

[ニュンベルクメッセ]

「BioFach Japan オーガニック EXPO」を 9月21日より開催

ニュンベルクメッセ(ハインツ・W・クールマン日本代表部代表)は8月2日、都内会場で会見を行い9月21日から23日の期間、東京ビッグサイトで開催される「BioFach Japan (ビオ・ファ ジャパン) オーガニック EXPO」の開催概要を説明した。

「BioFach (ビオファ)」とは、ドイツ語で「オーガニック専門」という意味があり、10回目の開催となる同展示会は、国内外の有機農産物市場の拡大を目的に行われるもので例年200を超える出展社が参加、国内最大規模のオーガニック・ナチュラル関連製品見本市のスタンダードとして注目されている。

会見で挨拶に立ったハインツ・W・クールマン代表は「日本では2001年に有機JASの法律ができて以来オーガニック市場は大きく広がり、オーガニックエキスポへの出展品も食品、飲料のほかノンフードの分野にも広がった。特に当初は外国製品が主だった化粧品分野で日本の製品が増え、今後も伸長すると見ている。また、もうひとつ大きく伸びているのがオーガニックコットンの分野である。展示会にはいつも新しいものを取り入れようと考え、今回はオーガニックライフスタイルに焦点を当てエコハウジングのテーマでの展示を用意、『住』の分野が加わったことで生活の全てをカバーできる構成になっている。現在、有機製品の生産は日本では小規模の会社为中心だが、これからは大手企業もこの市場に参入することになるだろう」と話し、日本のオーガニック市場への



ハインツ・W・クールマン代表(右)とオーガニック EXPO 事務局の中村実代氏

期待を示した。

今回から新しく加わった「住」分野の展示では、健康によく、環境に負荷を掛けない建材や建築を扱う販売店や工務店が出展する。主催者は「人が多くの時間を過ごす職場や自宅内で呼吸する空気量は2万リットル、重量にして約25kgといわれ、建材などから放出される有害化学物質によってシックハウス症候群などが問題視されている今、『住』分野についてこれまで以上に慎重に対応することが必要」と展示の意義を強調した。

また今回、初めての試みのひとつは農林水産省が推進する産地収益力向上支援事業の一環として開催される、有機農業による農産物のマッチングフェア。販路拡大を希望する全国20カ所以上の産地収益力向上支援事業実施地区の農業者が参加し、農産物マッチングパビリオンで生産物を展示・紹介しながら商談を行う。製パン関連の出展では、オリエンタル酵母工業がオーガニック食品、サンフレッセが有機JAS認証の形成後冷凍パンを出展予定。