▪2014年6月のマンスリーNEWS 第119号

■コラム

■6月のアークル

皆さんいかがお過ごしでしょうか？1ヶ月というのはあっという間で今月もマンスリーニュースをコラムを書かなきゃと少しあわてている私です。

さて、先日の健康診断でお腹周りを計測された時、「○○cmです。これは メタボの値になります」ガーン！！ショックでした。週3回はジムでトレーニングしているのにもかかわらず、メタボ体型。確かに、最近トレーニングをしているのに、お腹が出てきているのは気になってはいました。よーく考えてみると、食事の採り方に問題があったようです。ジムトレーニング後、空きっ腹の状態でガッツリ夕食を食べ、その後睡魔に襲われ就寝なんていう生活をしていました。

夜のトレーニング後の空きっ腹は、体が養分を一番欲している状態で、そのタイミングで食事を採ると逆に太るそうです。 理想はトレーニング前に軽い食事をして、トレーニング後は食べないというのが良いそうなのです。折角、健康のためにジム通いをしているのだから、トレーニングをより効果的にするために、この習慣を直す決意をしました。誰か私に空腹を我 慢できる方法を教えてください。

私達、販機業界のこの時期は毎年夏場最盛期に向けて、新規開発・夏場最盛期対応自販機の作成などに追われる時期なの ですが、今年は何か様子が違います。

自販機オペレーター各社、大変混乱している様子がひしひしと感じるのです。消費税アップに伴う価格変更、そして切り替 えなど、やらなければならない事が多いのですが、それが思うように進捗していない現実がそれです。先月期のマンスリーでも書きましたが、フルオペ市場、競争激化の中で価格を上げていくのは簡単ではないのです。特に首都圏に近づけば近づくほど価格上げが難しいようで各社とも大変な苦労を強いられているようです。

そんな状況が続いているので、新規開発の競争が少し穏やかになっているような気がします。もちろん、消費税価格改定が終れば、この競争が再び激しくなるのは目に見えているのですが、新規開発に関しては「一時の休息」っていう感じでしょうか。

当社においては、価格変更は現状約8割が終了しています。なんとか6月20日をメドに終了させる予定でいます。どちらに しても、この価格上げをやらないことには経営が出来ないのは明白ですし、出来るだけ早く一般消費者にも「飲料は130円が定価」ということを認識できる雰囲気を作っていかなければなりません。ただでさえ消費税は4月に上がってしまっているのですから・・・それにしても、これだけ大きな業界で消費税転嫁が遅れているのはただ事ではないのす。

私達の業界内の問題は実は消費税における値上げだけでなく、更にもっと深刻な問題があるのです。さきほどオペレーター各社大変混乱していると表現しましたが、その理由は人材の問題です。

昨今、すき家やワタミの人材不足で閉店になるという話題が世間をにぎわしていますが、若者の人材不足は私達の業界でも人事ではないのです。

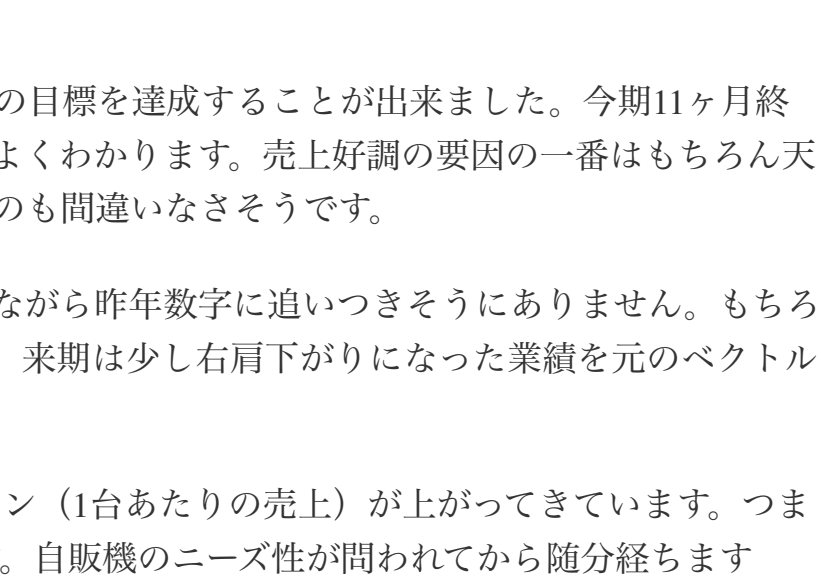
ただでさえ忙しい時期に人材が不足すれば、業務がままならなくなります。 ということで・・・・　　今月号では人材不足について少し触れておきたいと思います。 なぜ、いろいろな業界で人材不足が言われるようになったのでしょうか？もちろん少子化が一番の要因ですが、その他にも要因はないのでしょうか？例えば若者。昔のように見るからに不良というような若者はほとんどいません。

暴走族もいなくな りました。これは一見良いことのようにも見えますが、実はそうでもないとも考えられます。いわゆる不良や暴走族といった、世間から少しはみ出した人を受ける、業界が世の中にはあるのです。全てが良い子で頭が良いでは世の中絶対に成り立ちません。

しかし、昨今は大学全入時代といわれるほどほとんどの高校生が大学進学を目指す状況になっています。こうなれば、ほとんどの人達がホワイトカラー的な仕事をしたいと思うの当たり前で、建設現場で働く職人や、トラックドライバーが不足していくのは必然のことかもしれません。

先日あるカー用品チェーンの人事部長と話す機会がありました。人材採用で大卒は非常に採りやすくなって来ている代わりに、専門学校卒で整備士2級の免許も持った人が全然採れないと嘆いていました。また業績は好調で、新規出 店もしたいのですが、人材不足でそれも出来ないそうなのです。

またここ何十年かの不景気でリストラされる自分の親を見てきて、安定した公務員の仕事に就きたいと思う若者も多いかもしれません。



ここで各企業は人材確保のために色々知恵を絞ります。例えば、パートアルバイトの正社員化や中高年の活用など、または外国人労働者の研修制度を利用するなど。どうちらにしても、今まで通りにいかないのは確実です。

消費税増税によるコストアップや人材面でのコストアップなど、今後アベノミクスの目標とするインフレ率2%は以外と早 い時期に達成するかもしれません。

少子化、若者の嗜好変化、社会構造の変化など世の中は今後大きく変わろうとしています。その中でビジネスを続けていくためには自分達もどう変わればよいのか？よく考える必要があります。

さて先月期の当社の振り返りを少し・・・・

先月の当社は、天候に恵まれ今期初めて両営業所の目標を達成することが出来ました。今期11ヶ月終了しているので、今期がいかに厳しい戦いだったかよくわかります。売上好調の要因の一番はもちろん天候なのですが、価格上げもほんの少し影響しているのも間違いなさそうです。

今月で当社も45期の決算を迎えます。45期は残念ながら昨年数字に追いつきそうにありません。もちろんこの数字は想定内ですし、原因もわかっています。来期は少し右肩下がりになった業績を元のベクトルに戻す期になると考えています。

また少し朗報なのですが、新規獲得のパーママシン（1台あたりの売上）が上がってきています。つまり自販機ニーズはまだまだ あるということなのです。自販機のニーズ性が問われてから随分経ちますが、まだまだいけます。

気になるのは、ショート缶のコーヒーの売上が少しおちてきているところです。しかしリシールのボトルコーヒーがかなり 伸びてきています。この要因は間違いなくコンビニのカウンターコーヒーだと思われます。

また当社ではこの春からダイドードリンコが作り上げた、自販機オペレーションの最新メソッド、「スタンダードオペレーション」の導入に取り組んでいます。この「スタンダードオペレーション」導入の経緯や理由は来月のマンスリーでお伝えしたいと思います。それにしても、このメソッドは3年もかけてダイドーが作り上げだけあって、素晴らしいメソッドです。また当社に来ている担当者Ｓ君も非常に熱心な社員で、我社もそれに答えるべくしっかり導入をしていこうと考えています。

取り組む課題多しの当社の状況です。

■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	新ダイドーブレンドコーヒー	1位	ボス贅沢微糖	1位	ﾙｰﾂ微糖スペシャル
2位	新ブレンド微糖	2位	ボスレインボーマウンテン	2位	爽快ビタミ５００缶
3位	Ｎデミタスコーヒー	3位	ボス無糖ブラック	3位	マルチミネラルウォーター

4位	細缶Mコーヒー	4位	ボスカフェオレ	4位	ﾙｰｯｸリミーカフェアイス
5位	ＢＣ葉の茶　朝摘み	5位	南アルプス天然水５００Ｐ	5位	アロマステージ＆コーヒー

■コラム

■見えぬもの見る眼鏡

新市場は自分で創る　　5/31日経新聞より

今後の日本を悲観する経営者は多い中、私達はマーケットをどのように捉えていったら良いのでしょうか？

日本が抱える最大の問題、少子高齢化！これからは今までのようにモノが売れない、既存のほとんどの市場が縮小していくだろうと思うのは当然のことだと思います。

そこで求められるのが、「変化を恐れずに次の市場を自ら切り開く貪欲さ」だと言っているのです。

ＪＩＮＳ（眼鏡）の場合

「眼鏡で見るのは常に外側。今後は自分の内側を見られる」。新製品は「健康管理メガネ」。鼻や眉間と接するセンサー が目の動きを調べ、疲労や眠気を自動的に知らせてくれる。

米・グーグルの場合

「スマートコンタクトレンズ」。センサーや無線を備え、涙に含まれるブドウ糖の量から血糖値を推測し、糖尿病患者の健康管理に役立てる。

成熟市場と見られていた眼鏡市場。ローテク素材にハイテクが載り、新しい価値を産み出した。

ネスレ日本

「介護予防カフェ」。集会所にコーヒーメーカーを無償で設置。高齢者は一杯数十円でコーヒーを飲める。憩いの場をつ くって運動不足解消を促し、安否も確認する。原点は2年前に始めた「オフィスアンバサダー制度」だ。希望する消費者 に装置を無償で提供。職場においてもらい、粉末コーヒーを納める。手軽に安く飲めると、口コミで広がり会員は12万 人を突破。増収増益の原動力となり、ネスレ本社より表彰された。「売り方を工夫すれば需要はまだまだ伸びる」。

米・インテル

社員10万人超の巨人がわずか40人のＺＭＰ（自動車運転技術開発）に突然出資を打診してきた。

なぜか？インテルの牙城のパソコン用半導体は需要が縮み、スマートホン用は出遅れで完敗。2期連続減収減益にあえぐ。目をつけたのが「ＩＯＴインターネットオブシングス」。車や産業機器、ウエアラブル端末などネットで全てのモノがつながる新分野だった。

スマホの世界出荷は年10億台だが、「ネットにつながる装置は2015年に150億台、20年には500億台に増える」。ブライアン・クルザニッチＣＥＯの視線はすでにスマホの先を行く。

ピーター・ドラカーは「変化は脅威ではなく機会としてとらえなければならない」と説いた。

セブンアイの鈴木会長は「国内人口は減っているが世帯数は増えている。変化がある所に必ずチャンスはある」と強調する。

なるほど・・・・・

変化は悲観的にとらえるのではなく、チャンスととらえるということですね。
経営者は常に前向きに、そして変化に対応するだけでなく、チャンスととらえ発想していく・・・・
勉強になります。

■コラム

■死ぬまでには一度・・・第1弾

世界一の大藤

今回から「死ぬまでには一度・・・・」と銘打ってシリーズ化にしようと思います。

Ｂ級グルメのようにシリーズとして続けられるか？

最近死ぬまでには見たい景色などＳＮＳでよく目にするようになりました。

そこで・・・・

私も出来る限り自分の動ける範囲で紹介できたらと・・・・記念すべき第1弾は、栃木の足利フラワーパークの大藤です。　なんと新聞の折り込みチラシでこの場所を知りました。　上野から専用列車も出ています。

実はここの大藤は世界中が注目しています。

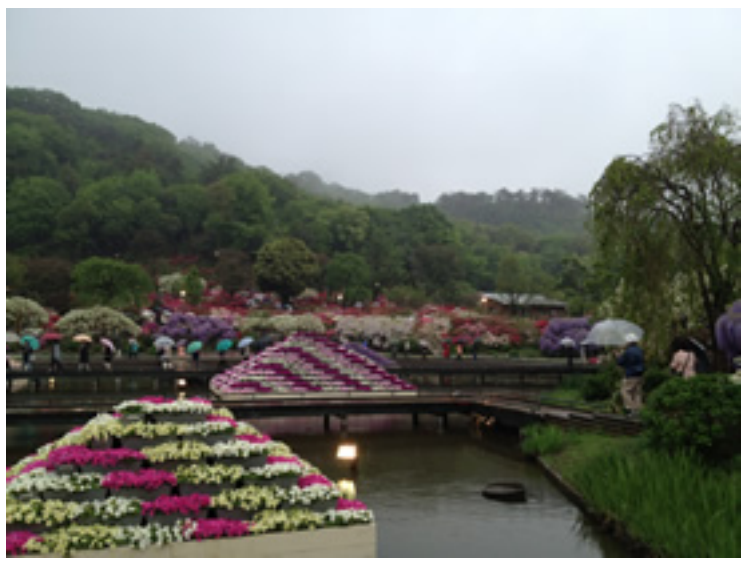
You Tube にアップされると・・・・

花々に魅せられた人々からは、「美しすぎる！」「魔法みたいだ……」「感動しました」「言葉にならない」など大絶賛のコメントがずらり

大　藤

きばな藤（訪問時がやや早めのためネットから引用）

白　藤



■コラム

■激ウマＢ級グルメ　第68弾

渋谷・鬼亭

　グルメな友人からの紹介
　今回は総勢9名でしっかり予約していきました。
　いつも混んでいるので予約は必須だそうです。
　焼き鳥と聞いていたのに、一般の焼き鳥とは大違い！
　テーブルにロースターがあり、焼き肉屋のような焼き鳥屋（牛肉→鶏肉になった）

　事前情報によるとこの店には”鬼”がいるらしい・・・
　グルメな友人は常連らしく・・・・・メニューはおまかせ・・・
　次から次へ料理が運ばれてきます。そのどれもが美味！

最後にこの店で絶対に食べるべき2品が登場！一同大盛り上がり！
一つは蔘鶏湯（サムゲタン）、店のおばちゃんがテーブルの上でまぜまぜしてくれます。
あっさりしているけど、旨味はバッチリ！！
そしてもう一つは鬼亭鍋！！
どんな鍋か期待していると・・・・
マスター登場！（笑いが無い・怖いぞ）・・・　そうか　鬼はマスターだったのか！？
鬼亭鍋はマスター自らが私達の前で調理してくれます。
スープは真っ赤、食欲をそそります。

鬼亭鍋の作り方はこんな感じ・・・

豚肉＆軍鶏焼いて　　薬味（クコの実、ねぎ、にんにく等）　　真っ赤なスープ　　ニラ山盛り

ネギ山盛り　　つくね投入　　その他具材

大人数で行くのがおすすめです。 住所： 渋谷区渋谷1-9-4（宮益坂側）

蓼鶏湯（サムゲタン）と鬼亭鍋は要予約ですよ。 ＴＥＬ： 03-3797-1002

■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6名が更新中です。

・小田原営業所所長日記

・チーフの日記

・販促課マネージャーの日記

・海老名の所長ブログ

・開発道

・海老名アシスタントチーフ日記

社長会　事務員さんと　　小田原　ラッコアメーノ（イタリアン）

編集後記

皆さん、当マンスリーは先月期からある試みをしているのを
お気づきでしょうか？
今月号でのグルメ、死ぬまでに一度　両コラムは文章を簡潔に
そして写真多めでわかりやすくしました。
長文は読むのも疲れますよね・・・・

今月は以上です。又、来月号も宜しくお願いします。

▪2014年度のマンスリーＮＥＷＳ		
	2014.05	アークル　　マンスリーＮＥＷＳ
	2014.04	アークル　　マンスリーＮＥＷＳ
	2014.03	アークル　　マンスリーＮＥＷＳ

2014.02	アークル　　マンスリーＮＥＷＳ
2014.01	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
2013年度	２０１３年のマンスリーＮＥＷＳアーカイブ
2012年度	２０１２年のマンスリーＮＥＷＳアーカイブ
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

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