

# Muso JOURNAL

オーガニックネットワークを世界に広げよう

vol.4 Nov. 2012

## 世界のオーガニック事情

### 大自然に恵まれたカナダとオーストラリアのオーガニック

豊かな自然に囲まれ、スローな時間が流れるカナダとオーストラリア。そこは、ナチュラルなものが当たり前のように溢れている国。クリーンな自然環境に誇りを持ち、広大で肥沃な大地に恵まれる2つの国ではどのようなオーガニックへの取り組みがあるのでしょうか。今回は9月にカナダとオーストラリアを訪れた社員からのオーガニックレポートをお届け致します。

## 「カナダ」



### カナダを代表するエコ企業 Loblaws (ロブローズ)

メープル、シラカバ、ポプラなどの木々が少しずつ色づき始める9月、展示会やメーカー訪問、そして小売店視察の為、カナダ東部のトロントを訪問しました。訪れた小売店の中で、私が注目したスーパーがありました。1919年設立のカナダ(オンタリオ州、ケベック州)を中心に約70店舗をもつ老舗の中堅スーパーマーケット「Loblaws(ロブローズ)」です。

ロブローズは1989年から地球に優しい製品を100アイテム以上備え、現在ではオーガニックのPB(プライベートブランド)製品の取り扱いにも力を入れています。廃棄物の削減や再生可能なショッピングバッグの導入、店舗内では冷凍機から二酸化炭素排出量を15%削減する新しい低温システムを使用し、2008年にはカナダの食料品店で初めての風力タービンを導入するなど、カナダを代表するグリーン企業といっても過言ではありません。また、環境への配慮と持続可能性の取り組みに努める企業に与えられる「Canada's Greenest Employers」を3年連続で受賞しています。



### 北米と日本の小売店の違いは 顧客層に合わせたレイアウト

ロブローズは自然派スーパーに特化しているお店ではありませんが、私の見る限り、日本よりもカナダのオーガニック食品事情ははるかに進んでいると感じます。野菜や果物などの生鮮コーナーにはオーガニック野菜や果物が普通に手軽な値段で陳列されています。加工品においては、ナチュラル志向の消費者の為に「健康的なライフスタイルをお手伝いします!」といったような看板を掲げ、ナチュラル&オーガニック製品のコーナーは一般食品と分けられており、消費者の志向に合わせて買い物をし易いレイアウトがとられています。目的別に販売コーナーを設ける事で、1つの店舗でナチュラル志向と価格志向の消費者、双方の顧客ニーズを満たそうと努力されています。

北米では一般スーパーマーケットにおいてもオーガニック食品を積極的に導入した時は、一般品との配置を区画分けした陳列方法を取り、オーガニックコーナーを充実させ、価格志向の消費者だけでなく、ナチュラル志向の消費者もうまく取り込むことで、オーガニックマーケットの拡大に貢献しています。

# 世界のオーガニック事情



「Loblaws」店内のオーガニックコーナーでは豊富な品揃え

## 日本ではまだまだ充実しない オーガニック製品

日本でも同様に、イトーヨーカドーやイオンなど大手量販店でオーガニック製品を導入しはじめた2000年代前半は、米国のスタイルを真似たこの目的別レイアウトが目立ちました。しかしながら、オーガニックの生鮮品までは充実していなかった事や、北米ほど消費者にオーガニックの食文化が浸透していなかった事により、この陳列方法は日本では根つきませんでした。「ナチュラル志向の消費者」と「価格志向の消費者」がもつ、異なる消費者ニーズが1つの店舗に融合しづらいという日本独特の文化が、オーガニックマーケットの伸長性が弱い一つの理由にもなっています。

## え!? カナダのオーガニックは 日本では認められない?

カナダのオーガニック法令は、カナダ食品検査庁(CFIA)により2009年に法令化され、オーガニック商品には「BCOマーク」というロゴがつけられます。有機に関する法令化が遅かったカナダですが、オーガニック基準においては、既にアメリカとヨーロッパの2つの主要オーガニック貿易国と同等の基準を有しており、“オーガニック商品”としての流通が確立されています。しかしながら、日本とカナダの流通においては、法律上、同等性を有した基準が認められていません。そのため、カナダのオーガニック商品を日本に輸入しても、“オーガニック〇〇”と食品表示して販売できないのが現状です。“オーガニック”という食品表示で国内流通しようとするれば、カナダ本土で日本の法律に合わせて検査を受け、有機JASを取得する必要があるのです。(カナダレポート:岡田)



# 「オーストラリア」



## ここはオーガニック食材の宝庫 オーギーのヘルシーライフ

むそう商事最大の日本食の顧客でもあり、オリーブオイルやパスタソースの仕入先でもあるSpiral Foods社を訪問するため、9月にオーストラリア出張へ行ってきました。印象はひとこと、食べ物がおいしい！日本の面積の20倍を誇る、自然と資源が豊かな国です。食料品店を覗いてみると、野菜や果物、魚介類、肉など生鮮はほぼlocally grown(地元で取れたもの)、あるいは国産であることは日本人の私にとって驚きであるとともに、本当に食の豊かな国だなと実感します。オーガニック産業も盛んで、世界のオーガニック農地の約32%を占め、野菜や肉、乳製品、はちみつ割合が多いのが特徴です。

オーガニック商品を販売する店舗も増えつつあります。老舗の専門店からWoolworthやColesといった巨大スーパーまで、オーガニック食品はオーギー(オーストラリア人)の生活に今まで以上に近い存在になっており、約60%の家庭がオーガニック製品を購入するとの統計もあります。自然を敬愛するオーギーだからでしょうか、ビーチの近くにオーガニックストアが多いのも興味深い事実。メルボルンのビクトリアマーケット(毎日早朝より開かれている巨大市場)でも、大きなオーガニック専門のセクションがあり、生鮮類はすべて量り売りで無駄がありません。バナナやアボカド、パパイヤなどの南国系フルーツも地元産のオーガニックをお手頃価格で買えるとは、なんともうらやましい限りです。



ビクトリアマーケットのオーガニックセクション

## キーワードは「スーパーフード」 健康への関心はいつの時代も世界共通

アメリカではSuperfood（スーパーフード：必須栄養素が豊富な自然食材）という言葉はすっかり定着してきましたが、オーストラリアでも注目を集めるキーワードです。

メルボルンの某地方紙によると、最新のスーパーフードは、ざくろ、マクイベリー、キヌア、ココナッツなどそうそうたるメンバーの中に、日本から輸出している梅干しもあります！“東洋医学の基本で、1週間に1個食べることで、風邪が流行る季節に免疫力を高めることができる。”との説明書き。日本の伝統食が、海外の最新トレンドでピックアップされるとは嬉しいことです。もう一つ見逃せないのがココナッツ。実は、オーストラリアは空前のココナッツブームなのです。ココナッツオイルは高温で調理しても変性せず、コレステロール、トランス脂肪酸もゼロな上、代謝を促す超ヘルシーオイルなのだそう。日本にもココナッツのブームが来るかもしれません。



“Superfood”からヒット商品が生まれる傾向が強い



朝のBronteビーチでヨガを楽しむオージー（オーストラリアレポート：細川）

こんな豊かな食と運動（オージーは出勤前にビーチで泳いだり、波乗りしたり、ヨガやジョギングしたりするのです！）をバランスよく組み合わせるオージーライフ、是非見習いたいものです。

### オーストラリアのブランドSpiral Foods 当社人気商品



オーガニックオリーブオイル  
オーガニックパスタソース3種



Spiral Foods社は環境への取り組みも積極的です。ビジネスで使用する電気、車等の交通手段、商品運搬による温室ガスの排出量と同等の再生可能エネルギーのクレジットを購入することで、温暖化を抑制し、自然エネルギーの発展をサポートしています。

## 我が社の活動

今年4月、むそう商事では「オーガニック」をテーマに議論する社内研修を行いました。オーガニック市場が年々拡大していく欧米やEUに比べ、日本ではオーガニックに対する意識がまだ低いのが現状です。

今回の研修では、「なぜ日本でオーガニック市場が広がらないのか」という課題に対して、「わが社では何ができるのか。何をすべきか。」というテーマを掲げ議論しました。議論し合う事で「オーガニック商品は高い」「購入できる場所が少ない」「オーガニックの価値を知らない人が多い」「国や地域の協力が足りない」「有機JAS認定制度が厳しい」等、オーガニックの裾野が広がりにくい日本市場の課題を再認識し、其々が生産者や流通業者、また消費者の視点で商品や農産物に付随する“オーガニック”を考えるだけでなく、“オーガニック”というライフスタイルを社員が見つめ直す場面もありました。

日本でも健康や環境問題に関心のあるLOHAS層が着実に増えているのは確かです。オーガニックマーケットを拓ける為には、まず社員一人一人が確かな知識を持ち、「オーガニックの正しい情報」を伝えていく事がとても重要なことと考えます。オーガニックを単なる「安心・安全な食」という領域だけで捉える事なく、人にも地球にもやさしい本来のライフスタイルである事、オーガニックを選ぶ事が消費者にとってどう有益になるのかを、商品や情報を通してお伝えする事がわが社の使命です。これから将来を担う子供たちの為に、今はオーガニックに優先度をもたない方にもオーガニックの輪を広げる活動を続けていきたいと考えます。



# 11月22日 新発売

## オーガニック 冷凍野菜



健康な毎日は野菜を選ぶことから。  
ヨーロッパの大地で育った美味しい野菜。

**ムソ-オーガニック**

オーガニック冷凍野菜  
Organic Frozen Vegetable

●内容量:カーネルコーン・ダイスカロット・グリーンピース・ミックスベジタブル 各250g、フレンチフライ 300g  
●賞味期限:各24ヶ月 ●希望小売価格.....各294円(税込)



### メーカー訪問記



ベルギーのフライドポテト工場

今年2月にベルギーにある有機の冷凍野菜、フライドポテトの工場視察に行ってきました。ベルギーは世界一のフライドポテト輸出国(知っていました?)。日本は輸入国第四位と言う事は知りませんでした。製造工程は大手とあって、特にポテトは皮むきから、揚げの工程がオートメーション化されていて、ポテトはまさに空中を飛び、すごいスピードで次の工程に向かっていき、要所要所にはカメラで色目の黒いポテトをエアでバシバシ飛ばし、除去する工程はまさにスナイパーのようでした。もうすぐ日本で初お目見えとなります。(楠本)



発行元

(株)むそう商事 大阪市北区西天満3-7-22

電話 06-6316-6011 FAX 06-6316-6016

info@muso-intl.co.jp http://www.muso-intl.co.jp

通販サイト ビオフロresta ナチュラル&オーガニック商品専門サイト http://biofloresta.jp/