

最近のAERAに載った記事によると、食品の保存目的に使われる添加物が健康食品やサプリメントにも含まれているという※1。例えば、酸化防止剤の「トコフェロール」はサプリメントの「ビタミンE」としても使われているらしい。「所かわれば品かわる」で、多くの消費者は食品の安全性に情緒的な反応をするものである。



2001年にセブン-イレブンが保存料・合成着色料の使用をやめてから、他のコンビニもそれに続いた。今ではどこのコンビニやスーパーの商品を見ても「無添加」は当たり前、「保存料・合成着色料は一切使用していません」などの表示が目立つ。逆に保存料がなくて食中毒は大丈夫なのか、販売できる期間が短くなって売れ残りが出てしまうのでは、などど要らぬ心配をしてしまう。

からくりを説明すれば、実は、保存料に替わるPH調整剤などが細菌の増殖を抑えて保存期間を保つために使用されているという。PH調整剤は食品を軽い酸性にすることで保存性を高める効果がある。

PH調整剤は一般にクエン酸など物質の総称で、安全な物質とされ法的な使用制限はない。ただ、使いすぎは味に影響を及ぼすので添加する量は限られるという。真夏の日向で長時間放置しても食べられるようにするには相当量の添加が必要なようだ。大量に摂取を続けた場合の人体への影響はまだわからない。

このように、消費者は商品のデザインやイメージにだまされやすい。「無添加」の表示があるだけで安全だという思い込みが強い。これをものづくりの立場から見れば、消費者の心をつかむための自社製品のPR戦略が重要であることがわかる。

「本当の安全性をどう表示するか」「それにより消費者の信頼をいかに勝ち取るか」これらは食品メーカーにとって最も重要な課題である。ユーザーの声を反映したもものづくりを心がけることが、売れ続ける定番商品を生み出す秘訣である。

※1 AERA 2006.11.20 (PP.21-23)



お客様の声を製品に反映したい!

**食品表示・パッケージデザイン・販売促進
食品会社のための売れる定番商品づくり**

お問合せ先

(株)テクノ経営総合研究所

06-6910-0861

(担当：古市)まで