



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 3月号をお送り致しました。何卒、よろしくお願い致します。

さて、弊社が薬膳料理に取り組み始めた3年ほど前、私自身が被験者としてどのようになるのかをみてみようと思いました。

飲むお茶をそれまで三年番茶から、薬膳茶素材 25種ほどを用意して、その日の体調や雰囲気に合わせて、一回に4～5種類をブレンドして飲んできました。建築家が計算した自然界のエネルギーを集める形状のガラス製水筒でそのお茶を持ち歩いて来ました。そうすると驚いたことに、それまで日に5杯ほど飲んでいたコーヒーがまったく欲しくなくなってしまいました。これはまことに不思議な感覚です。少なくともコーヒーよりは安上がりな気がします(笑)。

自宅の朝食では小岩井乳業のプレミアとかいうヨーグルトを出してもらえますのですが、ここに毎回赤いクコが10粒ほど入っていて、これも習慣化しています。クコは乾燥していて10分ほど水に浸して戻す手間がかかるのですが、美味しいと言えば美味しいし、味が無いと言えばありません。ただ、今では『クコ』が入っていないと物足りない感覚です。

スタート時は、色んな料理に例えば『松の実』や『蓮の実』、何だったか杏手じゃなくて、そうそう『ナツメ』など、野菜ではない所謂中薬、英語でいうところのスーパーフードが入っていましたが、最近ではあまり入った料理は出て来なくなりました。

さて、で私はどうなったかという、ハウスダスト

等の要因、エアコンから出る風には確実に過敏反応する鼻炎が治らないまでも、相当軽くなりました。かつては、飛行機に乗ると必ず鼻ジュルジュルで降りてから暫く仕事にならなかったのですが、そんなことは無くなってしまい飛行機も嫌でなくなりました。会社のエアコンも大丈夫になりました。

一年に何回かひく風邪もなくなりました。変な頭痛がして薬を飲むこともなくなりました。いい事づくめですが働いて、働いても儲からない会社で仕事三昧の日々です。身体が元気なので食欲は衰えず、動かない身体にたまっていく脂肪は留まるところを知りません。

血圧が高くなった自覚はあったのですが、測ると160程に上がっていました。でも、年齢を考えればこれぐらいの圧がなければ抹消まで血液を流し込むことは出来ないのかも知れません。先日、我が家に簡易血圧計なる物が届き、計ってみると180を超えたりしています。これは自覚症状も合わせると、結構まずい事態のようにも思います。

私は、血圧もそうですが、血液の粘度が問題のように思え、血液がサラサラになる野菜といえば長芋が筆頭だと思っていますので、長芋をせいぜい食べるようにした方が良いように思い、そろそろ自分に圧を掛けるためにここに書いています。

今、世間はウイルス騒動の真ただ中です。米国 PORTLAND でも小学生が感染した様子で、市長・医療関係者トップクラスが登場し記者会見をして、異様な騒ぎ方になっているそうです。稔子・ウィルソン先生のメールでは、『まるで世界大戦が開戦したような、ミサイルが飛んできてこの地に落ちたかのような騒ぎになっている』との事でした。

普段から対処すべきことを淡々としていけば・・・
と思うのですが、どうもそうはいかないようです。

弊社では、食についてどのような御提案をすれば良いのか数年模索をして参りました。一昨年秋に、今後の食品産業の目指すべき方向性を私どもなりにまとめ、本年に入り、その方向性に基づき具体性をもった御提案をさせて頂くことを目標にしています。

テーマは新規顧客開発です。

食品小売り形態が多岐に亘ることで、来店者数が伸びない、もしくは減少する傾向にあつて、今まで来店して頂けていない方を店舗に呼ぶ、あるいは呼び戻す手立てのキーワードを『健康志向』と『地域社会』において、具体的な御提案を考え『売り場作り』のテーマを用意することにしています。

今年1月から毎月『健康キーワード』を12月まで下記のように定めて、『売り場作り』の御提案をしています。

・健康志向をテーマにした 12 か月 月間売り場作り

3月売り場パネル



4月売り場パネル



Nourishung Vegi ブランドで展開してきました弊社の青果類をもう少し前に進め、『意味と意義のある青果売り場』作り提案を進めていました。

本年年初より、もっと具体的に御提案できるように、青果売り場の位置に全部門が結集できる売り場作りを目指しています。

1月：脳活性

2月：冷え性対策

3月：免疫力UP

4月：花粉症対策

5月：エイジングケア

6月：血液サラサラ

7月：夏バテ対策

8月：熱中症対策

9月：疲労回復

10月：健康増進

11月：腸内フローラ

12月：肌ケア

これらの各テーマに連動する商材を青果に限定せず提示していくことで、全部門、店舗一丸となった売り場を作れるようにテーマのパネルデザインを用意しています。このパネルデザインもコトPOP同様ダウンロード頂けます。サイズは各A版横向け縦半分の比率で作成しています。

同送別送りの表を基に、テーマに沿った売り込み商品を選定しています。コトPOPも含めて、弊社商品名は出していません。品目全体に言えることとして、提示しています。パネルと以下のテーマの内容の作成は、毎月月初に翌々月テーマが完成しているようにしています。5月分は来週の初めにはお送りいたします。是非ご利用くださいませ。