

五十嵐ゆうこの米国小売業最新レポート

2022年4月15日

Plant-based Boom has No Sign of Stopping

収まる兆しがない米国の植物由来食品人気

最近の食品小売業ニュースで植物を由来とした Plant-based 食品の売上高が 74 億ドル（約 9200 億円）に達し、2018 年と比較すると 54% 増となったことが明らかになりました。

The Good Food Institute (GFI) が報告した最新データで、Plant-based の売上は驚異的に成長し、食品全体の売上の約 3 倍にあたるスピードであることが判明しました。

パンデミックやサプライチェーン問題の影響で食品全体が値上がりし、経済が混乱しているにもかかわらず、本来、牛乳や肉や卵などの代替えとして作られた Plant-based 食品の売上増加率が、動物性たんぱく質商品を上回ったのです。

Plant-based 食品部門の中で最も高い成長率を記録したカテゴリーは卵で、報告書では Plant-based の卵は急速に成長したビーガンカテゴリーにランクされ 42% 増加を記録しています。



続いて乳製品を含まないコーヒー用の Plant-based クリーマーが 33%、ミルク入りコーヒー飲料が 22%となっています。

Plant-based 市場の最大カテゴリーとして成長している非乳製品牛乳は、2018 年の数値より 12%上昇し、現在の売り場で 16%のシェアを占め、1 億 500 万ドル（約 130 億円）の成長に寄与しています。

一方、乳製品ミルク市場は 2 億 6400 万ドル（約 330 億円）の損失となりました。

アーモンドミルクは Plant-based 乳製品全体で売上の 59%を占めカテゴリーリーダーとして認識され、次いでオートミルクが 17%と続きます。

そして Plant-based のカテゴリーで 2 番目に成長率が高いのは Plant-based Meat で、14 億ドル（約 1700 億円）と好調な売上を維持し、過去 3 年間で売上高は 74%増加し、動物性食品の売上成長率を約 3 倍上回りました。



Plant-based Meat のカテゴリーでは、動物性肉を含まないバーガーパテが引き続き売れ筋商品のトップをリードしています。

また、ヴィーガンミートボール、チキンナゲット、カツレツなども人気商品となっています。

レポートでは、昨年の米国家庭において 62% の人々が植物由来の商品を一度購入していたことが明らかになり、2020 年と比べ 61% 上昇しています。

Plant-based の人気は今現在は収まる兆しが無く、今後数年間にわたり人気を維持することが示唆されました。



1 か月前に私が世界最大の自然食博覧会 Natural Product Expo West を視察した際、展示会で最も注目を浴びていた食品が、Plant-Based であるとレポートしました。

展示会の公式サイトでも『もっと Plant を食べよう』というフレーズが 2022 年度の最大テーマで、肉や乳製品の代替えに留まらず、チーズ、ベーコン、アイスクリーム、飲料などの Plant-based 食品を会場内の各ブースで見受けられました。

展示会主催者は「米国消費者の約 4 分の 1 が、過去 1 年間に Plant-based の購入頻度を増やしているという報告もあがっているので、Plant-based を優先していることは、もはや驚くべきことではありません」と断言していました。

日本で同時期に開催された食品と飲料の展示会 Foodex でも今年は代替え食品や飲料の展示が盛んで、特に多数の代替えミートの出展と代替え肉と言えば大豆プロテインが主流で、Foodex でも大豆を原料とした商品が数多く出品されていたそうで、食感も味も数年前と比べると確実に良くなっていた事を参加された方から伺いました。



一方、米国で販売されている Plant-based のパッケージに Meat-free と同時に『Soy-free（大豆を原料に含まない）』と記載があります。

数年前ミルクの代替えとして登場していた Soy-milk(豆乳)も売り場から減り、現在はアーモンドやココナツ、オーツ麦のミルクが多くなっており、大豆離れが少し進んでいます。

その理由ですが、米国で生産された大豆は主に家畜の餌として使用され、また遺伝子組み換え技術を施した大豆もあり、更に米国人の中には大豆アレルギーがある人も多数存在しているそうです。

大豆を食べてきた東洋人と遺伝子レベルでの反応が異なるそうです。

また近年、大豆にはエストロゲンが多く含まれ、男性が過剰に摂取すると体が女性らしくなってしまう、「Soy-Boy」になってしまうという噂が SNS 等で拡散したことなどが関係しているようで、医学的な真意は別としても SNS は若者たちの間でかなりの影響力があります。

米国の Plant-based は、大豆の代わりにイエロー・ピープロテインと呼ばれる黄エンドウ豆とその他の野菜や果物と混ぜて使用しています。

アレルギー（アレルギー反応を起こす物質）を含まないピープロテインの市場は昨年 2 億ドル（約 250 億円）を超えたとされ、Plant-based 人気と共に急成長しています。

現在は、米国のスーパーマーケットのみならずファーストフードを始めとする
外食でも Plant-based 商品が豊富に手に入ります。

新しいプライベートブランド商品も次々に誕生しているので、当分の間はこの
ブームが続くと私も確信しています。

