PRESS RELEASE

報道関係者各位

2026 年 11 月 10 日

マリオット・インターナショナル

マリオット・インターナショナル、アジア太平洋地域における食の嗜好の変化を探る「Future of Food 2027（食の未来 2027）」を発表

～地域ならではの料理が食事先選びの決め手に。食事の場は従来のレストランから、より自由に交流を楽しめる空間へ～



マリオット・インターナショナルは、アジア太平洋地域（中国圏を除く）の食と飲料に関するトレンドを探る最新レポート「Future of Food 2027 （食の未来 2027）」を発表しました。本レポートは、第一線で活躍するシェフ、ホスピタリティの専門家、地域のインフルエンサーへの取材に加え、同地域のマリオット・インターナショナルの施設から得られた知見をもとに、食体験においてその土地ならではの個性や魅力がこれまで以上に重視されるようになっていることを明らかにしています。食事の場が従来のレストランの枠を超え、自由に行き交い、交流を楽しむスタイルへと広がる中、お客様は、その土地に深く根ざした、本物の魅力に触れられる食体験をますます求めています。

アジア太平洋地域（中国圏を除く）では、その地域ならではの本物の味わいや、人や土地とのつながりを求める傾向が強まっています。地域を代表する本格的な郷土料理への需要が高まっており、調査対象施設の 95%が、これを各地域における最も顕著なトレンドとして挙げています。同時に、食事の場は従来のレストランにとどまらず、バー、ラウンジ、カウンター席、多目的に利用できる空間へと広がっています。お客様が一日を通じて館内のさまざまな場所を自由に行き交い、集うことで、ホテルは人々の交流と文化の拠点へと進化しています。こうして、食べるものや食事をする場所の背景にあるストーリーが、これまで以上に重視される、新たな食の時代が訪れています。

食の未来を形づくる主要トレンド

1. 食事を楽しむ空間の変化（The Spatial Shift）

お客様が、より自由に利用でき、交流や体験を楽しめる空間を求める中、食事の場は従来のレストランの枠を超えて広がっています。アジア太平洋地域（中国圏を除く）では、調査対象施設の約半数が、ラウンジ、バー、屋外スペースなど、カジュアルな場への需要の高まりを報告しています。また、新たなダイニングコンセプトでは、40〜60 席ほどの小規模で親密な空間に、それぞれの個性を際立たせる動きが見られます。ベトナムでは、調査対象施設の 71%がバーやラウンジでの食事の増加を報告しており、形式にとらわれない食体験への関心の高まりがうかがえます。こうした変化を舞台裏で支えているのが、テクノロジーです。AI は、メニュー開発やマーケティングから人員配置、顧客理解を深めるための分析まで、幅広い業務を支援し、スタッフが一人ひとりに寄り添ったおもてなしに注力できる環境を整えています。タイでは、調査対象のレストランおよびバーの 100%が、すでに業務に AI を活用しています。

2. 地域ならではの強み（The Local Advantage）

その土地ならではの料理が、アジア太平洋地域（中国圏を除く）でお客様の食事先選びを左右する重要な要素となっています。調査対象施設の 95%が、地域を代表する本格的な料理への需要を最大のトレンドとして挙げており、お客様は食事先を選ぶ際、価格に見合う価値以上に、こうした料理を楽しめることを重視しています。ホテルもこの動きに応え、地元の食材やその背景にあるストーリーを軸としたメニューづくりを進めています。

例えば、ザ・リッツ・カールトン・パースの「Hearth Restaurant」では、地元ワギン産の鴨を使ったシグネチャーディッシュを提供しています。西オーストラリアの食材の魅力を伝えるこの一皿には、旬と地域の食材を大切にするレストランの理念が反映されています。

過去 1 年間で、調査対象施設の 5 軒に 4 軒が、新たな地域食材をメニューに取り入れました。日本の京野菜、カンボジアの食文化から着想を得たメニューに用いられるカンポットの海塩、東南アジア各地の在来の香辛料など、その種類は多岐にわたります。また、約 4 分の 3 の施設が、ドリンクメニューでも地域食材を使用する機会が増えたと報告しています。この傾向

は特にインドとインドネシアで顕著で、地域を代表する料理への需要は、それぞれ 71%、67%に達しています。その土地のストーリーに触れられる食体験への関心が高まっていることを示しています。

3．99 分で楽しむファインダイニング（99-Minute Fine Dining）

ファインダイニングでは、食事にかける時間に大きな変化が起きています。10 品以上を 4 時間かけて味わうテイスティングメニューに代わり、5 品以内の印象に残る料理を 2 時間未満で楽しむスタイルが広がっています。アジア太平洋地域（中国圏を除く）では、調査対象施設の 58%が、ファインダイニングの平均所要時間を 1 時間半〜2 時間と回答しています。中でもシンガポールは、同地域で特に短時間でファインダイニングを楽しむ傾向が見られる市場の一つで、レストランの 85%が平均所要時間を 1 時間半と回答しています。こうした変化に対応し、レストランではメニュー構成をシンプルにし、アラカルトの選択肢を増やすとともに、コースの品数よりも心に残るひとときの演出を重視するようになっています。韓国では、すでに 5 軒に 1 軒がコースの品数を減らしており、フィリピンでは、ファインダイニングレストランの 30%がアラカルトメニューを導入しています。オーストラリアでも、コースの品数の削減と食事時間の短縮が進み、品数の多さよりも、お客様に驚きや感動をもたらす瞬間に関心が向けられています。

その他の注目トレンド

- **健やかに食べる、年齢に寄り添う食事（Eat Well, Eating Your Age）**
  ウェルネスは、食事を選ぶうえで重要な要素となっており、アジア太平洋地域の豊かな食文化に根ざした食材の価値が、現代の旅行者の間で改めて見直されています。現在、アジア太平洋地域（中国圏を除く）で調査対象となったマリオット・インターナショナルの施設の 97%が、健康や長寿を意識した料理を提供しています。ウェルネスへの配慮は食事にとどまらず、健康に配慮したミニバーの品ぞろえや、心身を整えるターンダウンサービス（就寝前に客室を整えるサービス）にも広がっています。
- **進化するメニュー（The Modern Menu）**
  アジア太平洋地域では、料理の表現がより豊かになり、五感で楽しむメニューが広がっています。味わいとともに、食感も食体験を特徴づける重要な要素となっています。また、植物性食材を中心に据えた食のスタイル「プラントフォワード」も急速に広がっています。こうした動きを受け、マリオット・インターナショナルは、2027 年に同地域で「APEC Plant-Forward Program」を導入します。これにより、プラントフォワードをホテル運営の基本的な取り組みとして恒常的に取り入れる、世界の主要ホテルグループの先駆けの一つとなります。

- **アルコールに代わる選択肢（Alcohol Alternatives）**
  低アルコール・ノンアルコール飲料は、一部に限られたトレンドから、ホスピタリティに欠かせない定番の選択肢へと定着しています。アジア太平洋地域（中国圏を除く）で調査対象となったマリオット・インターナショナルのレストランおよびバーの 42%が、ノンアルコール飲料の売上増加を報告しています。プレミアムなノンアルコールスピリッツから、料理に合わせたノンアルコールのペアリングまで、味わいや満足感に妥協することなく楽しめる、洗練された選択肢へのニーズが高まっています。

今後の展望

アジア太平洋地域の食のあり方は、その土地ならではの本物の魅力と、明確な意図やこだわりのある体験を重視する方向へと、大きく変化しています。2027 年に支持を集めるのは、地元の食材や文化、人々を深く理解し、それらを土台に食体験を創り上げるホテルやレストランです。こうした施設では、より小規模で個性が際立つ空間づくりを進めるとともに、テクノロジーを活用し、心のこもったおもてなしの質を高めています。また、土地や料理にまつわるストーリーを伝えることで、お客様とその土地や食文化との間に、心に響くつながりを育んでいます。こうして、アジア太平洋地域のダイニングシーンは、世界共通のスタイルを各地に当てはめる形から、それぞれの文化に深く根ざした、個性豊かな食体験が集う場へと進化しています。

■マリオット・インターナショナル アジア太平洋地域（中国圏を除く）料飲担当ヴァイスプレジデント、ピーター・ラバ（Petr Raba）のコメント

「アジア太平洋地域では、従来の格式あるダイニングスタイルに代わり、明確な意図やこだわりをもって設計された小規模な空間で、親密で地域に根ざした食体験を楽しむ動きが広がっています。ホテルは、地域の文化を伝える語り手へと進化しています。地元で活躍する人々の才能や地元産の食材、人や土地との心の通うつながりを食体験のあらゆる側面に取り入れることで、その土地ならではの個性が息づく空間を創り上げています」

アジア太平洋地域の食の未来を形づくるトレンドの詳細は、「Future of Food 2027」レポート全文をご覧ください。ダウンロードは、こちらから。
高解像度画像およびメディア向け素材は、こちらからご利用いただけます。日本マーケット資料はこちらから。

マリオット・インターナショナルについて

マリオット・インターナショナルは米国メリーランド州ベセスダに本社を置き、2026 年 9 月 30 日時点で、ラグジュアリー、プレミアム、セレクト、ミッドスケール、長期滞在型、オールインクルーシ

ブなど、多彩なブランドポートフォリオのもと、148 の国と地域に 10,200 軒以上の施設を展開しています。マリオットは、ホテル、レジデンス、タイムシェア、ヨット、アウトドア宿泊施設をはじめとするさまざまな宿泊商品について、フランチャイズ、運営およびライセンス事業を世界各地で展開しています。また、数々の賞を受賞している旅行プラットフォーム「Marriott Bonvoy®」を提供しています。詳細については www.marriott.com を、最新の企業ニュースについては www.marriottnewscenter.com をご覧ください。さらに、Facebook、X および Instagram でも情報を発信しています。