



■2013年7月のマンスリーNEWS 第108号

■コラム

■7月のアークル



皆さんいかがお過ごしでしょうか？私達はいよいよ夏本番を迎え臨戦態勢に入ってきました。長期予報によると、今夏も猛暑が続くという予想で、私達は気の引き締まる思いで夏場最盛期に突入しました。

当社ではこの6/20で44期の決算日を迎え、今月は45期のスタート月となります。44期を振り返ってみると、スタートの3ヶ月は猛暑の影響もあり素晴らしい売上でスタートしたものの、冬場に入りその売上也減速、後半は新規設置の多かった海老名（営）が伸長したものの、小田原（営）が苦しみ、終了したという感じでしょうか。

やはり我々の業界は景気よりも天気に左右される業界で、売上は天候次第というのが今後も続きます。

さて今後の日本を考えるとほとんどの業界で、少子高齢化の影響もあり売上ダウンは必至な状況になってくると思います。

新しい付加価値を創造しなければならない時期が来ているのだと思います。飲料は生活に密着した商品なので、大きく売上が変化することはありませんが、今後は消費者が高齢化してくるを予想して、健康志向の高付加価値商材が求められるような気がしています。

その中でも自販機は特に低価格で売られる傾向が強いです。来年4月の消費税増税に伴って、低価格一辺倒をどのように解消していくかが、私達の今後の生き残る大きな鍵となっていくのは間違いありません。飲料で少しその明るい兆しが見えるのはレッドブルを始めとするエナジードリンクです。ほとんどの商品が200円以上で売られているのです。消費者は商品の価値を認めればお金を出すということなのでしょう。

20年後は飲料業界はどのように変わっていくのでしょうか？

さて先月号からテーマ「**楽しい自販機**」「**女性に受ける自販機**」について引き続き、話したいと思います。

先月号ではダイドーの自販機の売上がなぜ低迷しているのか？というところから、「**楽しい自販機**」の必要性を話しました。しかしこれは言葉で言うほど簡単に出来るものではありません。商品の種類を増やすことはそれだけ多品種の管理をしなければならいからです。トラックに積める積載量は限られているので、積載量を増やすわけにはいきません。

つまり、量を増やさず品種を増やさなければならないので、単品の売れ行きをもっと把握しなければならないのです。

単品ごとの売れ行きは現在私達が利用している、システム（オペメイト）でわかります。各自販機ごとのコラム別の売上は集計できるのですが、それほど細かい集計は今までしていませんでした。自販機のコラム別売上を見てみると、売れていないコラムの数の多さに驚きます。つまり自販機に売れないで滞留している商品が非常に多いのです。まずこれをなんとかしなければなりません。売れないで滞留している商品は賞味期限の問題もあるので、これを解決すれば一石二鳥ということになります。

売れないコラムの投入本数を適正にするということは、まず売上の悪い自販機を見直すことから始まります。売れ行きの悪い自販機は、売れないので商品のセッティングも絞られぎみになります。商品が絞られると売れない自販機が余計売れなくなり負の連鎖がおきてしまうのです。

売れない自販機を見直し、商品構成を広げ、適正投入本数を適正にしていだけで管理が楽になりその上、自販機フェイスが良くなっていき、多少でも売れるようになってきます。この作業を売れ行きの悪い自販機から売れ行きの良い自販機にしていくことによって、「**楽しい自販機**」のフェイスが出来上がってくるのです。

このように自販機の多品種化を進めるのにあたって、重要なのはトラックへの積載です。つまり良い自販機を作ろうとするなら、良いトラックの積載を作らなければならないのです。実はもっと重要なことがあります。その良いトラックを作ろうとするなら、良い倉庫を作らなければならないのです。これは非常に重要なことで、倉庫を良くするのは商品の注文をその時の売れ行きに合わせる必要があるということです。簡単に言えば倉庫在庫は出来るだけ、適正在庫でなければならないということになります。当社は3.11以降、「**商品が無くなっていけない**」「**売り切れを点かしてはいけない**」ということを重要視してきたこともあり、倉庫を絞るということをおまじりしてきませんでした。よく考えてみれば、そんな状況なので春先に大量の不良在庫が出るのは当たり前だったのです。

適正在庫にするということは、日々オペメイト（当社に自販機管理システム）でコラム別の売上を見る必要があります、その数字によって適正な商品注文をする必要があります。

今度はこの大幅な変更で事務員さんが戸惑います。今まであまり考えずに感覚で商品を注文していたのを、日々ぎりぎり商品注文しなければならなくなったので、考えなければなりません。また売れない商品ははっきりしているのです、その商品の注文をストップする必要があります。しかしルートマンからは、「どこの自販機は売れているので商品を切れさないで」と言います。事務員さんはどうすればいいかわからなくなってしまいます。

そんな問題が噴出したときあることが判明したのです。ほとんどのルートマンは「どの自販機のどの商品が売れている」ということはよくわかっているのに、逆に売れていないコラムのことはほとんどわかっていないということなのです。そこで、小田原（営）のOチーフはルートマンに売れていないコラムをオペメイトで出し、それを伝えたのです。

つまりこういうことです。売れていない商品は一時的にストップします。商品は入ってきませんが、売れていないコラムから早く商品を抜き、売れているコラムへ移動をするということなのです。これをするによって、売れない商品の適正投入がなされ、賞味期限と不良在庫の問題が解決され、ルートマンの切り替え時期の手間も省けるということになります。

今回の「**楽しい自販機**」を作るためには大きなキーワードが2つあります。1つは「売れないを管理する」ということ。もう1つは「倉庫の重要性」です。

「売れないを管理する」は、楽しい自販機を作るのは売れない自販機からもそうだし、売れない商品のコラム管理も大切だということなのです。良く考えてみれば、今の自販機の最も中心となるものは、25～30セレです。これだけの種類が全て売れるわけがないのです。しかし30セレには30セレのフェイスを作らなければならない、それには「10種類だけの商品を並べておけばいい」とはならないのです。

「倉庫の重要性」は単純明快です。私達自販機オペレーターは商品在庫を3ヶ所に持っています。川上から倉庫→トラック→自販機です。つまり一番川下の自販機を良いものにするのであれば、一番川上の倉庫を良くしてあげればいいということになります。

ちなみに当社の倉庫は小田原・海老名とも滞留在庫がかなり減り、パレット積み商品は少なくなり、平積み商品が多くなりました。事務員さんは毎日の棚卸しが楽になり、ルートマンもスペースが増え積みやすくなりました。



BLOG

アークルな人達ブログ

NEWS

マンスリーニュース
アークル独自のNEWS

Q&A

アークル自販機救急
お悩み相談室へ

RECRUIT

やる気のある方を応援
未経験者は親切指導

新商品についても面白いことがわかったのです。先月号で紹介した取り扱っていなかった新商品も取り扱うようになったのですが、その売上も私達の予想を大きく覆すものだったのです。一番売れないだろうと予想した「フルーツスムージー190ml」が先月期は新商品の中で一番売れたのです。この商品は野菜果汁系で自販機では売れないと思われている商品なのです。なぜなら女性向け商品だからです。これは非常に面白いことで、今までは私達の感覚では、女性向け商品は自販機で売るのがあきらめていました。本当にこれは私達の勝手な自販機の思い込みを打ち砕くものだったのです。またもう一つの女性向け商品「ローズヒップティー」もじょじょに数字を上げてきています。

しかし、これら新商品の売上は自販機の全体の売上に対して占める割合はわずかなのです。しかしこのわずかの部分を注視するのとならないのでは今後大きな差になって表れてくるような気がしています。

これが「楽しい自販機」を作るための重要事項なのですが、残念ながら今月から最盛期に入りその新商品セットはひと段落をつけます。これから約2ヶ月は回収中心になり、また9月中旬から秋冬に向けての切り替え準備ということになってきます。

今後はこのように自販機のフェイスもフットワークを軽くして、どんどん変わるようになっていきます。まさに自販機もコンビニのショーケースのようになっていきます。それを目指しアークルはより頑張っていきます。

■コラム

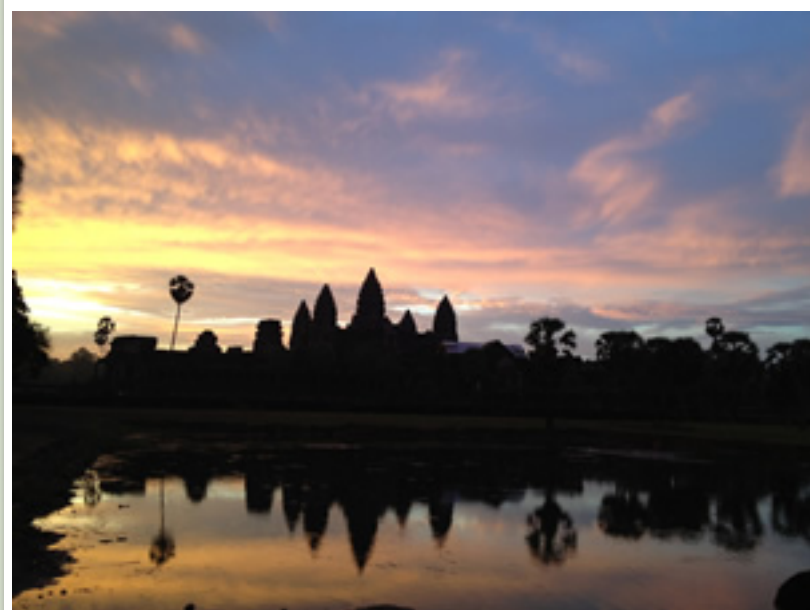
■先月の売れ筋商品

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	爽快ビタミン500缶
3位	Nデミタスコーヒー	3位	南アルプス天然水500P	3位	マルチミネラルウォーター
4位	葉の茶450P	4位	ボス無糖ブラック	4位	Rootsクリーミーアイス
5位	Mコーヒー樽	5位	ボスカフェオレ	5位	桃の天然水ライト500P

■コラム

■トンレサップ湖に見る商売魂

カンボジア・アンコールワット



アンコールワットのサンライズ

ところで今回はアンコールワットの遺跡レポートをレポートするではありません。シェムリアップ（アンコールワットの街）から車で約30分くらいのところにトンレサップ湖という巨大な湖があります。ここには貧しい水上生活者が暮らしており、学校やマーケットなどが浮かんでいます。そこで感想を少し書いてみたいと思います。

トンレサップ湖は私達が参加したツアーに含まれていませんでした。ただしそのツアーには1日の自由日が設けられていたのでこの日を利用したのです。私達にとってシェムリアップツアーはとても忙しくなるのは予想がついていました。遺跡観光、ゴルフ、トンレサップ湖、夜の宴会と睡眠時間を惜しんで行動するようでした。

そのフリー日は早朝からゴルフをして午前中で終了、その後ゴルフ場への送迎車と交渉をしそのままトンレサップ湖に行くというスケジュールです。

しかし残念なことに、JTの方、1名午前中のゴルフで熱中症でダウン。トンレサップ湖には行くことができなかったのです。（カンボジアツアーは体力勝負か？）

さてトンレサップ湖とはどのような湖なのでしょう？雨季と乾季でかなりサイズが変わるそうで、乾季は約2,500km²前後の面積で琵琶湖の約4倍だそうです。また雨季はメコン川の水量が増え、湖にメコン川の水が逆流してくるため、面積が1万6000km²以上に広がり、水面は5m以上上昇するそうです。ちなみに私達が行った時期は乾季の終わりぐらいで水量はかなり低く、観光のボートも水底に着いてしまい、船頭もかなりコントロールに苦慮していたようです。



こまでも続く茶色、トンレサップ湖

トンレサップ湖観光はお世辞にもきれいとは言えない港が出发点となります。\$15を支払いグループ別に適当に大きさの違うボートに振り分けられます。私達のグループは5名でしたので小さなボートに乗せられ、干上がる寸前の運河を約20分ほどかけて、トンレサップ湖の水上生活者のいる地域まで向うわけです。

途中手漕ぎの小さなボートに乗った貧しい水上生活者がボートに体当たりしてきて、お金をせびります。また中には私達にボートに飛び乗ってきて物売りを始める少年がいます。ニシキヘビを首に巻いた少女が写真を撮らせてやるからチップをとねだられたときは、一同びっくりです。

ボートの案内人は自称23歳の元気の良い若者で、全て英語で解説をします。この青年はこのような「物乞い」を何も無いように追い払いますが、この様子を見ていて何か違和感を感じるのです。確かに「汚い濁った湖の上でぼろぼろの小船に汚らしい親子が、観光客に金銭を求めてくる」というような様子は貧しくて哀れな感じですが、本当にそうなのか？とってしまったのです。

遺跡観光でも同じなのですが、子供が汚い格好で物売りや物乞いをしてくる場面に多く遭遇します。これらも、もしかしたら一つの巨大なビジネスなんではないだろうか？そんな風に思ってしまうのです。昔、中国で手足が無い人が歩道で物乞いをしている光景をよく目にしましたが、それはビジネスで元締めがいて組織化されているということを知ったことがあります。

そんな、疑念の気持ちを持ちガイド役の青年の話に耳を傾けていると、このトンレサップ湖のミニツアーの行程を話し始めます。「まずは水上マー



ケットに行き、その後水上の学校を訪問します。そしてクロコダイルフームに行って戻ります。」水上マーケットに行ったって買うものなんか無さそうだけど。なんて思いながら聞いていたのですが、目的が違いました。「学校に行くんだけど、水上生活者は見ての通り貧しい、また学校の子供達も大変な生活をしている。ましてや学校の中に数多くの孤児がいるので、食料を寄付してやってほしい。ついては寄付する米を水上マーケットで買って寄付するので協力してほしい」このように言うのです。

「完全にビジネスじゃん」と思いましたが、グループで行動しているし、ぼられると言っても大した金額ではなさそうなので、素直に言うとおりにしてみることにしました。はたしてその米はどれだけの金額を言うのだろうか？とても興味がわいてきます。水上マーケット（と言うにはイメージがかけ離れすぎている、小屋という表現がぴったり）に到着し、お米を購入します。金額は50kgで60ドル。ガイドの兄ちゃんにいくらキックバックするのか？とか学校の関係者とグルになっているなどか思いながらも素直に買うこととしました。5人なので1人15ドルずつ払い、お米と水のペットボトルを購入しました。

学校に着くと、他の観光船の数船泊まっています。このシステムが確立されていることがよくわかります。私達はぼられ客(?)として校長に笑顔で迎えられます。このように仕組みが見えてしまうのは、気持ち的によし悪しです。校長の説明によると、生徒数は全部で約200人そのうち孤児が50人だそうで、その50人はこの学校で生活をしているそうです。学校は午前・午後と分かれていてお昼はほとんどの生徒が一度家に帰るそうです。

水上学校にはもちろんガス・水道はなくトイレも垂れ流しです。よってただでさえ汚い湖の水がこの学校の周りは余計に汚いようです。飲み水はこのトンレサップ湖の水を大きなドラム缶に汲み、汚れが下に沈殿するのを待って、上澄みの水を飲んでいきます。実際にガイドが飲んでいましたが、私達はその生臭い臭いだけでギブアップでした。

学校内を見て回っていると、子供達の中で数人ライフジャケットをつけている子供がいるのに気づきます。どうやら水上生活をしていても、中には泳げない子もいるらしく年に何人かはおぼれて死んでしまう子もいるそうなのです。つまり、泳げない子は必ずライフジャケットは着用しなければならないそうです。

このシェムリアップに来て一つだけとても印象的で、癒されることがあります。それは子供達の笑顔なんです。この学校でもそうで、この子供達の笑顔や無邪気な様子を見ていると、何か日本には無くなったしまったものがここにはあるのかもなんて思ったりしてしまいます。またぼられていたことも忘れて、本当に来てよかったと思ってしまうのです。

J TのYさんは「今度は絶対に高校生の息子をここに連れたい」と言っていました。是非こんな生活をしている人々がいるんだということを見させてあげたいというんです。もちろんYさんの言いたいことはこうです。「世界中には日本のあなたのように幸せに暮らして人ばかりではなく、貧しく悲惨な状況で暮らしている人もたくさんいるんだ。自分の恵まれている状況に感謝してもっと一生懸命生きる」と言うことだと思います。

もちろん私もその意見には同感です。さらにもっと教えてあげたいことがあります。それが今回トンレサップ湖を訪ねて私が思ったことなのです。それは「商売魂」です。商売というのは「儲ける」という人間の欲求が根底にあるものなのですが、その欲求を前面に押し出してはうまく行かないのは皆さんもご存知の通りです。

トンレサップ湖でのこの一連の流れで思うのは、まさに「貧困をビジネスにしている」というたくましさなのです。商売は過程や仕組みがどうであろうと、お客様が喜んでくれ、お金を払っていただければ成立するのです。今回は「恵まれない学校に寄付する」という行為に代価を払っているお客がいるという構図です。

カンボジアの子供達の笑顔といい、貧しさビジネスするほどのたくましさといい、何か日本で忘れられたものを思い出させてくれる良い機会だったのかもれません。

(追記)

今年に入り、ミャンマー・カンボジアと訪問したのですが自分自身、とても感じるがあります。それはインターネットの普及や政情が安定してきたおかげで私達がビジネスが出来る経済圏が広がってきたということです。

先日東京であるセミナーに行ってきました。そのセミナーは飲食業向けのセミナーなんですけど、店舗出店を東南アジアでやったほうが良いというセミナーでした。バンコクなどでは日本人が多く在住するため、居酒屋などの単価が日本と変わらず売上も変わらないそうなのです。販売単価が変わらなければ、東南アジアは人件費で大きな優位性があります。飲食業の目安によく言うFLコストというものがあります。フードとレイバーつまり食材原価と人件費の合計が、飲食の成否を決めるというのです。

今までの常識(固定概念)は商売=日本国内というものが強かったかもしれませんが、今後は起業も国内とは限らないというのが常識になるかもしれません。

2ヶ月前にある若者と知り合いになりました。大濱君という22才の若者ですが、なんと彼は今回私達が行ったシェムリアップで昨年、高級SPAを立ち上げ、商売も軌道に乗っているそうなのです。彼は明治大学在学中に、インターンで中国大連でのSPA事業の立ち上げに関わり、中退してここシェムリアップで起業したそうです。いろいろ苦労はあったそうですが、わずか2ヶ月で黒字化に成功して商売を軌道に乗せたそうです。

シェムリアップでの一般の労働者の給料は1ヶ月60~80ドルぐらいだそうです。つまり現地向けのサービスでなくて外国人や富裕層向けのビジネスは儲かる可能性は高いということです。またシェムリアップはアンコールワットのおかげで年間約300万人の観光客が来るそうです。その観光客向けのビジネスで大成功しているのが、有名なマダムサチコこと小島幸子さんです。日本人ならシェムリアップに行ったら必ず行くお土産さんです。メイン商品がアンコールクッキーで今ではカンボジアでは知らない人がいないくらいの有名人です。

このような状況を考えると、日本人にとって東南アジアはものすごいビジネスチャンスをもたらしているのかもしれません。今ならまだ、経済的な優位さが日本にあると思います。ただ、この優位さはいつまで続くかわかりません。(10年前の中国をみれば明らかです) 良く考えてみると、この変革の時代に日本に生まれてきたというだけで、大きなチャンスがあるのです。これを生かさないと手はないではと考えるのは間違いでしょうか?公務員になりたい若者が多いなんて良く聞きます。保守的な考えが悪いというわけではありませんが、ワクワク感はないですね。思い切って海外で勝負したい若者はいませんか?もし興味があるなら御一報ください。

■コラム

■激ウマB級グルメ 第60弾

河口湖でハンバーガーで食らいつく

いよいよシーズン間近にせまった河口湖。夏の避暑で行く人は多いのではないのでしょうか。そんな河口湖で激ウマハンバーガー屋を発見しました。お店の名前は「ムースヒルズバーガー」と言って、R139沿いにあります。

今回はこの近くの桜庵という温泉施設に行く途中偶然入ったハンバーガー屋で、こんな本格的なグルメバーガーがこの場所という感じです。ちょうど12時ごろの訪問だったのですが、5~6組のお客さんが入っておりオフシーズンでも常連客がいて繁盛しているようです。



ちなみにハンバーガーのレポートはこのお店で3軒目になります。一つは世田谷の「フェローズ」そして二つ目がロサンゼルス「O!BURGER」です。最近東京では数多くのこだわりのグルメバーガー店があり、よく雑誌などで特集が組まれています。このお店もそのグルメバーガーのお店なのだろうか?とにかく興味がわいたので入ってみることにしました。(この辺りでは普通ほうとうか吉田うどんを食べるのが通常なので、思い切って入ってみたというのが本音です)



さて店内に入るとおしゃれ感じで、薪ストーブが店内中央に置かれるのでカナダのレストランに来たような雰囲気をも出ししています。メニューを見るとどれもボリュームたっぷりです。しかしやはり価格は東京にあるグルメバーガーと同じ価格帯で1000~2000円ぐらいが中心です。

メニューの表表紙にある「デラックスバーガー」のボリューム感にはかなりそそられますが、2000円という価格にはやや驚きと抵抗があります。簡単にメニューを紹介しておきましょう。

ハンバーガー 950円 ダブルバーガー 1350円

チーズバーガー 1100円 ダブルチーズバーガー 1650円

エビカツバーガー 950円 アボカドバーガー 1150円

アボカドチーズバーガー 1300円 ベーコンバーガー 1200円

ベーコンチーズバーガー 1350円 スペシャルスモークベーコンバーガー 1550円

グリルドオニオンゴルゴンゾーラバーガー 1350円 チリバーガー 1150円

チリチーズバーガー 1300円 チリメキシカーナバーガー 1300円

クリームオブスパネチ(ほうれん草)バーガー 1350円

グアカモーレクリームチーズバーガー 1250円

モッツアレラマッシュルームバーガー 1300円

デミグラスエッグバーガー 1150円 ベジタリアンバーガー 1300円



デラックスバーガー 2000円

いかがでしょう。かなり良い価格ですが、メニューの写真をしていると食欲がそそられてしまうのです。ということで、いろいろ迷ったあげく注文したのは、アボガドチーズバーガーとチリメキシカーナバーガー！！そしてついでにストロベリーメイプルワッフルとデザートまで注文してしまいました。



左アボガドチーズバーガー 中メキシカンチリバーガー 右ストロベリーメイプルワッフル



実際にハンバーガーを目の当たりにすると、ボリューム感に威圧されます。バンズは天然酵母を使ったパンのようです。またバンズの間から垣間見れる、パテもいかにも手作りとわかるハンバーガーなのです。もしかしたら、これぐらいの値段は妥当なのかもしれないと思ってしまいます。店員さんに「ラップペーパーに入れて食べてください」と、ラップ用のペーパーが付いてきます。やっぱりハンバーガーはかぶりつくもので、ナイフとフォークで食べるものではないよと改めて思うのでした。分厚いハンバーガーを崩さないように慎重にラップペーパーに包み、ガブリとやります。最初はあまりの大きさに肉に到達しません。2〜3口目に肉に到達すると、肉の香ばしさチーズの酸味が口の中に広がります。はみ出るチリビーンズ、ぽたぽたと垂れる肉汁、ジャンク感におぼれる感じがなんとも言えません。

何もつけなくても十分スパイシーなバーガーなのですが、更にジャンク感に溺れたい私は、テーブルの上にあるハインツのケチャップとマスタードをつけてガブリ！！

それから、レタスがぎっしり重ねられているのも見逃しませんでした。肉肉しい中に大目のレタス、これもまたグッド！

完食でお腹一杯の上にさらに追い討ちをかけて、甘いストロベリーワッフル、これも出来たてが出されます。外はカリカリ、中はふわっと、上には冷たいバニラアイスと甘めのホイップクリームが乗り、イチゴ、ブルーベリー、ラズベリーのトッピングと、幸せ感じるひと時です。

今回このお店を訪問して感じたのは、カロリーやダイエットのことを忘れてジャンク感に浸る楽しさです。この店に来るにはそんな覚悟が必要です。現在ダイエット中とかカロリーを気にしているという方にはお勧め出来ません。しかし美味さは本物だと思いました。私個人的には、やはりハンバーガーはあくまでもハンバーガーと捉えていて、1000円以上はありえないと思っていました。しかし、それはこの店に限っては違うかもしれません。ハンバーガーを食べに行くと感じより、美味しいレストランに行くという感覚で行くと良いと思います。

興味がある方はこの夏河口湖方面に行ったらトライしてみてください。

メニューにはハンバーガー以外にもサンドイッチやタコライス、ドリンクメニューも豊富で各種シェイクなどがあるようです。

店名 ムースヒルズバーガー (MOOSE HILLS BURGER)

TEL 0555-72-6691

住所 山梨県南都留郡富士河口湖町勝山3290-1

営業時間 [平日] 11:00~20:00

[土日祝] 11:00~21:00

■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
- ・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



小田原(営)決算月終了・有終の美を飾る!!

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

→	2013.06	アークル	マンスリーNEWS
→	2013.05	アークル	マンスリーNEWS
→	2013.04	アークル	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

