

NEWS RELEASE

報道関係者各位

2018年12月26日

～「Tastemade」2019年フードトレンド予測～

世界8か国で展開する、LA発の動画プラットフォーム「Tastemade」 海外トレンドをもとに、2019年のフードトレンドを大予想！ ハリッサ、ラタトゥイユ、ルビーチョコレート…5つの注目ワードを紹介

ロサンゼルス発のライフスタイルコンテンツプラットフォーム「Tastemade（テイストメイド）」を運営するTastemade Japan株式会社（本社：東京都港区、代表取締役：ショーン・ニコルス）では、このたび「2019年のフードトレンド」の予測・分析をおこないました。

「Tastemade」は、全世界の月間視聴者数2.5億人、再生回数25億回超を誇る動画プラットフォームです。アメリカ、イギリス、フランス、中国などさまざまな国でサービスを展開しています。今回のフードトレンド予測では、「Tastemade」が拠点を置く合計8か国の情報をもとに、今後日本にも飛び火しそうなトレンドをセレクトしました。

【1】ハリッサ



2017年はパクチー、2018年はホアジャオと、日本ではここ数年、刺激的でインパクトのある食材や調味料が人気を集めています。こうした中で、**2019年に注目したいのが「ハリッサ」**です。

ハリッサとは、生の唐辛子をベースに、オリーブオイルやニンニク、コリアンダーなどを組み合わせた調味料。地中海料理に欠かせない存在であり、フランス、イギリスなどのヨーロッパ圏では日常的に家庭料理に使われています。ペースト状で使いやすく、**辛さだけではなく香りも楽しめるのが特徴**です。

パスタ、クスクス、トマト煮込みといった地中海料理はもちろんのこと、ローストした肉や魚に添えたり、トーストしたパンに塗ったりと、シンプルな料理でも楽しむことが可能。さまざまな料理に活用できる万能さは大きな魅力といえます。

また、他の調味料と組み合わせることなく **1 つで味が決まる手軽さ**も、時短を重視する近年の日本における調理トレンドにマッチするといえるでしょう。

【2】ラタトゥイユ



世界的にヘルシー志向が定着しつつある近年。日本でも生活者の健康意識は年々高まりを見せており、グルテンフリーや朝ベジといった新しい考え方も浸透してきています。

そのひとつの象徴が、2016年頃にニューヨークから日本に飛び火した「サラダブーム」です。チョップドサラダ、パワーサラダなど、新しいサラダの食べ方が広まり、都内を中心にサラダ専門店も数多く登場しました。

そして、Tastemade Japan がサラダの次にくと予測しているのが「ラタトゥイユ」です。近年の「作り置き」トレンドで、日本でも急速に市民権を得てきているラタトゥイユは、サラダ以上にカラフルでフォトジェニック。ラタトゥイユ自体はフランスの家庭料理ですが、最近ではニューヨークやロサンゼルスといった流行の発信地でも、ヘルスコンシャスな若者を中心に人気を集めています。そのまま食べるのはもちろんのこと、クロワッサンやサンドイッチにはさんだり、オムレツや肉料理にかけたりと、さまざまなアレンジが楽しめる点も嬉しいポイントです。

【3】ルビーチョコレート



季節ごとのイベントは、フードトレンドの宝庫。中でもバレンタインデーのシーズンは、毎年チョコレートに関連したさまざまな流行が生まれています。ここ数年は「ビントゥーバー（カカオ豆をローストしてチョコレートにする工程をワンストップでおこなったチョコレート）」、「シェアチョコ（大人数でチョコレートをシェアすること）」などのキーワードが話題を集めました。

そして、2019年のバレンタインデーにブレイク間違いなしといえるのが「ルビーチョコレート」です。ルビーチョコレートとは、ダーク・ミルク・ホワイトに続く「第4のチョコレート」。着色料を一切使っていないにもかかわらず、天然のルビーカカオにより鮮やかなピンク色をしているのが特徴です。海外はもちろん、日本の食品メーカーからもルビーチョコレートを使用したお菓子がぞくぞく登場しています。

【4】WAGASHI



いま、海外で注目を集めているのが、日本の「WAGASHI（和菓子）」。訪日観光のお土産としてはもちろんのこと、近年は日本の老舗和菓子店が海外に出店しはじめたことで、さらに認知が広がっています。

人気の理由は、抹茶やあずきといった和の素材ならではのやさしい味わい。さらに、日本人の細やかさがあらわれた「アート」な見た目も注目を後押ししています。

そして現在、この WAGASHI ブームが、日本に逆輸入されつつあります。特筆すべきは、店舗で販売されている和菓子だけでなく、家庭の手作り和菓子も注目されているという点。見た目が美しく、かつ手のこんだ印象を与えられるオリジナルの和菓子 Instagram で投稿する人が増えてきています。

さらに2019年は、新天皇の即位式がおこなわれたり、東京オリンピックが近づいたり、“日本の良さを再発見しよう”という機運が高まりやすいタイミング。今後、手作りレシピを中心とした WAGASHI ブームは、ますます加速していくでしょう。

【5】タコス



2018 年に入り、**ぞくぞくと専門店がオープンしている、いま注目のメニューが「タコス」**。中目黒、吉祥寺、赤坂、三軒茶屋と、都内のさまざまな人気スポットにタコスのお店が登場しています。

ワンハンドで手軽に楽しめるファーストフード的なメニューだけでなく、素材にこだわった本格的なメニューを提供する店舗も多く、現在、**「タコスのおいしさを新発見する人が続出中」**。こうした流れから、2019 年はタコス人気が一気に爆発する年になりそうです。また、タコスといえば、いろいろなカスタマイズができる楽しさも魅力のひとつ。タコスの本場・メキシコでは、定番の「メキシカンタコス」だけでなく、小さめのトルティーヤで具材をまいた後にカラリと揚げた**「タキートス」も人気**です。また、アメリカでは数年前から、スクランブルエッグやベーコン、ビーンズなどをまいた**「朝食用の「ブラックファスト・タコス」**が話題に。さらには、フルーツ、生クリーム、アイスなどを組み合わせた**「デザート・タコス」なども登場**しています。日本でも、今後さまざまなスタイルのタコスが登場し、人気を集めていきそうです。

■ Tastemade (テイストメイド) について

Tastemade は 2012 年にロサンゼルスで設立した全世界の月間視聴者数 2.5 億人、再生回数は 25 億回超を誇る動画メディアを運営する事業会社です。シズル感を強みとしたオリジナルレシピ動画を始め、エンターテインメント性の高いトラベル・ホーム&デザイン・ビューティーなど様々なジャンルの動画を制作・配信しています。また、2016 年には Tastemade Japan 株式会社として日本法人を設立、レシピ動画を軸として日本オリジナルコンテンツの制作・配信サービスを開始しており、国内の SNS フォロワーは合計で 400 万を超えています。現在は米国、日本、中国、ブラジル、アルゼンチン、イギリス、フランス、インドネシア 8 か国に拠点を展開しています。ハイクオリティの映像とこだわり抜かれた世界観を醸し出す動画は Facebook、Twitter、Instagram、YouTube、アプリ、Apple TV などのデジタルプラットフォームを通して配信され、一般視聴者のみならず、企業からも注目を集めています。



Facebook : <https://www.facebook.com/tastemadejp/>

Instagram : https://www.instagram.com/tastemade_japan/

Twitter : https://twitter.com/Tastemade_japan

YouTube : <https://www.youtube.com/user/tastemadejp/>

アプリ : <https://itunes.apple.com/JP/app/id971197898?mt=8>

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.tastemade.player&hl=ja>

<企業概要>

会社名 : Tastemade Japan 株式会社

代表取締役 : ショーン・ニコルス

所在地 : 〒107-0062 東京都港区南青山 6-15-6

設立 : 2016 年 6 月

事業内容 : 動画メディア事業

公式ウェブサイト : <https://www.tastemade.jp/>

※プレスリリース内の画像は、すべてイメージです。

本リリースに関するお問い合わせ先

「Tastemade Japan」PR 事務局 トレンダーズ株式会社 (担当 : 山口)

TEL : 03-5774-8896 FAX : 03-5774-8872 E-mail : press@trenders.co.jp