

「たべててよかった」発売に際し、その商品開発の背景

昨年(2001年)に発売を開始した焙煎発芽玄米「もみ太郎」は、消費者の健康指向のニーズに適合し、順調に支持者を増やしている。弊社自体の販売量は微量ながらも、発芽玄米全体の市場は70億円までに成長し、既存メーカーの規模拡大や大手企業の新規参入が聞かれるなど、今後もさらなる発展が予想される。関係各社は、関連商品の開発や品質向上、製造の効率化を目指し鎬(しのぎ)を削ることとなる。

これまで弊社は、米穀販売において、厳選した原料、そして、独自の精米方法の特徴を訴え、搗き上がった米の美味しさと栄養価の高さを強調してきた。「医食同源」は社の企業理念でもあり、発芽玄米の商品開発は弊社の一つの方向を示すものであった。そしてこの事業計画を通じ、改めて「コメ(玄米)」と向き合うこととなり、コメの食物としての価値を再確認することとなった。世界の至る所で、自然食、健康食といえれば必ず登場するのが野菜と未精白の穀物であり、専門家らは特に玄米についてはその栄養価を高く評価している。弊社が進む道にますます確信を深めた次第である。

その一方で、健康ブームの背景にある病んだ食環境の実態についても学ぶこととなった。2000年に厚生労働省が掲げた国民健康づくり対策プログラム「健康日本21」に、今日の日本の食生活状況を端的に表した件があるので引用する。『日本人の食生活が、第二次世界大戦以後約50年間に高塩分・高炭水化物・低動物性たんぱく質という旧来の食事パターンから、動物性たんぱくや脂質の増加など、大きな変化を遂げたことは、感染症や脳出血などの減少の一因となった。しかし、一方で、現在、がん、心疾患、脳卒中、糖尿病等の生活習慣病の増加が深刻な問題となっており、これらの発症にも栄養・食生活の関連がみられるものも多い。従って、栄養対策も従来の栄養欠乏から過剰栄養に焦点をあてたものへと転換を図ることが求められている。』ここでいう「生活習慣病」とは、加齢に着目した「成人病」という名称が実態にそぐわなくなったとして、厚生省が1996年に用いるようになった言葉である。先に掲げたような病気は、必ずしも老いによるものではなく、食事や運動、喫煙、飲酒、睡眠、ストレスといった普段の生活習慣と深く関わっているという事実が認められたのである。即ち、これらの病気は本人の心がけ次第で防げるものであり、政府はこのことを広く国民に訴え個人の自覚を促し、「一次予防」を推進していこうとする方針に転換を図ったのである。平たく言えば、医者や薬に頼らず自己防衛せよということである。医療機関による検診等は飽くまで「二次予防」にすぎず、病気の根源的解決には至らない。また、医療に費やす費用は莫大であり、現在の国の医療負担を考えてもこのことは当然の成り行きである。

このような状況の中で、われわれ食品産業に携わる企業の存在は小さくない。自らの役割と影響力を再度認識し、健全な食環境を整えるべく、責任ある態度で業務に臨まなければならない。この度の弊社からの新商品は、「健全な食習慣」への一つの提案である。本品がきっかけとなり、1人でも多くの人が日本の伝統的な穀物・野菜食型の食事に回帰することを願ってやまない。