

「機能性」の取組み紹介

野菜と文化のフォーラムが講演会「伝え方」には課題も

NPO法人野菜と文化

のフォーラム(大澤敬之理事長)は、都内で講演会・パネルディスカッションを行った。講演では

2人の講師がそれぞれ青果物の機能性の研究や表示、「機能性表示食品」の取組みを報告。パネルディスカッションでは行政、生産、市場、小売の関係者も加わり、参加者も交えながら青果物の機能性に対する考え方や課題、消費拡大策などについて意見交換した。

「野菜の健康診断」とそれを

れをもとにした販促活動の事例を紹介。野菜の健康診断では野菜の糖度、ビタミンC、硝酸イオン

1.店頭で野菜のチカラを表示した青果物を販売し、アンケート調査をしたところ、8割が「表示があるものを購入する」と回答したという。

化力はそうでない時期と比べて〇倍高い」と言う

よりも、「旬の時期は1袋で〇袋分」と言う方が伝わる」などとした。

「例えば、旬のホウレン草の抗酸

で良かった」と述べた。

参加者に機能性表示食品への取組みを促すとともに、ハードルが高い場合に、「栄養機能食品」や「強調表示」から取組んでみることを勧めた。

「費用は人件費と分析費で150万円ほどかかったが、結果として

「生鮮食品のため含有量が表示の量を下回る場合がある」旨の表示ができることを説明した。

その後の意見交換では、機能性を持つ野菜を含めた野菜の消費拡大が消費者の健康に役立つことがうかがえるものとなった。「日頃食べている青果物が体に良いというのが消費者にとってお得感があるのではないかと

「生鮮食品は、機能性表示食品の届出にあたり、ハードルを①機能性成分の有効性の証明②安全性の証明③有効成分含有量の保証」と挙げた。①では、誰でも利用できるシステムティッククレビューをホームページで公開しており、今後

「生鮮食品の側にも責任がある。機能性をもつ野菜も含めて消費拡大につながる売場を作りたい(スーパー)との声には、(カ

ツプラーメンにバック入りの千切りキャベツを加えるなど、新たな食べ方を提案しては(市野取締役)などのアドバイスも見られた。

「一方、大手スーパーでは機能性の表示は(薬事法の関係もあり)表現しにくいとしながらも、今後はお客様にわかりやすい売場づくりにしていく方針」とした。