



マンスリーレポート report

report

■2008年1月のマンスリーNEWS

■コラム

■あけましておめでとうございます。



皆様あけましておめでとうございます。

新年はいかかがお過ごしでしたか？また、旧年中は弊社自販機では大変にお世話になりました。今年も、我々は自販機オペレーションに更に磨きをかけ、「自販機はアークルで良かった」と皆様に言っていただけ様、精進してまいります。

今後共よろしく願いいたします。

左の写真は京都・大豊神社の狛ねずみです。大豊神社は「哲学の道」から少し外れた所にあります。その本段右奥に「大国社」(オクニヤシ)と言って大国主命(オクニヌシノミコ)を祀った小さな社(ヤシ)があります。そこに日本唯一狛ねずみがいるのです。なんとも、愛らしい姿に思わず微笑んでしまいます。

今年のアークル年賀状です！

また本段左側奥にも小さな社があります。その前には何と狛猿と狛とびがいるので



狛猿です。



狛とびです。

■コラム

■売り切れ撲滅作戦のその後

by 小田原(営) H所長談

昨月からおこなっている、売り切れ撲滅作戦について小田原のH所長に現状を語っていただきました。

ハンディーターミナルで自販機と光通信を行うと、売り切れコラムの場所に【!】のサインが出てきます。私達はこの【!】を何とか無くそうと、売れ筋商品をダブルセットにしたり、売れ行きが悪い商品は他の商品と交換するなどの作業をしております。現在、毎日【!】の数を集計して表にまとめています。【!】の数を見るたびにドキドキし緊張するのですが、その数も少しずつですが減ってまいりました。しかし、微妙な気温の変化などで売れ行きが変わってくるので【!】が完全になくなることはなかなかありません。

この売れ筋商品の入れ替え作業は年末までに全台完了することになっていきますので、だいぶ【!】が減ってくるのではないかと考えています。

私達も手直しを加えた自販機が次回訪問時に売り切れランプがついていなくなったら、かなりうれしい気持ちになります。

来年も私達のオペレートは進化を続けます。是非ご期待ください。

■コラム

■未来のデパートはこうなるのか?

昨年11月リニューアル後の新宿伊勢丹メンズ館に行ってきました。

そこで驚いたのが8Fの最上階です。まるで“男のこだわり”をうたった雑誌をそのまま持ってきたようなコンセプトなのです。

(以下は日経新聞より)

例えばカメラはライカのみ、オーディオはスコットランドのリン社製品だけという限定型。男の部屋を飾る生花の売り場や万年筆などの文具類、豪華ホテルを紹介した本などの書籍コーナー、部屋用の香り、ヘアケア・スキンケア、顧客の体質にあった調査をするサプリメント売り場などこだわり商品満載なのです。

オーディオ機器の視聴室のほか、女性スタッフが頭や顔、足をマッサージする男性専用のデイスパ、1個2940円のフォアグラバーガーなどを用意したカフェもある。

統一コンセプトは「レジデンス」。男性の書斎やリビングルームに置きたいと思う品物を揃え、癒しの移住空間を演出している。そこで買ってくれなくていい。最上階に男性好みのこだわり商品を博物館のように並べることで集客力を高め、下の階へのシャワー効果が期待できるということだそう。

8Fはこれに衣料や身の回り品、雑貨など伊勢丹独自の企画で集めたラルフローレン売り場が加わる。

今回の改装では独自企画商品は7F以下でも強化されており、今や全商品の半分が伊勢丹オリジナル。ダーバンやニュー YORKERの紳士服はすべてメンズ館限定。デザインだけでなく素材から縫製の仕方、

工場まで伊勢丹が指定した商品も多いという。



男性専用スパ

本百貨店協会の販売統計を見ると、ピークの91年に1兆円あった紳士服は06年では5800億円と約4割ダウン。この間、婦人服は6%しかダウンしていない。つまり財布のひもを握った女性に合わせた品揃えしかしてこなかったことが大きい。

これに対してメンズ館は「自分本位のおしゃれ」を求める男性の需要を追及して成果を出してきた。伊勢丹新宿店というブランドを磨き上げるMD（商品政策）への挑戦が成功のてこになったといえるだろう。



フォアグラバーガー

消費者の傾向が如実に現れるのが商業施設だと思う。特に今回伊勢丹新宿店を見て思ったのは、「お気に入りのものだけをお気に入りの空間で買いたい」というニーズがかなりあるのではないかと。つまりこれも”おたくか現象”の現れなんだろうなと思いました。確かにストレス社会を生きていく上でただ単に物を売るだけでなく、「癒し」も売り物の一つになったということではないでしょうか？

物を買うだけの行為であれば、ネット通販などで十分なのかもしれません。商売をする側から考えるとお客様を店に呼ぶには、店の新しい価値観を創造しなければならなくなったということかもしれませんね。

■コラム

■江戸時代にタイムスリップ 榎原市今井町

今回冬の京都を訪ねたついでに、前からずーと行きたいと思っていた榎原市今井町に行ってきました。

榎原市今井町は約500年前に出来た町で町全体が重要伝統的建造物群保存地区なのです。東西600m、南北310mの町内には、瓦屋根、白いしっくい壁、格子戸といった伝統的な建築様式の町家が軒を連ねています。

立て看板の説明によると、今井町に残る古い町並みは、中世の環濠集落を発祥とする、称念寺を中心とした寺内町で、江戸時代も自治が行われてきた日本でも極めて珍しい歴史を持つ町だそうです。戦国時代に高い軍事力を持っていて、当時町は環濠で囲まれており、あたかも城塞都市の雰囲気だったそうです。織田信長に対しては、本願寺とともに抗戦の構えも見せましたが、降伏。今井町ゆかりの茶人、今井宗久らのとりなしもあって町はそのまま残され、現在もその広大な領域に戦国時代、江戸時代からの町並みと道路がそのまま残っています。(基本的には16世紀と変わっていないとか)。



16世紀から変わらない道

ヨーロッパなどでは古い町並みがそのまま残っていて現代に溶け込んでいますが、日本ではこのような風景は本当に限られた場所だけしか残されていないのが現状でしょう。

今回、今井町に行ってみて感じたのは実際に人が住んでいながらこのように古い町並みが残っていることに感動したと同時に、とても清潔感があったことに驚きました。

そういえば昨年訪れた、中国杭州郊外の龍門古鎮に非常に似ていると思いました。



銀行もこの町ではこんな感じになります



中国杭州 龍門古鎮（何か似てませんか）

■コラム

■激ウマ!B級グルメ情報 第8弾

今月号は昨年の5月号に続いて肉まんの紹介です。場所は世田谷になります。

小林社長の情熱

この店は台湾・台中からバスで1時間半の鹿港（ルーガン）という所にある超有名な「振味珍（ゼンウェイゼン）」の肉まんなのです。どうやってこの味を日本に持って来たのかというと？それは、小林社長が1994年の2年間、日本語教師として台南へ行っていた時、たまたま旅行で訪れた鹿港で、老舗「振味珍」の包子（肉包。肉まんのこと）を食べて単純に「おいしい」と感じたのが始まり。その後日本に戻って、横浜中華街などで肉包を食べてみるものの、鹿港で出会った味には再会できなくて残念に思っていたそうです。

そしてまた2001年に台湾を訪れる機会があり、台湾人の友人と鹿港へ行って老舗「振味珍」の包子を食べてみて、やっぱりおいしいと感じていたその時、友人の台湾人がずかずかと店内に入っていく、店の老バンに「この日本人がこの味を教わりたそうだ」と直談判を始めた。老バンであるおじいさんは、日本語世代の人だったので日本語でおいしかったことを伝えて、日本にはこんなおいしい肉包はないなど、いろいろとお話しされたそう。この時はこれでおしまい。また日本に戻って生活を送っていた。

ある日、神戸の南京町へ行き、ここで肉包を食べてみて決心がついたと。「やっぱり鹿港へ行って、自分が食べたいあの味を作ろう！」そして鹿港を再度訪問して、老バンに弟子をお願いするも最初は断られる。が、通って5回目くらいに、ようやく弟子入りが許されて、2002年3月晴れて弟子になれたそうだ。



さてその肉まんの作り方なのですが、技術がまずは第一のポイントで、皮の材料は小麦粉に砂糖、スキムミルク、イーストを混ぜて、機械にかけて生地を作る。この何気ない行程の中に修業の成果があって、鹿港の皮と再現できているようだ。どこにその秘密があるのかは絶対に教えられないようだ。肉包の餡も、小林さんが新鮮なブタバラ肉と背油を包丁で切ってから機械でミンチに。肉は、その時に入手できる最高のものを使用している。台湾では豚のモモ肉を使用していたが、小林さんはドリップが出て肉汁がにごるから豚のバラ肉を使う。味のポイントは、台湾から輸入している「葱頭」。この葱頭（揚げた玉ねぎ）だけが台湾のものを使用、他の材料は全て国産。葱頭を入れて餡の味にコクを出している。他につなぎを使っておらず、鹿港の店の味よりも味付けを少し薄くして日本人の口に合うようにしてあるものの、基本的には鹿港の味のままだそうだ。



あんまんは売り切れ



さて、私が行ったのがちょうどお昼ごろ。テイクアウトのお客さんがほとんどの様で、私のように店の前で食べているお客さんはいない、それでも客足は途絶えることがなく次々とやってきて箱単位で購入していた。

メニューは肉包（肉まん）とあんまんとまん頭のみ。甘党の私はあんまんも食べたかったのだが、ちょうどこの日は売り切れ。ちょっと残念。

肝心の味は肉まんの餡はやや薄めの味付けで胡椒が少しいている感じがした。非常に特徴的だなと思ったたのは皮で、非常にモチモチしていて弾力があり噛むとしっかりした食感があった。たぶんこの店の一番の特徴はこの皮だと

直感的に思った。

買っていくお客さんを観察していると、まん頭を買っていくお客さんが非常に多い。
つまり皮がうまいということなのでしょう。是非、東京方面にお出かけの際は行ってみたいかが
ですか？

店名：鹿港（ルーガン） 場所：世田谷区世田谷3-1-12

■コラム

■社員紹介

しばらくの間、社員紹介のコラムをお休みしていました。新人さんも何人か入社しましたので、今
まで紹介していなかった
メンバーを紹介していきます。

今月号は小田原（営）の宮副裕司君です。



【普段心掛けている事】
いつも笑顔で安全運転！！

【一言】
気軽に声を掛けて下さい。スマイルサービス致します。

■コラム

■アークルの人達ブログ・絶好調連載中です！

海老名K所長、YAZAWAのコンサートに行ってきました。久々に燃えたぜ！
販促課のオヨヨ頑張ってますよ～！！

ただいまブログは8名が更新中です。

- ・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）
- ・促進課目玉オヤヂ（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）
- ・古本おやじの独り言（98キロの人面冷凍マグロ）

■コラム

■先月の売れ筋商品

DYDO売れ筋ベスト5	SUNTORY売れ筋ベスト5
1位 ダイドーブレンドコーヒー	1位 ボス贅沢微糖
2位 デミタスコーヒー	2位 ボスレインボー
3位 Mコーヒー	3位 ボスカフェオレ
4位 D-1 ファインクリア微糖	4位 ボスレジェンド

今月より、毎月先月期の売れ筋商品ベスト5をお知らせしていきます。
これも、新しいシステムを導入した結果簡単に見られるようになりました。

■コラム

■大切なお知らせ

マンスリーNEWSについてです。お客様には毎月このNEWSを自動販売機の返金と一緒に同封させていただいております。このNEWSは、同時にHPにも毎月アップしています。そこで来月からですが、お客様に同封させていただいているNEWSを簡易的なものとさせていただきます。例えば、当社で行っているキャンペーンや活動などは、紙媒体でお知らせしていきますが、B級グルメレポートや昨今起きているニュースなどのレポートはHPでご覧ください。

もちろん、このマンスリーNEWSは今後も変わらずに続けていきますので楽しみにしてください。

今月は以上です。又、来月号も宜しくお願いします。

■2007年度のマンスリーNEWS

➔	2007.12	アークル マンスリーNEWS
➔	2007.11	アークル マンスリーNEWS
➔	2007.10	アークル マンスリーNEWS
➔	2007.09	アークル マンスリーNEWS
➔	2007.08	アークル マンスリーNEWS
➔	2007.07	アークル マンスリーNEWS
➔	2007.06	アークル 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