

海外メディアの 2021 年食品トレンド予測

何をどう食べるか、キーワードは「健康管理」

2020 年は世界中が新型コロナウイルスのパンデミックに翻弄され、大混乱の年となった。ワクチンが開発され一部の国では接種が始まったという明るい話題もあるが、残念なことに状況は好転しているとはいえず、欧州では昨年末から深刻さがさらに増しており、日本でも 2 度目の緊急事態宣言が発出された。今年はどうなるのだろうか。年末から多くの海外メディアは 2021 年のトレンドをテーマとして取り上げているが、「何をどう食べるか」のキーワードの一つが「健康管理」のようだ。米国の経済雑誌 Forbes (フォーブス) に今年の食品トレンドに関する記事がいくつかリリースされているので併せて紹介する。

サプライチェーンの様々な問題

新型コロナのパンデミック(世界的流行)は、食品業界とそのサプライチェーンの脆弱性を浮き彫りにした。世界中多くの人々が、人生で初めてトイレットペーパー、小麦粉、牛乳、お気に入りの食べ物などをスーパーマーケットで満身に購入することが出来ないという経験をした。

また、パンデミックが発生したことにより、景気が後退し、地球温暖化の問題も浮き彫りにされている。

米国の National Interagency Fire Center (全米省庁合同火災センター)によると、2020 年 10 月 1 日の時点で、米国では 4 万 4000 件を超える山火事が発生し、約 800 万エーカーが焼失し、その多くは農地であったが、新型コロナについては、未だにパンデミックがどれだけ続くかのかという不確実性にも直面しており、仮に、現在予測されているようなパンデミックの強い第 2 または第 3 波が訪れた場合を想定すると、食品業界(農場から食卓まで)が次期の対策を準備しておくことが不可欠であるとしている(*1)

米国のマーケティングサービス会社 Acosta (アコスタ) が実施した調査によると、パンデミックによって再びロックダウンが強制された場合

のために、アメリカ人の 53% が食料品、衛生用品、学用品を備蓄すると答えており、パンデミックの初期段階に備蓄した人数と比較して 15% 増加するだろうとのことである(*2)。

人々の交流の減少が及ぼす影響

外食に関しては、残念ながらビュッフェや大皿料理の盛り合わせなど、以前のように暖かくフレンドリーなものにはならないだろう。またメニュー数の制限、タッチレス注文と支払いのための QR コードの導入や、パーティションでグループを分けたり、自分でワインを注いだりと、結果として「顧客とサービス」で人々の交流が減少することになるため、従来型のレストラン事業が成り立ちにくくなるだろう。当然のことながら 2021 年は、旅行、仕事、勉学には多くの制限が課されることになり、また消費者の財布の紐がかたくなり、自宅で料理や食事をする機会が増えるだろう。それに伴いオンラインのレシピ検索、ミールキット、レストランや食品のアプリ配信の急増に加え、退屈しのぎのためのスナックや飲酒も増加すると予測している(*3)。

ダイニングコンサルタントは、人々は旅行が出来なくなったことにより、エキゾチックな味や食材を探して「地元での買い物で世界中の料

理を食べる」ことを期待している。自宅で食事をする機会が増加し、レストランで食事をする機会が少なくなったこと、特にロックダウンの影響で、何千もの飲食店が業態の変更を余儀なくされ、独自のスパイスミックス、餃子、麺とパスタソース、独創的なパンやペストリー、高級チーズや豚肉、レンダリングされたアヒルの脂肪、CSA (Community Supported Agriculture: 地域に支えられた農業) 入りの箱、新鮮な肉と魚、さらにはプロの調理器具、ミールキットなどの形で提供される商品に加え、場合によってはレストランのロゴが入った「食器」も提供されている。食に特化した米国のコンサルティング会社 Baum+Whitman (バウム+ホワイトマン) は、こうした傾向は来年も続くと予想している(*4)。

食品廃棄物の削減に向けて

多くの家庭で料理の機会が増えている中で、人々は食品を道徳的にも、経済的にも無駄にしていることに気が始めている。世界的に有名なイタリアンシェフの Massimo Bottura (マッシモ・ボトゥーラ) 氏は、昨年の世界経済フォーラムで、食品ロスをなくすため、世界中の料理人に協力を呼びかけた(*5)。同様に有名シェフのホセ・アンドレ氏も食品ロスの削減に力を入れている(*6)。これら有名シェフたちの影響から、残り物を使った料理が流行しているようだ。レストランやホテルもこのような運動に賛同しており、何百ものレストランやホテルがフードバンクに余剰分の食材を提供するようになった。前述の Baum+Whitman では、この食品廃棄物との戦いが 2021 年にさらに激しくなると予測している。

2021 年、食のトレンドは？

フォーブス誌では、新型コロナウイルスのパンデミック

クが、多くの米国人に対し食品選択の考え方を変化させたとも述べている。「何をどのように食べるか」、そして食品や飲料がウイルスや他の健康異常と戦うためのスタミナ、体力、免疫力などにどのような影響を与えるのか。International Food Information Council (国際食品情報評議会) の 2020 Food & Health Survey (食品と健康に関する調査 2020 年) によると、全ての消費者の 54%、50 歳以上の 63% は、2010 年と比べ健康への関心が高まっている。また、減量やカロリー制限、植物由来のたんぱく質の摂取、砂糖の摂取量の制限にも関心が高まっているようだ(*7)。他にも健康サプリメントの摂取についても触れている。米国大手ペプシコは、ストレスを抱える人々の睡眠を改善するため、Driftwell (ドリフトウエル) というソフトドリンクを昨年 12 月に発売した(*8)。

今年のキーワードは家族で健康管理

新型コロナウイルスのパンデミックにより、人々の生活スタイルは大きく変わり、消費者のニーズも変化してきた。その中で確かなことの一つは、パンデミックにより家族と一緒に食事やコミュニケーションを取る機会や時間が多くなったことだろう。米国ジョンズ・ホプキンス大学ブルームバーグ公衆衛生大学院では、「家で頻繁に食事を作る人は、より健康的に食べ、より少ないカロリーを消費している」と報告した(*9)。

前述した International Food Information Council の「食品と健康に関する調査」によれば、特に在宅時間が増えて、スナック類の消費量が増え体重が増加したことから、糖類の制限や植物由来のたんぱく質をより多く摂取するようになったとのことである。これは多くの米国人が新型コロナ以前の体重に戻りたいと考えていることを示すとしている。この調査では、食品の安全性など、様々な角度からも調

査をしており興味深い。

おわりに

今回紹介したフォーブス誌では、様々なシナリオの下に2021年の予測をしている。ロックダウン等の影響で外食産業が世界中で大きな影響を受けた。一方自宅で料理をして、食事を家族と共にする機会が増えたことから「ミールキット」のデリバリー市場が成長している。しかし半数以上の米国人は「調理疲労」を感じており、今後の新型コロナの状況次第では、レストランの売上げが急増する可能性もあるとのことだ(*10)。新型コロナのパンデミックに対し世界中で様々な対策を講じた結果として、プラスチック廃棄物が増加し問題になっている(*11)。またビーガン向けの食品は、肉のみならず魚類、卵へと広がっており、乳製品の代替品もより多くの品種へ広がっている。ダノン、ネスレ等の大手乳製品メーカーでは植物由来の代替乳に力を入れているようだ(*12)。2021年、果たして日本ではどのような食品が流行するのだろうか。

参考資料:

- 1) <https://www.forbes.com/sites/phillempert/2020/10/19/food-trends-2021-staying-healthy-in-a-post-covid-19-world/?sh=14bd0d2b485b>
- 2) <https://www.acosta.com/>
- 3) <https://www.forbes.com/sites/eustaciahuen/2020/11/26/top-4-food-trends-to-watch-in-2021/?sh=484e74e47141>
- 4) <https://www.baumwhiteman.com/>
- 5) <https://www.weforum.org/agenda/2020/11/massimo-bottura-on-solutions-for-food-waste/>
- 6) <https://www.stopfoodwasteday.com/en/o>

<ur-stories/a-conversation-about-food-waste-with-chef-jose-andres---chef-own.html>

- 7) <https://foodinsight.org/wp-content/uploads/2020/06/IFIC-Food-and-Health-Survey-2020.pdf>
- 8) <https://www.cnbc.com/2020/09/14/pepsico-to-launch-drink-to-aid-sleep-as-consumers-struggle-with-stress.html>
- 9) <https://www.fmi.org/family-meals-movement>
- 10) <https://www.forbes.com/sites/briankateman/2020/12/21/the-top-10-trends-in-plant-based-food-in-2020-and-where-were-going-in-2021/?sh=1806b4ca3729>
- 11) <https://www.reuters.com/investigates/special-report/health-coronavirus-plastic-recycling/>
- 12) https://www.just-food.com/analysis/plant-based-priorities-dairy-companies-with-a-stake-in-dairy-free_id142815.aspx

(資料閲覧時期:2021年1月6日~27日)

(Jミルク 国際グループ 御手洗 伸)