

マンスリーレポート

report

report

■2005年10月のマンスリーNEWS

■コラム

■秋の自販機切替について

先月号で当社は早めの切替をしているというお話しをいたしました。まだ暑いのにと思われるお客様もたくさんいたと思います。御無理を言ってホットへの切替に了承くださいましたありがとうございました。おかげさまで9月中旬から現在にかけてホットの需要をきちんととらえることができました。尚10月末に向けて完全冬仕様の準備していきますので、よろしく お願い致します。

■コラム

■第3回清掃キャンペーン始まる

10/1から第3回目のピッカピッカキャンペーンが始まりました。今回の重点ポイントは商品見本の台座、商品取り出し口、蛍光灯商品見本バックパネルです。今回は第1回目と同様に赤いシールとなります。前回2回はまだまだ完全にきれいな状態には正直まだまだといったところでした。このキャンペーンも繰り返し行うことによって、アークルの自販機がよりきれいになっていくと考えております。このことによって、気持ちよくお客様に自販機を利用していただけよう努力してまいります。行き届かない点が多々あると思います。どんどん指摘してください。よろしく お願いします。



■コラム

■自販機・今後の方向は?

10/6 (木) 富士電機リテイルシステム (自販機メーカー) で自販機展示会および自販機セミナーが開催されました。今後自販機がどうなっていくの

■コラム

■ニュースの裏側を読もう!

皆さんもうご存知だと思いますが、セブンイレブンが500mlのペット飲料の1部(7品目)を125円に値下げしました。今月号はこの記事に関してマスコミが語らない裏側を見てみたいと思います。ちなみに詳しい内容のわからない方のために9月10日版の週刊ダイヤモンドの記事をまず載せておきます。

ー週刊ダイヤモンド9/10よりー

九月一日に持ち株会社、セブン&アイ・ホールディングス(S&I)の下で経営統合するセブンイレブン・ジャパン(SEJ)、イトーヨーカ堂、デニーズジャパンのあいだで仰天構想が浮上した。同じ商品に対する納入価格などの取引条件をグループ内で統一するという計画だ。イトーヨーカ堂では九月一日から、SEJでは九月五日から一物一価制度を開始する、と卸業者への通達がすでに出されている。一二月末をメドに、ほぼすべての商品を対象に新納価に切り替える予定というのだ。そもそもこの話、五月中旬に鈴木敏文・イトーヨーカ堂会長が取引先集会の場で「SEJは取引量はイトーヨーカ堂をはるかに上回るのに納価はなぜ高いのか」と口にしたことがきっかけ。過去にもイトーヨーカ堂は、30%超を出資する系列食品スーパー・ヨークベニマルにおいて、地域の競合状況や卸業者によってイトーヨーカ堂と納価の条件が異なるケースについて、低いほうへの統一を進めてきた経緯がある。同様の理論を、持ち株会社化を契機にグループ全体に適用しようというのだ。さらに今回は、外食チェーンのデニーズへ卸す業務用の食材までも対象に含めるべく検討が進んでいるというわけだ。現在、S&Iの交渉の対象は卸が中心だ。昨年からは始まった消費税総額表示制で小売業全体が苦しむなか、イトーヨーカ堂は取引卸の入れ替えや契約条件の変更でその影響を最小限に抑え込むことに成功した。その方法を、今回の納価統一でも活用するのではないかと取引先の一社は話す。定価販売が前提のコンビニ向けに商品を高値で卸している業者にとって、スーパーと条件を合わせるのは死活問題だが、S&I側は「この変更についてこれら卸業者とは契約打ち切り。他社への変更や卸ルートの統合を行なう 能性もある」(関係者)と、かなりドラステックな姿勢を取る。

か？また最新のトレンドは？これらの情報を得る場として参加してきました。キーワードは3つです。

1、環境対策

今後10年をめどに全ての自販機はノンフロンになっていきます。

「ノンフロン自販機」の説明

現在、自動販売機の冷却装置に使用しているガスにはHFC冷媒（R407C）が使われています。この冷媒が排出された場合、オゾン層破壊への影響はありませんが、地球温暖化には影響を及ぼすと考えられています。昨今、家電業界では「ノンフロン冷蔵庫」が開発され、注目を集めています。使用されているHC冷媒は、イソブタン（R600a）でオゾン層の破壊や地球温暖化にも影響のない冷媒を使用しています。自販機は、パブリックスペースに多く、いろいろな方が利用される業務用の機材です。メンテナンスはもちろん、リ・ユースのための再生事業もすすんできていますが、多くの方が関わることから、より安全性の高い冷媒が求められていました。「ノンフロン自販機」は、自然界にある炭酸ガス（CO2）を冷媒に使用した極めて環境に優しい自販機のことです。

2、災害対策

7月号でお伝えした通り災害ベンダーというのが出ています。もしもの時に自販機内の飲料を無償提供しようというものです。また、免震ベースというものが出来ました。自販機の下に設置し地震の揺れを吸収する仕組みです。現状ではアンカーボルトの打てない設置先のみ仕様しています。

3、キャッシュレス

エディとスイカがシェア争いをしています。現状の比較表です。



	エディ	スイカ
発行枚数	1020万枚	685万枚
月間利用件数	930万件	10万件（電子マネーとして）
使える店舗数	2万店超	約1000店
主なロケ先	六本木ヒルズ、汐留お台場、中華街、福岡天神地下街、大阪心斎橋商店街、沖縄国際通りなどam/pm、サークルK、サンクス、マツモトキヨシ、マクドナルドなど	関東圏、仙台圏のJR東日本の駅改札と駅内店舗、駅ビルなど駅コンビニ「ニューデイズ」、ファミリーマート（東京近郊28店）、ビッグカメラ有楽町店、駅中ドトールコーヒー13店など

コラム

■中田ひろし横浜市長講演会

持ち株会社化をきっかけに三社のITシステムや物流システムを統一し、プロセスとコストを共通化したいS&Iにすれば「同じグループなのだから同じ値段で」という主張は一見論理的でもある。また、狙いはそれだけではなさそうだ。「持ち株会社化を契機にSEJ事業の大幅な改革をしようとしているのでは」と関係者は話す。仮に納価がすべてイトーヨーカ堂向けの価格に統一されたとすると、理論上はコンビニの店頭でスーパー並みの売価で商品を並べることが可能になる。実際に実行するかどうかは別にしてこの調達インフラがひとたび整備されれば規模の経済が働き、売価に反映できるのだ。現在成長が鈍化し、新業態の攻勢を受けて追われる身のSEJにとって、強力な差別化ツールとなることは間違いない。

たとえば飲料、アイス、インスタント商品など、納入ロットが大きくかつSEJとヨーカ堂での納価に開きがある商品のメーカーのなかには「まともに対応したら数十億円の影響が出る」（飲料メーカー）と困惑しきりのところもある。また、「ほかのスーパー、コンビニ、外食などの異業種を傘下に持つ流通グループまで、S&Iの例に追随されると……」と恐れるメーカーもいる。持ち株会社化で文字どおり日本最大の総合小売企業となったS&Iは、その船出初日からかなりの脅威をまき散らしそうだ。

この記事を読んで「え〜、何か変じゃない？」と思いませんか？素人考えですが、変と思ったのは「セブンイレブンとイトーヨーカドーの納価って違ったんだ！！」ってことがまず第一です。普通同じ会社に商品を納めるのに価格が違うなんてことがあるなんてことがおかしいと思いませんか？それに対して建前としてはスーパーに比べコンビニは輸送コストがかかるのでセブンイレブンのほうが納価が高いと言っています。確かにコンビニのほうが小分けの輸送ですし回数も頻繁です。しかし、本当にこれだけで納価が違うのでしょうか？あるセブンイレブンのオーナーは同じイトーヨーカドーグループのスーパー「ヨークベニマル」で、カップメンの『日清のどん兵衛』が単価68円で売られているにもかかわらず、セブンイレブン加盟店では、全く同じ商品の仕入れ単価（売値は150円）が119円70銭だということです。しかも、仕入先も全く同じ三井食品であるにもかかわらずです。と言っています。このことから推測すると、セブンイレブンオーナーに対しての納価とイトーヨーカドーに入る納価は間違いなく違うであろうことは推測できます。しかしここで大きな疑問があるのです。それは、セブンイレブンはベンダー（卸元）と店との直接取引で、基本的には本部はロイヤリティーで儲けを出す仕組みになっています。決してピンハネは行われていない事になっているのです。しかし先ほどのオーナーの話しを聞く分には、間違いなくピンハネは行われていると想像が付きまします。実はこのことは、ある一部のFCオーナーと訴訟問題になっています。詳しくはマイニュースジャパン

<http://www.mynewsjapan.com>を見てください。そこで、この問題の側面からだけを通して見ていくと、S&Iの報道はいままではメーカーからの納価が違うことを強調することによって、このピンハネ疑惑を隠そうとする狙いがあるのではないかなんて思ってしまう。本当の事実はわかりませんが・・・実はこのような訴訟問題などは、絶対に新聞やTVなどのメディアには取り上げられません。それは単純で広告収入を得ているスポンサーのことを悪く書けないということなのでしょう。ある意味、ジャーナリズムも歪んでいるな〜と感じます。そういう意味ではマスコミが取り上げる記事をそのまま鵜呑みにするのも危険だな

さる、9月30日（金）南足柄文化会館にて、中田

と感じます。

ひろし横浜市長の講演会がありました。先月はホリエモンの講演会の様子をレポートしました。今月はこの講演のレポートをお知らせしたいと思います。改革の具体的な内容として「G30」の話がありました。「G30」というのは平成22年までゴミを30%削減しようという目標だそう。循環型社会を目指すということにおいても、環境にも、経費削減においても全てに効果がある施策です。市民はゴミの分別を15種類に分けなければならないのですが、このちょっとした配慮が大きくゴミの削減するそうです。また、これによって1箇所焼却場の廃止が決まったそうです。これは大きな経費削減になるそうです。

今月は以上です。また、来月号もご期待下さい。

今、世の中は改革・改革と叫ばれています。彼は改革というのは「一つ一つ目の前の物をどう変えるか？そしてその積み重ねの総称を改革と言うんだ。」と強く言っておりました。実際に横浜市で改革を実行している人ならではの重い言葉と感しました。また「公共の作り方も変えないといけない」と言っておりました。やはり重要となるのは市民も巻き込んでの改革でないとうまくいかないということなんだと思います。

■編集部便り

今回は「横浜うかい亭体験レポート」を載せたいと思います。行ってきたのは当社社員10名です。当社では営業成績に応じていろいろな報償制度を行っています。今回は、その報奨制度（インセンティブ制度）の1つで夏の営業成績のご褒美でした。レポートしてくれるは海老名営業所所長小瀬康二です。皆様いつもお世話になります。アークル海老名営業所小瀬と申します。さる9/17（土）に夏場最盛期売上げ上位者とその他目標達成者総勢10名で、大和つつきみ野の「うかい亭」に行ってきました。ご存知の方もたくさんいらっしゃると思いますが、いわゆる高級ステーキレストランです。私達10名は全て始めていくメンバーばかりで、けっこう緊張していきました。まず駐車場に入ると数名の係の方が駐車位置まで案内してくれます。店内に入ると店員さんはにこやかに私達を部屋までエスコートしてくれました。店は古い金沢のオランダ商人の屋敷を移築したもので高級な調度品がたくさん飾ってあり、すごいと感しました。料理は鉄板焼をメインにしたコース料理で目の前でシェフが調理をしてくれます。シェフからは料理や食材一つ一つに説明がありそれを聞いたうえで食していきます。お酒を飲みながらゆっくり食事をする。なんとも言えない贅沢な時間が過ぎていきます。



最後は、場所を2Fに移しデザートとコーヒータイム。全部で2時間の食事会となりました。食事がおいしかったのはもちろんですが、贅沢な空間でゆっくり食事するなんていう事があまりないので、とてもよい経験をさせてもらいました。こんどはカミサンと一緒にいきたいな～と思っています。皆様も機会がありましたら是非出かけてみたらいかかですか？ちなみに [HP](http://www.ukai.co.jp/yokohama/index.html) は <http://www.ukai.co.jp/yokohama/index.html> です。

■ マンスリーNEWS アーカイブ		
➡	最新	マンスリーNEWS トップページ
➡	2005年度	2005年のマンスリーNEWS アーカイブ
➡	2004年度	2004年のマンスリーNEWS アーカイブ