

むそう商事 創業30周年に向けて

新年あけましておめでとうございます。
旧年中も格別のお引き立てを賜り
有難うございました。



皆様に国内外のオーガニック・ナチュラル食品事情や情報をお届けさせて頂いております本ジャーナルも今年で4年目を迎えました。本年も皆様に有意義な情報をお届け出来るようスタッフ一同頑張っておりますので引き続き宜しくお願い申し上げます。

昨年も世界、環境、食、健康に対して考えさせられる様々な出来事がありました。異常気象による自然災害や現象に数多くの人命が失われ、エボラウィルスにより世界中が脅威に震えました。食に関しても異常気象により世界中での干ばつや農産物の不作が相次ぎました。改めて自然の猛威に対して我々人類は無力であることを思い知らされると共に、本当に人類は何をすべきなのかを一人一人が考えさせられたことでしょう。

このような情勢の中、本年は当社も設立30周年を迎えます。これもひとえに当社理念と事業に賛同頂き支え続けて頂きました関係各社様、お客様皆様のお陰であると社員一同感謝を申し上げる次第であります。

30周年を迎えるにあたり当社のスローガンを述べさせていただきます。

－ Mission（使命）－

現在当社が存在する意義に社として使命感を持って向き合い続けます。長い歴史の中で、この時代に、こうして業を営ませて頂く一社として、また一人として様々なテーマに社員全員で達成すべき目的に使命感を持ち続けてまいります。

－ Passion（情熱）－

地球と環境、そして健康的な未来社会を創る、守る、残す、再生するという情熱をこれからも絶やすことなく一つ一つの事業に向き合っております。情熱を持って取り組める社業、事業を通じ、少しでも皆様のお役に立てることをやりがいと考えてまいります。

－ Thoughtful（思いやり）－

人類のみならず生きとし生けるもの全てに思いやりと尊重の意を持って接してまいります。また世界中で起こるあらゆる情勢に常に興味を持ち、当社が思いやりをもって何が出来ののかを真剣に考え続けてまいります。

－ Thankful（感謝）－

当社を取り巻く自然環境、社会環境、関係各社、諸団体、個人全てに感謝をし、常に共存共栄を目指します。それら全ての共栄があって初めて当社の使命に向き合えると信じております。

我々を取り巻く外的環境は益々厳しく読めない時代ではありますが、これらのスローガンに賛同頂ける皆様と共に、本年も社員一丸となって『**健康的なライフスタイル創造企業**』として邁進させて頂きます。創業時の原点である『**本当に良いものだけを一人でも多くの人々に届けたい**…』を継続し、そのメッセージを商品やサービスにて提供し続けてまいりますので、本年もスタッフ一同宜しくお願い申し上げます。

代表取締役 社長 岡田 征剛

北欧の大国

「スウェーデン」



ひと月前にノーベル賞授賞式でこの国の風景を見られた方も多いのでは？人口約950万人。首都はストックホルム。14の島々を橋で繋いで作られた美しい水の都です。日本では昨今北欧デザインが大人気ですが、やはりパッケージやお洒落な棚の作り方には感心。素材や作り手の良さが最終形として現れるのがパッケージ。そこに対する彼らの情熱とリスペクト精神は私達も見習いたい点です。

そして忘れてはならないのがFIKA。FIKAとはスウェーデン語で、コーヒーブレイク。いつでもどこでもお茶をするのが大好きなスウェーデンの人々は、職場においても午前と午後1回ずつ、マグカップを持ち寄ってお茶を楽しみます。

FIKAの時間は店を締めるというシヨップもある程。欠かせない日常の一部、FIKAが会社内のチームワークさえ育むのだそうです。



Veganケーキと共にFIKAタイム。

この国のオーガニック事情において、ぜひ紹介したいのはストックホルムにあるローゼンダールガーデン。90年代初め、当時寂れてしまっていたこの王家の庭園を、料理研究家のモニカ・アルバーグがオーガニック野菜を中心にしたカフェへと再生させました。当時まだ少なかったオーガニックの火付け役にもなったのだとか。バイオダイナミック農法の畑や庭で育つハーブと野菜は、併設するカフェとベーカリーで振る舞われ、現在観光地としても人気です。そんなこともあり、なんとこの国では、「オーガニックコーナー」というものは存在せず、通常のスーパーなどでも非有機商品と並んで商品棚に陳列されていて、いかにオーガニックが日々の生活の中に浸透しているかが伺えます。

スウェーデンの食文化

一年を通して気温が-10～20度の間で推移するこの地では、少ない食材で次の春まで食べ物をつなぐため、塩蔵、酢漬け、燻製などの保存食が盛んです。また、体を温めるとされる塩気の強い食べ物が好まれるので、海外ではよく塩気が強すぎると評される日本の醤油や味噌汁が、意外にも人気です。

北国ゆえに食材が限られ、退屈だと言われてきたスウェーデンの食文化。しかし近年、伝統的な料理を現代風にアレンジしたスウェーデン料理が新たな風を巻き起こしています。次はその流れを作る一人、レネー・ボルテール(Renee Voltaire)さんをご紹介します。

RENEE VOLTAIRE (レネー・ボルテール)



カフェ、ベーカリーレストラン、ケータリングと、あらゆる「食」の分野で活躍してきたレネー。彼女が発信する「ヘルシー・シンプル・ハッピーな食とライフスタイル」は料理番組や雑誌など様々なメディアに取り上げられ、スウェーデンの新しい食の形として同国内で話題を呼んでいます。「キッチンに立つとき、ヘルシーで色とりどりの料理を食べるとき、いつも新しい商品のアイデアが湧き出るように浮かんてくるの。“こんな商品があったらなあ、この食材はきっとあのレシピに合うわ！”と。日々、浮かんで来る楽しいアイデア達を実際に形にしたい。」と、2005年に立ち上げたのが今のRENEE VOLTAIRE社。ナチュラル、オーガニックなローフードやスーパーフードを中心とした自身のブランドのアイテム数は100以上。北欧ならではのデザイン性の高いパッケージと相まって、国内外の1000を超える食料品店で扱われ、人気を呼んでいます。



レネー社商品。思わずワクワクしてしまう、カラフルなパッケージデザイン。

オーガニック、ビーガンの理由

あらゆる食のシーンに関わってきた背景から、かつては何でも食べていたという彼女が、ビーガンになるに至った理由はいたってシンプル。肉や魚より、野菜の方が料理の幅が広く、調理の際もより心配りが要る点に興味を持ったからだと言えます。オーガニック食材に関心を持つようになったのも、シェフとして美味しい食材を探索した結果として行き着いたのだそう。オーガニックやビーガンを絶対視しているのではなく、「良いバイブレーションが感じられるもの」を使いたい、という哲学が彼女の根底にあるようです。

例えば、彼女の製品でもキャンディーには砂糖を使用しています。中には、砂糖なんて！と思ってしまう方もいるかもしれませんが。しかし彼女に言わせれば、「だって、キャンディーなんだから」。

あくまで豊かな気持ちになって、豊かな時間の共有に繋がるような「食」というものを大切にしていきたい。それには化学物質に汚染されていない「clean」な食材、出来ればオーガニックが好ましい、というのがレネーの「食」の価値観なのです。私なりの、あなたなりの、心地よい「食」の価値観、皆さんはお持ちでしょうか。

背景にストーリーのある商品

彼女が商品に求めるものは単なるお洒落さだけではありません。背景にストーリーがあることを重視します。

「45R」(製法から全てメイドインジャパンで行う日本のファッショブランド)はご主人と共に以前からのファンとのことですが、生糸から一着の服になるまでの背景に一貫したこだわりや物語があるという点にやはり惹かれたようです。

名前ばかりのオーガニックではなく、自分が手に取った時に、作り手の顔、その土地特有の伝統や文化が映像として流れてくるような、物語のあるオーガニック商品を世に送り出す。それがスウェーデンの食の革新者、レネーの哲学です。

(レポート: 嶽村、竹内)

TOPICS

アメリカの最新事情

COLD - PRESSED JUICE

2015年はどんな「食」が話題になるだろうと想像しながら、流行発信大国アメリカへ。トレンドウォッチングを始めると、もうCold-pressed juice(コールドプレスジュース)がとにかく人気! 驚くのはその値段。1本なんと約900円! しかしこの1杯に一日分の栄養(しかもオーガニック野菜!)がギュッと詰まっているとなると納得できます。そして何よりフレッシュで美味しい! 体中からパワーがみなぎる感覚です。

◆Cold-pressed juiceとは?

直訳すると、“低温圧搾ジュース。”一般的に、ジュースーサーにかけられる際には熱がかかりますが、この方法は野菜や果物を熱を加えずゆっくりと絞ることで、栄養素を損なうことなく抽出できるのが特徴です。野菜や果物の栄養や酵素を壊さず生きたまま頂ける! それがコールドプレスなのです。

◆なぜここまで話題になったか。

今米国で高まっているローカルフード志向が大きな理由の一つ。鮮度の高いジュースを提供するには畑から「あなたの一杯」までの距離が短いことが必須。必然的にLOCALに作られることがポイントとなります。コールドプレスジュース売り場には必ずMADE IN HERE! LOCAL! などのキーワードが見られます。単に「自分の体に良いものを」というだけでなく、「地域の環境や経済へ貢献できる」ことが購買意欲につながっているようです。

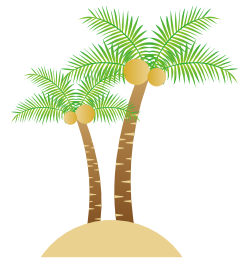


一見、一時の流行に見えますが、近年のナチュラルフード市場を見てみると自然な流れにも思えます。RAW FOOD(非加熱食材)→WHOLE FOOD(一物全体。まるごと食べることでバランスの取れた食べ方)→生きた酵素や栄養をまるごと、手軽に! →コールドプレスジュース!

日本でも東京などでは販売店がありますので、ぜひ生きた1杯! をご賞味下さい。ココナッツやスムージーが話題となった2014年を終え、今年2015年もどんな「食」がホットになるのか楽しみです!

(レポート: 中山)

ムソーオーガニック®



ココナッツってミラクル！

トランス
脂肪酸
ゼロ

コレステロール
ゼロ

オーガニックバージンココナッツオイル お手軽サイズの瓶タイプが新登場！

Organic
Coconut

OIL 

有機バージンココナッツオイル 185g

原材料名：有機やし油

希望小売価格：950円（税抜）



冬

20℃以下で**固体**になります。



夏

25℃以上で**液体**になります。

ムソーオーガニックバージンココナッツオイルについてよくある質問をまとめてみました。

Q1. 「エキストラバージン」と「バージン」について違いはありますか？

「エキストラ」「EXTRA」と謳われている商品もありますが、ココナッツオイルには「エキストラ」を謳うための定義はありません。オリーブオイルの場合はIOC国際オリーブ協会が定めた基準によってエキストラと呼ぶかどうかを使い分けています。なんとなくエキストラと付いている方が良いのかなと思われがちですが、あくまでも業者の商品名やキャッチフレーズというだけで、品質の裏付けは特にありません。

ちなみに、「バージン」（未精製）とそうでないものの違いについては、「バージン」の方は香りがあり、また溶剤などを用いて精製するという製造工程がないため、より自然の状態に近いものとなります。



Q2. ムソーオーガニックバージンココナッツオイルの製造工程を教えてください。

①ココナッツの実から繊維を剥ぐ→②果肉の粉碎→③洗浄→④裁断→⑤40度以下で低温圧搾→⑥遠心分離機→⑦43度以下でバキューム蒸発（水分値が高い場合のみ）→⑧ろ過（20ペーパーフィルター）→⑨国内へ輸入してボトルング
※全工程において45度以上の熱を通すことがない、低温圧搾遠心分離法を用いています。



Q3. スキンケアにも使えますか？

ムソーオーガニックバージンココナッツオイルは食用として販売しているため、スキンケアで使用した際、万一のトラブルについては保障できません。しかしながら、ココナッツオイルは原産地域である東南アジアや太平洋の島々では古くから、食用だけでなくヘアケアや美容オイルとして当たり前のように使われています。最近では、国内でも保湿オイルやヘアワックス代わりに使用される方もいらっしゃいますが、もし使用される場合は、腕の内側に塗るなど試してから使われることをお勧めします。



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/>