

<もくじ>

- [1. 消費者の健康意識向上と糖分を控える動き](#)
- [2. 浸透の欧米、成長のアジア](#)
- [3. 「低糖/無糖」のスポーツ栄養品カテゴリが伸長傾向](#)
- [4. アジアの「低糖/無糖」製品事例](#)
- [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、ご了承の上ご利用ください。

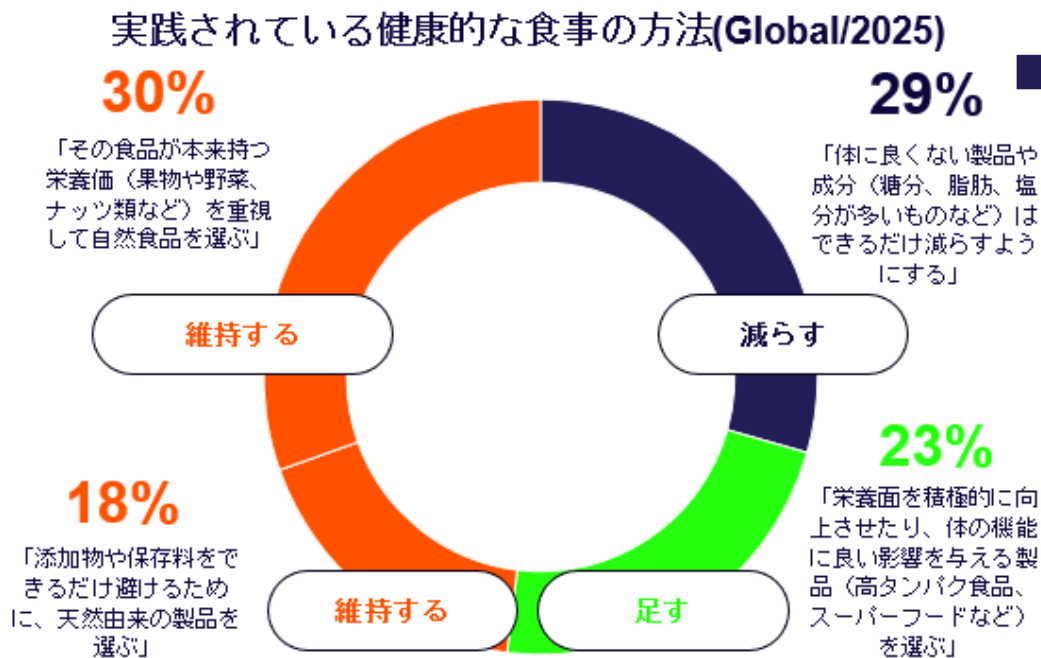
世界の 「減糖」トレンド比較


Report

Vol. 39 2026年9月

消費者の健康意識向上と糖分を控える動き

- Innova社による消費者調査では、世界の消費者の3分の1が「自分の健康について、以前より自己管理するようになった」と回答しており、健康に対する意識の向上とリスク管理として捉える傾向が強まっている。
- 消費者に実施されている健康的な食事の方法には、「足す」「維持する」「減らす」の大きく3タイプがあり、良くない製品や成分を「減らす」食事の方法では、特に糖分を控える動きが広がっている。



3分の1 「自分の健康について、以前より自己管理するようになった」と回答。
世界の消費者

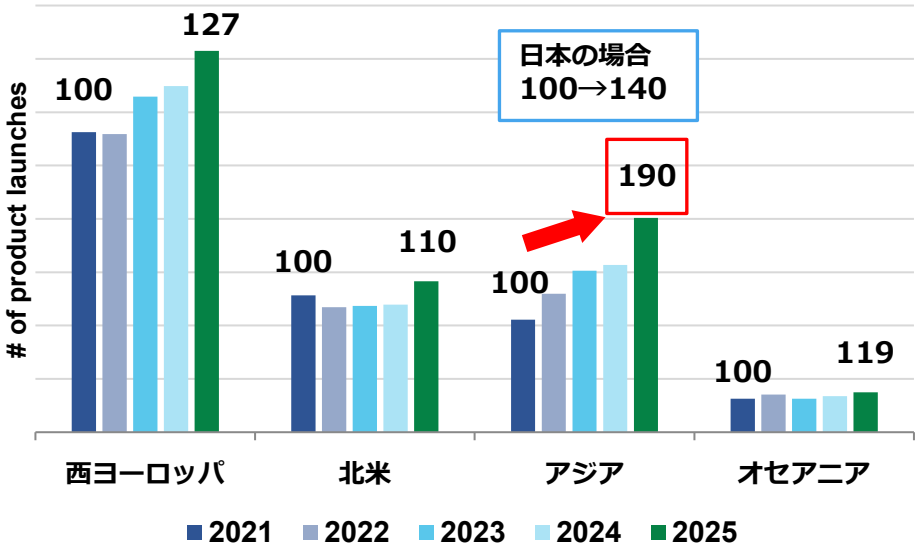


Source: Innova Reports: TOP GLOBAL INGREDIENT TRENDS 2026

浸透の欧米、成長のアジア

- 「低糖/無糖」を訴求した新商品発売点数は、ここ5年間で増加しており、直近の1年間では加速的な成長が見られる。これにはアメリカの食事ガイドラインの大転換が今後市場に影響を与える可能性がある。
- エリア別に比較すると、訴求の浸透率自体は西ヨーロッパ・北米が高い一方、新製品の伸び率が最も強いのはアジアである。「低糖/無糖」がすでに多くの食品に取り入れられている欧米に比べ、アジアはまだ市場の新規参入フェーズにあることが窺える。

「低糖/無糖」を訴求した新商品発売点数
(年別/2021-2025/2021年を100とした場合)



Source: Innova Database

Positioning: Health (Passive) (Low Sugar, Low/No/Reduced Carb, No Added Sugar, Reduced Sugar, Sugar Free)

アメリカの肥満・糖尿病が深刻化や高額な医療費が新ガイドラインの背景になっており、現在の市場トレンドを後押しするような、右記のような流れが今後より一層強まると予想されている。

アメリカ食生活の「革命」：新ガイドラインが示す5つの大転換

米国の慢性疾患危機を受け、2025-2030年食生活指針は歴史的な大転換を遂げました。従来の「低脂肪・高炭水化物」推奨を覆し、「本物の食べ物 (Eat Real Food)」を食べるというシンプルかつ強力な哲学を打ち出しています。

「マイプレート」から 「逆ピラミッド」へ

焦点は「栄養素」から「食品の加工度」へ

超加工食品 (UPF) を避け、
自然な状態に近い食品の摂取を最優先。

タンパク質が主役

推奨量が大幅に増加 (体重1kgあたり1.2-1.6g)。肉・卵が栄養源として再評価。

タンパク質と健康的な脂肪を土台とする食事への移行

脂質への考え方が180度転換

植物油 (シードオイル) は推奨から削除。バター等の動物性脂肪を容認し、

全脂肪乳製品の復権と穀物の地位低下

学校給食で全脂肪乳が解禁。

パンやパスタ等の精製炭水化物は大幅削減の対象に。

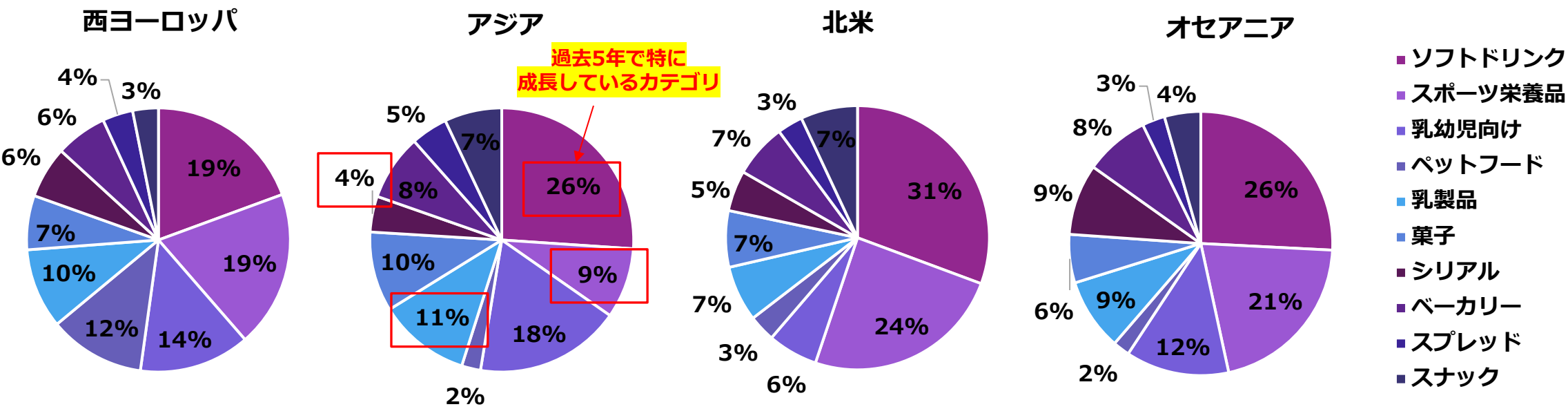
- (1)高たんぱく質への注目高まり
- (2)超加工食品を避ける動き
- (3)自然な植物性食品へのシフト
- (4)減塩・減糖・脂質の見直し
- (5)発酵食品や腸活ニーズの継続
- (6)原材料の透明性への関心高まり

Eat Real Foodの情報よりNotebookLMで作成

「低糖/無糖」のスポーツ栄養品カテゴリが伸長傾向

- 求められているカテゴリはエリアごとに異なり、北米では「ソフトドリンク」「スポーツ栄養品」が半数を占める一方、オセアニアでは「シリアル」「ベーカリー」の比率が高く、西ヨーロッパは満遍なくカテゴリを網羅しているように伺える。
- アジアではタンパク質が多く含まれる「ソフトドリンク」「スポーツ栄養品」「乳製品」「ベーカリー」が伸長カテゴリであり、「高タンパク質」訴求の人気と「低糖/無糖」と「高タンパク質」を同時に求める消費者が多いことが窺える。

「低糖/無糖」を訴求した新商品発売点数の割合（カテゴリ別/2021-2025）



Source: Innova Database
Positioning: Health (Passive) (Low Sugar, Low/No/Reduced Carb, No Added Sugar, Reduced Sugar, Sugar Free)

クリックすると製品詳細
が見られます

アジアの「低糖/無糖」製品事例

ソフトドリンク



**M And S Pop Marks
Lemon And Lime
High Fiber Soda**

Hong Kong (China),
Jul 2026

[VIEW DETAILS](#)

キャッサバの根、エルサレムのアーティ
チョーク、アカシア繊維を加えた、「高食
物繊維」と「低糖質」を謳った炭酸飲料。



Fuzetea Jasmine Tea
Singapore, Jul 2026

[VIEW DETAILS](#)

シンガポールで販売されて
いるジャスミン味の緑茶。
通常の甘味飲料と比べて糖
分が25%削減。

スポーツ栄養品



**Quaker Clear Whey
Protein Isolate With
Mango Yogurt
Flavor**

Taiwan (China), Jun
2026

[VIEW DETAILS](#)



**Optimum Nutrition
High Protein Shake
With Strawberry
Flavor**

Philippines, Jun 2026

[VIEW DETAILS](#)

タンパク質25g配合。低脂肪。
タンパク質豊富な飲み物を美
味しく便利に楽しむための、
イチゴ味のシェイク。添加糖
は一切含まれていない。

乳製品



**Sweets No Sugar Plant
Based Soy And
Coconut Greek Yogurt**

Thailand, Jul 2026

[VIEW DETAILS](#)



**Momo Zero Sugar
Coconut Shake**

Singapore, Jun 2026

[VIEW DETAILS](#)

ベトナムで製造されているココ
ナッツドリンク。「ハラル認証」
を謳い、乳製品代替品とし
て販売されている。

ベーカリー



**Balance Meal X Ugly
Bagel Club High
Protein Low Carb
Cheese Bagel**

South Korea, Aug 2026

[VIEW DETAILS](#)



**Trusnax Sugar Free
Three Cookies With
Cashew**

India, Jul 2026

[VIEW DETAILS](#)

全粒小麦粉で作られた、カ
シューナッツ入りのシュ
ガーフリークッキー。甘味
料にはスクラロースを使用。

まとめ

- 世界では、消費者の健康意識の向上によって、食事の方法や生活習慣を自己管理する動きが強まっており、中でも糖분을控える動きが広がっている。
- 「低糖/無糖」を訴求した新商品発売点数は、ここ5年間で増加。アメリカの食事ガイドラインの大転換が今後市場に影響を与え、「低糖/無糖」商品の需要をさらに押し上げる流れが強まると予想される。
- 「低糖+ナチュラル」「無糖+高タンパク質」など、複合的に価値を訴求する動きが広がっている。
- おいしさの担保が依然として重要な点であり、甘味料技術の進化と「低糖/無糖」プラスアルファの付加価値の訴求方法が鍵を握るだろう。

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、消費者の健康意識向上から派生した糖분을控える動きについて各エリアの最新トレンドをご紹介しました。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/>