



# 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

5月号 MAY 2021

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

## 2021年産の府県玉葱は順調！

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心より感謝を申し上げます。

2021年4月25日から5月11日までの期間、東京・大阪含む4都府県で3回目の緊急事態宣言が発出されています。また、近隣県はまん延防止等重点措置がとられています。正直な感想としては昨年12月以来ずっと緊急事態宣言がだらだらと継続してしまっているようなイメージです。「だらだら」なので全く人出の抑制効果が無いように思います。緊急事態宣言における経済支援の不公平感だけが強くなってきている気がします。GWの人出も政府が期待するほどの抑制とはならないのでしょうか。

業務向け野菜の動向は非常に先読みが難しいような状況です。一部の野菜を除いては、各品目、産地の出荷は順調に推移しています。天候としては気温の寒暖差が大きい傾向がありますが、日照量、降雨量も適度であり、野菜全般で順調な生育となっています。

コロナの関連から小売り業態での青果物販売は非常に好調に推移しています。一方で業務用については難しい状況が続いています。全体としては家庭用と業務用の綱引きで総量がどうなるかであると思います。

玉葱については北海道産が流通している一方で本格的に府県産地からの新玉葱出荷がスタートしています。当社においても、契約産地である佐賀県唐津産の新玉葱入荷がスタートしました。サイズもあり、味も抜群です！今後は各府県産地の玉葱出荷が随時スタートをして参ります。北海道産地からの切り替えについては入荷状況と品質を見ながらご案内をしていきます。

季節のものを食べれば元気がでます！新玉葱を食べて心も体もポジティブになれば良いなと思います。

## タマネギ ムダナクツカウ プロジェクト

玉葱を無駄なく使うプロジェクト。マルト商事の剥き玉葱事業で排出される残渣が1gでも減るように。世界のフードロスの削減に1gでも貢献していくために。

今月はマルト商事として大きなチャレンジとなるコンシューマー商品の開発を紹介させていただきます！

剥き玉葱の製造工程でどうしても出てしまう玉葱鱗片のはがれ。勿論食べることはできるのですが、茶色の皮が若干残ってしまっていたり、お客様へ納品ができないレベルの端材であったり。毎日の生産でどうしても出てしまう、可食部なのに出荷できない部分。人手をかけて選別することもコストがかかり、出荷は難しくこれまでは残渣の扱いとしていました。

でも、ずーっと「もったいない」と思っていました。タマネギムダナクツカウプロジェクトを始動させ、今まで見ないふりをしてきたこの「もったいない」を「ありがたい」商品にしてみたい！と本気で思っています。

荻窪の名店「ZINGARA」中村シェフと新所沢のバー「ノーネーム」のご協力を頂き、他では絶対にまねのできないコラボコンシューマー商品の開発をスタートさせました。

今後の商品化に是非ご期待ください！



zingara (ザンガラ)

荻窪の予約が取れないレストランザンガラ。

季節や鮮度にこだわり、シェフが自分の納得できる食材を使用。お客様一人一人に寄り添った料理を提供していくことがモットー。

荻窪 zingara  
中村 洋行 シェフ

Bar NONAME

新所沢に2021年1月にOPENしたバー。

心地よい音楽とマスターの軽快なトーク。とにかく居心地の良いバー。



新所沢 Bar NONAME  
神田 直樹 マスター

ZINGARA (ザンガラ) <http://r-zingara.com/>

# “食”の分野で役立つマーケティング情報

残念なことに新型コロナの感染の拡大はまだおさまらず、東京や大阪など4都府県で4月25日に緊急事態宣言が発令されました。百貨店や飲食店、テーマパークは休業やアルコール販売の中止を要請されています。ただ、これまでとは違い、東京から神奈川などに人が流れるなども見られ、人々の我慢もむずかしくなっているようです。最初の緊急事態宣言のような買いだめも起きず、ふしぎと落ち着いた、なにか新しい社会生活が一般化しているような気さえます。こうしたなかで消費の現場では、これまでとはちがう消費活動が生まれているようです。

ひとつは新型コロナウイルスを機に、困っている店や人らを支える応援消費です。飲食店への支援の気持ちから食べに行くというのはその代表的なものです。がんばっている人を支えていきたいという、そんな思いが消費者の満足感を高めるようです。この応援消費は一過性のものではなく、思いに共感し購入する「物語消費」へとつながっていくようになりました。クラウドファンディングで消費者の共感を得ようとする 것도、ひとつのマーケティング活動として定着している気がします。

つぎに最近よく目にするのが、長く続く巣ごもり生活による新しいプチ贅沢消費です。これまでのように単に贅沢なものを買うということではありません。特に私のような年代のものにとっては、こういうものを贅沢としてお金を使うんだというものです。そこにはしっかりとモノやサービスの価値を自分のライフスタイルに照らし合わせて判断するという新しい消費者の姿があるようです。

1枚の1,000円以上の板チョコを面白いように売る会社が渋谷にあります。正直に言って、いつもコンビニで大手メーカーの板チョコを150円程度で買い、十分に美味しいと満足している私には板チョコに1,000円支払うという感覚はありません。この会社はカカオ豆を自ら仕入れて商品になるまでの全工程を自社工場で製造し、新型コロナウイルス禍でもファンを確実に増やしているそうです。ここの商品の平均単価は約3500円だそうです。送料を約1000円近く払ってそれだけのチョコレートを買うというような考えられなかったことです。コロナで高級スイーツをネットで買い、おうち時間を楽しむという消費行動が大きく広がっていることがわかります。

もちろんコロナの影響が続いていますから、収入が増えたということではなく節約志向は続いています。ただ、自分が価値を感じたものにはお金を惜しまないというところが、これまでの単純なプチ贅沢とは違うように思えます。例えば「ミニマル」では、ある女性はランチ1回分をお弁当にし、外食代を節約したお金で板チョコを買うというお客さんもいるそうです。自分がそこに価値を見出して納得し、もっと言えば心を豊かにしてくれるものには、あまり値段を気にしないでお金を払うという新しい消費のマーケットが生まれているようです。



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んでいる。

<http://www.kino-company.com>

## 5月 玉葱商品産地情報

産地		状況
国産黄玉葱	北海道	青芽が多くなっています 加工時に細心の注意を払います
輸入黄玉葱	NZ	—
中国剥き玉葱	甘肅省・雲南省 他	品質安定しています
国産赤玉葱	北海道	青芽が多くなっています 加工時に細心の注意を払います
輸入赤玉葱	NZ	—

※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