



チャレンジ 人・クローズアップ

CHALLENGE

代表取締役 CEO
櫻井 蓮さん

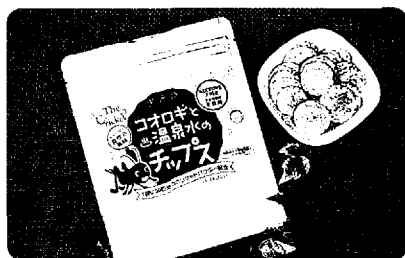
ネガティブなイメージを一新 日本に昆虫食市場を創りだす

「人がどうしたら昆虫を食べるようにするのか、そこに興味があります」。こう話すのは、昆虫食の研究、企画生産などを行う FUTURENAUT 株式会社 CEO の櫻井蓮さんだ。

櫻井さんは高崎経済大学の地域政策学部を卒業し、現在は同大学の大学院博士前期課程に在学する。学部生時代に取り組んだ研究「昆虫食における心理分析」が起業のきっかけだ。

世界で約20億人が昆虫を日常的に食べている一方、日本では昆虫食がいわゆるゲテモノ扱いされ、浸透していない。

「『昆虫食』が昆虫そのままの形で提供されるのか、加工してあるのか。商品の形が、食べる・食べないの行動を大きく左右することが分かりました」。卒業論文を書きあげたあとも、昆虫食と人間の行動への興味は尽きなかった。



「当時、昆虫食を生産する企業は国内にはほとんどなく、研究データも不足していました。潜在的な市場の大きさを、所属ゼミの飯島先生の後押しもあり、自ら昆虫食を普

及させようと起業しました。2019年に起業後、自社製品として「ココロギパウダー」を使った「ココフレット」や「チョコ克蘭」などを発売し注目を集めた。同社の強みは研究に裏打ちされた商品開発や統計を用いた市場分析の実施、原材料の生産や調達、売り場づくり、普及イベントの運営まで昆虫食に関して精通している点だ。

「たとえば同じタンパク源として、ココロギと牛の可食部1kgあたりの生産に必要な水の量を比べたとき、ココロギが420リットル、牛は22,000リットルというデータがあります。こういったデータについて研究による裏付けがある点が食品メーカーさんに評価されています」。

さらに、ココロギの養殖はフードロスの解消にも一役買っている。ココロギは雑食性で、基本的には何でも食べる。食品メーカーが生産過程で出す食品残渣をエサとして再利用する研究もスタート。既に県内外の数社と協働で、ココロギの養殖に取り組んでいる。「創業から2年が経ち、SDGsの盛り上がりもあり、昆虫食への関心が非常に高まってきました。自分たちが昆虫食市場の拡大に貢献している実感があります」。

現在は修士課程の2年目の櫻井さん。経営が軌道に乗れば、博士課程への進学を視野に入れる。食の未来を担う昆虫食の普及に、大きなやりがいを感じている。(N)

CHALLENGE ちょっと一言

既存の商品がココロギパウダーを使えば、新商品に生まれ変わる、という点も大きな魅力のひとつだ。磯部せんべいにココロギパウダーを使った「ココロギと温泉水のチップス」はその代表格だ。ココロギパウダーを最大限配合し、50g 当たり 50 匹分のパウダーを使用している。

高崎下小鳩
郵便局

莫木病院

FUTURENAUT(株)
(高崎経済大学内)

鳥川

ミニストップ
高崎上並樓店

フューチャーノート
FUTURENAUT 株式会社

住所：高崎市内上並樓町 1300 番地
(高崎経済大学内)

TEL：050-8881-5629
<https://futurenaut.co.jp/>