

## 【レポート】2025年以降の新しいフレーバー開発：食品・飲料業界の未来を形作る最新トレンドとは？

今後企業が検討すべき、消費者ニーズを満たすための風味増強剤やサステナブルな原料調達の可能性

ロンドン本社を含め13か国にオフィスを構える市場調査会社「Mintel Group」の日本法人であり、食品・飲料や美容、ライフスタイル分野におけるグローバル調査に強みを持つ、株式会社ミンテルジャパン（東京都千代田区）は今週、無料ダウンロード版レポート「フレーバーの未来に迫る」を公開しました。

消費者の味覚の進化に伴い、食品・飲料業界におけるフレーバーの開発も急速に進化を遂げています。この「フレーバーの未来に迫る」では、世界的な影響やAIの活用、持続可能性の視点から、今後の食品・飲料業界をリードする主要なトレンドとビジネスチャンスについて解説しています。

無料版レポートのダウンロードはこちら：<https://www.mintel.com/jp/202502-future-of-flavours>



今、求められるフレーバー：新たな味覚への探求、グローバルな影響、健康志向との両立

現代の消費者は、慣れ親しんだ味を楽しむ一方で、新しいフレーバーを求める傾向が強まっています。中国では40%の消費者が「新しい食品やフレーバーを探して試すことが多い」と回答しており、韓国でも23%が同様の意欲を示しています。

このような消費者のフレーバー探索への関心の高まりは、各企業にとって個性的なフレーバーを打ち出す絶好のチャンスとなります。オーストラリアでは34%、タイでは33%の消費者が、異文化のフレーバーを試してみたいと回答。しかし、消費者はおいしさだけでなく、機能性や健康面でのメリットも求めており、ブランドには嗜好性と健康のバランスを取る工夫が求められています。

## 今後2年の注目ポイント：風味増強剤、人工とナチュラルのバランス、食感の重要性

今後、食品・飲料の体験を高める「風味増強剤」が注目を集めるでしょう。味覚障害を持つ人々への対応を含め、多様な消費者のニーズに応える技術が進化しています。しかし、人々の味覚には、健康状態、薬の服用、加齢、そして最近では新型コロナウイルス感染症の罹患後症状など、さまざまな影響により味覚に変化が生じるケースが増えており、各企業にとって新たな市場機会となりえます。

また、「人工 vs. ナチュラル」の議論も続いています。ミンテルの調査では、米国の消費者の34%が「人工香料不使用」「人工着色料不使用」などの表示が購入決定に影響すると回答。各企業は、消費者意識、コスト、持続可能性、規制などを考慮しながら、最適なバランスを取る必要があります。

さらに、「食感」の重要性も高まっています。例えば、「歯ごたえ」のある食感は健康的な印象を与えるだけでなく、嗜好性にも関わる要素となります。そのため、多感覚体験を生かした製品開発が今後のカギとなるでしょう。

## 5年後の展望：持続可能性とAIが変えるフレーバー開発

持続可能性は今後、フレーバーの調達・生産における重要なテーマとなります。気候変動の影響により、耐気候性の高い作物の採用や、アジア・アフリカなどの地域からの多様な原材料の調達が進むでしょう。この動きは、持続可能性を単なる環境問題ではなく、公衆衛生や資源管理の観点から捉える、消費者意識の変化と合致しています。ミンテルの「[サステナビリティの世界的展望：消費者調査を基にしたグローバルレポート 2024-25](#)」によると、インドでは46%、日本では30%の消費者が「世界を変えるのは政府よりも企業の方が大きな役割を果たせる」と考えています。



さらに、AIがフレーバーの開発を加速させる可能性もあります。AI技術を活用することで、ユニークでパーソナライズされた味覚体験や、ニッチな市場向けの製品開発が可能になります。しかし、食品・飲料分野におけるAIの役割に対しては消費者の懐疑的な声もあるため、各企業はAI活用の透明性を高めながら、利点をしっかりと伝えることが求められます。

持続可能な取り組みを推進し、消費者との信頼関係を築くブランドこそが、今後の市場で存在感を高めていくでしょう。

無料版レポートのダウンロードはこちら：<https://www.mintel.com/jp/202502-future-of-flavours>

こちらのレポートに関する更に詳しい情報や、チャートなどについてはミンテルジャパンまでお問合せください。

#### ■市場調査会社ミンテルの強み

ミンテルに在籍する各分野の専門家であるアナリストは、GNPDに蓄積されたデータや独自の消費者調査、外部データなどを組み合わせて、消費財業界のグローバルトレンドと市場変化の予測を行い、レポートを執筆しています。ミンテルは常に「消費者」に焦点を当て各サービスを展開しており、「消費者が何をなぜ求めているかを探るエキスパート (Experts in what consumers want and why.)」をコーポレートスローガンとしています。

## ■株式会社 Mintel Japan (ミンテルジャパン)

ミンテルジャパンは、ロンドンに本社を置く大手市場調査会社「Mintel Group」の日本人です。専門分野のアナリストと新商品の調査員を世界各国に配置し、独自の消費者調査や新商品情報の収集を行っております。

その独自のデータを基にした消費財業界のグローバルトレンドと市場変化の予測に強みがあります。日本では主に「美容・化粧品」「食品・飲料」「ライフスタイル」の3分野に注力し、サービスを展開しています。

## 《ご利用条件》

情報の出典元として【ミンテル『2025年：フレーバーの未来に迫る』より】の明記をお願いいたします。

## ■会社概要

企業名 : 株式会社ミンテルジャパン

本社所在地 : 東京都千代田区丸の内二丁目4番1号丸の内ビルディング18階

代表 : リチャード・カー