日本食糧新聞
日本食糧新聞社
東京都中央区八重洲1-9-9
東京建物ビル(〒103-0028)
www.nissyoku.co.jp
2015年5月20日発刊

事業者と消費者をつなぐ『食プロリサーチ』

管理栄養士・栄養士の知識や信頼性向上と活用

インサイツ
共同事業を展開
RDサポート

大渕由布子氏

石川陽介代表取締役

膨大な数の健康情報の中から消費者が自分に合う食品、情報を見極め、健康的な生活習慣に生かしていくため、情報選択の道しるべとなる管理栄養士らの役割が重要度を増している。食や健康分野に特化した人材サービス事業のRDサポートと、健康情報分析評価業のインサイツは共同で、管理栄養士・栄養士の知識や信頼性の向上と活用を目指した共同事業『食プロリサーチ』を展開し、調査や情報提供、機能性食品のマーケティング支援などを展開している。

食品の機能性を表示する根拠となるのが、エビデンス(科学的評価・実験データ)だ。しかし、一般消費者の「エビデンス」重視度は高くない。『食プロリサーチ』が行った調査分析では、機能性食品の有効性を確認する手段として、管理栄養士・栄養士の8割近くが「エビデンス」を見て確認すると答えたのに対し、一般消費者では3割程度にとどまった。

「トクホや機能性表示食品などを提供する事業者と、消費者の間に立ち、エビデンスを理解した上で食品の機能性を消費者へ客観的に分かりやすく伝える専門家の存在が求められている」とインサイツの石川陽介代表取締役。機能性について適切に伝えることと同時に、薬でなく食品であることを認識してもらうことも大切と語る。

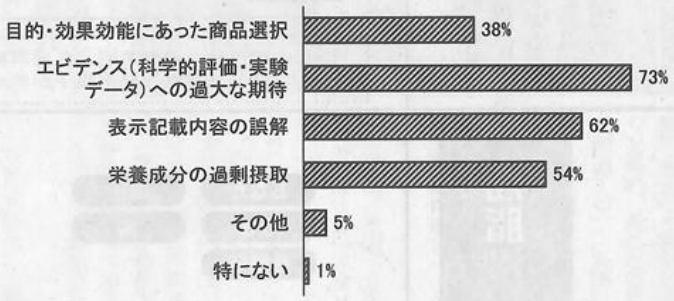
RDサポートで管理栄養士・栄養士のスキルアップ研修に携わるヘルスケア事業部の大渕由布子氏は、「特定保健指導を担当する管理栄養士によると、この炭酸はトクホだから体に良いというから子や孫に飲ませている、と話す相談者が多いそうだ。誤った理解や利用、有効性への過度の期待は、失望やクレーム、機能性食品全体への不信にもつながりかねない。長年の生活習慣によって崩れた体のバランスは、日々の食事や運動などの習慣によって立て直す。病気として薬を必要とする前に食い止めることの大事さと、食品と薬の違いをしっかり伝えることが、機能性食品を真の意味で生かすことにつながる」と語る。

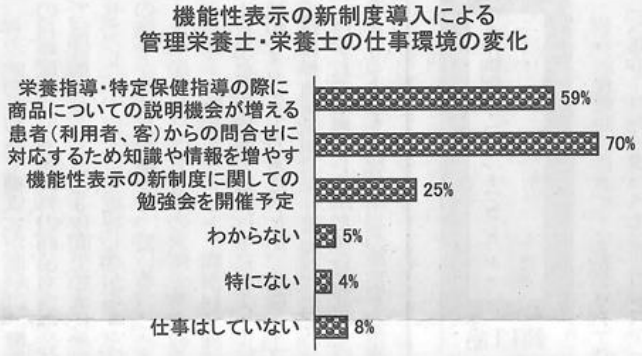
多くの管理栄養士は消費者へ生きた食事相談を提供するため、勉強を欠かさない。テレビで話題の健康情報もまめにチェックし、行政ルール、研究開発動向などの研修会への参加も積極的だ。「実際に管理栄養士がトクホなどを試食試飲したり、開発メーカーの話を聞く体験も重要です。消費者へ伝えられる話の具体性、説得力がまるで違います」(大渕氏)。そこで『食プロリサーチ』では、メーカー協働で管理栄養士らがトクホや機能性食品などに触れる機会を創出。メーカーとしては、管理栄養士らに向けて自社商品の情報を発信できる機会が生まれるとともに、その場で得たアンケート結果や感想といったフィードバックをマーケティング活動に活用できるため、双方にメリットがある仕組みだ。

「管理栄養士が働く現場は、給食、介護、教育、小売、行政など、さまざまな食の現場の最前線。そこで得た経験や情報を、専門家としてのフィルターを通しより役立つ情報として消費者と事業者とに還元し、健康的な社会の実現に貢献するよう、管理栄養士・栄養士が学び活躍する環境をサポートしていきたい」(石川代表)という。

管理栄養士・栄養士が考える消費者が注意すべきこと

『食プロリサーチ』が2~3月、管理栄養士・栄養士を対象に行った機能性表示の新制度に関する調査で、「健康効果が表示された食品を購入する際、消費者が注意しなければならないこと」で最も多い回答は「エビデンス(科学的評価・実験データ)への過大な期待」73%、次に「表示記載内容の誤解」62%、「栄養成分の過剰摂取」54%、「目的・効果効能にあった商品選択」38%と続いた。





『食プロリサーチ』「機能性表示制度」に関する調査
2015年2月5日~3月31日 管理栄養士・栄養士198人
インターネットによる任意回答

機能性食品のマーケティング支援も