



持続可能な食の未来実現へ

「大阪・関西万博」

【大阪・関西万博】大阪では 1970 年以來、50 年ぶりの開催となった「大阪・関西万博」。4 月 13 日から 10 月 13 日まで夢洲で開催され、累計来場者数は約 2900 万人となった。スロースタートとはなったが、閉幕直前には入場予約が取れず、当日券に行列ができるほど熱気を帯びた。

テーマは「いのち輝く未来社会のデザイン」。サブテーマは「いのちを救う」「いのちのちに力を与える」「いのちをつなぐ」。コンセプトは「未来社会の実験場」。

大阪外食業協会（ORA）が運営した ORA 外食パビリオン「宴 UTAGE」（写真右上）は、累計来場者数が 220 万人を超えた。同パビ

リオンは ORA が 4 年に一度開催している「食博覧会」という位置づけでもあった。パビリオンは 2 階建て。会期中約 200 社が参加・出展した。1 階ではテイクアウトで「食」を提供。伊藤ハム米久ホールディングス、全国菓子工業組合連合会、日世、象印マホービン、サラヤの 5 社が全会期出展した。そのほかのブースは出展企業が期間限定で入れ替わった。

2 階は食に携わる仕事について興味関心をはぐくむ場所と位置付けし、企業による料理教室や食育を体験できる「宴ラボ」「宴ミートアップ」などのブースを設置。グルメ軒屋は伝統の手打ちうどん教室、タマノイ酢は握り寿司体験やクイズなど体感型イ



ベントブースを出展した。大阪府などが運営した「大阪ヘルスケアパビリオン」（同左中）は 55.3 万人超が来場した。予約不要で来場できる「ミライの食と文化」（同右下）の体験のフード・物販エリアには 10 企業が出展。六甲バターは、動物性由来の原材料を使わず、すべて植物性素材でメニューを構成した「Q B B これもいいキッチン」を出展した。



来場者のアンケートでは、チーズ代替植物性食品メニューを食べた人の 7 割が「これもチーズ」と回答

は、85% 以上が「植物性食品の印象が良くなった」と答えた。プラントベースフードに関するアンケート（マイボイスコム調査）では、21 年が「知らない」が 82・8%、25 年が 72・4%と、まだまだ認知度には課題が残る。

植物性食品というと代替食品のイメージが強く、味の面を懸念し、二の足を踏んでしまう人も多いだろう。同社がチーズ代替植物性食品を開発したコンセプトは「チーズ好きが本当においしいと思えるかどうか」。

その成果は、来場者アンケートの結果からも見て取れる。万博閉幕後、「おいしく食べ



る情報が不足していた」とチーズ代替植物性食品の普及についてヒントも得られたという。同社商品でチーズ代替植物性食品の「Q・B・B PLANT MAD E」シリーズは、今年 10 月が計画比 2 ケタ増となった。植物性ミルクの豆乳やオーツミルクなどがカフェメニューで

定着したように、植物性チーズがより身近なものになる日はそう遠くないかもしれない。



日世のブース「NISEE I Mouthful Creations」で話題になっていたのが卵、乳フリーのソ

フトクリーム。コーンは米粉を使用している。卵や乳のアレルギーマネジメントも話題に挙がった。同社の HP にも問い合わせや反響が寄せられ、同商品を求めて万博に来場する人もいたという。卵、乳フリーのソフトクリームについては、衛生面の徹底的な管理などが必要で商業化は極めてハードルが高く、今後の展開は未定。食のバリアフリーという考え方を改めて知らしめた出展は意義深い。同社は、ORA 外食パビリオンのブースで販売していた「プラントベースソフトクリーム」を大阪・梅田の阪急三番街の店舗で期間限定販売中。アフター万博の流れも各方面で出ており、関西ではまだまだ余韻が楽しめそうだ。

出展企業や出展団体の情熱に満ちた大阪・関西万博。持続可能な未来の食を実現させるべく、さまざまなアクションが起こされた。次の課題に向けて動き出している企業もある。蒔かれた種がどのような花を咲かせていくのか、見守っていきたい。

（宮本美智子）