

サマリ版

# Lose-Weight

「ダイエット」に関するトレンド集

## *Trend-Hunt Report*

*Up-to-date Market Trends  
in China*

NOVEMBER

2021



## OBJECTIVE

具体的な「行動/事象/情報（=点）」から、  
市場やTAの概況やインサイト（=線/面）を把握し、  
商品開発やブランド規定に資す

中国の微博、小紅書、TikTokなどのSNS、大手ニュース記事APPでの話題になった行動/事象/情報を集め、それらを俯瞰して見渡すことから「新しい意識や行動のうねり」を見出していく。  
統計データや定量的な数字では見出せない、「新しい気づき」を提供することが、本手法の目的

# Quick Summary

## Big Trends

トレンド理解

### 1 「健康ダイエット」ニーズが成長

「健康志向」というメガトレンドを背景として、運動APP、健康的ダイエット食材/ドリンクなど、一時期流行った「無謀なダイエット」ではなく「健康的ダイエット」が主流化。  
「日本のダイエット法」もこの文脈から支持を集めていると思われる

### 2 デジタル化とコロナ影響での「APP化」「個別化」が進行

「ジム通い」は10年代前半から都市部を中心にサービスが広がっていき、幅広い層に受け入れられていたが、コロナ禍に伴い（ポストコロナでも移動制限が残っている）、「個人個人に合わせてAPPで運動を提供する」などのサービスが出現、多くの融資も集めている

### 3 「零」はトレンド化の一方で、「代替食」はネガイメージか

ゼロ糖、ゼロ脂肪、ゼロカロリーなどの商品がこの2年で続々と出現し、「ゼロ市場」が拡大する一方で、世界でブーム化しつつある「代替肉」は「人造肉」として語られている。  
天然/自然志向が強い文化の中で、「代替食」は「人工」感が強く、まだまだ受け入れる土壌はないか

●  
●  
●



# FULL REPORT

- 企業様向けには、完全版として、計20枚の「トレンドシート」を含めたレポートの販売を行っております
  - ・ コンサルタントによる解説/質疑と併せてご納品することも可能となります
- レポートに関するお問い合わせ、また、類似調査についてのご相談は、[info@lemming.ltd](mailto:info@lemming.ltd)、もしくは、会社ウェブサイト [www.lemming.ltd](http://www.lemming.ltd) からご連絡下さい



× 20 枚

⋮

