

新商品

栄養訴求型の生鮮野菜 ラインナップを拡大

カゴメ

カゴメ（山口聡社長、名古屋市中区）は、栄養訴求型の生鮮野菜「高スルフオラファンブロッコリー」

（写真）、「高ケルセチン紫たまねぎ」「高β・カロテンにんじん」の3品について、首都圏を中心に本格販

売を開始した。昨年までテ
スト販売を実施していた
が、健康志向の高まりを受
け販売を拡大する。

「高スルフオラファンブ
ロッコリー」は、ブロッコ

リーに多く含まれる健康成
分スルフオラファングルコ
シノレート含有量が、一
般的なブロッコリーの約
1・5倍（同社調べ）。同
成分は、体内で分解される
とスルフオラファンに変化
する。

鮮やかな紫色が特長の
「高ケルセチン紫たまねぎ」

は、抗酸化作用を持つポリ
フェノールであるケルセチ
ンを、一般的なタマネギの
約1・5倍含む。

「高β・カロテンにんじ
ん」は、一般的なニンジン
よりも多くのβ・カロテン
を含む。甘くてまろやかな
味わいが特長。

同社は、「トマトの会社
から、野菜の会社」とい
うビジョンのもと、生鮮野
菜の生産・販売を展開して
きた。中でも、「高リコピ
ントマト」は販売開始以
来、好調な推移を見せお
り、今後もこうした栄養訴
求型の生鮮野菜の開発・販
売に注力していく。



この袋でレンジ調理できる
利便性も兼ね備える