



包装関連研究「海外の動き」第6回

(独) 農研機構 食品総合研究所 食品工学研究領域
食品包装技術ユニット 主任研究員 北澤 裕明

1. 題目 : Why People Drink Shampoo? Food Imitating Products Are Fooling Brains and Endangering Consumers for Marketing Purposes

(人は何故シャンプーを飲むのか? 食品を模した製品 (FIP) は、マーケティング目的のために脳を騙し、消費者を危険に曝している)

著者 : Basso, F. et al. (イギリス・フランス)

出典 : PLOS ONE 9(9): e100368. 17 pages. 2014.

(要 約) 本論文では、洗剤やパーソナルケア製品などにみられる、包装された食品と外観がよく似た製品 (Food Imitating Products、FIP) の誤飲・誤食事故の原因を明らかにするために、中毒情報センターに寄せられた、これらの事故通報に関する通話記録の解析を行うとともに、食品の包装容器を模したデザインが施された包装容器のイメージを刺激に用いて MRI による脳の診断を行い、誤飲・誤食の際にヒトの脳のどの部位が反応しているのかを明らかにしようとしている。

通話記録の解析からは決定的な要因を抽出することはできなかったものの、FIP の誤飲・誤食事故の多くは、それらの包装が食品の包装と非常に良く似ており、このことによりヒトが、内容物が食品であるものと錯覚してしまうことに起因しているものと推定している。

また、この推定を踏まえた MRI による診断結果より、ヒトが FIP を見た際に脳内において、かつて食経験のある物と無意識かつ自動的にすり替えて認識している可能性を推定している。

(担当者より) タイトルおよび扱うテーマは興味深いものの、試験設計と導き出された結論とのギャップが大きく、(引用文献が 154 点あることから分かるが) 両者の間に何とか理屈をつけた。といった印象を受ける内容である。

もっとも、包装の 3 次機能の観点からしても製品のアピール性を維持しつつも誤飲・誤食を大幅に防止できるような包装の形態やデザインが重要であることに変わりはないので、今後の関連研究の発展を期待したい。



2. 題目 : An Extended Method to Measure Overall Consumer Satisfaction with Packaging

(包装における総合的な顧客満足度を測るための拡張メソッド)

著者 : Pousette, S. et al. (スウェーデン・ノルウェー)

出典 : Packaging Technology and Science 27(9): 727–738. 2014.

(要約) 本論文では、近年、欧州標準化機構 (The European Committee for Standardization) が提案した、包装容器の「開け易さ」の評価に関する技術仕様書 (Technical Specification、TS) における手順を拡大し、65～80 歳の高齢者および 25～40 歳の若年者の 2 グループを対象として、食品用を含めた材質およびキャップ形状の異なる 6 種類の包装容器を用いて「効率 1 (5 分以内に開けられるか)」、「効率 2 (一度開封したサンプルを 1 分以内に開けられるか)」および「満足度 (包装容器に対する快適さや印象)」に関する評価を実施している。

「効率 1 および 2」について、若年層のグループにおける全てのパネリストが達成することができた一方で、高齢者のグループのパネリストの中には、チャイルドレジスタンス機能を有するプラスチックボトルなどについて、それらを達成できなかった者がいたことを示しており、高齢者は包装容器の「開け易さ」を強く求めていることを明らかにしている。

一方、「満足度」を構成する要因を抽出するための統計解析により、若年層のグループにおける「満足度」を構成する主な要因が「開け易さ」にあることを明らかにしており、上記評価およびこの解析結果を総合した上で、包装容器に関する満足度においては、年齢層を問わず「開け易さ」が最も重要な因子であるものと結論づけている。

(担当者より) 本論文における手法やアプローチは、包装容器の満足度を量するという目的以外、例えば、青果物やその他の食品の品質および損傷の評価において消費者の購買行動を考慮するといった際に応用することが可能であると考えられる。この点においても有益な知見であり、派生研究の進展も期待できる。