



価値が明確なものを選ぶ

自分の商品の「価値」は何なのか、品種やその特性、栽培方法、栄養価、糖度など、ほかの商品との違いを考えていけば、価値が明確になります。



ミズナ

「紅法師」

葉と葉柄のコントラストが鮮やかな「紅法師」。シャキシャキ食感がサラダにおすすめ。

「紅法師」は新たな価値を表現できる品種の一つです。葉柄の鮮やかな赤紫色と、葉形の深い刻みがアクセントとなっている魅力的な新しいミズナです。食味はくせがなく、シャキシャキした食感でサラダなどの生食にも向いています。

葉柄の赤紫色はポリフェノール的一种であるアントシアニンが豊富で、タキイのファイトリッチ野菜でもあります。色・形で差別化できるサラダ野菜としてアピールできるでしょう。



カブ

「スワン」

やわらかで甘みがあるサラダカブ「スワン」。小カブから中大カブまで随時どりできる。

カブはおいしさで差別化できるとも大切な品目です。「スワン」は、サラダで使える生食可能なカブで、やわらかで舌ざわりがよく、甘みがあります。「サラダカブ」としてお客さんに明確な価値を届けることのできる品種です。直売所では、生で、浅漬での試食販売をおすすめします。食べ比べてもらい、やわらかさ、滑らかさ、甘さをセールスポイントにします。スライスしてオリーブオイルと塩を振りかけただけでおしゃれな一品になります。

ブランド力とサプライズで選ぶ

直売所で大切なことは、そこでしか買えない「ブランド力」、ほかにはない「サプライズ」があること。「価値」「驚き」をしっかり届けることが大切です。



シュンギク

「菊之助」

シュンギク特有の苦みが少なく、葉が肉厚でジューシーな「菊之助」は料理人の受けもよい品種。

シュンギクというと、私の住む北日本だと切れ込みのある中葉のものが主流ですが、この「菊之助」は西日本で使われている切れ込みが少なく丸葉の大葉春菊です。特長は、シュンギク特有の苦みが少なく、葉が肉厚でやわらかく甘みがあることです。アクも少ないのでサラダなどにも使えます。

肉厚でジューシーな食感の中葉のシュンギクとは違うので、試食をしてもらいながらの販売をおすすめします。プロの料理人の受けもよい品種なので、プロへのアプローチ素材としてもよいと思います。おひたし、あえ物といった従来の使い方はもちろん、サラダやしやぶしやぶといった新しい食べ方の提案もできます。



食用ビーツ

「デトロイト・ダークレッド」

ビーツの中でも強健で作りやすい「デトロイト・ダークレッド」。肉質がやわらかく、スープやサラダ、ピクルスなどに。

高栄養価で注目されている野菜にビーツがあります。「食べる輸血」ともいわれるように、リン、ナトリウム、マグネシウム、鉄分が豊富でビタミン類、食物繊維も多く含まれているスーパーフードです。鮮やかな深紅の見た目はとてもインパクトがあります。ロシア料理のボルシチに使われるように、一番のおすすめはスープですが、サラダやピクルス、ホイル焼きなどでもおいしく食べることができます。

「デトロイト・ダークレッド」の鮮やかな色や、ビーツが高栄養価野菜であることなどをアピールして、レシピを添えて売りに並べてください。