

【海外事情】

ドイツの食あれこれ -ドイツにおける食品の品質保証制度-

中村 正

帯広畜産大学畜産学部畜産科学科

昨年、ドイツでは1974年以来32年ぶり2度目のFIFAワールドカップが開催された。日本は残念ながら、グループリーグで敗退してしまっただが、ドイツは開催国の面目を保ち3位入賞を果たした。著者は幸いにもドイツに留学中であり、ワールドカップの盛り上がりを肌で感じる事ができた。ここでは、そのときの様々な経験を通して、ドイツの食について少し紹介させて戴く。

ドイツの概略

日本人が「ドイツ」と聞いて想像する製品といえば、ビール、ソーセージ、ワインなどの食品、自動車や精密機器製品、サッカー、少しマニアックなところではテディーベアやマイセンの食器などが挙げられるのではないだろうか。また、観光地としてロマンチック街道やライン川下りを思い浮かべる方もいらっしゃるかと思う(図1)。

日本で「ドイツ」と呼ばれる国の正式名称は、Bundesrepublik Deutschland(日本語表記:ドイツ連邦共和国, 英語表記:Federal Republic of Germany)であり、ヨーロッパ中部に位置している。1990年のドイツ再統一によって、現在、16州から構成されており、首都はベルリンである。面積は357,021km²(世界第61位)であり日本より若干小さい(日本は377,835 km²で世界第60位)が、北部に北海やバルト海を擁し、北はデンマーク、東はポーランド、チェコ、南はオーストリア、スイス、西はフランス、ルクセンブルク、ベルギー、オランダといった様々な国と隣接している。

ドイツ国旗は黒、赤、黄の三色旗が使われてい



図1. ロマンチック街道の最終地ミュンヘンの新市庁舎

るが、正確には黄色ではなく金色である。この国旗は1832年にドイツ南西部の町ハムパツハで起きた選帝侯に対するデモのときに使用されたもので、黒は人権が抑圧されていることに対する悲しみや怒りを、赤は自由への炎のように熱い憧れを、金是人々が共に生きていく上での理想的な形とその元になる心理を表しているとされている。

ドイツはアメリカ合衆国、日本に次いで世界第3位のGDPを誇る経済大国である(Report for Selected Countries and Subjects, IMF, 2005)。先に述べたように、ドイツの代表的な工業製品として

自動車を想像することは容易であるが、日本で人気のあるアウディ、BMW、メルセデス・ベンツ、ポルシェ、フォルクスワーゲンといったメーカーはドイツに本拠地を置く自動車メーカーである。その他にも化学・薬品大手のバイエル、電機大手のシーメンス、ルフトハンザドイツ航空、グローバル企業であるEADS（エアバス）などの世界的に活動している大企業の本拠地が多数存在している。一方、農産物についてもドイツには世界4大農産物輸出国のひとつであり、農業・食品産業はドイツ国内で第5位の輸出産業であり、3,000を越える輸出企業が10万種以上の製品を供給している。このため、現在、ドイツはEU加盟国第一の経済力を持つ国となっている。

ドイツの食あれこれ

1. ビール

著者の留学先がドイツ南部のバイエルン州の州都ミュンヘンにあるLudwig-Maximilians-Universität（通称：LMU）であったこともあり、ドイツの食品(?)として何よりも印象に残っているのは「ビール」である。ドイツでは成人の80パーセントがビール愛飲者と言われており、1000以上の醸造所で5000種類ものビールが製造・販売されている。ドイツのビール消費量は減少しているといわれているが、それでも年間一人当たりの消費量は100リットルを超えており、一人当たりのビールの年間消費量は、チェコ、アイルランドに次いで世界第3位（2004年）である。特に夏の間は、昼間からみんな普通にビールを飲んでいる。

バイエルン州は、ドイツの中でも特にビールをよく飲む地域と言われており、州都ミュンヘンのTheresienwiese（テレージエン・ヴィーゼ）で毎年9月中旬から10月初めにかけて「オクトーバーフェスト」という世界最大のビール祭りが開かれる（図2）。このお祭りは、1810年に行われたバイエルン皇太子ルートヴィッヒとテレージエ妃の結婚祝賀祭を起源としており、毎年世界中から約600万人が訪れ、600万リットル以上のビールが消費されると言われている。

日本からドイツへ行ったときに何よりもうれしいのは、沢山の種類のビールが存在しているにも

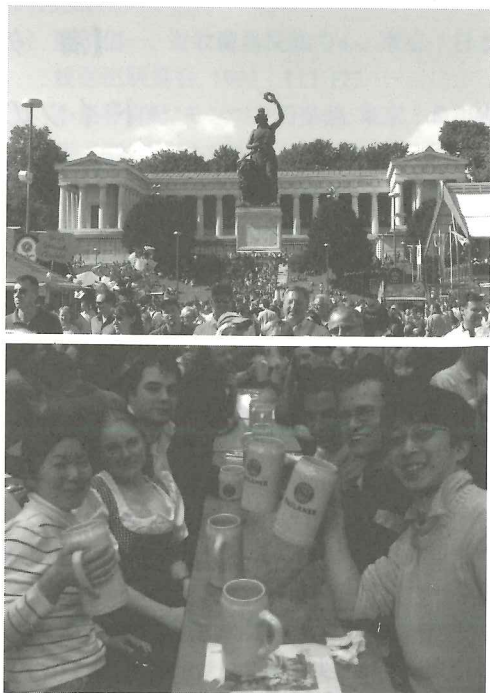


図2. 世界最大のビール祭「オクトーバーフェスト」

かかわらず、すべてのビールがホップ、大麦、水、酵母だけを原料として製造されていることである。日本では、発泡酒や第三のビールといったものが開発・製造・販売されているが、ドイツにはこのようなものは無く、安くても高くても原料が変わることはない。ちなみに価格は、レストランで注文すると3ユーロ前後（4～500円前後）で日本と大差ないが、家で飲むために酒屋で購入すれば、500ミリリットル1本が大体70セント前後（100円前後）となり非常に格安で楽しむことが出来る。ドイツ製ビールがホップ、大麦、水、酵母だけを原料として製造されているのは、1516年にバイエルン侯ヴィルヘルム4世により公布された「ビール純粋令」を現在でも順守しているためであり、これによってドイツ製ビールは極少数の食品にしか与えられない「伝統食品」の称号が欧州議会から認められている。

ドイツではどこでもビールを楽しむことが出来る。街中、郊外を問わず、レストラン、ビアホール、パブをはじめ、ビアガーデンも数多く存

在している。このビアガーデン、日本のそれとは少し異なっている。日本では、ビアガーデンというとサマリーマンの溜り場という感があるが、ドイツでは社交の場もしくは家族の憩いの場といった感が強い。それもその筈で、バイエルン州ではビアガーデンでビールを楽しむために「ビアガーデン条例」というものが定められている。この条例では、理想的なビアガーデンは住宅密集地では住人にとって庭の代わりとなり、木々が茂り、木陰に座ることができる場所とされている。また、ビアガーデンを社会の様々な階層の人々が共に集うことのできる大切な場所として定義しており、低収入の人でも気軽に足を運ぶことができるよう食べ物の持ち込みが許可されている(図3)。



図3. ワールドカップ開催期間のビアガーデン

このように生活に身近なビールにまつわる体験談を2つご紹介したいと思う。日本では皆で飲みに行くと「とりあえずビール」と注文し、その後ワイン、焼酎、ウイスキーなどに移行していくことが多いのではないかと思う。ドイツでは最初から最後までビールということがほとんどである。著者はこれを自ら体験した。留学して間もない頃に研究室のクリスマスパーティーがあった。皆と一緒にビールを飲みながら、美味しいドイツ料理に舌鼓を打ち楽しんだ後、Schnaps(シュナプス)というアルコール度数の高い蒸留酒を飲んだ。日本の感覚で強いお酒を飲み始めたので、もうすぐパーティーも終わりかと思っていると、「次はどのビールを飲む?」と聞かれ哑然とした。事情を説明すると、笑いながら次のように教えてくれた。「ビールを飲むとお腹が膨れるし体

も冷える。そこでシュナプスを飲めば、消化が進むし、体も温まるし、またビールが飲めるだろ?」確かに、その後1リットルのビールを飲むことが出来たのであるから、教えてくれたのは正しかったのかもしれないが、本当にドイツ人のビール好きを感じた一時であった。

もう1つの体験は、友人たちとビアホールを訪れていた時のことがある。大人3、4人に連れられた12~13名の高校生位の集団が店内に入ってきて、ビールを注文しはじめた。彼らはどうみてもビアホールは初めてといった感じであり、非常に奇異に感じられた私は、友人に「彼らは酒を飲むには若いよね?」と聞くと、「多分、彼らは16歳になったばかりで、お酒の飲み方の練習に来てるのよ。」と教えてくれた。日本ではビールは20歳にならないと飲むことはできないが、ドイツでは大人が一緒であれば16歳でビールを飲むことが出来る(但し、ビール以外のアルコール類は18歳以上)とのことであった。実際に見ていると、付き添いの大人達が、子供達の酔い具合を注意深く観察しており、飲み過ぎないように注意を与えたり、注文の仕方やお勘定の仕方などを教えているのが判った。こうやって酔いつぶれることの無い立派な「ビール愛好家」が育つのだと納得できる一時であった。

2. 白ソーセージ

バイエルン地方にはWeißwurstと呼ばれる独特のソーセージがある。ご存知の方も多いかと思うが、その名の通り白い(Weiß)ソーセージ(Wurst)のことで、仔牛肉を使って製造されている。このソーセージは通常のソーセージとは異なり、ケーシングには豚腸が使用されており、中にはパセリやレモンの皮などが入っている。このソーセージは焼いて食べることはなく、お湯で温めたものを食する。食べ方は、ソーセージにナイフで横長に切り込みを入れ、フォークとナイフで一口分ずつ皮からはぎ取って食べるのが一般的である。(間違っても皮は食べない!)。奇異に感じられるかもしれないが、「甘いマスタード(Süßer Senf)」という日本で販売されている粒マスタードの色を茶色くして甘くしたものをたっぶ

りと付けて食べるのが普通である。サッパリとした風味をしており、食感的には日本の蒲鉾に近い感じであるので、著者の感想としては、日本人にも受け入れられやすい食べ物ではないかと思う。

この白ソーセージにまつわる言葉に「白ソーセージに正午の鐘を聞かせてはならない」というものがある。これは、冷蔵庫のなかった時代に、日持ちしない白ソーセージはその日の朝に作り、食中毒などが発生しない様にできるだけ新鮮なうちに食べることを推奨していたためである。今でもレストランでは、白ソーセージを昼頃までしかオーダー出来ないところが比較的多いのはその名残である。

日曜日の午前中にレストランに行くと、多くの人がこの白ソーセージを食べているのが見られる。教会の礼拝に行った後、白ソーセージ、ブリッツェル（塩の付いたパン）、白ビールの組み合わせを注文し、遅い朝食をとる人が多いようである。筆者も、話の種に一度だけ日曜の朝からレストランに行って食べてみたが、朝から美味しいものを食べて（飲めて）幸せな時間を過ごすことが出来た。

ちなみに、このソーセージは家庭でも食べることが出来るが、加熱しすぎるとすぐに皮が破裂してしまうので注意が必要である。寒い日に、温かいWeißwurstが食べたいと思い、お湯の中に入れて弱火でしばらく温めていたら、気付いた時には鍋の中で破裂していた。それを食べてみると、味が抜けてしまっただけで無く、ポソポソした食感に変わっており、レストランで食べたものとは全く違うものになっていた。自分で調理する場合は、60度位のお湯を用意しておいてその中にソーセージを入れて10～15分ほど置くと美味しく食べることが出来る。

3. BIO製品

ドイツで生産されている食品の中で、生産量が急増しているのがBIO製品である。ちなみに、「BIO」は「ビオ」と読み、オーガニック製品のことを指している。著者の滞在中に、このBIO製品の販売量は目に見えて多くなり、大手のスーパーマーケットだけでなく、ディスカウント

ショップでも数多くのBIO製品が販売されるようになった。

現在のヨーロッパにおけるオーガニック農業はドイツのルドルフ・シュタイナー（Rudolf Steiner）が提唱したもので、生態系の保護を重視した自然農法に基づくものである。彼の提唱に共感した少数の農家が、近代的農産業で広まった化学合成農薬や化学肥料の使用を控えるなど、環境を損なわないように努め、家畜もホルモン強化剤や肥育用補助剤あるいは予防的抗生物質といった物を使用することなく、それぞれの種に最適な方法での飼育するようになった。同時に、研究開発も進められ、数々の生産者のグループ・団体が設立されていった。それがヨーロッパに広まり、1980年代にはEU各国でオーガニックに関する法律が制定された。しかしながら、EU各国で基準が異なっており、様々な問題が生じたため、1991年にEU委員会によってEU統一基準が告示され、オーガニック食品の規格基準が初めて拘束力のある規制として法制化された（EU法2092/91）。この法律では、食用とされる畑作オーガニック農産物の「生産」「加工」「輸入」「検査」について定められており、この法律基準を満たしていない製品を、オーガニックと称してEU内で表示、販売することは禁止され、罰則規定も定められた。これにより、北はスカンジナビアから南のギリシャに至る多くの国々の経済共同体であるEU内で一定の規格に沿った製品が、製造・流通されるようになった。同法は1999年に改訂され、遺伝子組換え農産物およびそれらを用いた製品に関する規制が設けられ、2000年には、畜産物に関する基準も設定されている。

ヨーロッパでオーガニック農業が広まった背景には、EU法2092/91の制定された翌1992年にEUの共通財源によりオーガニック農業への転換を支援する補助の枠組みが確立されたことによるところが大きい。ドイツのオーガニック農家の戸数は1996年の7353戸から2004年には1万6603戸へと急増している（図4）。

オーガニック食品の認証基準は厳しい。

1. 化学合成肥料を使用していない
2. 遺伝子組み換え技術を使用していない



図4. バイエルン州南部のウシの放牧風景

3. 家畜を適切な環境での飼育
4. 家畜飼料は抗生物質を含まない有機のもの

であることなどが定められている。また、加工に際しても、オーガニック加工食品においては、合成添加物や合成保存料を一切使えないため、原材料の持つ自然の旨味を最大限に引き出す加工技術の開発と徹底的な衛生管理により品質の安定を図っている。

では、オーガニック製品としての品質を保証するための管理体制はどのようになっているのだろうか？ドイツにはいくつかのオーガニック生産者協会があるが、それらが個別に設けている規格基準は、EUの基本基準を原則すべて満たしている。また、場合によっては、更に厳しい基準をクリアしていなければならない。例えば、同一事業体における部分的なオーガニック事業は認認可されおらず、オーガニック事業を行いたい者は、すべてをオーガニックに転換しなければならない。つまり、一部でオーガニック製品を作り、一部では従来のオーガニックでない製品を作るということは認められていない。これによって不正の発生の防止、製品の安全性を確保している。オーガニック製品の規格基準に準拠しているかどうかの監視業務は、ドイツ政府によって認可・監督される民間の専門機関に委託され、徹底的かつ包括的な監視がなされている。

このようにして製造されたオーガニック製品には「Bio-Siegel (ピオ・ジューゲル)」という認証ラベルを貼ることが出来る(図5)。この表示は



図5. オーガニック認証マーク「Bio-Siegel」

2001年に連邦消費者保護・食糧・農業省大臣によって、はじめて国家認定の統一オーガニック認証マークとして導入されたものである。この認証マークは、国外の製品も含め、EU基準を満たすすべてのオーガニック製品に貼付することが認められている。統一マークの導入により、消費者が商品選択をする際に、オーガニック製品であること、オーガニック製品として必要な安全基準が満たされていることがより明確に表示され、誰もが安心してオーガニック製品を購入することができる。

オーガニック製品は、日本と同様に従来の製品と比べて2～3割程度価格が高い。にもかかわらず、現在でもドイツのオーガニック市場は成長を遂げており、年間売上高約20億ユーロ(約260億円)に達している。これはヨーロッパ最大のオーガニック生産物市場であり、世界全体でもアメリカ合衆国に次いで第2位の規模である。日本でも、有機JASマークが作られ、オーガニック食品が流通するための下地が整備されてきた。食品の安全・安心に関心が高くなった現在、改めてオーガニック農業について見直していく時期かもしれない。