

キューピーが国内初の代替卵商品 代替肉に続く新市場となるか？

食品メーカーのキューピーが、大豆が原料の「代替卵」を発売することになった。「代替肉」が話題になっている食品業界だが、今回の国内初となる代替卵商品はマーケットにどのような影響を与えるのだろうか。

健康志向に応える「ほぼたま」を発売

今回キューピーが発売する新商品は「HOBOTAMA(ほぼたま)」というユニークなネーミングだ。大豆を原料とするスクランブルエッグのようなペースト状で、6月下旬に国内で売り出す。

卵アレルギーなどの人はもちろんのこと、健康意識の高まりで肉などの動物性成分を口にしない消費者の期待に応える狙いがある。

今回のキューピーの新商品は、業務用としてホテルや飲食店で発売を開始する予定だ。ここを皮切りに、国内でも一般消費者に代替卵ニーズがどこまで広がるか注目だ。

食の多様性から広がる“代替マーケット”

世界に目を転じて、代替マーケットは広がりを見せている。先行する代替肉は、すでに世界的に大きく市場拡大しており、各国の主要プレイヤーは、企業の合併・買収、新商品の開発・改良などが活発だ。

代替卵の分野では、海外では米国ではスタートアップのイート・ジャスト社が植物由来の代替卵を販売している。

世界的な代替卵マーケットも成長傾向である。2019年から2026年にかけて6%の年平均成長率の見込みだ。

日本でもヴィーガンや健康志向が浸透することに伴い、他国に追随する形で卵代替マーケットが成長する可能性は高いだろう。

環境保護など企業姿勢にも注目が集まる

「ほぼたま」の販売発表を受け、キューピーの10日の株価は前日比68円(2.7%)高の2617円をつけた。

マーケットの伸びに投資家が期待した結果ではあるが、環境に配慮する企業姿勢にも一定の評価が集まったと思われる。家畜の飼育には大量の飼料や水を使うため、環境への影響を懸念する人も多いからだ。

今後は環境保護や動物福祉などの問題に対応するサステナブルな企業姿勢も、企業成長を握る鍵になるかもしれない。

