

潜在需要の大きい市販用介護食

◆老化を加速化させる高齢者の低栄養化

いくつになっても食事を美味しく食べていたい、というのが多くの人の希望だ。しかし高齢になると、嚙んだり、飲み込む力が衰えて食べられなくなったり、食欲が低下したりする。

2017年9月に発表された厚生労働省の「国民健康・栄養調査」（16年10月調査実施）では、65歳以上の高齢者の約18%が低栄養だった。低栄養が進むと、筋力の低下、骨の衰え、免疫力の低下、さらに認知症のリスクも高まる。

農林水産省では、16年に食機能が衰えた人のための介護食品の市場拡大を図るため、「スマイルケア食」として、介護食品の範囲を整理し、新たな表示制度をスタートさせた。「スマイルケア食」は、健康維持上栄養補給が必要な人向けの食品に「青」マーク、嚙むことが難しい人向けの食品に「黄」マーク、飲み込むことが難しい人向けの食品に「赤」マークを表示し、利用者の状態に合った商品を選びやすいようにした。現在、「青」は16社・26種類、「黄」は1社・1種類、「赤」は1社・3種類の商品が、マーク使用を許可され、店頭に並び始めている。

◆潜在的なニーズは約3兆円という試算も

農林水産省は、現状の介護食の市場規模は1,100億円（業務用・市販用含む）だが、潜在的なニーズは約3兆円に達すると試算している。イトーヨーカドーは、全国約180店舗のうち約105店で介護食品売り場を設けているが、レトルトや冷凍食品が好調で、売上高は前年同期と比べて約20%増で伸びているという。

また日本チェーンドラッグストア協会は、17年10月から3ヵ月間、介護食の品揃えや情報提供の方法を含めて新しい需要創造に向けた実証実験を始めている。

しかし市販用介護食品においては、商品の種類は限定的で、バリエーションも少ない。さらに、味や見た目の良さについては、全般的に評価はさほど高くない。

今後、在宅介護が広がると、介護する側の高齢化や一人暮らし高齢者世帯の増加により、市販用介護食ニーズはますます拡大する。栄養、味の良さ、見た目にも食欲をそそる革新的な介護食の開発や売り方が期待される。 【秋元真理子】