

## パストラミ～ドイツでも流行

日本へ来る外国人旅行者も、順調に増え、豚肉が食べられないイスラム教の旅行者も増大、鶏肉ベースのラーメンや餃子も、遜色なく美味しいと、TVでも報道。

2020年東京オリンピックまで、あと3年!!! 益々、ハラル食品が注目される中、牛肉で作ったハム＝パストラミが米国から、ヨーロッパに進行、ドイツでも今注目の食材になっている。コンビーフも根強い人気!

豪快にかぶりつく食べ方は、細く裂いた味付き肉のプルドミートもあるが、牛肉が持っている独特のアロマは、人間の脳に直接到達してホルモンを刺激し、幸福感を与えるとされ、ビーフ100%＝満足度100%。

プルドミートは豚肉や七面鳥などを使用されていることが多く、価格も比較的安いですが、1個1500円もするサンドが飛ぶように売れるのは、牛肉なればこそであろう。

アメリカ/NY マンハッタンでは、50年も前から、これでもか! というボリュームのコンビーフサンドだけで、飛ぶように売れる有名店がマジソン・スクエア・ガーデンにある。

ミュージカルをお目当てに来た観光客が、立ち食いでも食べられるおしゃれなサンドとして町の風物詩にもなっている。最近では、豪快にはさんだパストラミも人気で、どれも1個\$12.95(1450円以上)だが、半端

じゃない具に満足感100%。

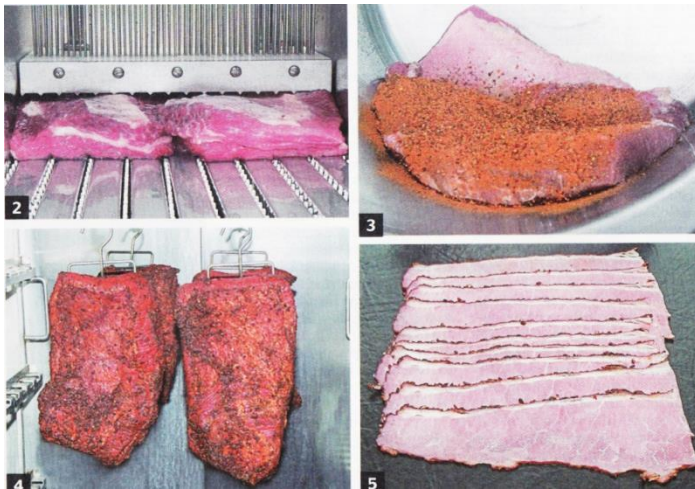
<http://www.samlagrassas.com/take-out-menu.php>

(この店のテイクアウトはどれも均一料金\$12.95)

佐世保バーガーなどのご当地バーガーもPR性が高く、地域経済に大きく貢献している。

ボリュームたっぷりのパストラミは、日本でも火が付くかもしれない。

パストラミのレシピとスパイスは、当社でもご用意しておりますので、お申し付けください。



## 中堅企業 Lutz ルッツ社 支払い不能へ ～850人の雇用者の行方

4月26日、アウグスブルグの地方裁判所にルッツ社が支払い不能による破産の申し立てをした。同日、850人の雇用者に会社の倒産を知らせ、突然の倒産に従業員は驚きを隠せない。

### Lutz 社の歴史

1891年 Wilhelm Lutz 氏が Guenzburg にて創業した食肉加工企業 Lutz ルッツ社は、1969年に Suedfleisch 組合に協同参画。1991年に単独の株式会社に組織変更。ハム・ソーセージ全般の製造販売を手掛ける。

## 大企業の傘下に

2006年から、方向を大転換した。

オランダの食肉卸企業 Vion N.V. 社の傘下となり、惣菜にシフト。

シュニッツェルやグリルチキンなど、調理済み食品、冷凍食品を多く手がけ、Vion 系列の販売網に適応して Landsberg am Lech, Chemnitz und Hammelburg などに工場新設。

2007年には、Kulmbach から 100名の従業員を移動させて Chemnitz 工場を拡大。2008年、Helmbrechts (Bayern)、最後の Nohra (bei Weimar) には、最高の 70 億円を投資して新工場を建設した。

2016年度の売上は 3 億ユーロ (360 億円) を誇っている。

## 親会社の心変わり

ところが、2014年に親会社 Vion 社が、コンビニエンスフード部門を売却。

売却先は投資会社 ~7つのブランドの食肉加工会社、29の販売部門、9つのセントラルキッチン を 435M€ (522 億円) で売却した。

この7つの食肉加工会社は Lutz の他に、Nocker, Weimar, Arland, Heiter, Ihr Rheingauer Metzger、ベジ中心の Vegata 社である。また売却先の投資会社 Paragon Partner 社の経営者は、Abraham Schinken のオーナー Jürgen Abraham 氏と Vion の社長 Norbert Barfuß 氏である。

2014年のこの売却によって、さらに利益追求が求められ、同年に、

連邦カルテル審査会から、21ものハム・ソーセージ製造会社が、価格談合によって摘発され、Lutz 社は 3.6 億円の罰金命令を受けている。

2017年4月26日、Lutz 社は債務超過と不渡りにより、アウグスブルグ地方裁判所に破産申請の手続きをした。

今後も経営は続行されるものの、もともとスーパーなどでの加工品の価格設定は厳しく、利益追求型で進めていくにも、原料肉を Vion 以外に求めていかななくてはならず、厳しい再建の道のりであろう。

## 惣菜、コンビニエンスの難しさ

今や、調理済み商品、コンビニフード無しには、店の商品構成は成り立たない。

調理時間ゼロ、一人分でも手軽に買える、いつでも気が向いた時に食べられる手軽さが売り。

そのための品揃えは、サラダ、スープ、煮もの、揚げ物、焼き物、シチュー類、デザート、その種類は数えきれないほど。

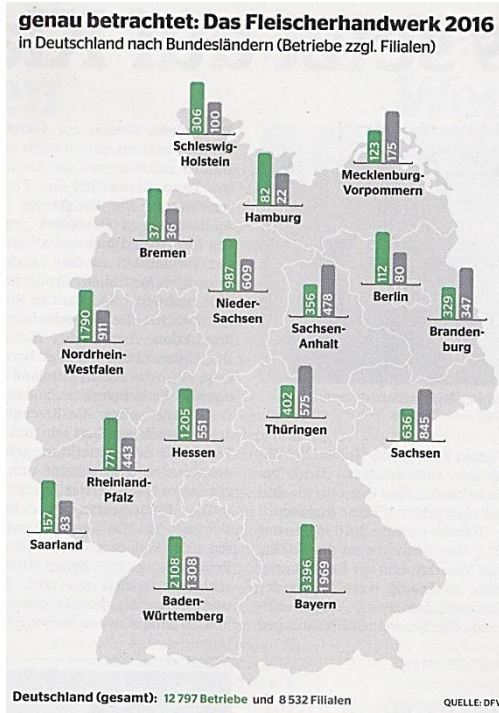
そのための製造工程や、包装資材、包装機材など、設備投資も製造コストも莫大なものとなる。

新商品を開発すればするほど、そのためのコストが、販売価格に連動しないところに苦しさがある。

ましてや、和食、洋食、中華と多岐にわたる日本の市場では、その対応はさらに増加する。

コンビニフードにシフトするのか、既存の製品カテゴリーに特化するのか、大きな決断がいる。

# 肉屋の数……2016年の結果 売上は+0.5%



2016年4月号でお知らせした肉屋の数の減少……2016年度の結果が発表になった。

**2014年～13559軒**

**2015年～13158軒▲401軒～ マイナス2.9%**

**2016年～12797軒▲361軒～ マイナス2.7%**

12797軒、さらにそのなかでチェーン展開している店舗が8532店舗ある。また移動販売車がさらに5000台稼働しており、約3%の店が閉鎖しているにも関わらず、0.5%売り上げは伸びているのだ。

販売アイテムも、サラダ、前菜類を増やし、サンドイッチやスナックを充実させ、ハムソーの自動販売機を増やしたり、移動車を増強して、売る努力をしている結果がここに表れている。

移動販売車のメーカーも、種類を増やして、青空市場やスーパーの入り口、イベント会場など、様々な移動販売を拡大させる勢い。



## サンドイッチは楽しい……スナック専門店登場

手のひらに乗る完全食……サンドイッチ お肉やシーフード&たっぷりの野菜！！ ボリュームたっぷりで1個で満足！日本のおにぎり専門店のようにサンド専門店、ドイツでも注目されている店がある。

ドイツ有数の観光地の一つ、ドイツ南部・スイスとの国境に位置するボーデン湖～その中心の街 Konstanz コンスタントツのLagoショッピングセンター（2004年オープン）内に2016年に入ったOtto-Müller店。

<http://www.otto-mueller.de/images/ueberlingen-metzgerei.jpg>

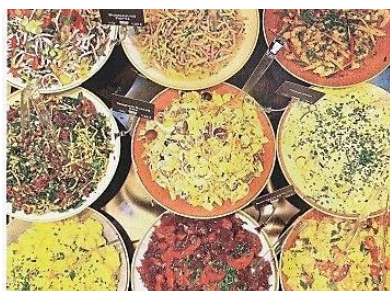
創業時からの既存店舗はあるものの、大型店舗内に新規オープンした2店舗目の出店を機に、テイクアウトフードの充実を図って成功している～挽肉の生(メットヴルスト)のオープンサンドや、チーズサンド、様々な種類のパン、ベーグル、フォカチャとヴァリエーションもすごいし、ボリュームも目を見張る。

サラダ類も、様々な豆やスプラウトなどヘルシー感たっぷり。

Lago店テナントの売上1位、そしてその70%をテイクアウトの惣菜&サンドで占める。

経営者はKatharina Müller氏。

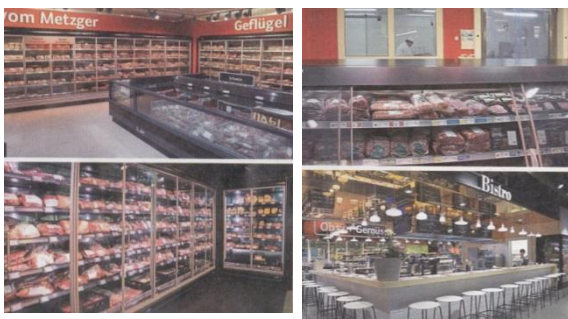
「いつ来ても、同じ品質、同じ味を保つことに心がけている」との弁。





# ライプツヒのチャレンジ

## C&Cの新しいアイデア



プロ対象の卸業C&C(キャッシュ&キャリア)は、日本でもMetroがある。メトロは関東で10店舗の経営:現金のみの販売だったが、2年前からはマスターカード決済OK~現金販売のみでは、対象となる店舗の規模が限られ、また、来店のみでの買い付けとなると、遠距離では生鮮品の仕入れは、おのずと決まった顧客に限られてしまうのが現状。

ドイツ中部の都市ライプツヒのC&C Leipziger Selgros は、8800㎡の店舗の一部をVisiterとして一般消費者にも開放し、来店数と売上、そして商品構成の充実已成功している。50000点の商品アイテムを用意し、特に野菜・果物の新鮮さに力を入れている。驚くのは、生ハムの充実度と豪華さ！スライス販売もするので、個人客には、うれしいサービス。精肉コーナーも、ポーションを小さくしてトレー販売しており、やはり、熟成庫でエイジドビーフを展示販売。

フライシュ・ソムリエ(肉の専門家)が、顧客へのアドバイスやおすすめを提供し、C&Cのイメージを一新。セルフコーナーの棚も、壁一面の充実度を誇る~通常は、法人登録した会員制度で、入場制限が厳しいのだが、Visiter制度を設けることで、来店数を増やし、食事コーナーBistroも50席を用意して、客の要望に応える。Bistroではサラダや高級珍味、新鮮な魚や肉が調理され、気軽に食べることができるのも来店数が増える要因。Shop-in-Shop (店の中の店)という、新しいやり方だ。

## 数字に見る 2050年の予測 昆虫食は広まるか??



人口問題と食糧供給についての予測	1950年	2050年
人間一人あたりの大地の広さ	5000㎡	1500㎡
異常気象による 農産物収穫量予測	100%	60%
人口増加に見る 2050年に必要とされる肉の量		407,000,000t

今の人口爆発のペースでは、あと33年後に、地球上の人口は3.3倍に膨れ上がる計算になる。人口急増が著しい、インド、エチオピア、アフリカなどの国々の人々の空腹を満たすことは厳しい。中国、東南アジアでは、バッタやコウロギ、サソリ、セミの幼虫などは、街の屋台でも手軽に食べられるソウルフード。ヨーロッパからの旅行者の経験から、ヨーロッパでも昆虫が食べられるようになった。世界中で食糧とされる昆虫類:カブトムシ31%、蝶とその幼虫18%、蟻と蜂14%、バッタ13%、セミ類10%、白アリ3%、トンボ3%、ハエ2%、その他6% 牛とバッタの飼育コストを見てみると...

**Co2の排出量 9 : 1      飼育面積 16 : 1      供給水分 12 : 1      飼料 6 : 1**

牛の骨や皮などを除いたタンパク質の分量から見ると、この割合はもっと差は拡大する。Co2削減を遵守しない大国も有り、このままでは温暖化による天候異常が常態化して、作物が60%にまで減ると予測されている.....バッタを食べたくなければ、環境問題に強く取り組まなければならない。