



# 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年以来、50年ぶりの開催となつた「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2900万人となつた。スロースタートとはなつたが、閉幕直前には入場が予約が取れず、当日券に行列ができるほど熱気を帶びた。

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

ホーリーデイニングス、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。グルメ杵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



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。

来場者のアンケートでは、チーズ代替植物性食品でメニューを構成した「QB 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。QB 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。QB Bこれもいいキッチン」を出展した。



植物性食品というと代替食品のイメージが強く、味の面を懸念して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



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。

ベントベースを出展した。

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553万人超が来場した。

予約不要で来場でき

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1~10月が計画比2ヶタ増となつた。阪急三番街の店舗で販売していた「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の「アフターべースソフトクリーム」を大おり、関西ではまだ余韻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知れない。

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の人も食べられるとあり、SNSでも話題に挙がつた。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、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

で期間限定販売中の「アフター

べースソフトクリーム」を大

阪・梅田の阪急三番街の店舗