

ニュージーランド 2024年のゼスプリ・キウイは力強い伸びを期待

The Packer 2024年2月15日

ゼスプリは、ニュージーランドの今シーズンのキウイフルーツは、すべての品目が力強い成長を遂げる年になる可能性があるとして報告している。ニュースリリースによると、ゼスプリは約1億9,300万箱のニュージーランド産キウイフルーツを世界中の市場に出荷する予定である。

ゼスプリは、まだシーズンの初期段階であるが、最新の供給予測はニュージーランド全土でここ数か月見られた良好な生育条件を反映していると説明している。リリースによると、今シーズンの出荷量は、昨シーズンの1億3,300万箱から大幅に増加し、2021年に出荷された1億7,500万箱よりも多い。

ゼスプリのダン・マシソンCEOはリリースで、今シーズンの重点は、シーズン中一貫して高品質の果実を取引先と消費者に提供し、生産者と地域社会に還元される利益を最大化することであると述べている。

同氏は、「コロナ禍の影響、2022年の深刻な労働力不足、2023年にニュージーランドが経験した多くの気象災害など、生産者が多くの課題に直面した過去数シーズンと比較して、今年の栽培環境ははるかに落ち着いている。まだ初期段階であるが、生育状況は素晴らしく、業界には多くの期待と楽観がある」と話す。

マシソン氏によると、業界の今シーズンの計画策定プロセスにおける重要な考慮事項は、増加した果実をサプライチェーン全体で管理し、一貫して高品質の果実を提供することであった。

同氏は、「我々は、シーズン初期の販売機会を生かすために早生の果実の良い供給源を確保することと、シーズンを通して一貫した果実の出荷を維持し、かつシーズン後半の品質問題を最小限に抑えることができるように、保存性の高い果実を確保することとの適切なバランスを取ろうとしている」と述べた。

米国の調査 子どもの食に対するジェンダー意識が明らかに

FreshPlaza 2024年2月15日

Appetite誌に掲載されたオレゴン大学教育学部の最近の調査によると、8歳から10歳の男子は、特定の食品を性別固有のものとして認識し、食事の選択に影響を与えていることが明らかになった。

連邦政府の資金援助を受けたこの調査では、サンドイッチの具材、チキンナゲット、果実、野菜、チップス、キャンディー、各種の飲料など、ランチ向けの多様な素材を提供することで、子供たちの食習慣を調べた。子供たちに与えられた指示は、時間の制約及び人目無しに、満腹になるまで食べることであった。

調査結果によると、男子は社会的望ましさのバイアスが強い、つまり認識している社会規範に順応しようとする傾向があり、女子の消費パターンとは対照的に果実と野菜の摂取量が少ないことが示された。

この研究を主導した同大学のニコル・ケリー准教授は、男子は食品に対する「女の子らしい」あるいは「男らしい」という思い込みによって、社会的な反発を恐れて、女性的だと考えるものを消費することを避けている可能性があるとして示唆している。

ケリー氏は、これらの固定観念を解体する上で大人の役割を強調し、性別に関係のない食べ物への普遍的なアプローチを提唱し、親の食行動が子供に与える影響を強調している。

子どもの食習慣における社会的望ましさのバイアスに関するこの先駆的な研究は、男子でも女子でも人目を気にする傾向が強い子供が不健康なスナックに溺れやすいことも明らかにした。

ケリー氏のチームは、ジェンダーによる食の固定観念と闘い、子どもたちの食とのより健康的な関係を育むために、家庭でのより包括的な食習慣を呼びかけている。

出典: blackchronicle.com