



当社サラミ&デリカ・セミナー終了 来年も3回～開催予定

10月31日 当社テストキッチン(茨城県守谷市)にて、開催いたしました今年3回目のセミナー～ フェスティバルメニューを含めたセミナーも18名の好評のうちに終了しました

サラミのカッターケアから充填のコツなどをはじめ、テストキッチンでのデモと試食などを実施。

ドライフルーツを差し込んだ豚ロース肉のオープン焼きや、ワイン漬け牛肉の煮込み(ザワーブラーテン)、ベーコンビツクネーデル、コールスローなど、サラミ類3種+ 肉料理9種+惣菜 4種 合計16種類、すべて写真つきレシピ提供 で開催しました

ソーセージを使用した手軽に作れるサラダなどは、早速販売され、毎日完売されていると、参加された方からのご連絡を頂きました

来年も年3回程度のペースで、様々な食肉加工品、惣菜、フォンガーフードなどを予定しておりますので、ご参加お待ちしております



SÜFFA 審査結果発表

参加者は増加～出品数は減少

今年:2012年10月にシュトゥットガルトで開催された、バーデンビュルテンブルグ州食肉組合主催の食肉見本市 SÜFFAにおいて、開催されたコンテスト～残念ながら日本からのエントリーは許可されなかったものの、参加者は154社(2011年は130社～昨年も日本からはエントリー無し) その内7社がドイツ以外からであった

しかし出品数は1333品目(2011年度1367品目)と減少。

その内640個に金メダル(100点満点)を授与、銀は342個、銅は176個であった～残り175品目は評価外であった 金メダルが48%を占め、全体的に高品質な製品が保たれていると言えよう



30個の金!! Winterhalter 社

6年前の当社主催のSÜFFAエントリーツアーで、審査後、工場見学で訪問した Winterhalter ヴィンターハルター氏は、コンテストでも常勝する優良企業 (右下写真、右から2人目)

今回も総合点(金メダル獲得率)で優勝した～獲得したメダルは金30個、銀5、同8個であった(71.42%)

金メダル最多者は、Altengstett の Gerhard Blum 社～金39、銀10、銅11(65%)

次点は Bühl の Vogt-Bühler 社～金36、銀12、銅8(64.2%)



ラベルをシンプルにしたい・・・・・・・・！！！！



家族の食物アレルギーに、困っている主婦は、買い物するにも、商品の裏ラベルのチェックが大変！！

乳糖ラクトースに反応する子供、りんごジュースでおなかを壊す子などなど。多くの消費者が、“添加物無”の商品を望んでいる～アレルギーや頭痛や高血圧の原因が添加物であると思いついでいる

アレルギー要素は、添加物だけにあるのではなく、野菜、果物、ナッツなど、もちろん豚肉、牛肉、鶏肉などなど、多く

のこの地球上に生息する天然の動植物にもあるのに……

消費者は、的確なアレルギーテストもしないまま、何かを口にした時に発症した症状の原因を即座に特定したい傾向にある。もしかしたらグルソーが原因ではなく、別の添加物であったかもしれないし、食品の状態によるかもしれないし、当時の自分自身の体調に原因したのかもしれないし、数多くのテスト無しに、有害物質を特定することは、難しい。

無添加・・・・・・・・その安全性・・・・・・・・

主婦の中には、自分の子供の食物アレルギーに対して、短絡的、妄信的に食物に対する偏見を持ってしまいう方もあり、リンゴジュースを飲んで下痢をしたら、それは胃壁が酸に弱いのかかもしれないし、冷たい飲み物に弱いのかかもしれないのに、リンゴジュースの中の添加物が悪い！！と思いきりこんでしまい、食品の購入時に、その添加物名が入っている商品は、すべて排除してしまう傾向にある

よく、「何も添加物が入って無いハム、ソーセージをください」という人がいる

確かに、グルソー無しの商品など増えてはいるが、それを試食すると、思ったものと違う味？？でがっかりすることも多い 味は別としても、「無添加じゃないと、安全ではない」と考える人も多い

添加物ゼロで、ソーセージ生地を作るのは、通常の冷蔵肉でも作ることは大変難しい

また、温屠体で、まだ温かい状態の肉で製品を作っても、添加物は最少で済むが、賞味期限は、生肉とほぼ同じになる～保存状態次第では、大変危険な状態になりやすいリスクを抱えていることを、消費者は知らない

必要以上の“無添加”表示

無添加と表示されていれば、売り上げにつながりやすいからと、もともと入れなくてもできる商品にも無添加と記載されていることも、ままある

たとえば、スープや味噌汁、サラダドレッシングシーズニングなどの乾燥粉末、フリーズドライの麺類など水分を含まないものは、もともと保存料などは入れなくても賞味期限が長い

スーパーの棚の間を歩いて、たくさんの乾燥食品に、「無添加」と書いてあるのを見ると、他のアイテムにもそれを求めたくなる消費者の気持ちもわかる

海産物～ワカメや小魚などに、「天然」と書かれていると、何となく無添加と同じイメージを持ってしまうのは少なくないと思う～天然、無添加……売れば何と書いてもいいのだろうか？

添加物表示のスリム化

健康のためにも、添加物が少ないほうが良いに決まっています

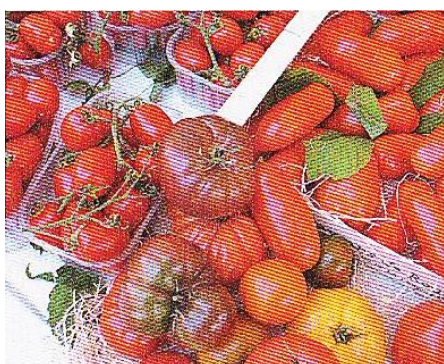
しかも美味しい製品を作るのが、我々製造者の仕事です

Eナンバー(EUでは添加物名を頭にEがついた番号で設定)をなるべく付けずに製品を作るために、代替品がいろいろ考えられています

たとえば、製品の鮮度を保つ E301L-アスコルビン酸ナトリウム(表示はビタミン C) つまりレモンですね
 だったら、とアセロラの実を使用したり、食用色素の代わりに、ニンジン抽出物、オレンジジュース抽出物、
 トマト粉末、ほうれん草粉末など、野菜の粉末は多く利用されるようになりました

また、ほうれん草の根元など野菜には、発色作用をする物もあります 亜硝酸を含んでいるのです
 ですから、野菜など天然物だけを使用しても、その中には天然の添加物がもともと含まれているのです

天然物にも E ナンバー・・・???



真っ赤に熟れた、おいしそうなたマト……これを色素に使っても……

トマトの内容成分を調べてみると;

水、糖分、E460 セルロース、E621 調味料、E160a 色素、E160b 色素、E101 リポフラビン (ビタミン B2) , E440 ペクチン、E300 酸化防止剤、E296DL-リンゴ酸、E330 クエン酸、天然香料

こんなにたくさんの E ナンバーが入っています

ですから、「添加物を使わず、野菜を使用しています」と言ってもEナン

バーは、正確には表示義務があります(コンタミで量的に表示しなくてもいい場合があるだけの事です)

表示義務の有無 ドイツの表示例

製造品目の表示例	使用してはならないもの	使用してもいいもの
調味料含まず	E620 L-グルタミン酸 ~E625 E630~E633 イノシン酸、酵母抽出物	醤油、粉末醤油、大豆たんぱく、 トウモロコシたんぱく、トマト粉末
調味料添加物無し 化学調味料無し	E620 L-グルタミン酸 ~E625 E630~E633 イノシン酸	酵母抽出物、醤油、粉末醤油、大豆たんぱく、 トウモロコシたんぱく、トマト粉末
保存料無し 保存物無し	E200 ソルビン酸、E210 安息香酸	E260 酢酸、氷酢酸、酢全般、辛子、砂糖、スパイス抽出物 ソーセージ生地には果実抽出液は使用不可(分離する)
色素無し 添加物色素無し	E102~E110 食用黄色、E123~E129 食用赤色、 E132~E133 食用青色、 E140~E142 クロロフィル、緑など 着色料全般	人参抽出物、赤カブ、アロニア果実、 黒人参抽出物、海藻抽出物
人工色素無し	同上	同上、およびベータカロチン、カラメル
人工香料無し	香料(アロマ)、15種の化学抽出香料、 エチルバニラ系	基原物質名入り香料(レモン香料、バニラ香料など)、 リグニン(樹木抽出物)、植物抽出物、 香辛料抽出物(物理的、酵素分解的、微生物分解的)
香料無し	香料(アロマ)、香料抽出物、人工香料、 天然香料	香辛料抽出物(物理的、酵素分解的、微生物分解的)

グルテンフリー、乳糖フリー

最近外国ではグルテン無しという表示をよく見かけます

小麦など炭水化物ダイエットも日本でも盛んに言われており、また、北ヨーロッパの人に多いセリアック病への食事療法で、グルテンを避ける方向に進んでいます

セリアック病とは：グルテンを含む麦類を食べると、数十分から数時間後に腹痛や下痢などの症状がでます。グルテンを含む食品が体の中に入って消化される際に反応が出て、

具体的には、免疫機能がうまく働かずに、自分自身で小腸の内膜を間違えて攻撃してしまい、お腹が張って痛みを感じたり、栄養が吸収されにくくなって貧血や骨粗鬆症をきたしてしまう病気です

ニュージーランドでも比率は高く、約 100 人に 1 人はこのセリアック病と診断されているそう。クライストチャーチの研究機関では、85 人に 1 人がセリアック病だとの結果

乳糖・ラクトースフリー

牛乳を飲むとお腹がゴロゴロ鳴り出す人がいます～そういう人はラクトース分解酵素を持っていない人です
ラクトース無しの牛乳は、よく見かけますね

ですが、最近は食肉加工品に、上記のグルテンフリー、ラクトースフリーの表示をした商品を見かけるようになりました

食肉製品には、もともと小麦、でんぷんなどで増量をしていなければ、もともとグルテンフリーなわけです！
食物アレルギー保持者、食事制限者のためには重要な表示ですが、売上アップのために、と取られるような、過剰な表示が、宣伝として増える傾向にあるということでしょうか??

オンラインショッピングが80%

14 歳から 64 歳までのドイツ人 8500 人にネット状況の調査をした
人口 8200 万人のドイツ・2006 年では 47%の人がネットでショッピングをしていたのが、2012 年には 71%までに上昇している～内 20% 1800 万人が携帯でもネット利用している～半数がオンラインゲーム利用

14～29 歳までの 80%がフェイスブック、StayFriend(同窓生探し HP)、

Wer kennt wen(知人探し、友達作り HP) などの ネットを利用～30～39 歳までは 59%がそれらを利用している～50～64 歳までのグループは 5 人にひとりの割合に落ちる

スマートフォン、タブレット PC などの携帯端末を利用している人は 14～64 歳の 3 人にひとりの割合に上昇
29%は、まだ従来型の携帯電話を利用 タブレット PC はまだ 7%だが、今後伸びるという観測

<http://www.lasical.com/2012/04/23/13326/>

ネット利用は90%～そのうちの80%がオンラインショッピング

14～64 歳の全体のほぼ 4 人のうち 3 人がネットで買い物をしており、75%がオンラインショッピング！！

最近 12 か月間で、平均で 10～13 アイテムの商品を購入した実績がある！！

ネットで価格チェックをしたり、商品の情報を得たりするひとは 2012 年秋で 71%に上っており、6 年前の倍になるのも時間の問題～ 今後のネット関連への商品アピールは、価格比較も含め益々効果的になりそうだ

