



マンスリーレポート report

report

■2007年6月のマンスリーNEWS

■コラム

■新システム導入準備中でてんでこまい!

現在アークルでは自販機総合管理システムの完全入れ替えを準備中です。

7月仮稼働、8月本格稼働の予定で動いています。自販機のコラムを全て管理するため、ホットコードの切り替えが無い時期最適と判断したため、今の時期となりました。

新システムによって最初は営業効率が落ちると思われます。(もちろん慣れば効率は良くなります。)しかし皆様にはご迷惑をおかけしないように自販機フォローは今まで通り行っていきますので、よろしくお願ひします。

新システムは、光通信のハンディーターミナルを利用し自販機管理を行います。導入後は自販機を開けなくても何が何本売れているとか、売り切れが何時間放置されていたかなど、わかるようになりますのでより細やかなフォローが出来るようになります。

スムーズに導入!!頑張ります!!

■コラム

■商品戦略で、もがくダイドー

先日、ダイドードリンコの社長をはじめ、商品開発の人達たちを話し合う場を持つことができました。もちろん話題は商品のことに集中します。

実は現在飲料業界では、昔のようにヒット商品を出すことが困難になってきています。ちなみに「缶コーヒーの新商品は95%失敗する」と言われています。2000年以降発売の缶コーヒーで小売店の店頭に残っている商品は「2品しかない」という状況で競争が激烈のためです。

その中で昨年のダイドーの「D-1コーヒー」は1000万ケースを突破し、缶コーヒーの新商品ではNO1を獲得しました。しかしその「D-1」もはやくも、今春はリニューアル。また「D-1」発売に伴う広告宣伝費でダイドードリンコの決算は減益になりました。



ダイドードリンコの商売の特徴を一言で言うと「持たざる経営」です。ダイドローは飲料メーカーでありながら工場は一切持ちませんでした。その分資源を自販機営業に特化し、市場を開発してきました。これは非常に面白い戦略で、自販機が販売媒体なので商品製造はパッカー（ジュース工場）に100%任せて、とにかく自販機という売場を増やせという戦略をとってきたというわけです。しかしその戦略から外れることがらが平成12年にあります。それが現在の「MIU」つまり海洋深層水の工場に出資をすることだったので。商品のライフサイクルが短く、嗜好も多様化する現在では自社工場を持つことはリスクとなります。それが証拠に今年のダイドローのウォーター戦略が「山の水より海の水」です。訳がわかりません。これはその工場を持つことによっておきた弊害と言えるでしょう。今後の飲料メーカーに於けるウォーター市場戦略はとて大切だと思われまます。

今年、ダイドローは復刻堂で昔のデザインの「ペプシコーラ」と「三ツ矢サイダー」を発売しました。飲料メーカーとして「他社の製品を扱うなんて恥ずかしくないのか」という声も多く聞かれますが、自販機中心のマーケティングではこれもありです。なぜなら自販機をバラエティー化することによってその自販機の価値が高まるからです。要はダイドードリンコは飲料メーカーでありながら、自販機オペレーターの要素のほうが強いと判断すればわかりやすくなります。

7月の中旬にダイドローのマーケティングの方々と再度話し合う機会があります。ウォーター戦略についてはいろいろな提言をしていきたいと考えています。その時のお話しはまたチャンスがあれば、紙面でご報告いたします。

■コラム

■ダイドロー今年のポイントカードの景品は？



景品ラインナップ



ダイドローポイントカード対応機

毎年ぱっとしないポイントカードプロモーションだったのですが、今回は、「日本のいいもの」をテーマに、ウォーカーとのタイアップを企画したようです。昨今の通販やお取り寄せブームをヒントに、「**北海道ウォーカー**」「**東京ウォーカー**」「**東海ウォーカー**」「**関西ウォーカー**」「**九州ウォーカー**」の日本各地のウォーカー編集部がセレクトした、隠れた銘品・名産品を中心にラインナップしました。

もちろん、例年通りダイドードリンコオリジナルグッズも「ダイドローウォーカー」セレクトとしてラインナップしているようです。エリア情報誌として最多発行部数を誇り、全国各地にてそのエリアに根ざした情報を提供するウォーカーシリーズとのタイアップだからこそ実現したキャンペーンです。

ダイドローは、商品流通の約90%を自動販売機が占めています。そのため、自販機の特徴を活かした飲料の開発はもちろん、ユーザーにとっていかに魅力的な自動販売機を提供するかが経営戦略上の最重要ポイントとなっています。

今回のキャンペーンで、ユーザーへの付加価値およびお得感を提供できるか？

商品内容は以下の通り（期間：2007年4月1日～2008年3月31日）

東京ウォーカーセレクト

ブケ・オ・ブケ六本木ヒルズ オリジナルバラジャム（100ポイント）
 シェ・リュイ 代官山ラスク（300ポイント）
 松徳硝子 うすはりタンブラー（500ポイント）

東海ウォーカーセレクト

備前屋 あわ雪豆腐（100ポイント）
 さんわの手羽煮（200ポイント）
 田宮模型 タミヤTシャツ（300ポイント）

関西ウォーカーセレクト

神戸風月堂 プティーゴーフル (100ポイント)

中野うどん学校 うどんセット (200ポイント)

室戸海洋深層水 果物ゼリー 浜幸 土佐の日曜市 (300ポイント)

マリンプティックJIB (ジブ) トートバック BAKETSU (500ポイント)

ダイドーウォーカーセレクト (ダイドーオリジナルグッズ)

DyDoオリジナルドリップコーヒー (50ポイント)

CLUB DYDOオリジナルラッピングバスチョロQ (100ポイント)

復刻堂オリジナルパーカー (300ポイント)

復刻 ミニクーパーモンテカルロ (ラジコンカー) (500ポイント)

選べるグルメギフト券 (1000ポイント)

九州ウォーカーセレクト

椒房庵 博多からしめんたいせんべい (100ポイント)

ラクチャーナ 青パパイヤの石鯛 (200ポイント)

雲仙きのこ本舗 養々麺 (300ポイント)

北海道ウォーカーセレクト

まりもっこり フェイスタオル (100ポイント)

旭山動物園 シルキービーンズ 白くま (200ポイント)

紋別 本ずわいがに缶 (400ポイント)

■コラム

■日本一豊かな家計の裏には何がある？

皆さん、日本一豊かな家計の地域はどこか知っていますか？東京でも大阪でもありません。

それは・・・ 富山にはなぜか富がある (日経新聞5/4より)

「日本一豊かな家計」はどこにある？北陸のとある県に飛んだ。平均月収71万 (日本一) ・消費支出40万 (全国2位) ・こづかい月額4.5万 (日本一) ・平均貯蓄残高569万 (全国7位)

女性の常用雇用率全国1位の66%。全世帯の6割近くが共働きだ。日本では家計に占める主収入の割合が82%だが、富山では62%。配偶者や他の世帯員の収入が大きい「多財布」家計だ。

富山の女性はなぜ働くのか？早速出会った女性タクシー運転手に聞いてみた。「働くのが当たり前。家にいると『体が弱いのか』と思われそう」。「子供はしゅうとめが見てくれるし、働けば旅行などの楽しみも増える」。

「うちは三世代同居の典型的な富山家庭」と話す67歳の針山節子。「起床は朝5時半。家族6人分の朝食をつくり、夕食の下ごしらえをする。2人の孫の保育園の送迎は”じじばば”の役目。顔見知りのじじばば仲間も大勢いる」。

針山は社会福祉法人の施設長。夫も自治会などに忙しい。大人4人総働きの針山家の世帯月収は120万円。息子夫婦から生活費は取らない。「若い人の給与は多くないし子供にお金がかかる。余ったら貯めればいい」。時間とお金をおおらかに融通する。

富山では針山家のような三世代同居が世帯の2割。富山出身の社会学者、上野千鶴子 (58) は「皮肉にも日本型家族制度 という昔ながらの伝統が、結果として女性の社会進出を支える。」とみる。古くから化学や金属加工などの産業が盛んだったことも女性が働く風土を育てた。

総働きは一朝一夕にはできないが、それに道筋をつけるのが工夫。富山市は昨年「運転免許を返上すれば2万円給付」という制度を始めた。対象は65歳以上。市が高齢者と若者の住まいの交換を仲介する。高齢者は車が必要な郊外の一軒家を出て中心市街地に引越し、空いた家は子育て世代に貸す。所得に応じて月1万円の補助も出す。

時間とお金、住まいを地域でくくり直す。1年で507人が免許を返上し、市街地の人口は40年ぶりに増えた。自身も三世代家庭に育った市長の森雅志 (54) は「子供以外はみな働くというのが富山の価値観。それを時代に合わせ、守るために行政が後押しをする」。

「家計力」は好循環を生む。農業の古いシズエ (57) は貯めた40万円のこづかいを手元にアップルパイ製造販売を始めた。自ら育てた富山産リンゴのパイは評判を呼び、行列の出来る店に。「夫にいちいちお伺いを立てこづかいをもらうほど嫌なことはない」。

看護師の惣万佳代子 (55) は退職金1千万円をつぎ込み、仲間と14年前にデイケアハウスを立ち上げた。下はゼロ歳、上は98歳。障害者も共に過ごす。「一つ屋根の下に多世代、色々な個性の人が暮らすのが日本の文化」。この擬似大家族は富山型の特区として各地に広がっている。

政府はこの4月、25～44歳の既婚女性の就業率を57%から71%に引き上げる構想を打ち出した。高齢者の就業率も十数ポイント引き上げるといふ。大家族に戻るのは難しい。その代わりに家や会社や地域でチーム力を引き出す仕組みを考える。それを促す政策にも知恵と工夫がいる。

日本は人口減を超え成長するため、働き、稼ぎ、消費する家計力を高めねばならない。小を束ねて大をなす、総働き型のイエコノミーは強靱だ。

日本一の家計力の裏には日本の伝統的な大家族があった。それは女性の社会進出を促し、総働き型の社会を作っていく。結果収入が増え、高い消費力を持つことになり好循環なけ経済になっていく。
なるほど・・・

■コラム

■どうなるサッポロ??

現在サッポロホールディングスがスチールパートナーズから買収提案を受けているのは皆さんもうご存知でしょう。最近日本の食品業界が外資が狙われているパターンを多く見ます。ちなみに今回のスチールパートナーズのターゲット先には、アデランス、江崎グリコ、ユシロ化学工業、日清食品、ブルドッグソースなどがあります。

彼らは購入した株を在庫と見えています。つまり高く売れる売り先があれば売って利益をあげようと思っています。

さて今回のサッポロの売却候補はどこになるのでしょうか？具体的には以下の5つとされています。

- 1、ビール業界他社（アサヒ、キリン、サントリー）
- 2、飲料業界他社（伊藤園、ポッカなど）
- 3、サッポロ自身
- 4、個人投資家
- 5、解体

まず、ビール業界他社については供給過剰の中、合併してどれぐらいの効果が期待できるかというところあまり期待出来ないのが現実と思われまふ。実は前回このスチールが明星食品に買収をしかけたときは、日清食品にうまく高値で売却出来まふ。このパターンでいけば、ビール業界他社に売却するのがスチールの狙いかも知れまふ。

次に飲料業界他社に売る場合。これはよくわかりまふ。実はサッポロは飲料事業は赤字です。サッポロの収益の大半は恵比寿の不動産収益です。この会社を飲料業界他社が買ってもメリットはないのでしょうか。ただ、伊藤園あたりは先日「タリーズ」を買ったりしています。伊藤園はお茶に偏った事業内容なのでビール業界参入なんて荒業を見せるかも知れまふ。

3つめのサッポロ本体に引き取ってもらうっていうのは、サッポロにそれだけの体力があるのかが問題になるでしょう。

4つめの個人投資家に押し付けてしまえという案。これもうまくいくかは疑問。

最後に解体という可能性、これも十分ありえるのではないのでしょうか。資産価値のある不動産を解体して、ビールだけ売っちゃうということです。

どちらにしても、スチールの狙いはあくまでも利益を上げることですからこのままで終わることはないでしょう。

(参考：ダイヤモンド・ザイ6月号)

このような問題を見ると上場することって何だろうと思ふのは私だけでしょうか？ちなみにサントリー

は未上場の独自企業で株主に左右されることなく、事業をしています。(何十年もビール市場で赤字を出していてもやれたのは未上場だからと言われていました。) 今後もサッポロの行方は注目です。

絶品! 純豆腐 (スンドゥブ)

さるGWの5/4に前々から話題になっていた純豆腐 (スンドゥブ) の店に夫婦で行ってきました。実はこのスンドゥブ、7~8年前にロサンゼルスに行った時、現地の友人に「スンドゥブって知ってる? うまい店があるから連れて行ってあげる。」言われ行ったことがあったのです。その店は小さい店ながら外まで行列をなしていました。



このスンドゥブはまさにロサンゼルスが発信地なのです。(韓国でなく) 今ではニューヨークにもたくさんの専門店があるようです。

今回行ったのは東京純豆腐 (スンドゥブ) という店です。

この店は新宿・青山・渋谷・麻布台と4店舗あるようで、その中の新宿店に行きました。場所は新宿3丁目の交差点に角にあります。

言うなれば豆腐チゲ鍋

スープはスタンダード (塩ベース) とみそベースの2種類がありました。



きのこスンドゥブ
スタンダードタイプ、チーズのせ



お店のたて看板です。目印にしてください。

食べ方はスンドゥブをスプーンですくってご飯の上のかけて食べていきます。今回はチーズをトッピングしてみました。

これが辛さを和らげとてもマイルドな味になりました。お勧めのトッピングです。



¥900、安い！

豆腐は国産の有機大豆を使用し、店舗で毎日つくっているそうです。スープのベースは、動物系のスープに厳選された魚介系と野菜をあわせたトリプルスープ。（なんかどこかのラーメン屋みたい）。

タテギ(とうがらしベースの韓国調味料)は20種類以上の材料をブレンドしているそうです。もし、興味があれば行かれてたらいかがですか。

■コラム

■ブルーベリーの花、満開です。

撮影は4月中旬です。ネットが張られています。たくさんのミツバチが蜜をとっていました。



場所は当社のすぐ近くです。夏にはおいしい実が収穫できるでしょう。

■コラム

■アークルの人達ブログ・絶好調連載中です！

アークルでは数班に分けて毎年旅行に行っています。

今年は北海道班と沖縄班に分かれました。現地ではいろいろなことがおきたようです。

内容は各ブログよりご覧ください。



沖縄村にて記念撮影



ホテルの部屋より大通り公園全貌

ただいまブログは8名が更新中です。＊古本屋のオヤジも参加中！

- ・所長のブログ（小田原H所長）
- ・チーフの給湯室（小田原Mチーフ）
- ・情報最前線（海老名K所長）
- ・促進課目玉オヤジ（販売促進課Hさん）

- ・促進課オヨヨ
- ・販促課オオクワ80mm
- ・産地直送！新鮮ネタ（海老名Nチーフ）
- ・販促課おのおのがた ついにデビュー！

こちらからどうぞ

<http://www.ar cru.com>

今月は以上です。又、来月号も宜しくお願ひします。

■2007年度のマンスリーNEWS

➡	2007.05	アークル マンスリーNEWS
➡	2007.04	アークル マンスリーNEWS
➡	2007.03	アークル マンスリーNEWS
➡	2007.02	アークル マンスリーNEWS
➡	2007.01	アークル マンスリーNEWS

■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
➡	2006年度	2006年のマンスリーNEWSアーカイブ
➡	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
➡	番外編	マンスリーレポート番外編