

地域に根差した

風 food 土から

学生レポート

健康を築く

◆取材：濱佑衣・船水優菜

地域の生産者と消費者をつなぐ重要な拠点である弘果弘前中央青果株式会社（以下弘果㈱）を訪問し、お話を伺った。青果市場は、主に農作物の集荷や価格形成機能の役割がある。さらに、津軽の農産物を推奨して産地拡大や販売促進を強化し、消費者への認知度アップに向けた施策も実施している。生産から流通、消費に至るまで幅広い視点から物事を考える難しさを感じつつ、現状と課題を知ることができた。弘果㈱が目指す方向性は、私たちが学んでいる「健康づくり」とも深く関連する。

取材を通して、自身の知識や経験不足を痛感し、社会に目を向けた幅広い視野で行動できるよう努めていきたい。地域に根差した人材として貢献したいとあらためて思った。



生産者と消費者の架け橋

- 新鮮で安全安心な食品の安定供給
- 県内外に向けた津軽の食文化発信



明日につなぐ まごころ*アクション

地域活性への想いを伺いました。

生産者を訪ねて

りんごの恵みに感謝

6月初旬ごろ、りんご畑に小さなりんごの赤ちゃん姿を現す。「実選り^{みずり}」では、真ん中の果実を残し、その周りのりんごは容赦なく落していく。真っ赤で大きくて美味しいりんごをたくさん収穫するための、まごころ作業である。

りんごの農作業体験では、消費者が生産者の熱意や苦勞を知り、有難みを実感できる機会となる。



りんごの良し悪しは外見より中身

美味しいりんごは自然の産物。年によっては天候不順や災害も起こりうるが、日々丁寧に手間をかけるほど、りんごの品質は高まる。りんごの美味しさは、見た目だけでなく、味のバランスが重要である。「うちのりんごが一番美味しい！」と語る生産者の心意気は、りんごの美味しさを保証する、確かな説得力がある。

青果市場を訪ねて

「育てる」から社会貢献へ

輸入作物などが多く出回るようになり、これまでのように農産物を「育てる」だけでは、有益とは言えなくなっている。農産物を出荷する先、つまり消費者に買い求めていただく姿まで見通すことが必要である。

多様なニーズに対応するためには、各世代に共通する「食べて健康」をキーワードに、社会貢献努めていきたい。

雪国育ちを生かしたブランド化

農産物の「旬」は西日本から北上していくが、価格は始めで高く、供給が安定すると価格が安くなる。つまり、価格が安定する時期に地物野菜が二番煎じで出回ることになる。安さ重視の消費者に対して、価格では勝負できないとなると、栄養面に目を向けて発信していきたいと考えている。積雪が多い地域であるが故、冬の間は土壌が休まり、春には土中のバクテリアが活発化することで土地が肥えて、栄養価の高い農産物が出来る。弘果(株)が推奨する雪国育ちの野菜や果物をブランド化し、差別化を図っていくことを目指して取り組んでいる。

健康づくりを実践

弘果(株)では、社員の健康を考えて、禁煙手当や運動を実践しやすい仕組みづくりに取り組んでいる。また、健康づくり推進リーダー研修会にも参加し、企業として健康づくりへの意欲が感じられる。しかし、こうした取り組みを行っていても、健康を意識する社員は少数派にとどまっているのが現状である。

今後は、社員全体を対象とした「食と健康」に関する講演会を企画し、健康面に着目した農産物の消費拡大から、地域貢献と企業発展にもつなげていければと考えている。

スーパーマーケットを考える

消費者のニーズを感じとる

スーパーマーケットのレジ業務では、消費者の需要、意欲からはじまり、クレームに至るまで、「消費者の変化」にいち早く対応していく必要がある。世代別や世帯別による消費者の性質を掴むことは、企業の経営戦略にも貢献できる。レジではいかに会計を早く済ませるかに留まらず、お客様の小さな困りごとにも目と心を配っている。親切で自然な「対応力」は、お客様の心を和ませ、購買力の源にもなっていると考えられる。

食材を知り、食生活をみる

レジ業務は、販売側として消費者に一番身近な存在である。日頃から消費者目線で売り場を観察し、旬の野菜や魚、新鮮なお肉や主食のお米など、消費者におすすみできるくらいの情報収集は心得ている。しかし、売り場に並ぶ季節の食材や商品にどんな健康効果があるのかまで一歩進んだ情報を知る機会はほとんどない。今後、健康を重視する消費者の食生活をみて、対応する「会話力」も求められてくるだろう。6次産業の一環として、消費者のニーズに応えるため、物事に対する視野を広げていく心意気が必要である。