

天眼鏡

「100%植物性のお肉」の味

この9月16日(金)から18日(日)の3日間、東京の浜松町にある東京都立産業貿易センターで、「オーガニックライフスタイル EXPO」(以下「OLE」)が開催された。OLE と併行して日本オーガニック会議主催による官民連携創出会議が開かれ、これに筆者も出席したことから、あわせてOLEを見学した。

OLE 開催は7回目となるが、この2、3年はコロナの影響により規模を縮小するなどしながらも継続。今年の展示数は約250、ビルの2~5階の6千㎡を使用し、来場者は3万人を想定して開かれた。会場はけっこうな人たちでにぎわい、オーガニックやSDGsに対する関心の高さを感じさせるものであった。

ここで展示等の詳細について報告するスペースはないが、特に気をひかれた二つの展示について紹介しておきたい。一つは、「SoMeat (ソミート)」の展示・即売である。ソミートは「100%植物性のお肉」で、出店者は茨城県取手市に本店を置く株式会社染野屋。OLEでの展示内容はオーガニック=有機食品・化粧品等が当然にメインとはなるが、持続可能性・SDGsの目標実現も掲げられていることもあって、「食べれば食べるほど地球にやさしいソミート！」は違和感なくその場に溶け込んでいるように感じられた。

植物肉については新聞等でよく取り上げられ大手メーカーも含めて商品化・販売されているようではあるが、筆者が利用している身近のスーパー等での取り扱いはまだないようだ。ここで試食をさせてもらった。

「美味アワード2022受賞商品」とされる「炙り焼き」、あわせて「しょうが焼き」「唐揚げ~しょうゆ味~」の3種類をいただいたが、確かにそれなりの味ではある。しかし食感は肉とはけっこう異なり、麺類に近いというのが正直なところ。

ソミートは肉そのものとしては「プラントベースミンチ」が販売されているものの、基本は炙り焼き、しょうが焼き、さらにはキーマカレー、ブルコギ、餃子

等というように調理食品としての販売。肉を食べるといよりは食品の中に入った肉も食べる、といったところで、肉は控えめにして食品全体の味で勝負しようとしているように受け止めた。本物の肉とは違う、肉のおいしさに欠けるというのが率直な感想ではあるが、ちょっとした外食や調理食品としては「地球にやさしい」肉を使用している、という満足感“も手伝って、そこそこの需要は見込まれるのかもしれない。

もう一つは畜産とは関係はないが、「あいがもロボ米」の展示・販売である。有機米デザイン株式会社と、生きもの認証推進協会、井関農機株式会社、東都生活協同組合の4社が合同しての出展であるところに目を引かれた。

有機米デザイン株式会社は「地方都市の課題を希望に変える街づくり」に取り組む山形県鶴岡市に本店を置くヤマガタデザイン株式会社の子会社となる。大学等との共同研究・連携による「有機米のマーケット拡大と有機農業に取り組む農業者の所得向上を目指した活動を推進」を目指している。この有機米デザイン株式会社と国立大学法人東京農工大学が協同研究契約を結び、これに井関農機株式会社が約3億円を提供して、あいがもロボットを開発することによって有機米の生産を可能にし、その有機米を東都生活協同組合が販売するというものだ。この米は「さくら福姫」として品種登録申請中で、現在は「まだ名前がないお米」で、『さくら福姫』として花咲くまで、すなわち銘柄「さくら福姫」として販売されるまで、東都生活協同組合が扱い続けることを宣言している。

ソミートに象徴される環境問題への関心、「あいがもロボ米」に見られる企業や研究機関の連携等の動きは急である。OLEで、時代は刻々と変化しつつあることを実感させられた。

(農的社会デザイン研究所 代表 蔦谷栄一)