

# 遊休地で手軽に栽培 出荷数量は2年で7.5倍は

レシーを販売する計画だ。

健康志向の高まりを商機と捉え、スーパーフードの産地化に力を入れる地域が相次ぐ。

産地化先行  
埼玉・JA南彩

時代はスーパーフード＝だ。機能性成分などの含有量が多く、健康や美容に関心の高い消費者らの注目を集めている。輸入品が多かったが、国内で生産技術が向上し、栽培に乗り出してスーパーフードとして売り込む産地が増えてきた。専門小売店が登場し、ネット通販が特集を組むなど販売市場も熱を帯びる。時代のうねりを産地、小売りで追った。(船津優也、大山知香)



健康志向の高まりを商機と捉え、スーパーフードの産地化に力を入れる地域が相次ぐ。埼玉県のJA南彩は需要の伸びが期待できる青パパイヤの産地化に3年前から取り組む。梨の生産者が減少し、増えてきた遊休農地の活用を探る中で、栽培のしやすさと健康野菜としての注目度の高さに目を付けた。

JA営農部の松岡昌典部長は「防除の必要がなく、肥料を数回与えるだけで栽培できる手軽さから、取り組む農家が増えてきた」といふ。2019年には、生産量が2年前の1.5倍の90トン、出荷数量は1.5倍の45トンに増えた。

## 2020年上半期トレンド予測 スーパーフードTOP10

1位	青パパイヤ
2位	キクイモ
3位	マルベリー
4位	サジー
5位	ノニ
6位	スーパー藻類
7位	国産スーパーきのこ
8位	進化系シード
9位	スーパーフラワー
10位	スーパー天然甘味料

(日本スーパーフード協会のデータを基に作成)

いった側面から見れば、スーパーフードで提案できる農産品や食品は多い」と指摘する。

## 食品提案もっと

一般社団法人日本スーパーフード協会が発表した、20年上半期のトレンド予測「スーパーフードTOP10」によると、1位は青パパイヤ。国内生産が急速に広がり、入手しやすくなったことも後押しした。2位のキクイモは、糖尿病の予防・改善に役立つとされる成分が豊富。7位は、マイタケやエリンギなど生鮮きのこの「国産スーパーきのこ」。8位は「進化系シード(種)」で、スイカやカボチャの種など。同協会は「機能性や栄養と

価の高さをPRできた」と手応えを語る。

通販大手も特集

商品数は450品に

通販大手のアスクルが運営する個人向けネット通販「ロハコ」は、スーパーフードの特集ページをホームページに設ける。料理などに手軽に利用できる加工食品などをそろえる。商品は原材料に国産野菜を使った青汁、キヌアやもち麦、小豆を使った雑穀ミックスなど約450品に上る。

特集ページは15年に、美

容に関心が高い顧客の要望を受けて作成した。ロハコの主要顧客の忙しい女性向けに、取扱商品を強化した。同社は「30、40代の女性を中心に支持がある」と話す。

# 健康に美容にスーパーフード



ソムタムカフェが提供している青パパイヤのサラダ「ソムタム」(東京都港区で)

## 栄養PR 調理工夫 専門店登場 出足上々 商機あり

東京都港区に昨年9月、青パパイヤ料理を提供する専門店「ソムタムカフェ」

がオープンした。分解酵素を多く含み、整腸効果などの作用が期待できると商機

を見た。店では青パパイヤをふんだんに使ったサラダを中心に、スープや唐揚げ

なども提供。独特の香りがある調味料のナンプラーや塩気を抑え、日本人の味覚に合うように工夫している。

来店客の7割がリピーターだ。昨年9月と比べて売り上げは4割以上伸びた。店長の生輝梨花さん(27)は「料理の味に加え、栄養