

## 変化するドイツの食文化：「ノンアルコール」と「プラントベース」の台頭

ドイツデスク CROSSBIE GmbH 山本 知佳  
(本記事執筆者 CROSSBIE GmbH 船橋 珠緒)

### ドイツ食文化の新たな潮流

「ビールとソーセージの国」というイメージが強いドイツですが、近年はノンアルコール飲料と植物性食品に対する関心が高く、これらの市場は目覚ましい成長を見せています。ノンアルコール飲料の導入率は世界でもトップクラス、またヨーロッパ諸国の中でもベジタリアンやヴィーガンの割合が最も高く、ヴィーガン先進国としての地位を確立しています。

### ノンアルコールビールの進化

ドイツでは含有アルコール量が0.5%未満であれば「ノンアルコール」とされますが、ノンアルコール飲料の中でも特に需要が高いのがノンアルコールビールです。

ドイツで初めてノンアルコールビールが作られたのは1972年。旧東ドイツ・ベルリンの Engelhardt 醸造所で製造されたノンアルコールビールは「運転者用ビール (Autofahrerbier)」を略して「アウビィ (Aubi)」と名付けられました(\*1)。1979年には「クラウスターラー (Clausthaler)」が登場しノンアルコールビール市場に勢いにつき、以来、品質改良と消費者のライフスタイルの変化と共に市場は拡大し続けています。

ドイツ連邦統計局によると、2009年から2019年の間にノンアルコールビールの生産量はほぼ倍増し(\*2)、ドイツ醸造家連盟によれば2020年の生産量は6億7000万リットルに達しました(\*3)。

現在ドイツには約7,000のビール銘柄があり、そのうち700以上がノンアルコール関連です。品質と味にこだわったノンアルコールビールの需要増加に伴い、多くのビール醸造所がよりレベルの高いノンアルコールビールの製造に注力しています。

こうしたノンアルコール人気を牽引しているのは、25～45歳のいわゆるミレニアル世代とZ世代。多様な選択肢と健康への意識の高まりがトレンドを支えています。コロナ禍で推奨された自宅での飲酒など、アルコールに対する価値観の変化も影響しているでしょう。

一過性のブームではなく、飲料の種類として定着した感のあるノンアルコール飲料。アルコール飲料業界では今後も需要が拡大すると予測しています(\*4)。

### 植物性食品へのシフト

ドイツの食文化のもうひとつの大きな変化は、植物性食品への関心の高まりです。2023年1月25日に発表されたUSDA (アメリカ農務省) による報告書によると、ドイツ国民の55%以上が肉の消費を減らしており、フレキシタリアンまたはそれに準ずるライフスタイルが普及しています。2021年のドイツ食品小売業における代替肉製品の売上高は前年比32%増、ドイツ国内での代替肉製品の生産量も17%増加し、2022年にはヴィーガン人口が150万人に達しました(\*5)。

都市部の一般的なスーパーマーケットでは植物性製品の取り扱いが増え、カフェやレストランではヴィーガンやベジタリアン向けのオプションが用意されていることが一般的になりつつあります。



◀ ドイツのスタートアップ「BettaFish」はワカメ由来のヴィーガントーナを製造。同社製品を使用した軽食は日本航空の東京-ロンドン線でも提供されている。

### 持続可能性への意識の高まり

こうした食文化の変化は、環境への配慮とも密接に関連しています。植物性食品の消費増加は、温室効果ガス排出量の削減や持続可能な食の未来に貢献しているとされています。ドイツ政府も様々な政策を通じて持続可能な食品生産と消費に向けた取り組みを強化しており、消費者の意識の変化を促しています。

### まとめ

伝統を重んじつつも、健康志向の高まりと地球環境に配慮したライフスタイルを求める消費者の増加が、ドイツの食文化の変化を牽引しています。こうした動向はドイツにとどまらず、世界の食のトレンドとして、今後も新たな食の価値観を形成していくでしょう。

#### 参照リンク

- (\*1) "Bier ja. Alkohol? Muss nicht sein", Süddeutsche Zeitung <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/bier-alkoholfrei-spirituosen-1.5993419>
- (\*2) "Production of non-alcoholic beer has almost doubled in the last ten years" German Federal Statistical Office [https://www.destatis.de/EN/Press/2020/08/PE20\\_N046\\_42.html](https://www.destatis.de/EN/Press/2020/08/PE20_N046_42.html)
- (\*3) "Alkoholfreie Biere", Deutscher Brauer-Bund <https://brauer-bund.de/biervielfalt/biervielfalt-alkoholfreiesbier/>
- (\*4) "ヨーロッパの缶飲料市場規模、シェア、新型コロナウイルス感染症の影響分析、製品タイプ別、流通チャンネル別、および国別予測、2021～2028年", Fortune Business Insights <https://www.fortunebusinessinsights.com/jp/%E6%AC%A7%E5%B7%9E%E7%BC%B6%E9%A3%B2%E6%96%99%E5%B8%82%E5%A0%B4-105965>
- (\*5) "Plant-Based Food Goes Mainstream in Germany" USDA - United States Department of Agriculture [https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Plant-Based%20Food%20Goes%20Mainstream%20in%20Germany\\_Berlin\\_Germany\\_GM2023-0002.pdf](https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Plant-Based%20Food%20Goes%20Mainstream%20in%20Germany_Berlin_Germany_GM2023-0002.pdf)

ひょうご海外ビジネスセンターは、世界11カ所に海外展開現地相談窓口として「ひょうご国際ビジネスサポートデスク」を設置しています。本通信は、毎月1回、各デスクから寄せられる現地トピックスを順にお届けするものです。

【発行 公益財団法人ひょうご産業活性化センター ひょうご海外ビジネスセンター】