



夏見台幼稚園・保育園 ニュースレター 2023.1.5 号

夏見台幼稚園・保育園でのこ
わりをニュースレターにまとめます。どうぞご覧ください。
※配信停止の方はメールでどうぞ(info@treponte.jp まで)

〒273-0866 船橋市夏見台 2-16-1 夏見台幼保園

フードトラップ・お菓子開発の裏側



ニューヨーク・タイムズ記者
マイケル・モス

ピューリツァ賞
ジャーナリスト、マ
イケル・モスが書い
た『フード・トラッ
プ』(日経 BP)。巨大
食品メーカーの食
品戦略がまとめられています。ターゲットは「子
どもたち」です。食育を語るうえで避けて通れ
ない本です。

食品と味覚・臭覚などの関係



モネル化学感覚研究所 (フィラデルフィア)

物語の舞台はア
メリカ、フィラデル
フィアにある「モネ
ル化学感覚研究所」。
写真のように入り
口には巨大な金色
の顔の像が飾られて
います。目がなく、鼻と口
が強調されています。ここは、食品と味覚・臭
覚の関係を集中的に研究する場所です。

過去 40 年間に、生理学者・化学者・神経科学
者・生物学者・遺伝学者など 300 名を超える研
究者が集い、その中には日本人も複数います。

研究費の半分はアメリカ政府が負担しますが、
残りはコカ・コーラ、ネスレ、ナビスコなどの
大手食品メーカーやフィリップモリスなどのタ
バコメーカーが出しています。その見返りは、

研究内容を公表の 3 年前に独占的に閲覧

できること。新製品の開発に使うのです！

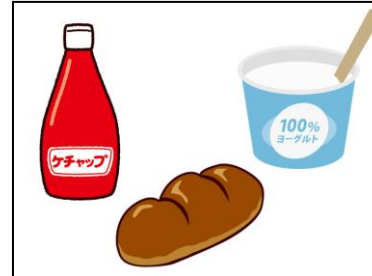
「至福ポイント」を探せ

糖分・塩分・脂肪分
の配合量がある値
にピッタリと一致すると
消費者が大喜びする
ポイントがある！



この本のキーワ
ードは「至福ポイン
ト」。私たちの味覚
というものは、砂
糖・塩・脂の 3 つの
バランスでいくら

でも操作が可能なのです。モネル化学感覚研究
所ではそんな基礎研究を行っています。



ケチャップでも
パンでもヨーグル
トでも、至福ポイン
ト（たとえばベ
ストマッチの糖分
量）さえつかんで

しまえばOKです。あとは高等数学の世界。消
費者は中毒になります。特にケチャップは思っ
た以上にたくさんの砂糖が使われています（ト
マトの酸味をやわらげるためにも）。

夏見台幼稚園・保育園では、とに
かく白砂糖を使用していない、より
ヘルシーなケチャップを求めて「オー
ーサワジャパン」のケチャップに変
更しました。甘味は麦芽水飴で出し
ています。これは漢方薬（膠飴：こ
ういと読む）にも配合されている強



壮剤でもあります。少しお値段は張りますが、
ぜひ一度アマゾンで購入してみてください。ト
マトのうまみが濃いですよ。それはともかく…

研究によると、甘味と塩味が強い食べ物を好
むのは「子どもとアフリカ系アメリカ人」。そう、
子どもが狙われています！いかにして消費者を
砂糖漬けにするか。それがメーカーの狙いです。

砂糖には、薬物と同様の中毒性があることが
脳科学的にわかっています（かつ安価！）。子ど
もが喜ぶからといってお菓子を与え続けること
には注意が必要です。

この本の中で、「ドクターペッパー」の新製品
の開発の様子が紹介されています。大ヒットし
た「チェリーバニラ味」です。実験はマジック
ミラー越しに行われます。甘味をわずかに変え
た、61 種類のサンプルを用意し、全米から試飲

ドクターペッパーチェリーバナナの開発



甘味をわずかに変えた
61種類のサンプル
全米から試飲者募る
3904回もの試飲会

者を募ります。
そして 3904 回
もの試飲会を行
いデータ集計…
あとは高等数学
の世界。「至福ポ
イント」を調べ

上げて大ヒット！

また食品メーカーの戦略は巧妙です。味は「砂糖・塩・脂」の配合量で決まるといいましたが、世のなかの風潮が「砂糖が悪い！」となると、砂糖を減らしたことをアピール。その代わりにこっそり、脂を増量します。すると味は変わらず売り上げが落ちないそうです。

【砂糖・塩・脂肪の配合の微調整】
砂糖が叩かれたら砂糖を↓脂肪を↑
脂肪が叩かれたら脂肪を↓砂糖を↑
低脂肪商品は要注意！
味を落とさぬようその分砂糖を↑

低脂肪（ローファット）の食品には要注意です。その代わりに糖分が増量されています。

この本の冒頭に、1999 年に行われたある会議の様子が詳しく書かれています。普段はしのぎを削るライバル食品メーカーの最高経営責任者たちが勢ぞろいします。

当時、子どもの肥満が社会問題化していました。政府の規制を恐れたあるメーカーの幹部が、こうした状況を踏まえ自主規制を呼びかけたのです。

しかしその会議はあっという間に終結します。

ハー○ン○ーツを傘下に持つ、ゼネラル・ミルズ社の最高経営責任者、スティーブン・サンガー氏が一喝、

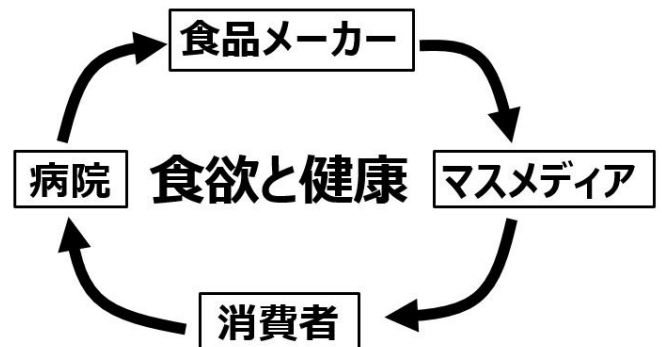


ゼネラル・ミルズCEO
S・サンガー

「栄養がどうのっていうのはやめてくれ！僕が気にするのは「味」だけだ」

これで会議はお通夜みたいになって終わり。当たり前ですがこれがメーカーの本音です。「お客さんは喜んで食べてくれる、何が悪い！」と。

その結果として病気になると、今度は製薬会社が潤う、医者が増える。こうして経済は回ります。私たちの「食欲と健康」をガソリンに…



以上を踏まえた上で食育は考えられるべきです。子どもの舌の味蕾（みらい）細胞は多く、敏感です。制限をかけないと「もっともっと！」と甘味を欲しがります。これは本能でもあります。甘味はエネルギー。成長には不可欠だからです。しかしそこをメーカーは科学的に、商業的に突いてきます。

本来食品は、小腸から吸収されて栄養となります。糖分もそうです。しかし小腸で吸収しきれなかった糖分は大腸に行き、悪玉菌のエサになります。炎症物質が増えます。これは万病のもとです。せめて腸内環境が整う3歳くらいまでは、お菓子やジュースに制限をかけてほしいと私は願っております。（終）

