

2008年 ドイツの食品ベストセラー は??

資料ソース Lebensmittelzeitung

順位	商品名	商品内容	発売会社名
1	Arla バターミックス 	パンに塗りやすいマーガリンとバターの混合スプレッド カロリーオフが魅力?? 価格が手ごろ	Arla Food
2	Bad Heilbrunner	フルーツティーバッグ 天然果実フレーバー 健康志向と お茶ブーム	Bad Heilbrunner
3	Bacardi ラム酒	混合ラム酒 炭酸水で割って飲む	Bacardi
4	Berentzen	ソフトスプリッツ 炭酸水用ノーアルコール 色々混ぜて飲むのが好きなドイツ人	Berentzen
5	Bertolli 瓶入りトマトソース 	瓶詰めトマトソース スパゲッティー用 手間がかかるトマトソースが本格的なイタリアンテイストで瓶詰めされている 昨年秋の世界同時不況後スパゲッティの消費が急増しているのも影響しているのか??	Uniliver
6	Bionade レモネード 	4種類のフレーバーの炭酸飲料 爆発的に売れている 飲料の色とラベルのデザインが斬新	Bionade
7	Bistro バゲットピザ 	冷凍スナックピザ 細長くてカット不要が売り フィンガーフードとファーストフードの合体作!	Dr.Oetker
8	Bonduelle	缶入り温野菜 イタリア風パプリカ&豆入り	Bonduelle
9	Zwieback  Mini	袋入りラスク チョコレートコーティング 手軽さと日持ちの長さ ラスクは日本でも大ブレイク中!!	Brandt Zwieback
10	Bresso	クリームチーズ ハーブプロヴァンス入り	Bongrain/Edelweis
11	Bruhch 	パン用生クリームペペロニ入り 手軽にパンに塗れるクリームに新しいピリ辛味登場 クリームソースなど料理にも使えるのが魅力	Uniliver
12	Buitoni	乾麺 手軽にパスタ 常温長期保存が便利 スパゲッティ麺は日本でも昨年未から消費が急増	Buitoni

13	 Burger	冷蔵生パスタ各種 ラビオリ、マウルタッシェンなど スープパスタなどに便利 やはり麺好きは世界共通	Burger
19	 Coca Cola Zero	ダイエット飲料としてイメージアップ これで大手を振ってコーク飲める！！	Coca-Cola
21	 Unser Goldstuecke	冷凍半焼成パン各種 自宅で手軽に焼きたての新鮮なパンが食べたい時 に食べられる便利さとおいしさが好評 食べたい数だけ、焼くことが出来て無駄が無い	Coppenrath & Wiese
25	 Rostkaffe Dallmayr	高級ブランドのダルマイヤーコーヒー コーヒー好きのドイツ人には欠かせない味	Dallmayr
27	 Daveley Salatsaucen	液体サラダソース サラダ好きのドイツらしいヒット商品	Develey

14位以下の商品は、ほとんどがトイレトペーパーや歯磨き、洗剤など食品以外であった
売れ筋の特徴はやはり手軽さ！！そしてヘルシー！！

食品に求められるのは、冷蔵庫、冷凍庫にいつも保存できて好きな時に食べられる しかも簡単に！！

スティックタイプの冷凍ピザは爆発的に売れている

また Batania もすっきりした甘さとキリッとした酸味、モダンなラベル
で大変好調である



好調なドイツの食品業界

2008年度 ドイツの食品産業の伸び

2008年度ドイツ	総売上高	前年比	1998年との比較
総売上高	1550億ユーロ	+5.6%	
国内総売上高	1126億ユーロ	+2.5%	
輸出高	424億ユーロ	+15.0%	+90%
輸入高	420億ユーロ		+72%

輸出全体における	食肉・食肉加工 品・乳製品の割合	19%
輸出全体における	菓子類の割合	12%

食品産業では2.5%のプラス 特にエデカの売り上げが2位を大きく離して339億ユーロ(4兆4千億円)
国内売上高ランキング上位30企業で全体の94%を占めている

2008 年度ドイツ食品小売業ランキング 速報

資料ソース Lebensmittelzeitung

順位	企業名 / 主たる店舗名	売上高(100万ユーロ)	前年比%
1	Edeka - Gruppe Edeka ,Netto	33,934	+4.3
2	Rewe Group Rewe AG	24,678	+7.0
3	Schwarz - Gruppe Lidl	21,495	+5.8
4	Aldi Gruoup Aldi	19,824	+0.9
5	Metro Group Real , Metro	13,636	-6.6
6	Tengelmann Gruppe Plus,Tengelmann	8,533	-2.7
7	Lekkerland GmbH & Co.KG	7,799	+1.3
8	Anton Schlecker	4,757	-18.9
9	Dm-Drogeriemarkt GmbH	3,025	+11.4
10	Norma Lebensmittelfilialbetrieb	2,550	+2.6

Metro グループは企業全体では2位で、総売上は31,575万ユーロですが、食品のしめる割合が42%で、食品のみでは5位となった

この統計はどの企業も食品のみの売り上げ高でランキングされています

上位3企業は前年比4.3%以上のプラスで好調であったが、今年4月2日発表の今年の速報値では3位4位のLidl,Aldiは売り上げが今年始めから下がり始めている模様 世界不況の影響か??

登録商標ならず……“ミュンヘナー”ヴァイスヴルスト！！



2007年に誕生150年を祝ったばかりのミュンヘン名物ヴァイスヴルストは 以前にもお伝えしましたとおり、バイエルン地方南部(ミュンヘン市とその近郊の町)以外でその名前が使えないようにと、地域限定の商標登録を申請していたが、152周年を祝う今年の式典直前に登録受理されないことが判明した申請が出されたのは2006年、すでに3年の月日が流れている

この審判で、ミュンヘン以外の地域でも「ミュンヘナー・ヴァイスヴルスト」と商品につけてもOKということになった

もちろんヴァイスヴルストコンテスト競技連盟や南バイエルン食肉組合は即刻意義を申し立てた
ヴァイスヴルストというソーセージの種類は存在するが、やはりミュンヘンという地名が入るか入らないかで、商品イメージがずいぶん違ってくる

奈良漬、明石焼き、浪花おこし、江戸前寿司など、日本でも地域限定の商品でも地域があやふやになってしまった商品がいろいろある

「ヴァイスヴルスト」も、あちこちで「ミュンヘナー」とついて売られるのであろうか？

DLGテストに6000点出品 健康志向と地域性がポイント



DLG(Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft)ドイツ農業組合は、全国規模で農産物の安全性の向上のために様々な活動を行っている
農産物の中でも、食肉の安全性に強力な体制で指導にあたり、各地でチェックを行っている

3月中旬にケルンで開催されたDLG -

Eurofoodfest(DLG ヨーロッパ食品祭)で様々な加工品が参加～6000点の製品(食肉加工品、チーズ、果汁飲料、ワインなど)があった

中でも食肉加工品の品評会を実施、ヨーロッパ各地から532名の参加者、3011点の出品数があった

食肉加工品もグローバル化が進み、さらにコンビニエンス化して地域性が薄れているのが今の傾向で、ドイツ国内のみでなく、様々な国がドイツオリジナルの加工品にチャレンジしていることが顕著になった



カロリーオフの商品が人気！！

厳重な審査の中で、顕著になったのは健康志向と地域性であった

特にソーセージなどの脂肪の割合が、ここ10年の間に、徐々に減量され、平均38%から28%までに減少していることがわかった

またオメガ-3などの不飽和脂肪酸の摂取に注目が集まり、サーモンの加工品など魚肉製品も注目されている

またスーパーマーケット向けの商品の開発が、近年品質の向上が著しく、専門店との品質の差が小さくなっている

初夏の味～ホワイトアスパラガスの季節！！ = ボンレスハムの季節到来！！



ことしは3月中旬に名残のドカ雪が降り続いたドイツ・オーストリアにも、遅い春がやって来ています

この寒さのぶり返しで例年よりもドイツ国内産の白アスパラガスは出荷が遅れそうですが、ギリシャなどヨーロッパ南部のものとは味が違う！！とドイツ産のアスパラにこだわる人が多いようです

5月から6月始めまでは、ドイツの食卓にはよくアスパラが登場します 皮をむいてボイルして卵黄を溶かしバターで伸ばした温かいソースホランデーズをたっぷりかけて熱々を頂くのが流儀

そして必ずボンレスハムが3～4枚は添えられます

生ハムや、スモークサーモン、ゆで卵の場合もありますが、なんと

いってもボンレスハム！！最高の組み合わせです 皆さん、このシーズン！ボンレスハムを売りましょう！！