

MAGA Divided Over Iran

07.11-18.2025

# Newsweek®

HOW  
**ROCK  
CLIMBING**  
BENEFITS  
BOTH  
MIND AND  
BODY

PEAK  
PERFORMANCE

\$10.99

28>



0 14014 08321 8



「私たちは、“おいしい”だけでなく、“人のためになる”食を本気で届けていきます。」

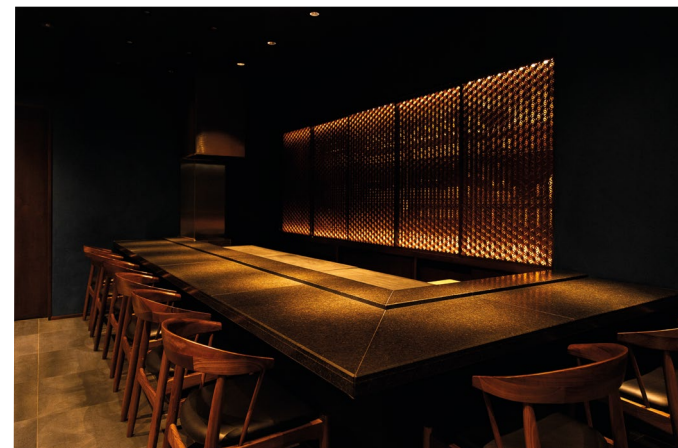
——サンマルコ食品株式会社 代表取締役社長・藤井 幸大  
www.sanmaruko.co.jp

# Dr. Dish——未来の「食」が、ここにある。

サンマルコ食品が提案する、新しい健康食のかたち。科学的アプローチと食の喜びが融合する、“考えて食べる”時代へ。  
By Daniel de Bomford and Cian O'Neill

## 食

事の最初のひと口——それは実は、もっとも味わうのが難しい瞬間かもしれません。味や香りが一気に押し寄せ、ゆっくり咀嚼する余裕を失ってしまう人も少なくないでしょう。おいしさを追求するあまり、人々の咀嚼時間は年々短くなっているという研究結果もあります。濃い味付けや添加物、塩分への依存が進み、それが健康への悪影響を招いているのです。これに強い危機感を抱いているのが、北海道に本社を構える冷凍食品メーカー・サンマルコ食品の代表取締役



社長、藤井 幸大氏です。同社は1979年創業。近年では、健康管理をサポートする機能性冷凍食品ブランド「Dr. Dish (ドクターディッシュ)」を通じて、「おいしさ」と「健康」の両立に取り組んでいます。

日本国内では糖尿病の患者数が増加しており、藤井氏は「いまの食品市場は“食の悲劇”にあふれている」と語ります。低価格・時短・利便性が優先される一方で、栄養バランスは軽視されがち。「食育が社会に欠けているパズルのピースだ」と思います。悪い食習慣は、体調不良だけでなく、自己肯定感の低下や心の問題にもつながります。

藤井氏の言葉には、個人的な体験も重なっています。彼自身、過去に50kg以上の減量を達成した経験を持ち、「そのプロセスの中で、健康と味覚の本質を学びました」と語ります。その体験は、彼の“食”への考え方を大きく変え、企業としても「安さや味だけに偏らない、本当に人のためになる食品」を追求する方向へ舵を切ることとなりました。

科学と味覚が融合した「Dr. Dish」シリーズ  
サンマルコ食品が展開する「Dr. Dish」は、特に糖尿病予防・改善を目的に設計された冷凍弁当の定期配送サービスです。注目すべきは、血糖コントロールの指標とされるHbA1c (ヘモグロビンA1c) 値を下げる効果が臨床

的に実証されている点。世界保健機関 (WHO) や日本の厚生労働省が定める食事基準に準拠し、1食あたりの塩



分を2g以下に抑えながらも、味わい豊かなメニューを提供しています。

他社にも健康食品はありますが、継続率が低いのが現状です。その原因を同社は三つに絞り込みました——「味気なさ(水っぽさ)」「選べるメニューの少なさ」「効果の根拠が不明確」——。それを踏まえ、「Dr. Dish」は独自の臨床試験を実施し、HbA1c低下の効果をデータとして証明しました。さらに、食感や咀嚼体験にも焦点を当て、より「味覚で感じる満足感」を追求しています。

噛むことが、味と健康を深める「4次元設計」  
「食感」「風味」「旨味」。食品開発では通常ここまでが“味”の設計領域とされますが、サンマルコ食品はそこに“時間”という4つ目の軸を加えました。これが同社の掲げる「四次元官能設計」です。

X軸＝素材(肉・野菜など)、Y軸＝香辛料やハーブによる味、Z軸＝旨味やコク、そして最後のT軸が“咀嚼の時間”。研究によると、理想的な咀嚼時間は最低17秒、推奨は30秒。噛む時間が長いほど血糖値の急上昇を抑えられ、味わいも段階的に広がります。

「濃い味は逆に“早食い”を促してしまい、結果として

満腹感が得られにくくなります」。藤井氏はそう指摘します。そこでサンマルコ食品は、素材のカットの仕方や加熱方法を工夫し、舌に触れる表面積を広げて、自然に咀嚼時間が伸びるよう設計。少ない塩分でも「最後のひと口までおいしい」と感じられる“深みのある味の設計”が施されています。

藤井氏自身、毎日「Dr. Dish」を食べているそうです。「五感と科学に基づいたこの多角的な考え方こそが、私たちの開発思想の核なんです」。

銀座にクリニックも開設予定、「食で治す」医療のかたち

サンマルコ食品では今後、東京・銀座に“食事療法”を提供するクリニックを開設予定。これは「Dr. Dish」を“医療食”として活用する試みで、糖尿病などの生活習慣病の治療だけでなく、未病段階の人々や健康意識の高い層にも対応します。来院者は身体の状態をチェックし、自身に合った栄養素や食材の提案を受けることができます。

また、札幌には直営レストラン「fw(フー)」を展開中。四次元設計による“超減塩なのに満足できる”メニューが楽しめるこの店舗では、来店客の多くが「翌朝の体の変化」を実感しているといいます。

社会が求める企業へ——“人類繁栄”を見据えて  
藤井氏が目指すのは、単なる食品会社の枠を超えた社会的存在です。「根拠あるデータと臨床結果に基づいた食品開発で、社会課題に真正面から取り組んでいきます。私たちが目指すのは、“人々が元気に、自信を取り戻すための食品”を届けること。その実現には、同じ志を持った仲間との存在も必要です」。

サンマルコ食品では現在、連携可能な企業・団体との協業を広く募集しています。“人がより良く生きる”というゴールのために——それは、私たち全員が共有できるビジョンなのかもしれません。



北海道からもっと美味しく健康に

