



マルト便

MARUTO INFORMATION

ホームページにバックナンバー掲載中

マルト商事

検索

お客様の笑顔のために...

チャレンジ

8月号 AUG 2020

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



先が見えない中での光明

2020年7月9日 弊社契約産地 JAとなみ野菜 もみじ3号圃場

日本全国で豪雨被害が続いています。被害にあわれた皆様にお見舞い申し上げます。日照不足も全国で深刻な状況となっています。全国的に平年の60%以下の日照量となっており、その影響を受けて野菜類も高騰の状況が続いています。更に今年はコロナの影響で需要が見えません。7月末現在では感染者数が過去最高を全国各地で更新されているような状況です。都内含め、都市部においては各自治体の判断で、飲食店などの自粛や時短要請が出されました。この影響によりまた、食材関係の動きが鈍くなることも予想されています。

野菜の場合は種をまく段階から非常に難しい判断を迫られているのが現状です。玉葱においても今年の5月に豊作とコロナの影響による需要減少で11,000トンもの出荷調整が行われました。玉葱の場合は種まきから収穫まで凡そ6か月かかる長期栽培作物です。半年以上先の需要をこのコロナ禍環境の中で読むことは非常に困難なことであるように思います。佐賀県の栽培農家様におかれては本当にご苦勞をされているとともに歯がゆい思いをされているのであろうと思います。また、今期府県産玉葱は概ね8月で終了となりますが、既に令和3年産の玉葱の播種が9月に迫っています。本当に難しい判断を迫られているのが現状です。産地様の為に私たち中間事業者ができることをと日々模索中です。中間貯蔵の設備等が弊社でできればな〜と夢をしたりもしています(笑)

前置きが長くなりましたが、現在玉葱も干ばつと日照不足の影響から府県産の中晩生種の玉葱の供給が逼迫しています。弊社におきましても、生産が少ない現状でようやく原料が繋がっているような状況ではありません。現在契約産地様には素晴らしい品質の原料供給を頂いています。良いものを供給していただき、弊社でも良い加工をさせて頂き、お客様に喜んでいただける商品供給を行って参ります。

北海道産玉葱への切り替えが今期は早くなる見込みです。本来であれば今時期に産地を訪問し、生育状況の確認を行いつつ、入荷段取りをとるのですが、今期については現地から情報のみで現物を確認するための圃場視察等は行えていません。やはり自分の目で圃場と玉葱を確認したいという思いはありますが、今年は我慢と産地様を信頼して、と思います。現時点では極早生・早生タイプ・中早生タイプまではほぼ順調に推移しており、平年作は超えるような作柄であるという情報で一安心です。府県産出荷の様子から、8月お盆過ぎからの北海道産玉葱の入荷、切り替えを進めていく予定です。

コロナや豪雨と、需要の動向がわからない中で、仕入の方だけでも状況が安定するということは非常にありがたいと考えています。先が見えない中でも原料はあるという安心感。今期府県産玉葱も多くの産地様にご協力を頂き、乗り切ることができました。これから始まる北海道産シーズンが皆にとってHAPPYになれるように弊社は最大限努めて参ります。ご愛顧の程宜しくお願い致します。

“食”の分野で役立つマーケティング情報

在宅勤務が中心の生活にもずいぶん慣れ、以前のような『朝は電車で通勤して、帰りにどこかで一杯』という毎日が遠い昔のように思える時が多くなりました。仕事の合間の昼間に買い物に出かけたり、運動をしたり、あるいは気軽に夕方に車で出かけたり。ずいぶん時間に余裕が出来て、これまでとは時間の使い方や時間への意識が変化しているようです。

通販の会社で働いている知り合いによると、新型コロナウイルスの感染拡大で在宅勤務が広がった4月以降、これまでは夜間に利用者が多かったのが、日中にも利用が多くなり、買い物の利用時間に変化が見られるそうです。これまでの通勤時間が自由に使えるようになったということで、これまであきらめていた習い事を始めた友だちもいます。近所のスーパーでも午前中から総菜が豊富に並び、昼間の時間に男性の買い物客目立つようになりました。新しい生活様式により、多くの人が時間の使い方を見直し始めたことで、これまでとは異なる消費の動きが生まれてきているようです。在宅で増えた自由時間には、新しい消費の可能性があるのかもしれない。

また、時間だけではなく、行動範囲にもそれは言えます。私の周りでも「地元のお店が気になるようになった」と話す人が多くなりました。在宅勤務や遠出の自粛で自宅近くでの散歩などが習慣になったので、今まで気づかなかったことに目が向いたりするようになったようです。昼間の営業をあらたに始めた居酒屋も増えており、街の様子も少しずつ変わってきています。近所でのつながりを求める動きも広がっていて、在住者同士がコミュニケーションできるご近所のためだけのSNSなども人気です。

住宅メーカーの中には在宅勤務を想定した家づくりを提案したりもしています。これはオンライン会議の音声や、家族の生活音を気にせず集中して作業するスペースを求める声が多くなったからだそうです。求人市場ではテークアウト需要の増加をうけて、昼間の募集をしていなかった飲食店から、昼間のみの求人依頼が増えているといえます。もちろんIT業界では、在宅勤務への対応のための商品やサービスの需要に沸いています。これらは新型コロナウイルスの影響の前には見られなかったものです。

アフターコロナという言葉も聞こえてはいますが、まだまだ感染拡大は続いています。コロナ以前の生活に戻るといことはそれほど簡単なことではありません。これからの企業は、人々の変化する生活や意識を正確にとらえて、そこから生まれる新しい消費を読みながら、それに応える商品やサービスを提供していく必要がありそうです。



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>

8月 玉葱商品産地情報

産地		状況
国産黄玉葱	佐賀 宮城 富山 他	品質良好です 世間は玉葱不足中 北海道切り替え8月中を予定
輸入黄玉葱	NZ	—
中国剥き玉葱	山東省	品質・サイズともに良好です
国産赤玉葱	兵庫	品質若干弱いですが 加工気を付けて対応致します
輸入赤玉葱	AUG	品質面問題ありません 国産からの切り替えも選択肢

※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