

KEYWORDs toward 2020+
を示唆する事例も併せて
ご紹介したいと思います



KEYWORD 1

自然志向/素材をそのまま

日本では、2000年代以降、オーガニックや自然素材を大事にする“自然志向”な人が増えている。自然食は「安全」だからという理由だけでなく、「ライフスタイル」「高品質」「美味しさ」をいう意味を含みながら、大きく広がっている。“自然”が当たり前のことではなくなり、それ自体に価値を持ち始めていると言えるだろう。





加熱するサラダ人気

野菜だけでなく肉や魚、豆までひと皿に詰め込んだボリューム満点の主食になるサラダがブーム。低カロリーながら満腹感も持ち、男性にも

**事情によりマスキング
しています。**

ボタニカルフード&ドリンク

自然の植物“ボタニカル”を、インテリアとして取り入れるだけでなく、料理やドリンクの素材として使う店が増えている。

オーガニック・スーパー

オーガニックなどを中心に扱うスーパーが、大手スーパーの新業態として登場。

↓ Bio U Don (イオン)

↓ Bio Lab (イオン) (イオンスタイル)



**事情によりマスキング
しています。**

KEYWORD 2

健康と 100歳時代

政府は、2020年までに健康寿命を2010年の数値から1年以上延伸することを目標として掲げており、今後ますます健康への意識は高まり、健康な高齢者は増加することが想定される。また、高齢者だけでなく、医療費の高騰、社会不安などから、身体的、精神的に健康でありたい、という気持ちは社会全体でますます高まっていく。



出典:Panasonic Homes&Living

広がる乳酸菌

チョコレートやアイスクリーム、プリンといったスイーツのほか、ウィンナーなどにも配合。



シールド乳酸菌「M-1」とは？
シールド乳酸菌は「免疫力をサポート」をキーワードに選ばれた乳酸菌です。
※シールド乳酸菌は再水乳菌(株)の登録商標です。

シールド
乳酸菌M-1

事情によりマスキング
しています。

高たんぱくフード

スーパーフードを配合した植物性たんぱく質の女性用プロテインや、オーストラリア発の高大豆プロテインバーなど、さまざまな“高たんぱくフード”が登場。



きなこ味

KEYWORD 3

働き方改革/女性活躍

長時間労働の改善、フレックス勤務やテレワークの導入拡大など、時間や場所にとらわれない多様な働き方が広がる。仕事との向き合い方が大きく変わるだけでなく、私生活にも時間のゆとりが生まれ、時間の過ごし方への意識が高まる。さらに政府は、2020年までに女性管理職を30%にするという目標を掲げている。今後女性の社会進出は着実に進み、同時に、男性の家事・育児参加が本格化する。

