

青果の差別化商品も

ビッグサイトに9万人

流通業界に向けて最新情報を発信する「第50回スーパーマーケット・トレードショー2016」（主催：新日本スーパーマーケット協会）が3日間にわたり東京ビッグサイトで開催され、前年より約6000人多い9万518人が来場した。出展者数は1918社・団体、3474小間。このうち1200社以上が自治体や地方金融機関が取りまとめた6次産業化関連の出展とみられるが、このほか青果関係の企業も多く出展し、店頭での差別化につながる商材・パッケージなどをPRした。その中から注目を集めた企業を紹介する。

開発から加工、流通 幅広い総合力をアピール

ファーマインド

ファーマインド（東京都千代田区）では、果実・野菜の新ブランド「真の実（まのみのみ）シリーズ」をはじめ、バナナ、アボカド、キウイ等独自の熟成加工を施した商材、全国14か所のセンターを活用したゴールドチエーンネットワークなどの総合力をPRした。

真の実シリーズは、おいしさに加え、「食べごろ成熟」「味評価」「希少で珍しい」「こだわり生産」の4つの基盤のうち、いずれかを満たしたものの。糖度センサーで選別したリンゴ、薄皮でやわらかい食感のトマトなど80種類以上を展開する。

また、同社では昨年から「産直支援プログラム」をスタート。スーパー等では産直による「生産者の顔が見える商材」に対するニーズが高いものの、調達や物流経路、規格目合わせ、事務処理などさまざまな課題がある。同社では情報調達・加工・物流までを一貫して行うネットワークを構築しており、産直をサポートする。

一方、生産者にとっても手取りアップは課題。そのため、同プログラムの一環として各地の希少性の高い野菜や果実を栽培する生産者や農民生産法人、JAと連携し、広域販売に取組む。ブースでは商材の一例として、佐賀県の生産者が栽培するカンキツ「レッドウインク」などを紹介し、注目を集めた。



80種類以上を展開する「真の実シリーズ」

スペイン産ニンニクや 「シルクスイート」など注目

三協商事

三協商事（千葉市中央区）では、日本国内や中国等の海外契約産地、自社農場で栽培した野菜や、自社工場・提携工場で製造した水煮野菜などの加工品を中心に量販店、中堅スーパーや市場、業務用加工工場に販売。さらに近年はスペインやタイ産の野菜のほか国産の希少価値が高いこだわり青果物の扱いにも注力する。今回とくに来場者の注目を集めたのは、スペイン産のニンニクと、中国および国産の「高pHだけのこ」、茨城県産の



国産のこだわり青果物も扱う。茨城県産サツマイモもPR

スペイン産ニンニクは、薄皮が淡い紫色のモラードとホワイトの2種類で、ともにグローバルGAP認証を取得した圃場で栽培。モラードはハープのような香りがあり、オリブ油との相性が良く、ホワイトは大粒で汎用性が高い。「ともに取扱量は着実に増えている」（同社）。またスペイン産原料で国内加工の「黒ニンニク」は味が安定し、甘酸っぱくて食べやすいと好評。

高pHだけのこは、「酸味がなく、鮮度、風味、食感を残し、旨みを封じ込めたこだわりの逸品」とPRする。pH調整を5.0±0.2と高くすることで、品質を安定化させるが、品質を安定化させる常温暖蔵も可能にした。

シルクスイートは収穫後、30℃の蒸気でキュアリング処理を行い100日以上貯蔵する。これにより余分な水分が蒸発し、デンプンが糖化する。ことで甘みが増し、上品でなめらかな食感になる。同社では生鮮品と冷凍した焼き手を販売中。

サンキストとコラボした オレンジを販売開始

名果商事

名果グループの名果商事（愛知県豊山町）では、高付加価値ブランド「いとこ探り」を紹介。バナナ、パイナップル、カンキツ、ドライ品、野菜など幅広く、フィリピンの標高1000以上の園地で栽培した「超高地栽培バナナ」、カリフォルニア産の「不知火」、ニュージ

ランド産「メイヤーレモン」、ノンフライで高食物繊維とPRする「コナッツチップス」などがある。

中でも、今月から販売を開始したサンキストとのコラボレーションによるネーフルオレンジをいち押し。米国・カリフォルニアの園地を指定した



サンキストとのコラボによるオレンジ

もので、糖度センサーにより12度以上のものを扱う。今シーズンはミカンの終了が早いと見られる頃まで販売する予定。

京都でバクテリア栽培 「べっぴん産野菜」8種

西原エライ

青果物の卸を行う西原エンタープライズ（東京都港区）では、薬物野菜シリーズ「べっぴん産」を紹介した。スーパーからの「差別化できる商品が欲しい」との要望に応え、人気の「むらさき水菜」「さらだほづれん草」をはじめ、「赤ちりめん高菜」「白ちんげん菜」「マスタードリーフ」「かつお菜」など、珍しい野菜8種類を展開する。



パッケージの裏にはレシピを掲載

（同社）という。一方、「土耕栽培のため、野菜本来の味が感じられる」とも。今年産はさらに作付を拡大し、供給量を増やしていく予定だ。

このほか、全国各地養菜協会が認定する「地養菜」なども扱っている。

「食べ方提案」など 購買意欲そそるパッケージ

精工

精工（大阪市北区）では、青果売場で目をひき、購買意欲をそそるパッケージを提案した。

このうち、「クックチヨイスシリーズ」は「男爵」「メークイン」「たまねぎ」「ぎゅうり」「ほうれんそう」など野菜14品目・品種を用意。品目・品種名と一緒に特性に合った食べ方を提案、さら

「もりかごスタンドパック」は、取っ手付きのカゴがプリントされたチャック付きのスタンドパック。果物や菓子などを入れるとカゴに盛られていくカラー印刷で目を引く「クックチヨイス（上）」



カゴに入っているように見える「もりかごスタンドパック」

るように見える。洋風、和風があり、ともに大小を揃えており、手土産やギフトなどにも向く。

果物用の「イロハビシリーズ」は、フルカラー印刷によるシスル感のある写真とカラフルな帯を使ったデザインが特徴。自立性がありトレーが不要なため、買い物客にとっては「トレイで隠れていた果物の下の部分を確認して購入が可能」というメリットも。「ポックスパック2個人」「ポックスパック縦型」「チャック付スタンドバックVシリーズ」があり、品目に応じたレシピ、ワンポイントアドバイスを掲載する。