



## マンスリーレポート report

### report

#### ■2005年2月のマンスリーNEWS

##### ■コラム

#### ■レトルト製品の調整について

いよいよ春に向けて新製品投入、1箇所コールドへの準備として、レトルト製品（ココア・スープなど）の調整に入っています。  
場所によっては終売となっている自販機があると思います。  
弊社としては「食の安全」を第一に考え加温劣化などに細心の注意を払っています。  
何卒、ご理解をよろしくお願いいたします。

##### ■コラム

#### ■しゃべる自販機！？

皆様、お気づきでしょうか？  
去年のタイプよりDYDOの自販機（富士電機製のみ）はしゃべるタイプとなっています。  
例えば、朝買うと「いってらしゃい〜」。その他、関西弁バージョンでしゃべったりもします。  
「まいどおおきに〜」みたいに。  
今年からDYDOの自販機は全てにこの機能を搭載していきます。また機能も新たに中国語やスペイン語など外国語なども対応できるようになりました。  
場所によっていろいろな設定ができるようになりました。

今後も自販機のDYDOは進化を続けます。

##### ■コラム

#### ■サントリーの「強いブランド構築」の秘密

サントリーのソフトドリンクの売上げ見込が、昨年で5800億円となる見込です。  
昨年対比で約107%の躍進を遂げたということになりました。  
ちなみに飲料業界全体では昨年比104%と推測されます。

つまり、サントリーは飲料をカテゴリーに分け、

##### ■編集部便り

毎年、新年に当社では年頭式を全社員を集めて開催しております。社長の今年の方針や営業優秀者の表彰などがあります。

そこで弊社社長よりこのような話がありました。

■地域NO1オペレーターを目指し・・・  
少しでもお客様に満足していただけるように、改善をやり続ける。また、お客様に弊社を選んでいただけるように、同業他社との差別化をしていく。  
つまり、私達はお客様に今よりも少しでも喜んでいただけるようになることが、当社の使命であるということでした。

■今年は・・・  
自販機管理システムを新たなものに導入します。これも管理の正確性を増すのもそうだが、より効率運営を目指し一環である。また、これは一般オペレーター向けの管理システムではなく、当社が独自に約2年掛けて構築してきたものということです。

■なぜ、サントリーはこんなに強くなったのでしょうか？それは一番大きな要因に商品戦略の強さにあります。下記に記した通りサントリーの商品は飲料各カテゴリーでは上位に来ているものばかりです。これはそのような戦略をとってきた結果であるのです。

- コーヒー
  - ・1位ジョージア
  - ・2位BOSS
  - ・3位DYDO
- ウーロン茶
  - ・1位サントリー
  - ・2位コカコーラ社
  - ・3位伊藤園
- 緑茶
  - ・1位お〜いお茶
  - ・2位伊右衛門
  - ・3位生茶
- コーラ

そのカテゴリーで全てトップをとれば飲料業界の  
トップなれるという戦略なのです。

去年は「伊右衛門」「ゲーターレイド」「BOS  
Sレインボー」と立て続けにヒットを飛ばしまし  
た。




今年は、既存商品を更に力を入れていくと聞いて  
おります。

特に「DAKARA」はリニューアルをし、コマ  
ーシャルにも力をいれていくそうです。

- ・1位コカコーラ
- ・2位ペプシ (サントリー)
- スポーツドリンク
- ・1位アクエリアス
- ・2位ポカリスエット
- ・3位DAKARA

今月は以上です。また来月号もご期待ください。

■マンスリーNEWSアーカイブ

	最新	<a href="#">マンスリーNEWSトップページ</a>
	2005年度	<a href="#">2005年のマンスリーNEWSアーカイブ</a>
	2004年度	<a href="#">2004年のマンスリーNEWSアーカイブ</a>