

Nová nutriční strategie omezuje sůl v potravinách

09. 07. 2021

11.6.2021 - Japonský potravinářský gigant Ajinomoto zveřejnil zprávu o nové nutriční strategii pro asijský region. Ta se zaměřuje na redukci množství soli v jídle a jejím nahrazením takzvanou pátou chutí umami. Ajinomoto je japonská potravinářská společnost, která vyrábí koření, glutamáty, mražené potraviny, nápoje, sladidla, aminokyseliny a léčiva. Své výrobky prodává ve 130 zemích, v supermarketech i pouličních stáncích.

Umami je "pátá chuť", objevená po čtyřech základních chutích, sladké, slané, kyselé a hořké. Umami se dá přeložit jako "lahodná". Objevena byla v roce 1908, kdy japonský vědec K. Ikeda identifikoval glutamát jako aminokyselinu, která dává kombu - druhu řasy - svou umami příchuť. Vzhledem k tomu, že glutamát je jedním ze stavebních kamenů bílkovin a peptidů, udržuje fungování těla a napomáhá trávení bílkovin.

Celosvětově se příjem soli u dospělého člověka pohybuje mezi 9 a 12 gramy denně, což dvojnásobně převyšuje denní dávku ve výši 5 gramů doporučených Světovou zdravotnickou organizací (WHO). V Japonsku je průměrná denní spotřeba soli na horní hranici, tedy 12 gramů. Vysoká spotřeba soli představuje dle vědeckých studií významné zdravotní riziko, protože může vést k vysokému krevnímu tlaku, srdečním onemocněním a mozkové mrtvici, což je jedna z nejčastějších příčin úmrtí na světě. OSN spolupracuje s členskými státy WHO nejen na odstranění podvýživy, ale i na poklesu příjmu solí populace s cílem snížit jej o 30 % do roku 2025. A jelikož státy řeší potřebu podporovat vyváženou stravu, společnost Ajinomoto chce přispět ke snížení obsahu spotřeby soli pomocí unikátní technologie založené na aminokyselinách a schopnosti přidat chuť umami do jídla. Tím může být obsah soli výrazně snížen, aniž by jídlo ztratilo chuť.

Předchozí výzkumy ukázaly, že takzvaný MSG - zdroj umami chutě - může být použit k vylepšení chuti jídla a zároveň ke snížení obsahu soli o 30 %, protože MSG má o 2/3 nižší obsah sodíku v porovnání se solí. Ačkoliv většina dosud vyvinutých metod a produktů je zaměřena čistě na japonský trh, cílem společnosti je dostat se do ostatních zemí regionu Asie. Důraz je také kladen na to, aby se se změnou technologie a přísad nezměnila chuť a dostupnost produktu.

Společnost Ajinomoto usnadnila přístup spotřebitelů ke zdravému stravování. Například v roce 2017 se podařilo snížit příjem soli v prefektuře Iwate v severním Japonsku o 30 %. Na zlepšení stravy společnost spolupracovala s maloobchodníky a vládou prefektury Iwate pomocí propagace produktů a receptů s nízkým obsahem sodíku za použití místních surovin. Rovněž se zvýšilo povědomí o důležitosti snižování příjmu solí prostřednictvím informativních výkladů v supermarketech. Tento program se již rozšířil do šesti prefektur v celém regionu Tohoku v severním Japonsku a Ajinomoto ho plánuje v budoucnu představit ve všech prefekturách Japonska.

Zpracovala: Irena Leopoldová, zemědělská diplomatka velvyslanectví ČR v Tokiu, E-Mail: irena_leopoldova@mzv.cz