

肉を超えた味で勝負～鶏肉卸最大のコンツェルン…

…試験管の中で出来たバーガーを開発

ドイツ最大の養鶏飼育業者で、ドイツ最大の食品企業の一つPHWグループ(年商23億ユーロ/2011年～450万羽/週/出荷量)の子会社Wiesenhof ヴィーゼンホーフ社は、ドイツの鶏肉の精肉および加工品の供給企業としては、最大のブランドとして確立している。

その売り上げは13億ユーロと、グループ全体の57%を占める。

PHWグループがリードを取り、米国の企業BeyondMeat社のヨーロッパでの製造販売権を獲得した。BeyondMeat社が開発したえんどう豆を主原料としたヴェジハンバーグパティは、牛肉そっくりの味と噛み応えで米国のハンバーガーチェーンで急成長しており、国内最大の鶏肉販売ルートを持つWiesenhofブランドで、成長著しいヴェジマーケットを取り込む計画に乗り出した。

企業イメージ

PHWグループは、動物保護運動の強化や、ヴェジタリアンの増加、そして加工施設の衛生管理の強化がますます厳しくなり、環境整備のための管理費用の増加に悩まされていることから、今後のヴェジ製品の成長を見込み、ドイツ最大の食肉コンツェルンの1つとして大きな道を開こうとしている。そのバックグラウンドとして、週に450万羽もの鶏の飼育方法と屠殺に対して繰り返し批判を受けているだけでなく、東欧からの出稼ぎ労働者を多く受け入れていることを搾取と取られ、企業イメージを落としていることもある。

畜肉環境保護運動 Tierwohl(動物への福祉、幸福)

ドイツ、ヨーロッパでは畜肉用動物の幸福な環境(味にも影響するため)を守る運動が高まり、表示義務について、ドイツ国会でも現在審議中である。

大手スーパーなどは、その決議を待たず、自主的に独自のラベルを商品に明示して、顧客に取り組み方をアピールしている。それほど、売り上げに影響が出てきたのだ。

写真はスーパーLidlのチキンレッグ～自社独自のTIERWOHL(動物環境保護)マークが貼られている。

植物バーガー

BeyondMeat社が開発したえんどう豆を主原料としたヴェジバーガーは、見た目も味も、まさしく牛肉100%のパティそっくりに到達し、満足感も与える。

もちろん遺伝子組み換え無し、グルテン無し。

ちなみに、長野県小布施の名物で、有名な小布施栗落雁もえんどう豆が原料。

歯ごたえとタンパク質の味が濃く美味！！

設備投資のランニングコストを比較して、コストが安定する植物性人工肉の製造販売を決定したPHWグループが手を組んだ会社は次の2社。

1) Beyond Meat社 [肉を超えたものという意味] : カルフォルニアの加工食品企業。

2009年に、ヴェジに特化して方向を決めた企業で、植物性牛肉味のバーガーの開発を手掛け、100%ヴェジの製品開発を手掛けている。

マイクロソフト創始者ビル・ゲイツと俳優のレオナルド・ディカプリオの共同出資。

現社長は Ethan Brown イーサン・ブラウン氏。

現在、全米で25000軒のスーパー、レストランにえんどう豆主原料の100%ヴェジ製品を出荷している。

2) Biotech-Start-up 社 : イスラエル系のドイツスーパーチェーン企業

Viro-Fleisch(ヴィトロミート)食物繊維で作ったパティの開発で成長している。

この2社をあわせた Start-up Beyondmeat 社を設立して当面レストラン&インビス向けパティ製造販売を手掛ける。

システムガストロミー Systemgastronomie

近未来の映画のように、無機化した原料だけを、システム化されたラインで、フルオートメーションされレストランやインビスに供給される食品オペレーションのこと。“システムガストロミー”という造語が作られた。

PHW 社の社長 Peter Wesjohann 氏は、ヨーロッパで独占的に、このヴェジバーガーの製造販売権獲得。それにはビヨンドミート社の成功を見ているから、先手速攻で精力的に動いている。

Win-Win-situation ウィン-ウィン体制 両者勝利 (Win) 戦略

ドイツ国内の肉の消費の減少や、スーパーによる個人肉店の減少、ヴェジタリアンの増加、食糧危機による昆虫食料問題など、ただでさえドイツの肉屋さんの体制は劣勢に立っているのに、ひとつの企業によるヴェジバーガーの独占は、遅かれ早かれ、ねたみや、憎悪を生む懸念がある。

それを避けるために、PHW 社社長 Wesjohann ヴェスヨハン氏は、次の手順を取る考えを発表した。

2015年からすでに、上記の Biotech-Start-up 社に、鶏肉精肉を卸し、売り場を確立している。

同社とヴェジパティの製造共同会社を設立する一方で、さらに今年2018年初頭に、この Start-up 社に新たに投資して、スーパーが直接に養鶏飼育をする形態に変更。生産者と販売者を直結させることによって、鶏肉の生産と販売ルートが太く短くすることで、利益率を上げさせ、両者共に利益を生む良い関係を構築しようとしている。

上の写真は、米国のひき肉売り場で、肉と一緒に並べて売られる Beyondmeat 社のハンバーグ~わかりやすいよう緑色で Plant based 植物原料と明記されている。

反対意見

この動きに賛成している企業は多くは無い。批評するものこそあれ、けっして楽観的な見方をする者は、今の所見られないのが、正直なところ。

ドイツで最初に手掛け、この2~3年、ヴェジ加工品の生産量を大きく伸ばしている国内最大のヴェジメーカー Rügenwalder Mühle リューゲンヴァルダー・ミュレ社は、決して容易ではないことを忠告する。

確かにヴェジタリアンは増えているが、すべての店でヴェジ製品を見ることは無い。

倒産したスーパー Tengelmann の店舗が Bio のスーパーに変わったりして、増加している Bio を扱う店では、ヴェジ製品は必須アイテムとなっている。

しかし、大手ディスカウントの Aldi では、にぎり寿司のパック(サーモンや海老)は惣菜コーナーに常時並んでいるが、ヴェジ製品は1つも見かけることは無かった。(2018年4月末/当社取材)

ベルリンの有名デパート6階の食品売り場の棚にも一切無く、ミュンヘンのデパートの棚にも見かけられない。(2018年4月末/当社取材) 折り込み広告に掲載されることも無い。

肉卸業の営業マンは、この状態を見て、あざ笑っているのが現状である。

確かにヴェジやヴィーガンが急成長していると結果が出ているが、ヘラニュース2018年3月号でお知らせしたとおり、ヴィーガン製品がここ12か月で、480%も売り上げが伸びているが、もともとの母体が小さいことは否めない。

リューゲンヴァルダーミュレ社は、Bio製品用包装でアピール!

木綿繊維を使った環境に優しい包装袋を使うことを表明。環境対策に力を入れていることを強調。

先駆者の使命

誰でも、困難なことを最初に手掛けた人は、批判を浴びるのは仕方がないこと。道が出来て、振り返ってから、やっと人は認めてくれる。Wiesenhof や Rügenwalder Mühle などが手がけた事が、未来の人類のお腹を満たす救世主と呼ばれ、その最初の製品は博物館に展示される日が来ることであろう。

また、このようなシステムの製品は、ネスレやユニリーバなど、体力ある行動的なワールドワイド企業が手掛ける日も近いと思われる。

第54回～春の祭り Fr ü hringfest フリュERINGフェスト

…柳の下の……???

600万人の来場者を集める10月の世界最大のビール祭り～ミュンヘンのオクトーバーフェストは、1810年10月17日、バイエルン国王ルートヴィヒ1世と妃テレージアの結婚を祝って始まり、今年で208回目を迎える。(開催地の名前テレジエンヴィーゼとは「テレージア皇后の芝生」の意)

主催者のミュンヘン市だけでなく、高い賃料を払っても、千客万来のビール醸造所も大きく潤う待望のお祭り。

この企画を春もやろうではないか！！と、54年前からオクトーバーフェストと同じ場所＝ミュンヘン中央駅から近い大きな空地:テレジエンヴィーゼで4月20日(金)から5月6日(日)の期間で始まった。

ビアテントやスリル満点の最新の遊戯施設やお化け屋敷、小さな子供も楽しめるメリーゴーラウンドなど、家族連れや、新酒のビール、若者の出会いの場として、夜遅くまで盛り上がる。

いつも話題になる今年の1ℓ入りビールとグリルチキン半丸の値段は……

Mass Bier Münchener Hell(ビール1ℓ)	9. 8€
Halbs Hend'l(チキン半丸)	9. 4€
Currywurst mit Semmel	5. 1€

ミュンヘン市内のデパート食品売り場で買うチキン半丸で3. 5ユーロ。カレーヴルストはベルリンでは1. 8€……

お祭り価格だから、仕方ない……か。この時期もミュンヘン市内のホテルは予約が難しい。

屋台では50cmの長～いソーセージやカレーヴルストが人気。伝統的な民族衣装トラハテンを着てくるのが、習わしで、おしゃれな夫婦のシックな色合いの民族衣装も素敵だが、若者は、キュートなスタイルのトラハテンで、ボディを強調するデザインでアピールしあうのが、第一の目的らしい。

大きなビアテントで、夜中まで飲んで踊って歌って騒ぎ、ベンチでそのまま朝を迎える若者連中も少なくない。

WARME KÜCHE & GRILLSPEZIALITÄTEN	
Halbes Hendl mit Semmel	€ 9,40
Halbe Schweinsbaxn mit Krautsalat	€ 12,80
Schweinerollbraten mit Knödel	€ 11,20
Schnitzel Wiener Art mit Pommes	€ 11,20
2 hausgemachte Fleischpflanzerl m. Kartoffelsalat	€ 9,90
Spare Rips mit Western Dip Portion	€ 11,20
Chicken Wings mit Cole Slaw	€ 8,30



春を告げる味～白アスパラガス

今年は4月初めには雪が降り、中旬からは突然真夏日で日中25度以上になっているドイツである。いつもは4月末までドイツ国内産は出回らなかったWeisser Spargel（ヴァイサー・シュパーゲル）が、市場の露店に豊富に出回るようになった。ルーマニアやハンガリーから、この時期にだけ出稼ぎに来る労働者が大勢ドイツ各地に入る。

折れないように、中腰で盛り土を手で探って掘り出す作業は1日続く重労働だ。ミュンヘンの台所 Viktualienmarkt ヴィクトワリーエンマルクトは大きなマイバウムを中心に1807年から露天商が集まり始まった食糧市場。この時期にはアスパラだけを売る専門の商人が取れたてのホワイトアスパラガスを並べる。

旬の苺はシュパーゲルの後、必ず出すデザートとして、一緒に買う。

スローベンハウゼンやアベンスベルクなど有名な産地で前日に刈り取った新鮮な品は1キロ＝11～12.8€。サイズが細すぎる物や折れたもの、日にちが経った品は5～7.8€ぐらいに値が下がる。

ミュンヘンっ子は買う店も買う時間も決まっていて、新鮮なものは朝7時に行かないと、10時には売り切れるから！と食べる日の朝は忙しい。走りに食べるのは、味が濃いのと、太さが十分あるから。

時期が終わりに近づくと細いものが多くなり、繊維っぽくなる。6月1週目までで、それ以降は食べない。



また、この時期の名物で、ビールの苦みの原料：ホップの一大産地ハラタウ（ミュンヘンの北部）から届いた根元から出た小さなホップの芽を間引きした Hopfenspargel ホップフェンシュパーゲルは形が似てホップのアスパラガスと呼ばれ、苦みを味わいバターソースなどで珍重される。価格も100gで12€と高価！！アスパラガスにはボンレスハムが1番合う。この時期だけアスパラガス風味のボンレスや表面にアスパラをくっつけたボンレスなど、ボンレスハムの種類も豊富に出回る。4月末から6月1週目までが時期。



下の写真は、家庭でのシュパーゲルシンケン（アスパラとハーブがついたボンレスハム）と生ハム、新ジャガ、ソースホルンデーズを添えた食卓。家庭ではアスパラは1人前500gで用意。

レストランでは200g程度～20€。

