



■2013年4月のマンスリーNEWS 第105号

■コラム

■4月のアークル



あれほど寒かった冬がようやく終わり、暖かい過ごしやすい日が多くなってきました。しかし最近では寒くなるのも暖くなるのも急激であつという間に、桜も終わってしまいました。そして花粉のピーク。巷では見かける半分以上の人がマスクをしているようです。花粉以外の微粒子も大量飛散しているようで、花粉症以外の人もマスクをしているからなのでしょう。

さて当社も冬の停滞期からようやく抜け出し、いよいよ最盛期 に向っての活動を始めなければならない時期となりました。

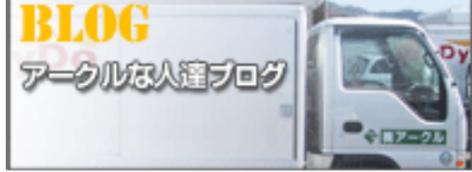
まず自販機のホットからコールドへ切り替えです。先月期もお伝えした通り春から夏への切り替えのタイミングはとても難しいのです。まず、この時期1室ホット残しがいいのか2室ホット残しがいいのか議論が分かれるところです。日中は20℃を越えてコールドが売れますが、朝晩はやはりホットのニーズが高いです。これは場所によって違うこともあり、一概にどちらがいいのかはわかりません。またコールド商品が売れるということは、コーヒー以外のジュース類が売れるということ、これらの商品は嗜好が強い商品ではないため、売れ行きが移ろいやすいということもあります。例えば、4～5月はネクターなど果汁系が売れますが、6月以降になるとそれがピタリと止まります。その後はスポーツ系飲料や茶ペットなどに集中してきます。

また自販機に投入する商品量の問題もあります。それらの商品はそれまであまり売れていなかったため、賞味期限の問題などから満タンに詰めていないパターンが多いのです。それをフル満タンにする必要があります。夏場最盛期に備えていくのです。しかし、500mlの大型飲料はトラックの積載の問題もありたくさん積むことが出来ないのです。ということで早めの満タン投入をしていかなければならないのです。

さて先月を少し振り返ってみたいと思います。売上はなんとか昨年売上をクリアしましたが、やはり海老名（営）の躍進が目立ちます。小田原（営）はレギュラー取引のお客様をフルオペに変更したこともあり、納品ができなかったのも響きかなり厳しい数字で終了しました。

また自販機の交換をこの時期に集中して行うために、切り替えと自販機交換でかなり忙しい月でもありました。

さて、近年の自販機進化は目覚ましく、今年目立ったところではコカコーラのポーラベア自販機の展開があります。少しずつ設置がされているようで街中で見かけるようになってきました。この自販機は魔法瓶自販機とたとえばられるように、かなり厚い断熱材を使い夜間にモーターを回し、日中はモーターを回さなくても保温が出来るといふものなのです。しかしこの自販機には弱点があります。売上の高い場所には向かないのです。なぜなら売上の高いロケーションは頻りに商品の詰め込みをしなければならず、その都度自販機を開けることとなります。すると保温効果は薄れ、結果モーターが回ることとなり省エネ効果も薄れると



ということになります。

この省エネ自販機はコカコーラだけが独自開発したというイメージがあり、他メーカーは一步遅れをとったと勘違いされがちですがそうではありません。良く考えてみればわかることで、自販機は飲料メーカーが作っているものではなく、機械メーカーが作っているものなのです。このように特殊の機械を一社だけ独占するという事は、他の飲料メーカーの手前非常に難しいのです。これと同様の自販機は既にある大手機械メーカーから全ての飲料メーカーに供給されています。しかし、コカコーラのポーラベアが目立っているのが実情です。

電気をほとんど食わない夢のような自販機という印象がこのポーラベアについていますが、実は電気代を比べてみると、現状の最新鋭自販機ハイブリットと変わらないかもしくはそれ以下かもしれないのです。

ここ数年自販機の進化（電気代の軽減）によって私達自販機オペレーターの営業展開の考え方が大きく変わりました。自販機の電気代はかつて月1万円ぐらにかかっていた。現在では約1/5になってきています。自販機の一番のリスクである電気代が安くなれば、売れる場所であれば、そのコストを私達自販機オペレーターが負担してお客様にノーリスクの条件提示ができることとなります。「**自販機のビジネス＝場所のビジネス**」に完全に変わったとも言えると思います。

その証拠に、設置先オーナーとの自販機の設置条件に家賃という形態が出てきたのです。たしかにこの家賃という考え方は不動産オーナーにしてみれば当たり前かもしれませんが、我々自販機オペレーターとしては今までなかったものだったので、当初、非常に違和を感じたのも事実です。しかし面白いもので、この家賃という取引形態は土地メーカーには割とすんなり受け入れられたのです。家賃形態となる自販機オペレーターにとって良い事もあります。期間の縛りが出来る点です。今後ますますこのような形態は進んでいくと思われま。

さて飲料メーカーの今後の最大に懸念事項である消費税問題についてふれた記事が日経新聞に載りました。アサヒ飲料が約6億円をかけて、自販機を1台ごとの売上、売れ筋、損益を1日単位で見ることが出来るようにして、そのデータにもとづいて自販機の品揃えや価格を設定するという事だそう。飲料メーカーは来春は消費税を価格に転嫁できないと考えています。しかし、そこをなんとか打開するためにアサヒは価格アップする商品と据え置く商品を混在させようと考えているようなのです。これは良いアイデアかもしれません。例えばコーヒーの大容量ボトル缶です。これらは通常より10～20円アップで販売されていますが、売れ行きは好調です。また高付加価値商品であれば10円ぐらいならば消費者は受け入れてくれるのではないのでしょうか？

飲料メーカーは来春に向けて高付加価値商品の開発を急ぐべきだと思います。自販機でいうなら100円～160円ぐらいの間でいろいろな商品が入っている自販機があってもいいのではないのでしょうか。

自販機ビジネスはいろいろな要因でどん様変わりしていっています。自販機は登場して50年近くたち市場は飽和と言われながらもまだ自販機ビジネスは元気なのです。なぜなら、自販機は一般消費者にとってなくてはならない存在だからです。

今後の自販機業界はどうなっていくのだろう??・・・

■コラム

■先月の売れ筋商品

DYDO売れ筋ベスト5		SUNTORY売れ筋ベスト5		JT売れ筋ベスト5	
1位	新ダイドーブレンドコーヒー	1位	ボス贅沢微糖	1位	ルツインパクト微糖
2位	新ブレンド微糖	2位	ボスレインボーマウンテン	2位	ルツリアルスピリット
3位	Nデミタスコーヒー	3位	ボス無糖ブラック	3位	爽快ビタミ500缶
4位	BC葉の茶朝摘み290	4位	ボスカフェオレ	4位	クリーミーカフェHOT
5位	Mコーヒー樽	5位	ホット伊右衛門275ボトル	5位	ルツインパクトデミタス

■コラム

■資産防衛マニュアル・日本の国家破産マニュアル

[同妻異種 安倍首相の「3本の矢」は日本を高めるか？](#)

今回ロバート・フェルドマン氏の講演を聞く機会に恵まれました。ロバート・フェルドマンさんと言えば、WBS（ワールドビジネスサテライト）と思い浮かべられる人はかなりの経済通です。蝶ネク



タイの賢人と呼ばれる彼は日本人よりわかりやすい日本語を話すと評判で、同番組では人気のコメンテーターです。

さて今回の講演の題名が「**同麦異麵**」。なんのこっちゃ？と思いますが、これは要は「**第2次安倍政権**」のことを言っているのです。同じ首相で2回目はうまくいくのか？という意味なのです。あまりの日本語通で、聞いたことのないような言葉遊びをするフェルドマン氏、しゃれてます。

それでは早速講演の内容を振り返ってみたいと思います。

まず世界経済の状況からです。世界経済は成長率は今年3.1%ぐらいと予想されています。現在先進国で0.9%、途上国で6%ぐらいで、先進国が弱冠デフレ、途上国は弱冠インフレといったところです。商品価格は原油が現在90ドル前後で推移していますが、今後は需給が圧迫しているため110ドルぐらいにはなるのではないかと。小麦も上昇傾向だそうです。特に途上国で肉食が増えてきているため、えさの穀物の需要が多くなってきているそうです。

現在日本の貿易相手国は7割が途上国で、エネルギー効率がよい技術も持つ日本は大きな輸出チャンスを持っているということになります。またTPPは農業改革のよいチャンスと捉えるべきで、今後農業生産が効率化され利益を生み出すようになれば、農地リートなども可能性があると思うということです。

さて本題の安倍政権についての話になります。前回の安倍政権と大きく違う点は？まず人事です。特に印象的なのは官房長官に菅さん(強気な性格?)を登用した点だそうです。また麻生財務大臣もタフネゴシエーターで、先日のG7、G20で日本の円安についての批判について強く反論しています。他にも経済諮問会議の復活は良い点と捉えるべきです。さて中身の政策についてはどうでしょうか？アベノミクスの最大の案件、デフレ克服についてですが、日銀は物価上昇率を2006年の時点で0~2%と設定したにもかかわらず、昨年までマイナスとなってしまいました。2020年までに元に戻すには今後平均1.8%の率で物価上昇をさせていかなければならないわけで、現在の物価上昇率目標の2%というのは妥当だそうです。そこで日銀やるべき4つの行動があります。

- 1、物価指数を変えるべきである。現在の物価指数には食料・エネルギーの価格の含まれてしまっている。それらを除き、賃金に近い数字にすること。
- 2、インフレ率目標を立てるのではなく、物価水準目標にすること。
- 3、実際の物価と物価目標の乖離分を基準にベースマネーを考えるとということ。
- 4、アベノミクスの第3の矢、規制緩和をどんどん討議に上げていくということ。

要は日銀はもっと現実に則した政策を打ち出せということのようです。そうすれば、国民のデフレからインフレへのマインドは変わっていくと。。。。。

次に財政です。これは非常に重要でこれが出来るか否かがとても大切なのですが、とても難しい問題です。例えば国家財政は社会保障費においては2011度65.3兆円の赤字、それ以外の一般活動費は14.6兆円の黒字、国債の利払いは4兆円の赤字といった具合で、財政赤字のほとんどが社会保障費なのです。つまり社会保障費を抑制しないことには財政再建は出来ないということになります。しかし医療、年金、福祉、介護、生活保護の削減を訴えてどこの政治家が当選することができるのでしょうか？財政改革について今回もらった資料に面白い内容が載っていました。左の資料なのですが、「財政赤字40兆円を改善するためにあなただったらどれを選びますか？」という質問です。要は消費税を上げるか、歳出を抑えるか、どちらがいいですか？という質問です。あなただったらどれを選びますか？

Morgan Stanley MUFG

財政改革：国民が望むことは？

日本国内を講演する際、聴講者の方々へ下記財政赤字削減のための組合せを選ぶ機会がある。全てはプライマリーバランスが8ポイント改善するための選択肢、つまり政府負債対GDP比を安定させるために必要な組み合わせである。無論、暗黙の了解として、財政政策はGDPに影響しないという大前提である。どのような選び方をしようか？年齢や業種によって選択は下記のように異なる……

	A	B	C	D	E
消費税率	5%	10%	15%	20%	25%
総歳出比率	-20%	-15%	-10%	-5%	0%
財政赤字改善額	40兆円	40兆円	40兆円	40兆円	40兆円

若干の人が、A、D、Eを選ぶ。

若年層、都会、民間企業の聴講者はBの組合せを選ぶ。

高齢者、地方、公的機関の聴講者はCの組合せを選ぶ。

次に教育についてです。フェルドマン氏は留学の必要性を強く言っていました。なぜなら今後のグローバル社会の中で留学 促進ほど日本にとって投資リターンの高いものはないからです。例えば日本の道徳（美德）がビジネスの妨げになる事があります。面白い例を上げてこのような話しをします。跳ね上げ式めがねは老眼の人にとってありがたいものです。実はこのめがね海外にはないそうです。このめがねの利便性を知っている彼はそのめがねメーカーに言ったそうです。「なんで海外に出ないの？これ売れるよ」めがねメーカーの人は言ったそうです。「海外まで修理責任が持てないから」まるで笑い話のようで笑えない話だと思います。まさにこれは日本の道徳だと思います。外人からしてみれば、「壊ればもう1つ売ればいいじゃないの」という事なのです。この費用の総出は医療費をたった5%効率化するだけで2兆円の予算を生み出すことが出来、2兆円あれば毎年40万人の学生を海外留学させることが出来るのです。すごい経済活性化案です。このような視点から見ると、今後ますますグローバル化の流れは強くなっていき、世界を相手に商売していかなければ生き残れない時代が間近に迫ってきている気がします。

次にエネルギー問題についてです。エネルギー需要は人口の増減によって決定されます。よって日本のエネルギー総需要数は減少傾向になります。その減少傾向の中、2060年までに化石燃料と核燃料を再生可能燃料に置き換えていく必要があります。それには再生可能燃料を年5.8%の伸びにしていかなければいけません。これらのことから考えると今後省エネに関しては大きなビジネスチャンスがあるのです。例えばニューヨークのエンパイアステートビルは1億ドルかけて省エネ改修工事をしたのですが、その投資をたった3年で元をとれるほどの省エネ工事なんだとか。いかに省エネビジネスはエキサイティングなことなのかわかるのです。

最後に違憲となった「1票の格差問題」についてです。これは、今回の講演では本人から語られなかったのですが添付の資料に載っていて、非常に面白い発想だと感じたので記載しておきます。彼の意見は「議席数は今のままで1票の格差は簡単に正せる」ということなのです。とても単純な発想です。人口比率に応じて1議席あたりの議決権単位を変えてしまえばいいということです。例えば静岡県の場合、人口比例では8.92議席となるのですが、現在8議席で0.92議席足りないのです。つまり静岡県の議員は1.12票とれば完全な人口比例となるわけで、これをそのまま議決権としてしまえばいいというわけです。例えば1票の重みが少ない高知県では議決権は0.61で現在3議席だから、合計で1.84議決権となるわけです。逆に一番重みのある東京都では議決権が1.20となり、現在の25議席をかけると30議決権となるのです。とても単純な算数発想ですがなぜこれができないのでしょうか？

講演の最後にウォール街の帝王と呼ばれたソロモンブラザーズの元会長のジョングッドフレンドの言葉でこの講演を締めました。

You've got to come to work each morning ready to bite the ass off a bear.

(毎朝、熊のお尻に噛み付く勢いで出勤しろ！)

熱意を見せて働け！といわれているような気するのは私だけではないでしょう……

■コラム

■ミャンマーへ

今、世界でもっとも経済成長が見込める地域はアジアと言われています。そのアジアの中で最も注目されているのがミャンマーだということは、皆さんもご存知ではないでしょうか。昨年11月アメリカのクリントン国務長官が訪問してから一気に民主化に向い、民主化の旗頭スー・チーの軟禁が解かれ



たのがとても象徴的な出来事だったのではないで
しょうか。

また、今年に入り麻生財務大臣が最初の外国訪
問先として、**ミャンマー**を訪問して円借款の1/4を
放棄することや、さらに500億円の円借款を決める
など日本から経済的バックアップなどが日経新聞の
1面をにぎわせています。日本企業の進出も相次い
でいるようで、大林組、ローソン、日本通運、ヤマ
ハ発動機、ホンダなど錚々たる顔ぶれがミャンマー
に駐在員事務所の立ち上げ、虎視眈々とビジネスチ
ャンスをうかがっているようです。

そんな世界で最も経済発展という点で注目されているミャンマーに始めて潜入してきました。今月
号ではそのレポートを載せていきます。

まず今回の訪ミャンマーの目的は、現地の様子や雰囲気を実際に味わうということ。そしてビジネス
チャンスはどんなところにあるのか見極めることなどです。

ヤンゴンに日本から行く場合、バンコク経由、韓国経由、中国経由が主な行き方になります。つまり
韓国や中国からは直行便が出ているのです。日本から直行便がないということは、まだそれほど日本か
らの投資が少ないことを意味します。逆に中国や韓国は東南アジアに投資する熱さが違います。たとえ
ば、これと同じ状況なのがカンボジアです。カンボジアも日本から直行便がなく、中国・韓国・ベトナム
・バンコク経由となってしまいます。そういう意味では中国や韓国人に比べ、投資には慎重な日本人
ということがよくわかると思います。

ヤンゴン国際空港に着いたのは夜7:00、空港を出ると
以外にも涼しくバンコクの暑さ（バンコク経由で入りま
した）が嘘の様な感じです。また電気事情でしょうか？
辺りは暗く街灯などありません。ヤンゴンの中心地ま
では約40分、初めての国はなぜがわくわくする自分がい
ます。

ミャンマーは経済発展の期待という点では世界で一番
注目されている国ということで、世界中から人が集まっ
てきています。ということは、ホテルの予約が取りにく
いのです。ちなみに今回宿泊したのは、ミャンマーのホ
テルの中では高級のトレーダーズホテル。4星ながらか
なり人気のホテルです。やはり値段はかなり高めで2泊
で500ドルを超える金額でした。



1年前までは1泊100ドル前後で泊まれたそうです。このようにホテルが供給不足ということは、同様に
不動産も供給不足ということで、ミャンマーは異常な不動産バブルが起こっているそう です。街の中心
地の高級コンドミニアムは東京より高いそうです。もちろん、事務所、店舗、マンションも不足してい
てミャンマー進出の外国資本は出店に苦慮しているそうです。ちなみにミャンマーでの不動産は基本的
に外国人では買えないので、ミャンマー人から転貸をしてもらうしかないようです。しかしこのような
国は何でもあり状態で何らかの方法はあるのでしょうか。ただし裏の世界になるのでリスクは伴うでしょ
う。

さて本格的に視察したのは2日目からですが、まず
は街の中心地にある世界遺産シュエダゴン・パゴダを見
学。ヤンゴンには観光スポットはここぐらいしかないので、ヤンゴンを訪ねた人は必ずここに行くのではないで
しょうか。小高い丘に建つこのパゴダ（仏塔）は高さ約
100m、最頂部には76カラットのダイヤモンドを中心に
総計5451個のダイヤモンド、2317個のルビー、サファイ
ア、翡翠(ひすい)などの宝石が散りばめられています。
この巨大なパゴダが大小66個のパゴダに囲まれて建つ姿
は壮観で、このパゴダの中には釈迦の聖髪を奉納されて
います。



面白いのは、このパゴダの周り一般の人がお参り出来るところがあり、それはその人の生まれた曜日によって場所が違うのです。これはタイも同様で、こちらの仏教ではその人の生まれた曜日が重要視されるようです。私は自分の生まれた曜日などわかるわけがなく、その場ネットで調べ木曜日だという事が判明しました。自分の生まれた曜日の神様のところで自分の年齢プラス1回分、水を掛けてお参りします。ミャンマー人はとても熱心な仏教徒が多く、人々は歩いてすれ違うお坊さんにはお布施を手渡し、パゴダの周りには座ってお経を読み上げる一般人が数多くいました。

パゴダでゆっくりしたのもあり、お腹がすいたのでミャンマー料理を食べなきゃということで次はレストランです。訪問したレストランは「[FEEL MYANMAR FOOD](#)」。ミャンマー料理の超人気店です。外国人に好まれる味付けをしているということで評判のレストランです。店内では日本人や西洋人を数多く見かけました。



お腹も満腹になり、いよいよミャンマーの街探索開始です。まずは去年の3月にオープンしたミャンマー最大のデパート「[ジャンクション・スクエア・ショッピングセンター](#)」です。ここを見ることによってミャンマーの最先端を確認することが出来ます。古めかしい街並みの中に突然モダンなデパートが建っている様子は、とても違和感を感じます。

店内はアパレル、化粧品、雑貨などを扱う店舗や、フードコート、スーパーマーケット、ゲームセンター、映画館などがあります。しかし商品はどれもいまいちでクオリティーが低いものばかりでした。唯一この中に日系企業が入っています。それはダイソー100円ショップなのですが、残念ながらすべて約180円で販売されています。



次に訪れたのは街の中古車屋。ほぼすべて日本車です。2011年秋に中古車の輸入が自由化され、街にはたくさんの中古車屋であふれかえった経緯があるようですが、現在は中古車屋の淘汰が進み、中古車の価格的にもだいぶ落ち着いたようです。かつては日本の10倍～15倍もした車が現在では2～3倍ぐらいで落ち着いているようです。単純に日本より高い中古車を見て、この商売はいけるんじゃないかというのは大間違いで、国の規制の多い車輸出ビジネスは素人は難しいようです。

その次はやはり必ず見ておきたかったポイントで、[アウンサン・スー・チーさん](#)の自宅です。

アウンサン・スー・チーと言えば、ビルマ民主化の母というイメージで、長い間クーデターで政権を掌握した軍に自宅軟禁を強いられていたぐらいの知識しかない私ですが、とりあえずそのご自宅へ行ってみようということで行ったのですが、もちろん中に入れるわけではなく、ただ門の前で記念撮影をして終了です。

その後チャイナタウンやイスラム・インド地区を散策し、ある小さなコンビニ店を訪問しました。このコンビニは日本在住15年という日本語ペラペラのミャンマー人が経営しています。広さわずか2坪ほど、どこにでもあるようなコンビニ（雑貨屋？）なのですが、なぜか繁盛しています。実はその彼は日本在住時、長い間日本のファミリーマートの店長をしていたそうです。日本では当たり前のカップ麺にお湯を注いであげるサービスなどをして、お客さんが増えていったそうです。売上は日販で約2万円で、ミャンマーのこのような小さなコンビニでは驚異的な数字だそうです。もちろんこの売上で儲かっているそうです。

つまりミャンマーではまだサービスという概念が根付いていないようで、**日本のクオリティーの高いサービスを提供すれば繁盛間違いなしと、そのオーナーは豪語していました。**

確かにサービスという点ではいろいろな部分でまだまだと感ずるのは多いです。あるマッサージ店にも行ったのですが、あえて現地の人を対象に商売をしているマッサージ店に行ってみました。恐ろしいぐらい汚い雑居ビルの2Fに店舗を構えるそのマッサージ店は美容院（床屋？）兼といった感じで、店内に入るとヘアカット様椅子と鏡が2セットあります。その奥に細長い台が所狭しと並んでいます。店内は暗く、怪しい雰囲気が漂っています。店員は若い女性ばかりで、いかがわしいサービスもするのか？と疑いたくなるような雰囲気なのです。施術用の台の頭側には髪を洗えるように質素なシャンプー台も備えています。

料金は1.5時間で200円です。「シャンプーもやるか？」と聞かれましたが、この暗い汚らしい感じの中では絶対にシャンプーなどやられたくないと丁重にお断りしました。マッサージはタイマッサージのようなものですが、技術的にはかなりレベルが低いと感じました。小さい手でぐいぐい押すので痛く、リラックスできるところの話ではありません。2度と行きたくないと思いました。

サービスとは「**人をおもてなしする心**」というのは日本人の誰も知っていることです。しかし国が違えばそのようなこともわからず商売をしているわけです。今後この国には外資が入り込んできて大きく様変わりするのが良くわかります。

外資と言えば、ちなみにコカコーラやマクドナルド、ケンタッキーなどはまだ入ってきてないようですが、これも時間の問題です。コカコーラ・マクドナルドは既に進出が決まっているようです。

さて街歩きをしていると、路上で珍しいフルーツを見かけます。それはイチゴです。実はミャンマーでは今イチゴがブームだそうです。まさか日本から輸入？実は現地栽培をしているそうです。このミャンマーイチゴ、ある日本人が苗を持ち込んで栽培を始めたのきっかけなのだそうです。

そのイチゴはミャンマー第2の都市、マンダレーの北東にあるピンウールイン（旧名メイミョー）郊外で、日本の苗を元に作られているといことなのです。ピンウールインは避暑地として知られ、標高約1500メートル、寒暖の差が大きく、イチゴ栽培に向く土地なのだそうです。



そのイチゴ栽培を指導しているのは、名古屋に住む大森勇さんという人で最初はミャンマーの留学生と知り合い、ミャンマー支援ということで、イチゴの苗30株と中古ミシン10台を持ってミャンマーに行ったのが始まりだそうです。

今ではそのピンウールイン産のイチゴは「**なおみ**」というブランドで、ヤンゴンのスーパーでは引っ張りだこで、現在は2日ごとに180パックを出荷しているのですが、それでも間に合わないそうなのです。

そんなイチゴのブームのミャンマーはどこのカフェやレストランでも必ずといっていいほど、イチゴシェイクがあります。ためしに飲んでみると「**美味しい！！**」。砂糖やシロップの甘さでなく、熟したイチゴの甘さとミルクが相まってなぜが懐かしさを感じさせます。まさかミャンマーで美味しいイチゴと出会えるとは！以外や以外です。そしてそれを可能にしたのは日本人だったということも以外です。

街歩きをしてぶらぶらしているとまたまた小腹が空きます。そこで今ミャンマーで大人気のラーメン店「**YKKO (チェーオー)**」に突撃です。（なんかB級グルメレポートみたいになってきた・笑）。YKKOは店舗網をどんどん拡大しているようで、現在8店舗あると現地ガイドが言っていました。おしやれの店舗なので、値段がちょっとお高め。東南アジアで幅広く食べられているシャンヌードル（チキ

ンメー ドル) は、道端の屋台で50円ぐらいなのが、この店では300円ぐらいと、日本とあまり変わらない金額です。しかしお客さんはいっぱい。本当にミャンマー人の平均月収が100ドル以下なのか？と疑いたくなるのです。もし日本の感覚だったら**8000円のラーメン**を食べてるという感覚です。



さて私が食べたのは鶏のつくねや豆腐が入ったポークのラーメンで、味はあっさりの塩味。中の麺はNoodle(ラーメン)、RiceNoodle、Vermicelli(米の細い麺)、ワンタンから選ぶことができます。これは非常に良いアイデアで日本もスープの種類はいろいろ選べるけど、麺の種類を選べるサービスをしているラーメン店は少ないのではないのでしょうか。ボリューム感があり、スープの温度も日本人好みで熱く、クセがないので外国人にも受けると判断しました。この程度ではやるのであれば、日本の普通のラーメン店をやれば成功の可能性が非常に高いと判断しました。なぜなら販売価格とFLコストのバランスをみれば一目瞭然だからです。日本人で飲食店をやりたい人は是非ミャンマーでやることをお奨めします。

わずか2日間の滞在で駆け足でヤンゴンを回ったのですが、帰りの飛行場でまたびっくりなのです。せっかくミャンマーに来たので少しお土産をと思ったのが大間違い！。空港には手作りのクラフト製品を売ってお土産屋が2、3軒あるだけで、あとは何もないのです。これだけ世界中からお客さんがきているのにもかかわらず、クッキーの一つもないのです。これには驚きました。**ミャンマークッキーショップをやれば間違いなく繁盛します(笑)**。シュエダゴン・パゴタマーク入りのお菓子を入れて空港で販売すれば大ヒット間違いなし！(?)なんて思うには私だけではないはず。

ちなみにヤンゴン空港の運営権の入札に日本の関空と中部セントレアが参加が決まったようです。2013年の3月ですから、もうすぐその結果がわかると思います。この日本のどちらかが権利を獲れば、間違いなく素晴らしいテナントが数多く入り空港はより賑わうのではないのでしょうか。

まだまだ、建物・道路・電気などインフラが整っていない状況ですが、今後これらの問題も早い段階で解決していくでしょうし、外資の導入もかなり早いスピードで入ってくるのは容易に想像できます。ビジネスチャンスはそうなった状況ではやや遅すぎなのでしょう。ビジネスチャンスという点から見ると、政府の関連するような大きなプロジェクトから個人が小さく投資をするスモールビジネスまで幅広くありますが、私達のような立場であると、小さくビジネスを始めるにはもちろんですが、儲けようという姿勢でやるよりも、この国に少しでも貢献しようとするどちらかというボランティア的な考え方でビジネスを始めるとうまくいくような気がしました。

ビジネスの基本はやはり、お客さんをはじめ携わる人々はハッピーになれるかが重要です。だから、一山当ててやろうなんてスケベ心でビジネスを始めると逆にだまされたりしてしまうのではないのでしょうか？

それにしても世界はどんどん身近になっていくのを、肌で感じる今日この頃です。これからはボーダーを日本国と他国という風に引くのではなく、アジアは一つと考える必要があると感じます。

皆さんはどう思いますか??

■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8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

アークルソフトボール大会 (酒匂川グラウンド)

珍プレー続

・海老名営業所ルート営業日記

出??

・新米営業マンの悪戦苦闘日記

今月は以上です。又、来月号も宜しくお願いします。

■2013年度のマンスリーNEWS

→	2013.03	アークル	マンスリーNEWS
→	2013.02	アークル	マンスリーNEWS
→	2013.01	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
→	2012年度	2012年のマンスリーNEWSアーカイブ
→	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	2008年のマンスリーNEWSアーカイブ
→	2007年度	2007年のマンスリーNEWSアーカイブ
→	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

