

八洋

(東京)

街に潤いと飲む幸せを！ 自動販売機オペレーションの雄

い

つの日も人々のオアシスとして、潤いをもたらすひと時を与えてくれる自動販売機。日本国内に清涼飲料の自動販売機は約243万台設置されており、その数は世界でも群を抜いている。もはや当たり前のような存在だが、背景には地道にその維持管理を行う人々の姿がある。

「飲料の補充に集金、空き缶の回収、トラブルの対応など、365日間過酷な環境下で働いているのがルートセールスマン。彼らの存在があるからこそ、いつでもど



後藤 伯彦 社長

こでも気軽に飲み物が手に入るのです」
こう話すのは1977年の設立以来、首都圏の自動販売機の総合オペレーターとして躍進を続ける、株式会社八洋の後藤伯彦社長だ。

現在、同社は街頭やオフィス、学校などの施設に6万台を超える自動販売機を設置。関東一円、26カ所の拠点営業所をネットワーク化し、500台近くのルート車（トラック）が各エリアでサービスを行っている。

現在、都市部での自動販売機市場は飽和状態にあり、新規設置台数は縮小している。そんな中でも同社は33年間市場シェアを拡大し続け、新卒採用も欠かさず実施している。厳しい経済環境下においても、同社が成長を続けられる秘訣は何か。

最大の強みは、この飲料メーカーにも属さない完全独立企業であることだ。これにより、大手メーカーの150種にも及ぶ商品から、顧客のニーズに応じた自由度の高いラインアップを実現している。

成長を支える独自の試み
社会貢献活動にも注力

最大の強みは、この飲料メーカーにも属さない完全独立企業であることだ。これにより、大手メーカーの150種にも及ぶ商品から、顧客のニーズに応じた自由度の高いラインアップを実現している。

扱う自動販売機の種類も多彩。最近では、AED搭載型や災害対応型、まるでコンビニのように1台で飲料のほかにもサンドイッチやカップ麺などの食品も購入できるASD（オートマチック・スーパードリルス）などを取り揃えている。

かつて、自動販売機の管理はオーナー自身で行うのが通常だった。同社は、煩雑な管理業務の一切を請け負



営業の中枢として機能する新宿本社

う「フルサービスシステム」を確立。定期点検や売上管理、清掃などの作業をすべて正社員が行い、多くのオーナーの信頼を獲得しているのも強みだ。

「既存顧客を大切にしながら、新規顧客へのアプローチも積極的に行います」と話す後藤社長は、後藤社長の子息。後藤社長の教育方針で現場経験を積んだ後、次期社長として経営に参画。自ら定期的に各営業所に出向き、目標管理などを直接指導している。

「既存顧客を大切にしながら、新規顧客へのアプローチも積極的に行います」と話す後藤社長は、後藤社長の子息。後藤社長の教育方針で現場経験を積んだ後、次期社長として経営に参画。自ら定期的に各営業所に出向き、目標管理などを直接指導している。

そこで現場の生の声を吸い上げ、営業所長が一堂に会する所長会議にも欠かさず出席するなど、効率的なトップダウンを託されている。

長年東京西部を中心地域の信頼を獲得してきた同社は、社会貢献活動にも熱心だ。94年、同社の提唱でボランティア・ベンダー協会を設立し、社会貢献型自動販売機「ボランティア・ベンダー」を設置。飲料1本につき3円が公益団体に寄付されており、募金総額は5000万円を超えている。

地域との結びつきも重視している。自治体と災害協定を結び、倉庫やルート車内の飲料を災害時に無償で提供。各営業所では、常時10万本もの飲料が災害時のために備蓄されている。

地球環境保全にもいち早く取り組んできた。同社オ

リジナルの屋内専用自動販売機「RealaxTime」は省エネ学習機能を搭載し、ルート車の燃料には環境への負荷を抑えられる天然ガスを使用。大型営業所には太陽光パネルを設置し、電力の一部を賄っている。

2004年に立川から移

転した新宿本社では、屋上緑化にも取り組んでいる。また、本社正面の狭い道路を歩く行人のために、道路に面した敷地の一部を通路として解放している。

**貫き通す「創業の精神」
すべては社員の生活のため**

設立からまもなく35年を迎える同社。創業者である後藤社長が、今も昔も変わらず大切にしているのが「社員の生活」だ。

特筆すべきなのが、高い営業成績を残した営業マンを表彰するコンテストの開催。成績優秀者には褒賞金のほか、海外研修旅行などが与えられる。頑張り社長自らが評価する場として、社員のモチベーション向上に大きく寄与している。

実は、社員に対する手厚い待遇の背景には、創業時の並々ならぬ苦勞がある。

さかのぼること約40年前。後藤社長は日本ペプシコーラの八王子営業所長を任されていた。ある時、会社の経営状況が悪化し、大株主が二転三転する不安定な時代



創業時の苦勞や「人を大切にする」理念を語る

二転三転する不安定な時代

が訪れる。先行きが不透明になる中、後藤社長は自身のエリア内の顧客を守るために独立。以後、自ら現場の最前線で働いた。

「経営者になりたての頃は、何よりも資金繰りが大変でした。昼夜を問わず頑張ってくれる社員に給料を支払うために、とにかく夢中で働きましたね（後藤社長）」

当時は、各地で自動販売機が相次いで設置され始めていた時代。競合他社が増える中、同社は順調に地域の営業基盤を確立した。

清涼飲料業界に半世紀以上身を置き、自身が現場の苦勞を熟知する人物だからこそ、社員への「労い」を最も

重要視する後藤社長。その飾らない人柄に、多くの社員が魅了されている。

「決して路頭に迷うことのないよう、社員一人ひとりの生活を守っていく。『人を大切にする』精神を、いつまでも受け継いでいってほしいですね（後藤社長）」

社名の「八洋」にはこんな意味が込められている。「八」はルートである「八王子」と「末広がり」と「七転び八起きの精神」。「洋」は大海原のように広く、大きく成長するという「高い志」。変わらぬ「創業の精神」を載せ、今日も同社のルート車は街を走る。 (森)



同社のシンボル「ルート車」

【会社データ】
本社 東京都新宿区東五軒町2-18
☎ 03-5206-8887
設立 1977年4月
資本金 1億6300万円
売上高 345億円
従業員数 1520名
事業内容 自動販売機の設置・維持管理・修理、清涼飲料の販売
<http://www.hachiyoh.co.jp>