

# お客様 元気通信 むけ

「たつすいがは、いかん！」

先日、ベストセラーとなった「キリンビール高知支店の奇跡」の著者である元キリンビール副社長の田村 潤氏の講演を新潟市内で聴く機会がありました。

「スーパードライ」の出現で、トップの座をアサヒに明け渡したキリンビール高知支店が、シェアを奪い返すまでの苦闘の話です。田村氏は、「この闘いの本質は、ライバルとの闘いというよりも、自社の風土との闘いであつた。」と述べ、決して他社事とは思えない話として伺いました。

ご存じのとおり、キリンは、スーパードライの急迫に、ドライを支持している若者や女性を取り込まなければならぬと、コクと苦みが特徴のラガーの味を変えました。飲みやすいビールに方針転換したのですが、結果は、「オレの好きなブランドを勝手に変えた。」キリンビールは特別なものだった。嬉しい時も、哀しい時もそばにあつた。」とそれまでのラガーファンを失望させ、キリン離れを起こしました。狙っていた若者や女性からも、ラガーが飲みやすくなつたからと言つて、スーパードライから乗り換えることはありませんでした。

この逆風の中で、当時キリン高知支店長だった田村氏が採つた戦略は、徹底した社員の意識改革と現場志向でした。それまで特約店への割り当てと売れない商品の抱き合わせ販売が主な仕事だったエリート集団を、料飲店の現場へ靴底が擦り減るまで足を運ばせます。ビールは75%が家庭で消費され、残りの25%が料飲店だそうです。

そこで田村氏は、営業の効果が上がるのは、「料飲店」として、攻める市場をセグメントします。「料飲店」を攻略できれば、「家庭」でもブランドスイッチが起ると仮説を立て、実行したのです。

一方で田村氏は、「ラガーの味を元に戻せ。」というお客様の声を、本社へ出向く度に経営トップに直訴し続けます。そういった声に押され、味を変えてから5年後に、キリンはラガーの味に戻すこととなります。

このラガーとスーパードライの攻防は、マーケティングの教科書にも取り上げられています。戦略ミスのほとんどが、「ターゲット市場」と「製品ライン」を、途中から変えることによつて起こることを学ぶことができます。

表題の「たつすいがは、いかん！」は土佐弁で、「味が薄いのは、ダメ！」という意味で、ラガーが復活した際に、キリンビール高知支店が作ったキャッチコピーです。逆風の最中、お客様から投げかけられた言葉だそうです。

常務取締役 小林 淳

## 日本の野鳥シリーズ

### イワツバメの災難



技術営業部 佐藤 弘

渡り鳥はなぜ夜渡るか、最近読んだ米国の鳥類学者の説はこうだ。昼間どんどん気温が上がる中で激しく羽ばたいたら、汗腺がない鳥は体温を一定に保つことが困難だから、比較的低温の夜間に行動するという。しかし、体温上昇にもっと影響すると思う日射について少しも触れていないことが、いまいち納得できない。

自宅近くのバイパス道が農業用排水路をまたぐコンクリートの橋の下に、東南アジアから渡ってくるイワツバメの群が営巣しはじめたのは、橋ができて間もなくだったと思う。昔は山間の水力発電所の軒下などを利用していましたが、都市近郊に立体交差のコンクリート構造物などが増えるにつれ、平場に進出したらしい。この春も去年並みに20羽ほどが泥を運んで巣作りを進めていた。

だが後日遠くから眺めると、橋の下を飛び交っているのはスズメばかりで、イワツは4羽しかいない。ピンときた。近所のお屋敷に築地塀があるのだが、その瓦葺きの屋根に長年営巣していたスズメが今年は閉め出された。ホームレスのようになった彼らがイワツの巣を乗っ取ろうとしたようだ。イワツはたまったものじゃない。4羽がしぶとく居残ったほかは逃げ出したようだ。その後通りすがりに見るとなぜかスズメがまったくいない。一方、4羽のイワツは泥の巣の乾燥を待ちながら、間もなく始まる忙しい子育てに向け、餌を荒食いして体力をつけている様子だ。

何があつたのか橋の下へ行って確かめたいとは思いますが、普段はひと気がない水路に私が姿を現しただけで、残った4羽もここは営巣適地ではないと巣を捨てて逃げ去りかねない。繁殖に悪影響を与えるような調査や観察は絶対にしない先輩方に倣って、ヒナがある程度成長する時期まで待とう。餌をねだるヒナを見捨てて逃げる親鳥はまず居ない。もちろん細心の注意をはらつての観察だが…。

カッコウの声を聞く季節になって思い出した。健さん主演話題作の田園風景に、効果音として春はウグイス初夏はカッコウの声が入っていた。これはいい。いけないのは、バック・コーラスが「あんたらどこから来たの?」と言いたい外国語で鳴く鳥ばかり。せいぜいカラスかスズメの声が相応しい風景なのに、音響担当のお方は大いに張り切つたようだ。かつてミソサザイの声を秋の都市公園で流す、テレビドラマ制作者のいい加減な仕事に白けたことがあつた。映画にしるテレビにしるお粗末な制作ぶりは紙芝居並みだと言つたら、「一緒にするな」と紙芝居屋さんに叱られるか。



## 地元のスーパーマーケット



エッセイ

生産部 島貫 修一

旅先で時間が少し空いた時何をしますか。私だったら地元のスーパーマーケットへ行きます。冷蔵と物流の進歩で全国的に食材が均一化されていても、地元のスーパーには地元ならではの物があり、それを発見して食べてみるのも楽しい。

まずは店内を歩きながら、それぞれの地方特産の野菜や漬物や豆類と他地域に流通していない菓子を探し、次に魚・肉・総菜売り場へ行く。特に念入りに見るのが漬物で、パックに印刷されている会社名と住所で地元かどうか判断し、珍しい物を買ってみる。当たり外れはあるが、南陽市のだし、秩父市のしゃくし菜漬、小松市のかつお大根はおいしかった。魚の伝統的な保存食では、東北の日本海沿いで作られている鯨・鮭の飯鮓は珍味だったし、北陸の鯖・鰯の糠漬けもご飯がいくらでも食べられる。

内陸部では総菜売り場に川魚（鯉・鱒・鮎・どじょう）や馬肉を使った総菜が並び、馬刺しは臭みも無く食べやすかったが、鯉は川魚特有のくせがあるので慣れないと食べられないかもしれない。更に味噌や麴を使った「ご飯のお供」も種類が多くお勧め。

また飯山市のスーパーのように「何でここで売っているの」と思うような物を発見することもある。何かというと「長崎の麦味噌」。九州と四国の一部だけが麦味噌文化圏だと思っていたが、信州味噌の米味噌文化圏に遠い長崎の麦味噌が売られているということは、北信州にも麦味噌を食べる習慣があったのだ。

おいしい物を食べるのも旅の目的（たぶん最大の目的だろう）。名物や名産品だけではなく、地元で日常的に食べられている物の中からおいしい物を探し出せば、探す楽しみと食べる楽しみの両方を味わえるし安上がり。これは絶対やめられない。

## ◆ちょっと豆知識◆その32「甘酒用生菌数測定キットの発売に際し」

技術営業部 部長 成田 護 ([mamoru@shinyo.co.jp](mailto:mamoru@shinyo.co.jp))

以前も小欄でちらっと書きましたが、個人的に、相手の不安を煽って物を買わせる行為が大嫌いです。「あそこにもここにもばい菌が！」と言って殺菌成分入りのものを買わせたり、「あなたの臭い、本当に大丈夫？」と脅して芳香成分入りの品物を買わせたり…。

で、結果的に当社の取り組みも同じ枠組みに収まってしまいそうなのですが、「売らんかな」が原点でないことをご理解いただきたく、この文章を書いています。

数年前から「甘酒が来て」いて、お陰様で当社の糖化タンクも良く売れています。去年は小規模ながら、原料処理からラベリングまでの設備類を、一気に通貫、パッケージとして販売することも出来ました。

設備を納めた後、実運転に立会い気付いたことは、甘酒の殺菌の難しさです。

ある程度想像はしていましたが、アルコールを含まないため要求される温度が高い、粘度が高いため容器内での対流性に乏しい、長時間加熱すると褐変が促進される、等々。キャップ裏がカビたとか、酸っぱくなった、酵母が生えた、も含め、非常に面倒な品物であることが分かりました。

お客様からの情報、あるいは社内での検証を元に、当社として甘酒の殺菌についてはかなりのノウハウを蓄積し、タンクをご購入いただいたお客様に対して殺菌についての各種アドバイスが出来る状況になりました。

そんな中、3M™ のペトリフィルム™ の存在を知り、市販の甘酒を買い上げて微生物検査を自社で行ったところ、出るわ出るわ…。

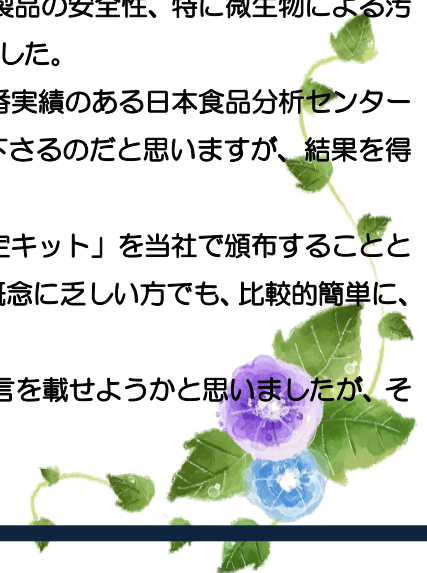
一部のお客様には結果のフィードバックをさせて頂きましたが、皆様様にショックを受けておられました。この結果を受けて、結局お客様自身が、ジャストタイムで自社製品の安全性、特に微生物による汚染の程度を把握しておくことがより重要ではないか、と思うに至りました。

皆様の地元にも民間の検査機関はあるでしょうし、恐らく日本で一番実績のある日本食品分析センター (<http://www.jftrl.or.jp/>) などは、比較的廉価で菌検査を引き受けて下さるのだと思いますが、結果を得るまでにどうしてもリードタイムが掛かってしまいます。

そこで今回ご案内を同封させていただきました、「甘酒用生菌数測定キット」を当社で頒布することとしました。微生物実験の手技や設備を持たない方でも、また希釈等の概念に乏しい方でも、比較的簡単に、ある程度の定量的菌検査が出来る内容となっています。

リーフレットには「サルでも出来る菌検査！」くらいの刺激的な文言を載せようかと思いましたが、そこで物議をかもすことは本意ではないので常識的な案内としました。

是非、安全で美味しい甘酒の製造にお役立て下さい。



私は趣味でクラリネットを吹いていますが、趣味と言えば写真、絵画、彫刻等々、いろんな種類があります。そして続けているともっと上手になりたい、でもどうやったら上手になれるのか。通常は先生に就いたり身近な上手な人に教わったりしますが、上達して来たら本物を数多く知るのも効果あると思います。

絵、彫刻、写真であれば著名な芸術品と言われる物を見に行く。音楽なら生の演奏を聴く。プロの演奏が一番心に響くと思うし、その音色を目指す方法が有効かなと。前にプロ奏者と一緒に演奏したことがありますが、まず練習から違う。我々と同じく音出ししてからスケールを何回もスピード上げたりしてやっていて、我々は今日やる曲の気になるところを練習するのですが、プロはやらない。ほとんど基礎練習で終わる。そして全体合奏に入る。曲の練習なんて家で仕上げて来るんですね。それと本番と練習では全然違う演奏をする。本番は気合が入るのか迫力が全然違います。思わず息を呑むという感じで、やはり本物を傍で聴くだけで凄い勉強になりました。良い物を知ると自分の目指す奥行が広がるような感じですかね。

話は変わりますが、仕事柄いろんな所の有名なお酒を呑む機会が多くあります。私なんかは酒を語るなんてまだまだですが、有名なお酒（大体値段が高いんですが）を呑むと、前に呑んだお酒と比較して、キレイな酒だとか深みが違うだとか旨味があるとか云々・・・語ったりしちゃう。よく知らないくせに言うんですね。でもいろんなお酒を呑んでいるお陰で、一般の人よりは数多い経験していると思います。で、ワインなんですけど、これは良く解らない。私なんかは呑み易いものを選んでしまいますが、最近ではチリの300円ワインなんて呑み易いなって思う。大体が1000円から1500円の物を良く呑んでますが、この前レベルを上げるには、まずは上等の物を味わってみたいといけないと聞いて、イタリアのパローロと言うワインの王様、王道と言うものを清水の舞台から飛び降りる気持ちで購入してみました。でも何というか複雑過ぎて表現出来ない、今の私のポキャブラリーでは言い表せない味わいでした。「自分磨きには金が掛るもんだなあ」って、ママさんと話してたら「私も磨きたいなあ、美容院行って化粧品も良いのを買って、若返って・・・」「いやいや、今のままで充分です。」(危ない危ない。)

■【 休みの時間 】

生産部設計 森谷 順一

先日、本屋で漫画雑誌のコーナーを眺めていると、ある雑誌の表紙に泥まみれのユニフォームを着た谷口タカオの姿が。(プレイボールという野球漫画の主人公です)よくコンビニで見かける昔の漫画を編集したものと思いきや、プレイボールというタイトルの脇に「奇跡の続編、再開」の文字が。

作者のちばあきおは、すでに他界しており(残念な亡くなりかたでした。)続編などありえないはずなのだが、ほかの作家が描いている様子。

作品を知らない方に簡単に説明すると、東京下町の弱小野球部がひたすら過酷な練習を地道に積み重ね強豪相手に立ち向かっていくという話。これが地味にも程があるというくらい地味な話なのだがとにかく面白いのです。

さて、その続編、早速一気に立ち読みしたが、画もストーリーもまさにど真ん中のストライク。コージィ城倉という人が描いているのだが、ちばあきおが生き返ったのかと思うほどの代物。連載が続くことを祈りつつ、単行本第1巻が出るのを心待ちにしている次第です。では。



応接室の赤花

■【 ご褒美の時間 】

技術営業部 近藤 華子

私には、つい最近までほぼ毎日のように過ごしていた「ご褒美の時間」というものがありました。仕事が終わりに、家に帰り、冷蔵庫からよく冷えたお酒とお気に入りのつまみを取り出し”お疲れ様”の一杯。私のご褒美の時間です。

ご褒美と言っても特別何をしたわけでもないですし、毎日あるのなら意味合いは違って来るのではと思いますが、ご褒美と言うのは晩酌したいが為のポジティブな言い訳...というところですか。かれこれ社会人になってからほぼ毎日あったこの時間ですが、当社に入社してからはおかげさまで晩酌のレパートリーが増え、酒屋さんに行く頻度が増えたように思います。

ところが先回の健康診断で「女性なのに飲みすぎ！」とお医者様からお小言を頂戴しました。そうは言われてもやめられないので、今までの食生活を見直したり、軽い運動を始めるなど、できることからコツコツと自分の身体の為とこの時間を守る為に頑張っています。