



マルト便

MARUTO INFORMATION

ホームページが新しくなりました

マルト商事

検索

お客様の笑顔のために...



8月号 JUL 2018

<http://www.maruto-shoji.co.jp>

2018年7月1日～7月15日 北海道地区 気象庁データベースより集計

地区	平均気温(°C)	日照時間(h)	降水量(mm)	平年比較
岩見沢	18.2	76.2	206	岩見沢地区データ 平年より0.4°C気温が低く、日照時間は平年の48.7%、降水量は平年比418.7%
富良野	18.6	30.5	233	富良野地区データ 平年より0.6°C気温が低く、日照時間は平年の37.1%、降水量は平年比481.4%
北見	16.4	31.6	198.5	北見地区データ 平年より1.2°C気温が低く、日照時間は平年の42.1%、降水量は平年比480.6%
帯広	16.6	17.7	178	帯広地区データ 平年より0.7°C気温が低く、日照時間は平年の30%、降水量は平年比338%

道内各地区 総合振興局のデータより集計

	空知		上川		オホーツク	
	本年	平年差	本年	平年差	本年	平年差
草丈	85.3	111.4%	90	116%	88.6	104%
葉数	9	102.3%	8.6	93%	8.9	96%
葉鞘径	20.9	107.7%	21.6	111%	22.9	105%
球径	3.8	84.4%	3.8	90%	4.4	97%
日差	遅5日		遅5日		±0日	
肥大始	7月11日	7月5日	7月8日		7月10日	7月7日



2018年7月26日 富良野地区 圃場

デイ・アフター・トゥモロー

デイ・アフター・トゥモローという映画があります。2004年に制作されたアメリカ映画です。地球温暖化によって突然地球が氷河期に入ってしまう、人類が混乱する様子を描いたSF映画になっています。

この映画の世界が現実になりつつあるような気象異常が続いています。7月も関東では熱波が襲い、40°Cを超えるような酷暑の夏となっています。直近では台風12号が過去の統計にはない、日本を東から西に移動するという動き方で横断していきました。世界を見渡しても北極圏での30°C超えや各地で報道されている山火事。世界規模で気候変動が起こっているのが現実です。映画の世界が現実にと恐ろしくなります。

過去無いような気象条件の中、農作物を生産されている生産者の皆様も大変なご苦労をされています。過去の経験が通用しない中で何とか出荷量の安定化に向けてご努力をされています。

玉葱については今期の府県産はほぼ収穫作業は終了している状況です。貯蔵品での入荷が続いています。今期も多く契約産地様から商品を送って頂きました。今期府県産の商品品質を総評すると平年以下と言わざるを得なかったように思います。各産地様にてご努力を頂いておりますが、生育初期の低温、中期の多雨、日照不足、収穫期の降雨。通してみてもあまり良い天候状況ではありませんでした。その中での品質の差は収穫後の管理体制に出たように思います。乾燥設備や選別設備、冷蔵設備といった収穫後の手間のかけ方によって、最終的な到着品質に差が出ています。来期に向けてはその辺りをしっかりと出荷者の皆様と会話をさせて頂きたいと思っています。お客様での品質が担保できるよう取組みを進めて参ります。

これからの産地となります北海道も天候の異変が続いており、今後の展開に不安が出ている状況です。今期は雪解けも早く道内各産地で定植作業は順調に推移しました。その後も天候が良く、6月上旬までは大豊作の声も聞こえておりました。しかしその後トーンが大きく変わってきました。6月中旬より各産地降雨量が多く、低温、日照不足が続いています。図表にて7月半期の北海道各玉葱産地の気象データ並びに玉葱生育状況をまとめてみました。総じて気温が低く、降雨量は平年の4倍近く、日照量は平年の70%減といった状況です。梅雨のない北海道と言われていたが、完全に梅雨のような天候となっています。玉葱は主力となる中生種以降の品種が7月10日前後から肥大期に入り、最も重要な時期となっています。富良野や岩見沢では生育に大きな遅れがでています。データ上では葉鞘径が平年より太く、球肥大が進んでいません。葉に栄養が行ってしまっているため、肝心の球の方に養分が行っていないことを示しています。

8月お盆前までが勝負の期間となります。天候が回復して平年並みとなってくれることを祈るばかりです。随時産地様と情報のやり取りを行い、30年産北海道玉葱の状況を見極めるとともに、リスクヘッジとなるアメリカを中心とした海外の玉葱情報も積極的に取得して皆様と共有をしていきたいと考えています。

毎年、天候異変により農作物の収穫量予測は非常に難しいものとなっています。日本国内の加工業務用野菜においては契約取引が総じて難しくなっていると感じています。価格・数量・品質・安全性という契約取引に重要な要素をグローバルな視点で公平に評価をしてお客様にご提案できるようにしていきたいと思っています。

“食”の分野で役立つマーケティング情報

消費者は毎日、企業やブランドから大量のメッセージを送られています。このような時代に消費者に選んでもらうには、商品やサービスをより良いものにするにはもちろんのことですが、それと同じくらい重要なことがあります。それは、消費者にとっての新たな「買う理由」を生み出して広めることです。これを「属性順位の転換」といいます。

「属性順位の転換」とはこれまでの「いい〇〇」を再定義することです。「いい〇〇といえば□□」という業界や社会の常識を変えてしまうのです。これは後発企業が先行企業を追い抜こうとするときやブランドの再活性化が必要な時に大きな解決策となります。では、この属性順位の転換をするにはどのようにすればよいのでしょうか。それには「戦略的なPR」が求められます。

今から15年くらいまで「いい洗剤」とは「白く洗いあがること」でした。この属性順位の転換に成功したのがP&Gの「アリエール」です。P&Gのアリエールは「白さ」から「除菌効果」へと属性順位の転換をはかろうとしました。これには「なぜ洗濯時に除菌をしなければならないのか」という理由を、主婦に広く知ってもらう必要がありました。そこでP&Gが展開したのが、洗濯除菌啓発の戦略PRです。P&Gは細菌の専門家と共同実験を実施。洗濯後のタオルには菌が残り、干すことで手に移ってしまうことを実証したのです。さらに「洗濯と食事の準備を同時に進めている家庭が7割以上」などの情報をメディアに提供しました。こうして除菌力を売りにするアリエールが求められるように属性順位の転換を果たしました。

もうひとつ、ピジョンの「ランフィー」というベビーカーがあります。これまで「良いベビーカー」といえば「軽い」「ファッショナブル」などが主流でしたが、ランフィーの特徴は「大きなタイヤ」にありました。大径タイヤなので段差を乗り越えやすいのです。ピジョンにとって「良いベビーカーは大径タイヤ」という属性順位の転換が目標となりました。そこでピジョンは「いかに段差でつまづくことが問題か」ということを啓発する戦略PRを展開したのです。

ピジョンは段差の衝撃を実証実験により検証しました。その結果「段差でつまづいた時にベビーカーにかかる衝撃は自動車の急ブレーキの5倍」だとうことがわったのです。これが大きく広がり、ピジョンは「良いベビーカーは大径タイヤ」という属性順位の転換に見事に成功したのです。



木下康司 きのしたこうじ

1966年生まれ。キノ・アンド・カンパニー株式会社 代表取締役。

デザインとコミュニケーションの力を使い商品やサービスの価値を高めてブランド力を作り出すことに取り組み続けている。

<http://www.kino-company.com>

営業課長中村のマルチ便PLUS! Ver2018



8月のマルチ商事玉葱産地情報&見通しをお届けします！

取扱産地	産地状況 & 今後の見通し
国産	予定通り入荷をしておりますが、産地によって品質に差が出てきております。品質が落ちる要因は、生育時、収穫時、収穫後、それぞれ要因がありますが、天候の影響は大きいです。北海道産の入荷に期待したいところですが、天候不良により状況が一変しており、期待できない状況です。
中国	品質、数量ともに順調に入荷しております。国産の玉葱では品質トラブルが多く出てる中で、中国産安定しているのが私にとっての救いです・・・ 供給していただいているメーカー様、商社様、良品をありがとうございます。
NZ(黄玉) オースト(赤玉)	輸入玉葱、品質問題ありません。当初NZ産が不作で8月まで品質が持たないのでは、と予測しておりましたが、入荷品質は良好です。オーストラリア産についても問題ありません。

※本記事に関するご要望・改善等ございましたらお気軽にご連絡ください。

お問い合わせはコチラ⇒TEL049-258-5315