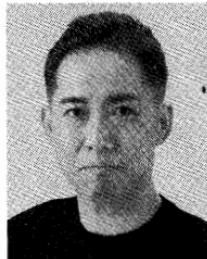


青果の情報 WEBで発信



「タルサイト」「みんなの青果」（写真下）が本格オープンした。野菜・果物の情報を、流通業者や消費者に向けて発信する。運営会社であるサイン（東京都中央区）の増山健司編集長（写真左）は、東京・豊洲市場の青果仲卸の専務でもある。仲卸入社前にはリクルート

「みんなの青果」開設

商品情報は20枚程度の写真に加え「出荷規格」「品種」「出荷規格」「主な販売店」などの商品情報とともに、「生産

う一方で「生産者や产地が創意工夫を凝らして栽培していても、その情報が流通業者や消費者に届いていない」とも。

て欲しい」と呼びかかる。

か
「あんなの真似」
<http://oyasaikuda-mono.com/>

「みんなの青果」は、農家や農協などの生産者が掲載料を支払い、編集部が原稿を作成、掲載するトライアンブル

た時にネットで調べても、情報が全く得られないことが多い」「情報が入手できても消費者が知りたい情報が掲載されていないことが多い」とい

の掲載は数社だが、今
増やしていく。個人の
産者だけでなく、「J
の部会や自社ブランド
青果や加工品を展開す
市場業者などにも参加

後につき商品情報の各種項目と写真20枚程度。掲載料(制作費を含む)は1品目で月間1500円だが、現在は無料キャンペー^ンを実施中。

「おすすめのレシピ」「など」を掲載。すべての商品を統一フォーマットで紹介すること、「比較検討」しやすいように配慮する。

物の情報が網羅できれば、流通業者は商材を探す際の一助に、消費者も食べてみたい野菜や果物などがどこで入手できるかわかる。さらに「一生懸命

在這裏，我們將會看到一個簡單的範例，說明如何在一個應用程式中，將一個字串轉換成一個數字。

「日本全国の野菜・果物を網羅した情報サイトがなかつたから」と増山編集長。「新商品を仕入れ

つくったけれど、売り方がわからない」という生産者にとっても手軽、低価格で青果物をPRできるメリットがある。現在

卷之三