

<もくじ>

1. 世界のトップ10トレンド

2. トrend①原材料の価値訴求

3. トrend③大胆な組み合わせのフレーバー

4. トrend④腸内環境

5. トrend⑦食と美容

6. まとめ

- ◆ 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。

世界の潮流から読み解く アジア食品トレンド


Report

Vol. 28 2025年10月

世界のトップ10トレンド

※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トレンドの中から、特にアジアで特徴的なものを抜粋し、トレンド分析を行いました。



産業と消費者に影響を与える世界のメガトレンド



持続可能な
社会の構築

地球の健康と気候変動の影響は、政府、産業界、消費者にとって世界的な関心事のトップであり続けている。



技術的混乱の
継続

技術革新のスピードは、私たちの生活様式や経済・社会構造を常に変化させている。それはまた、地球規模の問題を解決する道でもある。



人口分布の
変化

いくつかの主要市場における出生率や年齢分布の変化は、経済やマーケティング手法に影響を与え、社会的要因が世帯構造を変化させている。



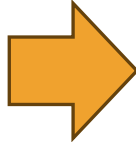
経済と政治に
よる価格変動

私たちの生活は紛争とパンデミックからの回復に影響された経済的・政治的変動に大きく左右されている。



健康とウェル
ビーイング

世界的な医療費の高騰は、健康とウェルビーイングの両面で、より積極的なアプローチを生み出している。



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

特にアジアで
特徴的なもの

Source: Innova Reports : Top_10_F&B_Trends_2025_-_Global

トレンド①原材料の価値訴求

■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。

■世界の消費者が企業に対し「製品の品質」を求める一方、中国では「健康と栄養」が最重要視されている。「製品の品質」について、アジアの消費者は「健康」「栄養成分」「安全性」を強く求めている。

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

企業に対し、どのような価値観や要素を重視するようになりましたか？



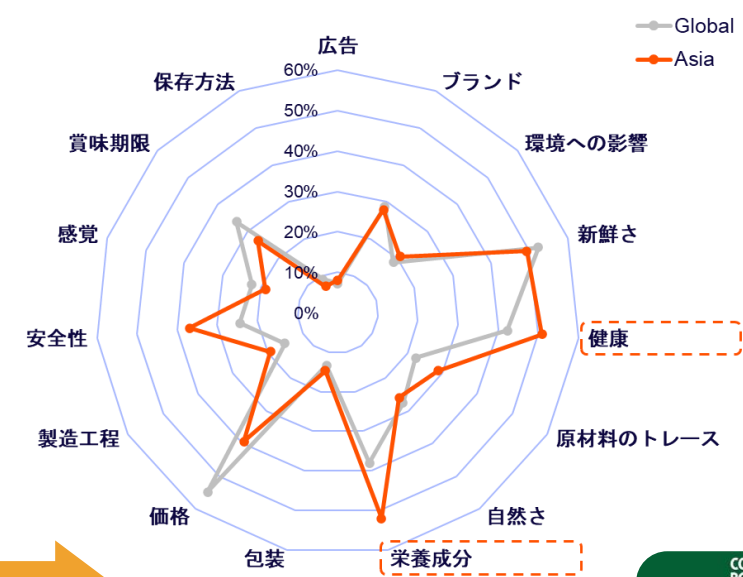
1位 製品の品質



1位 製品の品質



1位 健康と栄養



消費者が求める「製品の品質」とは？

Source: Innova Reports : Top Trends in Asia

Origin Nutrition

Well Cacao Spicy Crispは、明治が販売するカカオに黒砂糖と5種類のスパイスをブレンドした甘さ控えめのクラッカー。カカオポリフェノール、食物繊維、鉄分、全粒粉を含む「カカオ顆粒」と呼ばれる同社独自のカカオベース原料を使用。

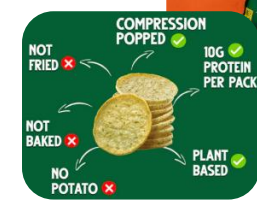


Japan, Nov 2024



インドに本社を置くオリジン・ニュートリション社は、エンドウ豆から抽出された植物性のタンパク質をブレンドした野菜チップスを発売。

このタンパク質は、環境に優しくヴィーガンの方でも安心して摂取できるタンパク質として注目されている。



Nov 2024

トレンド③大胆な組み合わせのフレーバー

- コロナ禍で自宅で料理を楽しむ時間が増えたことから、消費者は非日常を味わえるような製品を求める機会が増加。特にアジアは、大胆な味や組み合わせを求める消費者が50%を超えており、世界平均より高い。
- 企業は味だけでなく、機能性の追求、変わった食感やカテゴリを超えた融合を通じて、大胆で意外性のある製品をアピールすることが重要となる。

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

世界の消費者 43% 「究極の贅沢を味わえるような、
クレイジーな製品を探している」と回答。

アジアの消費者 51%

例①カテゴリの融合 デザート × アルコール

44%

世界平均より8ppt高い



Japan,
Dec 2024

冬季限定チョコレート。中にはティラミス風味の
とろけるチョコレートを入れ、に洋酒が入っ
ている。



例②フレーバーの融合 甘い × しよっぱい

42%

世界平均より10ppt高い



CAKE BATTER

SWEET & SALTY KETTLE CORN WITH CAKE BATTER
FLAVORED DRIZZLE

人気アイスクリームチェーン「Cold Stone」と
コラボしたポップコーン。アイシングとカラ
スプレーがかかっており、ケーキ生地のような
味を楽しめる。

Indonesia, Feb 2025



例③機能性の融合 スナック + タンパク質

41%

世界平均より7ppt高い



Thailand, Sep 2024

高タンパク質スナックシリーズの新商品として
韓国企業がタイ市場向けに開発。伝統的なイン
ドネシアの発酵大豆食品「テンペ」を使ってお
り、未粉碎の大豆をそのまま発酵させた豊かな
風味が特徴。



Source: Innova Reports : Top Trends in Asia

Innova Trends Survey 2025 (Average of China, India, Indonesia), Innova Database, CJ Newsroom, Sweet Chaos
Ppt = percentage points

トレンド④腸内環境

■「消化・腸の健康」を訴求した新商品発売点数は世界で8%増加している一方、アジアでは16%増加しており、世界的に腸内環境を整えることが健康維持に重要だという考えの浸透と、アジアでの急成長が窺える。

■「腸の健康」に使用される機能性素材で特に近年注目されているのがプロバイオティクス(腸内に良い影響を与える生きた微生物)であり、腸内環境の改善や免疫調節機能へのアプローチにより、アレルギー反応を軽減する作用が期待されている。

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

世界の消費者

+8%

「消化・腸の健康」を訴求する食品の
年平均成長率 (CAGR 2023-2024)

アジアの消費者

+16%

アジア「腸内環境*」を訴求する食品
の発売において、急成長している健康
訴求(CAGR/2022~2024年)

エネルギー/活力

+20%

体重管理

+17%

免疫の健康

+14%



India, Sep 2024

産後の回復や授乳を支えるインドの伝統的な食用天然樹脂「ゴンド」を活用したドライフルーツエナジーバー。発案者の実祖母のレシピを再現しており、母乳量の増加や体力回復に役立つ。

<https://mamanourish.in/>


Japan, Aug 2024

森永製菓は、主力商品である「BB536」を配合した発酵飲料を発売。「疲労回復」「お腹の脂肪を減らす」「腸内環境を整える」といった機能を持ち、高齢者の健康全般をサポートする。

Source: Innova Reports : Top Trends in Asia

*「腸内環境」…プレバイオティクス、プロバイオティクス、高/食物繊維、消化器官/腸の健康を訴求する食品において調査

トレンド⑦食と美容

- 「美しさ」を訴求した新商品発売点数は世界で11%増加している一方、アジアでは37%と世界の約3倍の成長率で増加しており、アジアでは特に「美容」が食品選択の大きな軸になっていることが窺える。
- また、外見を維持/向上させたいときに求める飲料カテゴリでは、「発酵」がランクイン。日本をはじめアジア各国で見られる伝統的な発酵食材や製法が食と美容を繋ぎ、トレンドを後押ししている。

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

世界の消費者

5人に1人

アジアの消費者

4人に1人

「昨年、外見/美容改善のために食品を購入した」と回答。

世界の消費者

+11%

「美しさ」を訴求する食品の
年平均成長率 (CAGR 2023-2024)

アジアの消費者

+37%

外見を維持/向上させたいとき、
どの飲食カテゴリーを求めますか？
(中国・インド・インドネシア平均)

32% ボトルウォーター

32% ジュース

31% 発酵



100%アラビカ豆をベースに、魚由来のコラーゲン・ビオチン・ビタミンEを配合し、肌のハリや髪・爪の健康をサポートする美容系インスタントコーヒー。“贅沢な美習慣”をコンセプトにした商品。

<https://www.bevzilla.co/>

India, Apr 2024



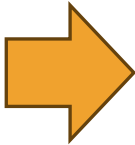
発酵果実酢100%使用。肌の健康を促進するアロエジェルが配合されている。

South Korea, Mar 2024

Source: Innova Reports : Top Trends in Asia
Innova Trends Survey 2025 (Average of China, India, Indonesia)

まとめ

	世界	アジア
①原材料の価値訴求	製品の品質に「価格」「新鮮さ」を求める	製品の品質に「健康」「栄養成分」「安全性」を求める
③大胆な組み合わせのフレーバー	大胆な味を求める消費者：43%	大胆な味を求める消費者：51%
④腸内環境	「消化器官/腸の健康」の訴求：年平均成長率8%	「消化器官/腸の健康」の訴求：年平均成長率16%
⑦食と美容	「美しさ」の訴求：年平均成長率11%	「美しさ」の訴求：年平均成長率37%



アジアでは、「健康」「美容」「冒険的な味覚体験」が食品選択の大きな軸になっている。

「食＝体と心を整えるもの」という価値観が世界全体よりも強く、単なる栄養補給以上の価値が重視されている。

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、世界のアジアのトップ10トレンドについてご紹介しました。Tremaでは、世界90カ国のデータから各トレンドのより詳細なデータ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/>