

報道関係者各位

2011年8月

**9月1日(木)は防災の日**

**災害時の食生活でも“栄養バランス”は重要課題**

**不足しがちなたんぱく質対策は家庭での「サイクル保存」**

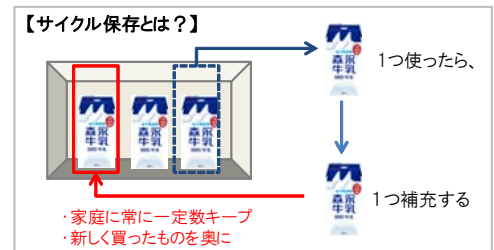
**日常生活にも取り入れられる、保存料不使用の“ロングライフ牛乳・豆腐”の活用を提案**

2011年9月1日(木)は「防災の日」、さらに9月11日(日)は東日本大震災から半年と、改めて日頃の“備え”についての見直しをするタイミングにあります。

森永乳業は、今後の防災のポイントともいえる食品の「サイクル保存」※という考え方にに基づき、牛乳や豆腐などの「ロングライフ製品」の活用をご提案します。

東日本大震災で被災した宮城県が332か所の避難所を対象に4月に実施した調査(下表参照)によると、主菜(たんぱく質)が1日3食提供される避難所は8.5%、牛乳・乳製品については85.4%の避難所で1日に1度も提供されていないことが明らかになっています。また、1995年に発生した阪神・淡路大震災でも同様に弁当や菓子パン、スナック菓子中心の、栄養が偏った食事が続いた児童も少なくなかったようです。

こうした実状を受け、食品ビジネスの専門家である日本大学生物資源科学部教授・清水みゆき先生は、「災害直後は少しの食料があれば生き残れますが、問題は復興が長引いた場合の健康面にあります。被災地では、被災直後は生存に必要な炭水化物中心の食料から提供されましたが、その後健康を維持するために必要なたんぱく質やビタミンといった栄養素が足りていません。今後は、こうした災害に備え、長期保存が可能なたんぱく質、例えば“ロングライフの牛乳や豆腐”、またはレトルト製品などを普段から買い置きを兼ねて取り入れておくと、いざというときにとても便利だと思います。阪神・淡路大震災を経験した兵庫県では、『サイクル保存』という考え方を提唱し、買い置きしたロングライフ食品などの賞味期限のチェックを定期的に行うように促しています。」とコメントしています。



※「サイクル保存」:非常時に備えて食品を買い置きしたときに、長期保存できる食料を定期的にチェックし、賞味期限(消費期限)が切れる前に普段の食事で消費し、その後新しいものを補うことで備蓄のサイクルを回す考え方。日常生活の中での買い置きと防災時の備えを両立できる。

森永乳業では、約40年前から「無菌充填技術」による独自の「ロングライフ製品」の開発に取り組んでまいりました。「ロングライフ製品」とは、保存料不使用でおいしさはそのままに、長期の保存を可能にした製品です。常温保存で賞味期間が60日間の「森永牛乳(200ml)」や、要冷蔵(10℃以下)で賞味期間が10ヶ月の「絹ごしとうふ」など、さまざまな商品を展開しています。森永乳業では、このような「ロングライフ製品」を通じて、お客さまの長持ちニーズにお応えすることで、災害時の備えなどのかたちで広く社会に貢献してまいりたいと考えております。

**■東日本大震災後の宮城県の避難所における食事状況／牛乳の提供が「ない」約8割**

被災した宮城県が4月に実施した調査によると、牛乳・乳製品がほとんど提供されていないことや、主菜(たんぱく質のおかず)が毎食提供されている避難所は1割に満たないことが明らかになっています(下表)。

提供回数	牛乳・乳製品	主菜(たんぱく質)	副菜(野菜)	果物	野菜等・ジュース
提供なし	<b>85.4%</b>	11.1%	9.1%	56.2%	86.0%
1日1回	14.2%	39.1%	30.0%	38.8%	14.0%
1日2回	0.4%	41.3%	48.5%	4.2%	0.0%
1日3回	0.0%	8.5%	12.4%	0.8%	0.0%

■ 兵庫県「災害時食生活改善活動ガイドライン」では、日頃の生活で長期保存可能な食品の「サイクル保存」を推奨／食品例として「ロングライフ牛乳」を紹介

阪神・淡路大震災の経験から、兵庫県では1996年に「災害時食生活改善活動ガイドライン」を作成し、災害の経験を生かした食の備えについて、長期化する避難生活に向けて、以下のように提案しています(以下内容を抜粋)。

- ①日頃から利用できる長期保存が可能な食品を買い置きし、非常時に役立てましょう
  - ②買い置きした食品は、賞味期限や消費期限をチェックし、日頃の食生活で利用しながらサイクル保存をしましょう
- ①の中では、買い置きしたい食品の例として“ロングライフ牛乳”が紹介されています。

■牛乳、豆腐などの良質なたんぱく源の「サイクル保存」には「ロングライフ製品」をうまく活用／日本大学・清水教授が解説

これらの結果を受け、日本大学生物資源科学部教授 清水みゆき先生は以下のように解説しています。「東日本大震災のように、避難生活が長期化する可能性のある災害の場合は、健康維持が重要な課題となります。数日程度であれば、炭水化物中心の食事が続いても体にあまり支障はないものの、それが長く続いてしまうと、たんぱく質やビタミンが不足する事態となります。

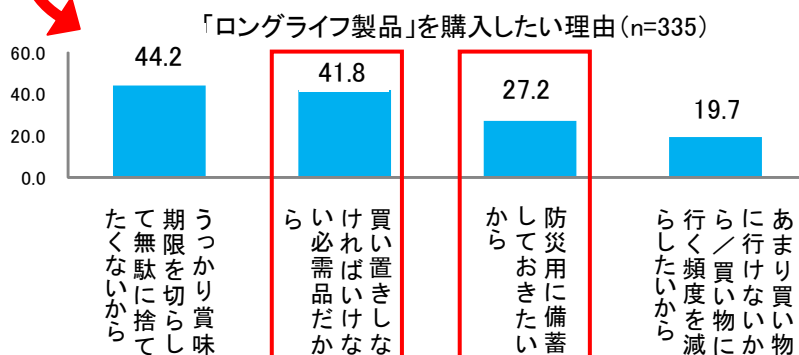
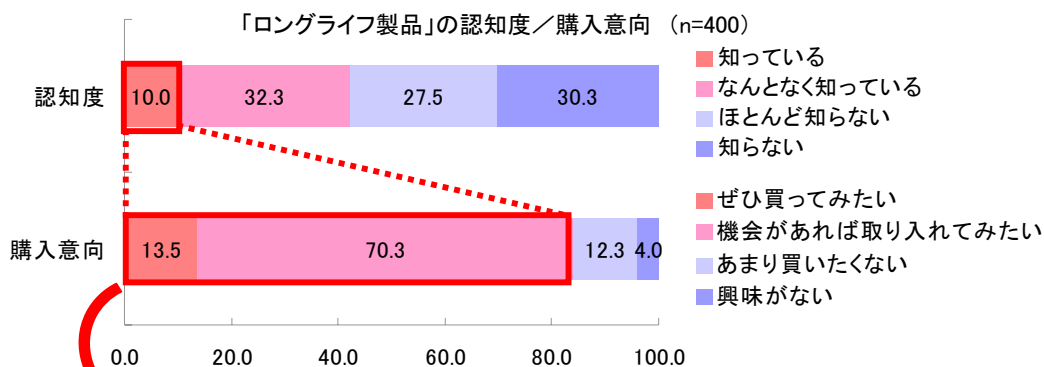
今後は、こうした災害に日頃から備えておくことが重要です。今回の東日本大震災で、被災後1ヶ月経っても避難所で牛乳が提供されていなかったという実態があったようです。牛乳は成長期子どもや、食の細い老人にとって貴重なたんぱく質です。普段賞味期限が短いと思われがちな牛乳や豆腐は非常用の食品として見落とされがちですが、今は長期保存が可能な『ロングライフ食品』があります。それらをうまく普段の生活の中に取り入れながら、いざというときでも日常の食生活に近い食事ができるように備えておくと、栄養面でも大幅に違ってくるでしょう。」

■「ロングライフ製品」への高い潜在ニーズ／認知度はわずか1割、しかし「買ってみたい」は約8割

「ロングライフ製品」へのニーズも高まりを見せています。森永乳業が今年5月に実施した「ロングライフ製品」に関する主婦の意識調査では、「ロングライフ製品」の認知度に関して、「知っている」と回答した人は1割に留まる一方で、購入意向※2については8割近くが「ぜひ買ってみたい」「機会があれば取り入れてみたい」と回答。潜在的なニーズの高さがうかがえました。

購入したい理由については、「賞味期限を切らして無駄に捨てたくない」「買い置きしなければならない必需品だから」が4割にのぼり、約3割が「防災用に備蓄しておきたいから」と回答。日常生活で買い置き・消費をしながら、いざという時にも活用したい意向が伺えます。

※2 ロングライフ製品の情報を提示後に購入意向を調査した結果



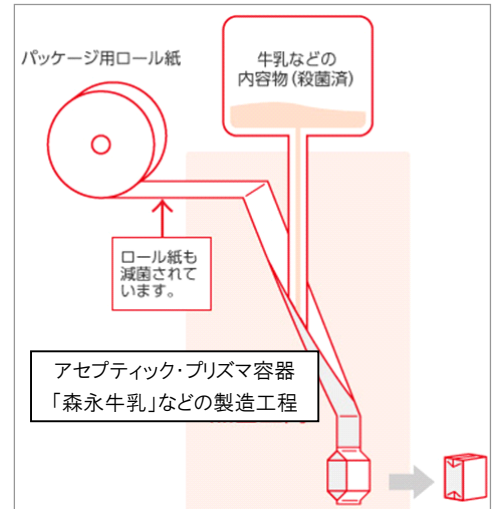
「サイクル保存」は両方のニーズにこたえる行動

## ■「ロングライフ製品」の長期保存を可能とする「無菌充填技術」

「ロングライフ製品」は、内容物の滅菌と容器の滅菌を別々で行い、製造工程においても無菌環境下で充填する「無菌充填技術」によって製造した製品です。この技術を使った製品は、保存料を使うことなく、おいしさはそのままに、通常の製品よりも長期間の保存が可能となっています。

森永乳業は、当社製品を安全でおいしく、そして安定的にお客さまにお届けしたいという想いから、「無菌充填技術」を積極的に製品に活用してまいりました。約40年前の1973年に商品展開を開始し、76年には未開封の状態でも60日保存可能な牛乳を発売。現在では豆腐や流動食など多岐に亘る種類の「ロングライフ製品」を製造、販売しています。



【無菌環境下での内容物充填イメージ】



### 【ロングライフ製品の特長】

- ① 賞味期限が長い：牛乳(60日間)、飲料(60～120日間)、ゼリーやプリン(70～100日間)、豆腐(10ヶ月※弊社商品は「ロングライフ製品」のみ販売)、流動食(180日※MOAS製品において)
- ② 保存料不使用
- ③ おいしさはそのまま
- ④ 腐敗しにくく、常温保存が可能(※豆腐・チルドカップ飲料・ゼリー・プリンを除く)

### 【主な該当商品】

	森永牛乳 プリズマ容器200	森永絹ごしとうふ
内容量	200ml	1丁290g
賞味期限	60日間(常温)	300日間(要冷蔵)
希望小売価格(税別)	希望小売価格は設定しておりません。	1ケース6丁入り/840円 ※宅配限定商品
商品画像		

### 【ロングライフ製品・無菌充填技術に関する詳細情報】

弊社公式ホームページ：「森永乳業の品質・安全」も合わせてご覧下さい。

[http://www.morinagamilk.co.jp/learn\\_enjoy/quality\\_safety/](http://www.morinagamilk.co.jp/learn_enjoy/quality_safety/)

#### 【調査概要(インターネット調査)】

調査主体：森永乳業株式会社

監修：日本大学生物資源科学部教授 清水みゆき

実査期間：2011年5月17日～18日

調査対象：全国に住む20～49歳の既婚女性 400名(無作為抽出)

#### 【清水先生プロフィール】

日本大学 生物資源科学部 食品ビジネス科 教授。

1992年、千葉大学大学院自然科学研究科生物資源生産学 修了。農学博士。

関東学院大学経済学部非常勤講師(農業経済論)、一橋大学経済研究所助手、文部省統計数理研究所

講師を経て、1996年日本大学生物資源科学部食品経済学科専任講師に就任。2011年4月から現職。

著書に「加工用原料の供給と商社の役割」(共著『食と商社』日本経済評論社、2006年)。

