

## S.C.WORKS 今週のスタディ！

## 【ヘッドライン】

- 1) 「和菓子の購入場所、“スーパー” 7割強 “専門店” 5割弱」
- 2) 「食べてSDGsにも貢献、野菜シート“オーガニックベジート”」
- 3) 「昆虫食のエリー、“かいこプロテインスムージー” 大手と組んで栄養解明」

---

 1) 「和菓子の購入場所、“スーパー” 7割強 “専門店” 5割弱」

伊藤忠グループのリサーチ会社マイボイスコムは1月17日、4回目となる「和菓子」に関するインターネット調査の結果を発表した。2021年12月1日～5日に調査を実施し、1万58件の回答を集めた。

和菓子の購入場所は（複数回答）、「スーパー」が71.1%、「和菓子専門店、お菓子屋」が47.3%、「コンビニエンスストア」が26.8%、「みやげ物屋」「デパート」が各2割弱。「和菓子専門店、お菓子屋」「デパート」は、女性高年代層で比率が高くなった。

和菓子が好きな人は、「好き」「どちらかといえば好き」を合わせて80.8%。女性や高年代層で高く、女性60・70代では「好き」の比率が各6割強となっている。

好きな和菓子の種類は（複数回答）、「たいやき・今川焼き・人形焼」「大福」が各6割強、「おはぎ・ぼたもち」「カステラ」「せんべい」「どらやき」が55～57%で上位にあがった。

女性で比率が高い項目が多く、特に「ぎゅうひ」「桜餅、道明寺」「団子」「上生菓子」「わらび餅」は男女差が大きくなっている。60・70代では「大福」、男性10・20代では「カステラ」が1位だった。

和菓子を食べるシーンは（複数回答）、「ふだんのおやつ」が和菓子を食べる人の55.2%、「おみやげなどでもらった」が40.6%、「家族が買って来た」「お茶うけ・お茶菓子として」が各30%台となった。

「ふだんのおやつ」「おみやげなどでもらった」「季節行事のお祝い」「ちょっと一息つきたいとき」「自分へのごほうび」など、女性の比率が高いものが多かった。ほとんど毎日食べる人では、「ふだんのおやつ」「お茶うけ・お茶菓子として」「食後のデザート」が上位3位にあがったという。

和菓子の購入目的は（複数回答）、「自分で食べる」が購入者の86.9%、「家族が食べる」が64.3%。「旅行・帰省などのおみやげ」「友人宅への訪問時の土産」「来客時のお茶菓子」が各20%台。

和菓子購入者の重視点は（複数回答）、「味」が84.4%、「価格」が57.5%。「賞味期限・消費期限」「菓子の形・デザイン・色」「分量、個数」「季節感」などが各20%台で続いた。

和菓子のイメージは（複数回答）、「伝統的」「季節感がある」「庶民的」「素朴」が各40%台、「繊細」が32.4%。女性10～30代では「素朴」、女性40～70代では「季節感がある」が1位となっている。

（2022/01/29 流通ニュース）

和菓子は百貨店や専門店などが人気かと思いきや、身近なスーパーが70%以上という少し驚きの結果だった。少量であることや価格を考えると比較的庶民的で、手が届きやすいのもポイントかもしれない。PBとして餅や団子、アンコに力を入れるスーパーも近年で

は増加傾向にあり、年配層だけでなく若者への売出し方も含め今後各社動きがありそうだ。

---

## 2) 「食べてSDGsにも貢献、野菜シート“オーガニックベジート”」

野菜シートの製造販売事業を展開する株式会社アイルが、新商品として「オーガニックベジート」を発売する。海苔の技術で野菜をシート化した健康的な食品で、具を入れて巻いたりサンドイッチに挟んだり、トーストやクラッカー置くだけで簡単にオーガニック野菜の栄養素と旨味を摂り入れることができる。今回の新商品では、新たにひよこ豆もプラスされ、食物繊維と合わせてプロテインも摂取できるという嬉しい進化を遂げた。

オーガニックベジートは、“形や色が規定に満たない”という理由だけで廃棄されてしまっている“規格外野菜”を使用しているため、食品ロス削減にも貢献している。野菜とひよこ豆と寒天で作られており、食物繊維が豊富で化学調味料不使用にも関わらず2年も常温保存できる優れもの。アレルギー28品目不使用、グルテン不使用、100%植物性素材を使用しており、水を含ませるとジュレやスープにもなるため離乳食や介護食にもぴったりだ。栄養素も豊富で、例えばニンジン味は通常のニンジンを食べるよりも食物繊維を16倍も摂取可能（同じg数摂取した場合）。子どもから大人まで安心して食べられるのはもちろん、ベジタリアンの方など様々な食習慣を持つ人でも安心して食べられるため、世界から注目を集めている。

栄養素だけでなく華やかな彩りも特徴だ。着色料は使用せず自然の色味を活かす独自の製法で、どんな料理に加えてもテーブルが一気に華やぐため弁当やお菓子作りにもおすすめだ。

1袋 5枚入で価格は430円(税込)。種類は、タマネ、ニンジン、トマト、カボチャがあり、1月11日からピオセボンで先行販売されている。  
(オーガニックプレス 2022/1/20)

少々値段が高いが、かさばらずに長期保存可能とあれば普段の食卓にはもちろん備蓄用の食品としても役立ちそうだ。他にもコンビニやオフィスなどに置くことで、ビジネスマンが気軽に野菜を取る手段にもなり得る。「噛んで食べる」ため、サプリで栄養を採るよりも「野菜を摂取している」という満足感が得られそうだ。野菜以外にも様々な食品がシート化できれば幅広い層にとって手軽さと美味しさをもっと便利に届けられるのではないかと思う。

---

## 3) 「昆虫食のエリー、“かいこプロテインスムージー” 大手と組んで栄養解明」

食品関連スタートアップのエリー（東京・中野）は2021年12月、大正製薬と組んで昆虫のカイコを使ったスムージー飲料を発売した。カイコに含まれるたんぱく質やアミノ酸など豊富な栄養成分を生かし、有望な昆虫食として普及させる。大正製薬との連携でスムージー以外の商品開発も進める。

エリーは昆虫食の開発を目的に18年に創業した。カイコの繭が絹糸になることにちなんで「シルクフード」ブランドを立ち上げ、21年夏にカイコを使ったチップス（30グラム入り2袋で1100円、送料別）を自社オンラインショップで発売。大正製薬をパートナーとして出したのがプロテインスムージーだ。

1食分の野菜とカイコ由来のたんぱく質を得られる「シルクフード かいこプロテインスムージー グリーン」と、1日分のフルーツとたんぱく質を得られる「同 フルーツ」の

2種類をオンラインショップで数量限定で販売している。2種類セットで1300円（送料別）。売れ行きは好調だという。

カイコが豊富なたんぱく質を含むことは知られていたが、詳しい栄養分については分かっていなかった。大正製薬との研究で、多様なアミノ酸やビタミン、魚に多い不飽和脂肪酸など人体に不可欠な栄養成分が含まれていることが明らかになった。大正製薬とは商品開発も共同で進め、スムージーの実用化につなげた。

エリーの梶栗隆弘社長は「栄養豊富な点を訴求して、昆虫に抵抗感を示す消費者でも手取りやすい商品を目指した」と話す。大正製薬の協力でカイコの潜在性を証明できたことで商品への自信を深めた。

梶栗社長は「カイコの風味はナッツのようだ」と話す。ベトナムの農家にカイコの生産を委託しており、味わいのよい食用にするためには収穫のタイミングや保存方法などにノウハウが必要だという。

世界的に懸念されている将来的な食料難を解決するために昆虫食が注目されている。牛や豚などに比べ、飼育に必要な飼料や水、土地が少なくすむため、環境負荷も小さいといわれる。エリーが使うカイコは餌として、根茎がタピオカの原料となるキャッサバの葉で廃棄される部分を活用している。

現状でカイコを使った商品は大量生産が難しく割高となるが、「日本には長年にわたるカイコの飼育の歴史がある。他の食用の昆虫よりも生産コストを抑える知見は蓄積している」（梶栗社長）という。企業としての知名度の低さやネット中心の販路の少なさが課題だが、大正製薬と協業した縁を生かして解決したいと考えている。

今後も大正製薬と商品開発を進める。大正製薬が持つドラッグストアなどの販売網を生かせる可能性がある。自社で昆虫食事業の参入を視野に入れる大正製薬にとってもエリーとの連携はメリットが大きい。新興企業がこれまでになかった新市場を開拓して存在感を示すためには、既存の大手企業との柔軟な連携は不可欠となっている。

（2022/01/21 日経MJ）

昆虫食といえば最近では主にコオロギが取り上げられているが、昔から馴染みの深い「蚕」の栄養素が製薬会社によって証明されたとなれば消費者も安心して食べることができる。食糧難は起こって欲しくないが、昆虫食の幅がもっと広がれば普及にもつながるだろう。限り有る環境・資源の中で、食べ物を「美味しく食べること」をこの先も続けていくには、個々が食の選択について考えていく必要がある。各社・各機関の今後の研究開発に期待したい。