

## 栄養成分表示義務は2020年3月31日まで

2015年4月1日に「食品表示法」が施行され、加工食品及び添加物の栄養成分表示の義務化の猶予期限が2020年3月31日まで、と残り少なくなりました。所管は消費者庁です。

来年3月31日までの期限があるのは、

- 1: 加工食品と添加物の栄養表示
- 2: アレルギー表示の変更 (アーモンドが新たにアレルゲンとして認定されましたのでご注意ください。)
- 3: 「機能性表示食品」制度の新設です。

### 栄養成分表示に必要なものは必須要項5つ

「熱量」「タンパク質」「脂質」「炭水化物」「食塩相当量」の5成分の表示が義務化されました。

小規模事業者(課税売上が1000万円以下の事業者)などは、表示義務が免除される場合もあり。

消費者保護の観点から、内容成分、添加物表示さらに栄養表示の義務化が進むことは、日本の加工食品にとって、大きな義務ですが、将来的には、安心安全につながる良い法律だと思います。

2022年3月31日まで猶予がある原料原産地表示義務化についても、消費者にとっては栄養成分と同じく重要な情報となり、信頼できる製品作りの確立になることでしょう。

## ニュートリ スコア (栄養段階評価)



2016年にフランスで制定された加工食品の近代化、明確化を進めるための法律で、A緑からE赤までの5段階に分けて健康に大きな作用をするカロリー、脂質、糖質、塩分、などを評価したものをニュートリスコアと呼ばれている。AはベストでEの赤色はレッドカードと認識するのはいかがなものか??成人病の代表、心血管疾患、肥満、糖尿病に悩まされる消費者のために、AからDまで5つの色で分かりやすく、選びやすく表示するシステムは、現在フランス、

ベルギー、オランダ、スペインの市場で導入されている。

2020年にはドイツでも導入しようと、州経済大臣 Julia Klöckner 氏(CDU)が動いており、その動向が注目されている。EU 内での移動も多く、隣の国のスーパーに買い物に行く時代、隣国フランス、オランダ、ベルギーで導入されているシステムを、もうドイツも無視できない状況だが、加工品市場関係者はちょっとうんざりとの報告。

写真上: オランダ産ホウレンソウのピューレのパッケージ: スコアはA

### 採点するのに有利な要素

野菜、豆類、果物、ナッツ類、繊維含有量、たんぱく質含有量

### 採点に不利な要素

カロリー、砂糖、塩、脂質、コレステロールを増やすと言われている飽和脂肪酸など 写真は導入を奨めるドイツ州経済大臣 Klöckner 氏



## 反対意見の企業

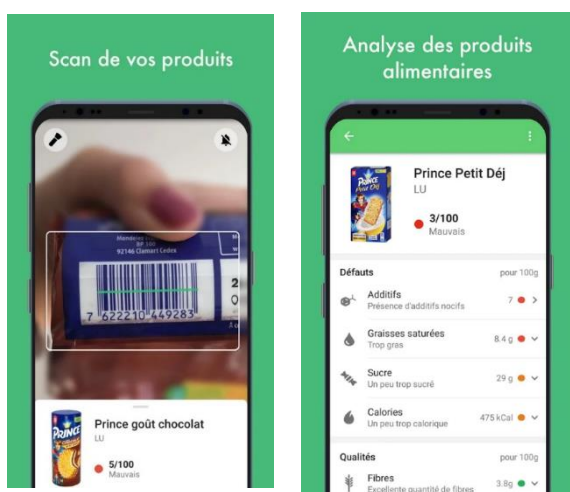
清涼飲料水やポテトチップスなど、糖質や飽和脂肪酸などが多いと思われる食品企業は明らかに反対の立場に立っている。例えば多国籍企業のコカ・コーラ、ペプシコ、ユニリーバなど。ネスレは2019年6月に賛成側に参入した。(2020年6月からフランスを皮切りに表示を開始すると日経新聞12/2朝刊で報道)

## アプリをかざせば

今や、スマホの画像翻訳アプリも無料。簡単に多くの多言語を瞬時に変換して音声や画像で変換できる。食品のボトルラベルやQRコード、バーコードを手持ちの携帯でスキャンすれば、外国語であっても即座に多言語で内容がわかる時代となった！！

NutriScore シールが貼られてなくても消費者は食品の健康度を寸時にチェックできる時代になったのだ。

## Yuka バーコード分析アプリ～ユカ



フランスのアプリ Yuka は70万個の加工食品の内容成分、栄養成分、添加物、そして30万個の化粧品の内容成分、添加物の分析をスキャンで寸時に栄養表示、添加物を知ることが出来る。

このアプリはEUでもかなり広まっており、NutriScoreはアプリの後を追いかける形になっているとも言える。

情報公開もここまで来たか！という思いだ。日本も来年4月の栄養成分表示の一般化を機に、食品チェックが急速に活発化して、食品ラベルをスキャンできるアプリの取得も遠い未

来ではないと思われる。

ただしこのスコアも、栄養価が高いエキストラヴァージンオイルが評価D、Eになったりするし、自宅で揚げる冷凍ポテトフライや天ぷらは飽和脂肪酸も低くなるので、その商品自体の評価と異なる場合もあるので注意が必要であることも申し添えよう！！

## ドイツのBio 肉の市場・・・たったの1%

乳製品や小麦製品などはBio有機栽培原料の食品が順調に伸びているが、畜肉については飼料を完全有機で求めるのは大変厳しい。

また家畜の病気対策のために薬品類を使用している家畜はBioには認定されない。

牛肉、羊などの赤身肉は2%の市場があるが、豚肉を含めた畜肉全体の2019年度発表値ではたったの1%と報告された。

大豆、えんどう豆を主原料とするフェイクミートや昆虫食の生産では、完全無農薬、有機栽培も順調に導入できるし、価格の維持もほぼコントロールできるので、長期的には優良な原材料となっていくことは明確と言えよう。



## 鶏肉大手 PHW グループの挑戦



遺伝子組み換えでない大豆を主原料とした鶏用飼料は、価格が上昇を続けており、ドイツの鶏肉生産トップのPHWグループはソルジャーフライ（ハエ）の幼虫を大豆飼料に代わるものとして取り入れることを2019年夏に決定した。タンパク質に富み生産方法も簡単であることから価格面でも安定しており、今後は豚にも与えられるであろうと報道。  
afz ドイツ食肉新聞

## 20年後～2040年のフェイクミートと本物の肉製品の割合予想6：4

今年も温暖化、異常気象が進み、農地の収穫量に大きく影響した。今後の農作物の価格も心配である。

氷河や北極の氷の融解が突然爆発的に進行する時期が何時なのか予断を許さない我々人類の境遇となってきた。またプラスチックごみ問題も深刻。関東平野を流れるのどかな利根川水系の流域がよく表している。日本の台風19号による大雨が引いた後、河川の淵に今も留まっている大量のプラスチックごみ、樹木に引っかかっているたくさんのレジ袋！！そのほとんどが海に流れていったのだから、魚類への影響はいつか我々に帰ってくるのだ。環境保護意識が日本でも高まっており、さらにベジ製品に有利になる。

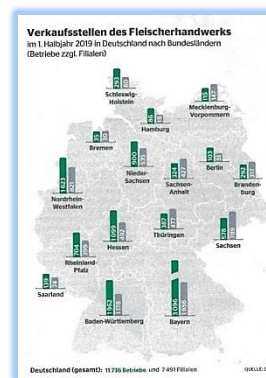
肉製品は40%：20年後～2040年のヨーロッパの食品市場では、植物ベースのフェイクミート市場が優勢で、この勢いでは60%の市場を占め、異常気象や飼料を含めた価格の高騰もあり、肉製品は40%にまでテリトリーを失う見込み。魚も海流の異常により、漁獲量も減る魚は高級魚となるであろう。

2018年度 加工肉業ベスト10			売上/百万€	売上/百万€	
2018順位	Top100中	企業名	2018年	2017年	店舗数
1	9	Kaufland-Fleischwaren	849	無回答	660
2	13	Brandenburg	675	674	-
3	15	Edeka Südwest Fleisch	670	670	-
4	18	Bauerngut	612	598	-
5	21	Rasting	501	499	-
6	24	Globus Fachmetzgereien	401	365	-
7	26	Südbayerische FW	379	365	1350
8	29	Fleischwerk Edeka Nord	322	323	800
9	37	Hessengut	239	238	384
10	39	Frankfurt-Gut	231	221	-

州名	州都	2018年	2019前半	減少数
バイエルン州	ミュンヘン	3277	3096	181
バーデン・ウィルテンブルグ州	シュトゥットガルト	2054	1962	92
ノルトライン・ヴェストファーレン	ケルン	1714	1623	91
ヘッセン	フランクフルト	1164	1099	65
ラインラント・ファルツ	マインツ	748	704	44
ベルリン	ベルリン	108	103	5
ハンブルグ (ハンザ都市)	ハンブルグ	82	86	-4
7州計		9147	8673	474
16州合計		12360	11736	624

## 半年で624軒の減少

### ～ドイツの肉屋



2019年7月  
(287号) ヘラニ  
ーヌHN誌上で  
2018年のドイツ  
の肉屋の数を  
報告したが、  
2019年前半の  
数値が出た。

この半年で大幅な店舗減少傾向にある食肉市場。ドイツ全体では11736軒（前年12360軒▲624軒）

チェーン店舗は7491軒（前年8192軒▲701軒）と5%の減少！！

ヘラニース287号では、9年間で3230軒▲22%（年平均約360軒

▲2.45%）と報じているが、この半年で624軒の減少はこれまでになく大きい。

減少率はどの地域も平均して5%だが、バイエルン州バーデン・ウィルテンブルグ州など南ドイツの店舗の分母が大



きい分だけ減少数が目立つ。

この率では今年1年間で1248軒＝10%もの肉屋がなくなることになる。

大手スーパーの競争に圧倒されているのか、スーパーでは作れない製品、スーパーにはないサービスに特化していかないとこの流れは激しい濁流となる。次に魅力ある店舗経営をする個人店を紹介する。

## 世界最高の店の一つ/Victor Churchill ヴィクター チャーチル



### オーストラリアの有名肉店 <https://victorchurchill.com/>

1876年創業の首都シドニーにあるオーストラリア最古の肉屋～ヴィクトリア・チャーチルは世界で最も美しい肉屋と称される有名店

(James Churchill 氏創業：店名は Churchills Butcher) ～「一生に一度で良いから行ってみたい店」だと世界中から来客が絶えず、世界最高の店の一つであろうと言われている。

店内冷蔵庫には部位ごとに天井から吊られた牛肉などがずらり！！ヒマラヤ岩塩の熟成庫も広い。

客の注文を聞いてから、担当の職人が枝肉を肩に担いでガラス張りのカトルームまで持ち込む。



内部はモダンでウッディなインテリアの中に中国式に大きな円柱型まな板が数台立っていて、ガラス越しに客の希望の厚みでステーキ用にカット、トリミング技術を見せる。肉くずは台下の引出しに捨てる。熟成牛はもちろん捨てる部分が多い。

客は、自分のリクエスト通りに丁寧にカットしてもらえる醍醐味を味わえる演出！！

また店内には霜降り牛、熟成牛が美しく陳列され、腸詰め、パテ類も豊富で接客術も一流！！ワギュー 299A\$より、Tボーンステーキ 94A\$、腸詰め 15A\$/kg ミートパイ、ケーキ類 9A\$！！

今の経営者は4代目：1970年にクロアチアから移民した Victor Puharich 氏が1996年に受け継ぎ、人生のすべてを肉屋稼業に捧げており、今も率先して店に立つ。

息子 Anthony Puharich 氏が責任者。2009年に店内改装した店舗は、イギリス風の伝統的なスタイルを踏襲～ミラー貼りのウインドウ、入り口のドアノブはブロンズの腸詰めが繋がったデザイン。

2010年には世界のインテリアの金メダル～New York's International Interior Design Awards の2010年年間最優秀賞を受賞している。

食肉セミナーも併設、月1回弱のペースで、プロ向け講習会を開いている。3時間半で325A\$((¥25000))。

客は買い物をするのではなく、肉の文化の素晴らしさ、職人技の見事さを楽しむ、そしておいしい肉を食べることが出来る体験型ミートパラダイスと称賛する。

経営者のモットー：「誠実さ」父親に仕事へのポリシーを訪ねると即座に“Honesty 誠実さ”と答えた。

肉の選定から、カット、整形、パテや焼き物など様々な調理の工程で手を抜かず、真面目にきちんと正しい仕事をする。最高の品質のサービスそして最高の接客サービスを与える。

そうすることで「お客さんに“Value of Payment その支払う金額と同等の価値”を受け取ったことを実感してもらおうと、必ず再び来店してくれる」と述べた。