

## 日本にも「ミートレス」ブーム到来

### ◆米国で注目される「ミートレス」食品

肉の一大消費国米国で「ミートレス」ブームが起きている。「ミートレス」とは、動物由来の食材を使わない食品のことで、日本では「植物肉」や「代替肉」などと呼ばれている。米国では、2019年5月に代替肉ハンバーガー用パテを販売するビヨンド・ミートがナスダックに上場し、株価が高値をつけて注目を集めた。

日本でもミートレス食品が普通に買えるようになりつつある。食肉大手業界2位の伊藤ハムは、20年2月に植物肉を使った家庭向け食品を発売する。最大手の日本ハムも、20年3月から家庭向けの商品を発売する予定だ。また大塚食品は18年11月、肉を一切使わずに大豆を使ったハンバーガー「ゼロミート」を発売し、19年6月にソーセージも加わった。



大塚食品のハンバーガー「ゼロミート」

「ミートレス」が注目されている背景に、畜産が抱える環境問題がある。牛のゲップやおならには二酸化炭素の25倍に相当する温室効果ガスのメタンが含まれるといわれ、さらに

牛の飼育には広大な土地や大量の穀物と水が必要とされるからだ。今後、牛肉が、地球温暖化問題に熱心な国の若者に忌避されることは十分に予想される。

### ◆研究室生まれの「培養肉」も市販間近

一方、動物の細胞を培養によって増やして食用にする「培養肉」も、人口増加などで懸念される食糧危機を救うとして商品化に取り組む企業が急増している。20年1月、牛肉などの培養肉開発に成功している米国のメンフィス・ミーツが、ソフトバンクグループなどから巨額の資金を調達した。日本では、19年3月に日清食品ホールディングスと東京大学の研究チームが、牛の筋肉細胞を培養しサイコロステーキ状の組織の作製に世界で初めて成功したと発表している。

米ATカーニーは、世界の食肉市場に占める植物肉などの比率が40年に60%に達すると推計している。植物肉や培養肉などを仮に工場生産した場合、畜産に比べてどのくらい環境に優しいかなど未知数の部分もあるが、ふだん口にする食材にも環境負荷を意識する時代になりつつあることは確かなようだ。 【秋元真理子】