

世界のオーガニック事情

イギリスの有機事情と
和食の広がり

「イギリス」



世界4位の有機大国 イギリス

世界の有機売上高は、2010年で約4～5兆円の市場規模。No.1は人口の多いアメリカですが、ドイツ 約8,000億円、フランス 5,000億円、イギリス 約2,800億円と続きます。また、特筆すべきは市場の伸長で、欧州は毎年10%前後の成長を続けています。

イギリスの有機食品の市場規模は、有機認証スタート時の1995年に比べ2012年は、ほぼ17倍の17億ポンド(約2,800億円)に達しています。

また、イギリス人が有機食品を求める動機として；

・健康に良い55% ・環境に良い44% ・味が良い35%
が上位を占めています。(複数回答あり)

有機食材の入手先として、やはり参考になるのはWhole Foods。もともとアメリカ資本で、300店舗程の大型チェーンですが、イギリス展開後も業績は好調の様子。数年前は6店舗でしたが、今では9店舗と増えています。魅力的な商品陳列で有名ですが、何と言ってもWhole Foodsの豊富な品ぞろえと生鮮食品の充実ぶりはいつも参考になります。当社の商品も配置して頂いており、やはり海外で自社商品を見ると嬉しくなりますね。



WHOLE FOODS MARKET
Kensington店

当社商品を発見



大手の寡占化・PB化の問題

とは言え、世界第4位のTescoを筆頭に、イギリスでのスーパー比率は年々増しており、またスーパーがコンビニや超大型スーパーなどの業態にも進出。イギリス小売市場における主要4社の国内市場シェアは75%を占めるほどにまで高まっており、大手による寡占化は世界一。また更に、大手スーパーチェーンのPB比率も高まっています。イギリスのスーパーPBシェアは50%にもなり、その他ヨーロッパ主要国も今では市場の4割が小売チェーンのPBとのこと。ウェイトローズは現在300店舗弱、英国王室御用達の高級食材スーパーとして有名ですが、“Everyday Low Price”=『毎日が低価格』や、『他チェーンと価格を合わせます』という安売り方針や、PB商品も目立ってきました。

当社顧客曰く、『この流れは、必然的に個人経営のこだわり店舗・昔ながらのファーマーズマーケット等の衰退を加速させてしまう。また、最大手のTescoを筆頭に、どうしてもスーパーは利益重視で、有機製品も一商品カテゴリーとしか見ておらず、長期での安定性・供給者側の事情配慮に欠ける傾向が否めない』との事。低価格・大量消費を推進するやり方に、TESCO=EVIL(テスコは悪)と言うキャッチコピーもあるようで、一部の生産者・消費者団体からは不買運動も起こされているとの事。

流通が大手に集約されていくこの傾向は日本を含め、世界共通の潮流であり、こだわり商品を日本から出荷している現状では、先行きの市場変化への不安を感じざるを得ません。

世界のオーガニック事情

和食世界文化遺産登録？

これはイギリスに限ったことではないのですが、明らかに和食系の店舗が増え、また質も上がっている？ 寿司・刺身・天ぷら・鉄板焼と言った今までの海外での『高級和食』からより庶民的な和食が世界的に広がってきていると感じます。特にロンドンではおにぎり・丼物・うどん・そばの店もあり、現地在住でも日本食が恋しい、と思うことはなさそうです。昨年末の和食世界文化遺産登録はビジネスに好影響を与えそう？ とお客様に伺ったところ、『現地では大したニュースにもならず、それは無さそう』と言う残念な返事…でも文化遺産登録とは関係無しに和食人気は広がっており、いずれは『寿司 ラーメン カレー』と言う日本の3大国民食がそのまま海外でも広がりそうな気がします。



大手の寡占化・PB化による不安はありますが、一方で有機市場・和食の伸長と言う明るい兆しもあり、今後も海外で売れる伝統的な和食の展開に努めたい、と改めて感じました。また、イギリスの倍の人口がいながら、有機市場は半分にも満たない日本の事を考えると…いつかWhole Foodsのようなスーパーができないかなあと願っています。(レポート:松田)



ロンドンで人気のSushi Bar

参考: イギリスにおける食品小売販売額と市場シェア(2008年)

企業名	販売額 (千ポンド) 【1ポンド=145.5円で換算】	国内市場 シェア(%)
テスコ	6,351,531【約924億円】	30.9%
アズダ	3,410,431【約496億円】	16.8%
セインズベリー	3,175,543【約462億円】	16.0%
モリソンズ	2,233,137【約325億円】	11.8%

【出典】TNS Worldpanel「A Snapshot of the UK grocery market」November 2008 より

アメリカを中心に 世界で注目されるスーパーフード

テレビや雑誌で最近目にする事の多くなった「スーパーフード」。からだに良さそうなのはなんとなくわかるけど、実際はよくわからないといったニュアンスが本音ではないでしょうか。

スーパーフードとは、数十年前に北米で確立された概念で、抗酸化物質やビタミンなど“健康に有益な栄養素を多く含んでいる食品”という意味合いで使われていることが多いようです。アサイーなどを含むベリー類、カカオ、マカなどが代表的なスーパーフードです。

これらを含む食品は希少で、あまり市場に出まわりにくいものですが、スーパーフードになじみの薄い日本でもとにかく広がりをみせており、それらを気軽に楽しめるスムージーやグラノーラなどのカフェメニューも展開される事が多くなりました。

その中で、最近最も注目されている“スーパーフード”に、メキシコ原産のシソ科の果実の種“チアシード(CHIA SEED)”があります。



チアシードの皮は、食物繊維、カルシウム、ビタミン、鉄、などのミネラルが豊富に含まれるうえ、オメガ3、オメガ6を豊富に含んだオイルで構成されています。又、チアシードには、体内で合成する事の出来ない9種の必須アミノ酸のうち、8種類も必須アミノ酸が含まれています。これらの有益な成分が高いチアシードを日常の食に取り入れる事で、成人病予防やアンチエイジング、ダイエットなど様々な健康作用が期待され、今、世界中で注目をあびています。

ほぼ無味のチアシードは、ごはんにふりかけたり、パンやクッキーにねりこんだり、ヨーグルトやジュースに混ぜて簡単に摂取できますが、海外では、チアシードを使用した製品も多数あり大ヒットしています。わが社でも、日本での商品化を目指し現在取り組みをしていますので是非ご期待ください。

(レポート:岡田)



チアシードを使用した参考商品「CHIA SQUEEZE」

.....食品展示会の最新情報.....

アメリカ最大の食品展示会 Natural Products Expo West

ナチュラルフードに特化した米国最大の展示会がNatural Products Expo West。今年も、3月7日～9日の3日間、カリフォルニア州アナハイムのAnaheim Convention Centerで開催されました。今回はこの展示会場で見た最新のトレンドを報告したいと思います。



グルテンフリー。日本ではまだあまり聞きなれない言葉ですが、海外では小麦成分のタンパク質「グルテン」に対し、消化管がアレルギー反応を起こすセリアック病という病気があり、近年アメリカの自然食品市場でもこのグルテンを排除した商品に注目が集まっていました。

そして、このグルテンフリー市場のメインストリーム化を後押ししたのが、2011年8月に出版された書籍「Wheat Belly」【日本語版タイトル「小麦は食べるな!」】。原著タイトルの直訳は「小麦腹」で日本語の「ビール腹」同様の肥満体を表します。小麦中の炭水化物は、他の多くの食物(砂糖菓子やチョコレート菓子、砂糖)よりも血糖値を上げる作用があり、小麦(小麦を含む食品全て)の多食が近年の米国人に多い過度の肥満をもたらし、糖尿病を初めとした非常に多くの疾患の原因となっているそうです。

このように展示会場でも以前以上にグルテンフリーカテゴリーがヒートアップ。グルテンフリー＝ヘルシーという概念が完全に市民権を得て、定着しているように思えました。

(レポート: 中山)

GFマーク 第三者のグルテンフリー認定も登場。展示会の多くのブースでこのGFマークを目にしました。



我が社の活動

世界とつながるニッポン

平成25年9月26日、日本とアメリカとの有機製品に関する同等性協定が結ばれ、平成26年1月1日、ようやく発効となりました。ご存知の方も多いかと思いますが、日本の有機JAS認定品がアメリカで有機として販売可能となり、逆も同じようにアメリカの基準であるNOP（ナショナルオーガニックプログラム）を満たした商品が日本で有機として販売できるようになりました。例えば、有機JAS認定のお茶がアメリカで有機として、NOP認定の大豆が日本で有機JAS大豆として販売が可能となりました。

過去から、海外の有機認証を取得し、輸出に取り組んでいる弊社としては、「待っていました!」と言わんばかりの大革命でした。なぜなら、有機JAS認定を取得していれば、今ではアメリカでもEUでも、有機として販売が可能となるからです。私は日々、有機認証業務に携わっているのですが、この同等性のルールのおかげで、ようやくシンプルになって来たと実感しています。そのように感じている事業者の方々も多くいらっしゃるはず。それもあってか、とある認定団体によると、有機JAS品をアメリカへ輸出する事業者が増えているとか。日本の有機製品がもっと世界に広がるといいですね。

海外への輸出に興味をお持ちの方は、むそう商事・海外営業部までお問い合わせ下さい。

(レポート: 高坂)



EU (ヨーロッパ)



NOP (アメリカ)



イタリア・シチリア島で有機栽培された
デュラム小麦セモリナを100%使用。
豊かな風味とモチモチの食感を
ご家庭でも簡単に楽しめます。

近日発売予定



オーガニックパスタ スパゲッティ1.6mm

希望小売価格.....400円(税抜)

オーガニックパスタ スパゲッティバジル&ガーリック

希望小売価格.....580円(税抜)

オーガニックパスタ ペンネ

希望小売価格.....400円(税抜)

オーガニックパスタ トリコロールフジツリ

(プレーン・トマト・ほうれん草)

希望小売価格.....580円(税抜)

伝統的製法で作られた こだわりのBIO IDEAオーガニックパスタ

BIO IDEA 原料と製造へのこだわり



パスタの原料であるオーガニックデュラム小麦は、自然文化世界遺産に認定されたシチリア島のエトナ山の火山灰の肥沃な土地と降り注ぐ太陽の光で育てられます。

製造者Barbagallo(バーバガロ)では、自社工場デュラム小麦の製粉から加工までを一つのラインで行います。鮮度を保つために、24時間以内にパスタとして加工されるため、芳醇な味と香りを持つことができます。また、エトナ山から流れる冷たい水を使用し生地を練り上げ、押し出し成形をする際のスピードを遅くすることで熱変性を抑え、低温乾燥することでもっちりとした食感を生み出します。



シチリア島訪問記

地中海のほぼ中央に位置し、三千年の昔から文明の十字路として人々が交錯し、映画「ゴッドファーザー」、「グランブルー」の舞台である『太陽に愛された島』。かの文豪ゲーテが「シチリアなしのイタリアは、何の心象も残さない。」と言わしめたシチリア。

新商品のパスタ工場を視察する為、2月に訪問しました。訪問日の前週にはエトナ山が噴火し、空港が閉鎖になりましたが、翌週には解除になり、工場訪問する事が出来ました。パスタ無くしてイタリアの食文化は語れない、パスタと切っても切れないのが火山。肥沃な火山灰土壌を生み出し、山頂からの風の吹き降ろしがパスタの乾燥に適していたなど、ナポリにとってのベスビオ火山のように、シチリアにとってのエトナ山という歴史に裏打ちされた、イタリアの文化を改めて知ることができました。

短い滞在時間ではありましたが、何故この島に人々が魅了されるのか分かる気がしました。温暖な気候と大自然の魅力、豊富な海の幸と食文化、あらゆる文化が交錯し、支配と繁栄を繰り返した長い長い歴史をまざまざと見せつける建造物や遺跡とその圧倒的存在感。イタリアに行くチャンスがあれば、是非オススメです。(レポート:楠本)



エトナ山標高3326m ギリシャ神話にも登場



パスタメーカー所在地



タオルミーナのギリシャ劇場

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/>