

府県玉葱どうでしょう

新型コロナウイルス感染症で罹患された皆様、関係者の皆様にご心よりお見舞い申し上げます。
また、医療従事者の皆様、病院関係の皆様、新型コロナウイルスの感染拡大防止にご尽力されている皆様にご心より感謝申し上げます。

1月に発出された首都圏の緊急事態宣言、東京・埼玉・千葉・神奈川では3月7日まで延長となっております。更にその先も不透明な状況です。休日には外出している人も多くいると聞きます。違和感を感じるのは私だけでしょうか。ワクチン接種も開始されましたので収束へ向けての希望が見えてくると良いのですが。

玉葱の状況もまた不透明な様相となっております。相場を見ると国産も中国も価格は高値傾向となってきました。国産は北海道産の貯蔵量が確定して計画出荷に移行したこと。中国については良い商品が少ない状況と次産地の作付けが減少していることもあって強気での推移となったこと。今後は緊急事態宣言の動向によっても需給が変わってくるため、予測が難しいですが、相場に関してはしばらくこのまま推移すると思われます。

当社では、サラダ向け使用の府県産早生種をご指定のお客様を除いては、北海道産玉葱にて6月頃まで供給の計画を組んで参ります。用途に応じて計画を組ませていただきますので、使用産地計画については営業担当者にご相談いただけますと幸いです。

府県産地の状況としては、弊社契約の佐賀産玉葱、1月の低温・干ばつで若干遅れが見られます。全体作付けでは各府県それ程大きな減少は無いようです。4月末から出荷となる早生種はこれから肥大期に入ります。適度な降雨と温度があれば順調に生育すると思います。3月の気温が若干高めとのことで病害虫の管理が大事になります。玉葱需要動向としては青果向けが大きく伸び、業務が減少している傾向で、全体としては例年より若干減で推移のようです。今後は各産地様の情報を頂きながら、府県産のご案内をさせて頂くように致します。

新しい風



2020年から進めていたベトナム国籍特定技能資格の皆さんが3月1日に入社しました。
5年間マルト商事で様々なことを経験してもらいたいと思います。マルト商事の新しい力、新しい風になると思います。皆さま宜しくお願いします。

タマネギ ムダナクツカウ プロジェクト



マルト便2月号で宣言した、少しでも玉葱を無駄なく使う取組み。まずは第1歩。玉葱の茶皮を利用した草木染にチャレンジしてみました。まずは自分で。家にあった「アベノマスク」を染めてみました！結構上手!!ここからの展開を考え中です！

“食”の分野で役立つマーケティング情報

毎回この文章の書き始めの言葉が『コロナ』であることが残念なのですが、まだ終息したとはとても言えない状況であること、これからのマーケティングのことを考える上で、コロナ後を意識せざるをえないので、今回も同じ流れで。新型コロナウイルスの感染拡大の影響で私自身これまでよりもネット通販の利用が多くなりました。本、パソコン関連はもちろん、生活にかかわるあらゆるものすべてのモノを買うか買わないは別にして、ネットを利用するようになりました。それでも生鮮などの食料品は近所のスーパーで買うことがほとんどで、ネットスーパーを利用することはありません。実際これまでも生鮮食料品などはネット販売には向いていないということが言われていて、ネットスーパーで利益が出ているところはほとんどないそうです。

ところが、三重県を地盤にする『スーパーサンシ』というスーパーは、そのネットスーパーは利益が出ないという常識を変えようとしているという記事を読みました。過去5年の売り上げは2桁成長で、なんと利益率は実店舗を上回るそうです。お店によっては、売り上げの20%をネットで稼いでいるようで、コロナ禍の4~5月のネットスーパーの売り上げは、前年同月比70%増ということです。売上はもちろんですが、なんととっても利益を確保している点が素晴らしいと思います。

利益を確保できている理由は大きく三つあるそうです。ひとつめは自社物流で配送コストを下げていること。次に再配達を防ぐために宅配ボックスを活用していること。もうひとつは500円の月会費制にして、配送コストの負担を抑えていること。さらにスーパーサンシは2019年から、このネットスーパーの仕組みを有償で外部に提供するサービスを始めています。スーパーサンシのネットスーパーの仕組みを活用すれば、店舗側は本業と配送に集中できるそうで、小さな地方のスーパーにもネットスーパー事業への参入が容易になります。

また、食品卸大手の日本アクセスは企業と消費者を結ぶ「B to C」の物流プラットフォーム運営会社としての役割を担おうとしています。日本アクセスは物流の自社化を目指し、全国約520カ所に展開する低温倉庫に「B to C」向けの出荷機能を整備して、独自の宅配網の構築も検討しているそうです。この構想が実現すれば、EC事業者が注文を即座に日本アクセスの在庫に引き当て、そのまま消費者に直送することが可能になります。同じインフラを使って食品メーカーによるネット直販も代行できるようになります。

ネットの変革スピードについていけず、衰退していく業種や業態は多いですが、今回の2つ事例のように、規模は違っていても先頭を走る企業の仕組みをシェアすることで、新しいビジネスチャンスを生み出すということは今後ますます増えていくような気がします。



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>

3月 玉葱商品産地情報

産地		状況
国産黄玉葱	北海道	安定相場に入っています 品質良好です ご注文お待ちしております！
輸入黄玉葱	USA	—
中国剥き玉葱	甘肅省・雲南省 他	相場一層上昇 高値推移となる見込みです。品質はまずまずです。
国産赤玉葱	北海道	品位安定しています。是非ご利用ください！
輸入赤玉葱	USA	—

※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