



株式会社 あらた

本社
〒135-0016
東京都江東区東陽6丁目3番2号 イースト21タワー
TEL 03-5635-2800 FAX 03-5635-2845

■北海道支社
■東北支社
■首都圏支社
■中部支社
■関西支社
■中四国支社
■九州支社
■四国支社
■ジャパル(株)

TEL 011-742-4111
TEL 022-342-6675
TEL 03-5635-1635
TEL 052-231-7872
TEL 072-362-2000
TEL 086-292-5805
TEL 092-632-7501
TEL 0568-85-4111

ジャパルパートナーシップサービス(株)
ペットライブラリー(株)
モビイ(株)
株式会社アマーケティング
株式会社リビングあらた
凱麟泰(上海)貿易有限公司
ARATA (THAILAND) Co.,LTD
JAPPELL (HONG KONG) Co.,LTD.
SIAM ARATA Co.,LTD.
TEL 0568-85-8822
TEL 0568-74-0001
TEL 0463-73-5666
TEL 03-5635-1113
TEL 072-875-3341
+86-21-3220-6210
+662-262-0671
+852-2339-4010
+66-2-258-2223

「挑戦と克服」

私が主催する弊社社員対象の「吉野家塾」もう100回を超え、今年からシーズンⅢを数える。彼らにメッセージしたいキーワードは「チャレンジングスピリット」と「克服力」である。吉野家が創業以来、培ってきた歴史と伝統＝DNAと云っても良いが、それは私の役割として次代に繋いでいきたい大切な観念である。築地市場内の創業店で創られ育まれた「旨い・早い・安い」というバリュー創造に向けた、創業家2代目松田瑞穂（以下オヤジと称する）の目標感と達成への執念は尋常ではない。ひとつひとつの蓄積が、今振り返っても、筆舌に尽くし難い驚きと感動の極みである。

毎日でも食べたくなる味の創出は、素材の一つ一つの吟味や素材同士の組み合わせによるハーモニー。その為に必要な構成要素を「これしかない」という特定に至る迄、あらゆる可能性を探求し、明解に必要と思われるモノ以外は徹底的に排除して、実にシンプルな構造により、目標に掲げた、年商1億（1日の獲得来客数千人）を、僅か10坪で20席の狭小店で、早朝7時間程度の営業という厳しい制約の下で、奇跡を達成した。加えて、千人/日獲得を実現するもう一点は、クイックサービスという、早い提供を吉野家が提供するサービスの最優先に据えて、世界一を極めた。彼はオリジナリティを何より大切にしていた人で、何事にも1番主義であったが、早さに於いては世界一だったと思う。何しろ満席が続くピークタイムでも、来店され席に着かれたら、でき立ての牛丼が提供される迄の時間が僅か15秒だった。この実現と習慣性の裏付けも驚きの秘けつが隠されているの

だが、誌面の都合で割愛する。何しろやるとなったら貫徹する迄のガンコさと探求心とハードルを越え続ける執念と、人を育てることに情熱を傾け、志を貫く実行力等々が会社の成長の中でオヤジへの尊敬やここで働く誇りを醸成することができた。

自分が社長になったとき、オヤジを永遠の存在にすることが、ブランドと企業を永遠にすることと思ひ、次世代の継承への大切な軸としている。

■「克服する力」

1980年7月15日、それ迄の5年を超える急成長が、過ぎたる膨張となり「会社更生法適用」即ち倒産の事態を招いた。体力の限界を超える拡大の連続は“人・金・物”全てに疲弊をもたらし、日米両国にまたがる急速展開の最中、突如倒産に至ったのだが、その後の再建の中で学んだことは計り知れない大きさであった。先ず経営の概念とスタイルが「成長性最優先」から「安全性最優先」へ真逆に反転した。初めて触れた「安全性」の概念と実践は、我々と吉野家に大いなる立体感を養ってくれた。振り返って、20代の8年間は急成長のハードワークがチャレンジングスピリットとスピーディーな処理能力を育ててくれた。そして30代の再建の7年間（取り分け、更生計画決定迄の2～3年）はこれも得がたい経験となった。

結果で見ると「全額収益弁済」で難無くクリアした様に見られがちだが、申し立ての80年夏以後の一般論評は（1）単品経営に無理がある（2）時代遅れの牛丼屋に未来は無い（3）FC加盟店の

集団離脱（4）不動産等めぼしい資産が皆無。等々殆どの論評は「再建は困難」「難行し破産の可能性も大」等、専らネガティブな観測が充満していたが、一つ一つ、目の前の難題を解決し乍ら前進した結果、視界0だった濃霧は少しずつ少しずつ晴れてゆき、小さな成果の積み重ねが、後の大きな結果を生んでいった。

目の前の解決すべき問題としっかり向き合い各々が役割をまっとうし、当面のことに全力で取り組むことが、新しい空気をつくり風景を変えてゆき、明日を開いてゆく。という普遍的営みのメカニズムを学んだ。動機付けの材料がないときこそ（やってもやらなくても評価されない見返りも無いとき）全力発揮することが信頼を獲得し、相互信頼が組織ワークのエネルギーになって強い推進力を作っている。この初期の3年間は、どんなアクシデントや悪状況でも、未来と目標へ、ひたすら向かう真摯な活動さえできれば、なんでも克服できる。世の中に絶望は無い、という強い信念が宿った。その体質が顕著に生かされたのが、2004年からのBSE問題への対応だったかもしれない。早い段階で牛丼の販売休止を決め、輸入再開迄の間は、他のメニューを開発してしのぐことにした。理由は2つあるが、1つは「いつもの味」が保てないから。2つ目は「牛丼抜きでも、業界アベレージ並みの売上利益は獲得できる」という確信から、慌てて他の素材で異なるテイストの牛丼を作る必要に迫られていない。失望させる事のダメージの方が強いと思ったのである。ここで生きたのが①価値創造への高遠な目標へ向けての「チャレンジングスピリッ



株式会社吉野家ホールディングス 会長

安部 修仁 様

プロフィール
1949年福岡県出身。高校卒業後、プロのミュージシャンを目指して上京、バンドの傍ら、吉野家のアルバイトとしてキャリアをスタート。アルバイトからトップに上り詰めた叩き上げの経営者として知られる。1980年吉野家の再建を主導、92年に42歳の若さで社長に就任。在職中は牛丼価格280円への挑戦・BSE問題・牛丼業界価格競争等、強いリーダーシップで勝ち抜き、元祖牛丼店「吉野家の灯り」を守り続けた。2014年5月に吉野家ホールディングスの代表取締役を退任。若い後進に道を譲る。現在は会長として、若い世代に自身の経験を伝えるため、精力的に活動している。また退任後、日本経済新聞の名物コラム「私の履歴書」に1ヶ月間掲載されている。

主な著書として『吉野家～もっと挑戦しろ!もっと恥をかけ!』（廣済堂出版）『吉野家で経済入門』（日本経済新聞出版社）『逆境の経営学』（日経BP社）等がある。

ツ」と②克服する迄、負けずにハードルを越え続ける執念。これこそ窮地に陥ったときに発揮される我々のDNAである。後継の若きリーダー達には、いつでも訪れるトラブルに対応し変わりゆく未来のマーケットに柔軟に備え、覚悟を持って新しいビジョンを画き、果敢に向かって行って欲しいと願っている。

世の中は不条理である。理不尽は正さねばならないが、不条理な現実は、それとして受け止めた上そこからどうするか、どう未来を創っていくかが、次を担う人達の使命であろう。より良い未来をつかっていって欲しいと切に祈念する。

お位時祝

「令和」に沸いた変化の年も改元から半年が過ぎ、オリンピックカウントダウン期に入った日本の2019年も残り2カ月。9月の台風15号に翻弄され、10月の増税には暗い気持ちしか持ちえず、気づけば「11月」。ハロウィンとクリスマスに挟まれ、影の薄い月と感じますが、七五三、ボジョレー解禁、個人的には、私の誕生月でございます。圧倒的に主観的な話題となりましたが、「誕生日」に結び付け

たく思います。誕生日を祝う起源、こちら根本は宗教的なものであり、イエス・キリストを対象としています。そして日本で最初に誕生日を祝ったのは、織田信長だったという説があり、信長は西洋の神であるキリストの誕生日を祝うのなら、「デアルカ。」と、自分の誕生日も祝うという習慣を取り入れたと言われています。そして何故、「おめでとう」なのか。あくまで個人的な意見ですが、誕生日は生まれてきてくれた事、出会えたことへの感謝をする日だと思っています。“ありがとう”は照れくさいから“おめでとう”なのかもしれません。数年前に誕生日を迎えた友人が、「大事な日に感謝をする日だから、俺が今日のご馳走する！いつもありがとう」と放った言葉に衝撃を受け、それ以降、「祝われる日」ではなく、感謝する日と捉え、大切にしています。幾つになろうと「もう祝う歳でもない」はありえなくて、その日が来るたびに、「おめでとう、ありがとう」が飛び交う人生でありたいと思う次第です。そんな訳で誕生月の11月は破産覚悟でお礼参りとさせていただきます。もちろんお祝いも随時受け付けさせていただきます。ボジョレー大歓迎でございます。

(K・N)

こんにちは あらたん

HELLO



山梨県甲府市徳行1丁目
株式会社オギノ
第2店舗運営部 住関共通

塩澤 和希さん

- お店で心掛けていること
お客様に最初から最後まで気持ちよく買い物をしていただけるような接客を心がけています。
- ご当地お奨め品は何ですか?
鳥もつ煮
- ご趣味は何ですか?
ライブハウスにライブを見に行くこと。

店頭×LINEでの
エンゲージメント
創出方法とは？

リテールにおける「お客様とのエンゲージメント施策の最適化」という課題に対して、各社 Pay サービスが隆盛となっている今、消費者にとって「店頭でスマホを開く」ことが自然な行動となりつつあります。日本最大規模のアクティブユーザー数を誇るLINEの「LINE Beacon」を活用することで、店頭での情報配信を効率的に行うとともに、それをきっかけに獲得した「友だち」に対して、クーポン配信や購入キャンペーンなど、再来店・客単価アップにつながる施策をLINE上で継続して行うことが可能となります。

店頭におけるお客様とのエンゲージメント課題

商品やキャンペーンの認知・再想起の難しさ
—リアルPOP設置における店舗負担・活用しきれない現実—

従来のマスマーケティングをはじめ、新しいお客様とのエンゲージメントを図るために様々な手法が存在しますが、店頭・売り場における課題の多くが、「慢性的な人手不足」といえるのではないのでしょうか。「売り場のメンテナンスが出来ていない」「販促ツールは倉庫に山積み」などなど。様々なエンゲージメント施策を行っているのに費用対効果が出ない原因のひとつに、お客様に情報をリーチさせるための告知物・販促物をしっかりと使いこなす余裕がないという、売り場の現実があります。



Pay サービスにより、「売り場でスマホ」が浸透
—LINEをはじめとしたPayサービス事業者との接点拡大—

一方で、そういった課題に対する解決の糸口となるのが、「Payサービスの普及」です。昨年末に大きな話題となったPayPayの100億円還元キャンペーンを皮切りに、次々とサービス事業者が参入。これらのサービス決済に対応する店舗も増加していったことから、お客様が「売り場でスマホを開く」という行動が当たり前になりつつあるとともに、その際に利用されるPayサービスとの接点も拡大。特に、Payだけでなく、メッセージサービスとして日本最大規模のユーザー数を誇るLINEの活用が効果的となりました。



LINE 活用によりエンゲージメント～CRMまで一気通貫の施策展開

LINE Beaconによる効率的な告知・情報配信

LINEが提供するビーコンサービスであるLINE Beaconは、店頭で設置するだけで、「今、お店にいるお客様だけ」に必要なメッセージをプッシュで配信することが可能です。売り場でスマホを見ているお客様にダイレクトに情報を届けることができるだけでなく、LINE Beaconは従来のPOPのように複雑な設置や期間ごとの入れ替えを必要としないため、現場の負担をかけることなく導入することができます。



LINE Beaconで獲得した友だちに、継続したCRM施策を

LINE BeaconからのメッセージをきっかけにLINE公式アカウントと友だちになったお客様へ、電通テックが提供するLINE活用ソリューション「1/0ワンゼロ」を利用し、様々な継続施策の展開が可能です。レシート購買証明によるクロードキャンペーンや、ターゲットクーポンの配信など、再来店・客単価アップにつながる施策を、すべてLINE上で行えます。



リアルPOPとの連携も！店頭立ち上げからワンストップで提供可能

さらに電通グループでは、従来のリアルPOPの設置を含めた店頭立ち上げ支援・フィールドサポートなど、Beacon機器のプリセット～店頭設置～情報配信～CRMまでワンストップで可能！より効果的なエンゲージメント課題の解決に貢献します。

【問い合わせ先】株式会社インストアマーケティング 03-5635-1113

たっぷり
拭けちゃう

極厚大判

タイプ

CARELAGE

いつでも手軽に拭けて **99.9%除菌**

アルコール30%配合

除菌

極厚

ウェットティッシュ

大判20枚
約200mm x 300mm

JANコード
4560309821684

商品名
CARELAGE
極厚アルコール除菌
ウェットティッシュ
大判20枚

【お問い合わせ先】
株式会社あらた商品本部商品開発部 東京都江東区東陽6丁目3番2号イースト21タワー TEL:03-4296-8000

こびりついた頑固な汚れに！ **スカッと**

プロの力を
実感！！

業務用

Professional-use

業務用 浴室洗淨

こびりついた頑固な汚れに！

水アカ 皮脂汚れ 石鹸カス

AIMEDIA

アイメディア株式会社

EVENT CALENDAR & WEATHER MD イベントカレンダー& ウェザーマーチャライジング

1月

	1週	2週	3週	4週	5週
	1/1~5	1/6~12	1/13~19	1/20~26	1/27~31
行事・歳時	1日 元日 2日 初夢 3日 ひとみの日 4日 官公庁御用始め 5日 いちごの日	6日 小寒 7日 七草粥 8日 勝負事の日 9日 風邪の日 10日 十日えびす 11日 鏡開き 12日 スキーの日	13日 成人の日 14日 飾納・松納 15日 小正月 16日 禁酒の日 17日 防災とボランティアの日 18日 都バス記念日 19日 空気清浄機の日	20日 二十日正月・大寒 21日 料理番組の日 22日 カレーの日 23日 花粉対策の日 24日 ゴールドラッシュの日 25日 主婦休みの日 26日 コラーゲンの日	27日 国旗制定記念日 28日 衣類乾燥機の日 29日 人口調査記念日 30日 3分間電話の日 31日 晦日正月
生活行事	初売り・福袋 冬休み	成人式	バレンタインデー センター試験(1/18・19)	節分 中国大型連休(春節:1/25)	
生活リズム	正月・帰省・新年の挨拶 寒気・暖房による肌・髪の乾燥/ウィンタースポーツシーズン/風邪の流行・インフルエンザ			一年で一番寒い時期	
季節指数	<p>日用雑貨… 使い捨てカイロ 301.9% ・マスク 188.8% ・体温計 175.9% ・肩こり、腰痛ケア用品、用具 166.3% ・コンタクトレンズ用剤、用具 150.2% ・入浴剤 135.2% ・目、鼻、耳ケア用品、用具 114.8% ・避妊用品 107.7% ・靴墨、靴用クリーム 106.7% ・血圧計 103.8% ・ベビー用ヘルスケア 102.7% ・飲薬補助用品、用具 102.2%</p> <p>化粧品… ハンドクリーム 146.8% ・ボディローション、クリーム 129.2% ・男性用メイクアップ 125.9% ・リップクリーム 123.9% ・レッグ、フットケア 117.0% ・チークカラー 109.7% ・マスカラ 108.6% ・男性用スキンケア、ミルク 108.2% ・ネイル化粧用具 106.7% ・ボディ化粧用具 106.7% ・香水 104.3%</p> <p>家庭用品… かいろ、湯たんぽ 283.0% ・徳利、盃 166.9% ・カセットコンロ 138.2% ・缶切り、栓抜き類 135.4% ・鍋、釜類 134.3% ・湯呑、急須 130.2% ・土瓶、鉄瓶 129.3% ・やかん類 125.8% ・鉢、丼 120.3% ・碗 119.9% ・トイレ用品 118.6% ・製菓用品 116.1% ・フライパン類 115.8% ・テーブルクロス 111.8% ・ナイフ、フォーク、スプーン 111.7% ・箸 105.9% ・ライター 105.9% ・ペーパーフィルター 105.1% ・調理器物 104.0% ・卓上小物 103.7% ・コップ、グラス 103.2% ・食品調味料容器 102.8% ・マッチ 100.7% ・モップ、雑巾 100.5% ・家庭用手袋 100.0%</p>				

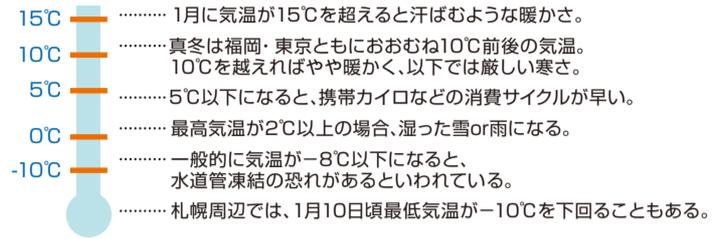
(あらた調べ 期間2018年1月~12月)

ウェザーマーチャライジング



■天候

1月下旬の大寒(1月20日頃)~立春(2月4日頃)までが1年のなかで最も寒い時季とされています。各地の平年気温もこのタイミングで反転し、その後は徐々に上昇する傾向にあります。



■インフルエンザ

年によって前後しますが、インフルエンザの流行が始まるのは1月頃です。冬場の日本列島は、湿度が低くなりやすく、流行が始まると瞬刻間に全国に拡がります。インフルエンザの流行の規模は気温動向と関係が深く、寒さが厳しいほど大きく、暖冬だと小さいと判断できます。

インフルエンザ流行マップ

保健所ごとに、インフルエンザ患者の発生数が基準値を超えると警報・注意報が発生。



注目! 【インフルエンザ対策商品】

気候によって多少時期が左右されますが、必須商品として機会損失がないようにすることが重要です。



マスク、ハンドソープ、手指の消毒剤(アルコールなど)、除菌ウェットティッシュ、空間除菌剤、マウスウォッシュ、舌ブラシ、加湿器、ビタミン剤、栄養ドリンク など

TOPIC 話題のCM

発売 25 周年を迎えた『ポイズ』の新ブランドとして 2019 年 4 月に誕生した『ポイズさらさら素肌』。ブランドアンバサダーに小倉優子さんを起用しました。ブランドカラーのピンクの世界に、パッケージデザインと同じ白いワンピースを着た小倉さんが登場します。CM の中で静止する女性やお子さんはカメラが回っている間ピタリと動きを止め、その集中力に小倉さんも驚いていました。小倉さんの親しみやすいキャラクターで『ポイズさらさら素肌』をお伝えしています。

日本製紙クレシア株式会社
 マーケティング部 ポイズブランド担当
 鳩貝 義治 様
 須永 佑子 様より
 ご寄稿いただきました。



ギネス世界記録® 認定の長もち乾電池。



乾電池 エボルタネオ
EVOLTA NEO

単3形アルカリ乾電池で

世界 No.1! 長もち

※1 世界一長もちする単3形アルカリ乾電池として、ギネス世界記録®に2017年10月2日認定。IEC基準における全放電モードの平均値より。250mA 1日1時間放電 終止電圧0.9Vなど(温度:20±2°C、相対湿度:(55±28)%)

Panasonic

乾電池エボルタNEOの詳細はこちら▶

エボルタNEO

検索

あらたのCSR活動

2018年4月、社会貢献を強く意識した体制強化のため、CSR本部を設立しました。CSR本部ではこれまで実施してきたCSR活動とともに、コンプライアンス、コーポレート・ガバナンスについても管掌しています。活動の強化を通じて、企業の社会的責任を果たし、さらなる持続的成長・企業価値向上に貢献できるよう活動いたします。



- 地球環境と向き合う
返品削減
省資源・省エネルギー
- 企業姿勢と向き合う
情報漏洩対策
コンプライアンス遵守
- ステークホルダーと向き合う
統合報告書
ESG基本KPI開示
- 社会と向き合う
健康経営
BCP対策強化

中長期活動計画（目標）と
単年度実行内容の決定

現状把握
（社会的責任の
発揮度を定量的に計測）

推進体制を確立

現在

あらたCSR活動の
基礎・基盤を構築する
ステージ

会社のあるべき姿とは 企業文化育成に組織として取り組む



常務執行役員
総務人事部長 兼
CSR本部長

相原 成男

CSR本部長に就任した当初は、CSR活動を継続的に行う土台作りとして中間流通の使命である「生活に必要な商品を消費者に届ける社会的意義や重要性」についてステークホルダーに伝える機会を設けてきました。それにより、私たちが社会に対してどうあるべきかを考える素地が芽生え、変化の兆しを感じています。環境への取り組みとして、中間流通である当社が環境省と小売業様・メーカー様を繋ぎ、「選ぼう! 3Rキャンペーン」というキャンペーンを毎年開催しております。（キャンペーンの詳細は下記QRコードより特設サイトをご覧ください。）小泉進次郎氏が環境大臣となったことで、今後さらに環境に対する企業の社会的責任の発揮が求められることでしょう。次の課題としてはそのようなCSRに関連する情報を適切に・積極的に開示することで、全ステークホルダーにあらたが持続的な成長企業であることを伝えていくことと考えています。



レタスクラブ 11月号

暮らしに役立つ イモノCOLLECTION

忙しい主婦のための生活情報誌 たくさんの「暮らしのヒント」を提供。毎月約30万部発行されています。

暮らしに役立つ イモノCOLLECTION

46名様に全品 Present

01 汚れやすいコンロまわりの油はねを防ぐネット

02 野菜たっぷり焼そばが電子レンジで作れる

レタスクラブで掲載された商品を一部ご紹介!

01 汚れやすいコンロまわりの油はねを防ぐネット

3名様に



パール金属
揚げクック 油はね防止ネット 24~28cm
¥850

網目が細かいネットなので、揚げ鍋や、フライパンの上にかぶせることで、調理中の油はねを減らせます。トマトソースなどの煮込み中の飛び散り防止にも。薄いので収納に場所を取りません。幅29.5×全長45cm ④☎0256(35)3113

Check Point 食材をゆでたときの湯切りにも使える

ざるの代わりに、ゆでたものの湯切りに使えます。下ゆでからそのまま同じ鍋で調理を続けたいときなど、手軽になります。



02 野菜たっぷり焼そばが電子レンジで作れる

5名様に



エビス
レンジで焼そば ¥598

簡単に焼そばが作れる電子レンジ調理器。①容器に具材を入れ、麺を入れた蒸し器を重ね、②ふたをして加熱します。③ふたをあげ、麺を容器に移して、ソースをからめれば完成! 幅21×奥行25×高さ9cm ④☎0120-37-0791

Check Point 野菜の水分から出る蒸気を循環させる二重構造

加熱の際に、野菜に含まれる水分を循環させる二重構造なので、具材のつまみを逃しません。コンビニやスーパーのカット野菜を利用すれば、手軽で栄養バランスもばっちり。



新時代の新しい乾電池

Premium S



アルカリ乾電池
シリーズ



FUJITSU

充電式電池
シリーズ

