

おうちごはん 2021年上半期 食トレンド大賞&下半期予測を発表

大賞は「マリトッツォ」新食習慣定着&進化の兆しが見えた上半期に ピスタチオにプラントベース… 下半期の注目「食材」「メニュー」「ドリンク」も予測

トレンダーズ株式会社（所在地：東京都渋谷区、代表取締役社長：黒川涼子、東証マザーズ上場：証券コード 6069）が運営する、食トレンドや食卓アイデアを発信する WEB メディア「おうちごはん」は、編集部の選出と、SNS での言及数等を元にしたトレンダーズ独自のトレンドスコア計測ツール「Trend Topics（トレンドトピックス）」をもとに、「2021年上半期 食トレンド大賞&下半期予測」を発表いたします。



おうちごはん

2021 下半期 食トレンド予測

食材



ピスタチオ



低GI食品

メニュー



大鶏排
Instagram @shana.mama



PLANT BASED
プラントベースド外食店

ドリンク



コーディアル



低アルコール飲料

◆ 続・「見た目に楽しい」トレンド。今後のターニングポイントに？ 新習慣が拡大・定着した上半期

2020年に引き続き、新型コロナウイルスの感染拡大による影響が多く見られた2021年上半期の食トレンド。2020年は見通しが立てづらい中で日々の食を楽しみたいという、毎日の食への人々の想いが反映されている様子が見られましたが、2021年もその傾向は継続し、見た目にも楽しいメニューが注目を集めました。

一方で、高まり続ける健康志向を反映したアイテム・メニューが多数登場したり、食を通じた環境への意識が高まったりするなど、今後の中長期的な食の在り方を反映した新たな食習慣が、拡大・定着に向けて本格的な動きを見せ始めています。

こうした情勢をふまえ、今回は、「おうちごはん」編集部による2021年上半期に話題を集めた食トレンドの振り返り、および、下半期に注目したいキーワードを予想し、選出しました。また、上半期トレンドの振り返りにおいては、SNSでの言及数を元に独自アルゴリズムでトレンドスコアを算出するトレンダーズのトレンドスコア計測ツール「Trend Topics（トレンドトピックス）」を使用。トレンドスコアのランキングも発表いたします。

◆ 2021 年上半期：大賞は「マリトッツォ」見た目×手軽さ×おうち&お外が人気のポイント

【おうちごはん編集部選出：2021 年上半期 食トレンド大賞】



「おうちごはん」2021 年上半期の食トレンド大賞は、いまや連日メディアに登場し、誰もが知るところとなった「マリトッツォ」です。軽い食感のパンに、生クリームがたっぷりに入ったインパクトのあるビジュアルが SNS を席卷。Instagram での投稿数は 9.8 万件に上っています。1 月頃に提供店の情報が雑誌などで紹介されたことを皮切りに、手作り投稿などが増え始めて話題が加速。春頃に一躍注目を集める流れとなりました。

ヒットの理由としては、ひと目で覚えられる見た目に加え、パンと生クリームという組み合わせで味わいが想像しやすく挑戦しやすいこと、身近な材料で手作りできることなどが影響していると考えられます。さらに、ケーキ等と異なり型崩れに気を使いすぎることなく、テイクアウト向き。手で食べられる形状で、小売店での販売開始時にも多くの人がおうちカフェやピクニックで楽しんでいる様子が見られました。季節の素材を使うなどアレンジの幅も広く、手作りでも販売商品でも手軽さとこだわりの幅が楽しめる懐の広さで、単なる「SNS 映え」メニューにとどまらない、2021 年上半期の食のニーズが体現されたメニューと言えます。

上半期はそのほかにも、ビジュアルが印象的なメニューが多数話題になっています。毛糸玉のような見た目のかわいらしさが人気を集めた「ウールロールパン」や、これまでのキンパのイメージを覆す見た目に、断面の仕上がりも楽しめる「折りたたみキンパ」。これらは見た目だけでなく、「マリトッツォ」と同じく手軽さ、アレンジの幅広さが人気の要因だと言えるでしょう。「折りたたみキンパ」はお弁当にも活用されており、アウトドアでの飲食需要の高まりに合致したこともポイントです。

いわゆる「SNS 映え」のメニューが多数登場した一方で、ここ数年注目されてきた食習慣やアイテムの市場が大きく拡大、浸透したことも特徴的でした。昨年からの話題を集めていたオートミールは、「オートミールアレンジ」のレシピ本が続々発売に。食品メーカーからのアレンジレシピ発信も目立ちました。

着実に広がりを見せているヴィーガン市場では、オーツ麦を使用したオーツミルクが相次いで新発売されるなどアイテムが拡充され、専門店も登場。フレキシタリアンなどの関連ワードとともに「おいしいヴィーガン」の認知が拡大しています。また、これまで日本では健康志向の一環として捉えられる傾向がありまし

たが、環境意識の高まりを受け、「自分ができることから少しずつ」という文脈で環境のためにヴィーガンを取り入れる人が目立ったことは大きな変化です。

【トレンドスコア計測ツール「トレンドトピックス」：2021年上半期ランキング】

Trend Topics 2021上半期トレンドスコアランキング			
1位	マリトッツォ <small>トレンドスコア …152.6pt</small>	6位	コンブチャ <small>…99.8pt</small>
2位	発酵食品 <small>…143.6pt</small>	7位	クラフトコーラ <small>…96.2pt</small>
3位	生ジョッキ缶 <small>…131.0pt</small>	8位	バタフライピー <small>…95.7pt</small>
4位	大豆ミート <small>…113.4pt</small>	9位	デーツ <small>…90.0pt</small>
5位	台湾パイ <small>…108.6pt</small>	10位	オーツミルク <small>…86.3pt</small>

トレンドーズが開発した「Trend Topics」は、SNS（Twitter、Instagram）での言及数やその推移などを元に特定キーワードの盛り上がり状況を分析することで、“トレンドの芽”を見つけるツールです。今回は、2021年上半期の期間中の飲食カテゴリのキーワードを、独自のトレンドスコアによりランキング化しました。

1位にあがったのは「マリトッツォ」。Instagram と Twitter 双方で、年始から右肩上がりの盛り上がりを見せたことが高いトレンドスコアにつながりました。「発酵食品」（2位）や「大豆ミート」（4位）、「コンブチャ」（6位）と、健康志向の高まりがここでも感じられる結果に。また、上位10位のうち飲料が半数を占めています。ビールやコーラといった馴染みのあるドリンクは素材や製法へのちょっとしたこだわりや贅沢感、新たなドリンクは見た目の楽しさや体への働きが人気のポイントになっていることが読み取れます。

◆ 2021年下半期予測：健康志向は当たり前、食材・メニュー・ドリンクの注目キーワードは？

上半期はビジュアルが印象的なメニューに加え、新たな食習慣やそのための食材・メニューが注目を集めました。また、自宅時間の増加・継続によって、さまざまなドリンクが話題になっています。こうした傾向をふまえ、2021年下半期の食トレンドのキーワードを、「食材」、「メニュー」、「ドリンク」の3カテゴリで予想しました。

OUCHI GOHAN

おうちごはん

2021 下半期 食トレンド予測

食材



ピスタチオ



低GI食品

メニュー



ターキーパイ
大鶏排
Instagram @shana.mama



PLANT
BASED
プラントベースド外食店

ドリンク



コーディアル



低アルコール飲料

<食材>

「ピスタチオ」… お酒のおつまみというイメージも強かったピスタチオですが、料理やスイーツの主要食材としての人気が高まっています。すでに専門店の登場やコンビニスイーツでの商品化も見られ、一部商品は入手困難が話題になるなど、ヒットの兆しが見られます。ナッツ類の中でも高級感があり、鮮やかなグリーン色が料理やスイーツに映える特徴も相まって、今後幅広い世代に人気が拡大しそうです。

「低GI食材（ひよこ豆など）」… コロナ禍の影響で食の健康意識はさらに高まり続けており、食材の栄養価やそれによる体への影響を吟味する人も増えています。人々のリテラシーも高くなっている今、低GI食材が注目カテゴリに。特に注目が高いのはひよこ豆で、さまざまな料理にプラスしやすいことに加え、栄養価も高く、煮汁が卵白で作るメレンゲの代用品になるなど、汎用性の高さが魅力です。

<メニュー>

「大鶏排（ダージーパイ）」… 鶏むね肉をまるごと1枚揚げた唐揚げで、台湾屋台の定番グルメ。顔より大きいとも言われるサイズ感が人気で、SNSで投稿が増加中。レシピサイトでも多数のレシピが投稿され始めています。唐揚げという人気メニューにパンチを効かせた新タイプとして、今後、日本でもテイクアウトや屋台メニューなどで広がる可能性が感じられます。

「プラントベースド外食店」… 世界的に活況なプラントベースド市場。日本でも2021年春にプラントベースドフード専門の外食店が登場し、大きな注目を集めています。これまで、大豆ミートや進化系豆腐の商品がコンビニでもヒット商品になるなど、プラントベースド食材が単体で人気を獲得してきた中で、今後はすべてのメニューがプラントベースドフードで作られた専門店や外食店でのメニュー展開、総菜類の増加など、次なる展開を迎えそうです。

<ドリンク>

「コーディアル」… 季節のハーブやフルーツを生のままシロップに漬け込んだ濃縮ドリンク。自宅時間の増加に伴い、自家製シロップなどの“手仕事系”ドリンクの支持は高まっており、自家製コーディアルを作る人も増えています。炭酸やお湯と割ったりスイーツにかけたり、年間を通じてアレンジが効き、飲むお酢などほかのドリンクトレンドとのシナジーも生まれそうです。

「低アルコール飲料」… 注目度が急上昇している、アルコール度数が0.5%~2%程度と低い「低アルコール飲料」。アメリカでは2019年以降、低アルコール入り炭酸水=ハードセルツァーが大ヒット。甘さが控えめでカロリーも少なく、素材にもこだわったものが日本でも登場しています。健康のためにアルコール量をコントロールしたいニーズなどにもマッチし、アルコール摂取に関する政策の影響などの流れも受けて、今後本格的な盛り上がりが見込まれます。

【おうちごはんについて】



「いつものいただきますを楽しく。」をコンセプトに、毎日の食卓を楽しく彩るアイデアや情報・SNS食トレンドを発信するWEBメディア。Instagramフォロワー数約47万人（2021年6月現在）、約8000名を超える食関与度の高いSNSアクティブユーザー会員を有する。

- ・おうちごはん (WEB) <https://ouchi-gohan.jp/>
- ・おうちごはん (Instagram) <https://www.instagram.com/ouchigohan.jp/>

※Instagram は、Instagram, Inc.の商標または登録商標です。

※Twitter は、Twitter, Inc.の商標または登録商標です。

※リリース内で紹介している投稿数等の数値は、2021年6月時点のものです。

■このリリースに関するお問い合わせや資料・取材をご希望の方は下記までご連絡ください■

トレンドーズ株式会社 <https://www.trenders.co.jp>

担当：佐藤 由紀奈 (さとう ゆきな)、福田 結生 (ふくだ ゆい)

メールアドレス：press@trenders.co.jp