

～シリアル・ルネッサンス～ <http://www.riceisland.co.jp>

◆◆農sのいろいろ商品◆◆

古から食べてきたもの、
これからも食べてゆくもの。

全国の産直市場、生産者・農協の産直品、農産品情報をご紹介します。消費者も一緒になり、生産者が手を取り合って・工夫して作った「生産者ブランド食 Hug-Coo」のご提案。

■はぐくうの商品のコンセプト

- 1 生産者が作った純な国産が中心で、しかも「思い」を込めたものであること
- 2 生産者のメッセージがあり、食べる人の声を反映したものであること
- 3 流行・時代・世代を超えて食べ続けられる商品であること
- 4 添加物、保存料、農薬の使用は、必要性を説明できる商品であること

生産者と消費者が作り上げるブランド「食育」

食育(Hug-coo はぐくう)は、生産者の「こんなものを作っています」という声と消費者の「こんなものが欲しい」という意見をつないで作る、全く新しい生産者ブランドです。

双方の意見や情報が行き来することで、活きた商品開発が可能になります！

たとえば、素材そのままのジャム。防腐剤や添加物を加えずに、たとえ賞味期限はたったの2週間でも、本物の味を保つ。それが私たちの食育。

食べたい人のもとへ"まっとう"な食べものを届けるのが、私たちのやり方です。

日本にはまだまだ知られていない食材がたくさん！

ライスアイランドは全国の農協、産直市場、生産者から情報が集まる場所。

小さな村で、ひっそり作られている加工品や、地元でのみ流通している野菜なども探すことができます。そうした地域に隠れた名品を探してご紹介します。それはしっかりした食材を使うレストランや、ショップのリクエストにお応えできるシステムです。

どんな食材を、どんな用途で、どんくらの楽しさで、いくら・どのくらい・いつ・お探しですか？ ご相談ください！

■農s商品のコンセプト

はぐくうのコンセプトを目指して、その成長途中の商品群。

- 1 主原料が国産のものを扱っていること
- 2 生産者が直接作っている商品であること
- 3 情報公開が100%可能であること

■共通していること

食べる人のことを考えて作られている商品であること。

食べる人が居るから、生産する。

その流れの中では、例えば必要な農薬などがあった場合でも、その理由を情報として公開することができれば、利用も可能と判断します。

■これがだめ、あれがだめ、という商品ではなく、なぜ、その商品がその過程を通じて作られているのか、というのが見える商品であることが重要です。