資料№２－２

減塩食品をおいしく

健康志向で購買層開拓

亀田製菓

上塩分30%カットと印刷された「減塩　亀田の柿の種」。一緒に袋詰めされるピーナッツの塩分は従来と変わっておらず、米菓部分に限れば減塩率は40%という下「こっそり減塩作戦」の総菜が置かれた売り場。「減塩」の表示はどこにも見当たらない＝三条市のスーパーマルセン興野店

「亀田の柿の種」。米菓最大手の亀田製菓（新潟市江南区）が健康志向の高まりを受け、この看板ブランドに「減塩」タイプをラインナップしたのは２０１６年９月のことだ。

「塩分をカットしても、おいしさがきっちり再現できるかがポイント。構想から発売まで９年かかった」（広報担当者）。定番のレギュラータイプと比較して塩分30%カットをうたう「減塩　亀田の柿の種」は、しょうゆの塩辛さを演出する塩化ナトリウムを塩化カリウムに一部置き換え、納豆の糸引き成分のポリグルタミン酸を加えてこくを出した。

レギュラータイプの２００㌘入りは年間で約４３００万袋が販売される〝化け物〟商品だ。比較すると、参考小売価格で20円高い減塩タイプは約１８０万袋で４%ほどだが、ニーズに沿った新たな購買層を開拓している。

減塩の購入者は50代以上が圧倒的で、中でも50代男性が多いという。レギュラーは販売量が伸び続けているが、減塩は横ばいで安定している。

期間限定）も挙がる。限定商品以外の減塩率は30～40%。

×　×

「こっそり減塩作戦」と銘打った取り組みが、三条市で進められている。

塩分を控えた食品は、セールスポイントである「減塩」を包装など前面に打ち出すのが一般的だ。ところが「こっそり」は地元スーパー２社の３店舗で、減塩をうたわずに、減塩総菜を調理販売している。

三条市が15年度に行った塩分摂取状況の調査で、成人の９割以上が１日の目標量（男性８㌘、女性７㌘）より多く塩分を取っていることが分かった。減塩の知識があっても実際の摂取量が多い人もいた。

「啓発するだけではなく、減塩意識の有無にかかわらず、知らないうちに自然と減塩できる環境をつくれないか考えた。共働き世帯、高齢者からのニーズが高まっている総菜に着目した」と市食育推進室。

協力を呼び掛けられたスーパーマルセン（三条市）の太田雅明社長（58）は「健康にいいならば、こっそりではなくポジティブにうたった方がいいと、最初は思った。もし減塩して味が落ちるならば商品化は難しかった」と振り返る。

栄養士会などの協力も得て、おいしい減塩総菜を目指して試作を重ねた。従来の顆粒（かりゅう）だしを、かつおと昆布の天然だしに変えてうまみと香りを引き出す一方で、１・４%ほどあった塩分濃度を１・２%に抑えた。

18年３月、最初の１店舗に、ひじき煮などの減塩総菜が並んだ。価格は据え置き。減塩は表に出さず、だしの改善を強調した。減塩前後で売り上げを比較したところ各商品３割以上伸びた。アンケートでも味は好評だった。

現在、同社の減塩総菜は５品目。「減塩は手間もコストもかかるが、少しずつ他の総菜でもチャレンジしていきたい」と太田社長。市食育推進室は「味に対する反応が良く、成功事例として他店にも投げ掛けていきたい。もう一度、塩分摂取調査をして結果を見たい」としている。

×　×

減塩商品をどう扱えば、減塩が進むのか。

県立大の村山伸子教授（公衆栄養学）は「教育や意識付けの観点からすれば『減塩』を前面に出した方がいい。一方で関心のない人、減塩商品を避ける人に対しては減塩をあえて言わず、だしのうまみなどを強調した方が普及につながる」と指摘。

「どちらがいいか結論は出ない。好みや意識は人それぞれ違うので、さまざまなアプローチが必要だ」としている。

両立　商品化成功の鍵

年末からお正月と、食欲に任せて塩分を取り過ぎなかっただろうか。汁物、鍋物、麺類に塩蔵品と、おいしいものには注意が必要だ。胃がんや高血圧の対策として県などが取り組んできた「にいがた減塩ルネサンス運動」は、２０１８年度が10年計画の最終年度で、年度内に運動の成果や評価がまとめられる。また、今年は４月以降、食塩値上げの動きが顕著になりそうだ。この機会に、減塩について改めて考えたい。まずは、ちょっと気になる減塩商品の成り立ちを探った。商品化の鍵は「減塩」と「おいしく」の両立だ。

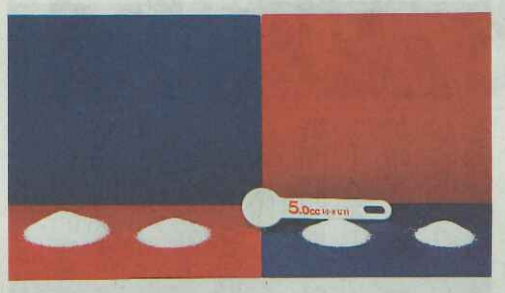
（論説編集委員・蛭子克己）

同社には「やさしいハッピーターン」という30%減塩商品もあり、ＮＰＯ法人日本高血圧学会・減塩委員会の減塩食品リストにそろって掲載されている。

「適正でおいしい減塩食品の普及」を目的につくられたリストには全国32社の１９７商品が並ぶ。県内は亀田製菓を含む３社の15商品。三幸製菓（新潟市北区）からは「ばりんこ　減塩」など３商品（減塩率25～40%）。一正蒲鉾（新潟市東区）の「サラダスティック」など10商品（うち２商品は期間限定）。

三条市「こっそり」総菜に工夫

食塩摂取　県民、全国より多く



県民１人１日当たり食塩摂取量のイメージ。左から１９７７年（18・0㌘）、２００８年（11・1㌘）、15年（9・9㌘）。右端は厚労省目標の男女の中間値（7・5㌘）

【県民の食塩摂取量】県調査によると、県民１人１日当たりの食塩摂取量は２０１５年に９・９㌘。全国の９・７㌘をわずかに上回る。約40年前、１９７７年の18・０㌘（全国13・７㌘）と比べれば半減に近いが、厚生労働省が示す目標量は18歳以上男性８㌘未満、同女性７㌘未満だ。世界保健機関（ＷＨＯ）は５㌘未満を指針としている。

「にいがた減塩ルネサンス運動」がスタートした前年、２００８年の県民の食塩摂取量は11・１㌘。同運動は18年度までの10年間で「食塩２㌘減少」「野菜２皿の増加」などを目標に県と市町村、企業、学校、住民らが連携。食習慣の実態把握や情報発信、減塩メニューの普及などさまざまなアプローチで取り組んできた。

運動全体の具体的な効果や課題などは、２月に開かれる評価検討委員会を経て、県民に示される予定だ。

【食塩値上げ】公益財団法人、塩事業センターが昨年11月、家庭用の10商品を、４月１日出荷分から値上げすると発表した。値上げ幅は６～25%程度。16年に一部商品を値上げしたが幅広い家庭用品を対象とした価格改定は１９９２年以来、約27年ぶり。

値上げの理由は、原料や包装材料、物流費などのコスト上昇だ。競合他社も厳しさは共通しており、複数社が４月以降の値上げを決定している。