

ヘルシーなスナックとして人気が高まるシーウィード(海藻)

アメリカではこの数年、シーウィード(海藻)が健康にいい食品として浮上り、特に海苔を使ったスナック製品が急増している。

アメリカでシーウィードと言えば、今や全米に定着した寿司の巻物に使われている海苔が最も知られているが、ワカメ、コンブなどの名前も耳にするようになってきた。

シーウィードが注目を集めるようになった理由はまずそのヘルシーさだ。種類によって栄養価は異なるが、シーウィードは全般的に、ヨード、食物繊維、ビタミンA&ミネラルに富んでおり、しかも低脂肪。そうした詳細についてはまだ認知度が高くないものの、「シーウィード=健康にいい食べ物」という認識は広まっており、最近では、「新しいスーパーフード」と言われるようになってきた。コンサルティング&リサーチ会社のスターリング・ライス・グループも、2014年における注目の食品のひとつにシーウィードをあげている。

実際にシーウィード人気に火をつけたのは、名刺をひとまわり大きくしたくらいのサイズにカットした海苔を、コンパクトなパッケージに収めたスナック製品だ。健康食品店などにはもちろん、今や一般のスーパーマーケットにもこの種のシーウィード・スナックが並ぶようになった。

これらは味付きの韓国海苔をベースにしたもの。これまでもスーパーマーケットで、寿司に使う日本の(または日本風の)海苔や味噌汁に入れる乾燥ワカメなどは販売されていたが、シーウィードは健康にいいと聞いても、調理の仕方、食べ方がわからないという消費者が多かった。そ

んな中で、韓国海苔特有の甘じょっぱい味付けで、そのままおいしく食べられるシーウィード・スナックがヒットしているのはうなづけるところだ。

こうした製品はアジア系の業者が販売し始めたもので韓国製の製品が多かったが、最近は同種の製品のメーカーが増え、国内で製造したのも増加。最近では、東海岸北部で採れた海藻を使った製品も出てきた。

同時に、ワサビ、テリヤキ、ブラックペッパー、ハラペーニョ、チポトレ(ハラペーニョなどのチリペッパーを燻煙したもの)、カレー、オニオン、ガーリック、チーズ、バーベキューなどのスパイスやフレーバーを加えたもの、ゴマ油とともに(またはその代わりに)オリーブオイルを使ったものなど、味のバリエーションが広がってきた。

また四角いシート状の製品の他、サラダなどにふりかけたりもできるフレーク状のもの、海苔を米粉などとミックスしてカリッとした歯ざわりに仕上げた新種のシーウィード・チップスなども登場した。

これらのほとんどがヘルシー志向の消費者に向けた商品であるため、人工添加物や、MSG(グルタミン酸ナトリウム)無含有。塩は海塩、精白糖ではなくサトウキビ糖などを使用したものも多い。

以上のようなスナック類の他に、シー

ウィードの人気上昇を後押ししているのがシーウィード・サラダだ。直訳すると「海藻サラダ」だが、アメリカで「シーウィード・サラダ」の名で知られているのは、千切りした茎ワカメ、コンブ、(漂白して乾燥させたものを戻した)テングサ、白ゴマなどを、ゴマ油入りの甘じょっぱいドレッシング(酸味はない)で和えたもの。サラダというより、酒のつまみ的なものだが、これが大ウケしており、スーパーマーケットでパック入りの寿司などと並べて販売されている。

それ自体に味が無いこともあって、アメリカでは現在も、おいしい食べ物と思われているとは言えないシーウィードだが、以上のような味付けした製品が市場に目に付くようになって、シーウィードを食べてみようという消費者が増えた。

また、アメリカでは近年、日本の「旨み」が脚光を浴びており、「ウマミ」という言葉も頻繁に耳にするようになってきたが、シェフや料理研究科といった食のプロ達の間で、ウマミが凝縮した食品である昆布への注目度が高まっている。

ともかく今後さらにユニークなシーウィード製品が登場することが期待されている。

NY在住 フードビジネス・コンサルタント
野辺久美子
(お問い合わせはkuminobe@gmail.com)



最近注目を集めているシーウィード・スナック類。右:韓国海苔をベースにしたシートタイプのもの。ワサビ味(上)とカレー味。左上:サラダなどにトッピングしてもいいフレーク状のもの。チェダーチーズ味、1袋20gで100kcal。左下:玄米粉の生地に海苔を練りこんだ、カリッとした歯触りのチップス。コリアン・バーベキュー(韓国焼肉)味、1サービング(28g)で85kcal。



アメリカで大人気の「シーウィード・サラダ」。千切りした茎ワカメ、コンブ、テングサなどをゴマ油入りの韓国風ドレッシングで和えてある。