



MINTEL

ミンテル ジャパンレポート

グローバルトレンドと日本におけるその意味について
理解し、日本市場における商機を探る

ミンテルは、消費者が「何を」「なぜ」求めているかを探る
エキスパートです

japan.mintel.com

日本の消費者が 求めるものと その理由を明らかに

ミンテルは2021年にジャパンレポートの販売を開始し、レポート発刊数とカテゴリーを拡大しながら、現在は「食品・飲料、美容化粧品・パーソナルケア、ライフスタイル」の3つのカテゴリーにて展開しています。本レポートシリーズでは、海外の各地域でトレンドとなっている事象が、どのように日本でビジネスチャンスとなりえるのかを独自の消費者調査データを基に明らかにしています。各タイトルはすべて同じ構成になっており、次の4つの観点から解説しています。

- ・ グローバルトレンド
- ・ 日本の市場概況
- ・ 日本の消費者調査分析
- ・ 日本におけるビジネスチャンス

オンラインで読めるサブスクリプション方式のレポートため、ご購入いただくとすぐにバックナンバーから最新のレポートまでがご覧いただけるようになります。レポート本文や消費者調査データをダウンロードし、社内資料の作成にご活用いただけるのも特長の一つです。

日々の新製品開発、マーケティング活動のアイデア創出や営業活動における資料作成などにお役立ていただける、ミンテルジャパンレポートを是非ご購入ください。



各レポートから 次のことが読み取れます

消費者

求めているものとその理由

トレンド

現在と今後の需要を
形成するもの

商機

空白地帯のあるところと、
それを獲得する方法



イノベーション

新たなアイデア、
新製品、
新たなビジネスの可能性

将来

事実に根ざした
エキスパートの予測

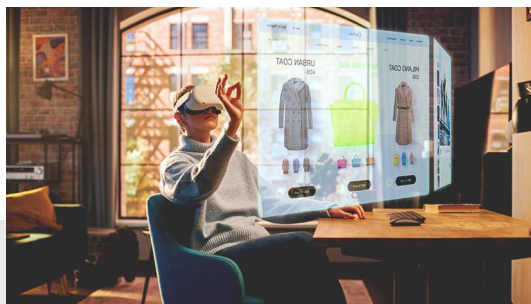
インテル ジャパンレポート はお客様のビジネスの 成長をお手伝いします

- 1 グローバルレベル及び日本において
消費者が何をなぜ求めているかを
独自の消費者調査データを基に明らかにし、
日本におけるビジネスチャンス特定します
- 2 グローバルおよび日本市場での
トレンドを把握し、各国で発売されている
革新的な製品を確認することができます
- 3 市場の状況をまとめたレポートを読むことで、
個別に情報収集をする必要なく、
各トレンドについて素早く理解することができ、
新製品開発のサイクルを無駄なく回すことを
可能にします



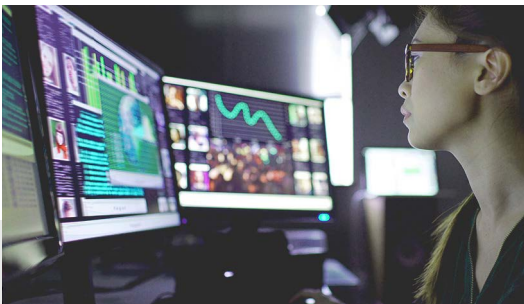


ミンテル ジャパンレポートの特長と構成



グローバルの市場概況とグローバルトレンド:

世界各国で行っているミンテルの消費者調査データを基に、取り上げるトレンドが世界の各地域でどのように受け入れられているのか、どのような製品開発に表れているのかなどをご紹介します。



日本の市場概況と消費者:

各レポートのためにミンテルが独自に行った日本の消費者調査や外部データなどを基に、市場概況と消費者の反応を分析します。この消費者調査データは属性を変更するなどしてお客様が個別に分析することも可能です。



日本の消費者インサイトと日本におけるビジネスチャンス:

グローバルトレンドと市場概況、日本の市場概況と消費者、日本におけるビジネスチャンスから日本における新たな商機をご提案します。

*2026年 ミンテル ジャパンレポート 発刊予定一覧



美容・化粧品

- ウェルビーイング・ビューティ・トレンド - 女性
- ウェルビーイング・ビューティ・トレンド - 男性
- ティーンビューティ・トレンド
- ソープ・バス・シャワーのトレンド
- 美容成分・トレンド
- メイクアップ・トレンド
- サンケア・トレンド
- ボディシェイピングのトレンド
- フェイシャルスキンケア・トレンド
- オーラルケア・トレンド
- ヘアカラーリング習慣のトレンド
- ヘアケア・トレンド
- BPCの定期購入トレンド
- BPC製品における香りのトレンド
- BPCパッケージのトレンド

ライフスタイル

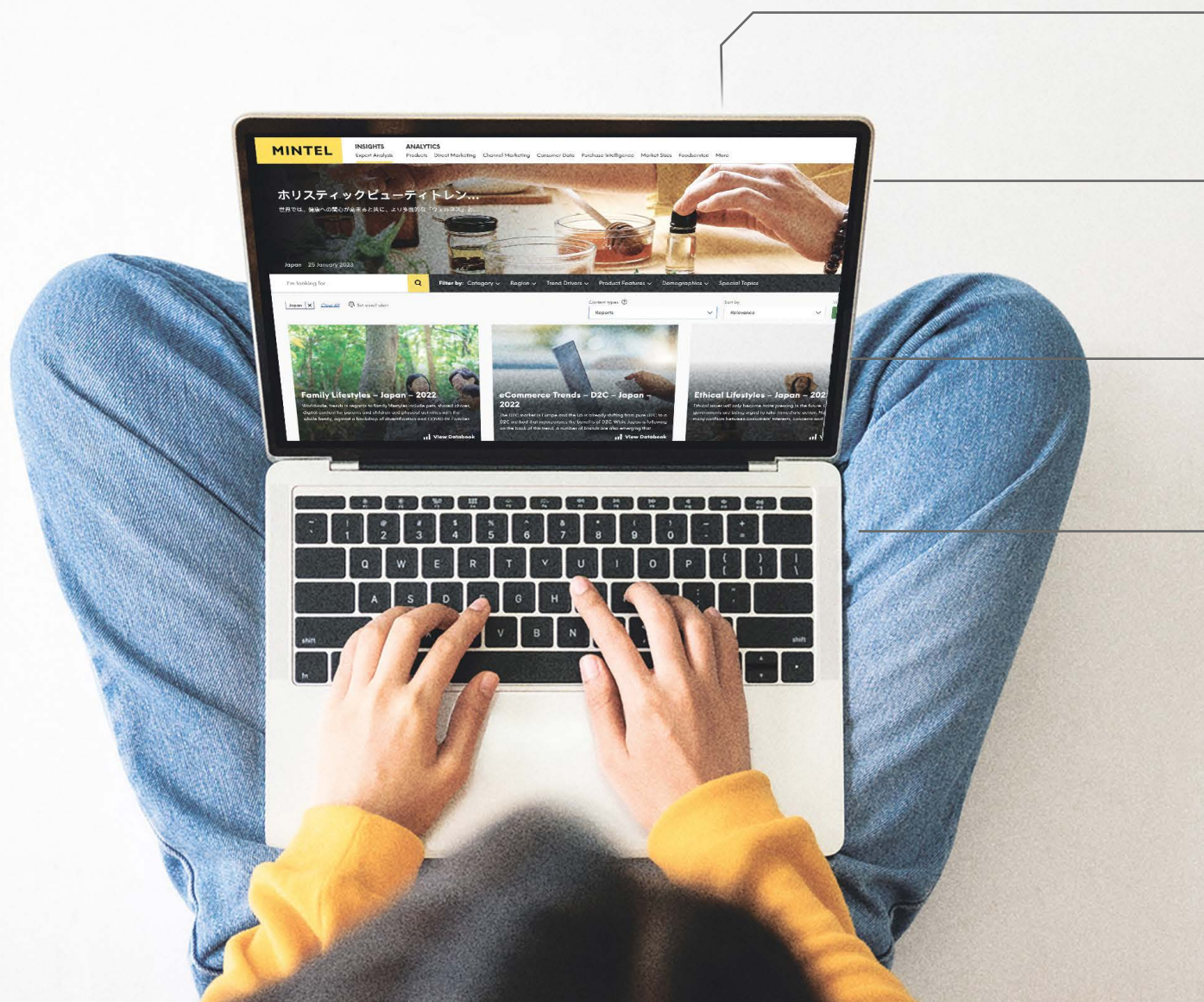
- 睡眠の健康マネジメント・トレンド
- ウェルネス・トレンド
- ワーキングスタイル(働き方)のトレンド
- ホームリビング・トレンド
- ソーシャルメディア・トレンド
- 余暇の過ごし方(レジャー・トレンド)
- 移動の未来(移動中の過ごし方)
- XR(拡張現実)のトレンド
- 現実世界とVR・ARとの融合
- 単身世帯へのマーケティング
- Z世代へのマーケティング
- 10代へのマーケティング
- ロイヤルティ・マーケティングのトレンド
(プロモーション活動、ゲーミフィケーション、ノベルティグッズ)
- シニアのライフスタイル
- エシカルライフスタイル1(環境問題/SDGs)
- エシカルライフスタイル2(社会倫理/DEI)

食品・飲料

- ティードリンクのトレンド
- 健康ドリンクのトレンド
- 加工食品・飲料に使われるフルーツ&フルーツフレーバーのトレンド
- 冷凍食品のトレンド
- ベーカリー・トレンド
- スイーツのトレンド - 生菓子&冷凍菓子
- 乳代替製品トレンド
- スパイスのトレンド
- 朝食に対する消費者のアプローチ
- 食のエンターテインメント・トレンド
- 中食とフードサービス・デリバリーのトレンド
- シズル感のトレンド(五感を刺激する食の演出)
- 食品におけるフリーフロムのトレンド
- 栄養トレンド - ウェルネス
- 食品におけるプレミアム vs バリュース

*2025年11月時点の発刊予定です。タイトル、内容、発刊時期は変更する場合がございます。

クリエイティブなデザイン 一瞬時に情報を把握し活用



エグゼクティブ・サマリー

レポートの概要を素早く把握するための重要情報のまとめ

多彩なフォーマット

PowerPoint、PDF、Excelと様々な形式でダウンロードが可能

インタラクティブなデータブック

詳細な消費者動向データで属性をカスタマイズして調査可能

視覚的な分かりやすさ

全体の情報やデータを直感的に把握することができるサマリー

全てのカテゴリーにアクセスすることでヒントを掴み、隣接カテゴリーへの理解を深めることができます。

ミンテルが選ばれる理由： 世界を見て、日本の"なぜ"を解く

1. 世界を見て、日本を読み解く

世界中で活動する300人以上のミンテルのアナリストによって読み解かれたトレンドを、日本のチームがローカルの視点でピックアップ。実践につながる戦略として提示します。

2. "何"ではなく、"なぜ"を知る

数字の背景にある"消費者心理"を探る。消費者がなぜその行動をとったのかまで掘り下げ、ブランド課題の本質を見つけます。

3. データに、ストーリーを

データの中にある兆しを見つけ、意味を与える。数字を「次のアイデア」へと変える洞察力が、ミンテルの強みです。

4. 共に成長するパートナー

専任チームが課題とビジョンを共有し、最適なデータやインサイトの活用方法を提案。導入後も、成果を共に創り出すパートナーとして寄り添います。

ミンテルだから見える市場の"次の一手"があります。
その理由を、実際に活用するお客様の声からご覧ください。

お客様の声はこちら



MINTEL

ミンテルはマーケット・インテリジェンス会社として、消費者・イノベーション・グローバル市場に関する深い理解を提供し、クライアントが自信をもって意思決定し、業界をリードできるよう支援します。

50年以上にわたる専門知識と数百万のデータポイントに基づき、専門家の洞察と最先端のテクノロジーを融合させることで、市場のパターンを明らかにし、未来を見通すためのインサイトをお届けします。

Next starts here

ミンテルのご提供するサポートについて、詳しくはjapan.mintel.com/nihon-repotoをご覧ください。また、infojapan@mintel.comよりお問い合わせください。



© 2025 Mintel Group Ltd.
All rights reserved.

