

# イオンが切り拓く「オーガニック&冷凍食品」の新たな可能性

城取フードサービス研究所  
城取 博幸

## 「新しい価値」「新しいライフスタイル」を提案する店が登場した

フランスの冷凍食品専門店「ピカール」の単独店と、同じくフランスの「BIO オーガニックスーパー」の日本版が麻布十番に12月9日に同時オープンした。さらに、2階にはイオンのドラッグストア「イオンウェルシア」を併設。バイオセボンのレイアウトは、青果売を過ぎれば、肉、魚売場、チルド売場、ドライ食品、化粧品売場へと続く。ピカールとは壁をつくらず、行き来ができるようになっている。店の中心にアイランドの対面のデリカ売場を配置、BIOのチーズや惣菜、サラダバー、弁当などを販売。目の前の椅子とテーブルで買ったものをその場で食べることもできるのが特徴。「バイオセボン」と「ピカール」、ドラッグストアを併設した店はフランスでも見かけない珍しいケースだ。

## オーガニックスーパー、ピカール流冷凍食品の日本市場への可能性

### バイオセボンの課題は生鮮食品の鮮度維持

オーガニック、ナチュラルフーズが日本に定着するまでは少し時間がかかりそうだ。ドライグロスリーや化粧品、冷凍食品はまだいいが、野菜、くだもの、生肉、生魚などの鮮度維持や廃棄ロスが懸念される。前にドイツのオーガニックスーパー「ベイシック」「アルナチュレ」を視察したが、野菜売場の野菜、くだもの鮮度が悪く、小バエが飛んでいた店もあった。その点、バイオセボンは鮮度管理が徹底しているようである。鮮度管理に敏感にならなければ、いくらオーガニックを標榜してもお客はつかない。デリカ売場との連携を強化して早めに商品化するなどの対策が必要。オーガニックスーパーの売りはやはり野菜、くだもの品揃えと鮮度が重要。

### ピカールがクリアしなければならない課題

「新しい価値」「新しいライフスタイル」を求めながらも、「冷凍食品?」「フランス料理?」「高い、大きい」「オープン料理?」「一過性?」などの声を聞く。日本人は食べ物に関してはまだ保守的である。この課題を一つ一つクリアしなければ将来はない。

#### 1. フランス料理がいかに日本に定着させるか

確かにフランス料理はイタリア料理などに比べて敷居が高いが、ピザやパスタは日本に十分定着した、次に来るのはフランス料理。

#### 2. 冷凍食品に対する理解

「冷凍食品であるから実現できたこと」。チルドや手作りではこれだけのメニューの提供はできない。

#### 3. 高いイメージをいかに払拭するか

大人数でシェアすれば一人当たりの金額はあまり高くない。フレンチレストランの半分から三分の一に価格だ。

#### 4. 容量の多さをいかに説明するか

個食の「レディ・ミール」を除けば、商品の容量は5人~6人前の容量である。家族三世代、友達とのパーティを想定した商品だ。

#### 5. オープン文化をいかに定着させるか

欧米はオープン料理が発達しているが、日本は遅れている。オープン時間は時間と温度を設定して放っておけば期待された料理が完成する。面倒ではない。

#### 6. どこでも買えるしくみづくり

まだ、関東地区の店だけでしか買えないが、インターネットで購入することもできる。これも冷凍食品であることが実現を可能にした。

### セボン、ピカールの商品への評価

「バイオセボン」は、店のスタッフが薦める商品を7品購入。「ピカール」は、フランスピカールの仕様で、日本メーカーが製造した商品5品購入して試食してみた。ピカールの製品は原材料は国内のものを使用しているため、フランスの味とは異なるかもしれない。どちらも、原料、製法を優先した積み上げ式の価格設定であるため、少し高いイメージを持つかもしれないが、品質、味はよかった。

### バイオセボンの商品

イオンパートナー農場 耕す木更津農場 「オーガニック ミックスキャロット」 5本入り 321円(税込み価格) 紫人参2本、黄色人参3本

紫色の人参は、外側が紫、内側はオレンジ色で、甘みの強さが印象に残る。黄色い人参は、人参の香りが強い。どちらも、歯ごたえ味が強いので、そのまま食べるかサラダに向いているようだ。



### 群馬県藤岡市 有機 JAS マーク「古代米」 80g 1袋378円

有機栽培の古代米。説明によると、江戸時代末期まで庶民の米は赤米であったという。明治の「富国強兵」で生産効率の良い白米に変わったという。それを復活させたもの。米本来の力強さとうまみのある米。



### フランス産 「ココナッツ レモンショートブレッド」 125g 1箱 699円

米粉、植物油、砂糖、ココナッツフレークなどを使った「グルテンフリーのビスケット」。小麦粉とたまごは使用していない。BIO 米粉を使用。サクサクした触感でココナッツの香りがいい。多少の割れはグルテンがない証拠。



**イタリア産「BIO プラータ」 125g 1パック 1598円**

フレッシュモッツアレラチーズと生クリームを混ぜて、さらに、モッツアレラチーズで包みボール状にしたもの。塩水に浸かっているため取り除く。輸入のプラータはよく見かけるが、「BIO プラータ」は珍しい。チーズと生クリームが融合した濃厚な味。一度は食べてみる価値あり。



**株式会社サラ秋田白神 オーガニック レザン ハーフ 1個 972円**

有機栽培の小麦粉、トンプソンレーズン（トンプソン・シードレス種 種無し）、クルミ、酵母、塩だけで焼いたパン。イースト菌やイーストフード、乳製品を使わず昔ながらの製法で焼いたパン。ずっしりと重く、食べごたえのあるリーザンパン。



**薬糧開発（株） ヘルシー バランス弁当（生姜ごはん） 669 円**

オーガニックの表示はないが、オーガニック野菜に取り組む薬糧開発（株）の野菜、穀物を中心にした弁当。肉や魚は入っていない。野菜は皮付きのまま煮られ、薄味で素材の味がしっかり味わえる弁当。添加物は厚揚げの「にがり」のみ。



**フランス産 有機農産物加工酒 果実酒 赤 750ml 1本1058 円**

さかんに試飲販売をしていた南フランスの赤ワイン。歳は浅いがクセがなく飲みやすく、フランスのいろいろなタイプとのチーズと相性がよさそうだ。価格も 1000 円台で値ごろ。



**ピカール 国内メーカー商品**

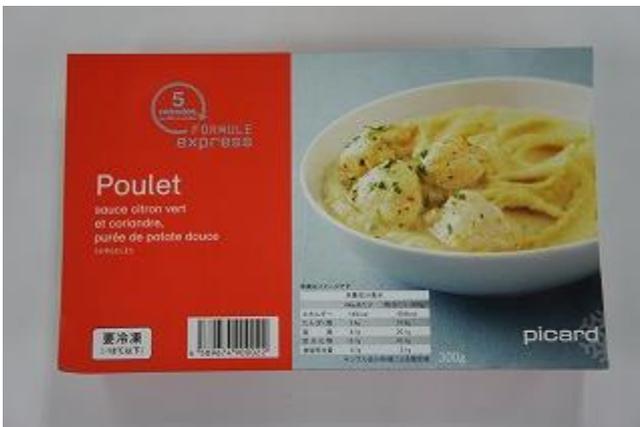
**ロイヤル株式会社 「カルボナーラのタリアテッレ」 1パック 498円 (本体価格)**

外食、機内食で有名なロイヤルがピカール仕様で製造した製品。パスタ、生クリーム、ベーコン、チーズ、牛乳、オリーブオイルなどを使ったシンプルな味付け。乳製品をたっぷり使っているためコクがある。加熱後はソースとよく混ぜた方がおいしい。



**株式会社フクミツ 「チキンのグリル サツマイモのピューレ添え」 1箱 580円**

ニチレイフーズのグループ会社で、ピカール仕様で作られた製品。日本では珍しい「さつまいもペースト」「牛乳、生クリーム」がたっぷりに入った料理。グリルチキンのソースはコリアンダーとライムジュースの酸味のあるソースがかかっている。





**伊藤ハムデイリー 「冷凍チキンナゲット」 300g 1袋 498円**

伊藤ハムデイリー（株）がピカールの仕様で開発した商品。油ですでに揚げているので、オーブントースターまたはオーブンで加熱するだけのもの。焼くことで外はカリッとする。



株式会社ドンレミー「クロッカンショコラ」 1箱 580円

(株)ドンレミーがピカル仕様で製造した製品。下はサクサクの「フィアンティヌ（小麦粉とバターで薄く焼いた生地）」、中間はヘーゼルナッツの「プラリネ（キャラメル化したもの）」、上は濃厚で滑らかな「チョコレートムース」の3層仕立て。チョコレートがたっぷり。これも一度は味わってみたい商品。

