

BIOFACH 2026 の会場レポート



見本市	展示ホール	出展者数	来場者数
オーガニック食品・飲料、加工食品、スナック・菓子、香辛料、アルコール飲料、乳製品、冷凍食品、ナチュラルコスメ	9つのホール： 1、2、4、4A、 5、6、7、7A、9	2026年 約2,200社 2025年 2,300社	2026年 約32,000人 2025年 35,000人

2026年2月10日（火）～13日（金）まで、ドイツのニュルンベルクで世界最大規模のオーガニック見本市ビオファ（BIOFACH）が開催されました。会場には世界90カ国から2,200社の出展者が集い、約32,000人の業界関係者が来場しました。現在、オーガニック業界は持続可能性と事業成長を両立させるため、バリューチェーンの効率化を進めていますが、数年先を見据えた業界の最先端トレンドやイノベーションを早く掴むため、多数の専門家やバイヤーが詰めかけました。会期2日目の2月11日に実施された市内公共交通機関のストライキの影響で、来場者は昨年と比べ若干減少しましたが、交通マヒという困難な状況下でも多くの来場者が訪れたことから、ビオファへの関心は非常に高いと言えます。



新製品紹介コーナー：最新トレンドや注目新製品に関する情報を素早く収集できます。



オリーブオイルのテイステイングセミナー：各回ともバイヤーで満員となり、非常に高い関心を集めました。



イノベーション：レストランやスーパーの店頭でハーブ栽培が可能のため、究極な鮮度が楽しめます。

展示される製品は、IFOAM（国際有機農業運動連盟）の規格や各国のオーガニック認証を満たした製品に限られているため、世界中のバイヤーが安心して仕入れることができる信頼性の高い商談の場となっています。また、ここからオーガニック製品の新しいトレンドが生まれることもあり、バイヤーだけでなく、トレンドセッターたちにとっても見逃せない見本市となっています。

毎回ビオファ（BIOFACH）のオープニングセレモニーには、政治家などのVIP関係者が来場しますが、今回は下記の方々が登壇しました。

- ドイツ連邦農業・食料・故郷大臣（開会挨拶）：Mr. Alois Rainer
- 欧州委員会 農業・農村開発総局長：Ms. Elisabeth Werner
- ニュルンベルク市長：Mr. Marcus König
- 気候アクティビスト（キーノートスピーカー）：Ms. Luisa Neubauer
- インド商務省次官（インドは2026年カントリー・オブ・ザ・イヤー）：Mr. Rajesh Agrawal

会場には、世界各国のパビリオンや趣向を凝らしたメーカーのブースが立ち並び、さながらオーガニックの万博のような雰囲気が漂っています。なかでも注目を集めたのは、14年ぶりにカントリー・オブ・ザ・イヤーに選出されたインドのパビリオンでした。インドの農産物・加工食品輸出開発庁（APEDA）がホール1に設置した約1,074㎡（前年比50%増）の巨大パビリオンには67社が出展し、米、オイルシード、ハーブ、スパイス、豆類、カシューナッツ、生姜、ターメリック、マンゴーピューレなど、インドの多様な有機原材料が紹介されました。

インドの2024～2025年度のオーガニック製品の輸出は前年比34.6%増の6億6,596万ドルに達し、急速に成長しています。また、2030年までにオーガニック食品の輸出額を20億ドルに引き上げる野心的な目標を掲げ、EU、米国、カナダを主要なターゲット市場としています。見本市の開催直前の2026年1月27日に、インドとEUは20年に及ぶ交渉の末、自由貿易協定（FTA）の締結に最終合意したこともあり、パビリオンにおいて製品の安全性、品質、トレーサビリティ（追跡可能性）をEUバイヤーに対して積極的にアピールしていました。



スペインパビリオン



アメリカパビリオン



デンマークパビリオン



チェコパビリオン



ドイツ・バイエルン州
パビリオン



インドパビリオン

一方、ホール 4A に設置されたジャパンパビリオンも、多くの来場者で賑わいました。日本貿易振興機構（JETRO）が設営した桜の文様をあしらったブースには、日本茶、醤油、味噌、ラーメンスープ、酢、日本酒、米麴、蕎麦、梅干し、胡椒など、多岐にわたるオーガニック食材が紹介されていました。近年、海外では「健康志向」や「日本文化への興味」から、抹茶が空前のブームとなっています。茶葉を粉末にして、全てを摂取する抹茶は、茶葉そのものの品質がダイレクトに健康や味に影響を与えます。このため、欧米諸国のバイヤーは、安全な素材であることや環境への配慮を重視し、オーガニック認証を持つ抹茶を求める傾向が強まっています。しかし、抹茶の原料となる碾茶の生産は、通常の花葉よりも栽培に手間がかかり、粉碎にも特殊な技術や機械が必要なため、需要に応じて生産量をすぐに増やすことができません。特に、カフェや健康食品メーカーが求める「手頃な価格帯」の原料用オーガニック抹茶への供給が追い付いておらず、製品の確保や納品を急ぐバイヤーが次々にパビリオンを訪れていました。



創業 40 周年を記念し、オーガニック食品の専門商社であるむそう商事はおにぎりスタンドを設置しました。



空前の抹茶ブームで、静岡、鹿児島、京都の生産者や製茶問屋のブースは大盛況でした。



茶都静岡の認知度向上と販路開拓のために、静岡銀行は今回も共同ブースを設置しました。

オーガニック製品のイノベーションと多様性は、会場に足を踏み入れるとすぐに確認できますが、以下の要素が2026年のトレンドとして注目されています。

- オーガニックの再定義
オーガニックの本質的な価値を維持しつつ、将来を見据えたソリューションを提供。
- クリーンラベル
原材料名欄に記載される添加物を減らし、簡潔で消費者が理解しやすい（ナチュラルな）原材料表示を行う。
- 鮮やかで健康的なイメージの天然色素の利用
健康志向の高まりに応え、天然由来の植物性パウダーを用い、青、赤、黄など鮮やかな色彩のオーガニック食品・菓子を製造
- 伝統と精度の融合
実証済みの伝統手法（麴、乳酸菌、酵母など）と最先端の技術を融合。
- 健康なボトル飲料
免疫力を高めるショットドリンクや機能性飲料など、便利でヘルシーな飲料を提供。
- 腸活
腸活に効果的なプロバイオティクス（善玉菌）が豊富で、シンプルな原材料にこだわったオーガニック食品（キムチ、ザワークラウト、味噌、ヨーグルトなど）を製造。

これらのトレンドは、新製品紹介コーナーで確認できます。



各種クスクスサラダ



抹茶カプセル



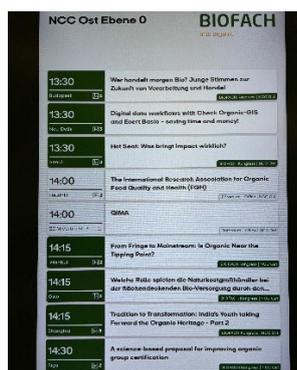
糖分ゼロのコーラ



プロテインスプレッド・マンゴーカレー

さらに、2月12日には、ドイツ農業協会（DLG）主催のオーガニック食品品質競技会の表彰式が行われました。この競技会は世界最大規模の食品競技会で、独立試験機関の審査を経て、受賞者に DLG 金・銀・銅賞が授与されます。2026 年度の受賞者は、ニュルンベルク郊外に本拠地を置くディスカウントスーパーマーケットのノルマ（NORMA）で、合計 200 個のメダル（金賞 177 個、銀賞 18 個、銅賞 5 個）を獲得しました。ノルマは 2006 年から自社のオーガニックプライベートブランド BIO SONNE の製品ラインナップを継続的に拡大しており、ドイツ最優秀オーガニック小売業者として 17 年連続で表彰されています。

見本市の主要イベントの一つである「Biofach Congress 2026」は、会場内のコンベンションセンター・イースト（CNN Ost）で開催されました。「Growing Tomorrow: Young Voices, Bold Visions（未来を育む：若い世代の声と大胆なビジョン）」というテーマの下、市場や消費者動向、農業、政治、そして持続可能性に至るまで、幅広いトピックについて討論が行われました。4 日間を通じ、8 つの専門フォーラムと合計 169 の個別セッションが開催されましたが、次世代の視点と持続可能な技術を取り入れ、データに基づく透明性の高い情報開示に努めることが、オーガニックブランドの信頼と長期的な安定性を築く鍵であると結論付けられました。



フォーラムやセッションの案内



DLG 金・銀・銅賞の受賞者

2027 年の BIOFACH は、2月16日から19日までの4日間にわたり開催される予定です。折からの歴史的な円安と世界的な和食ブームの定着により、日本のオーガニック食品の海外輸出は非常に有利な環境にあります。ビオファ（Biofach）は、世界最大規模のオーガニック製品の専門見本市であり、世界中からバイヤーが集まる絶好の輸出商談の場です。輸出拡大のチャンスを活かすため、ぜひ出展をご検討ください。