



■2010年3月のマンスリーNEWS

■3月のアークル

皆さんお元気ですか？今年に入り、1月は天気が順調で売上推移もまずまずなんて思っていたら、2月にやられました。雨&雪の連続。

その中でコールド新商品のセット。なかなかつらいものがあります。

さて昨年末に当社の取引先である、ダイドードリンコさんが組織改革をやると発表し、この3月21日より実施されるようです。具体的には、飲料メーカーとしてのメーカー機能（商品開発、自販機開発etc..）と私達が行っている自販機オペレーションなどの販売機能を完全に分けるということだそうです。つまり自販機オペレーションの会社は子会社され、そちらにいく社員さんは転籍という形になるようで、一度退職するという形がとられるようです。



ダイドーさんは今まで、自販機のフォローをレギュラーサービスでフォローしてきたので、1人あたりの売上が非常に高く効率的な営業が出来ていました。また、自販機も今のように無償で展開するのではなく、他社にはない高機能の自販機（ポイントカード機など）を開発し有償で展開したりしていました。つまり、自販機市場が熟成しきっていない中で優位的な商売が出来ていたのです。

しかし皆さんもご存知のように、大手ビールメーカーの進出により市場は一変しました。レギュラーサービスからフルオペサービスに、自販機も有償から完全無償にと・・・このような状況になると、1人あたりの効率も悪くなり生産性が落ちてしまいます。そこに今までと同水準の給与体系を保つのは困難だったのではないのでしょうか？

今後は更なる効率化が図られるでしょう。拠点の統廃合やルートマンの持ち件数の増大、さらには人のリストラなどもあるのではないのでしょうか。

この組織改革が行われたことは、ダイドーさんにとってとても有意義なことだと思います。外から見ても遅すぎたぐらいだと思います。

さて私達取引先は、この改革を前向きに捉えるべきと私は考えています。改革をすることによって、収益性が確実に上がるでしょうしメーカーとしてのレスポンスも向上するでしょう。メーカーが良くなれば、私達取引先もより前向きにビジネスを展開しやすくなります。

最近、ダイドーさんはビールメーカーの後手を踏んでいるような気がしてなりません。これを機により競争力をつけて、市場に立ち向かっていかなければなりません。もちろん私達も前向きにこのビジネスを展開し、結果メーカーも取引業者も良くなるようにしていきたいと思っています。



DYDO売れ筋ベスト5**SUNTORY売れ筋ベスト5****J T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	1位	リアルブレンドロイヤルミックス
2位	デミタスコーヒー	2位	ボスレインボーマウンテン	2位	ルーツクリーミーカフェ
3位	Mコーヒー樽	3位	ボスカフェオレ	3位	ルーツデュアルテイスト
4位	葉の茶290ボトル缶	4位	ホット伊右衛門275ボトル缶	4位	ルーツビタースタイル
5位	T i - H a ミルクティー	5位	ボス無糖ブラック	5位	辻利HOT275P

■コラム**■サントリーも!!ペプシNEX・セブンアップ**

先頃、サントリーさんより3月よりこの2品を期間限定（9月まで予定）で100円販売にするとの連絡がありました。昨年末にJ Tからルーツのコーヒーを冬限定で100円販売可能（オペレーターに実行するかどうかは委ねられる）という連絡があったばかりで、次は大手のサントリーが、という感じです。

プロパー商品を100円販売にするということを、ダイドードリンクのようなメーカー（自販機専門）がやるのと、サントリーがやるのではマーケットに与える影響がかなり違います。ダイドールであれば自販機限定という意味合い強くなりますが、大手のサントリーとなると、その他の飲料大手メーカーが黙っていないのではないのでしょうか。例えばバッティングするコカコーラ、スプライトはどうなるのでしょうか？

そういう意味では今回の施策はマーケットに与える影響はかなり大きいものになる予感がします。最近ではコンビニでも期間限定としながらも、各飲料メーカーが順番（？）に価格を下げているのが目立ちます。飲料メーカーも価格を下げないと売れないということはわかっているのでしょうか。しかし価格を下げるのが自分の首を絞めていくというのもよくわかっているはずですが。昨年初旬にサントリーが値上げするのではないかとということでマスコミを賑わせたのですが、わずかここ1年で飲料マーケットは大きく変わったような気がします。

結果的に、当社ではダイドール・サントリーの取り扱いが大半を占めているため、100円売価商品を数多く持つことで、競争力も増したと言えるのです。このことをチャンスにとらえ、今夏はしっかり売っていきたいと思っています。

■コラム**■ごはんを大盛りにするおばちゃんの店は必ず繁盛する**

絶対に失敗しないビジネス経営哲学 島田紳助著



年末に本棚の大掃除をしていたところ、ふっと目に付いた本。思わず手にとって読み返していたらそのまま読みふけてしまった。こんな経験は皆さんありませんか？そうなんです。まさにこんな感じで、手にとった本がこれなんです。

私は基本的にタレント本は買わない主義なのですが、この本はビジネスをする上ではなかなか面白いことが書いてあります。

例えば「ビジネスのお金に対するスタンス」について儲けようとしてビジネスを始めるとた

いてい失敗する。ビジネスも儲ける事を目的にしたら、上手くいかないのだ。

目先の儲けばかりが気になって、視野が狭くなるからだ。目が狂う、判断が鈍る。勝つ思うな、思わば負けよ。唄の文句じゃないけど、ほんとうにそうだと思う。

ビジネスに勝つためにも、自分の楽しみのために、仲間の幸せのためにビジネスをするのだ。更に言えば、ちょっとでも世のため人のためになればいいと考えながらビジネスができたらもつといい。

そうすれば視野が広がる。ビジネスの落とし穴にはまる危険も回避できる。発想が自由になるから自分の商売の欠点も見えやすいし、新しいアイデアも湧いてくる。そして世のため人のためになるということは、世の人から支持されるということだから、お客さんにたくさんきてもらうためにも、それは大切な心がけなのだ。

人間には欲がある。欲があるから働く気も起きるわけで、欲そのものを否定するわけではない。しかし欲というのは動物的な本能に近いから、どうしても目の前のものに焦点を合わせてしまう。遠くが見えない。欲に負ければ、他人のものを手に入れる方法として一番手っ取り早い、奪うという方法にどんどん近くなってしまふ。

それじゃ、商売にはならない。商売は交換なのだ。

お金というお客さんのモノと、料理やサービスというお店のモノの交換を、いかにしてお客さんにとっても店にとっても満足のものにするか。そこに知恵を絞らなきゃいけない。

欲に負けて儲けばかり考えていたら、間違いなく失敗するのだ。

芸人のかたわら、いくつものビジネスを立ち上げて無敗というだけあって、商売のヒントととなることが、多く書かれています。芸人さんだけあって、お客さんはどうやったら喜ぶかという顧客目線を徹底しているところ。漫才師時代には、先輩の漫才を写し取って、どこで客が笑い、どこでひいてしまうのかをリサーチしたといいます。紳助竜介の漫才は、ヤンキーが雑談しているようなアドリブのようで実は台本通り、計算通りの漫才だったそうです。そのリサーチ力と緻密なデータ管理も成功の秘訣なんでしょう。

■コラム

■DYDO・春夏新製品 第2弾



D-1ブラックアロマジュエル



林檎よろし



さくらんぼさくら紅茶



HIMATSUBUSHI
ホワイトソーダ

ホット商材が切るのがかなり早いダイドードリンコ。そのかわり新商品の発売も他社よりはかなり早いです。

ダイドーの自販機を管理するのは、商品構成から見るとかなり大変です。しかしこのきめ細かさが、自販機1台あたりの売上の高さを誇る要因なのです。自販機フォローのきめ細かさを追及して

いかなければならない我々にとっては、ダイドー自販機をオペレーションするのは大変な反面、学ぶことも非常に多いです。

■コラム

■激ウマ!B級グルメ情報 第27弾

新鮮な天然どじょう

どじょうと聞いたらすぐに頭に浮かぶのが「駒方どぜう」ではないでしょうか？ アークルB級グルメは有名店の半額で食べられる、コストパフォーマンスの高いお店を紹介します。

ということで今回ご紹介するのは、駒形から程近い都営新宿線「森下駅」のすぐ目の前、「てんぷら満る善」というお店です。写真からもわかる通り、お店はかなりレトロな雰囲気をかもし出しています。店はカウンター10席のみの小さなお店で、老夫婦が2人で営んでいます。

このお店、てんぷら屋さんなんですがどじょうが絶品なんです。築地から毎日天然物のどじょう（千葉県産）を仕入れ、注文も受けてから目の前でさばいてくれます。



生きのいいどじょう



手馴れた感じでさばくご主人

そんな「柳川鍋」かなんと750円なのです。どじょうを食べる機会はありませんが、どじょう鍋のイメージはなんとなく身が柔らかく少し泥臭いイメージがあります。（あまり良い店で食べていないからかもしれません）しかし、満る善はそのイメージを見事に払拭してくれます。新鮮だからでしょうが、身はしっかりしていて臭みなど微塵も感じられません。どじょうとはなんと美味しい食材なんだとあらためて感じさせられる一品だと思います。



奥さんはその横で手早くさがぎごぼうを・・・



柳川鍋

一様、てんぷら屋さんなのでてんぷらも1人前注文をしました。てんぷらもごま油の香りが食欲をそそります。フレッシュな油でからっと揚



げたてんぷらも絶品です。ちなみに、てんぷら定食は900円です。価格、美味しさなどから絶対オススメのお店です。

是非皆さんお試しあれ！！

天ぷらの「満る善」

場所 東京都江東区森下1-18-1

電話 03-3631-1931

■コラム

■日本は本当に不景気なんだろうか？



新宿・伊勢丹 地下食品売り場

先日、新宿伊勢丹に行きました。もちろん地下の食品売り場で買い物をしたのですが、ものすごい人。本当に日本は不景気なんだろうか？とふと思ったのです。

よくよく考えてみると、実は日本は不景気ではなく今までがバブルだったのではないのでしょうか。

海外に出るとよくわかるのですが、日本人ほど同じものを持ちたがる人種はいないのではないのでしょうか。単一民族で、閉鎖された島国に1億人の人口という環境もそうさせるのかもしれませんが、テレビや雑誌の影響を受けやすく、すぐにブームを作りたがります。昭和中期から1億総中流といわれ誰もが同じものを持ちたがり、つまりその時点で本来コアな購買層でなかった人々も背伸びをしてモノ買って来たのではないのでしょうか。

つまり本来の購買層でない売上部分をバブルと考えれば、そのバブル部分が剥げ落ちてきたのが昨今の状況だと思うのです。百貨店がここ数年売上を落としています。「給料が少なくなったから買わなくなった。買えなくなった、だから安くしないと売れない。」とはちょっと違って「あいつが持つから俺が持つ」的な購買志向がなくなり、人はそれぞれ他人がどうのこうのよりも自分が欲しいものを選ぶようになった。と解釈するとわかりやすいのではないのでしょうか。

車を買う？いらないよね。維持費がかかるし、事故のリスクも大きいから。電車で十分。必要なときはレンタカーがあるじゃん。高級ブランドバッグ？いらないよね。最近じゃ、レンタルがあるらしいよ。それだったら必要なとき借りればいいじゃん。大型冷蔵庫？いらないよね。私の冷蔵庫はとなりのコンビニだから……。1分歩けば、そこには何でもある。まさに私の食料庫。

こんなふうに考える人がたくさんいるのではないのでしょうか？

今までのメーカー発想は一つの商品を作ればそれを日本人全部に売る。そういう基本思想であったと思うのです。実際に今までは1億総中流であり、1人が買えば周囲も全部同じ商品を買った。だから大量に作って大量に流通させて価格を下げて販売していました。

けれどこれからは、いよいよ他人と比較することの意味を感じない層が増えたのだから多品種少量生産のような、きちんと原価をかけて良いものを少しだけ作りそれを欲しい人に提供していく、そういうビジネスモデルが利益を出していくようになるのではないのでしょうか？

今までみたい少品種大量販売のように売りたいメーカーはこれからどんどんお金持ちになる、中国人を相手にするしかなさそうです。日本の消費者はさらに進化しているのだと思います。よりスマートでより賢くなっているのです。

人々の価値観が変化して不要なものを買わなくなった、だから消費総額は減少したのだけど、

それはバブルが弾けて本来の状態に戻っただけと思えば、何かこの先が見えてくる気がしませんか？

■コラム

■新たな市場を創造した男

昨年12月の当マンスリーニュースの「増収増益のキーワードは？」というコラムをもう一度思い返してみてください。今後の企業経営の成長戦略として必要なポイントは「低価格で売れる仕組みを作れるか」「海外に販路を作れるか」「新しい市場を創造できるか」この3つのポイントを実行していかないと今後の保証はないと書きました。この3つのポイントの中でも前2つは実行している経営者はけっこういるのではないのでしょうか？しかしこの時代にまったく新しい市場を創造し、業績を伸ばしている経営者をあまり聞いたことがありません。しかし実は一人いたのです。その男を紹介しましょう。

昨年の9月号で紹介した「疾病予防をDNA検査から行う会社」を立ち上げた人がいるというのを皆さんは覚えていますか？実はその人なのです。彼の名前はMさんと言います。外資系金融のゴールドマン・サックスを退職し、2年前にこの新しいビジネスを起業しました。Mさんと先日、プライベートでお会いし、起業の苦労話や現在のビジネスの状況などをお聞きすることができました。少し紹介したいと思います。

ー現在ビジネスの調子はいかがですか？

おかげさまで多忙な状況です。現在管理栄養士は22名いるのですが、更なる採用の必要性がある状況になっています。広告宣伝などは一切していないのですが、クチコミでどんどん広がっていることがありがたいです。

ーこのビジネスの競合する他社はないのですか？

今のところほとんどありません。まさにブルーオーシャン（*1）の市場なのです。

ー健康食品のF社が同じようなビジネスを立ち上げたと聞いていますが・・・

どうやら大手の会社が有望な市場と見て、参入を開始し始めているようですが、どの会社も設備を用意して参入しようとしているようで、どうしても単価が高くなっているようです。そういう意味ではそのような設備を一切持たない、当社は価格面でも負けない自信はあります。

ー立ち上げるときのお金の調達は困らなかったのですか？

このビジネス立ち上げのきっかけを下さったある経営者など、出資者には大変恵まれました。とても感謝しています。もちろん私自身もこのビジネスを立ち上げるためにゴールドマン時代の資産を投資いたしました。（*2）

ーこのビジネス立ち上げで一番苦労した点は何ですか？

サポートをして頂ける医療機関を探すことに一番苦労しました。他業種の新参者が参入するにはとても厳しい業界であったと思います。しかし「予防医療に産業を興し、国力の維持に貢献する」という理念に共感していただき、服部医師に顧問を引き受けていただけたときは本当にうれしかったです。ここから僕のこのビジネスは開かれていったのです。

ー今後のやりたい事はありますか？

現在の商品は3万円～30万円の範囲で作っていますが、今後は1万円～3千万円ぐらいの大きな範囲でいろいろな商品を作っていきたいと考えています。今はどちらかというと、中流から富裕層向けの商品構成になっています。これを誰もが受けられる価格帯の商品を作ることと、オーダーメイドのように、本当にその人の健康管理をしっかり責任をもつような高額商品も作りたいと考えています。

ー御社の目指すところは何ですか？上場も視野に入れているのですか？

もちろん出資していただいた人に対してはそのようなことも考えなければなりません。僕はそんなことよりも本当に日本の未来が心配なんです。このままでは、日本の経済は健康という観点からみてダメになっていくのではないかと考えています。

現在の日本は食生活が欧米化して、1980年代のアメリカとよく似た状況にあると思います。90年代半ばからもすごい勢いで成人病・がんが増え続けています。これはまさに「食の欧米化」がもたらす結果なのです。予防医学には栄養学と運動学はかかせないものです。この予防医学というものもっと世の中に広げていくことが僕の使命だと思っています。

ー現在の問題点は何かありますか？

はい、受けていただいたお客様のフォローアップが完全に出来ていない点です。多忙という理由から仕組を整えきれていないと感じています。よってこのあたりの修正を今やらなければならいと考えています。

ー管理栄養士さんも営業活動するのですか？

もちろんです。実際にお客様と接するのは管理栄養士さんたちです。その人達が紹介をもらって広げていくのが私達のビジネスモデルですから。管理栄養士さんたちは、自分達のこの仕事について本当にやりがいも持って仕事してくれています。「こんな仕事をしたかったんだ。」という声を聞くと嬉しいです。

ー素晴らしい仕事だと思います。今後頑張ってください。

ありがとうございます。今後も頑張っていきます。

*1 ブルー・オーシャンとは今はまだ存在していない市場つまり、競争すら存在しない未知の市場空間のこと

*2 ゴールドマンサックスは金融業界の中でもトップクラスで、年収もすごい金額なるらしい。Mさんはヘッドハンティングで移籍したそう。

数年前、アメリカロサンゼルスによく訪問していたときに感じたことがあります。街を車で走っていると「ハンバーガーショップ」や「YOSHINOYA(吉野家)」などのファーストフード店は低所得者層の住む地域に向かうロードサイドに多く見ることができます。逆に海岸沿いのお金持ちの多い地域には、オーガニックスーパーや、オーガニックレストラン、スポーツジムなどがたくさんあるのです。

つまり、「高所得者層がいかに健康を意識しているのか、逆に低所得者層がそうではないのか」がよくわかるのです。ロサンゼルスにはたくさんのヒスパニックがいます。彼らの寿命は短く成人病にかかる率も高い（アメリカの医療制度の問題も寿命には関連しているのだろうが）そうです。

食の欧米化が叫ばれる中、日本人が彼らと同じような食事をしていとしたら、かなりショックなことではないでしょうか。

■コラム

■アークルの人達ブログ・絶好調連載中です!

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）

NEW ・マネージャーの部屋へ

・情報最前線（海老名K所長）

NEW ・つんつるてんSTORY

・販促課オオクワ80mm

・産地直送！新鮮ネタ（海老名Nチーフ）

NEW ・パソオタの独り言（パンドラの箱を開けて最後に出てくるのは・・・）



スリランカゴルフフェイスホテルに宿泊しました。

1856年に出来たホテルで歴史の重さを感じます。

来月号でスリランカB級グルメを紹介します。

今月は以上です。又、来月号も宜しくお願いします。

■2010年度のマンスリーNEWS

➡	2010.02	アークル	マンスリーNEWS
➡	2010.01	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
➡	2009年度	2009年のマンスリーNEWSアーカイブ
➡	2008年度	2008年のマンスリーNEWSアーカイブ
➡	2007年度	2007年のマンスリーNEWSアーカイブ
➡	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

© Copyright 2008 ARUCRU co.,ltd All rights reserved.

