

## 米国発 2022 年の食品トレンド

### 食品の小売り業界と外食業界の話題

新型コロナ禍をきっかけに、食品業界では家庭内での巣ごもり消費や外食産業の新たな業態が現われたが、今年は何のような年になるのだろうか。年末から多くの海外メディアは 2022 年のトレンドをテーマとして取り上げており、そのなかにはニューノーマルとして出現した様々な流行のキーワードが見てとれる。アマゾンのグループ会社である米国のホールフーズ・マーケット社が、グローバルバイヤーや専門家らとともに 2022 年に予想される食品トレンドのトップ 10 をまとめ、その内容が米国の専門誌プリペアード・フーズ (Prepared Foods) のウェブサイトに掲載された。また、米国フォーブス (Forbes) 誌のウェブサイトでは 2022 年の「外食産業で注目すべき 5 つのトレンド」がまとめられている。本稿ではこれらの記事から、2022 年のトレンドとして予想される食品業界のいくつかのキーワードを紹介する。

#### 食品小売りはニューノーマル(新たな常態)へ

米国のプリペアード・フーズ (Prepared Foods) 誌のウェブサイトに掲載された内容(\*1)によると、新型コロナウイルスの影響で、世界中の人々は家で過ごす時間が増えたことにより、食料品の購入習慣が大きく変化していることを指摘している。ホールフーズ・マーケット社では、食品業界がコロナ禍の影響で変化した新たな状況に適応していく中で、消費者は、機能性炭酸飲料やトニックのような付加的な効果をもたらす飲料、そしてアーバンガーデン(都市に住む人々が最低限の野菜や果物などを自給することを目的とした作物の栽培を行う「都市型農園」)や、自然環境にやさしい有機農法で栽培された野菜や果物のような消費者に対し幸福感を与えることが出来る食品などが好んで選ばれるようになると予想している。同社は、「我々は、2022年にこれらのトレンドが、食料品店の陳列棚やレストランで皿の上で形作られていくことを楽しみにしている」と述べている。

#### 超アーバンファーマーミング

ホールフーズ・マーケット社は、2013 年、ニ

ューヨークのブルックリン地区に、同社の先駆的な温室を併設した店舗をオープンした。ここでは太陽光と 100%再生可能な電力を利用した、ゴッサム・グリーンズ (Gotham Greens) 社の温室システムが導入されており(\*2)、新鮮で持続的に栽培されたハーブやサラダ菜を店舗で提供している。また、マンハッタン・ウエストにある店舗では、店舗内の温室で栽培されたバジルなどのハーブ類を、惣菜として販売中のピザに使用している。

水耕栽培の野菜や、魚と植物を同じシステムで育てるアクアポニクス(\*3)、食料品売場で栽培されたキノコ類、さらにはロボットが栽培する生鮮食品など、屋内農業の革新は急速に進んでおり、そのような生産者たちは、産地にこだわらず様々な作物を栽培し、また最大限に効率を高めるために、新たな栽培方法を模索しているようだ。

#### リデュースタリアン (Reducetarian、減量主義者または肉食減少主義者)

植物性食品に興味はあるが、肉食を完全に止めることが出来ないという人達に向けて、肉、乳製品、卵の摂取量を減らす、「リデュ

スタリアニズム(減量主義)」の実践が提案されている。また、動物性食品を消費する場合は、牧草で育てられた高品質で特別なもの、飼育時に抗生物質が使用されていない肉、また放し飼いで育てられた鶏の卵を選ぶなど、動物性食品の選択に注意深くなるべきだとしている。飼料のすべてが牧草で育てられた家畜の肉や乳製品、また有機畜産の肉と有機農法で栽培された植物を使用したパテのバーガー類、添加物を使用していないベーコン、A2 ミルク等が例として挙げられている。

### ハイビスカス

お茶等では古くから親しまれているハイビスカスは、フルーツと組み合わせたスプレッド類、ヨーグルト、そのまますぐ飲める(RTD)飲料にも新たな風味として利用されている。2022年にはオーガニック・オレンジ・ハイビスカス・イタリアンソーダがホールフーズ・マーケット社から発売される予定になっており、またヨブチャ(Yo-Bucha)社(\*4)からはストロベリー風味のハイビスカス・昆布茶ミックスのヨーグルトが発売されるそうだ。

### ノンアルコール・スピリッツ

2021年、ホールフーズ・マーケット社では低アルコール製品が記録的に成長したそうだ。この背景には度重なった都市封鎖の際、ミレニアル世代、Z世代が低アルコール飲料やノンアルコールのカクテルを好んだことにある。この「脱アルコール」の傾向はすぐに収まることはなく、アルコールの入ったカクテルのような雰囲気を持ちながら、新しい感覚の英国発のノンアルコール飲料、「モクテル(Mocktails)」(\*5)の流行を予測している。日本でも昨年大手飲料メーカーがモクテルを提案して話題になった(\*6)。バナナミルクの専門店も話題に

なったが、ミルクとフルーツ、またミルクと小豆やきな粉との組み合わせなど、今年は和風なモクテルが話題になるかもしれない。

### 土壌に養分を還元する穀物

2022年は、食料と環境に対し、土壌の健全性に貢献する農法や新たな農業プロセスによって栽培された穀物が注目されるだろう。ランド・インスティテュート(Land Institute)という非営利団体が開発したカーンザ(Kernza®)という穀物(\*7)は、甘くてナッツのような風味を持ち、土壌の養分循環と再生を助ける根の長い多年生植物であり、シリアルやビールにも使用されている。米国の大手アウトドアブランドのパタゴニア(Patagonia)社が日本でもカーンザを使用したビールを販売して話題になったことがある(\*8)。

### ターメリック(ウコン)が発進

「黄金のスパイス」と呼ばれるターメリックは、アーユルヴェーダ(インドの伝統医学)や中国伝統医学で何世紀にもわたって使用されている。ターメリックは、米国では栄養補助食品として人気を集めているようだ。ゴールデンミルクラテやターメリックのサプリメントは目新しいものではないが、このスパイスはシリアルやザワークラウト、さらには植物性アイスクリームサンドなどの包装済み食品の材料としても定着しつつある。

### 外食業界の新たな常態(トレンド)は？

外食業界は、新型コロナ禍で受けた大きなダメージからようやく立ち直りつつあるようだが、米国のフォーブス(Forbes)誌では、2022年には次の5つのトレンドが将来の外食産業に影響を与えるとしている(\*9)。

## デジタル化の加速

新型コロナ禍をきっかけに、外食業界ではデリバリーやテイクアウトのメニューの開発に力を入れてきたが、デリバリーが市場に占める割合は、2019年の7%から2020年には20%と大幅に増加し、この傾向は続くとしている。今後外食業界では、デリバリー向けのメニュー開発がさらに求められることになる。また、オンラインでの注文、デリバリー、車での来店者がテイクアウトすることなどを考慮した上で、メニューをデジタル化する必要が生じている。

## メニューの豊富なバリエーション

新型コロナ禍の影響を受け、消費者は世界の料理、珍しい食材、健康的なメニューなど、バラエティーに富んだ新しい食の選択肢を求めている。新しいアイデアやトレンドは世界中を駆け巡る時代となっている。ソーシャルメディア、例えばティックトック(TikTok)は大きな影響を持ち、新たなアイデアと多様性を広めている。最近のバイラル(ロコミ)ブームでは、「おにぎり」が取り上げられたそうだ。

## レストランのレイアウトの変化

オフ・プレミス(Off premise、テイクアウトやデリバリー)での食事がパンデミックを契機に流行しているが、レストランのオーナーは、ビジネス、スタッフ、顧客にとって最適な店舗のレイアウトを再考する必要があるだろう。フォーブス誌では、従来のテーブルとキッチンの広さの割合は70対30だが、2025年にはこのバランスが逆転し、キッチンの広さがより大きくなるのではと予測している。デリバリー、テイクアウトの増加に対応すべくレストラン経営が変化しており、高級レストランにもドライブスルーを設置する店が増え、またデリバリーの配達員や、テイクアウトを受け取りに来た顧客のために特別

な場所を設けるなどの工夫がなされることになるだろう。

## 新しいケータリング方式

新型コロナの感染拡大の懸念はいまだに払拭できておらず、オフィスでの仕事から在宅での仕事へシフトしたままであることから、企業は職場でのケータリングの利用方法を見直している。これに伴いレストランでも、今までのような大皿に盛られた料理から、個別に取り分けたものへ変更する等、ビジネスを再編成するための工夫が求められている。また、企業経営者が在宅勤務する従業員に対し、ティータイムのクッキーや、バーチャルパーティー用のピザの配達、また新鮮な野菜を支給として贈りたいと思うようになるかもしれない。

## 宅配ロボット

デリバリーの需要の増加とともに、ラスト・ワンマイルの配達が重要になっている。今後さらなる需要の増加に対応するためには、従来人手に頼っていた配達を、将来の成長、効率、費用対効果を考慮した上で再構築する必要がある。消費者のコストに対する意識の高まり、また配達人員の逼迫により、自動化や新たなテクノロジーが導入される可能性は広がっている。ロサンゼルスをはじめ、米国のいくつかの都市ではロボットを使った配達の試験が行われ、既に利用が始まっている。2022年末までには米国内の数十の都市で配達ロボットが利用されるかもしれない。

## おわりに

新型コロナの世界的流行の終息が未だ見通せない中でも、米国の食品産業では、食品メーカー、小売り業界、そして外食・レストラン業界が状況に応じた様々な創意工夫やイノベ

ーションによって新たな常態に対応し、復興と成長に向けて消費者トレンドも追いながら急速に変化しているようだ。

本稿で紹介した2つの専門誌の記事からは、従来のように単に新しいフレーバーの開発やコンセプトの開発だけではなく、2022年は食料の生産方式や食生活のスタイルにも変革の可能性が広がっているように感じた。消費者自らがその商品を選択することにより、食料の生産による環境への影響について考えることのできるような商品が、今後さらに増えていくのではないだろうか。我が国においても同様の変化が徐々に起こるものと考えられ、こうした変化への対応が、酪農乳業にも求められるであろう。

#### 参考資料

- (1)<https://www.preparedfoods.com/articles/126135-top-10-food-trends-for-2022> (プリペアード・フーズ誌、2022年に流行する食品)
- (2) <https://www.gothamgreens.com/> (ゴッサム・グリーンズ社)
- (3)<https://www.theaquaponicsource.com/what-is-aquaponics> (アクアポニックスとは?)
- (4)<https://www.yobucha.com/denver-yobucha-varieties> (ヨブチャ社)
- (5)<https://mockteria.com/mocktail.php> (モクテルとは?)
- (6)[https://www.ccbji.co.jp/event/mocktails\\_movie/](https://www.ccbji.co.jp/event/mocktails_movie/) (コカ・コーラボトラーズジャパン社、モクテル、シッテル?)
- (7)<https://kernza.org/> (ケルンザとは)
- (8)<https://www.patagoniaprovisions.jp/pages/why-beer> (パタゴニア社、なぜ、ビールなのか?)
- (9)<https://www.forbes.com/sites/forbesbusin>

[esscouncil.com/2021/11/10/restaurant-industry-outlook-for-2022-five-trends-to-watch/?sh=5084fcb9249b](https://esscouncil.com/2021/11/10/restaurant-industry-outlook-for-2022-five-trends-to-watch/?sh=5084fcb9249b) (フォーブス誌、2022年外食業界で注目される5つのトレンド)

資料閲覧時期(2021年11月~12月)

(Jミルク 国際グループ 御手洗 伸)