

東北 VALUE SIGHT 宮城



株式会社サン・ベンディング東北 代表取締役
加藤 義夫 (かとう・よしお)

1945年7月2日生まれ。
宮城県柴田町出身。
東北学院大学経済学部卒。1977年(株)サン・ベンディング東北を設立し代表取締役就任。
仙台商工会議所議員。宮城県美術館協議員。
趣味は、絵画鑑賞、旅行、読書。情報誌「りらく」にて旅の物語を連載中。

株式会社サン・ベンディング東北
宮城県仙台市宮城野区福田町南2丁目3-50
TEL 022-254-4541
<http://www.sunvending.jp>

自動販売機を通して缶コーヒーやペットボトル飲料等をサービスする(株)サン・ベンディング東北(仙台市)は、東北全県と新潟、富山、札幌に拠点をもち、東北でのシェアは16%、グループ全体の末端売上が155億円を超え、1日の販売本数に換算すると40万本になるという。自動販売機業界の売上げが縮小する中で、拡大路線を行く、創立40年となる当社の取り組みを紹介する。

時代の流れをとらえ、 成長を続ける 会社を目指して

会社の成り立ち

大学卒業後、地元にも本社があったコーラ会社に就職することからすべては始まった。当時、日本に上陸したばかりのコーラ飲料は売れに売れて、会社は急激に拡大しつつあり、寝る暇もない程の仕事量だったと記憶している。

その頃、冷たいビンと缶の自動販売機はあったが、まだホット、コールド兼用の缶の自動販売機はなかった。ホットの缶コーヒーの時代が来ると予感した私は、会社に導入するよう提案したが叶わず、それでもこの時代の到来を確信した私は、脱サラをして2人の部下と、退職金をかき集めて200万円の資本金で現在の会社を作ることになった。

ちょうどこの頃、自販機を販売するプロの会社が現れ、日本中にその数を増やしていた。50年程前にアメリカから輸入された自動販売機は、現在では会社や路上等いたる所に設置され、その台数は250万台を超えて一種の日本の文化とも言える程の存在となっている。東日本大震災の際には、何か月も店舗の閉じられた地域で大活躍しており、自動販売機が改めてライフラインを形成していると認識されたと思われる。

当社は、各飲料メーカーが取り扱う商品の65%以上を、消費者のニーズに合わせて提供できる。加えて季節の変わり目には、ホットやコールドに切り替える等の細かいサービス体制の充実が、当社の最大の強みと言えるだろう。

成熟期に入った当業界

長くその数を増やし成長してきた当業界は、成熟期を迎えつつある。量販店の安売り、コンビニのカウンターコーヒーのヒット等が重なり、1台当たりの売上げが減少して大苦戦を強いられている。それに東北の人口減少もあって、自動販売機が供給過

剩の時代に入ってきた。ここ2年半で、業界全体は20%以上売上げが低下している。

このような逆風の中、当社は幸い管理台数も増えシェアも拡大している。今年は創業以来最高の売上げと利益を達成できそうであり、遠からず東北での当社シェアは30%を超すだろう。全国展開を視野にした拡大を目指していくつもりである。

現在の日本中の独立オペレーターは、後継者がなく、急激にその数を減らすものと思われる。そんな中で若者へ夢を与えるシステムを作り、それを全国へどう伝えるか。それが私の最後の大きな役割であると思う。

当社の行動指針

当社の社是には「活力を持って邁進」とある。行動指針の一は「顧客第一」だ。利益の根源は、消費者に私たちの自動販売機の前に立って、商品を買ってもらうことである。

第二は「市場の創造」。これは、他社のマネや業界の常識を打破し、独自のシステムと売り場をすることである。現在当社は、営業拠点各地に2,700カ所の自動販売機コーナーを持つ。「ウィズドリンクショップ」の名称でブランド化したこのコーナーを、東北各地で認知していただいていると確信している。

第三の「科学的思考」は、勘や経験を排除し、すべて数値やデータで管理することを意味している。売れ筋の商品やすべての自動販売機の損益が、ボタン1つで分かるよう、大きな投資を行ってシステムを作り上げた。

第四の「大和一致」とは、全社員が心一つにして業務にまい進することを意味している。

損益に関しては、10年以上前から、経費と時間をかけ、管理職の社員がバランスシートを読めるよう教育している。その結果、量のみを追うのではなく利益、つまり質の伴った営業活動へと変化してきた。

部下を持ち、損益に参加する立場の管理職は、事業計画を作るときに自分たちのボーナスの取り分を計算し、盛り込むようにさせている。これには、稼ぎ出す付加価値と労働分配率から算出することが必要で、無理や、だらう計画ではなく、確実な計画が必要となる。この結果、最近のボーナスは会社と社員の計算する額がほとんど一致するようになっている。

会社の成長について

脱サラを志して、はや40年の歳月が流れた。改めて会社の成長、拡大のルールを検証してみよう。まず会社を立ち上げるのに必要なことは、一般的に創立者独自の新規ビジネスに対する嗅覚と言われる。成熟した業種ではとても難しいことだが、新業態の黎明期をどう感じるかだ。私の場合、ホットの自動販売機時代の到来を予測できたことが始まりだった。

次は、ブームが始まり時代に乘ってきた時が大きなチャンスだ。この時期はひたすら汗を流して拡大の道を歩む。当社はこの時期に、東北全域に拠点を作り、自動販売機の数を増大することができた。

次のチャンスは、成熟期に入ってからやって来るだろう。業界が10%縮小すると、競争業者はその倍以上減少すると思われる。なぜなら、売上げ減少に伴い増大する経費をカバーできないからだ。その時が来たら、廃業する同業者を吸収する力、つまり自社の体力と金融機関の信用が重要だ。現在、業界はピンチの時期だが、当社にとってはチャンスの時

期に入っている。

最後に、さらに会社を発展させていくには、どうしたら良いだろうか。それは1人のリーダーの力のみならず、社員全員の力が十分発揮される会社へと転換していくことだろう。組織の力へ転換できれば、企業はさらに拡大成長できる。当社はちょうどこの節目にあると思われる。

これからの日本

現在、日本を訪れるインバウンドと言われる観光客が増えつつある。政府は東京オリンピックの年に訪日外国人4,000万人を目指している。

東京オリンピックを訪れる世界の人々は、日本独自の文化に触れて、それを自国に持ち帰るだろう。これは世界へ向けて最高のビジネスチャンスが到来しつつあることを意味している。若者は世界を舞台にして考える勇気が必要と思われる。

当社も長く自動販売機ビジネスをやってきたが、これからは世界に向けて挑戦する会社でありたいと思っている。



品ぞろえや価格はコンビニに負けず、毎年確実に売上げを上げている「ウィズドリンクショップ」