

د. ديش: ابتكار غذائي يعيد تعريف الأكل الصحي

شركة سانماروكو فودز تُحدث نقلة نوعية في مفهوم الصحة والتغذية في اليابان، من خلال وجبات مبتكرة قائمة على العلم، تهدف إلى تعزيز العافية بأسلوب واعٍ ومدروس في الأكل.

في عالم تتسارع فيه وتيرة الحياة، لم تعد اللقمة الأولى من الطعام مجرد لحظة تذوق، بل أصبحت اختباراً لصبر الحواس. فبين اندفاع النكهات وقوة الروائح، باتت من الصعب التمهّل في المضغ والاستمتاع. ومع تركيز صناعة الغذاء على الطعم القوي والإشباع السريع، كشفت دراسات حديثة أن الناس باتوا يعضغون الطعام لعدد أقل من الثواني مقارنة بالماضي، وهو اتجاه مثير للقلق من الناحية الصحية.

يرى كوداي فوجي، رئيس شركة سانماروكو فودز اليابانية، أن هذه الظاهرة تمثل تحدياً مزدوجاً: فهي تضعف تجربة الاستمتاع بالأكل، وتؤثر سلباً على الصحة العامة. تأسست شركة سانماروكو في هوكايدو عام 1979، وهي متخصصة في إنتاج الأطعمة المجمدة، وتمثل علامتها المبتكرة “Dr. Dish” تحولاً جذرياً في مفهوم الغذاء الوظيفي الذي يهدف إلى تعزيز الصحة من خلال الغذاء.

في ظل الارتفاع المتزايد في نسب الإصابة بمرض السكري في اليابان، يصف فوجي السوق الغذائي الحالي بأنه يعاني من “مآسي غذائية”، تقودها الأسعار المنخفضة وسهولة التحضير على حساب الجودة الغذائية. ويقول: “التثقيف الغذائي غائب تقريباً عن المجتمع، وهو ما يؤدي إلى عادات أكل سيئة تؤثر على صحة الجسد وصورة الذات والمزاج النفسي.” ويضيف: “نحن في سانماروكو نعمل بعكس هذا الاتجاه، ونسعى إلى تحسين حياة الناس عبر وجبات تُمكنهم من الشعور بتحسّن واستعادة الثقة والصحة.”

وتزداد هذه الرسالة عمقاً عندما نعلم أن فوجي نفسه فقد أكثر من 50 كيلو غراماً من وزنه. يقول عن تجربته: “لقد كانت رحلة طويلة، لكنني تعلمت من خلالها الكثير عن الصحة والطعم، وغيرت هذه التجربة نظرتي بالكامل إلى الطعام.” وهذا ما دفعه إلى إعادة صياغة فلسفة شركته بعيداً عن المعايير التقليدية التي تركز فقط على الطعم والتكلفة. “نحن نريد تقديم طعام لذيذ... نعم، ولكن بشرط أن يكون نافعاً أيضاً. هذا ما يجعلنا فخورين حقاً بما نقدّمه.”

في مواجهة هذا التحدي المجتمعي، أطلقت سانماروكو خدمة “Dr. Dish”، وهي عبارة عن وجبات مجمدة تُرسل إلى المنازل، مصممة خصيصاً لدعم مرضى السكري وأولئك الساعين لتحسين نمط حياتهم. وتعتمد هذه الوجبات على مكونات مدروسة علمياً تهدف إلى تقليل مستويات “HbA1c”، وهو مؤشر رئيسي لمتوسط مستوى السكر الدم خلال الأشهر الثلاثة السابقة.

تتبع هذه الوجبات إرشادات منظمة الصحة العالمية ووزارة الصحة اليابانية، مع تقليل نسبة الصوديوم إلى أقل من غرامين لكل وجبة. وعلى الرغم من وجود منتجات مشابهة في السوق، فإن معظمها يفتقر إلى التحكم الدقيق بالمغذيات، ولا يحفز الاستمرار في استخدامها. عبر أبحاثها، حددت سانماروكو ثلاثة تحديات رئيسية تواجه هذا النوع من الأغذية:

استجابت الشركة لهذه التحديات بتوسيع قائمة أطعمتها، وإجراء تجارب سريرية أثبتت أن وجباتها تساعد فعلياً في خفض HbA1c. كما ركزت على تحسين القوام والطراوة لتعزيز التجربة الحسية عند تناول الطعام، وهو ما يشجع على المضغ البطيء ويمنح شعوراً أطول بالامتلاء.

طوّرت سانماروكو نهجاً فريداً في تطوير الأطعمة، أطلقت عليه اسم “تصميم الحواس رباعي الأبعاد”. فبينما تركز معظم الشركات على المكونات (المحور X) والنكهات (المحور Y) والعمق الذوقي مثل الأوامامي (المحور Z)، أضافت سانماروكو بعداً رابعاً بالغ الأهمية: الزمن.

يوضح فوجي: “الغالبية تتوقف عند ثلاثة أبعاد، لكننا أضفنا الزمن لأن مدة مضغ الطعام تؤثر على امتصاص العناصر الغذائية وعلى تجربة الطعم.” ووفقاً لأبحاث الشركة، فإن الحد الأدنى لمضغ الطعام ينبغي ألا يقل عن 17 ثانية، والأفضل أن يمتد حتى 30 ثانية، مما يساعد في استقرار مستويات السكر في الدم وتطوير شعور أعمق بالنكهة.

وكشفت أبحاثهم أن النكهات المفرطة تدفع الناس إلى البلع السريع، مما يؤدي إلى الإفراط في تناول الطعام. ومن هنا، أعيد تصميم طريقة تقطيع المكونات وطهيها لتشجيع التفاعل الأطول مع اللسان، ما يُطيل عملية التذوق ويُعزز الشعور بالشبع، حتى بوجود كمية ملح محدودة.

يضيف فوجي: “هذه الرؤية المتكاملة، التي تمزج بين الحواس والعلم، هي ما يميزنا ويوجه كل خطوة في تطوير منتجاتنا.”

ضمن رؤيتها المستقبلية، تخطط سانماروكو لافتتاح عيادة غذائية في منطقة غينزا بطوكيو، تقدم مفهوم “العلاج عبر الغذاء”. لن تكون هذه العيادة مخصصة فقط للمرضى، بل أيضاً للأشخاص الراغبين في تحسين نمط حياتهم بشكل وقائي. وسيحصل العملاء على فحوصات شخصية وتوصيات غذائية مخصصة حسب احتياجات أجسامهم.

كما تدير الشركة مطعماً في سابورو يحمل اسم “fww”، حيث يمكن للزوار اختبار تجربة الطهي الرباعي الأبعاد على أرض الواقع. يقدم المطعم قائمة منخفضة الصوديوم بتقنيات طهي دقيقة، تتيح للزوار الشعور بتغيرات ملموسة في أجسامهم في اليوم التالي لتناول الوجبة.

يختم فوجي حديثه: “نحن مسرورون بمواجهه تحدينا المجتمعي، ونحن نؤمن بأننا لن نكون شركتنا بحق—شركة تساعد على أن نكونوا أصح، وأسعد، وأكثر ثقة بأنفسهم.”

لكنه يقر بأن هذه المهمة لا يمكن تحقيقها بمفردهم. ولهذا، تفتتح الشركة الباب أمام التعاون مع شركاء يؤمنون برؤية سانماروكو: تمكين الناس من تحسين حياتهم من خلال الغذاء.

“رؤيتنا أوسع من السوق... نحن نحلم بمستقبل يزدهر فيه الإنسان. وهذا حلم يمكننا جميعاً أن نشارك في تحقيقه.”



“نحن ملتزمون بتقديم طعام لا يقتصر على كونه لذيذاً، بل يكون مفيداً بحق للناس.”

— كوداي فوجي، رئيس شركة سانماروكو فودز المحدودة

سانماروكو فودز المحدودة

www.sanmaruko.co.jp



北海道から もっと美味しく健康に

サンマルコ

