

五十嵐ゆうこの米國小売業最新レポート

2021年4月23日

Healthy living and at-home cooking drive produce sale 家庭における健康的な食生活への変化が農産物売上げの増加へ繋がる

昨年3月に発令されたロックダウン以降、パンデミック以前に比べ多くの農産物を購入する人数が増加傾向で、78%が献立に多くの果物や野菜を使用するという結果が判明しました。

2020年の農産物の売上は対前年11.4%向上し、売上総計額は696億ドルとなりました。

消費者の果物や野菜の購入と傾向を特定し調査する機構 Power of Produces が2021年度の予測を行い、農産物の売上が増加した最大の理由は、過去に例を見ない位健康的な食事に人々が力を入れ始めたからであるとレポートしました。



農業、小売、外食産業の専門家からなる組織 SEPC（サウスイーストプロデューサーズカウンスル）が発表した農産物食料品の購入についての調査では、新型コロナウイルスによるパンデミック以前より農産物を求める傾向が高く、果物は前年比 8.9%増加、野菜は前年比 14.2 増加し、より多くの農産物を購入されているとのレポートでした。

また FMI の生鮮食品担当副社長であるリック・スタイン氏も「人々は以前よりも家で料理を沢山作っている傾向で、夕食と昼食で野菜を豊富にとり、朝食と軽食では今まで以上に多くの果物をとっています。この傾向は新型コロナウイルス感染対策の免疫強化としての始まりでしたが、若い世代がこのような食生活を後押ししているため、今後もこの状態を維持されると思われます。」と語っています。

次に農産物に関する現在の傾向を具体的にまとめてみました。

① 農産物と身体の状態維持の関係

新型コロナウイルス感染拡大中、食料品を買い求める人々の 44%は健康的な食事をとることにさらに務めていた と答えています。

実際に食料品購入者の 71%は、果物や野菜を購入する主な理由は栄養補給と健康維持の為との回答でした。

実際のところ、栄養素が豊富な農産物が全体的に健康的な食事パターンを維持し、消化器系や心臓の健康、そして免疫へのサポートを提供すると言われています。

人々の 85%は新鮮な果物や野菜に関するより多くの栄養情報を知りたいと思い、食品小売業者は登録栄養士の専門知識を活用して消費者と関わり、果物や野菜を日々の食事に多く取り入れる事で健康への利点に関して信頼できる情報を共有する機会を設けています。

② 農産物を取り入れたクッキング

購入者の 78%が、新しいスパイスやソースの使用や今までとは異なった調理方法を試しながら、様々な農産物の種類を料理に取り入れるようになりました。

半数は日々の食事の献立に果物や野菜を取り入れ、41%の購入者は友人や家族から献立のインスピレーションを得ると同時にレシピ専門のウェ

ブサイト、YouTube、クッキングブック、ソーシャルメディアからの影響も受けたとの回答でした。

そして食品小売業が家庭での食事に、果物や野菜をより多く取り入れるインスピレーションの源となる機会も発信しています。

③ 付加価値のある農産物の販売数が伸びる事情

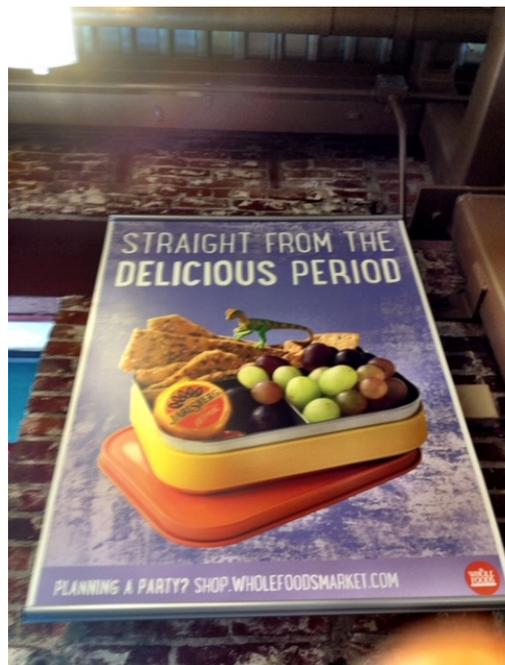
家庭で農産物を使用する料理の頻度が増えると、必然的に利便性が最も重要となります。

プレウォッシュまたはプレカットされた付加価値のある商品を購入する割合は、2019年の31%から2020年には37%に増加しました。

2021年度中には10人中3人がこれらの付加価値のある商品を購入するとの予測です。

そして2021年度の農産物の売り上げは過去4年間で最も高い比率となることが期待され、消費者間で付加価値のある商品の必要性がさらに増大する見込みです。

上記のリストへの追加事項として、農産物の包装方法と持続可能な生産、オンラインと宅配利用で定期的に農産物を購入する傾向や、生鮮のみならず冷凍食品もトレンドとなっています。



以前のレポートで触れましたが、米国ではパンデミックによって過去に例を見ないほどにヘルス&ウェルネス(健康でその健康な状態を長期的に維持)に高い関心を持つようになりました。

それは感染への予防のみならず、たとえ罹患者となっても深刻な状態に陥らない為に、出来る限り普段から健康的な状態に身体を維持することが、結果的に命を守るというケースに繋がるということを目の当たりにしたからだと思います。

その影響は個々が健康や医療に関する情報にアクセスし、理解し、活用するヘルスリテラシーと呼ばれる考え方や食べる事で体を健康的な状態にする Foods As Medicine (医食同源) への意識が高まる結果に結びつきました。

現在はオーガニックや腸内環境を整える発酵食品の売上も引き続き好調です。特に発酵食品の売上は近い将来に世界全体で 400 億ドルを超えると予測され、今後は小売業界だけでなく飲食業界でもメニューにどんどん取り入れられる傾向です。

