



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 

4月号 APR 2019

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

令和



区切ること

4月1日に新元号が発表されました。「令和」。第一印象は皆さん如何でしたでしょうか。私は元号そのものより、すごく世間が盛り上がっているという雰囲気が印象に残りました。そして区切りの大切さを感じました。実際は何も変わらない毎日であるはずですが、区切りをつけることで、新たな気持ちになったり、やる気になったり。世の中が動く。すごく大切なことだと思います。令和時代が5月から始まりますが、良き時代にできるように、そして次世代にしっかりバトンタッチできるように私自身も精一杯できることを頑張っていきたいと思います。

区切りというと玉葱もそろそろ一区切りです。9月からスタートした北海道産玉葱が終盤になってきました。今期全般生育自体があまり良くなかったこともあり、若干品質劣化が早い傾向があるように感じています。北海道産については、お客様のご要望にできる限りお応えして参りますが、5月中旬までが目途となります。

一部のお客様におかれましては、既に極早生の新玉葱納品がスタートしておりますが、4月末より北海道産から府県産地へと順次産地切り替えが行われます。弊社におきましては佐賀県唐津地区の早生玉葱がスタートとなります。

現在のところ九州産地の玉葱については気候条件も良く順調という報告です。早生使用期間の4月末から5月下旬にかけては品質の良いものが入荷することを期待しています。

5月下旬以降は関東産地の玉葱が入荷予定です。弊社においては、埼玉、群馬、茨城、栃木と関東各県の商品が入荷の予定です。その後7月上旬以降は貯蔵タイプの佐賀、岡山、愛媛、中晩生タイプの北陸、東北産地、富山、新潟、宮城、岩手、秋田と入荷をしていき、9月の北海道産へと産地推移していく計画で今期進めています。

関東以北の玉葱生育状況はまだまだ今後の天候次第ではありますが、現在のところ各産地順調です。ここ数年品質不良や数量不足という形が府県の時期続いています。各契約産地様と情報共有をしながら良い原料を仕入できるように努めて参ります。

令和という新しい元号、厳しい冬を乗り越えてさわやかな良き日がやってくるという意味あいがあるそうです。良い時代を作るために、一区切りをつけ、マルト商事も今まで以上にお客様、産地様、関わって頂いている皆様とコミュニケーションをとって、皆がHAPPYになるようにという想いで事業を進めて参ります。何卒宜しくお願い致します。

4月	5月	6月	7月	8月	9月
佐賀	佐賀 群馬	群馬 埼玉 新潟 富山	埼玉 茨城 栃木 宮城 岡山 愛媛 新潟 富山	埼玉 栃木 宮城 岩手 岡山 愛媛 秋田	北海道

“食”の分野で役立つマーケティング情報

前回、仕事は自分のプライベートも含めた人生を充実させるための大事な一部であり、仕事は「自分ごと」であることを理解してもらうことの重要性について書きました。このことを企業が従業員に理解してもらうことは簡単なことではないかもしれませんが、しかし、日常のあたり前のことをその企業自身がその意味を理解して、きちんと伝えることができることがその第一歩になるかもしれません。

例えばオフィスの「お茶入れ」を考えてみたいと思います。いまでも女性が新卒で入社すると、お茶当番から始まる人が多いようです。給湯室で「どうして私たちだけがお茶入れをしなければいけないのかな。こんなことのために入社したのではないのに」という声を耳にした方も少なくないのではないのでしょうか。しかし、もし企業が「お茶入れ」の本質をよく理解し、仕事の上での役割としてとらえたときに、そこには多くの大切な要素が含まれているということを従業員にきちんと伝えることができているならば、このような給湯室での声を耳にすることはないかもしれません。

来客があり、お茶をお出しすることになった場合に、基本的な考え方、つまり「お茶を“何のために”入れるのか」という目的を企業は理解して、明確に伝えていく努力が必要です。お茶は、わざわざお越しいただいた来客への“ねぎらい”と“おもてなし”として出します。それは義務としてではなく、もてなす側としての喜び、すなわち仕事での充実感が必ず存在するはずで、このことを理解して、取り組むようになれば、すなわち、それは「お茶入れ」という仕事が「自分ごと」になるはずで、

スターバックスで、ドリンクカップへのメッセージをもらっている人を見かけることがあります。私はもらったことないのですが（笑）じつはこれ、マニュアルでもなく、スタッフが自発的に行っているものだそうです。最近ではただのメッセージにとどまらず、かわいい動物のイラストが描かれていたりすることもあるそうです。このメッセージに限らず、注文を迷っている人にはおすすめドリンクの紹介したり、コーヒーのカスタマイズの提案をしたり、待ち時間を長く感じさせないようメニューを渡したり、ドリンクを提供するカウンターでお客さまに話しかけたり、もちろんこれもマニュアルにはなく、一人ひとりが考え、意見を出し合った結果なんだそうです。

スターバックスの店舗は、8割以上はアルバイトです。にもかかわらず、お客様への小さなサービスを自分たちで考えて工夫をしながら取り組んでいるということは、スターバックスという企業がこれらの目的を理解して、パートナー（スターバックスはアルバイトを含む従業員をそう呼びます）にきちんと伝えて、パートナーは「自分ごと」にできているのだと思います。就職活動の面接で学生がスターバックスでアルバイトをしていたことをアピールする理由もわかる気がします。

「社員ひとりひとりが自分たちで考える」「チームの生産性を向上させる」ということを目標にしている企業は多いと思います。でも、それを実践するとなると簡単なことではないかもしれません。しかし、「お茶入れ」のような日常の小さな仕事の目的と意味を企業が理解できれば、それほど難しいことではないのかもしれません。



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>

4月 玉葱商品産地情報

産地		状況
国産黄玉葱	北海道	皮むけが多くなってきています。サイズバラツキが多くなっていきます。
輸入黄玉葱	USA	品質が劣化しています。傷みが出ています。品質に注意致します。
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	品位が急激に悪化してきました。品質に注意を致します。

※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