

## 世界のオーガニック事情

スローフードの発祥地  
イタリア Italy



ミラノ万博で盛り上がる秋のイタリアへ行って参りました。ご存じの南北に細長く伸びるこの国の地形は多様性に富んだ気候柄、強い地域性があるのが特徴です。現地の生産者とひとたび話を始めると、「この商品は〇〇地方のもので」の一言から商品の説明が始まり、地域性へのこだわりを肌で感じることができます。



### イタリアのオーガニック市場



オーガニックという視点で見るとイタリアは南北で大きく特徴が分かれます。

経済活動の中心であり、比較的所得の高い北部には消費者や加工業者が集中しています。北部4州だけでオーガニック食品専門店の数は約630店舗あり、これはイタリア全体の約半数を占めています。オーガニック先進国といった印象もありますが、国内全土の消費者にまんべん

なくオーガニックの認識が広まっているということではなく、北部から少しずつ広がっていくようです。一方、農業の歴史が長く温暖な気候に恵まれた南部には有機の生産地が集まっていて、有機農地面積はヨーロッパ第4位を誇るトップクラスでイタリアのほとんどの有機農産物は南部で作られているといっても過言ではありません。

またイタリアはオーガニック給食が盛んな国の一つです。1986年に北部のチェゼーナ市行政が有機農業の推進、子供たちの健康促進のために学校給食をオーガニックに変える取り組みをスタートし、以後ローマやボローニャなど北部の幼稚園、小学校、中学校を中心にオーガニック食材を使った給食が提供されています。10年前は800校程でしたが、今では約1250校でオーガニック給食が実施されています。



### 加速するイタリアのベジタリアン市場

#### SEITAN ! Veggie Meat!

ここ数年特にベジタリアン、ビーガンの流れが強くなってきているイタリア有機市場。訪れたナチュラル&オーガニック食品展示会SANAで一際盛り上がっていたのはお惣菜風ベジタリアンミート(以下ベジミート)のブース。豆腐やグルテンを主原料に、ヨーロッパ独特のスパイスで味付けされたコロッケやハンバーグはとても美味しく、試食を求める人で終始賑わっていました。しかし、これらのベジミート商品のラベルを見てみるとほとんどが「ドイツ産」。なんと今ドイツでは国民の10人に1人がベジタリアンという状況で、その流れでドイツではベジミートのメーカーが急増しています。イタリアだけでなく、肉食イメージの強いドイツでここまでベジタリアンが広がっていることには驚きです。



また郊外のオーガニックストアで売れ筋商品を探ねると皆さん揃ってSEITANと即答。SEITANとは小麦粉に含まれるグルテンを使って作るグルテンミートで、肉の代わりになるベジタリアン食材のことです。マクロビオティックの創始者、桜沢如一氏が、1960年代、生姜醤油で料理されたグルテンにセitanという名前をつけたことが始まりで、

日本よりも先に欧米で人気が高まったそうです。正しい(セイ)たんぱく源(タン)という意味でセitanとのこと。日本におけるベジタリアン人口はまだまだ少ないですが、「オーガニックxベジタリアンxお手軽」のキーワードを兼ね備えたこれらベジミート総菜は、忙しい中でもヘルシーな食べ物を求める日本の消費者にとっても面白い商品かもしれません。



ミラノ万博でも大きなブースを構えていたイタリア最大手オーガニックスーパー。元々、自然食品店の老舗で5年程前までは停滞気味だったのが、近年のオーガニック志向の高まりで再浮上。



中でも印象に残ったのはスイス館です。会場内にコーヒー、リンゴ、塩など食料品がずらりと並べられ、「ご自由に好きなだけお持ち帰りください、全て無料です。但しこれから来るビジターのことも考えてください。10月末の閉館までこの資源は補給されることはありません」という方法でこれ

ら食料品を地球の資源に見立てて、“一人の消費量によって、他の人に残される量が決まる”というメッセージを訴えるユニークなプレゼンでした。総じて、先進国による「自然破壊の現状を表現したインパクトのある映像」や「持続可能な農業のための最先端の技術紹介」などももちろん興味深かったのですが、その一方でスパイス、カカオ、お米、コーヒーなど原料毎に設けられた途上国のブースも印象的でした。小さいブースながらも郷土料理や伝統の

踊り、思わず見入ってしまう美しい農園の映像など、シンプルでも心温まるプレゼンが、“この豊かな食文化や風景を残せるかどうかは自分たちの手にかかっている”ように感じられて、逆に身の引き締まる不思議な感覚になりました。あらためて私たちの日々の消費活動が、地球環境に



ポジティブにもネガティブにも大きく影響を与えることを意識して、オーガニックの促進に努めたいと思います。



い、流行には左右されにくいヨーロッパならではの市場の雰囲気を感じられた小売店訪問でした。