

五十嵐ゆうこの米國小売業最新レポート

Hottest Food Trend to Watch in 2022

(2022 年度に最も注目すべき食トレンド)

新年あけましておめでとうございます。

2022 年も最新の米国情報を幅広く、そしてわかりやすくお伝えしていこうと思いますので本年度もよろしくお願い致します。

今回のレポートは新年一回目にふさわしく、米国最大の経済雑誌フォーブスが発表した **4 Hottest Food Trend to Watch in 2022** (2022 年にブレイクする兆候が高いトレンド食品 4 点) についてレポート致します。

新型コロナウイルスのパンデミックによって外食産業は形を変えました。メニューの短縮、デリバリーサービスやピックアップのみに徹するレストラン、サブするスタッフの削減、店内飲食に必要な予防接種カード、営業時間の短縮、QR コードの活用、原料価格の上昇に応じた追加値上げなどがあります。

国際的な食とレストランのコンサルティング企業 Baum + Whiteman の社長マイケル・ホワイトマン氏は、2022 年の後半にレストランの収益性は高くなる傾向であると予測しています。

ホワイトマン氏は「予防接種率が高くなり、サプライチェーン問題も段階的に解消され、消費者は多少高額でも外食に費やす意欲が高まっております。同時にレストラン経営者は少ない従業員で数多くの作業を行う方法を考える必要があるため、その経験値を求められる機会になります。多くの都市では屋外での食事が一般的となり、レストランの座席数及び収益は増加傾向です。」と述べています。

Trend #1: Rise of the cooking robots (調理ロボットの急拡大)

2022 年のトップトレンドとして真っ先に頭に浮かぶのはダイニング業界でのロボットの利用と自動化の急増でしょう。

この概念は既に新しいとは言えませんが、顕著な加速を遂げている理由の 1 つ目は、労働条件に対して不満を持つことで起こる人員不足や継続的に上昇する賃金の問題で、2 つ目はソーシャルディスタンスを維持する手段としての非接触型のダイニングの拡大に起因しています。

Baum + Whiteman は「食と飲料を扱う企業において、クッキングマシンと従業員が共に働くスペースが生まれています。例えば米国西部中心に約 380 展開しているファーストフードチェーン White Castle の 11 か所で Miso Robotics が開発した **Flippy** という名前のロボットがハンバーガーやフライドポテトを調理しています。



今後はピザ、サラダ、コーヒー、ジュース等のブレンド、温かい食事や冷たい食事、パスタメニュー等を提供出来る“食の ATM” や、ユニークな装飾がなされた箱型ロボットが登場するでしょう。また、スーパーマーケットやオフィスビル、病院、学校等の施設に飲食用の自販機が幾つかありますが、レストランやグロサリー店のバックヤードやキッチンで今まで手作業で行ってきた調理の仕事を追加でサポートする ATM（自動マシン）も存在しています。」と述べています。

Trend #2: Plant-based chicken is everywhere（プラントベースドのチキンが色々な場所で登場）

ファーストフードレストランが繰り返してきた鶏肉をベースとしたチキン・サンドイッチの販売戦争は忘れ去られ、2022 年からの戦いはプラントベースドをオプションにしたチキンの代替サンドイッチへの競争へと商品が移り変わります。

動物性たんぱく質の価格変動と鶏肉の供給不足を考えると実際の肉を使用しないナゲットや代替肉を真剣に使用する時が来たのです。

これまで市場ではプラントベースドは大きな支持を集め全米で昨年約 1200 店展開し、世界でも展開しているファーストフードチェーン A&W は、カナダ全土の千カ所でビヨンドミートナゲットを売りました。



全米で 2 千店舗以上と世界 8 か国で展開しているアメリカ風中華のファーストフードチェーン Panda Express もロサンゼルスとニューヨークで行ったテスト販売でビヨンドミートオレンジチキンを完売しました。

過去にビーガンのメニュー導入に多少控えめであった大手 McDonald's や KFC さえも本年度から本格的なプラントベースド市場に参入する可能性が高いとの予測です。

Trend #3: More ghost kitchens （ゴーストキッチンが更に増加）

デリバリー需要は高まり、ゴーストキッチンの可能性を証明した現在において実際にゴーストキッチンは、数百倍に拡大しています。

ゴーストキッチンをプロデュースする Reef Kitchens は、今後 5 年間でファーストフードレストラン Wendy's 内に 700 のゴーストキッチンを開業する予定です。

Ghost Kitchen Brands 社は、今後 2 年間で Walmart 内に 30 のマルチブランドゴーストキッチンの展開を発表しました。

また北カリフォルニアのサンタクララ市にある巨大ショッピングモール Westfield Valley Fair と契約を結んだ Kitchen United 社は、モール内にあるフードコートのテナントの全てに対して事前の食事のオーダーやデリバリーをアプリにおいて可能にしています。

ロンドン拠点の国際マーケティングリサーチ Euromonitor は、ゴーストキッチン は 10 年間で 1 兆ドル規模の産業になる可能性を持っており、Grand View Research では 2028 年までに市場規模は 1393.7 億ドルに達すると予測しています。



Trend #4: Less alcohol (アルコールを控える)

パンデミック中にフィットネスジムに通う事を諦めた多くの人々は、健康的に食事をするスタイルへシフトチェンジしたので、2022 年は飲酒を控える人が増える予測です。

ロンドン拠点のリサーチ IWSR によると『人々はさらにヘルシーな習慣』を目標とし、低アルコール製品を欲する傾向で『本物のような味わい』といった魅力的な内容を兼ね備えたアルコールフリー商品を販売するパッケージングやマーケティングが求められるとのことです。

ハード・コンブチャ（低アルコール入り紅茶キノコドリンク）やアルコール風味の袋入りティーなどの商品など目新しい商品が市場シェアを獲得していると考えられる人もいますが、消費者が完全に飲酒を辞めるわけではありません。

低アルコール飲料を求める人々の50%以上は、オーガニックや環境に配慮したバイオダイナミック農法で栽培されたワインなどを交互に選んで飲むようになるだろうと予測しています。

今回のリストにあるゴーストキッチンについて、昨年に行ったレポートで『外食業の新しい時代』というタイトルで紹介させて頂きました。

ゴーストキッチンはリアルなレストランで行う消費者に料理をサーブするという直接的な接点を持たずとも“料理出来るスペースさえあれば機能可能である”といった新しい形の外食事業です。

2021年後半にはカリフォルニア州サンノゼ拠点のフードデリバリーサービス企業 Door Dash が、ゴーストキッチンを目指す多くのレストランやシェフを市内のショッピングモール内に集め、料理のピックアップデリバリーを専門に行う拠点「ドアダッシュキッチン」で実験的にオープンし、同社のアプリやウェブサイトから各レストランの料理の宅配または持ち帰りの注文を行いました。



この試みにサンノゼ市から離れた場所に所在するレストランも参加し、これまでデリバリーの対象地域ではなかったレストランの料理にもアクセス可能となり、一方、レストラン側はこのドアダッシュキッチンを利用することで新たな店舗を設けずにコストを抑えながら、営業の範囲を拡大することへ進化しました。

このようなイノベーションが生まれた背景には、パンデミックがもたらした感染によってレストランでの飲食を諦め、自粛生活の中で食べるのが唯一残された楽しみとなった人々の強い思いと厳しい状況の中で生き残りをかけた外食産業が生み出した策が存在しています。

英国には “Every Cloud has a silver lining” という諺があり、直訳すれば『どの雲の裏側にも銀色の陽が隠れている』という意味ですが、意識すると『悪条件の反面で見つけた良い事』という意味になります。

今回リストされた 2022 年の食トレンドが、新型コロナウイルスで大打撃を受けた外食業にとって収益を上げる結果へと繋がるのであれば、まさしく Silver Lining だと言えます。

Silver Lining と言えば、つい先日”Omicron’s Silver Lining”というトピックのニュースを読みました。

その中で米国のオミクロン株感染は 1 月末までにピークを迎え、その後は南アフリカ同様に感染者数減少に繋がるかもしれないという予測がありました。

本当に心から、この諺のようになることを願っております。

