

・松茸売り場の参考



※松茸は中国産とカナダ産、それぞれのサイズを含み、アソート 2 箱単位で送料込み価格となっています。

発注欄には合計で偶数になれば OK ですので、必要な箱数を書いてください。

1 と書いて頂ければ 1kg の箱が 1 箱のみ届けられます。

さて、左の画像は彦根の 1 店舗で展開されている企業様です。

沢山の御注文を頂きましたので、予め「 売り場写真をお願いします 」と頼んでいました。

この売り場で、先日の 4 連休中に 20kg を、ほぼ定価で完売したと知らせて頂き

ました。

当初、中国産 4kg と カナダ産 4kg を、

金曜日と、日曜日に 2 回納品の合計 16kg の御注文でした。

連休前にカナダ産の 2kg、連休中に足りないと更に追加を頂きました。

この店舗の売上標準額は月間 2 億円と聞いています。

全国の手先スーパーに卸しているインポーターに聞くと、

この規模のお店で、この販売量はトップクラスだとの事です。

当たり前の話ですが、『 売り込めば売れる 』

『 売れる売れないは、お店次第 』 とは、松茸にも通用することでした。

松茸は、これから本番です。

私の意見なのであてにはなりません、

ショット単価を気にせず、ひらきの大きな物を 1 本のまま売っている事が、販売に繋がったのではないかと思います。

値ごろをあまり気にせず、商品作りする方が良いのではないかと思います。

今のお客様の気分は、「 これくらいの贅沢、まあいいか 」だと思います。

贅沢はステーキに限った事ではなく、

色んな贅沢があることに気が付かれていますと思っています。

先日、別府市内のお店を 6 店舗ほど回って来ました。

一番お客様が集まっておられたのは、百貨店が経営する SM でした。

他の SM より価格は 2 割がた高い品揃えだったと思います。

昨日は、高槻の西武百貨店が阪急に替わり、地下の食糧品売り場が人気だと行きつけの散髪屋に聞いたので、早速行ってみました。

日曜日という事もあり、『 今の時期こんなに入っていて良いの？ 』

と言うほどの賑わいでした。

両店の共通項が百貨店というだけでなく、他にも共通する特徴があります。

来店されている皆さん、表情が違い、

商品を選んでいる顔が生き生きと喜ばれている感じでした。

ひとつ気が付いたことがあります。

牛肉売り場のワクワク感が無くなっている理由です。

サーロインが一番美味しいという事は分かっています。

ヒレを選ぶかどうかは、その人次第で最初から決まっています。

ヒウチも美味しそうに見えますが、やはりヒレに合わない事は皆さん御存じの様子です。

精肉売り場のワクワク感は、価格でしかないことに行き着きました。

その点、鮮魚売り場は「 どんな味がするのだろう 」と未知に対する興味がワクワク感を騒がせるのだと、お客様の雰囲気を見ていて気が付きました。

売り場で声を枯らしたお兄さんの説明も拍車をかけていて、鮮度感を増す演出の中心的役割を果たしていました。

価格は、そんなに安くはないと思うのですが、それでも満腹感のある量で価格比較をしてみると、魚の方が安く感じます。

実は私は、集客部門は鮮魚だと思っていました。

さて、我が青果売り場はと振り返ってみますと、精肉売り場ほどではありませんが、静かな感じでした。

『そんなに売れていないなあ』と感じました。

事実、小奇麗に売り場を作っているだけで、何を今の時期は売りたいのかも、鮮魚売り場に比して不鮮明でした。

商品特性自体が、魚に対して静なのでそれだけボリューム陳列でカバーしなきゃいけないのですが、その量売り込める自信のある商材が見つけられていない事が要因のように感じました。季節感もあまり感じられない平たんな感じで、市場の商品をそのまま小売りの現場に持ち込んでいる感が否めません。

秋商材も探せばあったのだと思いますが、きっと売り場の方は慣れが働いて充分と思ってもらえる気がします。

地元の食品売り場を見て、つつい力が入ってしまいましたが、阪急ホールディングは危機感いっぱいなのでしょう。

SMより百貨店の立て直しに力を注いでいる感じが伝わって来ました。

ただ、結論は、価格訴求軸の観点にこだわり過ぎると、気を銜う派手な売り場でしかワクワク感を出せず、必要なものを買うだけの売り場になり、買いたいものを探すワクワク感なく、

サッサと買い物を済ませたいお客さんだけが集まってしまうのかなと思いました。

その対称が、先の松茸の販売量に繋がっているのかも知れないという事です。

・弊社商材を如何に定番化をしていくか ⇒ チラシ特売の定期化

このチラシ原稿は、島根のお客様のお野菜の日のものです。

詳細は画像を引き延ばして頂ければ、

ある程度ご覧いただけます。

各右下のスペースにお店の特売価格が入ります。

すべての物事に当てはまるとは思いますが、

良いものの価格は相応に値が張ります。

ですが、価格が高いものが良いものとは限りません。

アルファの商品はどれも高く売れない。

どうやって売ってあげばいいかわからない。

という声をよく耳にします。

その商品の情報を表現する訳ではなく、

また、売り込むこともなく、単に並べているだけでは確かに売れません。

何故なら、先に書いた高いものが美味しいとは限らないことを、

お客さんは知っているからです。

そこで、商品情報を表現し、お客様がトライするハードル価格を下げて、食べて味を知ってもらってこそ、定番化されていくものだと考えています。

アルファーでは、定期的なチラシ特売から売込みをかけ、定番化を図る企画を勧めています。

少しずつ、この企画に賛同、お取り組み頂ける企業さんが増えております。

現在は、私どもと定期的に営業の会話をさせて頂いている企業様から、順次この御提案をさせて頂いていますが、

今後は、私にお問合せ頂ければ条件に合った御提案をさせて頂きます。

何卒、よろしくお願い申し上げます。(有安海)

・無限樹 恋するマロン と こふき



この画像は、こふきです。

毎年、恋するマロンが終わってから、こふきを販売していますが、今年は、こふきの出だしが早いため、併売することになりました。

一昨日我が家で、恋するマロンが美味いか、こふきが美味いかの議論になりました。

私は、同じようにどちらも美味しいです。

弊社青果ターミナル勤務の中澤和夫は、

「恋するマロンの方が、やっぱり美味しい」と言っています。

やっぱり、の理由は、恋するマロンの方がまるやかだということです。

韻をふんでいるあたり、なかなかのもんです。

彼は、三人の内一番料理が上手いので、味についても我が家では権威があります。

不思議な事に、出来上がった料理の調味料的な素材を全て舌で当てます。

本社勤務の中澤は、明言を避けている感じでした。

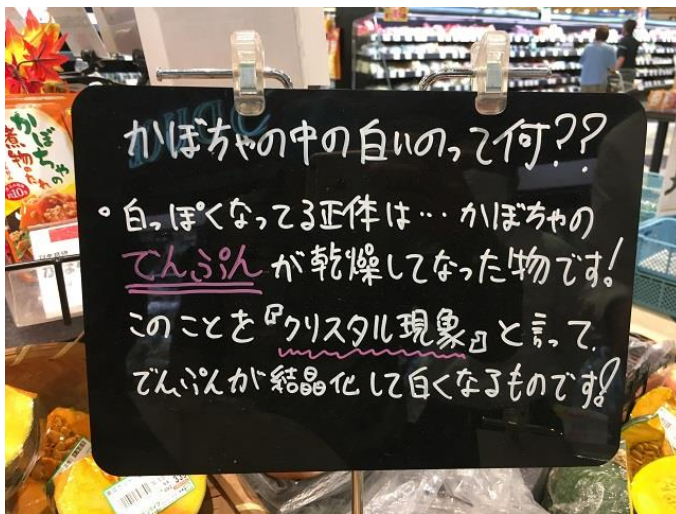
結論は、私の言う「時期による」で落ち着きました。

つまり、秋が深まるとこふきの方が美味しくなってきます。

私の感覚では、10月中旬までは恋するマロン、10月中旬から下旬はどちらとも言えない、いい勝負。

11月に入るとこふきの方が美味しく感じるかなと思います。

もっとも、食べ方にも拠りますが。



ところで、この POP は先の記事に出て来た別府市の百貨店が運営している SM で見つけました。

確かに、この現象は原因を特定しにくい症状で、美味しい南瓜には付き物です。

でも、書いてあることは確かにその通りなのですが、

だから、という事が抜けていると思います。

不可抗力だという事が書いてあることは分かるのですが、

だから食べても良いと言っているのか、返品してくださいと言っているのか不明でした。

私共は返品対象です。

まず、食べても害はありませんが、そもそも固くて食べられません。

殆どの場合、線状に入る特質があり、切れれば大概判明します。

今年は、大量発生した入荷ロットがありました。

実は、今期 3 ロット目のコンテナで、この症状と、もうひとつ外目には普通なのですが、柔らかくなっているという症状がありました。

3 年ほど前にも、この症状が頻発し苦労したことがあります。

その時は、種の要因が取りざたされていました。

というのも、熊本県産から出ていたからです。

でも、今回はその症状と、前記のクリスタル現象とが、その入荷ロットに限り発生しました。

それで、同じ要因で発生し、どちらかに傾くということが分かりました。

当時は、注文が殺到していて、納品調整をさせて頂いていた時期で、

1 日でも早く入荷させたくて、日曜日を挟んでの運行でした。

この日曜日に、JR が炎天下にコンテナを放置したものと考えられます。

ちょうどお盆前で、梅雨が明けいきなり真夏になった時期で、大阪は 35℃ほどに気温が上がっていました。

きっと、コンテナの中は 40℃を超えていたと思われます。

JR コンテナはルーバーが付いていて、風が中を通るように出来ています。

走っている時は、空気が循環する構造です。

停止していれば、当然高温にさらされます。

澱粉価の高い恋するマロンは、きっと蒸された状態になってしまったと思われました。

ところが、お客様に納品してから、外からは分からないクリスタル現象の報告が多発しました。

この現象が発生するいくつかの要因のひとつに、収穫後の高温による乾燥過多があることが分かりました。

そのロット以外、今のところ発生していないからです。

今、北海道も稲刈り真っ最中です。

稲刈り時期は、農家は倉庫を空にしなればいけないので、一気に南瓜を出荷します。

だから、価格は一時的に暴落します。

先の SM を視察して回った時も、100g 18 円という価格を出しているお店がありました。

関西まで運ぶのに 100g 当り 2.5 円ほどは掛かるので、農家は反当り 2 トン採っても 2 万円程度にしかならず、残りの、5 円ほどを産地と地元の業者、小売店で分ける事になりますが、なんか虚しいビジネスのような気がしました。

それで、買って食べて頂く方が喜んでくれていると思えば救いがありますが、生産から小売りまでの過程に何の感情もなく食べられてしまっは堪りません。

私たちの日々の努力は、そんな風に空間に消えて行ってしまうのでしょうか。

そのむなしさを、お金に置き換えて満足しても、とても努力の支えにはなってくれないような気がします。

ぼろ儲けをしたいとは思いませんが、人に喜んでいただき、適切な儲けで支えられるビジネスを私は望んでいて、実現の努力を続けたいと考えています。

・兵庫県産 特別栽培 養父養生にんにく



今ちょうど来期の植え付けの時期に入っています。

コロナの流行の始まり頃からご注文が殺到し、一時的に商品が切れてしまい皆様にはご迷惑をおかけしました。今期は生産者と相談をし前期の実績から今期の予想を基に、品切れとならないように注意を払っています。

コロナ禍ではより健康を意識してか、ニンニクや生姜といった、野菜がより注目をされています。

これらの健康野菜に加えて、

満遍なく様々な野菜を食べることが、より健康な身体を作ることになります。

消費者の皆様から支持される売り場づくり・お店作りの為に、

健康野菜を多種そろえてみるのはいかがでしょうか。(吉田麻衣)

・今年の晩秋のにんじんについての大事なお知らせ

今何が起きているかと言うと、北海道人参の争奪戦が始まっています。

凡その決着は既についているようです。

その差、僅か 1 週間程度だったと聞いています。

少し、詳しく書くと北海道の人参は平年作からやや不作という作柄だと思います。

殆どの農家側は不作だと言いますが、私の感覚ではそこまでの不作とは思えませんので、

彼らは豊作じゃなければ、不作との結論付けなのでしょう。

その理由は、生育期の雨不足による乾燥で肥大に影響しているのだと思います。

だって、南瓜が美味しいですから・・・。

で、問題はその北海道の後継産地です。

私たちはいきなりですが、九州に戻ります。

と言いますのは、東北・関東で美味しい人参を作る産地になかなか巡り合わないからです。

その理由は別な機会に書きたいと思いますが、九州です。

今夏は、野菜が暴騰しましたが、その事由は梅雨が長く雨量も多かったので、作物の根がほとんど伸びませんでした。

そこに来て、梅雨明けからいきなり高温・乾燥が来たので、高温に耐える地上部を支える根が成育できていなかったという事です。

九州では連日雨も無く、気温は 35℃前後でお盆明けも推移しました。

人参に限らず、ほとんどの種子は 30℃以下でないと発芽しません。

これは、小豆島でベビーリーフを栽培していた時経験済みです。

私の栽培面積は狭かったので、播種後シルバー寒冷紗を掛けて太陽光を遮り発芽させる技を発見しました。

何町歩もの畑にまさかそんな寒冷紗を掛ける事は不可能ですナンセンスです。

人参は播種から収穫まで、約 3 か月 90 日～100 日程度です。

ということは、発芽し始める気温になったのが、9 月中旬だとすれば 12 月中旬頃ようやく先頭の畑が収穫になります。

北海道のほとんどの畑の作柄は、10 月中旬で終わります。

相場が上がる事が分かっていても、それ以降収穫洗浄選果作業の人材の契約が切れてしまうのです。

延長して引き延ばすより、そこで操業を停止する方が営業的には有利だという訳です。

という事は、北海道産が終了する 10 月中旬以降、12 月上旬までの間、日本列島から人参が無くなる事が予想されます。

その事に気づいた青果業者が、北海道の産地に買いに入ったということです。

弊社は九州の産地と、毎週 1 回定期的に Zoom で打ち合わせを続けています。

その為、8 月上旬に人参の播種をしては、発芽不良で蒔き直しということの繰り返しの事実を把握できていました。

そこで、直ぐに北海道産地の契約量を約倍にし、同時にその分の保管冷蔵庫をレンタル契約しました。

事は急ぐので、小さな冷蔵庫会社は満杯状態で、大きな二チレイに依頼すると OK が出たのですが、すぐに契約とまで行かず、困っていたところに助け舟を出してくれたのが、松茸の仕入先インポーターでした。

こちらは上組と契約していましたので、契約が間に合わなければ自分の会社名義で荷物を預かってくれるよう交渉してくれました。

私たちが追加で依頼した産地は、ほんの一週間後には同様の注文が殺到して、価格は上がるし量は確保できない状態になったそうです。

いち早く動く事が出来、ようやく私どもも並みの青果会社と同様の動きが出来るようになりました。

しかし、余談は許しません。

通常の 週間出荷量×週 の数しか確保していませんので、価格がもし私の予想通り高騰もしくは数量確保自体が無理となれば、弊社にまた受注が殺到してしまいます。

弊社も顧客窓口が広がっていますので、そういう相場狙いの顧客の数が必ず絶対数を超えてしまいます。

そういう相場が逆転した時のみ発注してこられる顧客は、申し訳ございませんが従来顧客の受注の後回しになってしまいます。

その相場狙いそのものを完全に否定はしていませんので、この事で満足は出来ません。

瞬間的には、その企業様もお客さまである事には変わりません。

やはり、申し訳ない気持ちが付きまといます。

今後も、こういうことは起こり得ますので、こういう事態の時の対処方法として、事前予約性を導入して、

予め週間数量をお約束して頂いた企業様を、申し訳ございませんが優先させて頂くことにしました。

詳しくは、弊社営業政策担当取締役有安海宛に御相談願えれば幸いです。

商品案内変更

香川県産 JAS 宮下さんの紅はるか・・・終了。

病気により収穫量が想定以上に少なかったため

徳島県産野本さんのツルムラサキ・・・終了

北海道産特別栽培フルーツミディトマト・・・終了。

急激な冷え込みにより収穫量が激減した為。

北海道産特別栽培ミニトマトキャロル 10・・・直送の取り扱い収量。

収穫量が減少している為。

奈良県産十津川エリンギ・・・種菌が暑さで弱った為。再開まで 2 週間から 1 か月ほど

かかりそうです。

長崎県産名水ニラ・・・再開。

淡路島産特別栽培伊吹さんの玉ねぎ・・・L サイズ終了。M サイズは在庫販売となります。

(吉田麻衣)

それでは、今週も御注文のほど、何卒よろしくお願い申し上げます。

有限会社アルファー

吉田清一郎