

進化する備え

県内防災ビジネス

<中>

「もはや災害食のテーマは備蓄や保存だけにとどまらない」。被災体験や被災地支援を通じてニーズを探り、災害食を開発してきた本県の食品企業担当者は口をそろえる。

ホリカフーズ(魚沼市)は1995年の阪神大震災の後、主に救助活動や復旧活動を行う人を対象にした「レスキューフーズ」を発売。発熱剤とパッケージに入った食品を袋に入れて加熱することで、被災地でも温かい食事を取ることが出来る。2011年の東日本大震災では計約100万食の利用があったという。

新潟地震年 50

新メニュー発売の背景には、被害が広範囲にわたつ

レスキューフーズは牛丼やビーフカレー、ポテトツナサラダなど17種類の単品メニューがあり、副食と白飯を合わせたセットの価格

たことで支援物資が十分届かず、おにぎりなど炭水化物中心の生活が続いた東日本大震災の教訓があった。厚生労働省は11年4月、避難所の食事提供の目安(1日)として、タンパク質55g、ビタミンC100mgなどの数値を発表。栄養摂取の重要性を訴えた。同社が新たに発売した商

同社の別府茂・経営戦略室長は「南海トラフや首都直下など将来の災害への備えで市場は成長している。防災訓練で使い慣れておくなど、新たな活用方法を提案したい」と話している。エコ・ライス新潟(長岡市)は東日本大震災発生後、小麦や乳製品、卵を使わな

い米粉のクッキー(45枚入り税別1200円)を地元企業と開発、発売した。震災で福島県などから本県に避難した親子に対し、食物アレルギーに配慮した菓子配ろうと希望を聞いた際、遠慮してアレルギー体質の子どもがいると言いつけなかった。

クッキーは「大豆を使わないみそ調味料」で塩こうじ味に仕上げたほか、子どもや高齢者が食べやすいようさくさく感に配慮した。当初は「鳴かず飛ばすの反応」(同社)だったが、学給食現場におけるアレルギー対応の必要性と強調する。エコ・ライス新潟の豊永有マネージャーは「日常食としてもそんな色ない味。商品の回転が良くなれば価格も抑えられる」とし、備蓄用に加え、日常食としても

保存性に加え栄養重視

アレルギーへの対応も

災害食

品は野菜をふんだんに使用。新商品と従来品とを一定

は800〜1200円程度期間一緒に食べてもらうことだ。このうち和風ハンバーグや筑前煮、中華丼の3品質、ビタミンを摂取できる。東日本大震災後、新たに売



①ホリカフーズの「和風ハンバーグ」 ②エコ・ライス新潟の「米粉のクッキー」。いずれも東日本大震災後に発売した。

り上げは大きく伸びたが、備蓄需要が落ち着き、震災前の伸び率に戻りつつある。