

# 水揚げ、収穫、料理法解説

# 産地の映像店頭

## 札幌の卸業者

生鮮食品卸のいずみホールディングス(HD、札幌)の子会社、日本卸売市場(札幌)が魚を水揚げしたり野菜を収穫したりした時に撮影した動画を札幌市内のスーパーに提供し、売り場で流している。消費者に食の安全や新鮮さをアピールするの狙いで、導入する店舗が増えている。

(経済部 阿部里子)



北雄ラッキー星置駅前店の鮮魚売り場では、目の前の魚を水揚げした時の動画が映し出されている

# 安全、新鮮さPR

北雄ラッキー(札幌)の星置駅前店の鮮魚売り場には、日本卸売市場が港で買付けたマガレイやニシン

など旬の魚が並ぶ。そばのテレビ画面ではその魚が水揚げされる様子や、おいしい料理法を解説する漁師の姿を映す。北雄ラッキーの札幌市内の4店では2月下旬から、しげの日などを除いてほぼ毎日、その日に撮影した動画を流している。

このうち3店の野菜売り場では4月中旬から週1回、その日に収穫したアスパラやトマトなどの動画も流している。北雄ラッキーの担当者は「鮮度の良い魚や野菜を提供するだけでなく、食材の旬を消費者に伝えるのも小売店の役割」と話す。今後、店舗数を増やすことも計画している。

イオン北海道(札幌)や東京の高級鮮魚店も動画の導入を決め、ほかにも道内で検討中のスーパーがあるという。

日本卸売市場は社員が漁港や畑に向き、そこで撮影した動画を札幌の飲食店などに配信し、インターネットで競りを行い、競り落

とされた魚や野菜を5時間以内に届けている。今回の動画はこの仕組みを利用した。

いずみHDの泉卓真社長

は「独自の配送網を生かした取り組みで、消費者がより鮮度の高い食材を選べるようになるはずだ」と話している。