

NEW STANDARD
THINK TANK Report

Generation MZ TRENDS REPORT

食品業界に変化をもたらす
MZ世代の価値観

2025年3月



NEW STANDARD THINK TANK

私たちはミレニアルズ及びZ世代のスペシャリストとして、新しい価値（イミ）創出のためのケイパビリティを、情報感度の高い数百万人規模のミレニアルズ及びZ世代と共に開発しているシンクタンクです。

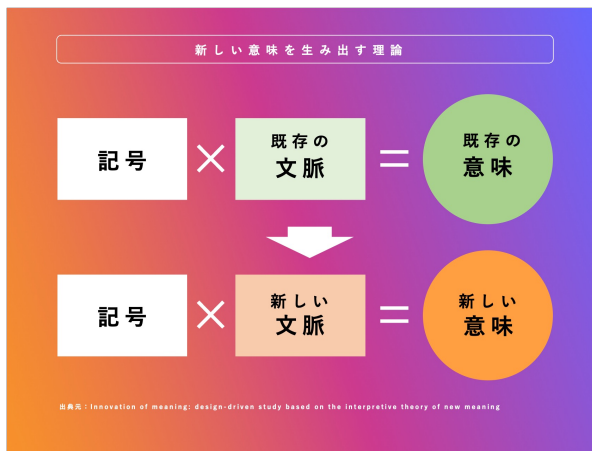
TABI LABO



NEW STANDARD THINK TANKが運営するウェブメディア「TABI LABO」のメインユーザーは既存の価値観に囚われず、新しいアイデアやテクノロジー、製品・サービス、体験に強い関心を持ち積極的に探求する情報感度の高いMZ世代*です。

本レポートは「TABI LABO」に蓄積された事象・現象、製品・サービス、ブランディング・プロモーション事例など、示唆に富む多角的な事例を厳選して分析し、月替わりで、酒類／飲料／食品／化粧品・トイレタリーの各業界に特化したレポートとしてお届けします。

MZ【エムゼット】世代：1980年～2000年代生まれに該当する、ミレニアル世代（ミレニアルズ）とZ世代を合わせた世代の通称。スマートフォンやSNSなどのデジタル技術が急速に発展するなかで成長した世代であり、彼らから生まれる新しい価値観は社会変革の推進力とも捉えられます。



意味のイノベーションは、製品やサービスの意味を革新することで、ユーザーに新しい価値や感情を提供する方法論・手法です。

NEW STANDARDと感性研究の第一人者である東京大学大学院工学系研究科 柳澤秀吉研究室のデザイン・イノベーション研究では、「記号」に「新しい文脈」を付与することで、革新的な新しい価値（イミ）を創造できることが明らかになっています。

様々な事例を「記号」×「新しい文脈」で捉え直し、新しい価値（イミ）創出のヒントをご提供します。



**自社製品・サービスにおける
イノベーション創出のヒントとして**

「記号」×「新しい文脈」で自社製品・サービスの新たな可能性を探求。
事例から得られた「問い」を顧客視点のブランド開発や製品・サービス設計に。



**ブランド価値向上に繋がる
効果的なマーケティング戦略策定に**

業界ごとのトレンド事例から
MZ世代が重視する新しい価値観を把握。
生活者の行動変容を予測し、
共感を醸成するマーケティング戦略策定を。



**思考力を鍛える
組織全体のイノベーション促進に**

論理的思考、仮説思考を鍛える
最新トレンドのキャッチアップとして。
社内・チーム間でレポートを共有し、
新価値創造のグループワークに活用。



① 業界色分けライン

本レポートでは、月替わりで以下4業界のトレンド事例を扱い、スライド上部のラインで色分けを行います。

■ 酒類（1月、5月、9月） ■ 飲料（2月、6月、10月）

■ 食品（3月、7月、11月） ■ 化粧品・トイレタリー（4月、8月、12月）

② 事例要約

事例の分類（プロダクト・サービス、キャンペーン、ブランド、価値観等）と全体要旨、その下にウェブメディア「TABI LABO」の記事タイトル、掲載日、本文要約サマリと記事リンクをまとめています。

③ 3つの注目ポイント

トレンド事例の新規性、独創性、社会的インパクト等をMZ世代の新しい価値観の観点から分析し、3つのポイントに落とし込みます。

④ この事例を「記号」×「新しい文脈」で捉え直す

記号と文脈に分解することで、事例の本質的な価値（イミ）を理解を助け、新価値創造を支援します。

⑤ 新しい価値（イミ）創出のヒントになる「問い」

「どうすれば、…できるだろうか?」という問いに変換することで、既存の考え方にとらわれず、多角的な視点から課題を捉え、解決策を模索することを促します。

⑥ リサーチャーの視点

NEW STANDARD THINK TANKのリサーチャー視点で見たトレンドの背景や深掘りした情報、MZ世代当事者としての解釈や意見などを提供します。

NEW STANDARD
THINK TANK Report

Generation MZ TRENDS REPORT

食品業界に変化をもたらす
MZ世代の価値観

2025年3月

日仏共同醸造、ワイン樽で発酵・熟成したフランス産プレミアムオーガニック醤油

【醤油の新潮流】フランス発、「ワイン樽熟成」のオーガニック醤油

2024.10.15 TABI LABO

和歌山県湯浅町で明治14年に創業した「湯浅醤油」が、フランスの老舗ワイナリー「シャトー・クーテット」と共同醸造したオーガニック醤油「SHINKO NOIRE」を200本限定で販売。ボルドー産の有機大豆と小麦をワイン樽で発酵・熟成させ、甘みがあり軽やかな後味だという。日仏の伝統的な技術の融合が評価され、フランスでは発売3ヶ月で約7,000本を販売。高級感あふれるボトルデザインも魅力となっている。[[記事を読む](#)]



👉 3つの注目ポイント

- 1 日本食のグローバル化、健康志向の高まり、発酵食品への関心増
- 2 発酵・熟成にワイン仕込みに使うオーク材のワイン樽を応用
日仏のコラボレーションで共同醸造
- 3 フランスの有名レストランから評価され3ヶ月で約7,000本を販売
数量限定で日本でも販売を開始

🌟 この事例を「記号」×「文脈」で捉え直す

記号

醤油



新しい文脈

#フランス産 #オーガニック #プレミアム化
#ワイン #ワイナリー
#コラボレーション #高級ボトル



💡 新しい価値（イミ）創出のヒントになる「問い」

どうしたら、環境意識の高い消費者が、持続可能な方法で生産された食品を選ぶ場合において、自信を持って選択できる醤油をデザインできるだろうか？

どうしたら、日本の伝統的な食文化に興味を持つフランスのシェフたちが、醤油を利用して新たなフランス料理のメニューを創造することができるコラボレーションの機会をデザインできるだろうか？

👁️ リサーチャーの視点

👤 醤油の鮮度に対するユーザーの意識が高まり、近年は二重構造ボトルが主流になってきましたが、こちらはプレミアムな高級ボトル仕様。ワインのようにプレミアム化が進む醤油の未来を感じさせます（ミレニアル世代／30代／男性）

👤 「SHINKO NOIRE」という名前は「湯浅醤油」代表の新古氏に敬意を表したもので、日仏コラボのストーリーがとてとても素敵です。現地価格19ユーロ（日本では10,800円）ながら現地の有名レストランにも納品される逸品、料理好きの人にプレゼントしたい（Z世代／20代／女性）

ユーザーから集めたフライパンを再資源化、冷凍餃子のプロモーション

フライパンが生まれ変わる！「味の素冷凍食品」の挑戦に3520個が集結

2024.12.27 TABI LABO

味の素冷凍食品は「冷凍餃子フライパンチャレンジ」プロジェクトで集まった3,520個のフライパンを再資源化する活動を開始。新潟県燕市の老舗キッチンウェアメーカーとの協力により、寄せられたフライパンが新しいフライパンとして生まれ変わる取り組みが進められている。再資源化の過程は2024年12月19日からYouTubeで公開される予定で、アルミに再生される様子が紹介されるという。[[記事を読む](#)]



👉 3つの注目ポイント

- 1 環境問題やサステナビリティへの関心の高まり
- 2 餃子が張り付く問題解消のためユーザーから集めたフライパンを新しいフライパンとして再生する取り組みを公開
- 3 SNSを活用したユーザーとの双方向コミュニケーションでブランドへの愛着や信頼関係を構築

🌟 この事例を「記号」×「文脈」で捉え直す

記号

餃子



×

新しい文脈

#フライパン #消費者の声
#再資源化 #サステナビリティ
#オーセンティック #エデュケーションル

💡 新しい価値（イミ）創出のヒントになる「問い」

どうしたら、手軽に本格的な餃子を食べたい人が、フライパンの状態に関わらず失敗なく調理できる冷凍餃子をデザインできるだろうか？

どうしたら、忙しい生活者が、限られた時間と料理スキルでも、栄養バランスの取れた羽付きの手作り餃子を楽しむ調理体験をデザインできるだろうか？

👁️ リサーチャーの視点

👤 冷凍餃子が張り付くフライパンの提供を呼びかけて大反響を呼んだ「冷凍餃子フライパンチャレンジ」の続編。張り付き改善効果約90%で史上最高キレイに焼けるAJINOMOTOギョーザも2月に発売。映画化できるくらい壮大な施策です（ミレニアル世代／30代／男性）

👤 本レポート2月号で“振るとさらに旨い”をワタ芸で訴求する「伊右衛門」の事例をお伝えしましたが、油・水なしで簡単に羽根が作れる冷凍餃子であることや開発のこだわりを押し付けることなく伝える、オーセンティックな事例だと感じます（Z世代／20代／女性）

AIで社員の好みを分析する、オフィス向け置き菓子サービスで福利厚生

オフィスおやつ革命。AIが社員の好みを分析し、配達までしてくれる福利厚生が羨ましい

2024.12.04 TABI LABO

個人向けのヘルシーなおやつサブスク「snaq.me」を展開する株式会社スナックミーは、オフィス向けサービス「snaq.me office」の新機能を発表。AIを活用し、各オフィスの従業員の好みに合わせたお菓子を最適なタイミングで提供する新機能を11月20日に正式にローンチ。従業員が専用LINEアプリで決済できる仕組みを提供し、リアルタイムの購入情報を元にAIが最適なおやつをセレクトし、おやつの在庫管理を効率化することを目的としているという。 [\[記事を読む\]](#)



👉 3つの注目ポイント

- 1 オフィス回帰でオフィスおやつの福利厚生ニーズは昨年比20倍に健康意識の高まり、フードロスや環境問題も重要テーマに
- 2 AI分析で、毎月変わる100種類以上から最適なおやつをセレクト需要予測に基づいた在庫管理でフードロスを削減
- 3 総務担当者の負担軽減、社内コミュニケーションも活発に

🌟 この事例を「記号」×「文脈」で捉え直す

記号

おやつ



×

新しい文脈

#健康志向 #ウェルビーイング
#オフィス回帰 #福利厚生
#AI #パーソナライズ #最適化
#フードロス削減

💡 新しい価値（イミ）創出のヒントになる「問い」

どうしたら、オフィスで働く忙しい社員が、食事の時間が取れない場合において、栄養価の高いおやつを手軽に楽しむことができるサービスをデザインできるだろうか？

どうしたら、オフィス環境で社内のコミュニケーションを促進したい企業が、従業員同士のつながりを深めるための福利厚生を手軽にデザインできるだろうか？

👁️ リサーチャーの視点

👤 本レポート2月号では、リラクゼーションドリンク「moment」とコラボした「やすんでもらいた〜い自販機」の福利厚生事例をお伝えしましたが、おやつのサブスク「snaq.me」はAI機能を強化。健康的なおやつ、うちの会社にも欲しいです（ミレニアル世代／30代／男性）

👤 オフィス回帰に慣れないZ世代にとっては、ポイントの高い福利厚生です。私はコンビニで買ったグミをいつもオフィスに持参していますが、美味しければ個人向けサービスも試してみたいかなと思います（Z世代／20代／女性）

オーストラリアのナイトライフを一新する、“夜”フローズンヨーグルト

豪Z世代のナイトライフは、クラブよりも「ヨーグルト」に夢中！

2024.12.09 TABI LABO

オーストラリアのZ世代の間で、週末の夜にクラブやバーではなくフローズンヨーグルトを楽しむ新たなトレンドが生まれているという。特にオーストラリア国内で拡大中の「Yo-Chi」という人気チェーン店が若者を惹きつけており、セルフサービスで多様なトッピングが選べて、行列ができることも。インフレや飲酒習慣の変化、健康志向の高まりから、低カロリーで罪悪感が少ないフローズンヨーグルトが支持され、ナイトライフの新たな形が形成されている。[記事を読む]



👉 3つの注目ポイント

- 1 生活費の高騰、伝統的なナイトライフから離れ、よりカジュアルで健康的なサードプレイスでの社交を求めるZ世代
- 2 セルフサービスでフローズンヨーグルトを提供
社交を促進する居心地の良い空間を演出
- 3 従来のバーやクラブの代替として夜間の営業を延長

🌟 この事例を「記号」×「文脈」で捉え直す

記号

ヨーグルト



新しい文脈

#フローズンヨーグルト #健康 #社交
#Z世代 #ナイトライフ #サードプレイス
#セルフ #カスタマイズ #インフレ



💡 新しい価値（イミ）創出のヒントになる「問い」

どうしたら、夜の社交の場を求めている若者たちが、飲酒を避けつつも楽しめる健康的な体験の場をデザインできるだろうか？

どうしたら、コストを抑えながらも社交を楽しみたい人々が、手軽にアクセスできるナイトライフの選択肢をデザインできるだろうか？

👁️ リサーチャーの視点

👤 オーストラリアでは生活費の高騰から主要都市のナイトライフが衰退、代替となる社交の場が切望されているそう。アルコールフリーな空間ながらも店内にはDJもいて、新たなサードプレイスとして注目されているようです（ミレニアル世代／30代／男性）

👤 Yo-Chiは土曜日は夜11:00まで営業しているそうです。ヨーグルトやアサイーなど朝のイメージが強いフードを夜に持ち込み、セルフサービスで様々なトッピングを楽しめるのも良いですね（Z世代／20代／女性）

すべて100kcal、天然甘味料で罪悪感フリーの冷凍スイーツブランド

美味しくヘルシーに。ゼーンぶ「100kcal」のスイーツブランド誕生

2024.11.26 TABI LABO

全商品100kcalの超進化系スイーツブランド「#100」（シャープヒャク）が登場した。砂糖や合成甘味料を使わず、還元麦芽糖やエリスリトールで甘さを実現するのみならず、小麦粉や片栗粉、わらび粉の代わりに米粉やサイリウム食物繊維に置き換えて低カロリーが可能になったという。ダイエット中でも罪悪感なく楽しめるスイーツで、クラウドファンディングで先行発売を開始。健康的な食生活を促進する新しい選択肢として注目される。 [\[記事を読む\]](#)



👉 3つの注目ポイント

- 1 健康志向の高まり
フルクトース（果糖）過剰摂取による健康リスクの関心増
- 2 砂糖や合成甘味料不使用で、100kcalを実現
満足感がありながら、罪悪感のないスイーツの実現
- 3 冷凍で提供、クラウドファンディングを活用した先行販売

🌟 この事例を「記号」×「文脈」で捉え直す

記号

スイーツ



×

新しい文脈

#健康志向 #カロリーコントロール
#果糖過剰摂取 #天然甘味料 #糖質制限
#グルテンフリー #米粉 #サイリウム
#罪悪感フリー #冷凍

💡 新しい価値（イミ）創出のヒントになる「問い」

どうしたら、甘いものを我慢したいが満足感も求める人々が、罪悪感を感じずストレスなく選択肢を持てるようなスイーツ体験をデザインできるだろうか？

どうしたら、健康を気遣う人々が、栄養バランスを考えた美味しいスイーツを手軽に購入できるサービスをデザインできるだろうか？

👁️ リサーチャーの視点

👤 罪悪感フリーで満足感がある冷凍スイーツ。クラファンで8個入り4,990円は少し高いけど、すべて100kcalならカロリー計算もしやすく、健康のためのカロリー制限中に取り入れるなら“ウェルバ”はいいかもしません（ミレニアル世代／30代／男性）

👤 すごい、これ本当に全部100kcalですか！「フルーツジュースは健康的だと思っていたのに、実は糖分が多くてショック」というような糖分（果糖）に対する認識は確かに変化しているように感じます（Z世代／20代／女性）

#ramenhacksで話題、グルメにアップグレードするインスタントラーメン

もはや一流レストラン。Z世代の「ラーメンハック」が止まらない……！

2024.10.16 TABI LABO

Z世代がインスタントラーメンを高級食材や独自の調味料でアレンジして、まるで一流レストランの料理のように進化させるムーブメントが起きている。SNSでは「#ramenhacks」の動画が大量に投稿され、個性的なアレンジが人気を集めている。彼らはインスタントラーメンを創造力を刺激する「食のキャンバス」として捉え、見た目や栄養バランスにもこだわる。日本のインスタントラーメン業界にも新たなチャンスが広がるかもしれない。 [\[記事を読む\]](#)



👉 3つの注目ポイント

- 1 食品の価格高騰、特に若年層で経済的負担が増加中
手頃な価格でありながら高品質でユニークな食体験の需要増
- 2 インスタントラーメンを単なる安価で手軽な食事から
クリエイティブで“グルメ”な料理へと変換
- 3 TikTok #ramenhacks の投稿は25.5K件超え（2025年2月現在）
オンラインスーパーでインスタントラーメン売上が前年比50%増

🌟 この事例を「記号」×「文脈」で捉え直す

記号



新しい文脈

#インフレ #SNS
#ramenhacks #アレンジ
#グルメ化 #自己表現 #コンフォートフード



💡 新しい価値（イミ）創出のヒントになる「問い」

どうしたら、大学生や若者が、限られた予算の中で美味しい食事を求める場合において、簡単にアレンジできるインスタントラーメンをデザインできるだろうか？

どうしたら、健康に配慮する若者が、インスタントラーメンを食べる際に、塩分や栄養素をバランス良く摂取できるような工夫をデザインできるだろうか？

👁️ リサーチャーの視点

👤 醤油、ごま油、メープルシロップ、みりん、マヨネーズを加えたオリジナルスープで、安価な袋麺をアップグレード。インスタントラーメンは、Z世代にとってのコンフォートフードと言えるかもしれません（ミレニアル世代/30代/男性）

👤 #ramenhacksには韓国からの投稿も多いですね。719Kいいねを獲得したのは、卵黄とマヨネーズ、ネギを加えたカルボラーナブルタックラーメン。エフォートレスな“ちょい足し”アレンジで自分だけの特別な食体験を楽しめます（Z世代/20代/女性）

スナック菓子に袋のまま具材をトッピング、SNSから生まれた背徳グルメ

【日本初上陸】ジャンキーゆえに美味しさ確定。新感覚ファストフード「ケバブチップス」

2024.12.05 TABI LABO

ポケットピザパラーターのテイクアウト専門店「MAD CHEFs池袋東口店」が、日本初上陸となる「ケバブチップス」を発売。これはポテトチップスの袋の中にそのままケバブチキンや野菜を入れ、特製のオーロラソースをかけた新感覚のファストフードで、「ドンタコス」「金のコンソメ」「湖池屋ストロングガチ濃厚ピザ」の3種のポテトチップスと、甘口、ピリ辛、辛口、激辛、明太マヨソースの5種のオリジナルオーロラソースを組み合わせ、全15種類の味を提供する。 [\[記事を読む\]](#)



👉 3つの注目ポイント

- 1 食を通じたユニークな体験や新感覚グルメへの注目
- 2 客が持参したチップスに袋のまま具材をトッピングする
フードトラックFlavor Hive ([@flavorhive](#)) がSNSでバイラル
- 3 袋のまま具材をトッピングする斬新さと背徳感、
好みの味にカスタマイズできる新しい食体験を提供

🌟 この事例を「記号」×「文脈」で捉え直す

記号

チップス



×

新しい文脈

#BYOB (Bring your own bag of chips)
#SNS #フードトラック
#カスタマイズ #アレンジレシピ
#背徳グルメ #ギルティプレジャー



新しい価値（イミ）創出のヒントになる「問い」

どうしたら、ファストフードを好む若者たちが、新しい食体験を求めている場合において、背徳グルメの魅力を最大限に引き出すことができる商品をデザインできるだろうか？

どうしたら、宗教的な食事制限を持つ外国人旅行者が、日本で気軽に食べられる新しいフードオプションをデザインできるだろうか？

👁️ リサーチャーの視点

👤 健康志向が高まる一方で、マクドナルド再生のキーワードにもなった「背徳感」にも注目。人気のスナック菓子とケバブ具材の組み合わせは間違いなし！背徳グルメはなぜこれほどまでに映えるのでしょうか、不思議です（ミレニアル世代／30代／男性）

👤 @flavorhiveのBYOB動画は100万回を超えるものもあり、このスタイルは世界各地のフードトラックに広がりつつあります。お皿いらずで、手軽にアレンジレシピが楽しめるので、お気に入りのポテチで作ってみたいくなりました（Z世代／20代／女性）

バター専門ブランドが提供する、シンプルにバターの塊を味わう背徳体験

「バター体験」を再定義する、新感覚スイーツ「ブール・ムラング」

2024.12.17 TABI LABO

食べるバターの専門ブランド「カノーブル」が、新感覚スイーツ「ブール・ムラング」を発表。バターをただ食べるだけではなく、その美味しさを理解するためのスイーツで、メレンゲ、バター、塩の3つの要素のみ。バターの塊をサクサクのメレンゲでサンドしたシンプルな構成で、“脳に直接響く”驚きの食感と濃厚な味わいを実現。バター不足の時代にあえて「バターを理解する」ために生まれ、素材の持ち味を引き出す引き算の美学が感じられる。[[記事を読む](#)]



👉 3つの注目ポイント

- 1 社会問題化するバター不足とバターの価格高騰
- 2 材料としてのバターから、味わうべき主役に再定義
バターそのものの味わいを引き立てるスイーツを開発
- 3 バターの塊を「食べる」という背徳感のある食体験を提供

🌟 この事例を「記号」×「文脈」で捉え直す

記号

バター



新しい文脈

#塊 #主役 #満足感
#背徳グルメ #ギルティプレジャー



💡 新しい価値（イミ）創出のヒントになる「問い」

どうしたら、バターが好きだが価格高騰によって使用を控えている人々が、シンプルでありながら深い味わいを体験できるスイーツをデザインできるだろうか？

どうしたら、スイーツを楽しむことが好きな人々が、シンプルな材料で作られた新しいデザートを通じてバターの魅力を再発見できる体験をデザインできるだろうか？

👁️ リサーチャーの視点

👤 背徳グルメには、濃い味の揚げ物やチーズ系以外に塊バター系もあり。こちらは「バター原理主義」を標榜する専門ブランドが提案するバターの意味のイノベーション。満足感の高い背徳体験ができそうです（ミレニアル世代／30代／男性）

👤 バターをそのまま食べるあんバターサンドも満足感が高くて好きです。普段はヘルシーな食事を心がけつつ、友人との外食やストレスを発散したい時は、美味しくてSNS映えもする背徳グルメをメリハリをつけて楽しみたいです（Z世代／20代／女性）

ノスタルジーを刺激する、人気のグミをリアルに再現したリングをカプセルトイで販売

SNSで話題沸騰、指につけられる「ピュレグミリング」に新作が登場

2024.12.26 TABI LABO

カンロ株式会社は、バンダイが発売するカプセルトイ「ガシャポン(R)」から「ピュレグミ」を再現した『Ringcolle! ピュレグミリングコレクション3 きゅっとはじけてver.』を発売。2022年に発売された「ピュレグミリング」は、グミ粒のリアルさやかわいさからSNSで話題に。第3弾は、季節限定商品やコラボ商品が含まれる全6種で、ピュレグミの特徴であるハート型のグミ粒やカラフルなパッケージを再現した、全種類集めたくくなるようなかわいらしい仕上がりになっている。 [[記事を読む](#)]



👉 3つの注目ポイント

- 1 消費者の嗜好や価値観の多様化
エンターテインメント性や体験価値が重視される傾向
- 2 従来のグミの楽しみ方を超えたおもちゃのリングで
SNSでのシェアや話題性を創出
- 3 シークレット1種を加えたカプセルトイでの販売
エンターテインメント性のある購入体験を提供

🌟 この事例を「記号」×「文脈」で捉え直す

記号

グミ



新しい文脈

#リング #トイアクセサリ
#カプセルトイ #シークレット #コレクター
#ノスタルジー #SNS映え



💡 新しい価値（イミ）創出のヒントになる「問い」

どうしたら、SNSを活用する若者たちが、SNSでシェアしたり、友達との写真撮影を楽しみたくするようなユニークなお菓子の体験をデザインできるだろうか？

どうしたら、日々の生活に癒しを求めるユーザーが、手軽に購入できて日常にちょっとした彩りを与えるような、コレクション欲を刺激する購入体験をデザインできるだろうか？

👁️ リサーチャーの視点

👤 大人気のカプセルトイや中身が見えないブラインドグッズ。子どもの頃、欲しくても買ってもらえなかった経験から、逆に今、ノスタルジーを感じて大人買いに転じているのかも。開封動画もついつい見てしまいます（ミレニアル世代/30代/男性）

👤 ちょっとチープなトイアクセサリもノスタルジーを刺激するポイント。手軽でエンタメ性もあるカプセルトイは、Z世代にとって日常のちょっとした癒しになっているかもしれません。ミニチュアコスメのカプセルトイにも注目しています（Z世代/20代/女性）

アイコンックなチョコレートを模った、プレイフルなフードファッションアイテム

「M&M'S × kate spade」あえての異業種コラボ戦略

2024.11.27 TABI LABO

M&M'S®とケイト・スペード ニューヨークがチョコレートをテーマにしたカプセルコレクションを発表。このコレクションには、ハンドバッグやジュエリー、アクセサリが含まれ、M&M'S®のカラフルなチョコレートを模したデザインが取り入れられている。特に、クロスボディバッグや小物が注目されており、渋谷スクランブルスクエアでポップアップストアが開催し、ホリデーシーズンに特別な喜びを提供する。[[記事を読む](#)]



👉 3つの注目ポイント

- 1 自己表現や個性、ブランドとの感情的な繋がりを求めるZ世代
- 2 ホリデーシーズンに合わせ、遊び心を取り入れたデザイン
M&M'Sをファッションアイテムに昇華して新しい体験を提供
- 3 ポップアップ開催でブランドエンゲージメントを向上

🌟 この事例を「記号」×「文脈」で捉え直す

記号

お菓子



新しい文脈

#ファッション #コラボ #アクセサリ
#個性 #自己表現 #カラフル
#ポップアップ #ホリデー



💡 新しい価値（イミ）創出のヒントになる「問い」

どうしたら、カラフルで遊び心のある商品を求めている若者たちが、日常のスタイルに楽しさを加えることができるアクセサリをデザインできるだろうか？

どうしたらホリデーシーズンに特別な体験を求める消費者たちが、楽しさや喜びを感じられる商品を通じて心を豊かにすることができるデザインを考え出せるだろうか？

👁️ リサーチャーの視点

👤 昨年「ハイツ」とのコラボでケチャップにインスパイアされたコレクションも話題になったケイト・スペード。「フード柄は新しい花柄」と言われるほど、食品×ファッションコラボ現象は増加中です（ミレニアル世代/30代/男性）

👤 バッグのほか、ブレスレットやイヤリング、ネックレス、チャーム、リングまで M&M'S がそのままアクセサリになった遊び心あるお菓子なコレクション。非日常を演出するプレイフルなフードファッションは現実逃避を可能にしてくれます（Z世代/20代/女性）

グミで概念推し活できる、バッグチャームになるグミ専用ホルダー

グミ活ブームに新習慣。いつでもどこでも「グミチャージ」できる専用ホルダー誕生！

2024.12.05 TABI LABO

大阪の森製紐株式会社は、グミをぶら下げていつでもパッと食べられるグミ専用ホルダー「GUMIPPA!」（ぐみっぱ）を12月15日に発売。推し活で人気のある全9色の紐の両端に、推しのシールなどを貼れるオリジナルの透明丸形クリップが付属しており、グミが入った袋をクリップで挟み、バッグやリュックにぶら下げ持ち運べる。カバンの中から探す手間が省け、食べたい時にパッと食べられる。12月1日から先行予約を開始し、初回生産分は各色10本のみとなっているという。[[記事を読む](#)]

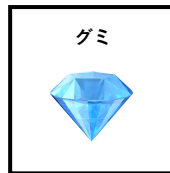


👉 3つの注目ポイント

- 1 グミ市場の急成長、2023年に972億円（前年比24.1%増）
- 2 推しの象徴的アイテムやカラーを小物に取り入れて日常を彩る、推し活の新たなスタイル「概念推し活」
- 3 推し活に関連したカラー展開やシールを貼る機能を、個々のユーザーの好みに応じたカスタマイズ性を実現

🌟 この事例を「記号」×「文脈」で捉え直す

記号



新しい文脈

#推し活 #推しカラー #パーソナライズ
#専用ホルダー #持ち歩き
#バッグチャーム #透明

×

💡 新しい価値（イミ）創出のヒントになる「問い」

どうしたら、グミを持ち歩くことが多い若者たちが、外出中にお気に入りのグミを簡単に取り出して楽しむことができるアイテムをデザインできるだろうか？

どうしたら、グミを愛してやまない人々が、日常の中で自分の好きな推しの存在を感じ、推し気持ちを表現しながら、他の人々と共感を得ることができるアイテムをデザインできるだろうか？

👁️ リサーチャーの視点

👤 若手社員の発案で生まれた推し活をしているグミ好きのためのニッチ商品。推し活“現場”の待ち時間にグミを食べる時や、推し友とグミをシェアする際にも最適。この9色展開、Snow Manメンバーの推しカラーだそう。なるほど！（ミレニアル世代／30代／男性）

👤 「お菓子がアクセサリーになる」を予想していましたが、身近なお菓子の〇〇専用ホルダーをもっと見てみたいです！ジャラ付けするおしゃれなバックチャームとグミの相性は抜群なはず（Z世代／20代／女性）

フライドチキンをデジタルペットに。ノスタルジックでシュールなプロモーション施策

KFCが「たまごっち」を彷彿とさせる「Eduardochi（エドゥアルドチ）」を発売

2024.12.19 TABI LABO

スペインのKFCがデジタルペット「Eduardochi」を発売。1990年代に世界中でブームとなり、今、再注目を集める「たまごっち」をモチーフにしたデザインで、フライドチキンのミームから生まれたドラムスティック型のキャラクター「Eduardo」の世界話をするというシュールなコンセプト。ユーザーは「Eduardo」をお世話したり、触れ合ったりしながら、その成長を見守ることができるという。[\[記事を読む\]](#)



👉 3つの注目ポイント

- 1 MZ世代でノスタルジーやレトロ要素が人気に
90年代のアイコン「たまごっち」が世界的再ブームに
- 2 Y2Kトレンドを受けてプロモーションにデジタルペットを採用
フライドチキンを育てるシュールでユーモア溢れるコンセプト
- 3 スペイン限定販売の希少性、SNSでの注目度アップ

🌟 この事例を「記号」×「文脈」で捉え直す

記号

フライド
チキン



×

新しい文脈

#たまごっち #デジタルペット #レトロゲーム
#Y2K #ノスタルジー #レトロ
#シュール #愛着

💡 新しい価値（イミ）創出のヒントになる「問い」

どうしたら、フライドチキンが大好きな人々が、Y2Kトレンドを取り入れる場合において、フライドチキンへの愛着をより一層育てる体験をデザインできるだろうか？

どうしたら、90年代文化に憧れを持つ若者が、身近な食べ物への愛着とレトロを結びつけて楽しむことができるデジタル体験をデザインできるだろうか？

👁️ リサーチャーの視点

👤 たまごじゃなくて鶏、しかもフライドチキンを育てるというシュールすぎるデジタルペットで話題をさらったスペインKFCのプロモーション。お世話するうちにフライドチキンに愛着が湧く？このユニークさがブランドへの愛着を生んでいます（ミレニアル世代／30代／男性）

👤 単なるノスタルジーではなく、シュールとの掛け合わせ。昨年TikTokで話題になったアメリカの老舗お菓子ブランド「Nutter Butter」のシュールなTikTok投稿よりポップなシュールでSNSでの話題化力は抜群です（Z世代／20代／女性）

おせち用食材から“自由に楽しい”アートへ。練り製品の意味のイノベーション

年末年始の食卓を彩る救世主は、練り製品だ！「ねりデコ」アレンジレシピ大量公開

2024.12.10 TABI LABO

一正蒲鉾は、練り製品の飾り切り特設サイト“ねりデコ”に新しいレシピを追加。「練り製品はもっと自由に楽しい」ことを伝えるため、練り製品の飾り切りで様々なキャラクターやモチーフを表現した“ねりデコ”を開発し、現在、280種類の“ねりデコ”のレシピ動画を公開中だという。また、バーチャル空間「おせち“ねりデコ”ワールド」も展開され、自由な発想での飾り切り体験ができるという。伝統的な食文化を新たな形で楽しむことができる。 [\[記事を読む\]](#)



👉 3つの注目ポイント

- 1 SNSの普及により、料理の見た目の美しさや楽しさを重視
- 2 従来の料理法に捉われず、アートと食を融合
練り製品を使った飾り切り「ねりデコ」を提案
- 3 生成AIやゲームを通じて練り製品を楽しむ
新感覚メタバース空間を展開して練り製品の認知向上

🌟 この事例を「記号」×「文脈」で捉え直す

記号

練り製品



新しい文脈

#アート #飾り切り
#ピクセルアート #キャラクター #映え
#メタバース #生成AI #ゲーム



💡 新しい価値（イミ）創出のヒントになる「問い」

どうしたら、家族での食事をより楽しくしたいと考えている家庭が、クリスマスやお正月など特別な日において、飾り切りを使った食卓を彩ることができるレシピをデザインできるだろうか？

どうしたら、伝統的な日本の食文化に興味を持つ若者が、現代的なアプローチである『ねりデコ』を体験する場合において、積極的に参加できるイベントをデザインできるだろうか？

👁️ リサーチャーの視点

👤 季節・用途限定食材のイメージが強い練り製品のイメージを一新させる「ねりデコ」や「いちまさメタバース」。練り製品を「フィッシュプロテイン」と言い換えることも、練り製品の意味のイノベーションになっていますね（ミレニアル世代／30代／男性）

👤 確かに練り製品って地味で古風なイメージでしたが、実は高タンパク・低カロリーで調理しやすいと扱いやすい食材ですね。一正のご担当者さま、ぜひ、ねりデコ動画をTikTokで発信してください！世界から反響がありそうです（Z世代／20代／女性）

親からの恋活・婚活プレッシャーを回避してマイペース宣言、帰省土産わらび餅

マッチングアプリ「Pairs」が、年末年始にピッタリの帰省土産を発売！

2024.12.16 TABI LABO

マッチングアプリ「Pairs」は、帰省時のプレッシャーを和らげるため、和菓子ブランドとコラボした「わたしのき(なこわらびもち)」を発売した。調査によると、帰省時に恋愛や結婚の話にプレッシャーを感じる独身者が多く、そのうち42.9%は恋愛や婚活のモチベーションが低下したことがあるという。この商品は、感謝の気持ちや自分のペースで生きていることを伝えるメッセージが印刷されたパッケージで提供され、家族とのコミュニケーションを促進することを目的としている。 [\[記事を読む\]](#)



👉 3つの注目ポイント

- 1 帰省時に実家で恋愛や結婚の話をした独身者は72.1%
2人に1人は「プレッシャーを感じる」と回答し、帰省ブルーも
- 2 家族への感謝と若者の気持ちを代弁して
マイペースな人生を宣言するステートメント
- 3 マッチングアプリ「Pairs」が「京都利休生わらび餅」とコラボ
和菓子を通じて家族が自然に語り合う機会をサポート

🌟 この事例を「記号」×「文脈」で捉え直す

記号



新しい文脈

#コラボレーション #帰省土産
#恋活 #婚活 #帰省ブルー #プレッシャー
#マッチングアプリ #マイペース



💡 新しい価値（イミ）創出のヒントになる「問い」

どうしたら、自分の意思でマイペースに恋愛や結婚を進めたい若者たちが、家族からのプレッシャーを感じやすい帰省時において、コミュニケーションを円滑できる帰省土産をデザインできるだろうか？

どうしたら、帰省時に恋愛や結婚についてのプレッシャーを感じる若者たちが、家族とのコミュニケーションを楽しむことができる心の余裕をデザインできるだろうか？

👁️ リサーチャーの視点

👤 僕らの世代は確かに親からのプレッシャーがあったと思うのですが、Z世代とその親では親子関係に変化が見られます。親友のような「メンター・ママ」が増え、プレッシャーを与えるような言動は減っていくのかもしれませんが（ミレニアル世代／30代／男性）

👤 意外なコラボで、自分のペースで恋活・婚活したい気持ちを家族に伝えることのできる帰省土産わらび餅。実際に買うかどうかは微妙ですが（笑）、マッチングアプリの「Pairs」がユーザーの気持ちに寄り添う姿勢はいいなと感じました（Z世代／20代／女性）

NEW STANDARD

私たちはミレニアルズ及びZ世代のスペシャリストとして、
新しい価値(イミ)創造を“ユーザー起点”でアジャイルに実現する、
ブランドDXカンパニーです。

会社名 : NEW STANDARD株式会社
代表取締役: 久志 尚太郎
取締役 : 安井 透
社外取締役: 湯浅エムレ秀和
住所 : 東京都世田谷区池尻2丁目31-24 信田ビル3F
従業員数 : 65名 (2024年1月時点、インターン含む)
資本金 : 1億円
設立 : 2014年5月16日
顧問弁護士: 森・濱田松本法律事務所
加盟団体 : 日本感性工学会 賛助会員



当社は国内外の、大手広告代理店・コンサルティングファーム・エンターテインメント企業・メディア企業・大学・大学院などと業務資本提携を結ぶスタートアップです。

主要投資家



国内外のミレニアルズ及びZ世代の
価値観やトレンドを研究し、
ブランド開発やコミュニケーション開発を
“MZ世代のインサイト起点”で企画・実行可能

日本においても、MZ世代はトレンドの起点となり
消費動向を牽引する世代だと言われている。

MZ世代獲得のための戦略を立案し、施策を実行することで
ブランドのLTVは高まり将来のビジネスチャンスは拡大するが
既存顧客への対応で忙しく、後回しになってしまう。

NEW STANDARDは、MZ世代の価値観やトレンドの研究と
独自のメソッドを武器に、
みなさまとMZ世代起点の顧客攻略を共創し、
企画・実行まで伴走できる、MZ世代のスペシャリスト。



ミレニアルズ及びZ世代の価値観やトレンドを研究するシンクタンクを保有し、
それらの知見を踏まえて **ブランド開発～コミュニケーション開発の企画・実行までワンストップで実現** できることが強み

企業



新規事業やブランド開発を担う コンサルティングファーム

戦略プランニング

コンセプト開発

製品・サービス開発



顧客体験設計やコミュニケーション開発を担う マーケティング&クリエイティブエージェンシー

マーケティング
プランニング

顧客体験設計

広告企画・制作



ミレニアルズ及びZ世代から生まれる、新しい価値観やトレンドの研究を担う シンクタンク



NEW STANDARD セミナー&レポート

ミレニアルズ及びZ世代から生まれる価値観やトレンドを、ウェビナーや年4回のレポートを通して発信。



TABI LABO

世界中の新しい基準や価値観に出会える、ミレニアルズ及びZ世代をターゲットとしたWEBメディア。



NEW STANDARD CREATOR NETWORK

500人を超えるミレニアルズ及びZ世代のインフルエンサーを有するクリエイターとの共創型ネットワーク。

累計
4000万人の
MZ世代
ユーザー



ブランド開発・顧客体験設計・コミュニケーション開発に不可欠な“インサイト発見・新価値創造”を、
NEW STANDARDと東京大学大学院工学系研究科 柳澤秀吉研究室との共同研究と創業以来のベストプラクティスを基に、
独自のメソッドとAIツールに落とし込んでいるのがNEW STANDARDの強み。

今までにない「インサイト」が見つかる

インサイト発見メソッド

「イミ消費」の時代に不可欠な

新しい価値(イミ)創造メソッド

ミレニアルズ及びZ世代の新しい価値観やトレンドリサーチ、アイデアを提供する

累計4000万人のユーザーから生まれたAIツール

ユーザー起点のブランド開発や、コミュニケーション開発（顧客体験・広告）を、柔軟・迅速に遂行するための

アジャイルメソッド

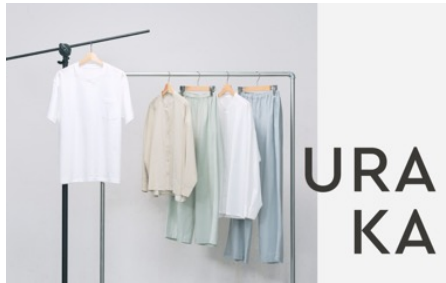
インサイト発見メソッドと新しい価値（イミ）創造のメソッドを活用し、開発した過去実績は150社を超える。

ブランド開発領域では、お酒・飲料・食品・ヘアケア製品・アパレル等の消費財の実績が多数。

コミュニケーション開発（顧客体験・広告）領域では、

ミレニアルズ及びZ世代向けのSNS・リアルを活用した話題化施策や年間の伴走支援実績が多数。

ブランド開発におけるPoC90%以上達成！



※Proof of Concept(概念実証) ブランドにとって重要な市場や顧客層に対して、ブランドのコンセプトや提供価値の受容性を確認すること



BDX
Brand Digital Transformation
インサイトを起点にしたブランド開発

[サービス詳細を見る](#)



DESIGN INNOVATION CAMP

新価値創造をマスターする人材研修

[サービス詳細を見る](#)



CDX
Customer Experience with Digital Transformation
N1起点のコミュニケーション設計と制作実行

[サービス詳細を見る](#)



FUTURE COMPASS

AIと専門家による新価値創造のための
リサーチ・分析・仮説立案

[資料をダウンロード](#)

**INSIGHT
COMPASS**



INSIGHT COMPASS

今までにないインサイトが見つかる
デブスインタビュー

[サービス詳細を見る](#)



**NEW STANDARD CONTENTS
TECHNOLOGY PRODUCTION**

専門家のナレッジ×テクノロジーで顧客課題を解決

[資料をダウンロード](#)

専門チームが皆様のネクストアクション策定をお手伝いいたします。
ブランド開発、コミュニケーション開発の企画・実行など、ぜひお気軽にご相談ください

[お問い合わせはこちら](#)





ミレニアルズ及びZ世代の 新しい基準や価値観

ミレニアル世代とZ世代の価値観や
特徴を明らかにし、新しい基準や
価値を発見するガイドに

ダウンロード



2025年注目の MZ世代文脈キーワード

「TABI LABO」に掲載された事例
からスキャンニング法で導き出した
3つの文脈キーワードを解説

ダウンロード



四半期レポート2024年秋号 睡眠のニュースタダード

独自調査で見えたMZ世代の食習慣に
関する新しい価値観を、
5つのアーキタイプに分けて解説

ダウンロード



四半期レポート2024年夏号 食習慣のニュースタダード

独自調査で明らかにするMZ世代の
睡眠に関する価値観と最新トレンドを
解説する四半期レポート

ダウンロード

ニュースレター購読者限定！業界別事例分析レポート

Generation MZ TRENDS REPORT

ニュースレターを購読して
最新レポートPDFを受け取る



その他のダウンロードはこちら ▶

本レポートの利用に関する留意事項

■本レポートはNEW STANDARD株式会社が運営する「NEW STANDARD THINK TANK」の独自データベースと、ケイパビリティに基づいて作成しております。

■本レポート内容を引用、参照する際は、「引用：NEW STANDARD THINK TANK（引用レポート名）」「参照：NEW STANDARD THINK TANK（参照レポート名）」など、出典元の明記をお願いします。

■本レポートの全文、または一部を転載・複製する行為は固くお断りいたします。利用をご希望される場合には、別途使用許諾が必要となりますので、当社までご連絡ください。

【利用に関するお問い合わせ】NEW STANDARD THINK TANK窓口 info@new-standard.co.jp