



■2010年12月のマンスリーNEWS

■12月のアークル

2010年も残すところわずか半月となってしまいました。最近月日が流れるのをやたら早く感じるのは私だけでしょうか？

当社でも10月にホットへの切り替えがほぼ終了し、先月は内容の手直しを中心に自販機セットを行いました。遅れ気味だった他社も11月にはホットも出揃い、いよいよ冬商戦に入ったという感じがしています。

さて皆様、当社では今年の冬のテーマである「冬のイメージ（暖かそうな）」自販機作りをかなり意識して行ってきましたが、皆様の自販機はそのように作られているのでしょうか？

最近の売れ行きは11月がホット：コールド＝7：3でしたが、このところに来て8：2から9：1になってきたようです。そうなるとしっかりホット商材が入っていない自販機は軒並み売上ダウンと言うことになってしまいます。



これから2月までこのホット販売が中心になる予定ですが、おしるこやコーンスープなどのレトルト類は1月中で販売が終わってくる予定になっています。やや早めと思われませんが、3月に入ると急激に止まるのでヒートショックなどの商品管理が非常に難しくなるため仕方がない部分が出てきてしまいます。

さて昨今の自販機機器業界のお話を今月号では少ししたいと思います。当マンスリーの9月号でJ R 駅構内の最新鋭の自販機を紹介したのは皆さん覚えていらっしゃるでしょうか？

(<http://www.arcru.com/report201009.html>)

自販機の今後の流れを見ていく時、このような最新鋭の自販機の登場はとても話題性が大きいと思います。しかしこのような最新鋭の自販機は飲料メーカー自身にとってはそれほど魅力のあるものではないのです。なぜなら自社オンリーの商品構成にならないばかりか、自販機コストもびっくりするほど高価なものだからです。このような自販機はメーカー主導では作られないため、駅などの強いロケオーナー主導では出来ましたが、大きく広がっていくものではないと思います。



現在、自販機を製造する自販機メーカーが非常に苦しんでいます。自販機製造はほとんどオートメーション化されていないので、コストがあまり下げられないのが現状です。また2000年から飲料自販機は減り続けています。その状況の中未だに5社のメーカーがシェア争いをしているのです。つまり自販機マーケットの縮小、さらに自販機単価の減少にもかかわらず、コストをあまり下げられていないのです。今後はこの5社も2～3社に統合されいくかもしれません。

また自販機市場では市場が大きく変る気配が出てきました。今月号ではあえてその話題には触れ



ませんが、当社としては私達の経営基本方針である「ウェブ・時流どんな素晴らしい商品でも時流を捉えていないものは社会に受け入れられません。そういう意味でも私達は常に時流を見ながら経営改善をし続けます。」という経営基本方針に乗っ取って、新たなチャレンジをしなければならぬ時期が来たと判断しています。私達アークルは新しい自販機のマーケットを創造するべく新たなチャレンジに取り組んでいきます。詳細は今後のマンスリーでまたレポートしたいと思います。

## ■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	ボス贅沢微糖	1位	ルーツインパクト微糖
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	ルーツインパクトマスターズ
3位	ブレンドスペシャル	3位	ボスカフェオレ	3位	ルーツクリーミーカフェ
4位	Mコーヒー樽	4位	ボス無糖ブラック	4位	ルーツインパクトブラック
5位	BC葉の茶朝摘み290	5位	ボスシンプルスタイル	5位	コーンスープ

ダイドーブレンドスペシャルが2位に上昇して来ました。当社海老名（営）においては、ブレンドとの差がわずか200ケースとほぼブレンドと同等の販売量となりました。小田原（営）ではいまだにブレンド優位の状況に変りはありませんが、ブレンドスペシャルがデミタスを抜いて2位おどり出しました。

この勢いだと数ヶ月のうちには、ブレンドスペシャルが販売量1位になることは間違いなさそうです。缶コーヒーは微糖が売れているのはわかっていたのですが、ブレンドスペシャルがこれほど健闘するとは思いませんでした。

さて、今年の飲料業界の商品の売れ行きはどうなっているのでしょうか？1～9月の総括として今月号では カテゴリーごとに見ていきたいと思います。

#### ・炭酸飲料

4・5月でマイナスを喫し、6月以降再び上向きに転じ4年連続プラスになりました。コカコーラ社はコカコーラが6%増、ファンタが激減で炭酸トータルでは微増という結果になりました。サントリーはペプシが1%増に留まりましたが、CCレモンゼロの上乗せが効き22%増という結果になりました。アサヒは6%増、キリンが「大人のキリンレモン」効果で17%増という結果でした。

#### ・果実飲料

やや復活兆しが見てきている状況です。野菜ミックスジュースは水面下から脱出しました。なっちゃん、アセロラと2品とも好調なサントリーが58%増と群を抜く伸びを示した果実飲料市場でした。

#### ・コーヒー

コーヒーこの夏場唯一マイナス幅が拡大した市場でしたが、その中でもプラス成長を維持したのがサントリー・ボスで5%増、JT・ルーツ、伊藤園とも2桁の伸び、一方ジョージア、ワンダは5%ダウン、ファイア、ポッカは7%ダウン、ダイドーブ8%ダウン、大塚ネスカフェは12%ダウンという結果で終わり明暗がはっきり分かれた結果となったようです。

#### ・紅茶

エスプレッソティーがヒットしたトップの午後の紅茶が14%増、新ブランドの伊藤園が2倍、アサヒが81%増とこの市場は年初から高成長を維持しています。夏場の猛暑効果で伸長率ナンバー1は現在スポドリ市場ですが、最終的にはこの紅茶市場は伸び率ナンバー1になると見られています。

#### ・日本茶

猛暑効果で水面下から脱出、ただしマイナスを帳消しに出来たメーカーは伊藤園（9%増）、サントリー伊衛門（5%増）、アサヒ（2%増）で、コカコーラ社は7%減、キリンは11%減とこの市場もメーカーの明暗はくっきりと出ました。

#### ・スポドリ

上半期までは最悪のマイナス幅だったが、猛暑で爆発的な売れ行きで一人勝ちの市場でした。どのメーカーも2桁以上伸び、まさに今夏を表す市場となりました。

#### ・ミネラルウォーター

猛暑効果で水面下脱出と思われたが、残念ながら昨年をクリアできなかったミネラルウォーター



市場でした。メーカー別にはコカコーラ・いろはすが25%増、サントリー・天然水が6%増で、キリン・アルカリイオン水、ボルビックがともに14%、18%減と大幅にダウン、六甲のおいしい水が24%減、クリスタルガイザーが31%減と大幅減のままです。

### ・その他

栄養ドリンクはオロナミンCなど主要ブランドはほぼ前年並み、乳性飲料はカルピスウォーターが巻き返しという感じでした。

### ・販売チャネル

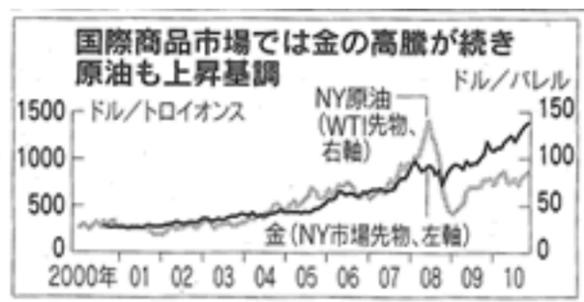
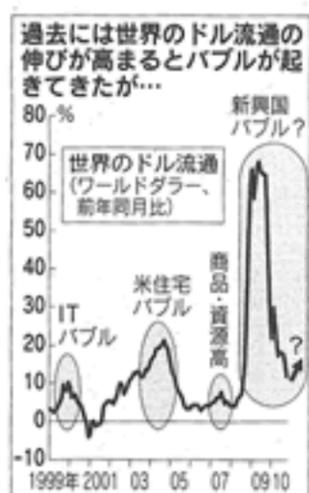
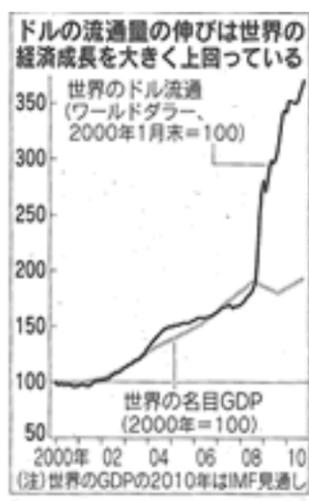
自販機、コンビニとも2%弱のプラスに回復、スーパーなどの量販店は5%増という結果で推移しています。

## ■コラム

### ■あふれるドル・バブルの予感

11/8日経新聞より

米連邦準備理事会（F R B）が量的緩和の第2弾に踏み切ったことで、世界的なカネあまりに拍車がかかるとの見方が出ている。米国のデフレ回避には避けられない措置といえるが、強力なだけに副作用を生むリスクもある。あふれる投資マネーが新興国や商品市場に流れ込み、新たなバブルの芽を生むとの指摘もある。



### 米緩和策の副作用 世界流通量 危機前の2倍

「過剰流動性相場」が世界の金融業界で合言葉になっている。株式相場はアジアや中南米に加え、米国でもリーマン・ショック前の水準を回復。金や原油も上昇が続く。F R Bが2011年6月までに6000億ドル（約49兆円）もの米国債を買い上げる。ドルが世界にあふれ、株式や国際商品などに流れ込む。こんな思惑からマネーが先回りしている。

すでにカネ余りは進んでいる。世界のドルの流通量を測る目安とされる「ワールドダラー」をみると、10月末には約4兆5000億ドル（約366兆円）に達し、リーマン前の2倍に膨らんだ。

F R Bが金融危機を受けて大量の資金を米市場に供給したほか、新興国の自国通貨売り・ドル買い介入を通じて米国外にも大量の資金が出回った。伸び率は世界の経済成長率を上回っており、経済活動に比したマネーの膨張ぶりを物語る。

### 皆さんはこの記事を見てどう思いますか？

お金って紙だから、どんどん印刷すれば出来ます。アメリカはそのドル札をガンガン印刷まくって、自国の国債を買う。そうやってドルを大量に市場に供給すれば、ドルの価値が下がって（ドル安）自国の輸出産業にとって良い結果をもたらす。さらに、ドル安を嫌う他国はドル買い、自国通貨売りの為替介入をし、結果アメリカ経済の下支えをすることになるのです。

この方法はアメリカにとって一時的にはいいのかもしれませんが。しかし大量に通貨が出回るということは上記の右表のように、通貨の信用を失って商品に流れていくという側面もあるわけで、行き過ぎると凄まじい物価上昇のハイパーインフレということになってしまう訳です。

先頃ソウルで開かれたG20では自国通貨安競争はやめようという話し合いが行われたようです。経済も環境も自分さえ良ければいいという発想はやはりダメですね。

## ■コラム

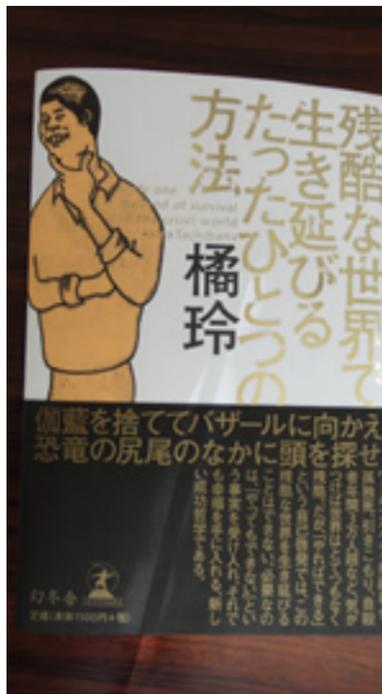
### ■「残酷な世界で生き延びるたった一つの方法」橋玲

やっぱり橋氏は面白い！！

橘玲氏の本は小説、現代社会論、金融論、はたまた人間論にいたるまで多岐にわたっています。

今回紹介するこの新刊は、その社会論と人間論の集大成ではないかと思うほど面白いものです。

冒頭の前書きでは残酷な現代社会を生きぬくヒントを2行で提示します。



1. 伽藍を捨ててバザールに向かえ。
2. 恐竜の尻尾のなかに頭を探せ。

何のこちゃさっぱりわからないのですが、本を読み進めていくとなんとなく見えてくるのです。この言葉は自己啓発の違和感から生まれたと筆者は語ります。グローバルな能力主義の時代を生き延びる方法として自己啓発がブームになっていることは皆さんもご存知の通りです。（勝間和代など）しかしこれら自己啓発は「正しいけど間違っている」ということなのです。

自己啓発の伝道師たちは、「やればできる」と僕たちを鼓舞します。でもこの本では、それらでは能力は開発できないと主張しています。なぜなら、やってもできないから。人格改造のさまざまなセミナーやプログラムが宣伝されているけど、これらはたいてい役に立たないのです。なぜなら「わたし」は変えられないから……。

確かに自己啓発本や自己啓発セミナーで成功したって言う人は聞いた事がないですよね。つまり人間の能力とは遺伝的に大方が決まっているということなのです。とても残念ですが、現実を見るととても説得力があります。

実際に学術研究の世界では「犯罪者の子供は統計的に犯罪者になりやすい」とか「殺人犯のような精神異常の人間は脳の一部に障害を持っている」だとか普通に語られているのです。要するに子供が優秀かどうかは、親の収入が決めるのではなく、親の遺伝的資質が決めることが多いということなのです。

しかしこういった本当のことはマスコミからは決して聞こえてくることはありません。なぜならそれは「政治的」に正しくなく、テレビで誰かが「犯罪者の子供は犯罪者になる確率が高い」なんて言ったら、それこそ犯罪者のごとく大バッシングされるのは容易に想像がつきます。また能力の多くが遺伝的に決まり、環境要因ですら幼年期の子供同士の間関係が大部分だとしたら、それは美しい教育の理念を全面否定してしまうことになりかねません。多くの人は醜い真実よりも、美しい嘘の方を好むし、それで何の問題もないのです。

「人の幸せ」についての話しもとても興味深いです。人が幸せにならない理由としてこんなことを言っています。

ダーウィンの思想では「あらゆる生物は、遺伝子を後世に伝えるように最適化されている。」となっています。しかし現代はたくさん子供を産みません。そればかりか意識的に子供を作らない夫婦も増えています。少子化は日本だけでなく、先進国共通の現象なのです。しかしこれはダーウィンの言う遺伝子プログラムに反している訳で、我々は進化を止めてしまったのでしょうか？これは矛盾でもなんでもなくて、遺伝子はできるだけたくさんの子孫を残すようにデザインされているけど、だからと言ってたくさんの子供を作ることを目的に生きているわけではないのです。

人間の生きる目的は幸福になることなのです。だから結果こういう事が言えるのです。

**ぼくたちは幸福になるために生きているけど、幸福になるようにデザインされているわけではない。**

また公立学校の先生まで簡単に首になる「市場原理主義」のアメリカで自殺率が低い一方で、なぜ終身雇用で会社が社員を首にすることが絶望的に難しい日本で自殺率がこんなに高いのかについても、とても興味深く分析しています。

このようにいろいろ話題について非常に興味深く読める一冊です。冒頭の「伽藍を捨ててバザールに向かえ。恐竜の尻尾のなかに頭を探せ。」の答えは自分自身で読んで、理解してみてください。

## ■コラム

### ■激ウマ!A級グルメ情報 第1弾

世田谷の壮大な隠れ家で絶品のステーキを食

す!

「お〜い!、B級グルメはどうしたの?」という声が聞こえてきそうです。そうです、今月はB級グルメはちょっとお休み。

ということでなんとマンスリー初のA級グルメを紹介しちゃいます。なぜA級グルメをやるのか?って。実はあるきっかけで今回紹介するお店のオーナーと知り合い、「是非一度どうですか?」ということで今回の訪問が実現しました。驚くべきことは、何とそのオーナー弱冠35歳の美しい女性なんです。更に驚くことは何と21店舗の飲食店を営んでいることなんです。その飲食店のジャンルがまたいろいろで、今回的高级鉄板焼き店、結婚式場、お好み焼き屋、ラーメン店、ケーキ屋、焼き鳥屋、居酒屋とたくさんの種類のお店を営んでいるのにも驚かされます。

今回紹介するお店は「[虎幻庭 \(こげんてい\)](#)」と言い、東京世田谷の住宅街の中1600坪という広大な庭園の中にひっそりとたたずんでいるお店です。先日「[グルナイ・ゴチになります](#)」と言うテレビ番組に使用されたそうで、かなり繁盛しているようです。

今回の訪問はランチタイム。

選んだメニューは「[お昼の特選コース](#)」5000円と、[ゴチになります](#)放映記念「[ゴチコース](#)」9000円です。

鉄板焼きのお店なのでもちろんメインはステーキになります。ステーキはもちろん美味しいのですが、それよりも感動するのは料理長の料理に対する熱意です。

料理長のS氏は食べることが大好きで、幼少の頃から料理人になりたいと思っていましたそうです。2年前に新宿の老舗高級店からこの店に移籍し、お店を任されてるそうです。

料理長の素材のこだわりがこのお店の特徴のようで、前菜のサラダの素材からいろいろ説明をしてくれます。特にメインのステーキの前に出される、魚介料理は絶品で久々に心底美味しいと、うならせる一皿でした。



その魚介の一皿は左の写真ですが、絶品なのは上にかかっているソースなのです。12種類の魚介のアラから採ったダシとシャパンから作るソースで、少し酸味があって奥深い味わいが素材の魚介を引き立てます。

またお肉の時に出了された葱味噌ソースには驚かされました。料理長が山梨を旅したときに農家のおばあさんに食べさせてもらった味噌の旨さが忘れられず、自作したそうです。この葱味噌ソース、色は赤味噌のようですが、実は白味噌。しょうがとにんにくと数種の調味量を入れて、何時間も煮込み最後に九条葱を入れるそうです。焼き野菜につけて食べましたが何とも言えない味わい深さがあり、個人的には生野菜やおでんにつけて食べてみたいと思いました。





料理長のS氏



味噌ソース

このお店、同じ敷地内にお好み焼きとケーキ屋と一緒に建っています。大金持ちの大家さんの元自宅を改造して作ったのがこの虎幻庭でその横にログハウス造りで、その2店舗が増築されています。お好み焼きとケーキ屋は世田谷のマダムが普段使いに利用し鉄板焼きはハレの日に利用するといった感じでしょうか。どのお店も繁盛していました。特にケーキ屋は喫茶に使っているマダムが多いようで外にまでお客さんがあふれていました。



お好み焼き「古無門」



パティスリー「雪ノ下」

皆様、ハレの日に利用されるのはいかがですか？

住所：東京都世田谷区弦巻4-14-1

TEL：03-5466-1166

営業時間 11:30～15:00(L.O.14:00)

17:00～23:00(L.O.21:30)

定休日：なし



「ゴチコース」メニュー

### ■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7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・・・)



当社のY君が、F君のために作った誕生日ケーキです。

(なぜかまん中にMerry Christmasのチョコが・・・?)

Y君は元ケーキ職人??

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

<a href="#">➡</a>	2010.11	<a href="#">アークル</a>	<a href="#">マンスリーNEWS</a>
<a href="#">➡</a>	2010.10	<a href="#">アークル</a>	<a href="#">マンスリーNEWS</a>
<a href="#">➡</a>	2010.09	<a href="#">アークル</a>	<a href="#">マンスリーNEWS</a>
<a href="#">➡</a>	2010.08	<a href="#">アークル</a>	<a href="#">マンスリーNEWS</a>
<a href="#">➡</a>	2010.07	<a href="#">アークル</a>	<a href="#">マンスリーNEWS</a>
<a href="#">➡</a>	2010.06	<a href="#">アークル</a>	<a href="#">マンスリーNEWS</a>
<a href="#">➡</a>	2010.05	<a href="#">アークル</a>	<a href="#">マンスリーNEWS</a>
<a href="#">➡</a>	2010.04	<a href="#">アークル</a>	<a href="#">マンスリーNEWS</a>
<a href="#">➡</a>	2010.03	<a href="#">アークル</a>	<a href="#">マンスリーNEWS</a>
<a href="#">➡</a>	2010.02	<a href="#">アークル</a>	<a href="#">マンスリーNEWS</a>
<a href="#">➡</a>	2010.01	<a href="#">アークル</a>	<a href="#">マンスリーNEWS</a>

#### ■マンスリーNEWSアーカイブ

<a href="#">➡</a>	最新	<a href="#">マンスリーNEWSトップページ</a>
<a href="#">➡</a>	2009年度	<a href="#">2009年のマンスリーNEWSアーカイブ</a>
<a href="#">➡</a>	2008年度	<a href="#">2008年のマンスリーNEWSアーカイブ</a>
<a href="#">➡</a>	2007年度	<a href="#">2007年のマンスリーNEWSアーカイブ</a>
<a href="#">➡</a>	2006年度	<a href="#">2006年のマンスリーNEWSアーカイブ</a>
<a href="#">➡</a>	2005年度	<a href="#">2005年のマンスリーNEWSアーカイブ</a>
<a href="#">➡</a>	2004年度	<a href="#">2004年のマンスリーNEWSアーカイブ</a>
<a href="#">➡</a>	番外編	<a href="#">マンスリーレポート番外編</a>

