



平素は、弊社商品にお取り組み頂き、まことに、ありがとうございます。

月間通信 2月号をお送り致しました。何卒、よろしくお願い致します。



今年、『同じ品質なら安い方がいい』という命題を覆せるように挑戦をしています。

それは、同じ品質なら、安い方が良くなれば、どれだけ努力をしても、商品である限り、売れば売れるほど競合に晒され、行きつく先が価格勝負となってしまう、元気の出ようがないからです。競合に打ち勝つポイントが価格のみと考える事は、失礼にあたるお客様もおられるのではないかと思います。

私たちが働く動機は、給与の多寡だけでは無いと思います。競合に打ち勝つ術のひとつに価格訴求がある事を否定するつもりはありません。同様に給与の多寡も重要な項目であることは間違いございませんが、昨今の若い方達は、決してそれだけではなく、1年の中で自分の時間をどれだけ持てるかも、同時に大切にしたい要因だそうです。その様に考えると、

国の政策を待たずとも働き方、つまり幸せの形が変わってきているような気がしています。

裏を返せばそれだけ、お金 = 物に満足している時代なのかも知れないと思います。品物がもたらしてくれる幸せを享受しながら、もっと満たされたい精神的な充足があると感じておられる方が増えてきたのではないかと捉えています。

私たちは物販で生きる事業を展開していますが、果たしてこれだけ品物が余る時代に、物だけを販売していても限界があるように思えてまいります。

お客様の立場に立ちながら、お客様に店の立場に立っていただけるような道筋は無いのでしょうか。この事が実現できれば、品質が同じでも、10円20円高くても買って頂けるように思うのです。そこで、私共は食べて頂く意味を整理して、お客様の健康作りのお役に立つ事でおお客様の立場に立ち、逆にこの地域で食品事業を営むことで、地域社会に対して意義のある貢献活動が出来れば、お客様にお店の立場に立っていただけるのではないかと考えています。

この何をするかを考え、実践する事で私たちは元気になれるように思うのです。弊社では、その意味のあることは **Nourishing Vegi** に求め、意義のあることは **地域の自主防災組織設立** に求めようとしています。

その意味では、私たちに農産物を出荷してくれている農家の側でも、その地域に対する働きかけが重要で、その働きかけを農産物に取り組むことで応援できる事が、本当の意味での有機的な関係性を作っていくことに成るのではと考え、取り組み農家の皆さんにも地域の自主防災組織設立を軸に、地域貢献について考えて頂いています。

さて、同じ品質とは何を以って同じと言うのでしょうか。

そもそも品質って何なのでしょう。

特裁なら何でも同じでもないと思います。

有機なら何でも同じでもないと思います。

例えば、木綿豆腐のあれだけの品揃えは、同じ国産大豆の豆腐でも味が違い、その味の違いは、原材料の大豆の質の違い、製法の違いから来ていて、その違いが価格に反映されていて、お客さまみなさんその事由が了解事項となって、品揃えが発展したのだと思います。青果にも同様の品揃えが必要であり、品揃えすることで新たな消費を生み出すことが可能だと思っています。

但し、豆腐と青果は違いますので、青果らしい切り口の情報を出す必要があると思います。そこでアルファーでは月間テーマを作成して、情報を集中的にお届けしたいと取り組みを始めました。今まで作成してきた cookpad に投稿してきた Alphas Kitchen の 150 余のレシピと YouTube に投稿してきた 100 余の料理動画を利用して、すぐ使える具体的な情報も御利用願いたいと考えています。

2月の月間テーマは、『身体を温めて冬を乗り切ろう(生姜で免疫力UP⇒ウイルス対策)』と、『冬野菜の楽しみと春の先取り』です。

この2月から、弊社営業はテーマの提案、対応する商品の提案、これらに対応する売場の提案をしています。この冬はどのスーパーさんも口をそろえて、『暖冬で鍋野菜が売れない』と嘆いておられます。でも、冬は冬で身体が冷えている事には違いがありません。

そこで、Nourishing Vegi の観点から、『生姜で身体を温めて寒い冬を乗り切ろう』という売り場提案をしています。生姜の効能は、いっぱい女性雑誌等で取り上げられていて、女性の頭の中は、生姜を利用する事のイメージが出来ておられます。

生姜を中心に身体を温める冬野菜で売り場を作り、メニュー提案をすれば、鍋野菜も動くようになります。極端に言えば、『**生姜鍋**』というメニューもあります。

また、『生姜は食べるだけが能じゃない』という、コトPOPも作成してお待ちしています。女性は、『冷え』が大敵だと御存知です。冬 = 鍋という方程式が発展して、身体を温めると寒さ対策だけではなく、**身体にとっても丸ごといい**という情報が普及してきたのだと捉えてみました。現に弊社の生姜の出荷量は昨年一年間で、前年対比 126% に伸びました。

この方向が正しいかどうかは分かりません。ただ時の流れに順じる事はとても大切な事のように感じています。

今後とも何卒よろしくお願い申し上げます。