



## ข่าวประชาสัมพันธ์

11 – 15 เมษายน 2565

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส

611 North Larchmont Blvd., Los Angeles, CA 90004

Tel: 323 466-9645, [ttcla@live.com](mailto:ttcla@live.com)

หน้า 1 ของ 3

### โอกาสและแนวโน้มของตลาด Plant-based สหรัฐฯ

Abillion ([www.abillion.com](http://www.abillion.com)) Application ของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีที่สนใจระบบนิเวศวิทยาและนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมถึงการรับประทานอาหารแบบยั่งยืน (sustainability) ได้เผยแพร่รายงานเชิงลึกเรื่อง “Understanding the American Plant-based Consumer” เมื่อเดือนมีนาคม 2022 แสดงให้เห็นถึงทัศนคติของผู้บริโภคสหรัฐฯ ต่อสินค้า plant-based สรุปสาระสำคัญได้ ดังนี้

1. ตลาดสินค้า plant-based สหรัฐฯ กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว คาดว่า ปี 2022 สหรัฐฯ จะกลายเป็นตลาด plant-based ที่ใหญ่เป็นอันดับ 2 ของโลกรองจากจีน โดยจะมีมูลค่าตลาดสูงถึง 11,000 ล้านดอลลาร์ ในอีก 5 ปีข้างหน้า หรือขยายตัวประมาณร้อยละ 10 ต่อปี
2. ปี 2021 ยอดขายปลีก plant-based food ในสหรัฐฯ มีมูลค่า 7,400 ล้านดอลลาร์ เติบโตร้อยละ 6.2 สูงกว่าอัตราเติบโตของกลุ่มสินค้าอาหารทั้งหมด 3 เท่าตัว โดยขนมขบเคี้ยวเป็นรายการที่เติบโตมากและน่าจับตามอง
3. สินค้า vegan cosmetic สหรัฐฯ กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะสินค้ากลุ่มบำรุงผิวที่เป็น sun care เติบโตประมาณร้อยละ 35
4. ปัจจัยกระตุ้นการบริโภค คือ ความใส่ใจสุขภาพ (ร้อยละ 47 ของคนอเมริกันที่บริโภคสินค้า plant-based) รองลงมาคือเรื่องจริยธรรม (ร้อยละ 33) และท้ายสุดคือเรื่องสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ เมื่อเข้าไปดูในข้อมูลเชิงลึกจากแหล่งอื่นๆ ประกอบกัน จะพบว่า น้ำหนักของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคในแต่ละช่วงอายุจะแตกต่างกันไป โดยในกลุ่ม Gen Z จะให้ความสำคัญกับเรื่องสิ่งแวดล้อมและจริยธรรมมากกว่าปัจจัยด้านสุขภาพ ในขณะที่กลุ่ม Millennials จะให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพมากกว่า
5. ตลาด plant-based สำคัญของสหรัฐฯ อยู่ใน California, New York (ส่วนใหญ่อยู่ใน New York City) และ Florida พื้นที่ที่มีการเติบโตของการบริโภคมากที่สุดในปี 2021 คือ Nevada (ส่วนใหญ่อยู่ใน Las Vegas) และ North Carolina
6. คนอเมริกันที่เป็น non-vegan ที่หันมาสนใจ plant-based food เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด กลุ่มผู้บริโภคหลักของ Plant-based คือผู้หญิงกลุ่ม Millennial และ Gen-Z (ร้อยละ 65 ของสมาชิก Abillion App ในสหรัฐฯ) แนวโน้มการบริโภคอาหารของคนอเมริกันหนุ่มสาวในปัจจุบันมีลักษณะ “Reductarian” หรือลดการบริโภคเนื้อสัตว์ dairy และไข่ การสำรวจของ Oklahoma State University เมื่อเดือนมกราคม 2022 พบว่าร้อยละ 10 ของอเมริกันอายุต่ำกว่า 18 ปีระบุว่าตนเป็น vegan หรือ vegetarian และคาดว่าคนกลุ่มนี้จะเปลี่ยนเข้าสู่การเป็นมังสวิรัติเพิ่มขึ้น



## ข่าวประชาสัมพันธ์

11 – 15 เมษายน 2565

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส

611 North Larchmont Blvd., Los Angeles, CA 90004

Tel: 323 466-9645, [ttcla@live.com](mailto:ttcla@live.com)

หน้า 2 ของ 3

7. Trader Joe's เป็นตลาดค้าปลีกติดอันดับ 1 ของสินค้า plant-based จำหน่ายสินค้าแบรนด์ของตนเองเป็นหลักและได้รับความนิยมมากที่สุด รองลงมาคือ Aldi, Kroger, Whole Foods, Target, Costco, Sprouts, Walmart และ Wegmans

ที่มา: Abillion: “Understanding the American Plant-based Consumer”

### ข้อมูลเพิ่มเติมและข้อคิดเห็น สคต.ลอสแอนเจลิส

- นอกจากสินค้า plant-based food แล้ว **สินค้า plant-based cosmetic หรือ vegan cosmetic เป็นอีกกลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพสูงในสหรัฐฯ** ในปี 2021 ตลาด vegan cosmetics สหรัฐฯ มีมูลค่าประมาณ 4,300 ล้านดอลลาร์ เป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่อันดับ 2 ของโลกรองจากจีน หัวใจและจุดขายสำคัญของสินค้า vegan cosmetics คือไม่ใช้สัตว์ในการทดลองผลิตสินค้า
- USFDA ยังไม่ได้จัดทำคำจำกัดความตามกฎหมายของคำว่า “vegan” และ “plant-based” และไม่มีกฎระเบียบชัดเจนเรื่อง vegan หรือ plant-based ไม่ได้กำหนดให้ต้องมี Certification แตกต่างจากสินค้าเกษตรอินทรีย์ หรือ Organic ที่อยู่ภายใต้การดูแลของกระทรวงเกษตรฯ และกำหนดให้สินค้าที่จะสามารถใส่คำว่า Organic บนฉลากสินค้าได้ต้องได้รับตรารับรอง USDA Organic ปัจจุบันมีกระแสเรียกร้องจากหลายฝ่ายให้ USFDA จัดทำกฎระเบียบเรื่องฉลากสินค้า plant-based food เมื่อกลางปี 2021 สมาชิกวุฒิสภาสหรัฐฯ ได้กระตุ้นให้ FDA พิจารณาจัดทำคำจำกัดความที่ชัดเจนเกี่ยวกับ plant-based food ไว้ภายใต้ระเบียบฉลากสินค้า อย่างไรก็ตาม USFDA กำลังจัดทำแนวทางเรื่องฉลากสินค้า plant-based milk คาดว่าจะแล้วเสร็จกลางปี 2022 และคาดว่า อาจพิจารณาออกกฎระเบียบเรื่องฉลากสินค้า plant-based food ตามมาในไม่ช้า
- การสร้างความน่าเชื่อถือของสินค้าในหมู่ผู้บริโภคสหรัฐฯ เป็นอีกหนึ่งกุญแจสำคัญที่สร้างแต้มต่อให้แก่สินค้า การยื่นขอรับตรารับรองจึงเป็นทางเลือกโดยสมัครใจ โดยต้องเสียค่าใช้จ่ายประมาณ 100 – 250 เหรียญฯ ขึ้นอยู่กับบริษัทที่ให้บริการ บริษัทสหรัฐฯ ที่ให้การรับรองการเป็น vegan และ plant-based มีอยู่หลายองค์กร โดยจะมีแนวทางการตรวจรับรองที่ต่างกันไปในรายละเอียด อาทิ

(1) BeVeg International Vegan Certification ([www.beveg.com](http://www.beveg.com)) 3801 PGA Boulevard, Palm Beach Gardens, FL 33410, Tel: 202 996-7999

(2) Vegan Action/Vegan Awareness Foundation (<https://vegan.org>) P.O. Box 7313, Richmond, VA 23221, Fax: 804 254-8346

(3) Plant Based Foods Association ([www.plantbasedfoods.org](http://www.plantbasedfoods.org)) 4 Embarcadero Center, Suite 1400, San Francisco, CA 94111, Tel.; 415 236-5048, [info@plantBasedFoods.org](mailto:info@plantBasedFoods.org)



## ข่าวประชาสัมพันธ์

11 – 15 เมษายน 2565

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส

611 North Larchmont Blvd., Los Angeles, CA 90004

Tel: 323 466-9645, [ttcla@live.com](mailto:ttcla@live.com)

หน้า 3 ของ 3

(4) NSF (National Science Foundation) Certification ([www.nsf.org](http://www.nsf.org)) 2415 Eisenhower Avenue, Alexandria, Virginia 22314, Tel. 703 292-5111, [rgov@nsf.gov](mailto:rgov@nsf.gov)

4. USDA ควบคุมความปลอดภัยของสินค้าที่ผลิตจากพืชที่เป็น “new plant” ซึ่งหมายถึงพืชที่มาจาก การผสมพันธุ์ตัดต่อ จากพืชดั้งเดิม หรือที่เป็นการตัดต่อยีน (genetic engineering) USDA แนะนำ (ไม่ได้บังคับ) ให้ผู้ผลิต/พัฒนาสินค้าจัดส่ง ข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและวัตถุดิบที่มาจากพืชพันธุ์ใหม่ๆ พร้อมกับหารือกับ USDA ก่อนการวางสินค้าในตลาด สหรัฐฯ เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าปลอดภัย (Consultation Programs on Food from New Plant Varieties) โดยหลักการ หรือหัวใจสำคัญในการตรวจสอบจะเน้นว่าวัตถุดิบที่ใช้ต่างจากที่มีอยู่ในท้องตลาดอย่างไรในด้านสารอาหาร (nutritionally different) และมีความเป็นไปได้ในการก่อให้เกิดการแพ้ (allergen) หรือเป็นพิษ (toxin) หรือไม่ ศึกษารายละเอียดได้ที่ <https://www.fda.gov/food/food-new-plant-varieties/new-plant-variety-regulatory-information> , [New Plant Variety Regulatory Information | FDA](#) (copy link ไปเปิดที่ google.com)
5. ข้อมูลจากรายงานดังกล่าวสอดคล้องกับผลการเข้าร่วมงาน Natural Product Expo West (NPEW) 2022 ซึ่งเป็นงานแสดง สินค้าที่รวบรวมสินค้าจากธรรมชาติและสินค้า Organics ที่ใหญ่ที่สุดในสหรัฐอเมริกา โดยสินค้าที่จัดแสดงในงานนี้จะเป็น Trend Setter สำหรับสินค้าในท้องตลาดในปีต่อไป โดยในปีนี้ พบว่าสินค้าที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ Plant-based Food จาก soy, mung bean, pea, chickpea, lentil, fava, navy เป็นต้น ในหลากหลายรูปแบบทั้งเนื้อสัตว์ (ไก่) ไข่ อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน ขนมขบเคี้ยว รวมถึงเครื่องดื่มสุขภาพในรูปแบบต่างๆ ส่วนสินค้าที่มีการนำเสนอมาก รองลงมาคือสินค้า Vegan และ Superfood ซึ่งปีนี้ Monkfruit (หล่อฮังก้วย) ได้รับความสนใจจากผู้เข้าชมงาน และมีหลาย บริษัทที่นำสินค้าจาก Monkfruit มาใช้เป็นส่วนผสมให้ความหวานน้ำตาลมาจัดแสดงภายในงาน นอกจากนี้ พบว่า บรรจุ ภัณฑ์จากธรรมชาติและทำให้มีความสำคัญกับความยั่งยืน (sustainability) เป็นกระแสที่มาแรงมากในปีนี้
6. การเติบโตของตลาด Plant-based ของสหรัฐฯ ประกอบกับปัญหาที่สหรัฐฯ กำลังประสบจากราคาของแหล่งอุปทานของ โปรตีนหลักในท้องตลาด ซึ่งได้แก่ เนื้อไก่และไข่ ที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างมาก (รายงานข่าวจาก สคต. ไม่อามี 11-15 เมษายน 2565) จึงอาจเป็นโอกาสสำคัญสำหรับสินค้า Plant-based ของไทย โดยเฉพาะกลุ่ม Ready-to-cook และ Ready-to-eat
7. ผู้สนใจสามารถศึกษารายงาน “Understanding the American Plant-based Consumer” ฉบับเต็มได้ที่ [american-plant-based-consumer.pdf - Google Drive](#) , <https://drive.google.com/file/d/1lj63ZZNskzR8BOKEqfUjIw-Y7cyCTIWO/view> (ต้องเปิดด้วย google drive)

คลิกที่ลิงค์ [https://survey.app.do/ttcla\\_survey2021](https://survey.app.do/ttcla_survey2021)

หรือสแกน QR Code เพื่อเข้ากรอกแบบสอบถามความพึงพอใจรายงาน  
จัดทำโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ นครลอสแอนเจลิส

