



# 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 

7月号 JUL 2019

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

## 7・8月の玉葱産地について思うこと

今年は梅雨らしい梅雨がある年ではないでしょうか。私が子供の頃などは6月といえど一と雨が降っており、外遊びができずフラストレーションをためていたように記憶しています。大人になった今、そして農の世界に携わるようになって、梅雨時期にしっかり雨が降ることの大切さを実感しています。

関東では今年に入って概ね野菜は順調な生育となっています。相場状況を見ても今年に入って高いところはそれほどありません。加工業務での野菜使用が増え、輸入野菜も入ってくる昨今、順調な天候であれば野菜類は自給率が100%を超えてしまうのかなと思います。天候不順はすごく困りますが、あまりにも天候が順調でも困ってしまう。本当に青果物の商売は難しいものだと思います。

とはいえ、なくなることはない商売とも言えます。お客様のニーズに合わせて産地様とお客様をうまくおつなぎすることが弊社の役割であると思います。品質、量、価格が安定した商品の供給ができますよう努めていかなければと身が引き締まります。

玉葱も府県産地の商品が出そろい、ひと段落といった様相となりました。今期は九州産早生タイプの玉葱は大玉傾向で収穫量が大幅に上がっています。しかしながら全般早生玉葱は日持ちが悪く腐れが早いという特徴がありました。各産地収穫量が多かったために、選別出荷作業が計画より遅れ、商品滞留等による品悪の可能性もあったように思います。

例年であれば九州産玉葱は6月上旬には中生品種に切り替わるのですが、今年は20日頃まで早生種を出荷していた産地もありました。産地豊作に加え、玉葱消費全体の動きも良くなかったのではないのでしょうか。

7月に入ると中生品種が中心となってきます。ここ数年増加傾向にあるのが東北産地であると思います。6月後半からの収穫開始で中生品種からのスタートとなっています。これまで九州産地が担っていた関東向けの7月中旬から8月一杯の貯蔵出荷期間を担うべく、様々な産地が取り組みをスタートさせています。

玉葱の国内流通の半分を担う北海道も早出しの取り組みや、貯蔵出荷の取り組みを通じて周年出荷の体制づくりを進めて、7月から8月にかけての安定供給に取り組んでいます。

各玉葱産地様がそれぞれの土地の特徴を活かしながら供給体制確立に向けて動いているのが、まさにここ数年です。そしてぐっと加速しているように感じます。安定供給が第一の我々の立場ですと、この期間の選択肢が増えることは非常にありがたいと感じています。使用方法含め、お客様へのご提案についても一層幅が広がると考えています。

仕入も販売も大きく天候に左右され、業績迄もが大きく影響を受ける我々の業界ではありますが、最終的に多くの人の口に入り、食と健康を支える大事な仕事を担っているのが我々でもあります。

より多くの方に安心しておいしく食べて頂けるような玉葱を中心とした青果物を皆様にご提供できるよう努めて参ります。



6月30日現在 左 東北産地収穫玉葱 中央 北海道産地中生玉葱 右 北海道産地晩生玉葱

# “食”の分野で役立つマーケティング情報

梅雨に入り蒸し暑い日が続いています。暑さで食欲があまりないときに、無性に食べたくなるのが冷たいおそばです。街でそば屋を探しているときに、よく目に留まる青い看板が低価格のそばチェーンの「ゆで太郎」。私も何度か食べたことがあります。低価格の割にはなかなかの美味しさ。この会社は6年で店舗数が2倍となり急成長をしています。その追い風が高齢化だといいます。

まずシニアはそばを好んで良く食べるということ。これはたしかに自分でもよくわかります。年をとるにつれてそばを食べる回数が本当に多くなりました。さらにシニアはその店が気に入れば次回以降に家族を伴って来店することが多いそうです。「シニア客1人の裏には5〜6人の潜在顧客がいる」とも言われています。

もうひとつはシニア層の人材活用。「ゆで太郎」はシニアの人材を積極的に活用しており、人手にはあまり困っていないそうです。70歳の店長や80歳のパートの女性なども活躍しています。そういえば、シニアの方が元気に働いているチェーンだなどいつも感じていました。フルタイムで働きたいというシニアも多く、それらの希望に添う形でシフトを組むなどして、仕事へのやる気を高める工夫をしています。シニアが多く働いている店には、同じシニアが安心して食べに来るので売上にもつながります。

クラウドファンディングという資金集めの仕組みがあります。新しいビジネスやプロジェクトを始めたい時にインターネットを通じて、賛同者から資金を集める仕組みで出資の割合に応じて謝礼としてのリターンを提供します。もともとベンチャー企業を支える仕組みとしてスタートしたので、募集する人は若い人がほとんどでしたが、ここにも少しずつシニアの割合が増えているそうです。クラウドファンディング運営大手のキャンプファイヤーでも20〜30歳代が6割で最も多いのですが、50歳代以上も1割を占めるまでになってきています。

たとえば「限界集落を救え！里山のおばあちゃん達が活躍するカフェをつくりたい！」というプロジェクトは宮崎県北部の60代女性らが立ち上げました。交流型のカフェを地区に建てて、観光客や住民が交流できる場所にするというものです。100万円の目標金額に対し、30〜40代を中心に151人が出資して目標の1.5倍の148万円を集めました。謝礼の「リターン」には女性らが手作りした「地産地消弁当」や特産のしいたけなど。資金集めという言葉とは違い、なんだかほのぼのした感じでした。

最後にご紹介するのが、東レが農作業の際に体にかかる負担が少なくてすむとうたうビニールハウスと設備一式を介護施設などに売り込んでいるという話。ただ設備を納めるということではなく、収穫した野菜は介護施設が販売することを想定していて、栽培の指導や販路開拓まで手がけます。高齢者は自ら野菜を収穫して道の駅やレストランなどに運びます。参加している高齢者は「野菜を育てる喜びを感じた」とリハビリや治療などにも効果があるそうです。ビジネスそのものが社会貢献にもなっているところがユニークです。

いくつかシニア層についての話題をとりあげてみました。これから高齢化社会がますます進んで行きますが、悲観的に考えるだけではなく、ビジネスの視点でとらえてみるとまたちがった発想が生まれてくるかもしれません。



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>

## 7月 玉葱商品産地情報

産地		状況
国産黄玉葱	岡山他	早生から中生品種へ 品物は良くなっていますがサイズはダウン
輸入黄玉葱	NZ	品位は例年に比べると弱いです。加工に注意します
中国剥き玉葱	山東省	品質は良好 安定しています
国産赤玉葱	府県産(淡路他)	府県産地に代わりました 品位はバラツキを感じます
輸入赤玉葱	NZ	品位は例年に比べると弱いです。加工に注意します

※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