

### 世界のオーガニック事情

新たにEUの一員となった  
クロアチアを探訪しました

## 「クロアチア」



1991年にユーゴスラビアから独立した、東ヨーロッパの共和国。人口は大阪府の約半分の440万人と小さな国ですが、2013年7月にEUに正式加盟し、今後さらなる発展の見込めるクロアチアの市場をレポートいたします。

### クロアチアの食文化

クロアチアの食といえば、アドリア海に近い海岸部ではイタリアンなどの地中海スタイル、大陸部ではドイツと似ていて肉中心にジャガイモやサワーキャベツの料理を好むようです。他の近代諸国と違う点は今でも家庭で料理をする人が多いこと。スーパーもあります。青空市場(首都ザグレブだけでも50か所ほどある)で買い物をする人もまだまだ多いようです。逆に外食はほとんどしないため、いいレストランがあってもつぶれてしまうという厳しい外食産業の現状を伺いました。

ちなみに、首都ザグレブにある日本食レストランはたった2軒、他のアジアレストランもほとんどありません。日本食が一大トレンドとなっている他のヨーロッパ諸国に比べると興味深い違いです。



クロアチアの青空市場

### クロアチアのオーガニック市場をリードするBiovega社

一般的な日本食の知名度は低いクロアチア市場ですが、マクロビオティック市場は20年以上前より安定成長しています。むそう商事のパートナーであるBiovega社は、人々が健康で持続可能なライフスタイルを送るためのセミナーや、マクロビオティックをベースにした料理教室をmacronova(ムソーグループの正食協会のような存在)という教育機関で提供し続けています。また、ザグレブ中心に13店舗ある直営店のオーガニックショップbio&bioでは、1に「社員教育」、2に「クオリティの高さ」をポリシーに掲げています。店員の豊富な商品知識がオーガニック食品を販売する他店との大きな差別化ポイントになっているようで、アドバイスを求めている固定客が多く訪れます。



bio&bio店内の様子

同じくBiovega社が手掛けるオーガニックビストロZRNOは東欧唯一の有機認定レストランで、美味しいマクロプレートを受けます。テーブル調味料にはオリーブオイルとたまりと梅酢。塩の代わりに梅酢が手軽に使われているのは新鮮でした！

(レポート: 細川)



ZRNOのマクロビオティックプレート

世界最大級のオーガニック食品展示会  
 ビオファ

# BIOFACH 2014

into organic

2月ドイツ・ニュルンベルグで毎年開催されるBioFachは今年で25周年を迎えました。今年の出展者は76カ国から2,235社、来場者は42,445人。BioFachでは、世界各国から迎え入れる人達に、ニュルンベルグ市内のオーガニック、フェアトレード、地元商品を取り扱うお店とグルメのガイドが配布され、街全体を活気づけています。そのためか、オーガニックレストランでは、予約でいっぱいになり、各自然食品店もお土産を求めのお客さんで賑わいます。この時期はニュルンベルグ市内のトラムや電車でBioFachの入場カードさえあればどこでも無料で乗れるのが驚きです。



BioFach展示会場

むそう商事・海外営業部は、ジャパンパビリオン内でブースを出し、開催中の4日間は世界中のバイヤーへ日本の伝統食をPR。国内営業部は、今後の新商品を探すため、目新しいブースに立ち寄り商談。ブランドやコンセプトがハッキリしている人気のブースには人だかりもあり、スタッフは試食や商品説明で忙しく、担当者とおポイントを取るのにも一苦労です。



来場者で賑わうブース

日本のマクロビオティック商品を販売して、今年で15年を迎えるドイツのRuschin社



今年のBioFachでは乳製品も含め動物性原料を全く使用しない完全菜食主義者向けのヴィーガン商品に特化した企業が479社もあり、オーガニック&ヴィーガンのコラボレーション商品のニーズが高まっているようです。またお菓子製品に関しては、日本市場では珍しいスペルト小麦(ドイツ語ではディンケル小麦)などの古代穀物を使用した製品、小麦アレルギーを持った人のためのグルテンフリー商品が目立ちます。



全てビーガンの商品を展示するブース

商品展示以外にも会場内では、「ORGANIC3.0」をキーテーマに、動物福祉、持続可能な世界のための有機農業の役割、消費者へのさらなる透明性を求める有機基準や規定の変化が題材となり、今後のオーガニックのあり方を問われるセミナーや会議がみっちり行われました。

ヨーロッパのオーガニック市場は毎年伸びています。自治体や企業、消費者までオーガニックに対しての意識が高く、勢いを感じます。日本国内での動きはまだ遅く、課題が多く残りますが、BioFachで刺激を受けた分、今後もオーガニックの普及に力を入れていきたいと思えます。

(レポート：関原)

## JETROとの取り組み

今年で2度目となるJETROとの取り組み。昨年に引き続き、日本食のPRIに努めてまいりました！今回、「統一感」をテーマに、実際の店舗に見立てて商品を展示。来場者の方への見やすさ、分かりやすさを追求しました。中でも人気だったのが、塩麴、醤油麴、甘酒、味噌といった「麴」を使った商品。日本ではなじみの深い「発酵食品」ですが、ヨーロッパでもヨーグルトやチーズなどの発酵文化があるから、発酵という言葉に納得された方が多数おられました。

今回、ドイツ人、フランス人のシェフの起用もあり、「和と洋のコラボレーション」という斬新なスタイルに、会場は盛り上がっていました。日本酒や焼酎も振る舞われ、多くの来場者の方に日本食をPRできたのではと思います。



当社の展示棚

話は変わりまして、有機JAS法とEU規定（ヨーロッパの有機基準）の同等性が結ばれて早4年。昔はヨーロッパで有機として販売するにはEU規定に準じた製法で製造をする必要がありましたが、今では「対象の認定団体によりJAS認定を取得」そして「指定国の原料を使用」さえしていれば、その商品が有機として販売ができるようになりました。日本の有機をヨーロッパにアピールしやすくなったということですね。今回もその同等性というルールを武器に、出展されている方も多数いらっしゃいました。我々もこの同等性というルールを駆使して、今後も引き続き、より良い商品の提供に努めて行きたい所です。

JETROは来年の出展も検討をしています。ぜひ一度、現地で日本の有機のPRを試してみるのはいかがでしょうか？（レポート：高坂）



来客で賑わうJETROブース

## ユダヤ教の食事規定 コーシャー

コーシャーとは、ユダヤ教の教義にのっとった方法で製造されている食品に対する認証システムです。

- 魚は鱗とヒレがあればOK。ナマズはダメ
- 海老・蟹等、甲殻類はダメ
- 畜産は蹄が割れて反芻する動物でなければ駄目
- 肉と乳・卵製品を同時に摂取してはいけない
- 肉を切った包丁で野菜を切ってはいけないなどの細かい規定があります。

ユダヤ教の聖職者が食品製造工場を検査し、コーシャー非認定原料の混入が無いことを確認。使用される副原料の製造工場も全て検査を受けなければなりません。全ての製造工程が聖職者により検査され、コンタミのないことが保証されているという安心感から健康志向の顧客に支持されているようです。

実際コーシャー認定商品を選んで購入する一般消費者のうちユダヤ人の占める割合はごく一部。残りは健康志向の一般消費者が占めており、その需要は欧米で年々増えています。

ノンコーシャー原料の混入が一番のチェックポイントであるため、植物性原料のみのシンプルな製品のみ製造している工場では、比較的認証の取得は容易ですが、一つでも動物性原料が使用されていれば認証取得のハードルは高いものとなります。

宗教の教義にのっとった認定であるため、その基準が日本の食品製造業者には理解し難い場合も多々あります。ある工場で扱われている鰹節が問題とされたことがありました。袋詰めされた鰹節入り製品と同一の釜でコーシャー認定商品が加熱殺菌されることを問題視されました。袋詰め後の製品におけるコンタミのリスクを指摘されたことに納得できず、ユダヤ人の知人に意見を求めたところ、

下記のようなコメントが・・・  
「鰹の『魂』が混入するって判断されたんだろうな。」  
宗教は奥が深いです。。

（レポート：梅村）



認定団体「OKラボ」とロゴが酷似するコンビニの前で記念撮影する検査官

濃縮還元ではなく、もぎたての果実を味わうようなオーガニックストレートジュース。そのおいしさは南オーストラリアから誕生しました。



**ムソーオーガニック オーガニックストレートジュース**

オレンジジュース	250ml 240円、1L 750円
アップルジュース	250ml 260円、1L 850円
グレープフルーツジュース	1L 900円

1890年代から有機農業を営むジョンソン家。オレンジジュースを作り始めた1994年に「ダグラスパークオーガニクス社」をジョンソン夫妻が創立。2000年、有機JAS法の施行直後、自社で有機JAS認証を取得し、我がむそう商事との取引がスタートしました。彼らの商品はオーストラリア国内だけでなく、アジアを中心とした海外でも品質の良い美味しいジュースとして評価を得ています。

昨年12月、南オーストラリア・アデレードからダグラスパークオーガニクス社のジョンソン夫妻が初来日されました。有機農業一筋の夫イアン、専業主婦から経営者となったエリザベス。今回は70歳を超えるジョンソン夫妻に、いくつかインタビューさせていただきました。



左:イアン、右:エリザベス

**Q. オーガニックジュースのビジネスを始めようと思ったきっかけは何ですか？**

**エリザベス:** 20年以上前だったでしょうか。孫に安心なジュースを飲ませたいと思い、添加物が入っていないジュースを探していたのですが、なかなか見つからず苦労しました。それが、第一のきっかけ。それと、有機果実はジュースにするのがもったいないほど、どれも美味しいの！だから、これを商品化できると喜ばれるのではないかと思います。それからは、有機農家の知り合いからあたり、ジュース作りをビジネスにつなげようと思ったのです。

**Q. 有機農業をやって苦労されたことはありますか？ また、有機農業を続けていくコツを教えてください。**

**イアン:** 私はとにかく農業が大好きなんです。ジョンソン家は100年以上前から農薬や化学肥料を使用せずに野菜や果物を作りつづけています。もはや“有機”という概念がない時代から農業を営んでいたせいか土壌も安定して、特に苦労することはありませんでしたよ。南オーストラリアの天候や土地などの条件はオーガニックファーミングにはピッタリ環境だと思います。ダグラスパークの契約農家は、果実の木の周りに松やアカシアの木を植え、豊富な栄養素を土に与える有用な微生物を増加させます。だから、ミミズが大量に出てくるほど栄養素がたっぷりな土というわけです。この土壌や有機農法を築き上げてこられた先祖に感謝しています。また、虫や除草のために、私達には専門の作業員達がいいます。それはガチョウです。彼らは虫を食べ、草を踏みつけてくれるので、化学肥料や農薬を使用しない有機農業に欠かせない仲間なのです。時々、野生のカンガルーも農場に遊びにきますよ！土地や自然環境に感謝して、動物や虫たちを仲間だと思って続けていくのが大切じゃないかと思います。



放し飼いのガチョウ達

**Q. お二人が結婚されて50年？とても仲が良いですね。**

**夫婦仲良くする秘訣を教えてください。**

**エリザベス:** 美味しく、本当に良いものを毎日2人で食べることですよ(笑) イアンが作ってくれた野菜や果物はホントに美味しいのよ！

**Q. 最後に日本の消費者へメッセージをお願いします。**

日本の自然食品店にも何件か立ち寄りしましたが、美味しい食べ物がたくさんありますし、商品も優れていますね。その中に私達のジュースが並べられているのはとても嬉しいことです。南オーストラリアを代表して、安心して美味しいオーガニックジュースをこれからもみなさんに提供していきたいと思っています。

今回、お二人を取材していると、南オーストラリアの大自然に触れるような、大らかでゆったりとした温かい空気に包まれました。「身体に良いものを。そして持続可能な農業のために。」を理念として掲げたダグラスパークオーガニクス社。これまでビジネスを継続してこられたお二人からは幸せなオーラと強い信念を感じました。

(レポート:関原)

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/