



■2010年7月のマンスリーNEWS

■7月のアークル

みなさんこんにちは。今年の梅雨はまさに梅雨らしい天候が続きます。湿度が高く、降雨量も多いのではないのでしょうか。

さて私達はいよいよ夏場最盛期に向けて臨戦態勢が整ったというところでしょうか。ルート営業マンは先月号でお伝えした自販機セッティングキャンペーンの写真撮りに大あらかわです。慣れないパソコン操作に右往左往している人もいますが、みんながんばっています。この細かい作業の成果が夏場の売上になって戻ってくるのです。

今月号は少し飲料自販機業界のお話を少し.....



飲料自販機業界は今ここ数年低迷を続けています。自販機チャンネルの売上のピークは今からさかのぼること13年前になります。数量は7億2千万ケースで飲料総売上の48%を占めました。それが今では売上がピーク時の81%になってしまいました。500mlのペット解禁を機に自販機からコンビニへとユーザーが流れたのです。その後も自販機チャンネルの売上が下がるのですが、それに反して自販機台数は230万台から2000年の245万台まで増えていくのです。その後も増減を繰り返し現在でも自販機台数はほとんど減っていないのが現状なのです。飲料各社は1台あたりの自販機の売上（パーマシ）重視と言いながら、台数維持には懸命で、資本力のある大手メーカーは今なお増やし続けているのが現状です。

現状では200万台が自販機の適正台数と言われていています。しかし飲料メーカーのシェア争いにそのような適正台数という言葉は耳に入らないのは当たり前なのでしょう。

近年では関西で始まった安売り自販機の台頭で、メーカー自販機は大きな打撃を受けました。それによって”自販機は定価販売”という神話はもののみごとに崩れ去りました。また大型施設・公共施設などのマージン高騰によって売れる自販機でも採算が取れないというような現象も多く見受けられるようになりました。

ダイドードリンコの今回の組織再編のように、自販機管理部門分社化に伴う社員のモチベーション低下なども大きな課題となっているのも事実です。自販機業界もいよいよ大型再編が起こる下地が出来てきたと言ってもよいのではないのでしょうか。

以上が最近の自販機業界の現状です。これはマクロ的に見たものです。このような現状の中でも伸ばしている自販機オペレーターは数多くあります。逆にどんどんシュリンクしていくオペレーターも数多くあります。まさに勝ち組・負け組みといったところなのでしょう。当社はその勝ち組になれるべく、頑張っているといったところでしょうか。

■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		JT売れ筋ベスト5	
1位	ダイドーブレンドコーヒー	1位	ボスレインボーマウンテン	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	ボス贅沢微糖	2位	大地が磨いたきれいな水500P
					ルーツクリーミーカフェ



3位	Mコーヒー樽	3位	ボス無糖ブラック	3位	アイス
4位	葉の茶290ボトル缶	4位	ボスゴールドプレzzo	4位	ルーツトリプルフリー
5位	D-1ファインクリア微糖	5位	ボス地中海ブレンド	5位	ルーツデュアルテイスト

■コラム

■日本経済の真実・ある日、この国は破産します

テレビキャスターの辛坊さんと、お兄さんの共著です。

日本のGDPや債務残高などの豊富なマクロ経済データが簡潔にまとめられ、日本経済の問題点もとてもわかりやすく書いてあります。

経済学者が書く一般書は難しいのですが、この本はテレビキャスターが噛み砕いて書いてくれているので読みやすくおすすめです。

この本の中でとても興味深かった箇所は第5章の日本を滅ぼす5つの「悪の呪文」です。つまり以下の言葉にだまされるなということ。

・経済の豊かさより心が大事

ブータンとバヌアツ共和国の本質を見ると・・・

・大企業優遇はやめろ

大企業が儲からないと中小企業も儲からない。だから大企業優遇こそが日本を救う方法なのに・・・



・金持ち優遇は不公正だ

高額所得者からは約半分の所得税をとっている。子供手当や定額給付金のような細かいお金で金持ち優遇を叫ぶのは単なる大衆向けの人気とりすぎない。

・外資に日本がのっとられる

外資が日本をのっとるということは、どんな形であれ外国人が日本に投資するという意味で、外国から投資されたお金は、国内で雇用を生み出し、消費を増やし、GDPを上昇させる可能性があるということを認識すべき。儲からない国にはお金はまわってこない。

・カネをばらまけば、景気がよくなる

国民に金を使わせたかったら、国民から将来の不安を取り除くことです。年金の仕組みを整える、財政を安定させる、公教育を立て直すなどが政府の役目。単のカネをばら撒いたって景気は良くなりません。

皆さん選挙には行かれましたか？財政ピンチの日本、政治家を選ぶのは我々です！！

■コラム

■激ウマ!B級グルメ情報 第31弾

天然氷のかき氷を湘南で食す！

なんとB級グルメコラムも31回を迎えました。実はアークルマンスリーの中でこのコラムは人気のあるコラムで、レポートする私も毎回ちからが入ります。さて今月号のレポートです。

皆さんは秩父長瀨の”阿左美冷蔵”を知っていますか？

『阿左美冷蔵』は明治24年創業、110余年続く氷の蔵元。12月、宝登山(ほどさん)の北を流れる沢の源流水を、貯水池に溜めて自然に凍らせます。切り出すまでの1ヵ月半、氷の透明度を保つために掃除を欠かさず行い、特に雪や土ぼこりは大敵なので、雪の夜は徹夜という過酷な作業だそうです。氷の厚みが15cmに育つと、切り出して夏まで氷室で貯蔵し、夏のかき氷として出荷されます。平安時代から続く伝統的な製法を今も



なお伝えています。天然氷はゆっくりと凍るために、なかなか解けないといわれています。

こんな氷で作るかき氷食べてみたいと思いませんか？そうです！！この阿左美冷蔵の氷でこだわったシロップをかけて食べさせてくれるカフェが湘南海岸にあるのです。店の名前は桮庵（のあん）。場所は小田急江ノ島線鶴沼海岸駅に程近い住宅街にあります。

（*今年は日光の三ツ星氷室の天然氷を使用しているそうです。）



抹茶ミルク金時



ダブルメロンミルク (期間限定)

かき氷は上の写真のようにシロップと練乳のかかった氷と別々に出されます。お好みでシロップの量を調整して食べてくださいとのこと。



中から金時が・・・

写真で見てわかる通り、出てきたときはなんとというボリューム！食べきれるかな？なんて思ってしまいますが、実はスプーンを氷の中に入れるとそんな心配は皆無ということがわかります。「なんと優しい氷なんだろう」まるで粉雪と言った表現がぴったりくるような、フワフワ氷なのです。口の中に入れるとなんの抵抗もなく溶けていきます。

またシロップが絶品で、抹茶は粉っぽさは一切感じられなく、本物の味がします。メロンも本物のマスクメロンの味です。

本物の天然氷と本物のシロップが合体すると、「本物のかき氷が味わえるんだな〜」なんて当たり前のことにあらためて感心してしまう自分がいます。

kohori-noan 桮庵
藤沢市鶴沼海岸3-5-11
TEL 0466-33-2500
OPEN 11:00~18:00



中からマスクメロンのゼリー寄せが・・・

■コラム

■激ウマ!B級グルメ情報 第32弾

旨いぞ!この調味料!!

今月号ではもう一つグルメ情報を付け加えちゃいます。ただし、お店の紹介ではありません。激ウマの調味料です。それは「サラダエレガンス」という調味料です。

色もほんのりローズ色で少しセロリの香りがします。裏面の原材料を見ると食塩・パプリカパウダー・オニオンパウダー・トマトパウダー・チリパウダー・胡椒・キャロットパウダー・セロリシードと書いてあります。

この調味料、サラダはもちろん肉や揚げ物などにもよく合う万能調味料です。例えば、チキンにまぶしてソテーするだけで絶品のチキンになります。かぼちゃ・たまねぎ・ジャガイモなどの野菜類も同様です。子供向けにはフライドポテトの塩代わりに使うとちょっと変わったフライドポテトになります。

インターネットでレシピを調べてみるとたくさん出てくるので参考したらいいと思います。オリーブオイルとまぜてドレッシングにしてもいいようです。

難点なのは、取り扱っているお店が少ないことです。成城石井やコストコで売っているようですが、手っ取り早いのはネットということになりそうです。

<http://www.mascot.co.jp/>

是非皆さんも一度お試しあれ!!



■コラム

■大連・富士氷山自動販売機 有限公司

中国自販機状況 レポート

6月の週末を利用して、5年ぶりに富士電機の大連工場の見学に行ってきました。さて5年が経過し中国の自販機市場はどのように変化しているのでしょうか？前回の視察では中国での自販機オペレーターの可能性を感じる事が出来なかったのですが、今回の訪問で

その可能性が増えているのか、肌で感じてきたいと思
いながらの訪問でした。

ちなみに前回訪問時のレポートは2005年12月号を参
照してください。

(<http://www.arclu.com/report200512.html>)

さて本題に入る前に少しおさらいをしておきたいと
思います。

・工場について

[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。

・自販機オペレーターについて

[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。出資比率は50：50で、中国での自販機製造をするのには、自販機マーケット
を拡大させなければならないという大きな使命を持った会社です。

中国での自販機の可能性を探るには、自販機製造工場の稼働率と自販機オペレーターの現状を見
ればとてもわかりやすいと思います。また中国の若者が自販機に対してはどのように思っているか？
ということも大切です。



出荷を待つばかりの自販機



・工場について

現在、日産約35台の稼働と言うから年間8千台ぐら
いでしょうか。この工場の年間における生産可能台数は
年間2万台なのでまだ余裕があるようです。しかし、こ
れでもずいぶん、製造台数が増えてきたようです。今は
日本向けに自販機部品も製造しているようで、日本で
の自販機製造のコストダウンにも一役かっているよう
です。

競合は約3社でオークマ、ガード、サンデンあたり
になるようですが、サンデンを除き品質はあまり良く
ないようです。

・自販機オペレーターについて

現在中国での富士電機が主に取引する有力オペ
レーターは3社あるとのこと。上海米源、北京夷楽、上海大
徳多林克（ダイドードリンコ）だそうで、富士電機は
米源とダイドードリンコとコカコーラ（直販）で製造
の約7割を占めるようです。マーケットでは自販機展開
はほぼ9割が自販機オペレーターでコーラのような直販
はわずかのようです。ちなみに上海万博ではコカコーラ
直販自販機が中心のようです。

自販機オペレーターで最も勢いがあるのが上海米源
で、もともと重機関係のリースをやっていた会社で、自



使い方の説明が明記



販機の新規ロケ開発力があるということです。この社長は日本留学経験があるようで、中国での自販機ビジネスのヒントを日本から持ってきているのは間違いなさそうです。

ちなみに大連を中心に展開している佳楽さんは、現在保有台数700台弱で採算性にあわせて自販機のリロケーションをどんどん行っている最中だそうです。中国では人脈が全てのように、つてがあるのとないのとでは設置条件がまるで違うそうです。現在佳楽のT社長は大連6年目になるそうで、人脈がだいぶ出来てきたそうで今後に期待してほしいと言っていました。

日本向けの部品製造の様子（ベンドメック*）



米源自販機



ダイドードリンク自販機



コカコーラ直販自販機

さて中国での自販機マーケットは今後どうなるのでしょうか？この答えを簡単に一言では言えないと思います。現在中国では所得格差の問題が社会問題になっています。政府はこの格差是正に真剣取り組んでいくということなので、国民の所得向上は間違いなさそうです。また若者の自販機に対する意識はまるで抵抗感がないようです。所得と若者の意識と言う点では自販機マーケット拡大の可能性は非常に高いと思われます。しかし、現在自販機の品質の問題で「自販機で買うならコンビニ」という感覚があるのは事実だと思います。故障しているかもしれない自販機に人はお金を投入しません。また中国人に気質として先にお金を払って商品をもらうということに抵抗感があるのも事実です。価格も自販機のほうがコンビニ等で買うより少し高めのようなようです。

自販機マーケットの拡大の可能性はあると私は見ましたが、その速度はそれほど速くないというのが私の意見です。既に中国進出を果たしているサントリーや麒麟が自販機に手を出していないところを見ると、まだ参入タイミングではないと考えているのではないのでしょうか。しかし虎視眈々と狙っているのは間違いなさそうです。

各国の自販機台数を見ると日本260万台、韓国80万台、ヨーロッパ380万台、米国530万台そして中国が3.5万台です。

■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）
- ・マネージャーの部屋へ
- ・情報最前線（海老名K所長）
- ・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）

・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・・・）



大連で街角でのさくらんぼ売り

■ [ダイドー秋冬新製品情報](#) ■ [今年のダイドー秋冬商品はおもしろそうだぞ～](#)

手元にダイドードリンク秋冬商品の概要が届きました。詳細は次号でお知らせするとして、ほんの少しだけ今月号で紹介します。

今秋冬の大きな目玉はブレンドコーヒーの微糖が出ることです。その名もブレンドスペシャル！！今までD-1青がダイドーの微糖でしたが、他社のおされあまり芳しくありませんでした。ブレンドコーヒーの微糖はダイドーファンならずともたくさんの缶コーヒーユーザーの注目になることでしょう。デザインはブレンドコーヒーのドンゴロス（コーヒー豆の麻袋のデザイン）を残しつつ、ゴールド地のデザインを取り入れたインパクトのあるものです。（今月号で載せられないのが残念です）

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

→	2010.06	アークル	マンスリーNEWS
→	2010.05	アークル	マンスリーNEWS
→	2010.04	アークル	マンスリーNEWS
→	2010.03	アークル	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

