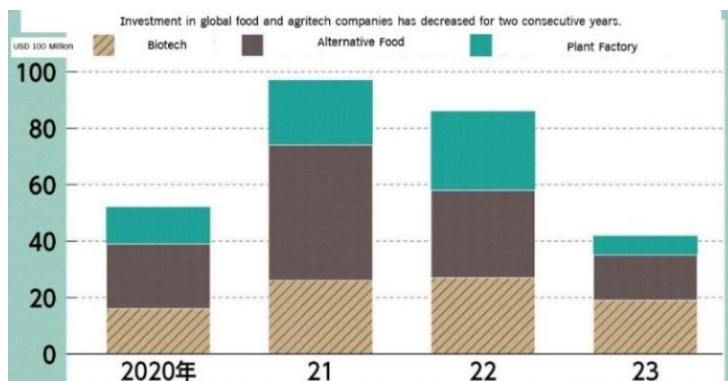


## แนวโน้มอาหารแห่งอนาคตในตลาดญี่ปุ่น

ตลาดอาหารออร์แกนิกในญี่ปุ่นแสดงสัญญาณของการขยายตัว บริษัท Bio c' Bon Japan เป็นบริษัทสาขาในญี่ปุ่นของ Bio c' Bon จากประเทศฝรั่งเศส ซึ่งได้เปิดดำเนินการในญี่ปุ่นตั้งแต่ปี 2559 โดยกลุ่มบริษัทอ็อนและได้นำเสนอสินค้าในสโลแกน “ออร์แกนิกในชีวิตประจำวัน” เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคทั่วไปมากขึ้น หลังจากช่วงโควิดยอดขายของบริษัทเติบโตขึ้น และในปี 2566 บริษัทสามารถเพิ่มยอดขายได้มากกว่า 10% นอกจากนี้ Bio c' Bon Japan พร้อมทั้งจัดหาสินค้าให้กับบริษัทย่อยของกลุ่มบริษัทอ็อน โดยเฉพาะนมพืช เช่น นมถั่วเหลือง นมอัลมอนด์ นมข้าวโอ๊ต นมข้าว ที่ไม่มีแลคโตส ซึ่งไม่ทำให้เกิดอาการแพ้ และมีไขมันที่ดีต่อสุขภาพมากกว่า นำเข้าไปขายในร้านค้ากว่า 1,000 สาขาในเครือบริษัทอ็อนทั่วญี่ปุ่น เป็นการขยายกลุ่มผู้บริโภค เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงโควิดสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์อาหารเกษตรอินทรีย์ก็ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง ประธานบริษัท Bio c' Bon Japan กล่าวว่า บริษัทจะเพิ่มสัดส่วนของสินค้าที่เป็นออร์แกนิกให้มากขึ้นและมุ่งเน้นไปที่การขยายกลุ่มสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน อีกทั้งยังมองว่าในอนาคตสินค้าออร์แกนิกจะกลายเป็นสินค้ามาตรฐานในซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป



ในทางกลับกัน เทคโนโลยีอาหาร เช่น โปรตีนทางเลือก Alternative Protein หรือ Plant - Based Meat กำลังเผชิญกับสถานการณ์ที่ยากลำบาก โดยการลงทุนธุรกิจเทคโนโลยีอาหารในญี่ปุ่น อย่างเช่น เนื้อสัตว์เพาะเลี้ยงและโรงงานพืชในปี 2566 มีมูลค่าประมาณ 610 พันล้านเยน ซึ่งลดลง 57%

จากจุดสูงสุดในปี 2564 โดยเฉพาะการลงทุนในอาหารทางเลือก อาทิ โปรตีนจากพืชและเนื้อสัตว์การเพาะเลี้ยง ลดลงถึง 67% ทั้งนี้ ตัวแปรสำคัญ คือ ความท้าทายในการแข่งขันในด้านรสชาติและราคา เมื่อเทียบกับอาหารปกติทำให้มีอุปสรรคยากต่อการทำธุรกิจ อีกทั้งกระบวนการผลิตอาหารโปรตีนทางเลือกใช้เวลานาน ร้านอาหารบางแห่งถึงขั้นยกเลิกการใช้วัตถุดิบที่ปรุงอาหารโปรตีนจากพืชเนื่องจากราคาต้นทุนสูงจากผลกระทบภาวะเงินเฟ้อ มีความเห็นจากผู้บริโภคว่า “ไม่อร่อย และมีความกังวลเกี่ยวกับสารเติมแต่งที่ใส่ลงไปในการอาหารเพื่อให้รสชาติเหมือนของจริง” ผู้เชี่ยวชาญด้านปัญหาของอาหารชาวญี่ปุ่นกล่าวว่า “การศึกษาวิจัยและพัฒนาอาหารด้าน

- นโยบายภาครัฐ
  เศรษฐกิจการลงทุน
  แนวโน้มการตลาด
  รายงานสินค้าและบริการ
  อื่น ๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
563 ถนนนพบุรี 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

โปรตีนทางเลือกนี้ใช้เวลานาน เนื่องจากต้องศึกษาเกี่ยวกับพืชและสิ่งมีชีวิต” จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เป็นพิเศษ นอกจากนี้ญี่ปุ่นยังไม่มีข้อกำหนดเกี่ยวกับเซลล์อาหาร ซึ่งจำเป็นต้องมีมาตรการข้อกำหนดและจัดกฎระเบียบควบคุมที่เหมาะสม

### บทวิเคราะห์ (ผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย)

ปัจจุบันตลาดอาหารออร์แกนิกในญี่ปุ่นแสดงสัญญาณของการขยายตัวเพิ่มขึ้น มาจากกระแสความนิยมสินค้าที่เป็นออร์แกนิกให้มากขึ้นและยังมุ่งเน้นไปที่การขยายกลุ่มสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ทั้งยังมองว่าในอนาคตสินค้าออร์แกนิกจะกลายเป็นสินค้ามาตรฐานในซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป

จากข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย ปี 2565 พบว่า พืชผลทางการเกษตรของไทยที่มีศักยภาพเป็นวัตถุดิบในการผลิตโปรตีนจากพืช (Plant-based Protein) โปรตีนจากแมลง (Insect-based Protein) ที่เป็นอาหารแห่งอนาคตของไทย คือ ถั่วเขียว ต้นอ่อนทานตะวัน งาดำ ข้าวกล้องหอมมะลิ และเห็ดฟาง มูลค่าตลาดโปรตีนทางเลือกในไทยอยู่ที่ประมาณ 4,100 ล้านบาท เหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกซื้อมาจากกระแสรักสุขภาพ และอยากลอง โดยเฉพาะในตลาดสหรัฐฯ จีน ญี่ปุ่น และอาเซียน ต่อมาในปี 2567 พบว่าธุรกิจประเภทเทคโนโลยีอาหารเริ่มมีการชะลอตัว ปัจจัยหลัก คือค่าครองชีพสูงกำลังซื้อลด การแข่งขันที่รุนแรง ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น ผู้บริโภคมีความกังวลจากสารปรุงแต่งรสชาติ และราคาสูงกว่าเมื่อเทียบกับราคาเนื้อสัตว์ทั่วไป ทำให้กระแสความนิยมในบางประเทศลดลงไม่ได้รับการตอบรับตามที่คาดการณ์ จึงหันไปบริโภคอาหารออร์แกนิกเพิ่มมากขึ้น

---

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น

อ้างอิงจาก

หนังสือพิมพ์ Nikkei ฉบับวันที่ 1 กันยายน 2567

นิตยสาร The Japan Food Journal ฉบับวันที่ 6 กันยายน 2567

[โปรตีนทางเลือกเทรนด์อาหารเพื่ออนาคต เติบโตอย่างไร? - ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย \(kasikomresearch.com\)](http://kasikomresearch.com)