



■2012年9月のマンスリーNEWS 第98号

■コラム

■9月のアークル



残暑が残る今夏ですが、朝晩はだいぶ涼しくなってきました。そんな中皆さんいかがお過ごしでしょうか？

実は今年私達飲料業界にとって、大変大きな事が決まりました。もうお分かりの方の多いと思います。「消費税増税法案」の可決です。この消費税増税、いろいろな業界に大きなインパクトがあると思われますが、私達自販機飲料業界にとっては円単位の金額設定がない分、3%であればほぼ飲み込まなくてならないという事態が容易に予想されます。3%と簡単に言いますが、企業の経常利益は平均3～5%ぐらいですが、そのまま飲みこめば、一発で利益が吹っ飛ぶ計算になります。

現状120円商品の税抜き価格は114円です。それに5%を乗せて正式には119.7円が定価となっています。こんどはそれに8%上乗せするのですから、123.12円が定価となるのでメーカー小売希望価格は130円にすることは不可能でしょう。また今の現状からすれば、130円にするのはまったくのナンセンスです。

しかし今回の消費税増税法案は3年後の10月にさらに10%にするという事です。そうなると正式な価格は125.4円となり、この時点ではどのメーカーも小売希望価格を130円に上げざるをえないのでしょうか。私達の本音はこんな2段階方式ではなく、一気に上げて欲しかったのです。

自販機の現状は低価格販売が主流となっている昨今、値上げをすれば消費者離れは一気に加速するでしょう。救いは1年半の準備期間があるということです。

飲料メーカー自身もいろいろ対策は講じるでしょう。例えば高付加価値商品（容器を変える）の発売や、自販機の商品を高価格から低価格までいろいろな価格帯の商品を混入させるなどが考えられます。

また同じ飲料を売っている自販機とコンビニですが、どちらが影響が大きいのでしょうか？これはどう考えても自販機のほうが分が悪いです。コンビニは小銭要らずのカード化がより進んでいますし、高価格帯の商品を売ることも出来ます。自販機はカード化は遅れているのはもちろんのこと、消費者の嗜好が低価格、お得商品といった方向に向いているからです。こう考えるとあらためて、自販機とコンビニの売れ筋やニーズが違うことを認識させられます。

もちろん私達自販機オペレーターも対策を立てなければなりません。ただでさえ厳しい業態なのに、さらに厳しくなることは目に見えています。

さてここ数年の当社の取り巻く状況を振り返ってみたいと思います。まず、自販機の売上要因がより天候に左右されやすくなったということです。これは自販機市場が本当飽和していることを意味します。

また自販機の1台当りの平均売上は年々下がっています。つまり私達のような自販機オペレーターに

BLOG

アークルな人達ブログ

NEWS

マンスリーニュース
アークル独自のNEWS

Q&A

アークル自販機救急隊
お悩み相談室へ

RECRUIT

やる気のある方を応援する企業です。
未経験者は親切指導致します。

とって、昨年と比べて自販機の保有台数はどうか？というのがキーポイントとなってきます。つまり自販機保有台数が昨年と同じであれば昨年売上は見込めないということになります。自販機オペレーターは年平均約1割の自販機は何らかの理由で撤去されると言われています。つまり保有台数を維持するだけで全体の1割以上の新規を獲得しなければなりません。さらに昨年売上进行をクリアするにはそれ以上絶対に増やさないといけないということになります。



しかし、単純に自販機保有台数を伸ばすだけで売上はとれるのでしょうか？答えはノーです。自販機管理は台数だけあれば良いというものでもなく、いかに効率よく売上进行をあげられるかにかかっています。売れない自販機ばかり台数を持っても、効率が悪くなるばかりで、どうしようもありません。つまり、良く売れる自販機を効率よく運営することが、売上アップの カギとなるのです。

そんな状況の中、ここ数年ある現象がおきていました。それは私達のテリトリーである神奈川県で当社の本社がある県西 地区よりも、より首都圏に近く人口の多い県東地区に自販機を設置したほうが効率が良いということで、新規設置がそちら のほうが多くなってきたのです。

以前は新規顧客の獲得は、ロケーションというより設置する業種にこだわっていました。例えば、酒屋さんタバコ屋さんというように。しかしこれらの業種がどんどん無くなっていき、自販機を設置する場所の見方も随分と変わってきました。 設置する場所の良し悪しは完全にそのロケーションが「売れるか売れないか」だけの判断となりました。そうなる と必然的に、人口の多い地区に設置したほうがいいに決まっています。よく地方は人口減少による経済の疲弊がすさまじいと聞きますが、まさに私達自販機業界にも言える話なのです。

さてそんな状況の中、8月期当社にとって大きな出来事があったのです。

それは、海老名（営）が初めて小田原（営）の売上を抜いたのです。10年前、海老名（営）の売上は小田原（営）の約6割ほどでした。この10年間両営業所とも実績は伸ばしている中で抜いたのですから、海老名（営）の伸び率が小田原（営）を上回っているか、良くわかります。

今年の冬からルート数は同じになり、このようになると予想はしていたものの、こんなに早くこうなるとは思いませんでした。

もちろん海老名（営）の所長を始めとするスタッフの頑張りがあったのも大きな要因ですが、新規営業スタッフの頑張りの地域人口など、営業環境に起因しているのも間違いのないでしょう。今後もこの傾向は続くと思われ、県東地区の売上は伸び、県西地区は苦戦するということが予想されます。神奈川県の中で首都圏と地方の経済格差を見ているような気になります。

このように海老名（営）の伸びで当社は8月期なんとか、昨年をクリアすることができました。ただ、私達は夏場を7・8・9月期の3ヶ月トータルで見ているので、この最盛期最終月の今月が勝負の月となります。

しかし、夏場最盛期の売上と言いながら、実はこの9月期やっていることは、秋冬に向けての自販機作りなんです。

気温が17℃を下回ってくるとホットが売れるといわれています。だいたい10月中旬が目安ですので、今から始めないと間に合いません。

私達は昨年まで夏から秋へのホットを1室（4～5コラム）からスタートさせ、2室3室と順々に行っていました。このように細かく作業をすることによって、よりタイムリーに対応できるからです。しかしその結果1室ホットが完成した自販機は2室への移行が遅れる傾向になったのです。

ということで、今年はホットスタートをやや遅らせ2室からスタートすることとしました。2室からスタートすることによって、「まだ暑いのに、切り替え早いんじゃない？」なんて声がお客様から聞こえてきそうですが、寒くなるときは急なので早めが肝心となります。

この秋冬は各社コーヒーに相当力を入れてきます。ダイドーはブレンドリニューアルし役所広司を使ってCMをがスタートしました。サントリーはボス20周年でソフトバンクの白戸家とトミー・リー・ジョーンズが合体です。

缶コーヒーは消費者が手軽に手にするものなのですが、ジュース類とは違って嗜好品なのでブランドイメージがとても重要 です。

そんな商品を私達が管理する自販機から出来るだけ販売できたら、と考えると少し身が引き締まる思いです。

■コラム

■先月の売れ筋商品

--	--	--

D Y D O売れ筋ベスト5		S U N T O R Y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	南アルプス天然水500P	1位	爽快ビタミン500缶
2位	スピードアスリート500P	2位	グリーンダカラ500P	2位	ルッインパクト微糖
3位	葉の茶450P	3位	ボス贅沢微糖	3位	レモン水500P
4位	富士山天然水500P	4位	ボスレインボーマウンテン	4位	ルックリーミーカフェアイス
5位	デミタスコーヒー	5位	ボス無糖ブラック	5位	大地が磨いたきれいな水

サントリーの伊右衛門がコーラの綾鷹に抜かれました。サントリー幹部は忸怩たる思いと思います。綾鷹は「にごり」をテーマに日本茶を作りました。実はこの「にごり」、サントリーでは不必要なものと考えていたようです。そのためににごりをとる技術の特許までとっていたようなのです。しかしコーラはそれを逆発想し、「急須で入れたお茶」のイメージで、「にごり」を前面に打ち出しました。これが大正解！大ヒットとなったのです。



これをサントリーは黙っているわけにはいきません。必ず奪われた2位に地位を取り返しにいくと思われます。

実はお茶市場は05年をピークに一昨年まで減少傾向が続いていました。しかし綾鷹効果だったのでしょうか？昨年はそのトレンドが回復したのです。綾鷹で緑茶市場が活性化したと言っても過言ではないでしょう。

それでサントリーが打ち出した新伊右衛門は・・・
 「急須のお茶を超える！！」「最も美味しそうにみえて、最も美味しいお茶！！」こんなコンセプトで出来上がりました。それで何を変えたのか？抹茶を入れたのです。石挽き抹茶を100%使いコクや深みを出し、よりまろやかに仕上げたそうです。パッケージにも「抹茶たっぷり」と大きく書かれています。

サントリーの戦略は飲料カテゴリーごとに上位を占めるというのが大きな狙いです。缶コーヒーに次ぐ大きなお茶市場で2位の座を奪われたのは相当ショックだったようです。缶コーヒー戦争の影でお茶戦争もあることを忘れてはいけません。

■コラム

■ダイドードリンコ

日本の祭り



今年の「おわら風の盆」「長崎おくんち」に引き続き、今年もダイドードリンコ日本の祭り 沖縄「[浜比嘉島・神々の祭り](#)」を観て来ました。ダイドードリンコ日本の祭りはこの祭りで延べ200の祭りの応援ということになるそうです。今年も34のお祭りを応援するのですが、この祭りは24番目ということです。

さて沖縄の祭りというエイサーが有名ですが、実はこのエイサー起源は福島にあることを知っていましたか？ダイドードリンコ祭り軍団の1人、苦田秀雄氏（サイバー大学客員教授）が、団欒の時に語ってくれます。苦田さんとエジプト考古学の吉村教授とダイドー高松社長は良いトリオで、いつも一緒に日本の祭りを廻っています。苦田先生の話しによれば、今から約400年前福島の浄土宗の僧侶袋中上人が、中国明へ仏典の勉強に行く際、沖縄で遭難し那覇の海岸に漂着したそうです。袋中上人は3年にわたる琉球での浄土宗布教を始めます。王朝の人々は無論のこと、民衆の中にも入って、布教を精力的に進め、七五調の言葉に旋律を加え、踊りを加えて、より分かりやすい形で浄土念仏の真髓を琉球の人々に

[浜比嘉島の超ローカルな祭り](#)

広めていったそうです。その証拠に福島のいわきにも似たような念仏踊りがあるそうです。

話はそれでしたが、今回紹介するのはそのエイサー祭りではなく、とてもとてもローカルな浜比嘉島のローカルな祭りです。浜比嘉島は沖縄のうるま市にあり、海中道路つながっている島です。島は橋に向ってで右側と左側で比嘉地区と浜地区に分かれています。聞くところによるとこの2地区は昔からあまり仲が良くなく、同じような祭りを同時期に別々に行うそうです。

実は私にとって沖縄上陸は初めてで、そういう意味ではとても楽しみにしていた今回の訪問でした。8/11、那覇空港に出迎えてくれたのはかつぶくの良いRBC琉球放送のD氏と吉村先生を除くダイドーお祭り軍団。早速バスに乗り込み、祭りに向います。途中、米軍の施設(?)のようなところで、ステーキの昼食をとり、夕方には目的の浜比嘉島に到着です。

本当美しいビーチがあるのですが、人は誰もいません。祭りが始まる時間があるので、まずは地元の公民館に案内されます。沖縄独特の民家の中を抜けていくのですが、民家の庭には美味しそうな島バナナがなっていたりして、いやがおうでも沖縄の雰囲気が盛り上がっていくのを感じます。

それにしても、人をほとんど見ないのだけれど、本当にこれから祭りが始まるのだろうか？と心配になってしまいます。

公民館ではうるま市長が我々を訪ねてきてくれ、今回のダイドードリンコの日本の祭りに対して感謝をしているようでした。

時刻も夕方6時を過ぎ、そろそろ祭りの始まりということで民家に囲まれる細い道を歩いていくと、どこから人が出てきたのか？みんな思い思いの格好をし、旗をもってぞろぞろ現れました。そしてその後ろには大きなロープをたくさんの人 が担いでついでいきます。ロープの先端には勇ましい琉球兵士の格好をした少年が2人乗り周辺を練り歩きます。実はその 大きなロープは2本あり、それぞれに少年兵士が乗っていたのです。それらのロープは村の真ん中で繋がれ、村の西と東に分けて綱引きが始まるのです。



ダイドードリンコ 高松社長



苦田先生



うるま市市長を迎えて

人数も適当、格好も思い思い、熱い男たちの綱引きの始まりです。どちらかかは忘れましたが、片方が勝つと豊漁、もう 片方が勝つと豊作の意味があるそうです。

結果は東側が勝ったのですが、フライング気味だったのが面白くない西側のおじさんが本気で怒り始め、口げんかが始まりました。こりゃ、面白いと近くに寄り、聞いていたのですが何を言っているのかさっぱりわかりません。まるで海外にいるような感覚です。那覇から来ている人に「何を言っているのかわかります？」と聞いたところ、その人も「さっぱりわかりません。」とのことでした。

少し余談になりますが、そんな最中面白いおじさんが名刺をくばりながら、我々のところに来ました。実はその人、今アメリカで大活躍しているプロゴルファーの宮里美香のお父さんでした。「居酒屋美香ちゃん」という店を那覇でやっているようで、そんな名刺を配っていました。 綱引きが終った喧騒の中、おばちゃん、おばあさん達が鐘や太鼓の

音にあわせて踊り始めます。

あれほど熱く綱引きをしていた男衆たちはあっという間に消えていなくなりました。

祭りはこれで終わりません。これからは村にある4軒の神家で女踊りが披露されます。それまで2時間くらいしばし休憩。ちかくの浜など行きのおんびりタイムです。



宮里美香のオヤジさん



さて時間も夜8時を回り、神家で縁側で女踊りを待つのですが、いくら待っても始まる気配がありません。誰かが「いつ始まるのですかね〜？」と聞いたところ「用意ができたらだよ」と沖縄時間の感覚に一同うなづく場面でした。結局始まったのはそれから1時間ほどして、9時を回っていました。

浜比嘉島が「神々の島」と呼ばれるゆえんは何でしょうか？沖縄に伝わる神話によると、沖縄の島のはじまりは浜比嘉島です。そこから琉球開祖の島神の島と呼ばれています。諸説がありますが、沖縄の祖神とされる男女の2神、アマミチュー（アマミキヨ）とシルミチュー（シネリキヨ）が天から久高島（くだかじま）に降りて来て、津堅島（つけんじま）を経て、浜比嘉島に渡ったそうです。浜比嘉島は水が豊富だったことから2つの神島が宿り、5人の子どもが生まれました。その子どもたちが、沖縄の人々の祖先になったと伝えられています。

今回訪問したこの祭りは「豊年祭」で旧暦の6月24日・25日に毎年行われます。比嘉区のこの年の豊作・豊漁願って行われるもので、初日の夕暮れ集落が東西に分かれ、東側の区民と西側の区民がそれぞれ綱を担いで集落を練り歩いた後、集落の中央に集まり東西の綱を連結し、力いっぱい引き合います。その後、伝統の女踊りのウスデークと余興で1日目は終了します。翌日も午後8時ごろからウスデークと余興を行います。比嘉のウスデークはしなやかな動きが特徴です。

今回は本当にローカルなお祭りで、なんとなく地元の人達が大切にしている祭りを邪魔しちゃいけない、見させていだけこうなんていう気持ちになりました。青森のねぶたや長崎のおくんちのように観光化された大きな祭りではないので、少し気を使ったのです。ダイドーお祭り軍団は実は大半がこのようなお祭りが多いらしく、「こんな感じのお祭りがほとんどだよ」と苦田先生は言っていました。その証拠に今年の応援するお祭りの中に山北の「お峯入り」があるそうです。山北と言え、我々地元のようなものですが、聞いたことがありません。



私個人的には大きなお祭りも観光のようで良いですが、このようなローカルなお祭りもしつとりしていてなかなかよかったです。ましてや、このような機会がなければ絶対にこの島にくることも無かった

でしょうし、この島の存在さえ知ること はなかったと思います。



日本全国には何万というお祭りがあるそうです。そう考えればダイドー日本の祭りはまだたった200しか携わっていないのです。本当に歴史と文化のある日本 だをつくづく思わせられます。

そんな日本の祭りを応援するダイドーのプロジェクトはすばらしいものだと思います。これからも出来る限り続けてほしいなと願います。

■コラム

■激ウマB級グルメ 第53弾

うなぎがダメならあなごで



今夏のうなぎの価格の高騰はすごかったですね。普通のうなぎ屋さんで昨年に比べ1000円以上上がったのではないのでしょうか。うなぎの稚魚が捕れないということで、価格が上昇したようですが、基本的にうなぎが足りなくなるということは無いようで、また価格も落ち着いてくると予想されます。

しかしなぜか夏になるとうなぎが食べたくなるもので、もう少し安くなればと思う人は多いのではないのでしょうか。

そんなときにふと「あなごはうなぎの代替にならないのか？」と思うのは私だけでしょうか。実は農林水産省ホームページでうなぎとあなごの違いは食品としてみれば、脂の含有量だけで、あなごはうなぎの半分程度と書かれているのを発見したのです。「フムフム、ということはどうな重はあなご重でも対応できるんじゃないの？」と思った訳です。

好奇心まんまんの私は早速、旨いあなごを食べさせる店を検索！すると築地にあるんです。あなご専門店が。

そんなわけで今月号では築地のあなご専門店「芳野分店」を紹介したいと思います。実はこのお店6月にオープンしたばかりのお店です。築地場外にあります。

この芳野分店は活けあなごと高級活魚を取り扱う築地場内の仲卸業者が経営するお店なのです。そんなお店なら、美味しいあなごが味わえるのでは期待しての訪問でした。

また、今回は「あなごはうなぎの替わりになるの

か？」というテーマを持っの訪問だったです。

さてメニューは以下のような感じです。

メニュー

- あなご飯 1300円
- あな玉とじ 1000円
- あなごのばかし 1500円
- あなごのばかしあい 2000円
- 極のばかし 2500円
- など。

ところでやはりこの「ばかし」という言葉が気になります。想像ではうなぎに化かしているからだと思うのですが、その辺を店の人に聞いてみました。すると昔、あなごの中卸を始めたころ、あなごがなかなか売れなくて毎日のようにあなごが残ってしまい、毎晩あなごの夕食ばかりだったそうです。



そのときおばあちゃんが「**今日もあなごか。あなごばっかしだな。**」と言ったのが由来だそうで、ある時それではこのあなごをうなぎのように調理しようと、蒲焼にしておばあさんに食べさせたそうです。すると「**何て美味しいうなぎなんだ！**」とおばあさんはだまされたそうです。「**これはあなごだ**」と本当のことを言うとおばあさんは「**化かされた**」と言ったそうです。つまり「**ばっかし**」と「**化かされた**」をかけているそうで、なかなかユーモアのある商品名だと思います。

あなごの食べ方は基本的に2つあります。「焼き」と「煮」です。私個人的には「煮」が好きなのですが、「焼き」はどちらかと言うとあなご本来の味を楽しむといった感じでしょうか。「煮」はふくら感を味わうというイメージがあります。メニューのばかしあいはその両方を楽しめるようにご飯の上に「焼き」と「煮」が両方乗ったものです。

今回のテーマが「あなごはうなぎの替わりになるか？」なので、どちらかと言うとうな重の味に近い「あなごのばかし（煮）」を注文しました。するととてもラッキーなことに、その時は「極のばかし」用のあなごしかないということで、1500円で2500円の極のあなごをいただくことができました。

さて感想はとにかく驚きでした。「こんなに美味しいあなご食べたことが無い！！」「今まで食べていたあなごは何だったんだろう！？」という感じです。また食べ終わったときにうな重のように脂が多くないので、もたれた感が無いのがいいです。

聞くところによると、あなごは季節によって産地を変えているそうで、夏は宮城産を使っているそうです。宮城産の他には江戸前と長崎産を使うそうです。ちなみに江戸前は夏は身が痩せて美味しくないそうです。

美味しさに驚き「旨いな～」とつぶやいていたら、店の人は大変上機嫌で、これも食べてみてと、肝と「焼き」を少し出してくれました。

これもまた驚きで、私自身うなぎの肝はあまり好きではないのですが、あなごの肝はうなぎよりもより上品で優しい感じで、本当に抵抗なく食べれました。また「焼き」は一番美味しい尻尾の部分を出してくれましたが、これも本当に美味しく、「焼き」はあなご本来の繊細な味わいを堪能できると思います。



肝



「焼き」



さて今回のテーマ、「**はたしてあなごはうなぎの替わりになるのか？**」ですが、今回芳野分店で訪ねて思ったことです。



店名 芳野分店
電話 03-3547-6075
住所 東京都中央区築地4-10-8
HP <http://yoshinobunten.com/access.html#芳野>

まず最初に私達は本当に美味しいあなごを味わうことが出来ていないんじゃないか、ということです。あなごは私達食べるとしたらお寿司屋さんぐらいで、回転寿司では国産あなごでさえ無いのではありませんでしょうか。もちろんこのようなあなご専門店など町には無いし・・・

つまり、本当の美味しいあなごを食べていないから、このようなテーマを考えてしまったのだと気がつかされたのです。よく考えてみれば、あなごをうなぎの代替になんていうのはあなごに失礼だし、やはり結論は「あなごはあなごで、うなぎはうなぎ」だということです。要は比べるべきものではないという事でした。

あなごというのは、うなぎ同様生態がよくわかっていないらしく、養殖も出来ないそうなのです。つまり天然ものだけということなので、より貴重な食材ということになります。

本当に美味しいあなご、是非一度ご賞味されることをお奨めします。

■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。

- ・小田原営業所所長日記
- ・チーフの日記
- ・販促課小田原日記
- ・販促課マネージャーの日記
- ・海老名の所長ブログ
- ・開発道
- ・海老名営業所ルート営業日記
- ・新米営業マンの悪戦苦闘日記



沖縄DYDO自販機 サンピン茶、シークワサーソーダ、りんご紅茶500缶など沖縄オンリーの商品が並びます。

今月は以上です。又、来月号も宜しくお願いします。

■2012年度のマンスリーNEWS			
➡	2012.08	アークル	マンスリーNEWS
➡	2012.07	アークル	マンスリーNEWS
➡	2012.06	アークル	マンスリーNEWS
➡	2012.05	アークル	マンスリーNEWS

→	2012.04	アークル	マンスリーNEWS
→	2012.03	アークル	マンスリーNEWS
→	2012.02	アークル	マンスリーNEWS
→	2012.01	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
→	2011年度	2011年のマンスリーNEWS アーカイブ
→	2010年度	2010年のマンスリーNEWS アーカイブ
→	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

