3

ソース / 調味料 / トッピング

パン / パン製品

砂糖菓子

Ihola Churrosが発売したスペインの伝統菓子チュロス。通常朝食や間食として食べられるが、アメリカ市場向けには持ち帰りできる手軽さや大量調理への対応を重視。また、シナモンシュガー味はアメリカ人の嗜好に合わせたアレンジ。



[Churros.com](https://www.churros.com) | [Churros.com](https://www.churros.com)



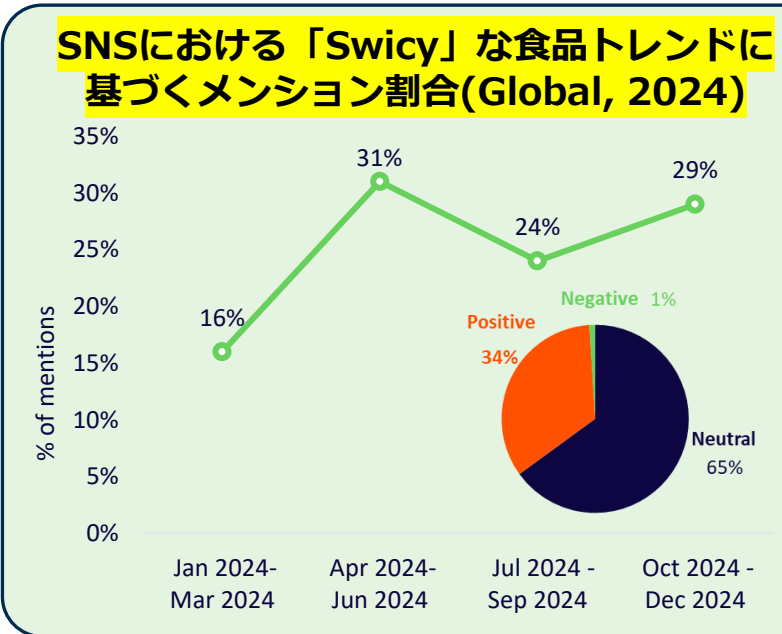
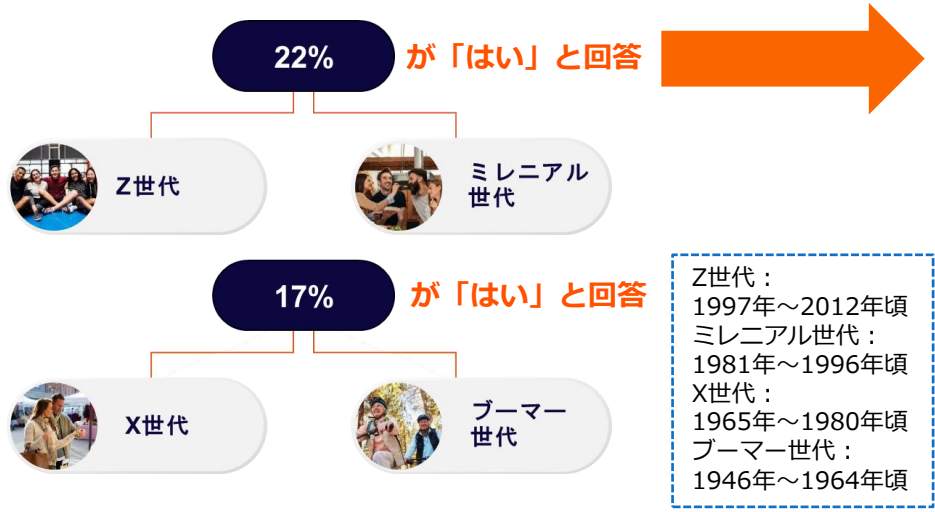
アメリカの小売大手 Trader Joe's がPB商品化した Kanom Krokは、タイの伝統的な屋台ココナッツスイーツ。馴染みのある「パンケーキ」という言葉でわかりやすくネーミングしたほか、作り方がわからないアメリカ人向けに電子レンジでの温めのみという利便性重視の商品にしている。

Source: Innova Reports : US Flavor Trends: The Consumer Experience

トレンド③冒険的なフレーバー

- 一部のZ世代とミレニアル世代は、食の楽しみを生み出す新しい味に積極的。企業は好奇心旺盛な消費者向けに、鮮明に記憶に残る、大胆で意外性のある味の組み合わせや限定発売でアピールすることが重要となる。
- 大胆で意外性のある味の組み合わせとして注目されているのが“Swicy”という言葉。「sweet（甘い）」と「spicy（スパイシー）」を掛け合わせた造語であり、SNS上でトレンドになるなど若者の間で流行になりつつある。

「新しい味の発見は、食の楽しみを生み出す最も重要な原動力である」(US, 2024)



Hungryboyは、アメリカのYouTubeで人気の“The Boys”によるブランド。“Swicy”というコンセプトで、sweet（甘い）+ spicy（スパイシー）の絶妙なバランスのホットソースを発売。

「いちご、メープルシロップ、ハラペーニョ入り。ユニークで風味豊かな、完璧なスパイシーソースです。」

[The Strawberry Donut - hungryboy™](#)

United States Apr 2025

Source: Innova Reports : US Flavor Trends: The Consumer Experience
 Innova Market Insights, [Food Ingredients First](#), Innova Database

日本企業がアメリカ向け食品輸出を検討する際に

- ◆トレンド①安らぎや気分の高揚：日本ならではの安らぎや落ち着きを与える素材（抹茶、柚子、緑茶、発酵食品など）は、ストレス解消・気分向上の文脈でアピールできる。
- ◆トレンド②本物らしさ：日本の伝統食材や製法（味噌、醤油、出汁など）は、本物の味として強い武器となるだろう。現代的アレンジとして、フュージョン型商品（例：味噌＋チーズ、抹茶スイーツ＋プロテイン）で差別化。
- ◆トレンド③冒険的なフレーバー：「甘じょっぱい」「旨辛」など日本独自の味覚を活用し、“Swicy”のような新奇性（例：柚子胡椒＋はちみつソース、七味唐辛子入りキャラメルスナック）を打ち出す。見た目・ストーリー性を重視し、SNSを活用することも販売戦略のひとつ。

Trema で貴社だけの食品最新情報をキャッチしませんか？

本レポートでは、アメリカのフレーバートレンドについてご紹介しました。Tremaでは、世界90カ国のデータから他の国のフレーバートレンドとその詳細や、貴社に合わせた海外情報を収集することができます。

輸出向けの商品開発、海外販路開拓の情報収集、海外視察・商談の前などにぜひご活用ください。

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/>