

<もくじ>

1. 世界の食トレンドまとめ
2. トレンド①健康の中核：タンパク質
3. トレンド②全身の健康につながる腸活
4. トレンド③多層化するご褒美体験
5. 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、ご了承の上ご活用ください。

グローバルトレンドと アジア市場


Report

Vol. 38 2026年8月

世界の食トレンドまとめ

今回の調査では、INNOVA MARKET INSIGHTS社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2026年食のトップ10トレンドの中から上位3トレンドを取り上げ、それらがアジア市場においてどのように反映されているかを比較・分析しました。

2026年世界の食のトップ10トレンド

- ①健康の中核：タンパク質
- ②全身の健康につながる腸活
- ③多層化するご褒美体験
- ④目的を持つ飲料
- ⑤本物志向のプラントベース
- ⑥シーンに合わせた商品設計
- ⑦一口の価値を問う
- ⑧心のバランスを整える
- ⑨伝統を紡ぐ
- ⑩信じられるサステナブル

①健康の中核：タンパク質

タンパク質は依然として健康増進の要であり、消費者は健康維持のために、さまざまな形態や場でタンパク質を摂取しようとしている。

【2023年トレンド1位】
価値の再定義

↓
社会的に不安定な時代に、消費者は「ローカル」「自分の健康」に価値を感じ始める

【2024年トレンド1位】
スポットライトを浴びる原材料

↓
健康意識の高まりにより、食品に含まれる原材料を意識する消費者が増加中でもタンパク質が着目される

【2025年トレンド1位】
原材料の価値訴求

②全身の健康につながる腸活

トレンド1位の「万能タンパク質」と同様に、原材料に関するトレンドが上位に。消費者は、腸の健康を全身の健康につながる入り口として捉えるようになっており、心身の両面にわたる健康効果への需要が高まっている。

59% 世界の消費者
「腸の健康は、私の全身にとって非常に重要」と回答

44% 世界の消費者
「腸内環境を整えると、回復力や肌、免疫力といった面で効果を実感する」と回答



機能性飲料。集中力と免疫力を向上させます。

United States, Oct 2025

③多層化するご褒美体験

「ただ美味しい」だけだった贅沢・ご褒美消費が、「健康+気分+癒やし」など、いくつもの価値を同時に満たす、より多面的・多次的な体験に進化している。

+26% ↑
「贅沢」を訴求した
新商品発売点数の成長率
Global, YoY July 2023-Jun 2024
vs. Jul 2024-Jun 2025



添加物を使わず、素材の風味を大切にした老舗の本格ショコラ。ベルギーで手作りされており、「伝統・職人技・本格志向」を打ち出したプレミアムチョコ。

Belgium, Aug 2025

大豆タンパク質が支えるアジアの健康観

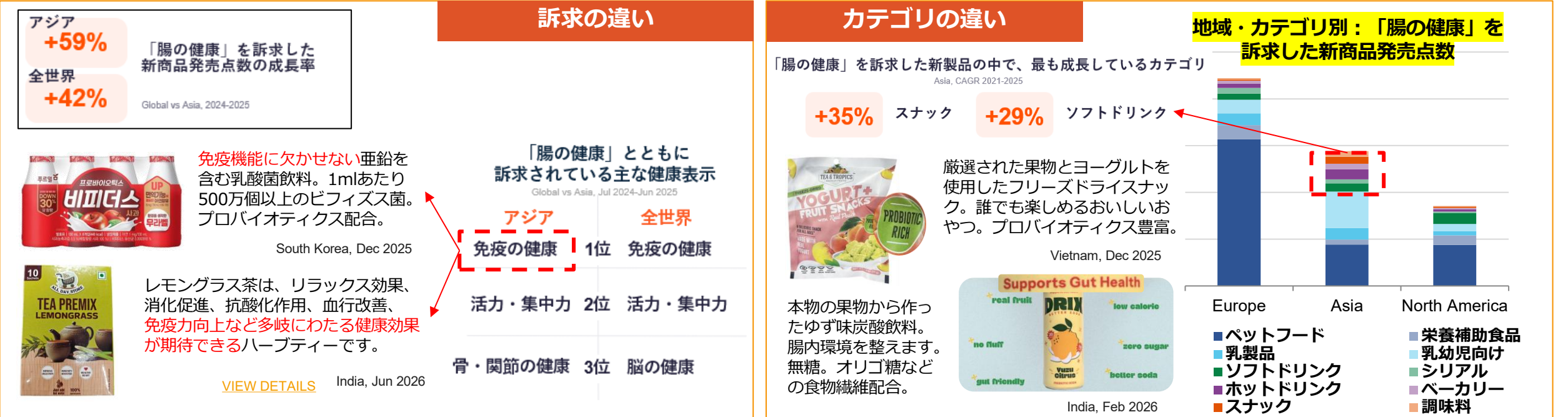
- アジアのタンパク質を主成分とし訴求している新商品発売点数の成長率は世界平均をやや下回るが、タンパク質は健康維持の中核として世界的に摂取が拡大している。特にアジアでは、気力や免疫力向上のためにタンパク質を摂取するという消費者が多い。
- 原材料別に見ると、アジアではタンパク質の摂取源として大豆の割合が高い。豆腐・味噌・醤油・納豆など、発酵・加工技術とともに数千年かけて食文化に組み込まれてきた点が、大豆タンパク質の存在感につながっていると考えられる。



Source: Innova Reports: TOP 10 F&B TRENDS 2026, TOP F&B TRENDS 2026 IN ASIA

アジアで「ソフトドリンク・スナック」製品が成長

- アジアの「腸の健康」新商品発売点数の成長率は世界平均を大きく上回る。背景には、発酵食品を日常的に摂取してきた食文化的な土壌に加え、世界的なウェルネス志向の向上が後押ししていると考えられる。
- カテゴリ別に見ると、アジアでは乳幼児向け製品の割合が高いが、ソフトドリンク、スナック製品の伸びが目立つ。ソフトドリンクはアジア独自の発酵飲料文化に欧米でのブームが重なり急成長、スナックは欧米大手主導の機能性菓子の波及が影響と考えられる。



Source: Innova Reports: TOP 10 F&B TRENDS 2026, TOP F&B TRENDS 2026 IN ASIA

「健康」「味・食感の新しさ」重視のアジア

- 「贅沢/ご褒美」を訴求した新商品発売点数の成長率は世界平均を大きく上回る。
- かつての「ご褒美体験」は美味しさが中心だったが、現在の消費者は「ワクワク感」「リラックス」「健康」「味・食感の新しさ」など、美味しさ以外の複数の価値を同時に求めるようになってきている。中でも「健康」「味・食感の新しさ」は、消費者アンケートでアジアが世界平均を上回っており、アジアの消費者が特に強く意識している価値であることがわかる。



無添加・オーガニック原料を使ったチョコレートバー。ヘルシーながらも気分を明るくするおいしい味わい。
Japan, Jul 2025

消費者が求める
「美味しさ」以外の
ご褒美体験

- ワクワク感
- リラックス
- 健康
- 味・食感の新しさ

モンブラン風味のチョコレートウエハース。ほっとする味わい。
Japan, Oct 2025

霊芝、アシュワガンダなどのハーブやアダプトゲンが配合されており、リラックス・ストレス緩和効果を考えた飲料。
United Kingdom, Aug 2025

アジア
+44%
全世界
+34%

「贅沢/ご褒美の食体験は、より健康的な楽しみを意味します。」に同意すると回答

クッキー生地が層になったプロテインバー。体に優しい甘いおやつ。
India, Jan 2026

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%

ガーナ産カカオの豊かな風味と、本格的なカステラレシピならではの柔らかな食感。
South Korea, Jul 2025

Source: Innova Reports: TOP 10 F&B TRENDS 2026, TOP F&B TRENDS 2026 IN ASIA, Top Trends in Asia

まとめ

■ トrend①健康の中核：タンパク質

発酵・伝統食材由来の大豆タンパクへの高い信頼

■ トrend②全身の健康につながる腸活

発酵食文化が根底にあり、新しいTrend（機能性・健康軸）が乗ることで急成長

■ トrend③多層化するご褒美体験

消費者に求められる「美味しい＝体に良い」の意識

世界的な健康志向の意識は、アジアの発酵食文化や予防を大切にする東洋医学的な伝統思想と結びつきながら、独自の形で発展していると考えられる。

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、世界の食Trendはアジアでどう形になるかご紹介しました。Tremaでは、世界90カ国のデータから各Trend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/>