

## マンスリーレポート report

### report

#### 2005年12月のマンスリーNEWS

##### ■コラム

##### ■ピッカピッカキャンペーン結果報告

先月号でお伝えした通り、11月で自販機ピッカピッカキャンペーンが終了しました。年2回行っている作業ですが、まだまだ、完璧に出来たということはありません。しかしながら、徐々に進化していると思います。私達は今後よりきれいで清潔な自販機を目指していきます。今後ともよろしく願いいたします。

##### ■コラム

##### ■ダイドー春の新商品情報!

全面的に公開することはできませんが、春の新商品の情報がいりました。その一部を紹介しましょう。来春のダイドーの自販機のフェイスはガラリと変わります。まず、コーヒーですが新ネーミングブランドが出ます。その名は「???」（これはちょっと待ってください。）他メーカーはコーヒーにブランドネームを持っています。「ジョージア」「ボス」「ワンダ」というように。しかしダイドーはそのようなブランドネームのコーヒーはありませんでした。ダイドーのコーヒーはどちらかと言うと、高年齢層の支持が高く20代～30代前半の支持は圧倒的にビール系企業にとられています。そこで今回この新ブランドコーヒーで若い層をとらえたいという商品だそうです。コマーシャルは日本火腿ファイターズの新庄選手だそうです。具体的商品としてはまず3品種出ます。ブレンドコーヒー・微糖コーヒー・エスプレッソラテです。そのほかの商品ですが復刻堂で5種類の新商品が出ます。その中でとても懐かしく思う商品があります。それは「かみかみオレンジ」です。20年以上前の商品で自販機がやっと出回り始めたときの商品です。その当時爆発的に売れ商品が足らなかったことを諸先輩より聞いています。それから、新シリーズで「日本元気計画」というシリーズで健康を意識した商品が4種類出る予定となっています。その他では、「ウォーターミウレモン」「コエンザイムQ10」などが出ます。少し気になるところで、「夕張メロンミルク」が復活しました。詳しくは新春1月号でお伝えできると思います。なお、サントリーの新情報は入り次第お伝えしていきます。

##### [日本の常識は中国の非常識]

こんなことが、よく中国に進出した日本企業から聞こえます。今回も同じようなことを随分強調されて言っていました。

例えばこんなこと・・・

- 自販機のロケマージンという考え方がない！  
日本では売り上げ1本あたりいくらという考え方が主流ですが、中国では完全に権利金という考え方が強いようです。

- 自販機本来の商売では儲からない！！  
どうやら飲料メーカーからの仕入れ値が非常に高いようで、商品を普通に売っていたのでは儲からないようです。それでは、何で儲けるのか？ズバリ広告収入のようです。自販機の両脇に企業のポスターを貼ってその広告料が儲けの源泉になっているようです。それも、飲料メーカーのポスターではなく、一般企業のを募集しているのが現状のようです。

- 中国人にはランニングコストという意識はない！  
ルートカーの選択をするときに、とにかく一番安いトラックを選択するのが中国人で、日本人は多少値段が高くても使いやすさ、燃費のよさを重視して選ぶ。

- 1元コインがない！  
中国は都市都市でコインが流通量が違うようで、大連は1元コインの流通量が非常に少ない地域だそうです。そこで自販機のつり銭を確保するのに非常に苦労すること。また札の紙質が悪いためよく自販機に札が詰まる故障が多いようです。

- ルートセールスの管理に関して  
最近、中国の自販機オペレーターがよく訪ねて来るらしいです。どのような内容で尋ねてくるかというと、ルート管理のことのようではなかなか難しいようです。佳楽では最初からこれが一番大変だったようで、とにかく精神論を注入していくのが最重要課題だったようで、中国でのノウハウの凝縮がこの点にあるようです。

最後に水野社長といろいろ雑談をしている中でこのような質問もぶつけてみました。「ぶっちゃけて、日本で展開しているオペレーター会社が中国に進出して成功しますか？」答えは「ノー」でした。しかしながら、社長はこのように付け加えました。「自分達はこのビジネスに自信を持って取り組んでいる。もし、自販機オペレーターで中国進出をするなら私の所へ来なさい。自分で中国にどっぷりつかって体験すれば可能性はあるよ。」

##### ■コラム

##### ■ハイパーインフレがおきる?

去る11月21日、小田原商工会議所で経済アナリストの

藤原直哉さんの講演がありました。来月号ではその内容を詳しくお伝えしたいと思います。かなりショッキングな内容でした。皆様、来月号を期待してください。

講師の紹介だけしておきたいと思います。

### 藤原直哉

経済アナリスト/シンクタンク藤原事務所所長

1960年東京生まれ。東大経済学部卒業後、住友電気工業、経済企画庁経済研究所、ソロモンブラザーズ・アジア証券などを経て独立。若手社会人対象の「藤原学校」を主催するほか、米国ワシントン大学経営大学院キー・パートナーとして「チームワーク」「リーダーシップ」に関する留学コースを企画運営。東海大学助教教授を歴任、NHKラジオセンター21世紀委員会委員として活躍中。

著書には「大転換」「未来経済学」「大逆転のリーダーシップ」「崩壊から再生への大潮流」「国家破綻II 生き残れる人 つぶれる人」「国家破綻最終章2005年 あなたの預金と借金がゼロになる！」「日本経済自然死の瞬間」など多数あります。



と・・・そのときは「ノウハウ料も少しもらわないとね。」と笑顔で話ししていたのが印象的でした。

### 「中国レポートおまけ」

日露戦争の現場である旅順観光もしちゃいました。

#### [203高地]

旅順の北西約2キロにある小丘で、標高203メートル、日露戦争の激戦地として知られている。乃木軍司令部の参謀長伊地知幸介の、無益の殺生による日本兵の戦死者6千2百余名。緩傾斜ではあるが、旅順前面の山地中標高がもっとも高く、頂上の展望もよく、旅順港口を一望のもとに見下ろす位置を占めているため、戦略上きわめて重要視せられた。203高地を攻略出来たことにより、ここに観測兵を置き旅順港内のロシア軍艦を海軍砲で砲撃することによって、港内のロシア艦隊は全滅した。

#### 203高地より旅順港を望む



#### [東鶏冠山北保塁 (とうけいかんざんきたほるい)]



日露戦争の激戦地として「203高地」と同様に有名な場所。「203高地」より旅順港に近く、何百人もの兵士が暮らす頑強な保塁が築かれていました。



### ■コラム

#### ■富士電機「中国・大連レポート」

11月11～13日まで、中国・大連の富士電機自販機工場と現地自販機オペレーターを見学してきました。先月号でお伝えした通り、今回はこのレポートを皆様にお知らせします。

今回の視察は山梨県の自販機関連の業者と神奈川県自販機関連業者合同で行ってきました。

私達が一番興味のあるのは、中国での自販機オペレーターの可能性です。中国は生産の国から消費の国として世界中の企業から関心が高まってきています。実際に富士電機さんが先陣を切って日本式の自販機オペレーター会社を立ち上げて約1年がたちました。さてその内容とはどのような内容なのでしょう？私達はわくわくしながら、成田空港を発ちました。詳しい内容をお伝えする前に基本的な内容を記載しておこうと思います。

#### 「大連」





「大連、労働公園から見た市内」



成田から空路で約3時間くらいのフライトです。緯度は日本に新潟とほぼ同じくらいです。地理的にも日本から近く、日清・日露戦争の戦場でもあったにもかかわらず、日本に対し大変近親感を持っている都市と言えます。街の風景も旧統治時代の建物が多く残っていたり、一部の路面電車はその頃のを使用しているなど、訪れる日本人にとっても違和感の少ない街でもあります。

#### [大連富士冰山自動販売機有限公司]

富士電機リテイルシステムズと大連冰山集団との合弁の自販機工場です。2003年10月10日設立で富士電機51%・冰山49%の出資比率です。生産規模は年2万台となっていました。現状はだいぶ少ないようです。大連の郊外の開発区にあり、回りは日本企業だらけでした。ちなみに、キャノン・三洋電機・YKK・トステムなどがすぐそばにありました。



#### [大連佳楽自動販売機経営有限公司]

富士電機リテイルシステムズと大連冰山集団との合弁の自販機オペレーターで、中国初の日本式自販機オペレーターということです。設立は昨年、資本金は3800万元だそうです。

さて、それでは中国での自販機ビジネスの現状をご紹介します。説明していただいたのは佳楽自販機の水野社長様です。今現在、中国での飲料の自販機稼働台数は約3万台ということです。ちなみに日本は242万台あると言われています。単純に考え

機関銃の後がなまなましい保塁（トーチカ）の外壁です。

#### [水師営]

日露戦争の旅順開城のさい（1905年1月5日）、日本軍司令官”乃木希典”（のきまれすけ）とロシア軍司令官”ステッセル”が歴史的会見を行った場所。



日露戦争を理解するには司馬遼太郎の「坂の上の雲」がお勧めです。是非ご一読を。

今月は以上です。また、来月号もご期待下さい。

るのであれば、人口13億に対して3万台しかない  
のだから自販機ビジネスは大チャンスということ  
なのでしょう。

自販機の設置先 百貨店（一番成績がいいよう  
です）



その他、空港やオフィス、大学などが設置ロケ  
先の主流のようです。



工場（一番多く設置しているようです）



■ 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](#)

(c)copyright ARCRU co.,ltd All rights reserved.