

# 日本に来る次のトレンドは!?

① **プラントベースミート専門ショップ** アメリカやイギリス、ドイツなどヴィーガンの先進国では、豆やキノコ等植物のもので作られた肉（プラントベースミート）を使ったハンバーガーの専門店が出来ている。プラントベースミート自体は世界各国で流通しているが、専門の外食店や小売店で販売されているのは新しい動きだ。

② **ドーナツ** 世界的にドーナツがトレンドで色々なバリエーションがトレンドだ。クロナッツの専門店や、冷たいアイスドーナツ、エクレア型のフィンガードーナツなど多彩。アメリカやロンドンだけではなく、ソウルも世界的に見てドーナツトレンドが激しい場所。ドイツはヨーロッパ初のヴィーガンドーナツ店があるがヴィーガンやプラントベースのトップランナーでもある。世界のヴィーガン市場は伸びているため、こうしたお店は今後も増えていくだろう。

③ **レトロ** 海外でドーナツ、スイーツ、ケーキ、ベーカリーの昔ながらの形状を現代的にアレンジされたレトロ感がトレンドだ。イギリスでは70年代のレトロブームが来ている。かつて領土として人の行き来のあった香港のレトロな喫茶店が再現されて人気。韓国においては「ハルメニアル」という“おばあちゃんの文化”を参考にしているミレニアル世代を指す言葉があり、彼ら向けの食シーンでも、あんこやきな粉などの懐かしいフレーバーを、現代風にして提供している。また日本のどら焼きが、中国やパリで現地風にアレンジされて人気となっている。

④ **韓国ベーカリーシーン** 韓国のベーカリーは新しいものが生み出されている。例えば、古い建物をリノベーションしてベーカリーカフェとした店舗が繁盛している。町のパン屋さんより比較的高価ではあるが特別感を味わえる空間で、自分への“ご褒美時間”を過ごすことが出来ると人気である。

⑤ **ミールディール** 欧米のスーパーやコンビニなどで見かける「meal deal（ミールディール）」「meal to go（ミールトゥゴー）」。これはいわゆる「セット販売」のことで、サンドイッチとスナック菓子とドリンクなどを組み合わせて定価販売する手法。組み合わせによっては1つずつ購入するよりお得になるだけでなく、あらかじめ決められた範囲内から選ぶため食事に悩む時間が短縮され、忙しいビジネスマンのランチにも重宝されている。日本のベーカリーでも応用できるかもしれない。

—パンニュース 2023.5.15—

## 腸内環境に合わせたグラノーラ

カルビーは、シリアル食品グラノーラのD2C（ダイレクト・ツー・コンシューマー）販売を始めると発表した。利用者の腸内環境を検査し、タイプに合った商品をオンラインで定期購入してもらう。5年間で10万人の利用を目標にする。

新サービス「Body Granola（ボディーグラノーラ）」は、1ヶ月20食分が税込み・送料別で3,780円。市販の商品に比べてより消費者の体質に合った食品を提供し、健康維持に役立ててもらうのが狙いだ。健康や美容に関心の高い、20～40代の女性を主な利用者層として想定する。

消費者は、自分の腸内フローラのタイプに合わせておすすめされたトッピングを全6種類から3つ選び、ベースとなるグラノーラに混ぜて利用する。腸内環境に合った食事を取り入れることで、腸内細菌の代謝機能を良好な状態に保ち、多様性を維持できるという。



—日経MJ2023. 5.13—