



■2014年12月のマンスリーNEWS 第125号

■コラム

■12月のアークル



皆さんいかがお過ごしでしょうか？1年なんてあっという間ですね。

今年もはや12月です。

なんとなく気ぜわしい12月、今年は衆院選も重なり余計せわしく感じるのは私だけでしょうか。また個人的には何年かぶりに風邪をひきました。のどの痛み→鼻水→せきといった流れで進行しました。熱はなかったのですが、辛い日々を過ごしました。皆様、お身体ご自愛ください。

さて激動の2014年がいよいよ幕を下ろそうとしています。年頭から消費税アップに対する飲料メーカーの方針が決まらず心配をし、結局方針が決まったのが4月を過ぎてからということになりました。飲料メーカーの結論は値上げで、結局自販機とコンビニなどの手売り価格が違う2重価格となってしまったのです。

また価格上げは私達自販機オペレーターにとっては、作業だけでなくお客様との交渉もありすぐにはできないのではなく、結局6月末まで消費税アップの影響を受けてしまいました。

さて、このように春先から最盛期突入前までガタガタした状態が続き、夏場最盛期の7・8・9月は天候に恵まれない夏となってしまい、価格アップと天候不順の二重苦を味わうこととなってしまいました。

秋に入りコーヒー本番のシーズンでも売上は戻ってきません。コンビニのカウンターコーヒーの影響の影響も大きいのですが、やはり値上げの影響はかなりあるのではないかと心配しています。

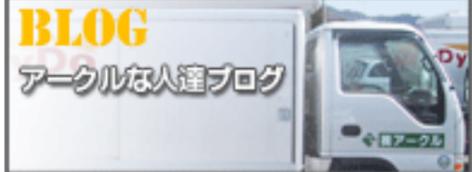
このように2014年を振りかえってみると、ある意味自販機業界にとっては機転となる年になったのではないのでしょうか。

今回、来年10月の消費税10%が先送りの方針を決めました。これが私達自販機業界にとって良かったのか悪かったのは分かりません。しかし1つ言えることは、自販機で買うお客さんはやはり価格に注目しているということなのです。前々からコンビニでは高額商品が売れるけれども、自販機では売れないというのが定説ようになっていました。それを覆そうと、各メーカーからは高額商品が発売され、自販機セットを試みています。しかしなかなかその定説を覆す商品は出てきていないのが現状です。

メーカーの狙いは販売本数の落ち込みを商品単価上げでカバーしようと考えています。これは飲料業界全体で考えるなら、正しい考えなのかもしれません。少子高齢化、付加価値商品の開発、売り上げ・利益確保といった感じですが、しかしこの考えは自販機に限ってはあてはまりません。それが今回の消費税アップに伴う値上げでよく認識できました。

自販機はコモディティーの最たるもので、街中に溢れかえっています。その中で高額商品売っていくのは難しいというのが私の結論です。自販機はCPの追求をしたほうがいいかもしれません。「良い商品なんだけど価格は据え置き」こんな感じでしょうか。例えば高果汁のペットで140円定価であれば、かなり売れるのではないのでしょうか。自販機だから昔の商品の焼き直しをデザインだけ変えて販売すればいいやというのでは、絶対にダメだと思います。今の消費者はコモディティーの中でもお値打ちを求めているのだと思います。

今回ダイドーの「泡立つデミタスエスプレッソ」が販売不振です。缶コーヒーの中では今まで一番濃



く、泡立つ製法などかなりとんがった商品です。私個人的には素晴らしい商品だと思いますが、まるつきり売れません。それはまず、価格の設定ミスだと思います。ただでさえとんがっている商品で購買層が狭い中、高価格だとさらに購買層が狭まります。もう少し味を薄くして130円定価だったら、かなり売れたのではないのでしょうか。このあたりはダイドーも認識はしているようで、次回作があるようなのでそれに期待したいと思います。

さて、弊社の10月はなんとか昨年をカバーすることができました。しかし状況が好転しているわけではなく、厳しい状況には変わりありません。

弊社のテーマはこのマンスリーでもずーとお伝えしているように、スタンダードオペレーション（以後SD）の導入です。SDは売上を取れ効率的に仕事ができる仕組みのことを言います。自販機の1台あたりの売上は落ちています。ということは、ルートマン1人あたりの保有台数を上げていかなければ、今までと同じ売上は確保できないということになります。しかしやみくもに1人あたりの自販機保有台数を増やすことは出来ません。なぜなら、自販機管理に要する時間は売上本数の多少にかかわらず、あまり変わらないので、やみくもに自販機台数を増やすとルートマンがフォローしきれない可能性があります。また冷温の切り替えもまともにできなくなってしまう。そしてなによりも、自販機フォローがおろそかになって売り切れを出してしまい、結局お客様に迷惑をかけるようになってしまうのです。

SDは今後の自販機オペレーターの経営を左右する上では、絶対に導入を成功させなければならないものです。しかしアークルでは今年の年頭から導入を試みっていますが、なかなかうまく進まないのが現状です。SDは少ない回収件数で最大限の売上を回収するという考え方なので、今までのように回収件数を増やして売上を確保するという発想ではなくなっています。しかし回収件数を増やして売上を確保する方式を今まで弊社ではやってきたので、簡単にその習慣をやめることはままならないのです。しかしSDの成果を理解し、実行ができれば、ロケーションの最大の売上を効率的に確保することができます。また作業時間の短縮も実現できるのです。

SDの導入にはまずベースが必要です。そのベースは自販機の投入コラムをある程度一定にすることなのです。自販機はホットになるコラムは決まっていますので、そこへコーヒーカテゴリーを入れるとか、商品は頻繁に入れ替わる色物のコラムレーンを決めるのです。

次に自販機ごとの売れ筋把握です。自販機はロケーションごとに売れ筋が違います。これをしっかり把握してセット内容や投入本数を変えていかないと、売り切れが乱発したり賞味期限切れ商品が出たりしてしまいます。



実はこれがSD導入の大きなハードルであることに今回気づきました。

何が大きなハードルなのか？自販機の売れ筋把握をするにはルートマンはその自販機の伝票を毎回チェックする必要があります。自販機の管理システムは各コラムの投入本数の設定がなされています。例えばブレンドコーヒー20本設定で1週間で全て売れたとします。伝票には20本投入しろと出ます。そのまま考えなければ20本投入して終わりですが、それでいいのでしょうか？もちろん良いわけありませんよね。全て売れて売り切れランプが点いてしまっているのですから、設定本数を増やすか投入コラムをダブルにする必要があります。

つまり大きなハードルというのは、「考えること」なのです。自販機訪問時には必ず伝票からその自販機の売れ筋や投入必要本数を予想して次回訪問時までのセッティングを組み直すのです。

SD導入の中であるルートマンからこのような意見がありました。「コラムを増やしたり、設定本数を増やしたりするぐらいだったら、バラエティーな商品構成にして、私がそれだけその自販機に行けばよいのでは？」これは職人のような出来るルートマンの発想です。売れるようにするなら手間は惜しまないということなのです。しかしそれは全ての人が出来るわけではなく、スタンダードな発想ではありません。

考えるということは手間なのです。人は考えないほうが楽ちんなのでどうしてそちらに行きがちになってしまいます。私はこれを機械と人間の戦いに例えました。チャップリンの「モダンタイムス」です。機械に操られるのか？機械を操るのか？自販機オペレーターの究極を問われているような気がしています。

アークルの戦いは続くのです。

■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 | 南アルプス天然水500P | 1位 | 165スペシャル微糖 |
| 2位 | 細缶Mコーヒー | 2位 | ボス贅沢微糖 | 2位 | 爽快ビタミン500缶 |
| 3位 | 新ブレンド微糖 | 3位 | プレミアムボス | 3位 | 165ブラック |
| 4位 | Nデミタスコーヒー | 4位 | ボスレインボーマウンテン | 4位 | マルチミネラルウォーター |
| 5位 | 無糖樽コーヒー | 5位 | 伊右衛門435P | 5位 | 大地が磨いた綺麗な水550P |

■コラム

■チャップリン「モダンタイムス」

30年ぶりに見たら



私達の仕事、自販機オペレートをチャップリン

の「モダンタイム」に例えました。

会議をしているときにふと私の脳裏に浮かんだんです。この映画が…。もう一度この映画を観てみよう！多分、高校生の時かもしれません。この映画を観たのは。

なんと新鮮な感じ！！これが観終わったときの第一印象です。1936年の作品、つまり昭和11年の作品でサイレント映画、これがまた新たな作法の映画を観ているようでとても新鮮なのです。

オープニングでは時計が映し出されます！

そして次のようなクレジットが・・・

Modern Times A story of industry of individual enterprise - humanity crusading in the pursuit of happiness

「モダン・タイムス、機械化された産業社会の中で個人が人間性を取り戻し、幸福を求める物語」

工場の中でオートメーション化された、ベルト・コンベアシステムで働くチャップリン。彼はひたすらコンベア内の決まった一つの仕事を続け、次第に様子がおかしくなっていきます。そして遂には仕事に熱中する余りに、ベルト・コンベアの中に巻き込まれてしまい病院に送られてしまうのです。（このシーンはあまりにも有名です）

人間が生み出した生産システムの歯車の中で、人間性を奪っていきます。チャップリンは巨大化した資本主義の中で疎外されていく人間の在り方を、ベルト・コンベアと一介の労働者を通して、痛烈な諷刺でこの作品に描いていきます。

面白いのは、資本主義の矛盾を工場内での人間性喪失に例えている点です。現在では、工場はほとんどが機械化され、人手さえ要らなくなっています。もしチャップリンは現代で同じような主旨で映画を作ったら、どんな表現をするのかとても興味があります。



とても感動したのは、やっとウェ이터の職を貰ったチャップリンが歌う「ティティナ」の唄うシーン。

サイレントなのに唯一、チャップリンの歌声が聴けるのです。

そしてラストシーン。

何もかも無くしたチャップリンと少女はまた「夢」の実現を求めて新しく歩き始めますが、チャップリンが少女の暗い表情を見てこういいます "Smile" 「笑ってごらん」！そして笑顔と共に二人は再び歩き始めます。そこにチャップリンの作曲した名曲、「スマイル」が流されていきます。二人の目の前には真っ直ぐに伸びる一本の道。

チャップリンの伝えたいことは「人を愛すること」、「希望を持って生きていくこと」、「決して諦めずにて力一杯に生きること」なのだと思います。

そんなことがストレートに伝わってくる映画でしたが、現代の映画はそれほどストレートに伝えたいテーマを表現しません。その潔さもなぜか新鮮に感じました。私は、私達の会議で自販機オペレーターを「機械との戦い」という表現をしました。

自販機は便利な機械で、お金を入れれば飲みたい飲料が簡単に手に入ります。しかしその裏にはたくさんの方が関わり、その便利さが生み出されているのです。私達はその中の一役を担っているのですが、その管理もハンディーターミナルと言うコンピューターで管理をしています。

人間はそのコンピューターに頼りすぎると、一見は楽に見えるかもしれませんが、知らず知らずのうちに機械に私達がコントロールされるようになって来てしまいます。機械はそもそも人間が人間を便利にするために作られたということを忘れてなりません。

そうならないためにはどうすればいいのか？それは常に考えることなのです。「現状でいいのか？」「これはもっとこうするべきではないのか？」「もっとシンプルにするには？」などです。しかし人間は考えないほうが楽なのです。考えずに機械に接していくと、いつの間にか機械にコントロールされていってしまうことに気づかないといけません。

自販機業界は、今年の消費税増税から少し景色が変わってきました。

私達、自販機オペレーター業界も今までのようにはいなくなつた事を認める必要があると感じています。

いかに効率的に、そして最大限の売上を獲りながら、運営できるのか本気で考えなければ生き残っていけない時代が到来したのかもしれませんが。そのために、私達は変わっていかなければなりません。

まさか、現代の自分達の仕事のやり方の改善で、約80年前の映画を思い出すとは思いませんでした。

なにか不思議な感覚です。

この際だからチャップリンの他の映画も観てみようかな～なんて思っています。

■コラム

■金融抑圧政策を今一度知ろう



ハロウィーンの黒田バズーカに驚いた人は多かったのではないのでしょうか。実は私もその一人です。

この日銀の追加金融緩和で一気に相場の景色が変わってしまいました。
わずか1ヶ月で円はドルに対して10円も安くなったのです。日経平均もうなぎ上りです。

このすさまじい勢いの円安は良いものなのか？悪いものなのか？なんて考える必要はなく、とにかく円安なのです。私達が持っている円がどんどん資産価値を下げているのです。このことを良く認識しなければなりません。

「円安→インフレ→金利上昇という流れでいくんでしょ」これが一般人の思いつく普通の考え方なのですが、これがそうではないのです。

当マンスリーの8月号で石原順の金融抑圧について少し触れましたが、今月号ではこの「金融抑圧政策」について今一度勉強していきたいと思います。

まず、金融抑圧について書く前に今回の追加金融緩和についておさらいしましょう。今回の追加緩和は、長期国債を50～60兆を70～80兆に、そしてETFを年間1兆から3兆へ、そしてリートは年間300億円から900億円へという内容になっています。つまり80兆の新発国債を全て買い、更に株やリートも買っていくのです。またGPIF（年金）のポートフォリオを以下のように変えると言っています。

国内債権60%→35%

国内株式12%→25%

海外債権11%→15%

海外株式12%→25%



このGPIFのポートフォリオ変更でのポイントは海外債権・株式の保有を40%にするという点です。つまり17%保有率を上げるということなのですが、1%1.3兆ですので22.1兆の円売りが出るということになります。そりゃ、円安になるわ！

さてなぜ政府はそこまでして、金融緩和をするのでしょうか？デフレ撲滅、景気回復などと言っていますが、本心はインフレによって実質債務を減らしたいということなのです。

債券ファンドPIMCOのスコット・A・マザー氏は金融抑圧について、「不換紙幣を発行する現代国家が、表面上は金利と元本を返済しつつも、債権者を割りの合わない目にあわせる紳士的な方法です」と述べたが、金融抑圧は簡単に言うと、「政府が借金を合法的に国民に押し付ける政策」なのです。

つまり金融抑圧は、インフレで政府の実質債務を減らしたいが、インフレによる金利上昇は利払い負担や調達コスト上昇になるので避けたい。この二つの矛盾にみちた願望を同時に実現するために、日本も米国も金融市場で＜国債を買い支える仕組み＞を作った。これが正体です。

結局、金融緩和というのは、＜国債を買い支える仕組み＞なのであって、その結果、日本も米国も長期金利を低く抑えることに成功しているのです。この仕組みを長期にわたって維持できれば、政府にとっては実質借金額と利払い負担の両方を減らすことができます。

もう日本の莫大な債務はインフレでしかカタがつかないのは誰も気づいているのではないのでしょうか。借金というのは誰かが返済しないとなくならないのは子供でもわかることです。つまり日本国が作

った債務は日本国民が払うという結論に達するわけです。



さてこの内容を見てどう思いますか？

私達は今大きな決断をしなければならない時が来ているのです。自分達がコツコツ働いて蓄えてきた資産を、政府の借金返済に使われてしまうのです。これでいいのでしょうか？

私はこのマンスリーでも常日頃から言っている「世の中の変化に敏感であれ」というのはこういうときにあるものだと思っています。まさに今は世の中の大転換点ではないでしょうか？この内容は新聞や雑誌にもたくさん書かれていて、私達のやるべきヒントはたくさんあるのですが、なぜかみんな人事のように傍観しているような気がします。

極端な言い方をすると、日本の道德観念に基づく「清貧の思想」みたいなもの捨てるべきかもしれません。日本が金融緩和によってお金がジャブジャブ状態になっている今、真面目にコツコツ働いて日本円を貯めてもどんどんその資産価値が目減りしていくのです。つまり、日本円は貯めておいたらダメなのです。お金は運用して活用しなければならない時代が来てしまいました。

しかし残念ながら日本人は学校で「お金の教育」を受けていないのでどうすればよいかわかりません。ましてや「お金の運用＝ギャンブル」という考えもあって、なかなか出来ないのも事実です。

政府は私達の貯めた年金の蓄えの40%を外貨に換えると言ってるんです。そうであれば私達個人は本来はそれ以上のポートフォリオにすべきなのに、日本円貯金だけという人がほとんどだと思います。

増税は目に見えてる政策で国民の反感を買いやすい政策ですが、金融抑圧は目に見えない政策なのでやりやすいということを私達は知っておく必要があります。

■コラム

■激ウマB級グルメ 第74弾

箱根でリラックス・Bakerly&Table Hakone



今日はB級ではありませんよ。

11月の連休の日曜日、妻が「箱根に美味しいレストランがあるけど行く？」との誘い。

平日のランチにしゃれたレストランはマダムで一杯というのは聞いていたが・・・

うちの妻もいろいろ知っているんだろうな～、なんて思いながら行くことにしました。

それにしても、箱根はやはり日本有数の観光地というのをまざまざ思い知らされることになったのです。

場所は元箱根。箱根新道からレストランに向う道は大渋滞。やっとのことでレストランに着いてからも約1時間は待たたでしょうか。

紅葉と3連休、もしかしたら1年のうちで一番混んでいる最悪な時に来てしまったかも・・・

店の立地は湖畔に面していて最高の立地。3階建ての建物の1Fがベーカリー、2Fがカフェ、3Fがレストランになっています。

お店の入り口の看板には「東府や」「赤倉温泉リゾートスパ」と書いてあります。どうやらこのレストランはホテルが運営しているようです。どちら

も有名な高級旅館で、期待ができそうです。

妻曰く、3Fのレストランでも湖畔に向いたカウンター席で食べなければ意味がないとのこと。（たぶん友人と何回か来てるんだらうな。でも余計なこととは言わないように）

その場所に座ってみると、その意味がすぐわかります。目の前の芦ノ湖の景色は最高で、好天も相まって吸い込まれていくような錯覚さえする景色なのです。

ベーカリーがあるので、基本的にパンは食べ放題。そしてこのお店のお勧めはポトフだそうです。とにかく野菜がうまいらしい。

しかしメニューを見ると、ちょうどクリスマスコースという魅力的なコースが・・・

ポトフは次の機会にして、このクリスマスコースとやらをいただこう。内容は前菜・スープ・メイン・デザート・コーヒー紅茶で3800円。



ローストチキン・スモークサーモン・サラダ



オニオンスープ



伊勢えびのポワレ

さて感想は・・・？

なかなかだと思います。景色・雰囲気・味 また来たいと思わせました。今度はもう少し空いている夜に来てみたい。

彼女とのデートや夫婦のアニバーサリーなどで使ったらいいじゃないでしょうか。くれぐれも3Fレストランのカウンター席に座ってくださいね。



店名 **Bakerly&Table箱根**

住所 **箱根町元箱根字御殿9-1**

TEL **0460-85-1530**

■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



27回目の弊社ゴルフコンペは箱根CCで開催
優勝者は、山梨の同業者の社長が初出場でかささらっていき
ました。

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

| | | | |
|-------------------|---------|----------------------|---------------------------|
| → | 2014.11 | アークル | マンスリーNEWS |
| → | 2014.10 | アークル | マンスリーNEWS |
| → | 2014.09 | アークル | マンスリーNEWS |
| → | 2014.08 | アークル | マンスリーNEWS |
| → | 2014.07 | アークル | マンスリーNEWS |
| → | 2014.06 | アークル | 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 |

