

## 多様化するニーズに対応する食品・食材展「プレミアム・フードショー2024」 ～ 国内外に向け、これからの食の価値を提案 ～

東京事務所行政課農産物プロモーショングループ

「プレミアム・フードショー2024」(主催:プレミアム・フードショー実行委員会)が2024年4月10日(水)～12日(金)の3日間、東京ビッグサイト(東京都江東区有明3丁目)で開催されました。

### 1 国内市場および海外輸出の活性化、新たな需要の掘り起しに貢献

本イベントは、ベジタリアン(ヴィーガン・プラントベース)、ハラール、グルテンフリー、オーガニックなど多様性をテーマにグローバルな視点で食業界の潮流を発信する専門展示会です。生活習慣、文化、宗教、健康、安全・安心など、あらゆる食の背景を網羅した商材・サービスのマッチングによって、国内市場および海外輸出の活性化や新たな需要の掘り起しを図ることを目的として開催されました。

会場では、計87の企業・団体がブースを設けたほか、ハラールフードの展示コーナーが設置され、入場者は3日間で計55,214名となりました(主催者発表)。また、取組意欲の高い約30社のバイヤー(海外の小売・飲食店・輸入業者、国内の宿泊施設・飲食店等)が参加した個別商談会も連日開催されました。



会場の様子

### 2 会場内は4つのカテゴリーで構成

次の4つのカテゴリーが設けられ、いずれの展示ブースでも来場者が食のトレンドを熱心に情報収集する姿がみられ、商談も盛んに行われていました。

	カテゴリー名	内容
①	ベジフード EXPO	地球環境や健康志向など食への意識の高まりと共に注目されている植物由来の原材料を使用しているヴィーガン・プラントベースの食品・食材、関連製品・サービスを展示。
②	ハラールマーケットフェア	渡航再開後のムスリムインバウンド、イスラム圏を中心とする海外輸出の拡大を目的として、ハラール認証商品、ムスリム向け提案商品を展示。
③	グルテンフリーコーナー	EU、アメリカ、オーストラリアなどを中心に急成長を続け、日本国内でも乳幼児・児童向けの食事を中心に取組が拡大しているグルテンフリー対応商品を展示。
④	オーガニックフード EXPO	オーガニックフードに特化した各地の生産者の商品やブランドを展示。

愛知県からは、④のカテゴリーで七福醸造(株)【有機白だし】、日東醸造(株)【足助仕込三河しろたまり】、(株)まるや八丁味噌【有機八丁味噌】の出展がありました。



八丁味噌(左)、白だしと白醤油(右)



こんにゃく由来のマグロ代替品(左)・ネギトロ代替品(中央)、牛肉しぐれ煮風大豆ミート(右)

### 3 専門セミナーの紹介

業界に向けた情報発信と需要喚起を図るため、各ジャンルの専門セミナーが連日開催されました。今後、畜産や水産業に影響を及ぼす可能性のあるプラントベースフードのセミナーの内容をご紹介します。プラントベースフードとは、動物性原材料ではなく、植物由来の原材料を使用している食品のことです。大豆ミート（肉の代替品）やアーモンドミルク（牛乳の代替品）等が、プラントベースフードと呼ばれる食品の一例です。

#### ○演題

「プラントベースフード市場と可能性」

一般社団法人 Plant Based Lifestyle Lab コミュニケーション委員長 齋藤 貴生氏  
 技術・標準化委員長 村田 靖雄氏  
 事務局 佐藤 慎哉氏

#### ○概要

- ・民間企業約 50 社が加入する一般社団法人 Plant Based Lifestyle Lab が 2021 年 10 月 1 日に設立され、プラントベースフード（以下「PBF」）の普及のために、官学と連携しながら、PBF が当たり前のライフスタイルを根付かせる活動を行っている。
- ・PBF には規格がないため、フードテック官民協議会<sup>※1</sup>の PBF 普及推進ワーキングチームでは規格の検討を進めている。
- ・PBF が普及しない要因としては、「栄養が少ない」、「美味しくなく」、「添加物が多い」、「価格が高い」といった意見がある。
- ・アメリカでは PBF の Soy Free（大豆不使用）<sup>※2</sup>が進んでいるが、大豆をたんぱく源として積極的に取り入れている日本ならではの発展のさせ方があるのではないかと。

※1 2020 年 10 月設立。事務局は農林水産省。協議会の目的に賛同する個人で構成され、食品企業やスタートアップ企業、研究機関、関係省庁等を中心に約 1,300 人が参加。

※2 大豆アレルギー、遺伝子組み換えへの懸念、欧米では家畜飼料のイメージが強い等が要因として挙げられる。

PBF の普及は SDGs への貢献（健康と福祉、持続可能な食料生産と食品安全保証、温室効果ガスの削減と気候変動対策）につながると考えられ、普及には様々な工夫（生産体制の整備や消費者の意識改革等）が必要ですが、代替品ではなく、新しい価値や消費者ニーズに合わせた商品を提供していくことが必要と考えられます。