



■2012年3月のマンスリーNEWS 第92号

■コラム

■3月のアークル

今冬は厳しい寒さでした。例年では1月末に咲く下曾我の梅も3月の頭になってようやく咲き始め、いかに今冬が寒かったを実感させます。そんな厳しい寒さも峠を超え、たいぶ暖かくなってきた今日この頃、皆様いかがお過ごしでしょうか？

私達飲料業界も、春の新製品が各社で出揃いこれからの最盛期に向けての準備に入ったという感じでしょうか。

そんな中先ごろ、ビール大手4社の2012年12月決算が発表されました。各社とも軒並みの増益で、苦しんでいる家電メーカーなど輸出企業を横目に好業績の発表でした。大きな流れとしては、若年層のアルコール離れからノンアルコールビールや清涼飲料の拡販を狙い、さらに収益拡大を目指すといった方向性のようです。

つまり我々飲料業界は各社、今後もちからを入れていくマーケットで、益々の競争激化が予想されるというわけです。確かに今年に入り、麒麟やアサヒの自販機マーケットに対するちからの入れようは相当なものがあります。どう考えても利益を度外視して営業をしている状況をよく目にするようになってきました。この一種の自販機バブルは数年前にも一度あったのです。そのときはコーラとサントリーは派手な戦いを繰り広げたをよく覚えています。今回特にアサヒは昨年麒麟ビバレッジの販売数量を抜いたということで、本気で飲料市場のマーケットを取りに来ています。逆に麒麟はそれを巻き返そうと、意地になっているように見えます。そんな中で冷静に立ち回っているのがコカコーラではないでしょうか？これはあくまでも個人的な見解ですが、ビールメーカーが食うか食われるかの熾烈な戦いを、上のほうから「やってるやってる。あほだな！」なんて笑いながら見ているような感じがするのです。やはり商売なので適正な利益を取って、やっていかなければ商売ではありません。市場争奪戦はわかりますが、冷静にならなければなりません。

この春、神奈川県施設に置く自販機の一斉入札が行われます。この入札では相当の高値入札が予想されます。適正利益を考えながらの入札ではないので、私達のような地場オペレーターは落札はかなり難しいと予想されます。しかし、公共の施設で金額だけ条件の入札というのは考え物です。そこには自販機のオペレーション能力や対応力は一切関係ないのですから。



さてアークルの2月期は・・・・



当社では今年の自販機純増目標を○○台と掲げ、中期経営計画の**VISION2015**に向けて走り始めた今年度ですが、いろいろ問題もあります。数年前から始めた自販機戦略が昨年あたりから厳しくなっているのは、このマンスリーでもお伝えしていますが、それをチェンジする本年度なっているのです。しかし長年やってきた営業方法を変えるのはなかなか厳しく、容易に変えられないのが現状です。しかしこれを続けていくと、当社もジリ貧になっていくのは目に見えています。ここは踏ん張りどころとして、新たなチャレンジに臨んでいく必要があるのです。

自販機はここ数年で大きく変化しました。自販機で一番進化したのは、節電でしょう。つまり自販機の運営コストが下がったのです。そうなることで、自販機設置はしやすくなります。電気代と言うリスクが軽減されるからです。それによって、自販機は増えていきます。つまり自販機がより気軽な存在になったということかもしれません。

自販機が増えると一台あたりの平均売上は下がります。すると我々は1人あたりで管理する自販機を増やしていかなければならないので、不効率になるわけです。

私達はこの競争激化の中、利益の取れる売上の高い自販機を増やしていかなければならないのです。自販機の売上の大きな要因の一つは場所です。その場所が売れるか売れないかの目利きが今求められています。

とにかく自販機を設置して台数を増やせばいいと言う時代は終わりました。最終的には利益の取れる自販機ということになるのです。どんな商売でも同じでしょうが。

そういう意味でも私達は大きく変わらなければならないのです。

さて当社では今年から海老名（営）で2人の新人営業マンがデビューしました。F君とS君です。どちらもルートマン経験者で、好成績をあげてきた社員です。当社の仕事は簡単に分けると自販機フォローと自販機新規開拓この2つです。どちらも当社にとっては欠かせないものなのですが、業務内容がまるで違います。つまりルートマンの仕事がしっかり出来れば、自販機新規開拓が出来るとは限りません。もちろん業務内容からだけでなく、性格的に向き不向きというのもありますが。そんな2人、最初は本当にこの仕事できるか？とても心配をして見ていました。しかしその心配は無用だったかもしれません。どちらの2人も慣れないながら、必死で頑張り、成果を挙げつつあります。昔は営業と言うと、やり手で口で勝負みた感じがありましたが、今は真面目でコツコツやりタイプのほうが、良い成果が上がるようです。自販機は一回限りの営業ではなく、設置している限りずーとお付き合いをしていくものですから、営業もフォローも誠実でやるの当たり前のことなのです。

この2人もどちらかというと、そんなタイプの人間です。真面目でコツコツやるタイプです。どうか厳しい市場に打ち勝ち、本当に一人前の営業マンに育って欲しいと願っています。

■コラム

■先月の売れ筋商品

D Y D O売れ筋ベスト5		S U N T O R Y売れ筋ベスト5		J T売れ筋ベスト5	
1位	ダイドーブレンドコーヒー	1位	ボス贅沢微糖	1位	ルッインパクト微糖
2位	デミタスコーヒー	2位	ボスレインボーマウンテン	2位	ルッリアルスピリット
3位	ダイドーブレンドスペシャル	3位	ボスカフェオレ	3位	ホットレモン275P
4位	BC葉の茶朝摘み290	4位	ボス無糖ブラック	4位	ルックリミーカフェ
5位	Mコーヒー樽	5位	ホット伊右衛門275ボトル	5位	ルッインパクトデミタス

■コラム

■最新メッセージビジョン付き自販機の紹介



デジタルサイネージ

2/25、当社の近くの大井町にお客様である、スーパーヤオマサ様が「あしがらモール」をオープンしました。店舗はスーパーヤオマサ様とD I Y大手のカインズホームが入ります。長年空き地だったトーヨーボールの跡地です。

この自販機はデジタルサイネージと言って、電子看板と言ったらいいのでしょうか。ネットワークに接続された看板なので、設置場所や時間帯によって変わるターゲットに対して、適切な情報をタイムリーに発信できるのが特徴です。最近電車内でT V広告をよく目にしますが、それと同じです。

このデジタルサイネージの利点は以下の通りです。

- ・ 地域性を考えたメッセージが発信できる。
- ・ リアルタイム情報が発信できる
- ・ 広告内容は随時配信、変更が可能
- ・ ポスターのように張り替えが不要
- ・ 動画なので注目度が高い
- ・ 広告枠を切り売り販売できる

しかし欠点もあります。モニターやサーバーなどインフラ整備のコストやコンテンツ制作、通信費用など維持運営コストが高額でまだまだビジネスモデルとして成立していないのが現状なのです。



しかし今回その欠点を自販機売上・利益でまかなう仕組みにしたです。もちろん綿密な計算の上、損益分岐をはじき出しているので売り上げの見込める場所にしか、設置は出来ません。

現状考えられる最良のロケーションはやはり、公共の場所です。リアルタイムで情報配信として価値が高いのはやはり”災害情報”でしょう。例えば、地震速報、避難指示、災害状況、緊急時の公共機関の連絡先などです。ちなみ今回ヤオマサ様に設置された自販機には最初から緊急地震速報が流れるように設定されています。

本来であれば自販機にこの機能を最初から組み込んだものが、最良でしょうが、まだそこまでの開発は進んでいなく自販機の横に併設するような形となっています。ちなみにモニターはボックスの中に収納されている形で、下部は空き缶入れになっています。またバッテリーも搭載しているので、災害時に停電になっても一定時間の電源供給が可能になっています。

ダイドーは長年自販機については、ポイントカード機など他社よりも一歩リードして魅力を出していく企業でしたが、ここ数年お菓子のコラボ機が出して失敗だったり、差別化がはかれなくなってきました。そうなると商品力や資本力だけの戦いになり、とても厳しい状況なのです。今回のデジタルサイネージは、ダイドー独自のものなのでとても面白い企画です。まだ全国で30台ほどしか設置されていなく、今後の展開が期待されます。台数が増えることによって、広告のクライアントから一つの広告媒体として認知されでしょうから、数多く設置することが重要なでしょう。

この自販機に興味のある方は是非当社までご連絡ください。

尚、ヤオマサ様の「あしがらモール」に設置してありますので興味のある方は一度見に行ってください。

「ヤオマサ・あしがらモール」住所：足柄上郡大井町上大井117

■コラム ■サラリーマンのための増税対抗手段

特定支出控除を知っているか？

週間新潮

2/16号より

皆さんもご承知の通り、消費税・所得税・相続税などの増税がひたひたと近づいてきています。そんな増税に少しでも対抗しようなんていう記事が、週間新潮の2/16で特集されました。とても興味深かったので今回紹介したいと思います。

(以下貼り付け)

消費税増税などの大增税時代が近づいてきている。ただ政府はムチだけでなく、アメも用意。2012年度の税制改革大綱に盛り込まれた改正案が実施されればサラリーマンにも、必要経費が大幅に認められることになる。

確定申告に「特定支出控除」という制度があり、その支出項目を



増やそうというものだ。新たに盛り込まれている支出の”目玉項目”は、新聞や書籍などの図書購入費あるいは スーツやワイシャツなどの被服費、さらには食事等の交際費などだ。

仕事に必要なものであれば確定申告をして、税金の還付を受けることができる。その他、弁護士や公認会計士、税理士などの資格取得費用も計上できるようになる。

「特定支出控除」では、転勤に伴う引っ越し費用や単身赴任の帰省費用も月4回までは、現在でも認められている。

またTOEICや英検などを受けるための英会話学校や、車やバイクの免許をとるための自動車学校などの費用、交通費もすでに控除の対象として認められていた。しかし申告する人は稀で、大半の人がこの制度を利用 していないのが現状だ。

そもそも、サラリーマンには、必要経費の代わりに認められた「給与所得控除」がある。これは領収書などは必要なく、給与の額によって差し引ける金額が決まっている。

給与所得控除の額は、

- ・収入金額 180万円以下 ＝収入金額×40％（最低65万円）
- ・収入金額 180万円超360万円以下 ＝収入金額×30％+18万円
- ・収入金額 360万円超660万円以下 ＝収入金額×20％+54万円
- ・収入金額 660万円超1000万円以下＝収入金額×10％+120万円
- ・収入金額 1000万円超 ＝収入金額×5％+170万円

という具合だ。なお改正案では1500万円超の給与所得控除額は一律245万円となる。

新しい「特定支出控除」では、前途の新聞代など、対象となる費用が給与所得控除の額の2分の1超になった場合に、その上回った分が認められるというもの。上限は65万円だ。

どの程度の節税効果があるのか？たとえば、年収が600万円の人であれば「給与所得控除額」は「600万円×20％+54万円」で174万円。つまり、特定支出が87万円を超えれば、申告して税金が取り戻せる。一見、ハードルが高いと思いがちだが、試しに計算してみると、意外にそうでもなさそうだ。年収600万円で、所得税率が20％の人の場合で考えてみると、

- ・まず新聞代一紙で年に約5万円
- ・本を月に2～3冊購入して年間3万6000円
- ・一着5万円ほどのスーツを夏物、冬物、シーズンごとに新調すると、年10万円
- ・ワイシャツ4着で約2万円
- ・英語の資格を取るための英会話学校に年間30万円
- ・交際費として週2万円の会食費で年間約100万円
- ・月1回の接待ゴルフで年間24万円

これですでに約175万円になり、楽々87万円を越えたうえに、上限額の65万円まるまる申告できる。これが仮に満額認められれば、13万円の還付が受けられるのである。年収1500万円で、税率33％の人の場合なら、21万4500円も税金が返ってくる。多少の手間はかかるが、申告する価値は十分あるのではないか。

現在基本的にサラリーマンは確定申告を出来ると思っている人がいないの現状だと思います。今回の

とにかく、今回のこの特定支出控除、一度自分の給与明細のチェックと過去1年間の支出のチェックをしてみる価値はありそうです。

スープを一口、口にすると一同

「なにこれ！うまい！」

と感嘆の声を上げます。一言で言えば”鶏のすまし汁”なんだけど、塩味が強いわけではないのに、鶏の凝縮された旨味が出ているのです。



これですぐにこの屋台の繁盛している理由がわかったのです。「こんなスープで炊かれたご飯が旨くないわけがない」とすぐに想像できるからです。



そして柔らかく煮えた鶏肉とご飯にカティアムチュウを少しかけて食べてみると、鶏の旨味とカティアムチュウの甘辛さが口一杯にひろがり、幸せな気分になしてくれます。ご飯はタイ米を使っている割にはしっとりしていて、日本人にもなじみやすいのではないのでしょうか。

ちなみ横に添えられている赤いものは「ガイペツ」と言っ台湾の屋台などでポピュラーなアヒルの血を固めたものです。プルンとして癖がなくこれもまた美味しいのです。



実は我々前日に他の屋台でカオマンガイ食べていたのです。そのカオマンガイとは明らかに違います。その証拠に我々のメンバーでタイ米の臭いが嫌いと言うメンバーがいて、その前日食べたカオマンガイを残した人がこのカオマンガイはペロリと完食したのです。

スープが絶品とわかれば、日本人としては是非このスープをラーメンで食べてみたいと思ってしまうのは私だけでしょうか。

場所はBTSチットロム駅を下車、ラチャダム通りを伊勢丹方面に向かい、交差点を右折すると、ランガイトーン・プラトゥーナムで働くピンクのポロシャツの人々が目に入ります。たくさんの人が群がっているのですぐわかります。

金額は普通盛りで30バーツというから日本円で80円くらいでしょうか。大盛りだと40バーツとなります。

PM2:00～5:00までは休みなので注意が必要です。

噂の名店。バンコクに行った際は是非訪ねてみてください！！

●ソブーンシーフードレストラン

あまりにも有名で説明する必要はないかもしれませんが。バンコクの出かけた観光客は皆さん足を運ばれるのでないでしょうか？

ちなみにここの名物は言うまでも無く「ブーパッポンカリー」（蟹のカレー炒め）です。写真でわかる通り卵が入りフワッとした感じのカレー炒めなのですが、もともとこの料理はカニをカレーで炒めただけというシンプルなものだったそうです。それに卵を加え、今のような複雑で繊細な味わいに変わっていったそうです。そのアイデアはなんとこのソブーンレストランの社長婦人なんだそうです。

私は個人的にこのブーパッポンカリーはタイ料理という感じよりも アジア料理という捉え方をしています。たぶん日本人のほとんどの人が美味しいというのではないのでしょうか？もちろんインド人や中国人、アジアの人すべての合う料理だと思います。

なんでそのように思うのか？と言うと使っている



調味料なんです。ココナッツミルク、オイスターソース、ナンプラー、そしてナムプリ ックパオ。このナムリックパオというのはチリ・イン・オイル (唐辛子味噌)とよばれているもので、干し海老、玉ねぎ、にんにく、唐辛子を油で炒め、砂糖、塩を混ぜたものです。トムヤムのナムコンなどにも使われていますが、プーパッポンカリーでは主にこの油を大量に使用するのです。

オイスターソースやチリなどを使うのは中華っぽいところがあります。ココナッツミルクはタイのグリーンカレーなど使われていますが、このプーパッポンカリーはグリーンカレーほどココナッツの味が際立っていません。そういう意味ではクセが無い味なんではないでしょうか。

このプーパッポンカリーを頼むとむしように食べたくなるのが、ご飯です。もちろんご飯にとっても合いますが、合わせてもらいたいのがチャーハンなんです。白米とは違った味わいで食することが出来るので、是非食べ比べをしてみてくださいと思います。



プーパッポンカリー (渡り蟹のカレー炒め)



大きな蟹の爪は別にして、割って食べやすいようにしてくれます



すずきの醤油蒸し (これは私達の中ではかなり美味しいと高評価でした)

左の写真はプラーガボン・ヌンシーイウというスズキの醤油蒸しです。

魚の形をしたプレートの下は炭火で熱されています。テーブルに運ばれて来た段階でほぼ出来上がっていますが、ここはすぐに箸を付けずに少し待つのです。熱された醤油がグツグツと音を立て醤油の香ばしい香りが辺りに広がるのでより一層食欲がそそります。魚の臭みを消す香味野菜と共に醤油蒸しされたスズキの白身がホクホク。椎茸も一緒に煮込まれているので椎茸から出た煮汁と醤油が混じり日本人には親しみのある和食に近い味付けです。醤油をたっぷり吸い込んだ椎茸はまるで佃煮のような味となっているので、アツアツの白いご飯にのせて食べたい所です。

今回我々メンバーの中に魚嫌いなメンバーがいたのですが、これは「旨い旨い」と言ってガツガツ食べていました。香草で臭みが消えている上に、醤油の味付けなので日本人にとっては親しみのある味だからではないでしょうか。



川海老のガーリック蒸し (かなりお奨め)



空心菜の炒め

タイに行ったら必ずチャレンジして欲しいのが「もち米とマンゴーのデザート」(カニアオ・マム



もち米とマンゴーのデザート

アン) です。もち米とマンゴーにココナッツミルクの甘いソースをかけて食べる方法がタイでは主流となっています。暑い4月から 5月の間は道端でも市場でもフードコートでも色々な場所で 出会うことができます。マンゴーをもち米と食べるというのは最初は「・・・。」となることもあります。慣れると『もち米がないとおいしくない』といったふうハマってしま います。

ソーンブーンレストランはバンコク近郊で5店舗あります。 中心街で観光客が行きやすいのは・・・

バンタットン店：0-2216—4203-4,0-2214-4957

スラウォン店：0—2233-3104,0-2234-4499

ラチャダー店：0-2692-6850-3

■コラム

■アークルの人達ブログ・絶好調連載中です!

ただいまブログは7名が更新中です。



- ・小田原営業所所長日記
- ・チーフの日記
- ・販促課小田原日記
- ・販促課マネージャーの日記
- ・海老名の所長ブログ
- ・開発道
- ・海老名営業所ルート営業日記
- ・新米営業マンの悪戦苦闘日記

3/1 撮影 → 3/7撮影
わずか1週間でほぼ満開へ

今月は以上です。又、来月号も宜しくお願いします。

■2012年度のマンスリーNEWS			
➡	2012.02	アークル	マンスリーNEWS
➡	2012.01	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
➡	2011年度	2011年のマンスリーNEWSアーカイブ
➡	2010年度	2010年のマンスリーNEWSアーカイブ
➡	2009年度	2009年のマンスリーNEWSアーカイブ

→	2008年度	2 0 0 8年のマンスリーNEWSアーカイブ
→	2007年度	2 0 0 7年のマンスリーNEWSアーカイブ
→	2006年度	2 0 0 6年のマンスリーNEWSアーカイブ
→	2005年度	2 0 0 5年のマンスリーNEWSアーカイブ
→	2004年度	2 0 0 4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

