

ความนิยมของเนื้อสัตว์จากพืชในเกาหลีใต้เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว



นักแก้มังสวิรัติของ No brand Burger จากบริษัท Shinsegae food

ในปัจจุบันเนื้อสัตว์จากพืช (Plant-based meat) กำลังได้รับความนิยมในหลายประเทศทั่วโลก โดยขนาดตลาดเนื้อสัตว์จากพืชทั่วโลกมีมูลค่า 3.3 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2019 และคาดว่าจะเติบโตที่อัตราการเติบโตแบบทบต้น (CAGR) ที่ 19.4% จากปี 2020 ถึง 2027¹ โดยคาดว่าจะความสนใจของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นในอาหารจากพืช รวมทั้งการตระหนักรู้เกี่ยวกับสิทธิสัตว์และความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มขึ้นนั้น เป็นสาเหตุในการช่วยขับเคลื่อนการเติบโตของตลาด นอกจากนี้ โควิด-19 ยังส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพอีกด้วย ด้วยเหตุนี้ ผู้บริโภคหลายคนกำลังลดการบริโภคเนื้อสัตว์และหันมาบริโภคโปรตีนจากพืชแทน เนื่องจากเห็นว่าดีต่อสุขภาพมากกว่า รวมถึงกระแสของกลุ่ม Flexitarian คือกลุ่มมังสวิรัติที่มีความยืดหยุ่นในการรับประทานอาหารมากขึ้น ซึ่งจะลดการบริโภคเนื้อสัตว์ในบางมื้อ และผู้บริโภคกลุ่มนี้นับเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้เทรนด์อาหารจากพืชเติบโตอย่างต่อเนื่อง

อาหารมังสวิรัติในเกาหลีใต้ไม่ได้แพร่หลายนักในอดีต แต่กำลังได้รับความนิยมมากขึ้นในปัจจุบัน หนังสือพิมพ์เกาหลีใต้ The Korea Herald รายงานว่าอุตสาหกรรมเนื้อสัตว์จากพืชกำลังเริ่มเติบโตขึ้นตามข้อมูลของสหภาพมังสวิรัติของเกาหลี โดยจำนวนผู้ทานมังสวิรัติเพิ่มขึ้น 3 เท่าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา แต่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตของตลาดที่แท้จริงในเกาหลีใต้นั้นถูกขับเคลื่อนโดยการลดการบริโภคเนื้อสัตว์ สถิติแสดงให้เห็นว่า 1 ใน 5 ของประชากรเกาหลีใต้กำลังลดการบริโภคเนื้อสัตว์ แสดงให้เห็นว่ามีจำนวนของผู้บริโภคกลุ่ม Flexitarian เพิ่มขึ้น ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มนี้มักจะเลือกทานอาหารทางเลือกจากพืชเมื่อมีโอกาส นอกจากนี้ กลุ่มมิลเลนเนียลยังมีบทบาทสำคัญที่จะเปลี่ยนนิสัยการบริโภคแบบดั้งเดิมและหันมาใช้ทางเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ปัจจุบัน คนรุ่นมิลเลนเนียลถือเป็นรากฐานของการเติบโตของมังสวิรัติในเกาหลีใต้ เนื่องจากพวกเขาตระหนักมากขึ้นเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ สิทธิสัตว์ และความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการสำรวจของ GlobalData แสดงให้เห็นว่า 55% ของผู้บริโภคในเกาหลีใต้กล่าวว่า

¹ Plant-based Meat Market Size, Share & Trends Analysis Report <https://bit.ly/3BzY1Z3>

สุขภาพเป็นเหตุผลหลักที่พวกเขาจะพิจารณาบริโภคทางเลือกจากพืชแทนเนื้อสัตว์หรือผลิตภัณฑ์จากนม² นอกจากนี้ จากการสำรวจผู้บริโภคในไตรมาสที่ 1 ปี 2564 ในเกาหลีใต้ 23% ของผู้บริโภคกล่าวว่าความยั่งยืนเป็นเหตุผลสำคัญในการพิจารณาการบริโภคอาหารทางเลือกจากพืชแทนเนื้อสัตว์หรือผลิตภัณฑ์นม ในขณะที่ 27% กล่าวว่าสิทธิสัตว์เป็นเหตุผลที่พวกเขาจะเปลี่ยน³



Twosome x Beyond meat sandwich



Burger King's Plant Whopper



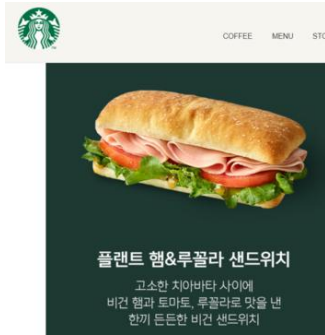
Lotteria's plant-based burger

หลังจากที่ได้เห็นว่าอุตสาหกรรมอาหารทางเลือกจากพืชในเกาหลีใต้เติบโตอย่างรวดเร็ว บริษัทอาหารและเครื่องดื่มยักษ์ใหญ่หลายแห่งก็ได้ก้าวเข้ามาในตลาด ทั้งแฟรนไชส์ท้องถิ่นและแบรนด์อาหารระดับโลกก็ได้เริ่มวางขายเมนูจากพืชเช่น Burger King และ Lotteria ได้นำเสนอเบอร์เกอร์ที่ทำจากถั่วแทนเนื้อสัตว์ ในขณะที่ Starbucks ได้เปิดตัวบราวนี่เต้าหู้และแซนด์วิชที่ใช้แฮมจากพืชและคาเฟ่ดังกล่าว Twosome ยังได้ร่วมมือกับ Beyond Meat เพื่อให้บริการแซนด์วิชเนื้อจากพืช นอกจากนี้ บริษัทอาหารยักษ์ใหญ่ในเกาหลียังมีแบรนด์สินค้ามังสวิรัตินั้นโดยเฉพาะ เช่น Better Meat จากบริษัท Shinsegae Food Beyond Meat จากบริษัท Dongwon F&B และ Veggie Garden จากบริษัท Nongshim โดยทุกแบรนด์วางขายภายใต้การตลาดที่บอกเป็นนัยว่าการรับประทานอาหารมังสวิรัตินั้นดีกว่าการทานเนื้อสัตว์ ซึ่งแบรนด์เหล่านี้ยังขายผลิตภัณฑ์มังสวิรัติต่างๆ เช่น เกี๊ยวมังสวิรัตินักเก็ตเต้าหู้ และไส้กรอกจากพืช⁴ นอกจากนี้ No Brand Burger ซึ่งดำเนินการโดย Shinsegae Food ขายนักเก็ตไก่มังสวิรัตินั้นได้ถึง 300,000 ชิ้นในสามเดือนนับตั้งแต่เปิดตัวในเดือนเมษายน ซึ่งยอดขายได้แสดงให้เห็นถึงการเติบโตของอุตสาหกรรม

² Article from food processing technology website <https://bit.ly/3btogWp>

³ Article from food processing technology website <https://bit.ly/3btogWp>

⁴ News from Yonhap News <https://en.yna.co.kr/view/AEN20210803007600315>



Starbucks's
plant-ham sandwich



สินค้าของ Veggie Garden



Paris Baguette's
plant-based sandwich



สินค้า ของ Beyond meat

เนื้อสัตว์จากพืชที่นำเข้ามาจากประเทศอังกฤษ

ไม่เพียงแค่บริษัทอาหารและเครื่องดื่มเท่านั้น ร้านสะดวกซื้ออย่าง 7-Eleven ยังได้เปิดตัว Green Meat อาหารกล่องสำเร็จรูป 2 เมนูเมื่อเดือนที่แล้ว โดยใช้เนื้อสัตว์ทดแทนที่ทำจากถั่วและเห็ด นอกจากนี้ยังมีบริษัทต่างๆ ที่ลงทุนเพื่อการพัฒนาการเพาะเลี้ยงเนื้อสัตว์จากพืช ซึ่งเป็นการผลิตเนื้อสัตว์ทางเลือกที่ผลิตจากเซลล์ในห้องปฏิบัติการ บริษัทอาหารสดของเกาหลีอย่าง Pulmuone ได้ลงทุนในบริษัทสตาร์ทอัพ BluNalu ของสหรัฐฯ ซึ่งพัฒนาเกี่ยวกับอาหารทะเลที่ทำจากเซลล์ดังกล่าว

เพื่อให้ทันกับยุคสมัย หลายบริษัทลงทุนโดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการวิจัยและพัฒนาเป็นหลัก เช่น Shinsegae Food ได้ดำเนินการวิจัยและพัฒนา (R&D) เกี่ยวกับเนื้อสัตว์ทดแทนมาตั้งแต่ปี 2559 โดยมีเป้าหมายว่าจะต้องเข้าสู่ตลาดเนื้อสัตว์ทางเลือก เนื่องจากเป็นตลาดที่มีศักยภาพในการเติบโตสูงและเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในฐานะบริษัทด้านอาหารในอนาคตที่ยั่งยืน พวกเขายังให้ความสนใจกับการใช้เทคโนโลยีล่าสุดเพื่อพัฒนาเนื้อสัตว์ทดแทนที่เคยเป็นอาหารสำหรับผู้ทานมังสวิรัตินั้นให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการที่ดี ในขณะที่มีรสชาติและเนื้อสัมผัสใกล้เคียงกับเนื้อสัตว์จริง⁵

แม้ว่าตลาดเนื้อสัตว์ทางเลือกในประเทศเกาหลีใต้ยังคงมีขนาดเล็ก โดยมีมูลค่าอยู่ที่ประมาณ 20 พันล้านวอน (17.4 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) ซึ่งนักวิจัยตลาดคาดการณ์การเติบโตอย่างรวดเร็ว ตามข้อมูลจากสมาคมการค้าระหว่างประเทศของเกาหลี (KITA) เนื้อสัตว์ทางเลือกจะมีสัดส่วนมากกว่า 30% ของตลาดเนื้อสัตว์ทั่วโลกภายในปี 2573 และ 60% ภายในปี 2583⁶

⁵ Article from <https://www.mk.co.kr/news/business/view/2021/07/729461/>

⁶ Article from <https://www.ajudaily.com/view/20210729114649025>

● บริษัทตัวแทนผู้จัดจำหน่ายและผู้ผลิตเนื้อสัตว์จากพืชในตลาดเกาหลีในปัจจุบัน

ชื่อบริษัท	แบรนด์(ประเทศผู้ผลิต)	สินค้า
Dongwon F&B	Beyond Meat (USA)	
Nongshim	Veggie garden (Korea)	
Shinsegae Food	Quorn (UK)	
Lotte Food	Zero Meat (Korea)	
Viomix Tech	Better than Meat (Korea)	
Unlimeat	Unlimeat	

จากการสำรวจออนไลน์ที่จัดทำโดย Consumers Korea⁷ เกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับเนื้อสัตว์จากพืชของคนในช่วงอายุ 20 ถึง 50 ปี จำนวน 500 คน ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2564 พบว่า 96.8% ตระหนักถึงเนื้อสัตว์จากพืชและ 63.2% เคยได้ชิม ในบรรดาคนที่ได้ชิมแล้ว 34.6% บอกว่าพอใจและ 41.2% บอกว่ายอมรับได้ นอกจากนี้ 72.6% ของผู้เข้าร่วมการสำรวจเชื่อว่าอาหารประเภทนี้จะช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมมูลค่าตลาดของเนื้อสัตว์จากพืชในเกาหลีคาดว่าจะน้อยกว่า 20 ล้านเหรียญสหรัฐต่อปีและจะเติบโตอย่างต่อเนื่องในอนาคต แสดงให้เห็นว่าตลาดเนื้อสัตว์จากพืชมีศักยภาพมากในตลาดเกาหลี

ความเห็นสำนักงานฯ ความนิยมที่เพิ่มขึ้นในเนื้อสัตว์จากพืชในประเทศเกาหลีแสดงให้เห็นถึงการเติบโตอย่างต่อเนื่องและความก้าวหน้าในอนาคต เนื่องจากยอดขายเพิ่มขึ้นและกลุ่มบริษัทจำนวนมากได้เข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมนี้ ในขณะเดียวกัน อุตสาหกรรมอาหารทางเลือกจากพืชในประเทศไทยคาดว่าจะเติบโต 10% ต่อปีและ 20% เฉพาะในผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์จากพืชที่มีมูลค่าตลาด 900 ล้านบาท (27 ล้านเหรียญสหรัฐ) ปัจจุบันประเทศไทยยังได้ผลักดันผลิตภัณฑ์อาหารจากพืชสู่ตลาดโลกตามนโยบายของกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งอุตสาหกรรมเนื้อสัตว์จากพืชได้รับการคาดการณ์ว่าจะเติบโตในระยะยาวทั่วโลก จึงเห็นว่าเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการไทยในการเข้าสู่ตลาดเนื้อสัตว์จากพืชทั้งในเกาหลีและในระดับโลกและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อการเติบโตในระยะยาว

สำนักงานผู้แทนการค้า ณ เมืองปูซาน
11 พฤศจิกายน 2564

ที่มาข้อมูล:

- 1) Plant-based Meat Market Size, Share & Trends Analysis Report <https://bit.ly/3BzY1Z3>
- 2) Article from food processing technology website <https://bit.ly/3btogWp>
- 3) News from Yonhap News <https://en.yna.co.kr/view/AEN20210803007600315>
- 4) Article from <https://www.mk.co.kr/news/business/view/2021/07/729461/>
- 5) Article from <https://www.ajudaily.com/view/20210729114649025>
- 6) News from The Korea Herald <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20200611000901>
- 7) Article from Vegconomist <https://bit.ly/3CDr2o0>
- 8) Article from Marketeer <https://marketeeronline.co/archives/210350>
- 9) Consumer's report, April edition 2021, Consumers Korea

⁷ Consumer's report, April edition 2021, Consumers Korea, www.consumerskorea.org/soree/pdf/2021/202104_4.pdf