



マンスリーレポート report

report

■2007年12月のマンスリーNEWS

■コラム

■ピカピカ清掃キャンペーンのその後



他社との違いを・・・

11月の始めから行っていた清掃キャンペーンが終了しました。

結果はどうだったのでしょうか？

今回はかなりみんな頑張りました。高得点獲得者続出です。

チェック項目は外側パネル2点・内側パネル3点・取り出し口1点・蛍光灯点灯1点・合計8点満点で各担当5台ずつチェックします。

小田原(営)の小田原・箱根担当のF君、南足柄・山北担当のY君、秦野・伊勢原担当のF君達5台とも満点でパーフェクトな出来でした。

海老名(営)も相模原担当のN君、茅ヶ崎担当のA君、綾瀬担当のI君達も満点でした。ここまで綺麗に出来れば完璧でしょう。

全体的な感想としては、皆が一生懸命清掃している姿が見えるくらい綺麗に拭いてくれていました。是非皆さんの自販機も一度じっくり見てみて下さい。

■コラム

■アークル今月のテーマ

以前からお知らせしている通り、当社では7/21よりハンディーターミナルによる自販機の管理システムを導入しました。

しかし、導入してすぐにこのシステムの機能を使いこなすことが出来るわけではありません。



先月ぐらいまでは、このシステムに慣れることが大切ということで行ってきましたが、それもだいぶ慣れ、今月より便利な機能を使ってより自販機オペレートに磨きをかけていこうと思います。

まず、このシステムはハンディターミナルで収集した情報の中に自販機の各コラムの売切れ状況が一目で見れる利点があります。(売切れ時間までわかります。)

それによると、先月期はかなり売切れが出ていました。そこでまず売り切れを少しでも撲滅しようということで、売れ筋・死に筋商品の入れ替えを全台行っていきます。例えば、お客様の自販機から、光センサーで情報を収集します。

その時点で全てのコラムの売れ行きがわかります。中には1本も売れていないコラムがあったり、何時間も売り切れランプをつかしてしまっている場合もあります。そこで、その自販機の一番売れない商品をまず抜き、その空いたコラムに一番売れる商品に入れ替えることによって、売り切れを少しでも撲滅していこうという管理です。

全ての自販機に対してこの行為をまず1回行います。その後2回目以降の訪問時も必要であれば同じ行為を繰り返していきます。この作業をすることによって、各自販機の売れ筋商品の売り損じを無くしていこうというのです。

皆さん、まずはご期待ください。そして今後もこのシステムの機能を利用していろいろなことにチャレンジしていこうと考えております。

■コラム

■知られざるナゾの大繁盛店

日経トレンドー11月号より

日経トレンドーの11月号にとっても面白い記事が載っていました。決して全国的には有名ではないが、なぜか人が集まり大繁盛している店の特集です。今回は、その中の「主婦の店さいち」という、仙台にある小さなスーパーを取り上げてみたいと思います。

おはぎと総菜が、常識を超えて売れまくる店

仙台の奥座敷といわれる秋保温泉。この山あいにある小さなスーパーを目指してスーパーやコンビニ、中食関係者が全国から視察に訪れる。一体、何があるのだろうか？

朝8時過ぎ、さいちの店頭にはオープンを待つ人が集まり始めた。開店時間より30分早く店が開くと、待ち構えた客は一斉に同じ場所へ向かう。

そこはおはぎ売り場だ。約3.6mの什器にはつぶあんときな粉、ごま味のおはぎがずらりと並ぶ。それがわずか1時間で飛ぶように売れていく。

さいちでは1日に平均5000個、多いときは2万個のおはぎが売れる。つまりおはぎ(1個105円)だけで、1日平均50万円以上の売り上げになるのだ。

同業者が熱心に見るのはおはぎ売り場だけではない。10mもの長いショーケースに並んだ約300種の総菜にも目を光らせる。さいちではおはぎと同様に、総菜の売り上げも高いからだ。この2部門を合わせた売上額はなんと店全体の55%。常識では考えられない数字だ。さらに今後は総菜の売り場面積を広げることも検討しているという。

さいちの店舗面積は約260平方メートルと狭め。遠目にも決



して新しくないことがわかる外観。総菜、おはぎ売り場をのぞけば、何の変哲もない普通のスーパーだ。何が違うのか。

さいちの総菜が特別というわけでもない。店に並ぶのは拍子抜けするほど普通の家庭料理。だが「家庭料理を出す点こそ、さいちの戦略だ」と総菜パックメーカー、エフピコの横山和典部長は語る。

というのも、凝った総菜のほとんどはハレの日ニーズ。1回食べれば満足する人が多いため、実はリピーターにつながりにくい。対して家庭料理は飽きがこないから毎日食べられる。つまり「これを家庭の主婦よりおいしく作れば、台所代わりに日ごろから利用されるようになる」（さいちの佐藤啓二社長）というわけだ。



販売ラッシュは1日4回！

さいちでは、開店時間の5時間以上前となる明け方3時30分ごろから総菜を作る。調理するのは約30人のスタッフ。そのなかには主婦も多いが、「家と同じ要領で作っても総菜はおいしくならない」とさいちの佐藤澄子専務は話す。

主婦の料理は作りたてだからこそおいしい。一方、店で売る総菜は作りたてを食べられるわけではない。「時間がたっても味を落とさないためには、家で作るのとは違うコツがある。それを教えるのが難しい」（佐藤専務）。この“総菜作りのプロ”を育てた点が、第一の勝因だ。

スタッフ1人に10品以上の総菜を担当させ、調理や包装、陳列まですべて行わせている。これは自分の作った料理に責任感を持たせるため。一人ひとりの意識を高めることが品質を保つカギにもなっている。

また、約300種の総菜を1日で売り切る点にも独自のノウハウがある。

さいちには、1日4回も販売ラッシュが訪れる。例えば前述の「朝8時過ぎ」に並んでいるのは、秋保温泉に泊まった観光客。チェックアウト前後におはぎを買いにくるのだ。彼らを狙って、正式な開店時間の30分～1時間前に開店する。

おはぎ以外にも総菜を用意し、ついで買いを誘うのも忘れない。運転中でも手軽に食べられるようにと、観光客向けに開発した巻き寿司などもある。



地元の主婦などが佐藤澄子専務のもとで研修し、味を認められると初めて総菜が作れるようになる。調理方法は佐藤専務が口頭で伝授。レシピはあえて残さない。

第2のピークは10時半から12時ごろに訪れる。このタイミングに合わせて、約300種類の総菜が店頭

ここでポイントとなるのが総菜の分量。さいちでは4～5人分の巨大煮物パックから1人分にも満たない少量パックまで、実に幅広い分量を用意。あらゆる客のニーズに合わせて総菜を販売している。地元客を対象に、昼食と夕食の2食分のおかずを購入させるのが狙いだ。

日帰り観光客が仙台などに帰り始める15時ごろには、再びおはぎと総菜の売れ行きが伸びる。このタイミングを逃さないためにも、両方を増産。売り切れに備える。

そして17時45分からは総菜の半額セールを開始。20時の閉店に向けて、残りの総菜を一気に売り切る作戦だ。売れ残った総菜は処分。残り物を翌日売ることはない。

徹底した、絞込みの戦略。さいちは”お客様の台所”になりきろうというのが受けているのでしょうか！こんな店が近くあったらいいな～と思います。そして、秋保温泉に行くことがあったら絶対このおはぎ食べないとダメですね。

■コラム

■ねたみの税制に終止符を打て!

S氏より緊急提言

今年の8月号の「金融のメタボリック化」のコラム覚えているでしょうか？そのコラムで私の友人のS氏は「投資が本業、仕事が副業！」と言い切る訳を教えてくださいました。まさにそのコラムの中で地球規模で過剰流動性（お金があふれかえっている状態）が進行しているのはアメリカがドルを印刷しまくっているからだと教えてくださいました。つまり世界経済を現在のようにバブル化させている根源はアメリカにあるということなのですが、昨今の円高（*）を見るとまさにその状況を示していると言えます。

今回経済通のそのS氏より、税制について緊急提言をいただきました。また許可を得てその提言を載せてみたいと思います。

日本の税制は、戦後、財閥を解体したことでわかるように、大金持ちを作らないように、過酷な累進課税にし、罰金的な相続税・贈与税を課す一方で、低所得者を手厚く保護することで、富の再配分を行ってきた。その結果、大金持ちもいないが、飢え死にする人もいないという、中流ばかりの社会になった。社会主義の理想とした世の中が、なんと資本主義の日本で最初に実現したのである。マルクスもびっくり仰天である。

このような金持ちに不利な税制が受け入れられた背景には、日本が農業国であったことと関係があるように思う。すなわち、搾取する地主（加害者）、搾取される小作人（被害者）という構図が歴史の中でできあがっていたためである。

1970年代までは、資本家は累進課税にぶつぶついいながらも、経済のパイがどんどん大きくなっていったから、なんとか我慢することが出来た。1980年代になると、不動産や株式のバブルに目をつけた当局は、譲渡益税（キャピタルゲイン課税）という罰金的税金を課すようになった。消費税は国民の大反対があったが、譲渡益税はあっさり通ったところを見ると、国民に、金を儲けた奴に対する「ねたみ」が根づいていることが見え隠れする。

こうして、金持ちから巻き上げる仕組みが完成したのだが、バブルがはじけて、経済のパイが収縮に転ずると、資本家にとって日本で商売する意欲がなくなってしまい、溜め込んだ資産を税金から守ることに専念するようになった。

あるいは、いっそ日本から出て、税金のゆるい国へ移住することを考えるのは当然の成り行きだろう。先日も、ハリーポッターの翻訳者がいつのまにかスイスに移住していた。もっとも当局は非居住者とは認めず、税金を課したようだが・・・こんなことでじたばたしても何も生み出さない。

昨今、社会保障が崩壊することが明らかになり、社会保障を維持するためには、消費税アップしかないことがわかっている。だが、どういうわけか、社会保障の恩恵を一番受ける人たちが大反対するから、政府は八方ふさがりである。

こうして政府が手をこまねいているうちにも、どんどん金も人も外国産になっていく。少なくとも、もっと金を儲けたいという意欲を持たせる税制にしないと、この傾向は続き、しまいには金持ちがいな

なくなってしまう。金持ちがいなくなったら、だれが貧乏人を養うのだろうか？

現在、大企業の工場が中国へ移転してしまった地方では、自らは何も出来ず、政治家になんとかしろの大合唱である。この騒ぎを見ても、貧乏人は金持ちに頼って生きるしかないことがわかる。

だったら、金持ちにとって居心地の良い税制にすればいいではないか。日本人に限らず、外国の金持ちが日本に投資したくなるような、そんな税制にすれば雇用が増え、周辺企業が潤う。香港や中国がよい例である。

大切なことは、自分がより豊かになることであり、金持ちをその座から引きずり下ろすことではないのである。

■コラム

■激ウマ!B級グルメ情報 第7弾

私は個人的に焼きたてパン屋さんに行くのが大好きです。特にライ麦や全粒粉を使ったハード系のパンがおいしい店は大好きです。その焼きたてパン屋さんで一番だと思うのが、今回紹介する「[ブレッド&サーカス](#)」です。

場所はなんと、湯河原！なんでこんなとこに？って感じの場所です。



店長の寺本さんによると、「[ブレッド&サーカス](#)」の意味は”おいしいことと楽しいこと”という意味だそうで、まさにこのお店のパンは私達消費者に”おいしい記憶と”作り手の探究心の楽しさ”が伝わってくるパンです。

店のイメージとしてはヨーロッパの田舎町のはずれで老夫婦が2人で戸棚のおくから酵母をよっこらしよと取り出してその日のパンを焼くようなイメージで、なんとも言えない郷愁を誘います。

ハード系のパンが好きな方、食事にパンを食べる方、ワインを飲む方などはお勧めのパン屋さんです。

是非一度お試しあれ！！

詳細はHPで <http://www.breadandcircus.jp/>

営業時間 11:00～18:00 木曜・日曜定休



ペストリーや菓子パン系も充実しています



この棚はまさにヨーロッパの田舎のパン屋です



絶品のリアルカンパーニュ国内産の石臼挽ライ麦粉と全粒粉を使用。見ためのごつごつした感じと違ってやさしい口あたり。毎日でも飽きないと思います。

デイズム。古代種「デイズム」を使った石臼挽全粒粉100%のパン。クリームチーズやハムと合う。クリームチーズ+ジャムのサンドウィッチも美味。

■コラム

■中小企業経営者にとってのバイブルではないでしょうか?

坂田薫/著



「1年で黄金の会社を生み出すカラクリ 企業再生屋さんがコッソリ教える」

今回紹介する本は、ちょっと凄いです。といっても一般の人向けの本ではないかもしれません。

お奨めは特に中小企業の経営者やこれから起業を目指してしている独立希望者などです。

儲けさえすれば金持ちになれるというのは大間違い！！
財務の凄さを痛感させられます。
儲かるビジネスモデルの作り方のノウハウがわかります。
「働けど働けどわが暮らし楽にならず」を脱出しよう！
こんな内容が書いてあります。

私は「興奮」と「うなずき」の連続でした。

■コラム

■アークルの人達ブログ・絶好調連載中です!

販促課のほしやんさん、日々の営業の苦悩が伝わってきます。

販促課のオオクワ80mmのブログには、奥さんの生けた花の写真が載ります。素晴らしい！！

販促課のオヨヨ、営業頑張れ！！応援したくなります。

ただいまブログは8名が更新中です。

- ・所長のブログ（小田原H所長）
- ・チーフの給湯室（小田原Mチーフ）
- ・情報最前線（海老名K所長）
- ・促進課目玉オヤヂ（販売促進課Hさん）
- ・促進課オヨヨ
- ・販促課オオクワ80mm



・産地直送！新鮮ネタ（海老名Nチーフ） 11月末に箱根CCにて第18回アークルゴルフコンペが開催されました。

・古本おやじの独り言（98キロの人間冷凍マグロ） 11月の箱根なのにぽかぽか陽気で、楽しいプレイができたのではないのでしょうか？ちなみに優勝者はT社のS社長でした。

今月は以上です。又、来月号も宜しくお願ひします。

■2007年度のマンスリーNEWS

➔	2007.11	アークル マンスリーNEWS
➔	2007.10	アークル マンスリーNEWS
➔	2007.09	アークル マンスリーNEWS
➔	2007.08	アークル マンスリーNEWS
➔	2007.07	アークル マンスリーNEWS
➔	2007.06	アークル マンスリーNEWS
➔	2007.05	アークル マンスリーNEWS
➔	2007.04	アークル マンスリーNEWS
➔	2007.03	アークル マンスリーNEWS
➔	2007.02	アークル マンスリーNEWS
➔	2007.01	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
➔	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