

“活菜生活”を売り込め！ その後の動き

“活菜生活”を売り出すための私達の心意気！

“活菜”は水耕栽培だからこそできる、根付の野菜です。今や野菜に限らず、すべての食品は、安全、安心、信頼をキーワードとした生産、加工、販売でなくてはならないのです。安全な食品は、生産環境、生産方式、生産履歴の徹底管理や出荷調整の徹底管理によって作られ、消費者に提供されます。消費者は、安全を表示や公開などによって確認し、安心して買うことが出来ます。限りなく100%に近い安全食品のために努力する姿勢こそが信頼を得る大きなカギであると考えています。ただ、ここまでは、野菜の生産者であり、販売者である私どもにとっては当たり前のことなのです。

これからは、安全で、おいしい、新鮮、栄養価も高く、体

にいい、しかも心に響き、癒される、心がいい、真の健康生活をデザインする本当の「食」でなければならないと思っています。だから“活菜”を取り入れた新しい生活スタイルを提供していこうと考え、“活菜生活”を売り込めようという決意を固めているわけです。

“活菜”セルフファーム
＜野菜の抜き取り
モデル直売所＞は
人気上昇中



“活菜”は、根付の野菜だから、「生きている」「新鮮100%」が売りです。“活菜”だから出来るキッチンファームハーベスト（台所の野菜畑）を楽しんでもらいたいのです。

そこで生産現場で直接抜き取ってもらうのが一番と考えたのが抜き取り直売（セルフファーム）です。

さくらんぼ、イチゴ、メロン、トマト狩りなどは消費者にも大人気の狩り園があります。一般の野菜にも出来るはずと思いついたのがセルフファームです。昨年の9月から毎週1回火曜日をセルフファームの日と決め試験的に始めました。お客様は、常に植えてある10数種類の野菜の中から自分の好きな野菜を選んで、自分で抜き取り、持ち帰るという仕組みです。お客様はまず、野菜を抜き取って、根の元気よさ、状態に驚きます。野菜の根をまともに見る機会はほとんどありませんから、感激します。次に野菜の種類の多さと珍しさに驚き、これは何？どうやって使うの？と質問が飛び交います。私達は、直接お客様と接することの大切さを得るとともに、水耕野菜について知らないお客様がいかにかと

(裏面へ)



抜き取りの様子

セルフファーム用ミニプラント（道楽の郷2号店）



いうことに驚き、40年近くやっているM式水耕研究所として大いに反省させられました。始めたころの来客者は20~40名あまり、売り上げは1万円から2万円程度で、1人当たり500円のお買い上げでした。11月にピーカンテレビで放映され、一気に120名程の来客、それから口コミ客、リピータ客も増え、1ヶ月の来客者は120名を超え、増える傾向にあり、売り上げも10万以上になってきました。今年5月には、花咲かタイムズで放映され、ますます、愛好者が増え、セルフファームのモデル実施はいい結果を得、手ごたえを感じました。人気の高い野菜は、バイオレタス、マイルドリーフなどのレタス類でその他は青じそ、ルッコラ、ホワイトセロリー、小松

菜、水菜などでスイスチャードもよく利用されるようになりました。お客様の反応は、「何よりも新鮮で、柔らかく、みずみずしく、子供達も喜んで食べる。」というのが一番多く、これが何よりの効果であったと思っております。週1回の開催で、売り上げとしては、非常に小さいものですが、これらの手ごたえは“活菜”販売のビジネスモデルにつなげていけると確信しました。

「活菜セルフファーム」を取り入れたアンテナショップ、店舗やレストランなどへの展開を図っており、次回の便りでは具体的な事例を紹介できると思っています。

“活菜”の課題

“活菜”は、根付であることから、それが売りである代

わりに、根がついていることによる包装方法、搬送方法、店舗での展示方法などまだ問題が多く、大量出荷が出来ないことです。“活菜”ならではの出荷方法、セルフファーム方式をもっと具体化すること、そして“活菜”の料理方法、楽しみ方を消費者の方々にお伝えすることが大変重要であることも感じています。

身近に“活菜”が手に入り、味わうことが出来て、安全、新鮮、体と心においしい“活菜”を家庭に、各業界に広く浸透させたいと思っています。

また、現在は宅配、ネットでの販売展開を行っており、これらも着実に利用者は増えています。

(社長 村井智子)



セルフファーム内

