

食生活の起源に歸る

田中来樹

○理想と現実

[理想]

- ・日本で昆虫食も普通の食と認識されている
- ・いつでも昆虫中心の食生活に転換できる

[現実]

- ・昆虫食に対する悪い価値観をもっている
- ・昆虫食を食べられない

[現状]

食糧不足が迫っており、昆虫食の普及が少し進められているが、価値観の変換が難しく食べる人がそんなにいない。

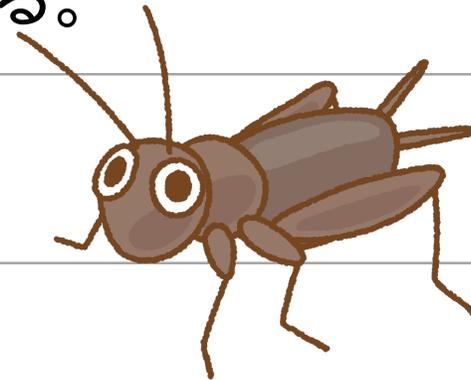
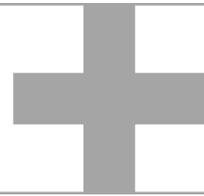
昆虫は動物よりも栄養価がまんてんであり、育成に関する環境面のコストも抑えられる。



○有効だと考えられる対応策

〈価値観の変換〉

昆虫食の利点である、栄養価の高さと動物と比べたときの自然環境への影響の差を広告などで大きくアピールする。



〈食のグローバル化〉

昆虫の形を残したようなものではなく、粉状にするなど工夫して、見た目の面で、拒絶されないようにする。

ファーストインプレッションを大切にして、気持ち悪いなどの不快な気持ちを感じさせないような昆虫食やお菓子を提供する

○具体的な対応策をふまえたビジネスプラン

「1.昆虫食のゴーストレストランを作る」

レストランより費用が安く、容易に各地方へ展開していけると考えられる。

「2.SNSでの広告」

拡散力の高いSNSである、Yahoo!での純広告やInstagramでの広告で昆虫食についての利点を強調した広告するなどして、昆虫食に対する価値観の転換をはかる。



「3.顧客のターゲティング」

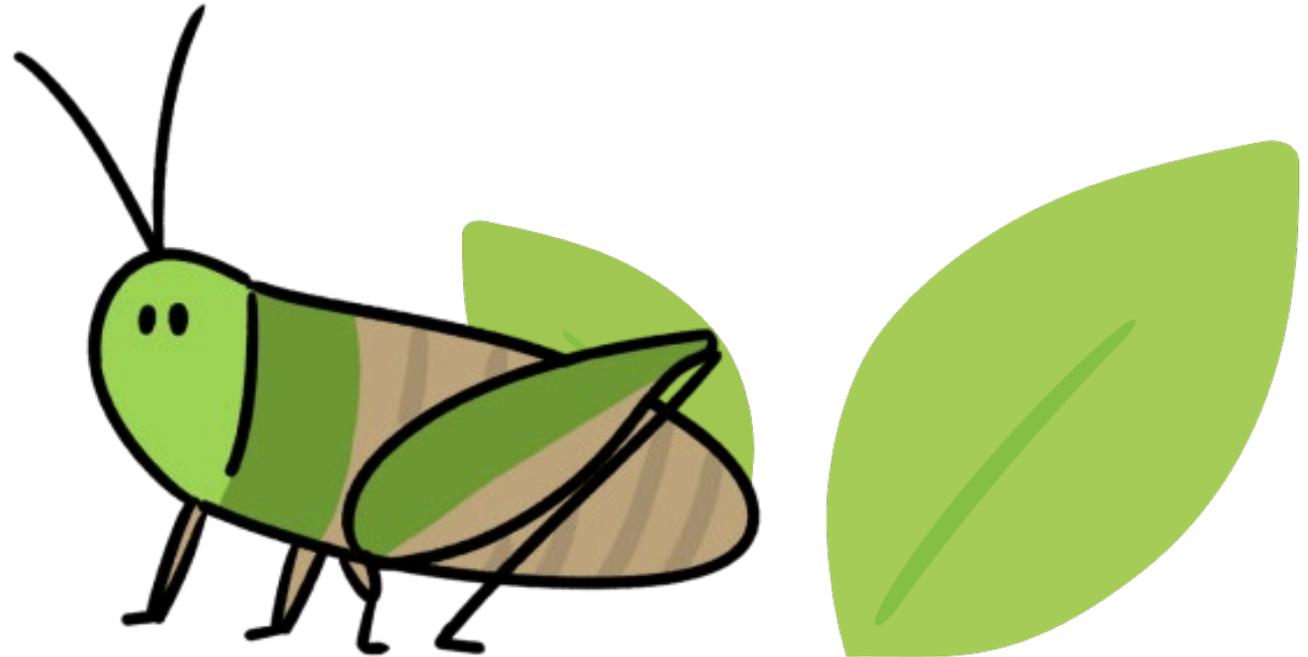
最初は小学生とその保護者にターゲットを絞り、小学生の好奇心を利用したマーケティングをする。その時に、タンパク質や、脂質を多く含むなど栄養価の高い食材である昆虫を使ったおいしいお菓子を提供することによって、お菓子を食いたいという小学生のニーズと、栄養のあるものを子供に食べて欲しいという保護者のニーズの両方を満たすことができ、昆虫食の普及が進むと考えられる。

「4.ゴーストレストランの宣伝」

ある程度普及できてきたタイミングを見計らいゴーストレストランを宣伝する。

「5.需要と供給の確保」

こういったことをして需要を増やす。そうすれば、供給もそれに伴う形で増えていき、いつ動物から、昆虫への食生活の転換がきても対応することができると思われる。



[補足]

昆虫食が日本社会に普及すれば、昆虫の育成と食料化を実際に体験できるキットを販売することができ、虫を自分で育て、殺して食べることにより近年問題となっている「命の大切さ」に関する意識の希薄化への対応策とをうつことができる。これを小学校等に販売し、道徳の授業で扱っていただくことができれば、より効率的に命の大切さを知っていただくことができる。

