

世界のオーガニック事情

ヨーロッパのビッグトレーダー

「オランダ」



風車と酪農の国オランダ。ヨーロッパのオーガニック大国といえば、ドイツ、フランス、イタリアなどが思い浮かびますが、意外とオーガニック大国なのがオランダ。朝は自転車に乗って職場に向かう人が行き交い、豊かなライフスタイルを送る彼らですが、食への関心が薄いお国柄。そんなオランダでも年々オーガニックへの関心が高まってきているということで、今回はそんな独自のユニークな発展をするオランダのオーガニック事情をご紹介します。

ヨーロッパの玄関口

オランダは小さい国ながら、‘欧州のほぼ中央に位置している、北海に面している、3つの大河川の河口に位置する’という地理的理由から貿易がとて盛んです。なんと、アメリカに次ぐ世界第2位の食料輸出国！

ヨーロッパ市場への加工品や農産物の代表的な輸入玄関口であり、さらに加工貿易・中継貿易の洗練されたネットワークを持つ国でもあります。弊社でも、ご好評いただいているナチュラルチョコレートの原料をオランダから輸入しています。

オーガニックムーブメントの先駆者、BIOLOGICA

オランダのオーガニック市場を活発にしたのは、BIOLOGICA(ビオロジカ)という先駆者的オーガニック団体のプロモーション活動が挙げられます。

BIOLOGICAとは1992年に創設された生産者や学者、販売者などからなる有機農業推進団体です。主に有機農業者をサポートする活動、国内全土へのオーガニック促進活動により大きな功績を残しました。

またオランダでは政府が積極的に推進活動を行っているほか、慣行農業から有機農業への移行助成金の引き上げを行っており、国全体の方針としてもオーガニックに協力的であることがわかります。

キーは大手スーパーマーケット

昨今、オランダでのオーガニックへの関心の高まりの大きな理由の一つに大手スーパーチェーンのオーガニック市場参入があげられます。

これまで、供給場所の問題、品質(差が激しい)、価格(高い)などの理由からオーガニック食品の取扱いに後ろ向きだった大手スーパーが、今少しづつ変わりつつあります。アルバートハイン(Albert Heijn)、コンマー(Konmar)、コープ(Coöp)に代表される大手スーパーではオーガニック商品の取り扱いを増やしており、ナチュラルコーナーを目にするのも珍しくなくなりました。

しかしオーガニックといえど、やはり買い手の決め手は便利さ、買い求めやすさ、価格。とのことでこの3点にフォーカスしたマーケティングが行われています。(レポート:和田)



世界のオーガニック事情

オランダの気になる小売店



マクロ専門店 Deshima

オランダのオーガニックストアに立ち寄ると、日本の伝統食がズラリと並んでいる光景にいつも感動します。木桶仕込みの醤油/たまりや味噌、昔ながらの梅干し、乾麺、本葛、海藻、高野豆腐や車麩など日本の食卓にはあまりのぼらなくなってしまう食材も数多くあります。むそう商事から輸出するマクロビオティック商品の数が世界で一番多い国が実はオランダで、アムステルダムにKushi Institute Europe（以下KI）があることが大きな理由です。KIは30年前にアデルバート・ネリセン氏により創設され、建物内にはDeshimaという名のマクロ専門店やカフェ、セミナースペースがあります。（店名は日欄貿易の象徴「出島」に由来しています。）この日のカフェのメニューをのぞいてみると・・・ひじきの煮物や焼きうどん、自家製納豆、かぼちゃの天ぷらに味噌汁などなど。日本でもおなじみのメニューですが味付けは軽めです。中でも独特だったのはムーティ（桜沢先生処方の漢方茶）のホットアップルジュース割りで、茎茶と同様にポットでサーブされているのは驚きでした。



毎年8月にはKI主催のサマーカンファレンスが開催され、1-2週間の合宿の中で、40のマクロ・ビーガン料理教室、40の人生を楽しく過ごすためのマクロ講義、ヨガや太極拳、指圧などの40のワークショップから好きなプログラムを選ぶことができ、世界中からナチュラリスト達が集まります。（レポート：細川）

KI創設者であるアデルバート・ネリセン氏が2014年9月6日に永眠されました。ヨーロッパでのマクロビオティック普及活動に多大なる貢献をされた第一人者です。心よりご冥福をお祈りいたします。

..... 食品展示会

FINE FOOD SHOW in オーストラリア



この9月に今年で30回目を迎えるオーストラリア最大級のフードショーであるFINE FOOD SHOWに参加してきました。本展示会より最新のオーガニック情報を紹介します。

FINE FOOD SHOWでは飲食物の出展だけでなく、調理器具やテイクアウト用の容器、テラス席用の暖房器具などフードビジネスに関係のある物はなんでもといったような感じで様々な商品が出展されており、オーストラリアの食に関わるトレンドを感じることができました。

オーガニック×“簡単”・“時短”

FINE FOOD SHOWでのクッキングデモを見ても、小売店を回っていても、スープのレトルトパックなど温めるだけで食べられる商品や、調理を必要としない商品を非常によく目にしました。また食品だけでなく調理器具のデモも会場内の至る所で行われていましたが、‘如何に誰でも簡単においしい料理が出来るか’ということを強調していたのが印象的でした。日本国内のオーガニック市場の動向を見ても、冷凍やレトルト食品が近年伸びており、今後はより一層、オーガニック×“簡単”・“時短”といったことがキーワードになってくるかもしれません。



スーパーの棚に並ぶレトルト商品

やはりおしゃれな海外のパッケージ！

やはり海外のパッケージはカラフルな色づかいの物やデザイン性が優れたものが目立ちます。特に有機やこだわりの商品は他のブランドの商品よりも価格が高いことが多いため、それにあった見た目であるべきだと感じました。パッケージが良い他にも、オーガニック、グルテンフリー、ヴィーガン、コーシャー等の商品特性を明記することでその他競合との差別化を図ることや、さらには自社のホームページやFacebook、InstagramなどのSNSで情報を配信し、生産者または販売者の情報を気軽に見ることができるといった工夫も消費者に安心にしてもらうためには重要です。こうしたパッケージを通した消費者とのコミュニケーションは今後ますます重要になって行くことは必至であり、改めてパッケージの果たす役割は大きいと感じました。



カラフルな海外製品のパッケージ

パッケージの裏のSNSのリンク

意外なものがヒット！

マニアック商品、新しいものを積極的に！

今回のもう一つ大きな収穫が新商品の「しらたき」を紹介できたことです。結果はかなり好評で、食べたことのない食感にみなさん驚いておられました。

しらかきは日本人にとってはなじみのある商品ですが、海外ではまだそれほど認知度が高くありません。しかし、しらかきはグルテンフリー、ローカロリー、ハイクオリティなど可能性を持っていて、これらがうまく海外のニーズにはまればヒットするのではないかと考えています。日本で当たり前に食べられている物でもスポットのあてかた次第で、海外の市場では新鮮且つ魅力的な商品になります。その逆もしかりで、日本の市場でも海外の意外な物がヒットするかもしれません。



(レポート:江原)



TOPICS

458個！世界のエコラベル

環境配慮型の商品や、オーガニック商品が年々増えてきた昨今ですが、それと共にさまざまなエコラベルを目にすることが増えました。

ご存知でしょうか、なんと今ではオーガニック認証マークを含むエコラベルなるものは世界中で197カ国、458個あるといします。

今では各国毎にオーガニック認証マークがありますが、オーガニックには世界共通の有機マークというものはありません。有機であることの規格は各国がCODEX（コーデックス）というガイドラインに基づいて作っており、それぞれの国によって、土壌の性質が違ったり、気候が違ったりするので、使ってよい農薬、土壌改良剤（自然の力で土壌が良くならない場合に限り）も違ってきます。これらに地理的条件、国民性の違いも加味して独自に作成しています。

また、お店で「海外のオーガニック認証マークがついているのに、商品名にオーガニックと記載していないぞ。」といった場面に出会った方もいらっしゃるかと思います。日本の基準では海外のオーガニック認証マークがついていても、日本の有機JASマークがついていないと商品名に「オーガニック」と記載することはできないのです。



いくつか並べてみると、おしゃれなデザインばかりですね。

日本のオーガニック認証といえば、JAS有機認定ですが、このマークは食品の規格です。日本で正式に「オーガニック」と認められているものは食品のみとなります。

でも少し海外の事情をのぞいてみると・・・

雑貨などにはじまり、オーガニックコットン、オーガニックコスメ、オーガニック水産（養殖）、オーガニックワイン、オーガニック種子などあらゆる分野でオーガニック認証が広がってきています。

日本でも食品以外のオーガニック認証の需要が増えて、いずれ食品だけでなく様々な分野でオーガニックの商品が増えていき、日々の買い物のほとんどがオーガニック商品になれば素敵ですね。

(レポート:和田)

iChoc

It's music.

The chocolate for a new generation.

iChocはドイツで誕生した
ポップで楽しいチョコレート



ミルクチョコレート



ミルクチョコレート
クリスピーキャラメル



ホワイトチョコレート
マンゴー&ヨーグルト



ダークチョコレート
ラズベリー



iChocオーガニックチョコレート

各種 内容量40g 希望小売価格 230円(税抜)



※ミルクチョコレートとホワイトチョコレートは農畜産物加工食品のため、日本の法律に基づき有機JAS規格の対象外となります。



エコフィニア社 本社

— iChoc 工場訪問記 —

iChocオーガニックチョコレートを製造するエコフィニア(Ecofinia)社の工場は、ドイツ北東部に位置するヘルフォルトという小さな街にあります。1895年から続くチョコレート製造会社ルートヴィヒ・バインリヒ社のオーガニック事業として14年前に創業されました。現CEOであるアンドレアス・マイヤー氏の案内により豪邸のような本社に入ると、たくさんのチョコレートと美味しい紅茶で迎えられ、なんとも女心をくすぐるおもてなし!カカオの香りが充満する工場内では、原料の受入から、有機の管理、製造工程まで全てシステム化されたクリーンな環境。人的な作業はほとんど加わることなく、安心安全な方法で最高品質のチョコレートが製造されています。施設内は太陽光、水力発電、風力発電のグリーンエネルギーが使用され、さすがは環境先進国ドイツの工場といった感じです。

今回の訪問で最も印象に残ったのは、マイヤー氏との対談。オーガニックだから良いというだけではなく、被災地支援のKIDS基金プロジェクトや、児童労働廃止への取り組みなど、常に、「世界中の子供達に何かできること」を企業として目指しているということ。マイヤー氏自身がエチオピアから2人の子供を養子にしたことも、カカオ生産において過酷な労働環境で働く子供達を目の当たりにしたことが理由だといいます。彼の人となりと同様に、エコフィニア社のチョコレートブランド開発に秘められた想いを強く感じました。iChocを日本で発売して2年が経ちますが、今後も多くの方にこのブランドの魅力を知ってもらえることを期待しています。

(レポート:関原)

エコフィニア社 社長 アンドレアス・マイヤー氏



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/>