



# 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...

チャレンジ

1月号 JUN 2019

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



## あけましておめでとうございます

穏やかな平成31年の幕開けとなったのではないのでしょうか。今年は亥年です。そしてマルト商事は1983年の亥年創業と年男ならぬ年会社??となります。12年周期で年男・年女は巡ってきますが、その年は神のご加護があり、おおむね縁起が良いとされています。マルト商事においても今年が素晴らしい年となるように、全力でお客様に尽くして参りたいと思います。

2019年のテーマを「凡事徹底」にしました。凡事とは当たり前のことを指します。挨拶であったり、掃除であったり、お客様の為に尽くすであったり、生産効率を上げるであったり。当たり前のことを真剣にやれていたかな、おざなりにしてなかったかな、と感じたことが昨年の反省点でした。今年は気持ちを改めて、当たり前のことを全力で徹底してやるという決意で凡事徹底をしていきたいと思ひます。

平成天皇が退位され、新天皇が即位され、元号も平成から新元号に代わり、ゴールデンウィークも10連休となったり、消費税が10%に増税され、軽減税率が導入となったりと、今年は規模の大きな出来事が多く予定されています。不安も期待もありますが、凡事を徹底してマルト商事と関わる人をHAPPYにできるように全社員一丸となって進んでいく所存です。

本年もご愛顧並びにご指導ご鞭撻のほど、何卒宜しくお願ひ申し上げます。

2019年1月吉日

株式会社マルト商事 代表取締役 戸澤 周一

# “食”の分野で役立つマーケティング情報

みなさま、明けましておめでとうございます。

昨年是一年間、私が消費やマーケティングについて考えたことをお読みいただきましてありがとうございます。

最初の号では、今年も重要だと思う3つのテーマとそれに関連した事例をとりあげてみます。

昨年話題が付きなかったAI、今年もその進化から目が離せません。

そのAIで来客予測9割を可能にして、働き方改革までなしとげたお店があります。

「ゑびや大食堂」は三重県伊勢市の伊勢神宮内宮前にある大正初期から百年余り続く老舗です。そろばんで勘定し、食材の仕入数は従業員の勤。食品ロスで利益率は高まらず、従業員の給与も最低賃金に近い水準でした。6年前に店を継いだIT企業出身の小田島春樹社長は、一日の来店客を予測するAIシステムを開発して従業員の働きを改革。食品ロスも大きく減らすことによって利益を上げることに成功。蓄積するデータは、天気や伊勢神宮への参拝客数、近くのホテルの宿泊数、イベント情報、自社ホームページへのアクセス数など全部で百五十項目など。従業員の給与を上げ、有給休暇も制度も充実させることができたそうです。さらに、昨年の12月からこのシステムを同業者向けに販売しています。

どうすれば自社の商品やサービスを少しでも高く買ってもらえるのか、供給する側の悩みはつきません。

モノの値段が上がらないと言われる中でも、消費者が値段が高くてもその価値に納得して売れ続けているものはあります。

大手の衣料品通販サイトで1,000円出せばTシャツが数枚買ってしまうなか、1枚1万1,880円で売れ続けるTシャツがあります。

東京墨田区の「久米繊維工業」の久米繊維謹製色丸首Tシャツです。綿100%ならではのしなやかな感触、ほどよいストレッチ感で自然と体にフィット、そして千葉県印西市にあるグループの縫製工場での生産にこだわり、クオリティを守り続けています。さらにアパレル業界で頻繁に行われるセールを行いません。消費者からは「いつ買いに来ても同じ値段なので安心できる」と信頼を得ています。

アマゾンショックという言葉が象徴するように、ネットのカヤ存在感はますます強くなっていくことでしょう。しかし、こういう時代だからこそ、人と人が実際にふれあうことの重要性も真剣に考えていかなければなりません。

東京・目黒通りに面する「フレデレック・ウオッシュサロン・トーキョー」。青い英文字のサインを掲げた外観はレストランのよう。店内に入ると、明るいカフェのような空間に、大型洗濯機と乾燥機がずらりと並んでいます。創業者はドイツの現役の役者のフレデリック・レックさん。「ベルリンは旅行者の多い街で、コインランドリーは旅人が集まる交流の場になるはず」と考えて始めました。ドイツ・ベルリンの本店の内装はレックさん祖母の家をヒントにしたリビングルーム風、クラシック音楽を流したりしています。狙いはあたり、今は1日150人ほどが来店。旅人から孤独なお年寄りまでが集まる国際的なサロンとしてにぎわう社会とつながるコミュニティのような場になっているそうです。

今年も消費やマーケティングについて私なりに考えていきたいと思います。

どうぞよろしくお願ひいたします。



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>

## 1月 玉葱商品産地情報

産地		状況
国産黄玉葱	北海道	芯腐れ・巻き芯が見られます。加工に注意致します。
輸入黄玉葱	USA	大玉傾向で品位は安定しています。事前契約が必要です。
中国剥き玉葱	甘肅省	品位安定しています。サイズも揃いがいいです。
国産赤玉葱	北海道	品位が落ちてきています。加工に注意致します。
輸入赤玉葱	USA	品位安定しています。サイズも揃いがいいです。

※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