

2021 年 12 月 24 日

報道関係各位

CCC マーケティング株式会社

CCC マーケティング、外食口コミ・SNS・テレビ・実購買データを複合分析した
「クロスメディア・トレンド 2021 年間ランキング」を発表！

～1 位「マリトッツォ」 2 位「生ジョッキ缶」 3 位「マヌルパン」、来年は「モクテル」「サラダラップ」のブームが到来!?!～

CCC マーケティング株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：北村和彦、以下「CCC マーケティング」）は、食に関わるさまざまな企業向けマーケティング支援サービス「Market Watch（以下、MKW）トレンド版^{※1}」において、外食口コミ、SNS、テレビ、実購買履歴のデータを複合分析する「MKW クロスメディア・トレンド パック^{※2}」をもとに集計した、「クロスメディア・トレンド 2021 年間ランキング」をお知らせいたします。

7,000 万人を超える生活者のライフスタイルデータと年間 50 億件超の購買データを融合したデータに、CCC マーケティング独自の“食に関する単語のマスターデータ”「しょくたん」を介して連携した外食口コミデータ、SNS データ、テレビデータを集計し、2021 年 1 月から 11 月末までの期間において、最もトレンドとなった“食にまつわる単語や商品”をランキング形式でご紹介いたします。

■「クロスメディア・トレンド 2021 年間ランキング」は、コロナ禍ならではのトレンドがランクイン！
1 位「マリトッツォ」 2 位「生ジョッキ缶」 3 位「マヌルパン」という結果に。

2021 年間ランキングは、コロナ禍ならではのトレンドが目立つ結果となりました。緊急事態宣言の発出により海外旅行が制限されたことで、外国を身近に感じられる食へのニーズが高まりイタリア・ローマで有名な「マリトッツォ」と、韓国の屋台発祥の「マヌルパン」がランクインしました。さらにアサヒビールから発売された「アサヒスーパードライ 生ジョッキ缶^{※3}」のブームから、「生ジョッキ缶」が 2 位にあがりました。缶の蓋が全開することで、まるで居酒屋のようなキメ細かい泡立ちの生ビールが楽しめる本品。お家時間の晩酌も楽しみたい！というニーズの高まりを感じます。

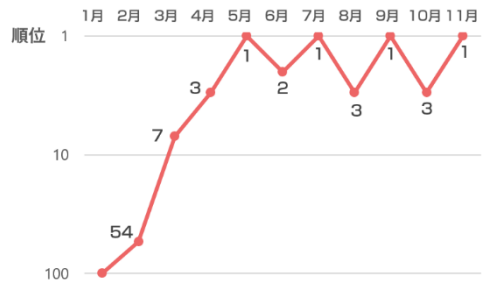


【第1位「マリトッツォ」】火付け役は福岡県のパン屋さん。春以降ずっと上位をキープする人気ぶり！

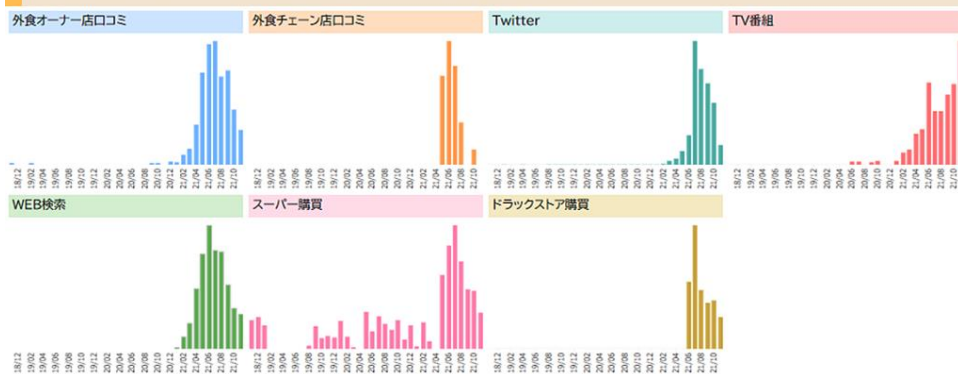
イタリア・ローマの名物で、現地では朝に食べるのが一般的。ブリオッシュ生地にサンドされている溢れんばかりのクリームが特徴です。日本では春以降、“おやつにぴったりのスイーツ”として人気が急上昇し、全国のベーカリーやコンビニエンスストア等でさまざまなフレーバーが展開されるようになりました。ブームの火付け役は、福岡県のパン屋さん。ふわふわ生地と生クリームで構成されるケーキのような本品がSNSで話題を呼び、全国から人が訪れるようになったことが始まりです。その後全国のベーカリーで人気商品となり、2021年春以降には大手メーカーでも発売され、大ヒット商品となりました。

2021年度

マリトッツォ年間順位



メディア別・年間トレンドグラフ マリトッツォ



【第2位「生ジョッキ缶」】キメ細かい泡立ちの生ビールをお家で。発売前から話題沸騰！

アサヒビールから発売された「アサヒスーパードライ 生ジョッキ缶」^{※3}。缶の蓋が全開することで、まるで居酒屋のようなキメ細かい泡立ちの生ビールが楽しめる本品。お家晩酌も楽しみたい！というニーズの高まりを感じます。発売前から話題沸騰で、今年4月の発売開始2日後には生産が追い付かず一時販売中止となるほどのブームを巻き起こしました。Tカードの購買履歴から商品の口コミができるサービス「カッテミル」にもたくさんの口コミが寄せられています。

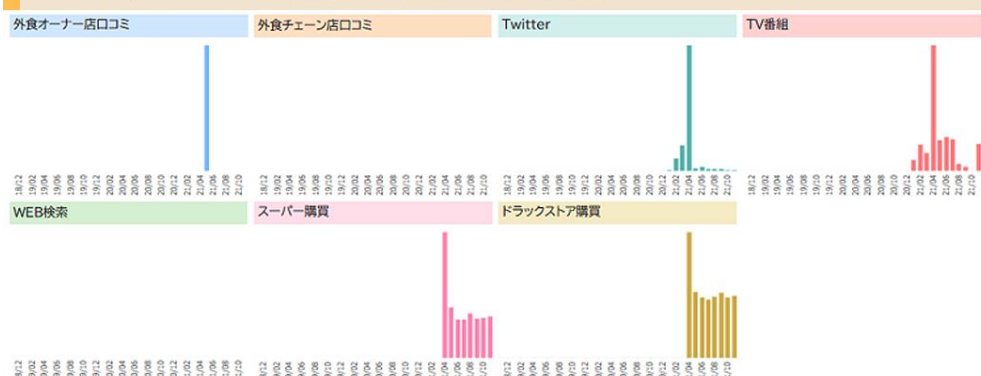
(<https://km2.tsite.jp/column/review/28271/>)

2021年度

生ジョッキ缶 年間順位



メディア別・年間トレンドグラフ 生ジョッキ缶



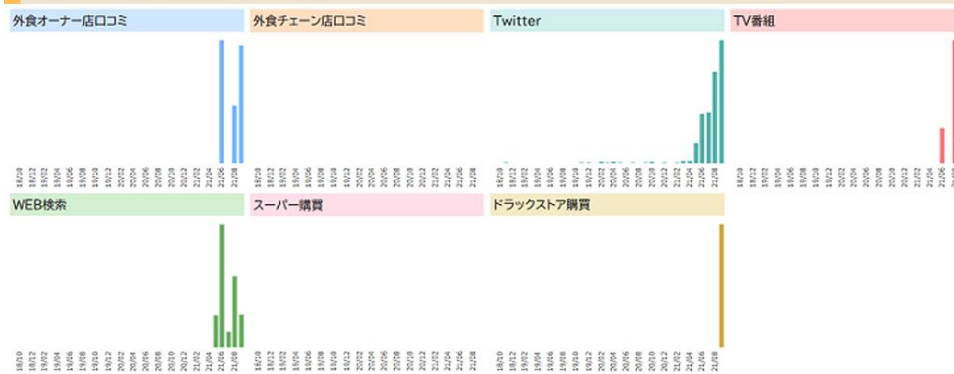
【第3位「マヌルパン」】韓国発祥のニンニクパン！第4次韓流ブームと共に、夏ころから拡散。

“マヌル”とは韓国語でニンニクという意味。韓国の屋台発祥で、フランスパンにガーリックバターを染み込ませた後、砂糖やはちみつで甘みを加えたクリームチーズを挟んだパンです。甘じょっぱい罠に包まれた高カロリー・背徳感たっぷりの一品。日本では、今年5月に「俺のBakery & Cafe」でマヌルパン「俺の罪悪パン」が発売され、パン好きが集まる「パンのフェスアワード 2020」で初代グランプリを受賞。第4次韓流ブームと共に、一気に拡散しました。ガーリック商品は、コンビニエンスストアや外食チェーン店でトレンドとなった流れを組んでいます。健康志向の食品が増える中、逆行して背徳感を伴う食品を求める流れもあるのかもしれません。

2021年度
マヌルパン 年間順位



メディア別・年間トレンドグラフ マヌルパン



■【番外編・ランク外】「フルーツサンド」「カレーパン」も大健闘。お家時間を豊かにするパン。

フルーツサンドは、以前から安定して人気が続いており、定番と言えるほどのパンになりました。「マリトッツォ」と同様に生クリームたっぷりの本品は、これまで“SNS 映え”といったファッション感覚で人気を博していたものの、2021 年に入り“不揃いの果物”を用いてフードロスに配慮するなどサステナブルなお店が出現し、一段と幅が広がりました。また、「カレーパン」も「進化系カレーパン」が注目され、メディアによく取り上げられた注目のパンです。どちらの商品も、お家時間を豊かにするグルメパンと言えます。



■【番外編・ランク外】 来年は「モクテル」「サラダラップ」のブームが到来するかも!?

2022 年度以降、スーパーマーケットやドラッグストアでの販売でトレンド化しそうな商品として「モクテル」「サラダラップ」が挙げられます。さまざまなメディアやクチコミで取り上げられ初めているものの、2021 年現在はまだそこまで展開されていません。

「モクテル」とは、英語で「疑似」という意味の「mock（モック）」と「cocktail（カクテル）」を組み合わせた造語。いわゆる、ノンアルコールカクテルです。昨今のノンアルコール飲料市場の拡大に伴い、モクテル専門店も登場するなど話題を呼んでいます。バーテンダーによるレシピ紹介サイトも増えるなど、お家時間における新たな楽しみのひとつとなりそうです。また、以前から人気の「サラダラップ」ですが、健康志向の高まりにより更なるブームを起こしそうです。中身の具材がたっぷり入って食べ応え抜群の上、ヘルシーで食べやすい点が特徴。今後はスーパーマーケットやドラッグストアでも、「サラダラップ」を購入できる場面が増えてくるかもしれません。



■CCC マーケティング総合研究所 所長 新橋実よりコメント



2021 年のランキングをみると「本格感」、「海外気分」といった点が大きな特徴と言えます。以前と比べ、海外旅行が難しくなる中で、海外の食を内食・中食でも取り入れる動きが強まりました。また、内食・中食がヒットの起点となっているアイテムが多くなっているのも現在の国内の食環境を端的に示しています。「家でも外食気分」というトレンドは確実に広まってきており、調味料の世界でも本格的なものが導入拡大基調にあります。コロナ禍にあって、どう日常生活を楽しむか。食生活の中での「エンターテインメント性」が求められる傾向がさらに強まることが予想されます。

CCC マーケティングは、「UNIQUE DATA, SMALL HAPPY.」をグループミッションに、多種多様なデータを、テクノロジーとアイデアで価値創造し、個人のライフスタイルとそれを取り巻く社会をつないで、一人ひとりの毎日の小さな幸せを作ることを使命とし、引き続きマーケティング領域における独自の価値創出を図ってまいります。

※1 「Market Watch トレンド版」の概要

「Market Watch トレンド版」では、市場分析や競合調査のほか、商品企画や開発、出店開発などに活用することができ、食に関わるさまざまな企業向けマーケティング支援サービスとして提供を行います。テレビデータ、SNS、外食口コミ、実購買データから「今はやりの食関連ワード」を横断的に分析できる「クロスメディア・トレンド パック」、Retty が提供する食領域のビッグデータ連携基盤「Food Data Platform」による外食口コミデータを分析するサービス「食のトレンドバック」と、家計簿アプリ「レシーカ」による内食・中食・外食のレシート購買データを分析するサービス「市場競合バック」を活用することで、自社サービスや競合、市場のトレンドを把握することができます。

※2 「MKW クロスメディア・トレンド パック」の概要

「MKW クロスメディア・トレンド パック」は、年間 50 億件超の購買データと 7,000 万人を超える生活者のライフスタイルデータを融合したデータベースに、CCC マーケティング独自の“食に関する単語のマスターデータ”「しょくたん」を介して、外食口コミデータ、SNS データ、テレビデータを連携した“食の商品開発に特化した複合データ分析ツール”です。食にまつわる多種多様なデータを横断的に分析することで、【それぞれのメディア】で【特定の時期】に【どのような食材、メニュー、食感など】が注目を集めているかを把握でき、“トレンドの伝播”を可視化します。また話題の商品やメニューの飲食店や小売店での取り扱い状況（取り扱いの有無や伸長率など）を捉えることで、「メディアで話題になっている商品がどこで取り扱われているのか」また「その商品に参入すべき時期はいつなのか」など、変化の速いトレンドを補足したマーケティングにご活用いただけます。

※3 「アサヒスーパードライ 生ジョッキ缶」は、アサヒビール株式会社の商標または登録商標です。

※ 本プレスリリースに記載された商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

※ CCC マーケティングでは、セキュリティ上厳重に管理された環境のもと、個人を特定できない状態でマーケティング分析を行っております。

※ 20 歳未満の方は飲酒できません。

※ 妊娠中や授乳期の飲酒は、胎児・乳児の発育に悪影響を与えるおそれがあります。

※ 飲酒運転は法律で禁止されています。

本件に関するお問い合わせ：

【報道関係者からのお問い合わせ】

CCCマーケティング株式会社 広報担当：中川

TEL：03-6800-4464

【「Market Watch トレンド版」に関するお問い合わせ】

Market Watchトレンド版 お問い合わせ窓口

MAIL：mkwtrend_support@ccc.co.jp