



■2015年6月のマンスリーNEWS 第131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？  
飲料業界は激動の時期を迎えています、皆さんの  
業界はいかがですか？**

当アークルはその荒波を必死になりながら進んでいる小船のような気がしています。

このコラムを書いている今、ちょうど大きなニュースが飛び込んできました。前々からこのマンスリーでも取上げてきた、J T子会社・ジャパンビバレッジの嫁入り先です。嫁ぎ先は大方の予想通りサントリーに決まりました。これで自販機保有台数がトップのコカコーラに肉薄し、いよいよ飲料業界は「2強+その他」の様相を呈してきました。

今から振り返ってみると、サントリーの今年の入ったの動きが理解できます。新規獲得の積極姿勢が薄れ自販機予算もシビアになり、その急変に自販機オペレーターや自販機メーカーは戸惑っていました。

サントリーはJ T飲料撤退の時点でこの買収にコミットしていたと思われます。たしかにここ数年自販機は飽和して、良い設置場所が確保するのが難しい状況になっていました。ジャパンビバレッジは職域など自販機ロケーションとしては魅力的なロケをたくさん保有しています。

コンビニがいまや、飲料メーカーの思う通りならない売り場になっているので、飲料メーカーの大きなカギは自販機だったのです。そのことを良く理解しているサントリーはたとえ高い買物と言われようが、今回の買収を絶対に成功させなければならなかったのだと思います。

実は皮肉にも、サントリーの買収ニュースと同時にダイドードリンコの4半期決算は発表され、なんと7億円の赤字を発表しました。発表では円安によるコストの上昇が原因と発表していますが、やはり最大のポイントは消費税増税により価格アップの自販機売上ダウンです。特に売上を落としているのは、私達のようなダイドー製品を扱うオペレーター（卸先）です。

全て販売がメーカー直であれば、対応策も柔軟にできるのですが、オペレーターとなると経営者によって業界の変化に対する対応がまちまちになってしまいます。またオペレーターも複数の飲料メーカーを扱っていますので、オペレーター内でのメーカー競争もあり、その中でのシェアを落としたということもあるのではないのでしょうか？

私達の自販機オペレーターのビジネスは実に薄利で、非常に儲かりにくいビジネスです。そんな厳しい状況の中で、自販機パーマシ（1台当たりの売上）が落ちるということは経営を直撃します。この自販機オペレーターも地域ごとに集約し効率営業をするしかないのです。そういう意味では集約化が急がれます。

飲料メーカーもオペレーターの集約化が進めば、より自社の意思が通りやすくなり経営効率が図れると思っています。

また飲料メーカーも、一社で自販機製品を全て賄うのは難しい状況になってきました。特にダイドーやポッカなどはコーヒーは強いですがその他は厳しいのが現状です。増してや、そのコーヒーも価格面でコンビニにやられてしまっています。そこで自販機を中心とする飲料メーカーが今一番必要なのは、魅力的な自販機を作ることだと思います。全てを自社製品で消費者は満足するのでしょうか？コンビニは常に最新にPOSで、売れ筋を管理しています。売れない商品はすぐに棚から撤去されます。自販機も同じようにいろいろなメーカーの売れ筋商品が入り、それでいて低価格、そんな自販機が消費者にとっては魅力的といえるのではないのでしょうか。

今回サントリーが買収したジャパンビバレッジはまさにその各社相乗りの白ペン展開をしているオペレーターです。コカコーラだってそんなことは良く理解していて、赤い自社機以外にFVコーポレーションと



いう、白機の子会社を持ち展開しています。

本来であれば、コーラ・サントリーの2強以外がやるべき戦略を2強が別会社で展開している。本当に強い2社です。

さて5月期のアークルですが、ここ1年では久々に良い結果で終れる事が出来ました。要因は天候、それだけですが、1つ胸をなでおろした事があります。それは自販機についている顧客もしっかりあるということです。

昨年の消費税増税から1年が経ちましたが、この1年間自販機売上の低迷は続いたのです。もしかしたらほとんどの顧客がコンビニに取られてしまったのかと疑うほどでした。しかし天候がそうではないことを証明してくれたのでした。

私達の自販機オペレートもさらに進化し始めました。今年導入の新システムが稼動し活用し始めたのです。新システムでは各自販機ごとのアイテム率（多品種のセット率）、売り切れ率（売り切れ数）、ロス率（売り切れでどれだけ売上ロスがあったか）が明確になったのです。

まず、アイテム率ですがいかにたくさんの種類の商品が自販機に入っているかというのを見るものです。やはり自販機のバラエティー度は魅力の1つです。しかしバラエティー度を上げると売り切れが点く可能性が高まります。またこれに関わってくるのが回収率です。

回収率とは1回当たりの取引金額で、これが高いと効率的な回収で出来ているという事なのですが、売り切れが点いては意味がありません。いかに回収率とアイテム率が高く、売り切れを点かさないと矛盾の解決は大きな課題なのです。

さらに、今回は売り切れ時間がわかるのでそこからどれだけの商品が売り損じたかがわかる、ロス率も出すこととしました。例えば売り切れにはいろいろな売り切れがあります。終売商品のために意図的に出した売り切れもありますし、タイミング的に点いたばかりの売り切れもあります。

また売れ筋商品を長時間点かしてしまう最悪な売り切れもあるのです。



そこで時間単位その商品の売れ本数を売り切れ時間で掛ければ、どれだけ売上ロスがあったかわかります。つまりロス率は売り切れに関しては一番重要なポイントとなるのです。そこで私達の戦略としては、順序立てることにしました。まずはアイテム率を出来るだけ上げる。（魅力的な自販機をまず作る）そしてその後、売り切れ率をへらしながらロス率を下げるということにしたのです。

先月はそのアイテム率アップを追及していきました。ということは売り切れ率が上がってしまうことになります。ましてや好天候のためただでさえ売れていますから、売り切れ率を上げてしまいました。お客様には迷惑をかけてしまったかもしれません。今月はその中で売りきれ・ロス率を下げていきますので、ルートマンは必然的に回収件数を上げなければなりません。つまり忙しくなるということになってしまいます。

今までこれらのことを感覚でやっていましたが、今回明確に数値化されたことによって戦略が立てやすくなりました。またルートマンごとにオペレート内容がわかりやすくなり、指示内容も具体的になってきました。自販機の売上は天候が最大要因なので、その天候に合わせて一番効率よく回収できるようにならなくてはなりません。しかしながらいまだ感覚に頼って商売をしていたことに今回気づかされました。

今後はシステム化をより進め、より効率的にオペレートができる様にして行くのが、自販機オペレーターの使命なのかもしれません。

弊社ではJ Tの後の白ベン展開、またメーカー機展開全てを網羅しながら、総合オペレーターとして生き残っていきます。またより消費者に近づけるオペレーターになっていくために、努力をしていくつもりです。

荒波の中のアークル丸ですが、負けないように頑張っていこうと思っています。

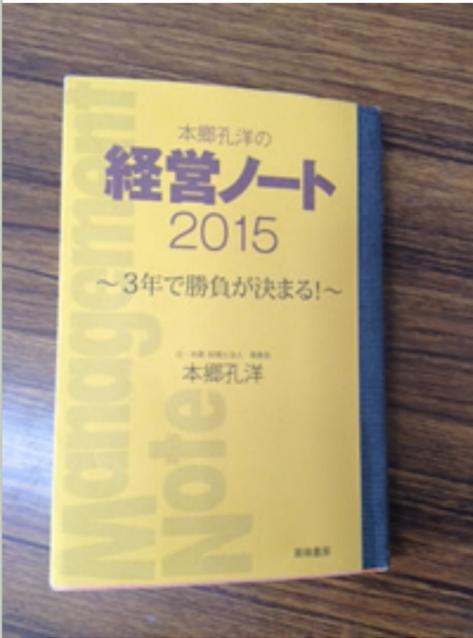
## ■コラム

### ■先月の売れ筋商品

DYDO売れ筋ベスト5		SUNTORY売れ筋ベスト5		白機売れ筋ベスト5	
1位	新ダイドーブレンドコーヒー	1位	ボスマスターズ微糖	1位	つぶつぶオレンジ500P
2位	細缶Mコーヒー	2位	南アルプス天然水550P	2位	チェリオメロン500P
3位	ブレンド微糖185	3位	ボスマスターズ	3位	ナタデココ入り白ブドウ500P
4位	無糖樽コーヒー	4位	ボスレインボーマウンテン	4位	THE COFFE ビターUCC
5位	Nデミタスコーヒー	5位	ボス贅沢微糖	5位	THE COFFE クリーミーUCC

## ■コラム

### ■本郷孔洋の経営ノート2015



弊社を見ている税理士法人、辻本郷税理士法人の理事長、本郷孔洋さんの本が発刊されました。一読したところ、私の感覚に非常にマッチしうなずきながら2回3回と複読しました。

まさに中小企業の経営者が今後3年どう考え行動していったらよいか、という指針をわかりやすく示してくれています。

また本郷さんの良いところは、文章が簡潔でわかりやすい点です。（私は見習わないといけないと思っています）

6/8に横浜で発刊記念の講演会がありますが、その紹介はまたにすることにし、本の内容をちょっとだけ・・・

#### 今の日本の市場をどう見るか？

「マージャン型マーケット」です。しかも持ち点が減っていくマージャン。振り込むと積もるのでは持ち点が一定だから、倍の差が開く。つまり成長は他社のパイを食うという事なので、早くやらないと逆に食われてしまう。

#### 七変化の時代

今までは3年マイナーチェンジ、10年フルモデルチェンジでしたがそれでは遅い。今は1年ごとにマイナーチェンジをやり続けなければ対応できないし、内部改革改善も同時にやらないと組織自体が古くなってしまふ。つまり変改対応も大切ですが、企業そのものの変化がもっと重要ということになります。

そういう意味では「変化の高速回転」の時代に入ったということになります。

#### ピボット経営？

ピボット経営とは「片足を出す経営」です。片足を出しながら、隣地拡大をしていく。隣地異業種に進出して行く経営を「ピボット経営」と呼んでいるのです。両足を出さずに片足だけ出す。これが成功の秘訣です。

両足を出さずに、方足だけ出し、パスの相手を探す。まずいと思ったら、パスする相手を変える。しかも、瞬時に判断する。

#### 3年が勝負

2020年東京オリンピックまでが日本経済再生のラストチャンス。時間があまりありません。3年はあっという間です。

#### P/L経営からB/S経営へ

20世紀は「稼ぐ経済」、21世紀は「貰う経済」です。

「貰う」・・・金融、投資、相続、観光客の誘致。全て稼いだ人からのリターンです。

究極の貰うはインターネットです。つまり知識はタダの時代になり、知識では付加価値はつかなくなったのです。

「タダより高いものはない」これは死語！？

貰うはB/S（バランスシート）です。稼ぐはP/L（損益計算書）です。例えば投資利益でも資産は膨らみます。

逆に投資損失は富を分け与える側です。貰う、贈与の経済はゼロサムゲームです。経済が成熟すると、戦い方を変えなければなりません。汗のかき方を工夫しろという事です。キーワードは「貰う」です。

## グローバル？

購買力低下の日本。需要が拡大するアジア。日本だけでは成長できないのは明らかです。故邱永漢先生は「国という概念なんてないんだよ。江戸時代にさかのぼれば薩摩の国等、日本でも国がいっぱいあったんだよ」と言っておられました。

戦い方は「グローバルに展開して、ローカルに戦う」です。

## 成長のスピードに注目

ミャンマー・ヤンゴンやカンボジア・プノンペン、バングラディッシュ・ダッカは想像以上の大都会で近代的です。

バンコクは東京と遜色ありません。現地に行かないと分かりません。行くたびにその成長スピードには驚きます。

みなさんどうですか？まさに実学そのものの発想です。机上の考えでなく数千社の経営を見ていれば世の中の流れが見えてくるのでしょうか！皆さんご一読を。

ということで私は今月スリランカで市場調査に出かけてきます。報告はまた次号で・・・

## ■コラム

### ■激ウマB級グルメ 第76弾

チャンポン焼って？ 神戸にて

今回は神戸に出発です。50年以上続くお好み焼き屋さんです。店名は「**お好焼ふじ**」。

場所は高速神戸駅といって三宮からはやや離れたひっそりとした場所。神戸の華やかとは程遠い雰囲気のある場所です。どちらかというと、東京下町の路地裏といった感じでしょうか。

夕方6：30ごろの入店でしたが、店内はほぼ満員。人気店であることがすぐにわかります。

私はいつも言っていますが、「旅の楽しみは食」です。1泊の地方遠征、1回の夕食を大切にいききたいところです。

このお店のお勧めメニューはチャンポン焼だそうで、とりあえず「おばちゃん、チャンポン焼ちょうだい」と言うと「お好みとそば、どっちにする？」と。「なるほどチャンポン焼はお好み焼きも焼きそばも両方あるんだ」。ってことで、「もちろん両方」となる訳です。

このチャンポン焼、驚きは具の多さです。豚肉・海老・イカ・タコ・大貝・牡蠣など大量の具材が投入されています。具でパンパンに膨れ上がったお好み焼き、麺の量と変わらないぐらいの具材たっぷりの焼そば。

ソースは甘めと辛め。ビールを飲みながらの人は辛め、食事の人は甘めがお奨めだそうです。

今回は男3名で行ったので、注文はこれでは終わりません。

おばちゃんにお勧めを聞くと、「とん平」と「海苔巻き」ということなので、やや満腹ぎみになりながら「それもちょうだい」という我々なのです。

「海苔巻き??」

「お好み焼き屋で海苔巻き？」

「秘密のけんみんショーで、兵庫ではお好み焼きの海苔巻きをみんな普通に食べているってやってたんよ～」

「そうなの？」

「全然食べてないけどね～（笑）」

こんな会話をしながら海苔巻きが完成。



「写真撮るんだったら、きれいに並べないとね」とおじさん。

のりとソース合うのかな？なんて心配は、一口食べればなくなります。「これ旨い、いけるぞ～」。海苔巻きになっているから食べやすく、海苔のパリパリ感もいい感じです。

さてもう1つお薦めの「とん平」。これはかなりのボリューム感です。豚肉はトンテキ用の分厚いお肉で、焼いた生地の上にキャベツ、春菊を乗せてさらに同時に焼いている豚肉を乗せる。仕上げに玉子を焼いて玉子焼きの上にお好み焼きひっくり返して出来上がり。

驚きは中の豚肉がミディアム焼け状態なので。「うちの豚肉はレアでもOKだからさあどぞ」

春菊の苦味と豚肉のジューシーさがあいまって、おもわずニコリです。

旅先の食事・・・・・・今回の選択は間違っていないかったようです。

**店名 お好みふじ**

**住所 兵庫県神戸市中央区多聞通4-4-4**

**T E L 078-341-3788**

**定休日 日曜日**



## ■コラム

### ■死ぬ前に後悔したくない20のこと



**ネットであるページを発見しました。生き方のヒントになるかも・・・！？**

#### 1 他人がどう思うか、気にしなければよかった

他人の目は気になるもの。だが、あなたが思うほど、他人は自分の事を考えている訳ではない。もっとありのままを生きよう！

## 2 幸せをもっと噛みしめて生きるべきだった

今が幸せ！とはなかなか感じづらいもの。みな時間が経ってから気づくのかもしれない。幸せかどうかは、あなたの日々の心の持ちようにかかっている。

## 3 もっと他人の為に尽くせばよかった

自分のことばかり考えていたなあ、と他人をみて気づく事もあるだろう。誰かの為に何かをすることはあなたの人生をより意味のあるものへ変える。

## 4 くよくよと悩まなければよかった

悩みがあるのは当たり前。だが、時間は戻ってくる訳ではない。誰かに相談したり、次のアクションを起こしてみよう！

## 5 家族ともっと時間を過ごせばよかった

家族にわがままを言ったり、不満を持ちながら年を重ねる人も多いだろう。だが、本当に大事な人こそ近すぎて気づかないこともある。あなたの心を許せる最大の支えこそ、家族だ。

## 6 もっと人に優しい言葉をかけていればよかった

あなたがかけられたら嬉しい言葉は、他人も同じように嬉しいと思う言葉であるはずだ。他人に強く当たってしまった事を後悔する者も多い。自分に厳しく、人に優しく。

## 7 あんなに不安を抱えながら、生きるべきではなかった

つけていた昔の日記など見返したりしてみると、どうしてあの頃はあんなに不安ばかりを連ねていたのか？と思うかも。不安は抱えるものではない。次のステップへの原動力として外へ放ってしまおう！

## 8 もっと時間があれば...

これはまさに、究極の後悔。なぜなら、どんな人間にも平等に時間が与えられているからだ。誰とどこで何をするか。

時間の使い方はあなた次第！

## 9 もっと思い切って冒険をすればよかった

何を冒険と呼ぶか。それは人に寄ってそれぞれ。だが、いつもぬるま湯につかっているのはあなたにとっての冒険にも気づく事ができない。大胆になれ！

## 10 自分を大切にすればよかった

自分の心身が健康でないと、はじまらない。年をとったり病気にかかると、若いうちから自分をいたわるべきだったと思うはず。健康的な食生活や、ストレス発散、定期的な運動は今すぐスタートできることだ！

## 11 他人の言う事よりも、自分の直感を信じればよかった

自分で決断することで責任感も生まれる。自分を信じて出した結果は達成感もそれだけ大きなものに。自分の心の声を常に聞く努力をしてみよう。

## 12 もっと旅をすればよかった

地球という美しい星に生まれてきたあなた。この世界を知りつくすのに人生はあまりに短すぎるのかもしれない。けれども、時間やお金のせいだと決めつけずに、一步外に踏み出してみよう。あなたの運命を大きく変える出会いがある かもしれない.....！

## 13 あんなに働きすぎるべきではなかった

出世してお金持ちになることは、充実した人生と必ずしもイコールで結びつかない。何の為に働くか。自分に一度問うてみて！

## 14 もっと一秒一瞬を大事に過ごせばよかった

特に大人になって、自分の子供の成長を見るとき、いかに時間が早く過ぎるかを痛感する。一秒一瞬の価値に気づいて感謝できる人生を送りたい。

## 15 子供達に好きな事をさせてやればよかった

価値観や信念の違いでぶつかりあうことだってある。だが、家族がバラバラになってしまっただけでは意味が無い。愛、思いやり、共感はとても大切。あなたの子供を信じて。

## 16 言い争いなどしなければよかった

今日目の前で話した人と、明日100%会えるという保証はどこにもない。感情だけに任せることのないコミュニケーションをとろう。

## 17 もっと自分の情熱に従うべきだった

安定した収入、つまらないが続けざるを得ない仕事。居心地のよい人生はなかなか捨てづらくかもしれない。だが、あなたが生まれてきた意味は、あなたらしい人生を送る事。心の情熱が燃え尽きるまで何か

に没頭してみてもいい？

### 18 もっと自分のために頑張ればよかった

自分自身の人生を他人のために全て犠牲にすることは無い。自分の成長に終わりはない。高い壁が現れたら限界を決めずに、登ってみよう。それは全て、あなたのため。

### 19 もっと自分の本音を言うべきだった

黙っていて後悔した、そんな心の声が色々な人から聞こえてきそう。本音を言う事は勇気がいること。信頼のある人間関係も必要だ。すこしづつでいい、本当の自分を外に向けて発信しよう。

### 20 もっと目標を達成すればよかった

どんな小さなことでもいい。目標を達成しただけ、あなたの人生は豊かになる。目標が見つからなければ、目標に出会える努力をすればいい。人と会ったり本を読む。芸術に触れたり自然を感じる。全てが次につながることを信じて、何かをつかみにいこう！

一度きりの人生どう生きる？・・・

■コラム

■白ペン売れ筋商品紹介



UCC

THE COFFEE クリーミー

コーヒーボトル缶の売れ筋



ブルボン

牛乳でおいしく  
冷たいココア

ココア系飲料では  
かなりの好評！



チェリオ

ライフガード500缶

J T爽快ロングに  
せまれるか！？

■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

・熱血小田原チーフの日記

・販促課マネージャーの日記

・海老名の所長ブログ

・開発道

・開発チーフの日記



社長会は両営業共、焼き肉！どんどん食べろ～！！

今月は以上です。又、来月号も宜しくお願いします。

#### ■2015年度のマンスリーNEWS

➔	2015.5	アークル	マンスリーNEWS
➔	2015.4	アークル	マンスリーNEWS
➔	2015.3	アークル	マンスリーNEWS
➔	2015.2	アークル	マンスリーNEWS
➔	2015.1	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
➔	2014年度	2014年のマンスリーNEWSアーカイブ
➔	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