



安心・安全 だけじゃない！？

一歩先の“オリジナリティ&エンターテイメント”へ

in San Diego 社員旅行

私たち、むそ商事の社員にとって、毎年の社員旅行=お客様や生産者様に最も近い情報収集&意見交換の場となっています。今回は、そんな貴重な場で得た情報の中でも、特に日々成長するオーガニック市場でこれから求められる取り組みを紹介したいと思います！

今年の社員研修はアメリカ支社のあるサンディエゴ。5日間で10店舗以上のナチュラルフードの小売店やレストランを訪れ、市場視察をしました。全日程のほとんどがその店舗でのオーガニックな食事でしたが、どの店舗も特にデリコーナーの賑わいが印象的でした。レストランでの食事はどこも1500円はかかり、安いのはジャングルフードばかり。ですが、医療費が非常に高いため、自分で健康を維持するには、高過ぎずヘルシーなオーガニックストアのデリが丁度良く、需要も高いようです。

店舗視察する中で改めて感銘を受けたのは、各店舗のオリジナリティ。入る店ごとに、こんなに気分や意識が変わるものかと驚きました。その中でも特にユニークな2店を紹介します。

Report Shop 1

Ocean' s Beach People' s Organic Food

地元に愛されるオーガニック店

組合員によって運営される、共済型のオーガニックストア。1971年に、「**身体にも地球環境にも優しい食品を手ごろな価格で購入したい**」と願う消費者グループの活動から始まりました。一番のウリは、ローカルファーストポリシーです。可能な限りの地産地消のため、小規模農家から積極的に仕入れている自慢の生鮮コーナーは売上全体の20～25%に昇る稼ぎ頭。「**地元産オーガニックならこの店！**」といった立ち位置を確立していました。

また、ぜひ参考にしたいのが、消費者の巻き込み方です。15ドルの入会金を支払うと毎回の会計時に10%割引で買い物できる上、自らの意思をお店の経営方針に反映できる組合員になることができます。

店先には「オーガニックに切り替えたい野菜リスト」「非遺伝子組換え食品と環境保護のつながり」など、消費者の「なぜ？」に答える読み物が並んでいたり、カフェコーナーのゴミ分別や、リデュース、リユース、リサイクルに積極的で、自分が出すゴミの種類や量について自然と考えさせられる雰囲気が作られていたりと、何のためにその商品・サービスを提供しているのかが明確なお店作りになっています。店舗運営の全てが“**健康的でサステナブルなコミュニティ作り**”というお店のコンセプトに適っているので、買い物をしていて気持ちが良くなり通いたくなります。



● 親切な読み物シリーズ ●



● 豊富なデリコーナー ●

Report Shop 2

Erewhon

トレンドが一目でわかる注目のショップ

ロサンゼルスに全5店舗を構えるオーガニックストア。高品質の商品、洗練されたデリメニューに加え、とにかく新しいもの・話題のものが豊富な品揃えが有名で、全米中のバイヤーが視察に訪れます。開放的な店内の作りと、ポップな商品パッケージに心が躍ります。店に入るなり、どんな面白い商品が見つけられるかな、と自然とワクワクしている自分に気づきます。

Erewhonは数回にわたって経営者が変わり、現在の形となっていますが、始まりは1968年に設立されたボストンの小さなマクロビオティック食品専門店で、まさに**アメリカ自然食品店のパイオニア**といつても過言ではない存在です。当社会長の岡田雄公も設立当初、運営に関わっていました。老舗でありながら、時代に合った形で進化しているところが潔く、私たちもぜひ参考にしたいモデルです。

このお店を見るだけで今の**トレンドが一目でわかる**と言われていますが、今のトレンドは#vegan ジャーキー（ココナッツ、バナナ、きのこでできたジャーキー。）#コラーゲン入り飲料 #ケトダイエット商品（良質な脂質をたっぷり取り、糖質を制限するダイエット）#ハードコンブチャ（コンブチャにアルコールを加えたもの。）等のようです。



● トレンド先取りの商品が豊富 ●



● おしゃれな店内 ●

Reporter's voice

毎年新しいトレンドを生み出し、伸び続ける圧倒的な先進市場アメリカ。今回改めて、この国のお店におけるエンターテイメント性や、ニーズを形にする力、奇想天外なアイデアを目の当たりにし、日本でもオーガニックに関して、安心・安全というアプローチのみでなく、もっと「心地良い、気持ち良い、楽しい」という部分を通してお客様のハートを掴まなければと気付かれる研修となりました。
(国内営業部：和田)



動画で伝える日本の木樽醸造文化

～モノを届け、コトを伝える～

日本食が世界で人気になり、様々な「日本食材」が海外の小売店に並ぶ中、多くの消費者は、伝統製法で作られた国産品と、低品質の外国産商品の違いが解りません。認証だけ見れば同じオーガニック・グルテンフリー、なのに価格では数倍の差があり、その根拠は？と疑問に思ってもラベルから読み取れる情報は限られているからです。

見えない背景を可視化して発信していく。海を隔てた一商社に過ぎない私たちですが、現地消費者へモノを届けるだけではなく、コトを伝えることも使命だと考えています。目下取り組んでいるのが「木桶伝統醸造」を紹介する短編動画の制作。昨今、和食の伝統調味料の多くがステンレスタンクで速醸されている中、弊社は有機丸大豆を木桶に仕込み、伝統製法で醸造した製品を主軸に輸出しています。



伝統製法では、人工的に熱を加えることなく四季の温度変化のみで発酵熟成させています。それには麹菌等の存在が不可欠ですが、木桶や蔵の木造建屋・土壁が、それら菌類が活発に働くのに適した住環境を提供し、その土地の風土と相まって「蔵の味」を作ります。抗菌のステンレスとは相反する考え方ですが、排除ではなく共存するという意味でも今の

私たちが温故知新で学ぶ事が大いにあります。昔からの食文化の叡智の深さに驚かされます。しかし残念な事に、今となつてはこの木桶伝統製法に基づいた味噌や醤油は全体の生産量の1%未満といわれています。

木桶伝統製法の現状をお伝えする為今回は愛知県岡崎市のまるや八丁味噌さんと、たまりで有名な愛知県知多郡の丸又商店さん、さらに日本最後の大桶職人といわれる大阪府堺市の中上芝さんにもご協力頂き、作業風景を撮影させて頂きました。

よく手入れをすれば200年近くもつといわれる木桶。このように200年ももつ容器が、役目を終えたら土に還るという話は改めて驚かされます。しかしそれは、一度発注すれば次の発注は当面の間必要がないということです。それ故、引退宣言された中上芝さんの元には、今でこそ全国の醸造元から製桶の依頼が殺到していますが、わずか10数年前、木桶の価値が見直されるようになる以前は、桶の修繕や他の木工製作が主で、常に大桶の仕事があるわけではなかったそうです。今回は、長年に渡り注文をされている、まるや八丁味噌さんの製桶工程を撮影させて頂きました。側板を繋げる工程の前、まるや八丁味噌の浅井社長が名入

れをされる様子を、「3代～5代後の蔵人たちが桶を解体した時に浅井社長の存在を知る事になりますね。」と愛おしそうに見つめられていた中上芝さんの横顔が何とも印象的でした。



check

SNS公式アカウント

完成動画はこちらからご覧いただけます
シェア・コメント是非お願いします！



@MUSO from Japan

Reporters voice

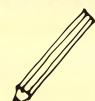
完成した動画は海外展示会での上映や、販促ツールとしての提供の他、ソーシャルメディアを活用して拡散させていきたいと思います。食文化の近いアジアだけではなく、欧米でもワインやウイスキーで木樽醸造の文化が根付いていますから、きっと共感してもらえると期待しています。ワインの好きな人はテロワール（原料になる葡萄の生育環境）に思いを馳せながら嗜むといいますが、今回の動画をきっかけに、海の向こうの消費者の方々が、私たちの醤油や味噌を味わいながら、日本の風土やそれに携わった人々の姿を思い浮かべ、食卓で話題にして頂けたら嬉しく思います。そして海外で評価される事で国内の消費も上向き、この文化が永く継承されて欲しいと切に願います。

(海外営業部：竹内)

連載スタート

増野かあちゃんの日日

vol.1



（㈱）むそう商事に入社したのは2000年。既に、『オーガニック』『マクロビ』『雑穀玄米』という言葉が、社内では飛び交っていた。会話の端々を正確に理解できないまま、「不思議な会社に入社したゾ・・・！ザッコクって鳥の餌では？餌なのに栄養があるって…。」ついに、ある朝、風邪でのどの調子が悪いと首に太い白葱を巻きつけた※1上司が出勤。その衝撃の姿は、あの強烈な葱臭と共に今でも忘れられない。葱巻スタイルは普通の会社なら許されるはずがない。疑心暗鬼から始まったこの業界での仕事も20年目を迎える。今では、娘が発熱した時には、熱冷却シートより、有機キャベツを1枚めくり熱々の娘の頭に乗せ※2（キャベツのサイズ感がヘルメットのようにピッタリ！キャベツは丸ごと買いましょう）、その効果を実感。キャベツへの信頼度は急上昇、その『熱冷まし効果』を周囲に話すと間違なく爆笑か失笑されますが、20年前の白葱課長と同じことを、今は疑いもなくやっている。ほんの少し前までは白い目で見られ、変人扱いされたことの多くが、海外か

ら逆輸入され、時代や環境の変化と共に受入られ、ある時にはまるで、流行の最先端のような扱い。それらは、ここ【むそう商事】で30年以上前から脈々と引き継がれてきたことなのに・・・。

流行への飛びつきではなく、『経験に勝るものはない』。そこには、現代の様々な問題にも対応できる生きるヒントが沢山詰まっている。自分と家族での人体実験？を繰り返し、自らも日々の生活を通して実感する食べ物の不思議な力。



※1 ネギ湿布

効果は個人差によります。予めご了承くださいませ。



※2 キャベツヘルメット



月1回・社員向けマクロビランチで岡田良子相談役のアシスタントを務めながら、そのランチメニューは帰宅後、すぐに夕食で復習。料理教室に通うよりもずっと実践的で、なんと言っても簡単・美味しい。目からうろこの裏技を沢山教わった。ありがたい。何度も何度も繰り返し作る。お味噌を擂るのも丁寧に・・・。



食品は値段だけでは絶対に選ばない！ようになった。その裏側を知りすぎた。時には面倒だが、安心を買う。必ず一括表示を確認。その職業病ともいえる行為はすっかり小4の娘にも定着してしまったよう。

いずれ母となり、家族の台所を担う将来を想いながら…。わざわざおもちゃを買うのではなく、赤ん坊のころから台所が彼女の遊び場だった。小麦粉をこねて粘土遊び、ぬか床は泥遊び、2歳を過ぎると本物の包丁を持たせた。おんぶ紐で背中に背負いながら、汗だくで夕食の準備をした頃が懐かしい。途中で何度も一緒に味見をする。お腹を空かせた我が子にはおやつよりも味見が一番。最近は出張で遅くなると晩御飯を準備して待ってくれる。時もある。仕事の疲れが一気に吹き飛ぶ瞬間。長くお世話になっているコープ自然派さんの配達日は、届いた食材を自由に使って料理を作れる日になっている。彼女にとっては何よりも楽しいらしい。

昭和・平成と駆け抜け、令和に入り、世の中は益々忙しそうで、人々は、かなりのお疲れモード。世のお母さん・お父

さんが今以上に忙殺されたら間違いない！その矛先は子供たちに向いていく・・・そしてその子供たちもいつかは親になる。悲しいニュースは増える。自分の無力感に苛まれる。親も疲れ果てている・・・。子供は親を選べない。感情的になってしまふこともある、それでも抱きついてくる我が子をぎゅうっとしながら、ごめんねえと心で言う。産んだだけでは絶対に親にはなれない。



育てる。その根っこは【食べること】ではないか？食を通して、心の【碇】をしっかりと下ろせば、あふれる物や情報・感情に振り回されることもない。ということで、初！連載スタートしました。今後とも、お付き合い下さい。

(品質管理部：増野)

Editor's voice

本号をもって入社3年目から担当してきたジャーナル編集長を卒業致します。いちオーガニック・ナチュラルフードファンとして入社した私にとって、社内には発信すべき面白い情報が多数転がっていました。社内で定期開催される手作りマクロビオティックランチ、最新市場動向の宝庫！国内外の出張報告、メーカーさんの製品に対する熱いトーク等々…

有機、無添加、伝統製法で食品を作ること、またそれを継続的に販売・購入することは、決して簡単ではありません。それでもござわるのは、作る人、売る人、買う人・食べる人それぞれの信念があるからですが、陳列された商品や売上金額を見ているだけではその想いを感じにくいのが事実です。その中で、本ジャーナルが国内外の「商品の向こう側」の想いやストーリーを感じられるツールとなれたなら、とても嬉しいです。引き続き、Muso Journal をどうぞよろしくお願ひします！（国内営業部：和田）