

夏を乗り切る 機能性豊かな野菜類

夏の野菜といえば、キュウリ、トマト、ナスなど果菜類が中心だが、「夏を乗り切るための（機能性を持った）野菜」という観点で見ると、少し様相が異なる。夏場は、夏バテの疲労からくる免疫力の低下が問題だ。そこで、時節柄もあり夏秋野菜の機能性を切り口にする視点や販売方法を考えていきたい。

い。果菜類の間でも夏に盛りのあるものや、食味に特徴があり癖も強いいかにも夏バテ効果がありそうなものも多い。ネバネバ系といわれる食材には、納豆やメカブ、モズクの他、野菜ではオクラやナガイモなどがある。また、清涼感を演出する香辛野菜類も、高い機能性を持っている。

ゴーヤー

一般家庭への定着を証明。

【概況】

東京市場に入荷するゴーヤーは、この10年の対比では数量で5%、単価で9%下回る。ただし、16年については、かつてより3月から出荷が増えて7～8月にピークを迎え、9月以降は急激に減る。シーズンを前に早出しする作型が増え、旬に入荷が増え、不需要期に減るといふメリハリが出てきた。一般家庭消費を含めてゴーヤーが関東地域で定着してきたことを物語る。主産地沖縄も、27%程度から35%へと地位向上だ。

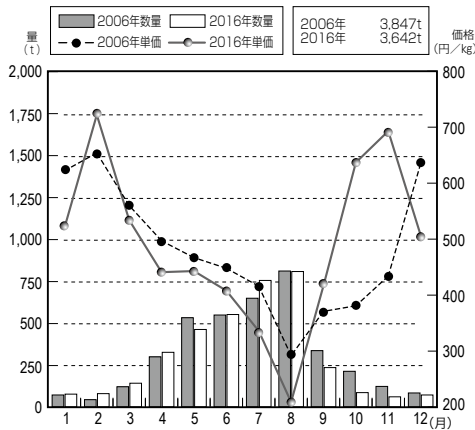
【背景】

ゴーヤーの苦みは強く、成分のうち植物インシュリンは血糖値や血圧を下げる作用、食欲を増進させる一方、血中脂肪を低下させダイエット効果がある。また力口チンは疲労回復に役立つ。夏が長い沖縄など南方の夏の野菜だけに、夏越しには効能を発揮する。現在では九州のみならず、関東でも生産されているが、機能性の高さという側面からは、本場のシェアが上がり主産地を不動のものにしている。珍しくも一般家庭に定着した個性派野菜だ。

品種の機能性を生かす

【今後の対応】

暑い夏に欠かせない野菜だが、今後はどう差別化していくかが課題だろう。ゴーヤーの種類は多く、品種により大小様々、白緑色から黄緑色、濃緑色など色も様々。形状も表面が細くこがったもの、滑らかで太いもの、多数のコブ状の突起があるものなど、種類によって味も成分の含有量も異なる。九州産は細長く苦みが強く、沖縄産は肉厚で太く苦みが少ないとされる。機能性がテーマであるいま、産地には品種の選択で商品性を考えてみたい。



オクラ

春から夏に国産リレー。品種や商品にバラエティーを

【概況】

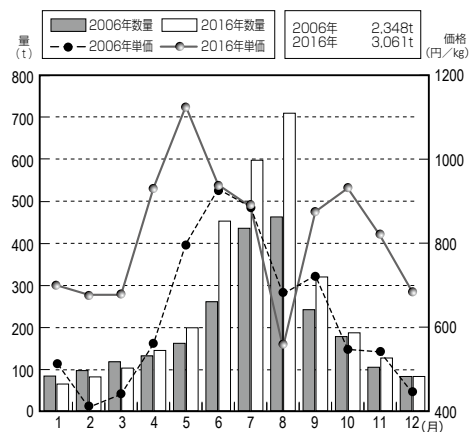
東京市場におけるオクラの入荷は、この10年で3割増え、単価も16%上がった。春から始まり夏にピークを持つてくる作型は、主産地鹿児島、高知、沖縄などで形成される。かつてシェアが20%以上あったフィリピン産は国産が薄くなる冬場を中心に、現在はシェア13%程度。輸入品が減った分、単価高になった。かつて関東から東北まで産地があったが、西南暖地が周年栽培するのに対して季節野菜的な生産では、拡大は無理だ。

【背景】

オクラにはベクチンやムチンが含まれている。そのため、胃壁を保護し、タンパク質の吸収を助けてスタミナ強化する。また微量栄養素も豊富で、疲労の回復やミネラル補給にも役立つ。血糖値の上昇を抑える、コレステロール値を下げる、胃炎や胃潰瘍を予防する、便秘・下痢を解消する、疲労回復するなどの効果があるのだ。いかにもネバネバ系食品らしい効能である。これに納豆やメカブなどが混ざれば、理想的な夏越し食品だ。

【今後の対応】

もともと地物があった沖縄では、丸いタイプのものが主流で12～13cm以上に大きくする。東京近郊では、最初はずま物として角のある品種を5cmくらいで箱に並べ出荷していた。そのため、現在の荷姿は8～10cmくらいのもので定着したが、オクラにはもっとバラエティーが必要だ。とりわけ、きれいに規格通りに並べてパックするだけでなく、大小込みや大型だけのもの、丸型など、一般家庭向きなら、もっと品種や価格に変化があった方がいいだろう。



今年の市場相場を読む

高知産が9割を占める。パクチャーのようなヒットを期待

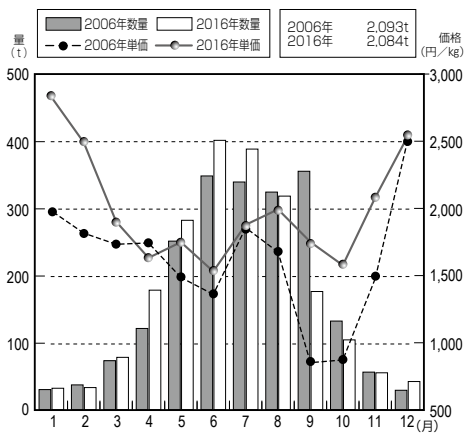
ミョウガ

【概況】
東京市場のミョウガの入荷は、この10年の対比では入荷量はほぼ変わらず、16年は単価が24%も高い。かつては関東から東北に季節産地があり、入荷は安定しなかったが、いまや周年産地高知が9割を越すシェアを持つ。独占産地が価格政策を操っているという面もあるが、計画的で安定生産・出荷の体制が整えば、その大部分は契約的な相対で流通するようになったから、という理由が大きい。露地栽培の病気も心配ない。

【背景】
ミョウガの香りはα・ピネンという精油成分で、神経の興奮を鎮めストレスを緩和する。発汗促進や消化促進効果もある。漢方ではその機能性を不眠症、生理不順などに効果的としており、シャキシャキした食感と香りが夏バテの食欲減退に役立つ。その他、ミョウガの味の辛味成分には強い抗菌作用があり、熱からの体の不調、口内炎や喉の痛みを和らげて、風邪予防としても利用されている。ミョウガは独特の香りのため好き嫌があるが、和風パクチャーである。

【今後の対応】

東京市場に入荷するミョウガは、この10年では横ばい状態だが、主産地の高知産だけを見ると、18%も増えている。大型施設を使った効率的な生産方式と、県内一元出荷方式の効果を最大限に利用した結果、単価は安定し生産拡大につながったものだ。文化遺産となった和食の食材のひとつとして、もっと食提案やメニュー開発も必要で、増えている外国人観光客にも周知させたい。あの癖の強いパクチャーの奇跡的なヒットは非常に示唆的だ。



ズッキーニ

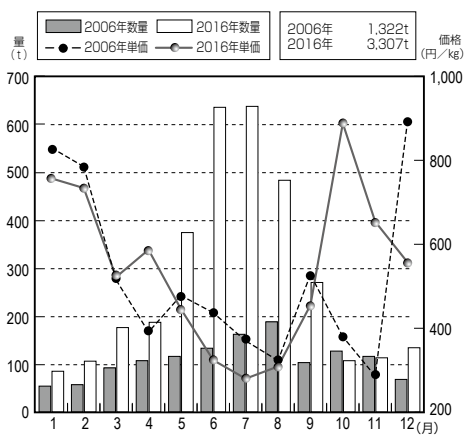
10年間で成長し大衆化へ。和洋中なんでも相性が合う

【概況】
東京市場のズッキーニは、この10年間で最も伸びた野菜の代表格である。入荷数量は2.5倍となり、価格も8%安くなって大衆化した。入荷は春から夏にかけてがピークで、単価も安い。主産地の長野がピークの主体で、7月には53%のシェアがある。同じ時期には関東の茨城、群馬なども出荷するが、主に冬から春にかけては、日本における発祥の地である宮崎が受け持ち、リレーを完結し周年需要に対応している。

【背景】
ズッキーニは、健康に良く免疫力を高める食品として知られ、栄養面ではカボチャの仲間とは思えないほど低カロリーで、ビタミンAが豊富だ。免疫力強化と抗酸化作用で、生活習慣病予防にお勧め。主にがん予防、潰瘍・胃炎、高血圧に対する機能を有する。夏の疲労で免疫力が落ちがちだが、それを下支える食品である。ビタミンAは力が出る。カボチャというよりはナスに近いが、あつさりして、和洋中のどんな料理にも相性がいい。

【今後の対応】

ズッキーニは、主にフランス料理やイタリア料理に使われるが、天ぷらなどの和風の調理法にもよく合う。油との相性がいい。緑色のほかに黄色や赤などの種類もあり、長いのも丸いものもある。皮も種もやわらかで生食することもできるが、緑のものは加熱しないとあまり美味しくない。ズッキーニの持つ成分を訴求すべきで、ビタミンB群の一種、葉酸には赤血球をつくる働きがあり、豊富なカリウムは、塩分を排出して脳卒中や心筋梗塞を防ぐ。



流通ジャーナリスト
小林 彰一
青果物など農産物流通専門のジャーナリスト。(株)農経企画情報センター代表取締役。「農経マーケティング・システムズ」を主宰、オピニオン情報紙「新感性」、月刊「農林リサーチ」を発行。著書に「日本を襲う外国青果物」「レポート青果物の市場外流通」「野菜のおいしさランキング」などがあるほか、生産、流通関係紙誌での執筆多数。