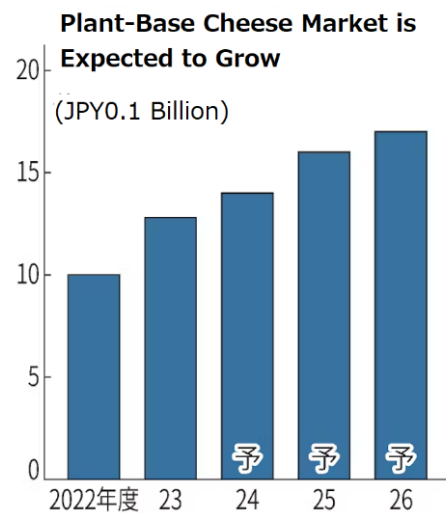


“ชีสจากพืชเติบโตตามกระแสใส่ใจสุขภาพ”

บริษัทชั้นนำด้านอาหาร เช่น Kagome, Rokko Butter และ Megmilk Snow Brand กำลังแข่งขันกันพัฒนา "ชีสทางเลือก" ที่ทำจากพืชโดยไม่ใช้ผลิตภัณฑ์นม เช่น การใช้แป้งเพื่อให้ชีสละลายได้มีความหนืดมากยิ่งขึ้น หรือการใช้อัลมอนต์เพื่อเพิ่มความเข้มข้น อีกทั้งยังเน้นขายจุดเด่นเรื่องแคลอรีต่ำเพื่อดึงดูดผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ แม้ว่ากระแสนิยมอาหารจากพืชอาจลดลง แต่บริษัทต่างๆ ยังคงพยายามพัฒนาตลาดให้เหมือนกับนมจากพืชที่ได้รับความนิยมในฐานะทางเลือกแทนนมจากสัตว์

Kagome และบริษัทสตาร์ทอัพด้านอาหาร TWO (โตเกียว ชิบูยะ) ได้เปิดตัวชีสจากพืช "Ever Cheese" เมื่อเดือนตุลาคมที่ผ่านมา ผลิตภัณฑ์นี้บรรจุในรูปแบบชีสหั่นฝอย ขนาด 500 กรัม ราคา 1,600 เยน โดยใช้ส่วนผสมหลักจากเครื่องต้มถั่วเหลืองและแป้ง โดยไม่มีส่วนผสมของผลิตภัณฑ์นม จากผลสำรวจในร้าน พบว่าผู้ซื้อ 70% เป็นคนรุ่นใหม่อายุ 20-30 ปี และมีเสียงตอบรับดีว่า "อร่อยกว่าที่คิด" นอกจากนี้ ยังลดแคลอรีลง 30% และลดไขมันลง 60% เมื่อเทียบกับชีสทั่วไป อีกทั้งยังไม่มีคอเลสเตอรอล จึงเหมาะกับผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ

Rokko Butter ซึ่งมีชื่อเสียงด้านแบรนด์ QBB เริ่มจำหน่ายชีสจากพืชสำหรับการใช้งานเชิงพาณิชย์ตั้งแต่ปี 2023 และเปิดตัวผลิตภัณฑ์สำหรับครัวเรือนในเดือนมีนาคม 2024 ชีสชนิดนี้เหมาะสำหรับการทำอาหารในรูปแบบชีสหั่นฝอย เช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์ของ Kagome บริษัทเริ่มวิจัยตั้งแต่ปี 2018 แม้ว่าตลาดหลักยังคงเป็นเชิงพาณิชย์ แต่ผลิตภัณฑ์สำหรับครัวเรือนก็ได้รับการตอบรับที่ดี โดยเฉพาะในเขตเมืองหลวง ขายในราคาเกือบ 400 เยนต่อถุง สูงกว่าชีสทั่วไปประมาณ 20-30% อย่างไรก็ตาม เพื่อดึงดูดลูกค้านอกเหนือจากกลุ่มมังสวิวัติหรือผู้แพ้อาหาร เน้นย้ำถึงคุณค่าที่เพิ่มขึ้น



- นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่น ๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ
อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี
11000

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, Tokyo JAPAN
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ
ณ กรุงโตเกียว

TEL : +81-3-3221-9482
FAX : +81-3-3221-9484
E-Mail : thaitctokyo@thaitrade.jp
Website : www.thaitrade.jp

Snow Brand Megmilk เปิดตัวซีสจากพืช 2 ชนิดในเดือนกันยายน 2024 โดยใช้แป้งข้าวและแป้งมันสำปะหลังเป็นส่วนผสมหลัก ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยซีสทำอาหารที่ให้สัมผัสละลาย และซีสจากถั่วลันเตาที่เหมาะสมกับการบริโภคแบบนม ทั้งยังลดคอเลสเตอรอลลงถึง 98.7% เมื่อเทียบกับซีสกระบวนการทั่วไป

ตลาดซีสจากพืชทั่วโลกคาดว่าจะเติบโตเป็น 7.2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2030 ซึ่งเป็น 2.3 เท่าของปี 2023 ส่วนตลาดในญี่ปุ่นยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น แต่มีแนวโน้มเติบโตสูง โดยข้อมูลจาก TPC Marketing Research ระบุว่า ตลาดมีมูลค่า 1.28 พันล้านเยนในปี 2023 และคาดว่าจะเพิ่มขึ้น 30% เป็น 1.7 พันล้านเยนในปี 2026

ผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย

ตลาดอาหารจากพืชในญี่ปุ่นโดยรวมยังอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากรสชาติและราคาที่ยังต้องพัฒนา แต่ตลาดอาหารจากพืชที่เป็นทางเลือกแทนผลิตภัณฑ์นมกลับเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง บทความนี้กล่าวถึงซีส แต่ตลาดเครื่องดื่มจากพืช เช่น เครื่องดื่มอัลมอนต์และข้าวโอ๊ต ได้เติบโตขึ้นอย่างมาก โดยเฉพาะอัลมอนต์มีลค์ที่มีการเติบโตถึงสองเท่าในช่วงปี 2019–2023 สร้างยอดขาย 15.5 พันล้านเยน

แม้ตลาดซีสจากพืชยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น แต่การเน้นจุดเด่นเรื่องรสชาติและสุขภาพอาจช่วยผลักดันการเติบโตในอนาคต

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น

แปลและเรียบเรียงจาก
หนังสือพิมพ์ Nikkei Shimbun ฉบับวันที่ 23 พฤศจิกายน 2567