



■2014年1月のマンスリーNEWS 第114号

新年あけましておめでとうございます 今年もアークルをよろしくお祈りします



いよいよ2014年が始まりました。
さて今年皆様にとってどんな年になるのでしょうか？

毎年の狛シリーズ、今年は京都・乃木神社の狛馬です。奉ってあるのは、日露戦争で有名な乃木將軍です。そしてこの狛馬は乃木將軍の愛馬（壽号、璞号）だそうです。

ちなみにこの狛シリーズは、当マンスリーでは2007年の猪からスタートしていますので、今年で7年目になります。できれば12年すべてこのシリーズが完結できればなんて思っています。

いままでのシリーズ全て京都で撮影したものです。

毎年12月、ご先祖様の墓参り（奈良にあります）とこの狛シリーズが恒例となってきました。

皆様にとって素晴らしい年であることを願っています。

2014年 元旦

■コラム

■1月のアークル

2014年スタートの月となりました。



私達飲料業界にとっては、大きな変換点となるかもしれない年です。それはいよいよ差し迫った、**消費税増税**です。スーパーなど小売は、早くも外税表示の方法に変え、**消費税増税**が値上げになったというイメージにならないように、対応しているのがよくわかります。

しかし残念ながら、私達自動販売機業界は**円単位**の販売が出来ないので、外税表示は不可能になります。一部、電鉄系にある自販機はカードで買えるので、もしかしたら**円単位**の販売になるかもしれませんが。しかしそうすると、キャッシュとカードでは同じ商品で違う価格になってしまいます。

今現状で、消費税増税後の各飲料メーカーの商品の希望小売価格は発表されていません。なぜいまだに発表されないのでしょうか？それは各社、コカコーラの発表を待っているからなのです。やはり業界NO1のコカコーラが発表してくれないことには、各社動きようがないのが現実です。この小売価格の発表で一番焦点になるのが、缶コーヒーに価格になります。

190mlの価格が130円になるのか120円のまま据え置かれるのかによって、大きな違いがあります。なぜなら自販機の売上の半分以上が缶コーヒーだからです。もし缶コーヒーは120円で据え置き、その他の商品が一部値上げとなった場合、消費税3%分がまかなえるかは非常に微妙となります。

現在、コカコーラとサントリーの対抗はとて激しいものとなっています。例えば、コーラがコーヒー130円と発表して、サントリーがもし120円と据え置いたら、これで一気にサントリーはコカコーラに追いつけると考えるかもしれませんが、逆にサントリーも130円となり業界が一気に130円の値上げとなるケースも考えられます。



どちらにしても、飲料業界はコカコーラとサントリーが決めると言っても過言ではありません。

そんな中、ダイドーが来春商品の案内を年末に持って来ました。その内容での注目点はやはり希望小売価格です。果たして、どれくらい高付価格商品を発売するのか？利益商品を発売するのか？など期待をしていたのですが、その内容は今までとあまり変わりのないものでした。一部、ペット商材の値上げは決まっているようですが、消費税対策と思われる商品はほとんどありませんでした。商品の構成は一樣決めておいて、その価格については状況を見て決めていくという方法なのでしょう。少し注目したい商品としては新たにコーヒーのリキャップ商品が+10円が出るといったところです。ペットの値上げはダイドーは元々安く売っているので目立ったものではないと思われます。

私が思うに従来の価格に据え置くのであれば、今年はダイドードリンクとしての業績はかなり厳しくなるのではと推測されます。値上げの商品を増やさないと3%の増税分を賄えないからです。しかし、飲料という商品は一般消費財のためなかなか値上げできないのが現状です。本当に頭を痛める問題なのです。

さて私達アークルは昨年1年間をかけて消費税増税の対策を行ってきました。たくさんのシュミレーションをし、なんとか生き残れる方法を模索してきました。消費税増税分を商品に転嫁できないので、その消費税分を一部でもかぶらなければならない場合、現状の利益をどう確保するのか。価格決定権を持たない私達ができる消費税増税対策は何なのか？

この問題は私達のビジネスの根幹を揺るがしかねない問題の割には、同業者からの危機感の音が聞こえません。本当に安穩とはしてられないのに、他社はどのように考えているのだろうか？それとも、皆さん余裕の商売をしているのだろうか？など、いろいろ憶測もしましたが、私達に出来ることを考えるしかありませんでした。



結果、当社は昨年1年間は自販機を満足のいく数字で伸ばすことが出来ませんでした。その証拠にここ3ヶ月くらい自販機純増台数が少ないという要因から売上に苦しんでいます。12月期はなんとか昨年売上を確保しましたが、きつきつだったことは否めません。

さて今年はどうなるのでしょうか？競争激化、コンビニコーヒーの影響、消費税増税と厳しい言ばかり思い浮かびますが、あまり否定的にならず、コツコツやっていくしかないと考えています。あまり物事を否定的にばかり考えるとロクな事になりません。前向きに取り組んでいくしかないのです。実はその中に新しい発見があったりするものなのです。そのように考え今年も当社は頑張っていきますので皆さんよろしくお祈りします。

それにしても昨年の変化には皆さん驚きませんでしたか？アベノミクスの強烈なインパクトは世の中の雰囲気を一変させました。今まで、デフレの勝ち組といわれているようなビジネスが沈み、プチ高級なものを扱うビジネスが良くなってきました。

例えば外食産業、苦しんでいるのが回転すし・牛丼・マクドナルド、良いと言われているのが、やや高めのロイヤルホスト。こうも変わるものなのでしょうか？

外食産業、私達自販機業界、ともに大きく影響を受けている要因はコンビニです。コンビニの台頭はたくさんの業界に影響を与えています。今年もコンビニは大量増店の計画と聞いています。コンビニは流通業の要のような存在になっていくのは間違いなさそうです。世の中の景色がどんどん変わっていく今、しっかり商売していかないと生き残っていけない時代が到来しました。

■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	ルーツインパクト微糖
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	クリミーカフェHOT
3位	Nデミタスコーヒー	3位	ボスカフェオレ	3位	アロマステージ&コーヒー
4位	細缶Mコーヒー	4位	ボス無糖ブラック	4位	アロマステージ&ミルク
5位	BC葉の茶 朝摘み	5位	南アルプス天然水500P	5位	爽快ビタミン500缶

■コラム

■ダイドーがロシアで自販機展開！

日経新聞 11/27号

11/27の日経新聞に、「[ダイドー、ロシアで自販機](#)」という記事が大きく掲載されました。ダイドーの海外展開は過去中国上海で活動してきましたが、あえなく撤退しています。ロシアはこの伏線であるのは間違いなさそうです。数年前に中国からの流れで、ロシアのウラジオストックで自販機を展開しているのは知っていました。

現地でのパーマシム（自販機1台あたりの売上）は非常に高いというの聞いていました。売れ筋はコーヒーではなく、栄養ドリンク系やジュース系のようで



す。なぜウラジオストックなのか？と疑問は抱いていたのですが、この記事を見て「そういうことか〜」と納得です。

大手飲料メーカーは世界の飲料メーカーを買収しようと躍起になっている今、ロシアで自販機展開というところがいかにも、ダイドーらしいところです。

記事によると、年内に全額出資で自販機の管理・保守会社「**ダイドードリンコロシア**」をモスクワに設立して、年明け以降、オフィスや空港などに500台の自販機を設置するそうです。あくまでも想像ですが、自販機オペレートは現地のオペレーターにやらせるという方法をとるのではないのでしょうか。なぜなら過去の教訓から自販機オペは自分達で行ったら絶対に儲からないのがわかっているからです。又、現地の商慣習もあるので現地企業に任せた方が間違いないと思います。

18年までには1万台設置し、モスクワ以外の都市にまで拡大とするとする意向があるようです。ちなみに値段が70ルーブルというから日本円で210円。自販機も商品も全て日本から運搬するので、その高価格は仕方がないかもしれませんが、日本にはたくさんの中古機があるはずですからそれを再利用するには最適な戦略になるでしょう。しかし、電気の規格とコインメックの交換は必要になるでしょうから、そのコストはかかることになります。

18年には年間50億円の売上を目指すとなっていますので、仮に1万台を設置するとしたら1台あたり4.2万/月となります。卸価格で計算すると300本/月なので、たいした本数ではないと考えられます。しかし日本円で考えたら倍の販売価格なので、これでも十分に商売は成立するのでしょうか。



現地では温かい飲料と冷たい飲料を1台で取り扱えるのは珍しいようで、高価格でも販売できるそうです。確かにヨーロッパなどに行くと、飲料の価格がとても高く、日本がとても安く感じます。そう考えると、日本はいまだに一般消費商品はデフレの中にあるんだということが実感します。

前に書きましたが、外国人が日本来て驚くものの一つに自販機があるようで、このダイドードリンコのロシア進出は違う意味で、日本の文化輸出と考えてもいいのではないのでしょうか。日本人としては「**頑張れダイドー**」と勝手に思っています。

1万台の自販機=それだけの売り場と考えたら、今後の展開としては現地商材を販売することも考えられます。そうすれば販売価格を安くなるだろうし、一気に自販機が広まるということも考えられます。アジア各地に日本のコンビニが広がる中、自販機は治安の問題などがネックになり広がっていきませんでした。まさかロシアにこれほどの需要があったとは・・・そのように思う人が多かったのではないのでしょうか。

モスクワでは景観保護のため、路上で飲料を販売するを禁止しているようです。つまり屋内に自販機ということになりその需要の拡大が見込まれるということになります。海外では窃盗のリスクも高いのでやはり屋内のみの設置となるでしょう。

ダイドーは現在国内ではコカコーラ、サントリーに次いで第3位の自販機保有台数となっています。しかし飲料販売の9割以上を自販機販路に頼っているのも、どうしても販売数量では大手メーカーにかなわないのが現状です。しかし量販に商品が流れないとということは、値崩れもなくなり定価販売の割合が多いとも言えます。

もしダイドーがロシアでこのビジネスが成功させれば、自販機ビジネスのブルーオーシャンとなります。現在国内では、各飲料メーカーが自販機設置を巡り、熾烈な競争を繰り広げ体力をすり減らしている中なので、ダイドーにとってはこのビジネスの成功は今後の会社のキーポイントになるのは間違いないでしょう。

自販機という日本ではコモディティーとなってしまったビジネスをまだコモディティーになっていない国へ輸出するというのは当然の流れなのですが、まさかロシアとはあまり想像できなかったのも、今回たくさんの方が驚きをもってこの記事を読んだのではないのでしょうか。

自販機・ラーメン・コミックのような日本人一般大衆的に慣れ親しんでいるものが海外に出て行けるのは、やはりインターネットの普及などで世界がより近くなったからかもしれません。

■コラム

■未来の税は消費税が主になる

東洋経済12/28号より



2014年はどうなるのだろうか？そんな興味から、昨年末「東洋経済」を手に入れました。

その中にとっても面白い特集記事があったので、それを紹介したいと思います。

私自身、今年4月からの消費税に敏感になっているせいか税に関する記事には敏感になります。この東洋経済の特集の中で「2030年を読み解く10の論点」という特集記事があります。その中で中央大学教授の森信茂樹教授は、「**未来の税は消費税が主流になる**」と述べています。一読するとなるほどと共感出来るので記事を載せました。皆さんはどう思いますか？

これからの世界の税制は消費課税にシフトしていく。この流れの一つが、企業の社会保険料と法人税の負担の一部を消費税に置き換えていく動きだ。

社会保険料負担が重いせいで企業は雇用を増やせず、日本では非正規雇用を増やした。この企業負担を減らせば正規雇用が増える。

国家同士の競争で、法人税率も今後10年間で数%下がっていく。その原資は消費税で代替するしかない。

すでに欧州でこうした動きが出ている。ドイツのメルケル政権は、消費税率を16%から19%に引き上げる一方、社会保険料を引き下げた。消費税を上げても輸出時に還付されるので、国際競争力には影響しない。ところが、社会保険料は企業のコストを直接押し上げる。だから、欧州では消費税化が進んでいる。日本でも社会保険料まで含めた消費税化の流れは進んでいくだろう。

もう一つは、所得税が消費税に置き換わる流れだ。実は、消費税のほうが哲学的にもはるかに優れている。働いて得た給料に課税されるより、自分で使ったときに課税するほうが自然だ。自分の欲望を充足する消費に課税するほうが、人間の行動にあっている。

税金が嫌なら消費しなければいい。消費税には「クロヨン」（給与所得者より農業や自営業の所得把握率が低い不公平のこと）と言う問題があり、これは解決不可能。同窓会へいくと必ず領収書を持って帰る人がいる。同窓会の場で自分の事業を宣伝したと言えど経費と認定せざるをえない。

それに所得税は二重課税だ。所得税を払った後、貯蓄して預金や株式を買えば利子や配当、株式譲渡益に課税される。消費税は貯蓄に課税しないので経済的に優れている。日本では消費税率引き上げに賛成か反対かと言う議論ばかりで、消費税と所得税のどちらがよいかという議論の立て方がない。

米国には取税としての売上税はあるが、連邦政府に消費税（付加価値税）がない。米国は常にこれを問題視している。たとえば、同じ自動車を独ベンツと米GMが輸出する場合、ベンツは輸出時に消費税が還付される。しかし、米国には消費税がないので、GMに還付できない。この分が競争力の格差となる。

問題は消費税化が進んだときに逆進性の問題が生じることだ。私は給付付き税額控除を本格的に導入し、勤労インセンティブを入れたワーキングプア対策を行うことで逆進性を緩和すべきだと考える。インセンティブを導入することで社会保障制度を効率化する効果もある。

韓国は08年から給付付き税額控除を導入したが、社会保護の数が減少した。それは働くインセンティブが生じたから。

今後、日本の消費税率が欧州並みの20%台に上がるかが注目されている。欧州と比べて日本の消費税率はまだ低く、引き上げ余地があるといわれる。しかし、欧州は軽減税率を導入しており、実際の税負担である実効税率で比較すると、日本の単一税率10%というのは欧州の7~8割の水準で、それほど引き上げ余地が大きくはない。

となると、今後重要なのは歳出削減だ。社会保障制費削減の重要性については多くの人が指摘している。年金の支給開始年齢の引き上げは、すでに年金を受給し始めている人にも適用すべきだろう。

大平正芳・元首相は一般消費税に言及した後、選挙に敗北した。その後竹下政権で消費税が導入されるまでの間、第2次臨時行政調査会（土光臨調）が「増税なき財政再建」を行った。土光臨調があって、世論は『消費税導入をやむなし』に傾いていく。

増税なき財政再建という期間がないと、10%の消費税率をさらに引き上げることを国民はなかなか受け入れられないのではない

か。

さて皆さんはこの記事をどう見ますか？欧州の消費税率は高いイメージがありますが、実効税率は軽減税率のためにそれほど高くないというのは以外です。そう考えると日本の消費税率アップの余地があまりないというのもショッキングでした。

また所得税と消費税の特質性からあまり考えたこともありませんでした。ちょうど昨年末、テレビでUAEの紹介をしていました。UAEは一切所得税はないそうで、年収がそのまま収入になるといっていました。日本の所得税は高収入の人にとっては懲罰的と思える率になっています。これでは働く意欲と言う観点から考えると、良いとは言えないと思います。消費税であれば買物に対しての税なので一律公平だと思います。ただ低所得者に対しての逆進性は給付付き税額控除で対応すればいいということなのです。

また社会保障費削減はどうしてもやらなければならないようです。年金の給付年齢の開始を遅らせるというのは、よく考えてみると今まで年金を払い続けてきた人の権利は、政府のやり方でどうにでもなるといことを示しています。つまり政府は年金制度を維持したければ、給付開始年齢をどんどん遅らせて、極端な話し75歳ぐらいにしてしまえば、負担もものすごく減るということになります。こんなことまで考えるようになったら、国民年金を支払う若者が減るのは当然のことですね。

来年の10月には消費税率10%にアップということになっていますが、欧州で導入されている軽減税率について現在話し合われているようですが、これもたくさん問題があるようです。既に導入されている国では同じ食品で持ち帰りか店内飲食かとか、ドーナツの購入個数などで税率が変わったりしてとても複雑になっているようです。この軽減税率の政治的な駆け引きは今年の年末に大きな山場を迎えそうです。果たして、飲料水は軽減税率対象となるのでしょうか？

■コラム

■激ウマB級グルメ 第64弾

大人気 揚げバナナの名店



先月号のブータンからの帰りにちょこっと、カンボジアのプノンペンに1日だけ寄り道をしてきました。「なぜ、カンボジア？」なんて声が聞こえてきそうですが、実はカンボジアはアセアン諸国の中でも特に目を離せない国の一つとされています。

私達日本人にとってカンボジアのイメージといたら何でしょうか？「ポルポトの大量虐殺」「地雷の不発弾」「貧困」「治安が悪い」。こんな感じでしょうか。

12年の世界銀行の調査によると、カンボジアの一人当たりGDP（国内総生産）は946ドルでした。これは東南アジアでは最低ランクなのですが、近年は年率7%前後の経済成長を続けているのです。高い成長率は大きな可能性があるということ、一人当たりGDPの低さは人件費や投資コストの安さにつながります。

既に多くの日本企業が進出しており、その中でも話題性が高いのは今年オープン予定のイオンモールです。プノンペンではここ数年の経済成長で中間層が増加し、消費が爆発的に増えています。それをいち早く取り込んでいこうというものだと思います。個人消費が拡大している中で、デパートやスーパーなどがほとんど皆無なのです。間違いなく流行るでしょうし、カンボジアの人には大きな驚きとなるのではないのでしょうか。

つまりカンボジアは今後の要注目国であり、その発展の様子をこの目で見てみたいと思ったのが今回の訪問の一つの理由なのです。もちろん目的はそれだけでなく、我が社の見ている会計事務所がプノンペンに昨年オープンし、実情を聞こうと思ったのも一つです。

どちらにしても、今後は経済やビジネスを国単位で考えるものではなく、アジア地域といったようにもう少し広い範囲で考えていかなければならなくなるのは間違いないと思うのです。

そんな今回のプノンペンの訪問だったのですが、行動派の私はB級グルメのことも忘れてはいません。カンボジア人に親しまれているB級グルメは何か？そんな調査も兼ねて街に繰り出します。



まず、カンボジアの人々のおやつとして親しまれているのが揚げバナナということ、雑誌で知っていました。それならば、その揚げバナナの名店があるはずということで、何人かトゥクトゥクドライバーに聞き込み調査をしてみると、毛沢東通りに流行ってる揚げバナナ屋があると聞いたのです。

早速トゥクトゥクを走らせます。そのお店の名前は「Sna Dai La Or Chek Chien Pises」（スナーダイ・ロオー・チェークチアン・ピッセツ）と言う舌を噛みそうな名前です。

お店に到着すると、ラッキーなことにお客さんは誰もいません。バナナの甘い香りと油のにおいが食欲をそそります。店頭には簡単なショーケースがあり、店の奥では女の子が2人大きな釜でバナナをたくさん揚げています。彼女らのバナナを揚げるペースを見ていると相当売れるだろうということが容易にわかります。

早速2本注文し、トゥクトゥクドライバーと一緒に食してみます。見た目はちくわのてんぷらのそっくりです。せつかく食べるのだから、店内に入り揚げたてをいただきました。衣はカリカリ、中のバナナの存在がよくわかりません。イメージはスイーツを想像していたのですが、中身はバナナだけなのでそれほど甘いわけでもありません。この食べ物自体何と言ったらいいのか、表現しにくいものがあります。よく考えてみれば、私達日本人は普段コンビニやデパ地下でどれだけ美味しいスイーツを食べているかということです。このように質素でバナナを揚げただけなんていうものでは、美味いと感ぜない舌になってしまっているのだと、少し飽食を反省したりしてしまいました。

どうやって作っているのか実際に女の子にやってもらいました。バナナをむき、中華包丁のようなもので上からバンと叩き、バナナを平べったくし、溶いた粉につけ油の中に入れる。以上終了です。とてもシンプルなのです。

美味いからお奨めとは言えませんが、揚バナナに興味のある方はプノンペンに行ったら是非行ってみてください。



写真をたくさん撮っていたら、おばちゃんが「そんなに写真を撮ってどうするの?」と聞いてきたので、「**ネットに載せますよ。宣伝するよ**」と言ったら、食べた2本分の揚バナナタダにしてくれました。おばちゃんごちそうさま。

ちなみにお値段は1本1000リエルというから日本円でなんと25円。それでも数年前までは700リエルだったそうで、ここ数年物価上昇で値上げをしたそうです。

デリバリーもしているそうで、最低注文数が100本からというから、よくわからない強気さです。

場所は毛沢東通りに面していて、中国大使館のすぐそばです。営業は朝7時から夜の8時まで。

B級グルメレポートで飽食を反省させられるとは思いませんでした。

■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6名が更新中です。

- ・小田原営業所所長日記
- ・チーフの日記
- ・販促課マネージャーの日記
- ・海老名の所長ブログ
- ・開発道
- ・海老名アシスタントチーフ日記



プノンペン セントラルマーケットリニューアルされたのでしょうか、とてもきれいでした。

今月は以上です。又、来月号も宜しく申し上げます。

■2013年度のマンスリーNEWS

→	2013.12	アークル	マンスリーNEWS
→	2013.11	アークル	マンスリーNEWS
→	2013.10	アークル	マンスリーNEWS
→	2013.09	アークル	マンスリーNEWS
→	2013.08	アークル	マンスリーNEWS
→	2013.07	アークル	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

