

เนื้อไร้เนื้อ (Planted Based Food) เทรนด์อาหารอนาคตปี 2020

เรียบเรียงโดย
ภิญญาพัชญ์ คำมามูล
นักวิชาการ ฝ่ายส่งเสริมนวัตกรรม



เมกะเทรนด์ที่มาแรงในตอนนี้และอนาคตคงหนีไม่พ้น Planted Based Food หรือแหล่งโปรตีนใหม่ เป็นกลุ่มโปรตีนจากพืชและนมพืช ซึ่งเป็นอาหารทดแทนเนื้อสัตว์ที่ผลิตจากพืชตระกูลถั่ว เห็ด สาหร่าย รวมถึงการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากพืชเมล็ดถั่วตลอดจนโปรตีนจากการหมักเชื้อจุลินทรีย์ ที่มีมูลค่าตลาดอยู่ที่ 6,725 ล้านบาท และมีแนวโน้มขยายตัว 6.4% ตามความนิยมบริโภคอาหารโปรตีนสูงเพื่อสร้างสมดุลทางโภชนาการทดแทนเนื้อสัตว์ ข้อมูลจาก Euromonitor International มีการประเมินว่าตลาดสินค้าทดแทนเนื้อสัตว์ หรือเนื้อสัตว์ทางเลือกในสหรัฐอเมริกาจะมีการเติบโตขึ้นเรื่อยๆ ภายในปี 2023 ตลาดจะมีมูลค่า 2,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จากที่ในปี 2018 มีมูลค่า 1,400 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่ตลาดทั่วโลกนั้น ปี 2018 มีมูลค่า 18,700 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จะเพิ่มขึ้นเป็น 23,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2023 ดูแล้วทิศทางของตลาดนี้น่าสนใจไม่น้อย ยิ่งในปัจจุบันแนวโน้มของผู้บริโภคนิยมรักสุขภาพและรักโลกมากขึ้น การมองหาอาหารที่มีขั้นตอนการผลิตที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เสริมสร้างให้ระบบนิเวศกลับสู่ความสมดุล ผู้บริโภคได้รับโปรตีนอย่างครบถ้วนโดยไม่ต้องฆ่าสัตว์ นับว่าเป็นทางเลือกที่ดี

ต่อใจและสุขภาพ ประกอบกับการคาดการณ์ขององค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) ว่าในปี 2593 หรืออีก 30 ปีข้างหน้าประชากรของโลกจะเพิ่มขึ้นเป็น 9 พันล้านคน ส่งผลให้ต้องเพิ่มการผลิตอาหารเกือบเท่าตัว อาจทำให้เกิดภาวะขาดแคลนเนื้อสัตว์ โปรตีนจากแหล่งใหม่จึงเข้ามามีบทบาทสำคัญและกลายเป็นอาหารหลักในไม่ช้า

ถ้าพูดถึง Plant Based Food ต้องพูดถึง Beyond Meat หนึ่งในผู้ผลิต Plant Based Food อันดับแรกๆ ที่ตอนนี้กำลังเป็นดาวรุ่งพุ่งแรงมากที่สุด ได้ร่วมกับแบรนด์ดังไม่ว่าจะเป็นเคเอฟซี (KFC) ผลิต Beyond Fried Chicken ไก่ทอดที่ผลิตจาก Quorn ซึ่งเป็นโปรตีนที่ได้จากเห็ดราหมัก



Beyond Fried Chicken จากเคเอฟซี

Dunkin' ร้านโดนัทเจ้าดัง ได้เปลี่ยนไส้กรอกที่ทำจากเนื้อสัตว์ เป็นเนื้อที่ผลิตจากพืชของ Beyond Meat มาทำเมนู Beyond Sausage Breakfast Sandwich



Beyond Sausage Breakfast Sandwich จาก Dunkin'



Subway ร้านแซนวิชสายใหญ่ที่มีสาขา มากที่สุดในโลกได้ออกเมนูใหม่ชื่อว่า Beyond Meatball Marinara เป็นแซนวิช ที่มี Meatball แทนเนื้อสัตว์ จะไม่มีเนื้อสัตว์เป็นส่วนประกอบเลย แต่ก็มีโปรตีนจากพืช 24 กรัม/ ชิ้น (ในขนาด 6 นิ้ว)



แซนวิช Beyond Meatball Marinara จาก Subway

การเข้ามามีส่วนร่วมในตลาด Plant Based Food ของแบรนด์ใหญ่ๆ ในธุรกิจอาหารที่ ได้เริ่มเข้ามาในตลาดนี้เพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น เบอร์เกอร์คิง (Burger King) ที่ได้ร่วมมือกับ Impossible Food ซึ่งอาศัยส่วนผสมจากยีสต์ ดัดแปลงพันธุกรรม เพื่อรวมโมเลกุลที่มีธาตุเหล็ก เข้าสู่ผลิตภัณฑ์ ทำให้เนื้อสัตว์จากพืชมองดูเหมือน มีเลือดซึมออกมา คู่แข่งสำคัญของ Beyond Meat ในการผลิต Impossible Whopper เมนู เบอร์เกอร์ที่ทำจากเนื้อทางเลือกโดยมีการจำลอง กลิ่นเนื้อสัตว์ลงไปด้วยเพื่อให้ความรู้สึกของเบอร์ เกอร์มากขึ้น เจาะตลาดกลุ่มมังสวิรัตด้วยสโลแกน “100% Whopper, 0% beef”



Impossible Whopper จากเบอร์เกอร์คิง

สำหรับ McDonald's ได้เริ่มเมนู ทางเลือกร์เนื้อสัตว์มาตั้งแต่ 2 ปีที่แล้ว กับการ ทดลองเปิดตลาดเบอร์เกอร์ทางเลือกใช้เนื้อสัตว์ จากควินัวในเมนูที่ชื่อว่า Big Vegan TS ใน ประเทศเยอรมนีและเมนู McVegan ที่มีส่วนผสม จากถั่วเหลืองในประเทศฟินแลนด์และสวีเดน



Burger เนื้อเทียมของ McDonald's

นอกจากแบรนด์ร้านอาหารที่ตื่นตัวกับ Plant Based Food แล้ว ผู้ผลิตอาหารรายใหญ่ ระดับโลกอย่าง nestle ก็ลงมาจับตลาดนี้เช่นกัน เน้นจุดขายเรื่องโปรตีนสูงและไขมันน้อยกว่า แบรินด์คู่แข่ง โดยเริ่มวางจำหน่าย Awesome burger เนื้อเทียมที่ทำจากโปรตีนถั่วเหลือง ภายใต้ แบรินด์ Sweet Earth โดยเน้นเจาะกลุ่มตลาด mass วางจำหน่ายตาม supermarket ในสหรัฐอเมริกา และวางแผนขยายไปสู่ Whole Food – Supermarket ในเครือ Amazon ต่อไป และ แบรินด์ Garden Gourmet Incredible Burger ในยุโรป เป็นเบอร์เกอร์ที่ทำมาจากถั่วเหลืองและ โปรตีนจากข้าวสาลี รวมไปถึงใช้สารสกัดจากพืช ทรูท แครอท และพริกหยวก เพื่อสร้างรูปลักษณ์ และสัมผัสให้เหมือนเนื้อสัตว์



เนื้อเทียมที่ทำจากโปรตีนถั่วเหลืองของ Nestle

Unilever ก็เตรียมจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อทางเลือกภายใต้แบรนด์ The Vegetarian Butcher



แบรนด์ The Vegetarian Butcher จาก Unilever

Kellogg's ได้ตั้งเป้าส่งเนื้อเทียมภายใต้แบรนด์ Incogmeato ลงตลาดในปี 2020



แบรนด์ Incogmeato จาก Kellogg's

สำหรับในประเทศไทย เริ่มมีความตื่นตัวกับกระแสเนื้อทางเลือกนี้ เห็นชัดจากร้านอาหารเชนใหญ่อย่าง Sizzler ได้ร่วมกับ Green Monday ทำแคมเปญ “Sizzler Taste the Future” โดยนำวัตถุดิบซึ่งเป็นเนื้อจากพืช 100% มาพัฒนาสูตรอาหารจนได้ 4 เมนูใหม่ คือ Beyond Steak With Pepper, Omni Steak with Mushroom Sauce, Beyond Caramelized Onion Burger และ Beyond Chili Dog เพื่อจับตลาดกลุ่มคนรักสุขภาพ



เมนู Plant Based Food จาก Sizzler



กระแสรักสุขภาพที่กำลังมีบทบาทมากขึ้น อาจเป็นปัจจัยผลักดันความต้องการอาหารประเภทโปรตีนจากพืชให้เติบโตต่อไปอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งจะเกื้อหนุนให้มีการเพาะปลูกพืชที่ให้โปรตีนสูง เช่น พืชตระกูลถั่วและเห็ด ให้เติบโตควบคู่ไปกับอุตสาหกรรมแปรรูปเพื่อผลิตโปรตีนจากพืช อย่างไรก็ตาม การสำรวจพบว่าสินค้ากลุ่มนี้ไม่ได้วางเป้าหมายเพื่อทดแทนผลิตภัณฑ์มังสวิรัตินที่มีอยู่แล้วในตลาด แต่เลือกเน้นการผลิตเพื่อลดผลกระทบที่กระบวนการผลิตเนื้อสัตว์ต่อโลก เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคหันมารับประทานเนื้อทางเลือกนี้

ที่มา

<https://www.thailandindustrialtoday.com>

<https://brandinside.asia>

<https://marketeeronline.co/>

<https://techsauce.co/news/sizzler-plant-based-meat>

<https://positioningmag.com>

<https://news.dunkindonuts.com>

<https://www.brandbuffet.in.th>

