

いつもありがとうございます。

W17 青果発注書をお送り致しました。

御注文のほど、何卒よろしくお願い申し上げます。

・GW 中の発注書配信・受注締切スケジュール

W18・・・配信：4月19日(月) 締切：4月22日(木)

W19・・・配信：4月23日(金) 締切：4月27日(火)

W20・・・配信：4月30日(金) 締切：5月6日(木)

W21・・・配信：5月10日(月) 締切：5月13日(木)

・好き嫌いなく、何でも食べてほしい！ 子どもの日イベント企画提案

こどもの日 何でも食べられる子供になってほしい



子ども達の健やかな成長を願って、子どもの日のイベント企画のご提案です。

子ども達の好き嫌いや、特有の感覚にスポットを当て、

どのように料理すれば、より野菜を美味しく食べられるようになるのか、

どのような野菜が、より食べやすいのかをまとめました。

パネルでは好き嫌いに挙げられる代表野菜、トマト、にんじん、ピーマンを例に挙げ、

それぞれの解決のヒントになるように紹介しています。

フルーツマトやジュース向きのフルーツ系にんじん、パプリカは甘みがあり、

旨味の濃いだけでなく、栄養価が高い野菜です。

食べれば、大人や子どもに関係なく、美味しい野菜を選ぶことが一番、なんだと思っていた

だけなのではないかと思います。

せっかく彩りや栄養を考えたのに **なぜ食べないのか**、その理由は大人が思いもよらないものだったりすることがあります。

お子さんの好き嫌いで悩んでいらっしゃる家族の方に「これはうちの子もそうかもしれない」と思っただけで、少しでもお役に立てれば幸いです。



■ **苦味 = 毒 酸味 = 腐敗を本能的に感じさせる**

大人はさほど感じない酸味や苦みも、子供は敏感に感じ取ります。

しっかり加熱をすることで野菜は甘味が増し、緩和できます。

■ **色、見た目で敬遠する（怖い、気持ち悪いと感じる）**

栄養豊富な緑黄色野菜はハッキリとした色合いが多く、野菜は形も様々です。

敏感な子は、きつい色味や変わった形を嫌がる場合があります。

皮をむいたり、形を小さくすることで緩和できます。

■ **食感が苦手、切り方が大きすぎる**

生野菜のシャキシャキ感が苦手だったり、大人の基準で切り方を考えていると、

大きすぎたりすることがあります。

繊維が多い葉物野菜などは、呑み込めなかったり、噛み切れず、嫌になってしまうことがあります。

なるべく小さく、薄く、やわらかくすることで緩和されます。

■ 匂いが苦手

小さい子どもは匂いに敏感なことが多々あります。

食べる前にククン匂いをかいで食べない、食べたことがないのに拒否することもあります。

水にさらして灰汁を抜いたり、下茹でし冷凍することで緩和されます。

また、切り方によって苦味やえぐみを感じにくくなることもあります。

■ 甘味・旨味・塩味を美味しいと感じる

子どもは味覚が未発達なため、本能的に **身体の成長に必要なたんぱく質、**

エネルギーになる甘味、身体の生理作用のバランスを保つ塩味 を好みます。

糖度が高く、旨味の濃い野菜は、子どもたちにとって美味しい野菜と言えます。

今回は内容がいつもより充実していることから、A3 サイズ 2 枚組での印刷を推奨しております。

Dropbox からダウンロードしていただけるようにご用意いたしますので、是非ご活用ください。

また、配布用に A4 サイズもご用意しております。

売り場にパネルと一緒に置いていただいて、持ち帰りできるようにしていただければと考えています。

「売り場のイメージカラーに合わないけど、興味があるな」 というお客様は、売り場になじむように色味を調整させていただきますので、商品表示課までご連絡ください。

お彼岸のパネルを売り場でご使用くださったお客様から、大きく引き伸ばしたら文字がぼやけてしまったとのご意見をいただきました。

他にも同じような店舗様がいらっしゃいましたら申し訳ございません。

パネルデータの解像度を上げてご用意いたしますのでよろしくお願いいたします。

(馬場真美)

今回のテーマに対する販促物は、具体的で優れた内容になっていると思います。

企画者の馬場は、学童保育でのキャリアがあり、子供たちと直接向き合ってきた結果の提言です。

お子さんが小さい内は、働き手の旦那より子供に目が行くお母さんが多いと思います。

そういうお母さんと、一緒に考えて行ける青果売り場になる為のお役に立てるような企画です。

是非、お取組みの程よろしくお願い申し上げます。(吉田清一郎)

・宮崎県 特別栽培 野中さんのブロッコリー

殆どの企業さまで取り扱って頂けている大人気商品の「本物の味」である、

『大葉～誠の香り～』の生産者野中社長からこれも「本物の味」の、

特別栽培のブロッコリーが新登場しております。



先月、紅屋商事の津川さまと御商談させて頂いたときには、大葉をひと齧りしただけで、『えぐみが少なくて良い大葉だ！』と言って頂き、

翌週からすぐに大葉の取扱をして頂くことになりました。

春作のこのブロッコリーは、特別栽培と言うだけで珍しく価値がありますが、大葉と同じでえぐみが非常に少ないブロッコリーです。

調べてみると、ブロッコリーが好きでない方は意外と多いらしく、苦みであったりえぐみが苦手のようなのですが、

このブロッコリーであれば、苦みもえぐみも全く感じませんので、多くの方が食べられるはずです。

収穫後すぐに予冷を掛け鮮度保持袋での袋詰めしておりますので、品質面でも安定しております。

そして何よりもこのブロッコリーはとっても美味しいんです。

昨年、本社 10 数名で試食会をしたのですが、

つぼみ部分を食べた感想がみんな、「さすが野中社長だね」とある意味で想像できた美味しさでした。

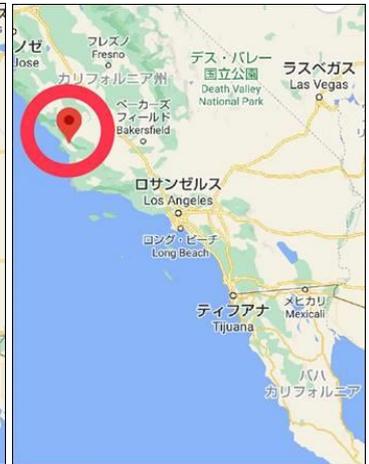
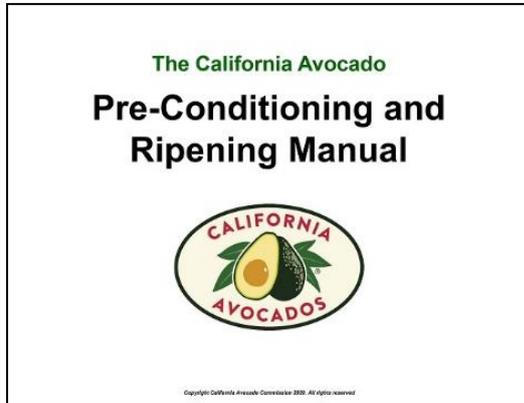
しかし、茎を食べた瞬間にみんなから「野中社長すげえ〜」と歓声上がるほど美味しかったです。

これだけ美味しいブロッコリーを、今までほとんどアピールすることもせずに、ただ、ご注文を待っていることでシーズンを終えていましたが、

今年はひとりでも多くの方に、この「本物の味」のブロッコリーを食べてもらいたく思っています。

絶対に期待は裏切らない！そんなブロッコリーです！（有安海）

・米国 西海岸 ORGANIC アボガド



昨年、輸入松茸で利益を上げて頂いた企業さんは多かったと思います。

でも、この結果の一番の特徴は『バイヤーさんがその気に』なられた企業さんだけでした。

『大して売れない』と思われ、お愛想程度の陳列で済まされた方も多かったのではないかと思います。

コロナの自然増で満足されていた企業さんは、残念ながら隠れたチャンスロスでした。

平均売価が 1500 円 と、青果で高額商品として、いっぱい販売された店では、**20 週間**というロングランにもかかわらずリピートが落ちませんでした。

これは、同じ店舗で**同じお客様が、複数回購入された証**です。

私もたまには本当の事を言う。

そんな事はありません、僭越ですが、いつも正しい事しか言いません。

だって、1977 年から Organic の野菜の販売を手掛けているのですから、

それも、八百屋という対面販売で、そのカテゴリーの青果類を好まれるお客さんと、直接話を
して来ました。

それこそ、健康相談だけではなく、お子さんのおねしょの相談から、御夫婦のありようまで、そ
れこそよろず相談屋のようなものでした。

だから、何をどのようにすればいいのか、大概の事は分かっているつもりです。

ある時、

私とその八百屋で仕事をしていた時の社長に、「清一郎、たまには間違ったことで突っ張っ
てみる」と言われました。

「正論なら誰でも言える」という訳です。

あの頃は、その言わんとする意味が理解できませんでした。

でも、今なら分かります。

松茸と同じインポーターが、この Organic のアボガドに挑戦します。

しかも、その担当者は私の正しい事しか言っていなかった頃の年齢と同じなのです。

これは、やるしかありません。

画像の一番左が 24 玉で、真ん中が 30 玉です。

35 玉は、世間にありふれていますので、今回はパスしようと思っています。

ハッキリ言ってメキシコ産の慣行栽培に比べて価格は高いです。

だけど、品質がまったく違います。

油脂分が約 1.3 倍です。

例えば、ポテトサラダにある程度細かく切って混ぜるとします。

形は無くなり、全体に混ざってしまいます。

マヨネーズは要らないくらいです。

ここまで書いて、パブロフの犬のように思い出してヨダレが出て来ました。

もちろん、完熟を選んで出荷します。

(品質につきましては、来週もう少し詳しくお知らせいたします)

青果売り場でも、単価の高い商品は売れます。

だって、街には高級車がいっぱい走っているじゃないですか。

そんなに、食費だけ節約されていると思います？

もちろん、大衆的な車も走っています。

でも、大衆車に乗っている人だけがお客さんではない筈です。

たまに、遠慮がちに陳列しても、売れません。

ちゃんと3割は売れるチャンスが、どの地域でもあります。

そのような食材で、食卓のすべてを飾るような品揃えがされていれば、安心して購入されます。

安心・安全とは、そういう意味なんです。

いつも和牛のA5クラスが並んでいるから、和牛が売れるのです。

この和牛が売れるお店では、その和牛だけ買いに来られるお客様がおられます。

青果には、目もくれないで・・・という企業さんもおられます。

3割いい野菜を置いて、初めて「あのスーパーは良いものを置いてくれている」となります。

逆が、「あそこは行っても買うものがない」という評価です。

偉そうなこと言っていますが、お店の外ではこういう話しになっています。

もっとも、新店 Open の後、お店近くの喫茶店にいと、「あの店高いなあ〜」との声を聞いたこともあります・・・

その時は、喫茶店のおばさんが私の方に（あの方関係者ですよ）目配せされたので、その方は話しを止めてしまわれました。

色んな方がおられますが、どのような客層が弱くて、そこを強化する事が **Community 戦略** だと思います。

・新商品案内

鹿児島県産高橋さんの新じゃが芋

北海道産特別栽培弦間さんのジャガイモ(花標津)・・・500g

・商品案内変更

宮崎県産特別栽培須川さんのパプリカ(黄)・・・休止。

色がつく前に玉の肥大が大きく、L/M サイズが収穫できないため。

一か月ほどの休止予定です。

兵庫県産特別栽培養父養生にんにく ……終了。

宮崎県産特別栽培さといも ……終了

青森県産特別栽培津軽りんごサンふじ ……値上げ。

5月いっぱいサンふじは継続予定です。

愛媛県岩城島産岡野さんの瀬戸内レモン ……在庫販売。

福井県産特別栽培ほっこり金時 ……数量調整の可能性あり。

来シーズンの作付けの準備の為産地出荷頻度が減る為です。

長崎県産森さんの名水ニラ ……特売最終週

北海道産 JAS Organic ごぼう ……値上げ。

高知県産特別栽培ミネラルピーマン ……値下げ。

それでは、今週も御注文の程、何卒よろしくおねがいもうしあげます。

有限会社アルファー

吉田清一郎