

<b>第128回拡大コスト問題研究部会 in 沖縄</b>	
開催：	平成28年7月14日（木）～15日（金） 東横INN那覇旭橋駅前 会議室 2階
出席人数：	正部員4名、賛助部員3名、正会員オブザーバー1名、賛助会員オブザーバー3名 合計11名
出席者リスト：	<b>リーダー</b>
	佐藤 千恵 株式会社セントラル伸光
	<b>サブリーダー</b>
	宮村 伸輔 JCMシステムズ株式会社
	<b>正部員</b>
	春原 明美 株式会社アメニティーズ
	新井 弘光 株式会社パンドラ (アメニティーズ)
	原田 明光 株式会社三永
	<b>賛助部員</b>
	園田 悦志 株式会社大商
	荒井 努 グローリーナスカ株式会社
	<b>正会員オブザーバー</b>
	岩本 渉 株式会社パンドラ (アメニティーズ)
	<b>賛助会員オブザーバー</b>
	皆川 巖 株式会社大商姫路
	下永 大 ハイライツ・エンタテインメント株式会社
リレーションズ株式会社 1名	

### ストアコンパリゾン・企業訪問「株式会社ピータイム」 in 沖縄 1日目

	「エムズガーデン」「ジャンボおもしろ店」「ピータイムおもしろ店」の3店を15分ずつ 店舗視察。その後、株式会社ピータイムの本社を訪問し事前質問への回答と 質疑応答、沖縄ならではのホール事情を学ぶことができた。
	①エムズガーデン (15分)
	②ジャンボおもしろ店 (15分)
	③ピータイムおもしろ店 (15分)
	④株式会社ピータイム 本社訪問 (60分)
	事前質問 一覧
	1 差別化 他店との差別化しているところは、どこでしょうか？
	2 対抗策 新店が出店する際にどのような対抗策を取りますか？
	3 コスト削減 貴社で、コスト削減されたことがあれば、どのような項目で行いましたか？ 具体的な項目と削減幅をおたずねしたいです。
	4 景品、クレーム 景品に対するクレームがお客さまから来ることはありますか？ あるとしたらどのような内容でしょうか？

<b>第128回拡大コスト問題研究会 in 沖縄 2日目 部会</b>	
討議事項：	1) 賛助会員プレゼンテーション
	リレーションズ株式会社 担当者
	・人件費、賃料以外の間接経費の改善をお手伝いするサービス。
	① お取引企業様の変更なく、契約単価のみの改善を実現する。
	② 貴社の社員様が変わって交渉させていただく。
	③ 成果に応じて報酬を頂戴する。
	・2009年の創業からこのサービスを展開。
	・実施社数が413社、1社当たり平均23.1%の改善率。
	・改善項目は60項目以上。
	・例えば、コピー機ではおおよそ47.4%の改善をパフォーマンスチャージの交渉で実現している。
	・ホール企業は80～90社と取引している。
	・基本的にチェーン展開規模が大きければ大きいほど結果が大きくなる。
	・改善の見積もりを無料で診断している。
	・コスト削減は質を下げればいくらでも出来てしまうが、効率化で目指すのはそれではない。
	・契約期間中でも価格交渉は可能だと考えている。
	2) 株式会社マルハン訪問について
	・参加者をコスト部会部員から、PCSA会員にまで拡張して募集。
	・質問内容を検討。
	・集合場所を株式会社マルハン 東京本社 1階ロビーに決定。
	3) 人事問題研究会との共催拡大部会について
	・四国で人事問題研究会との共催を検討。
	・株式会社グランド商事・アドバンス 本社訪問予定。
	・ストアコンパリゾン先として2店舗が候補にあがっている。
	・共同開催部会の時間配分やストアコンパリゾン先店舗の選択などを検討した結果、拡大部会は、人事問題研究会と別に開催すると決定した。
	4) 1日目 スタアコンパリゾン 企業訪問 振り返り
	・沖縄の活気、反映を肌で感じられた。
	・沖縄におけるスロットのシェアがパチンコより大きい事に驚いた。
	・PCSA会員以外のホールの話を開けたのが良かった。
	・リレーションズ株式会社のプレゼンテーション内容が非常に良かった。

<b>ストアコンパゾンin沖縄 2日目</b>	
	通常40分のストアコンパゾンを2時間に拡張、店舗見学、実際の遊技、バックヤード 見学、質疑応答などで十分に学ぶことが出来た。
	①ノースイーグル 株式会社正栄プロジェクト
	②サウスイーグル 株式会社正栄プロジェクト
	<事前質問 一覧>
	1 出店戦略
	1. 北海道を始め、関東首都圏でのドミナント出店展開から、全国各地点々（浅草、 大塚、十三、沖縄）への出店を行う理由はなんですか？
	2. 近々での新規出店は、イーグルR1の屋号 が続いており、沖縄ではイーグルの 屋号で出店しておりますが、その意味、考え方はどのようになりますか？
	3. 全国的に新規出店店舗の開発費（建築、営業設備）の台当り単価が上昇している ように見えますが、現状、今後の出店における開発費用と出店形態については、 どのように考えておりますか？
	2 地域性
	1. 地域性などどのように調査、対応していますか？
	2. 沖縄という遠方地での出店するにあたり、特に部備品の手配を始め、景品、 事務用品など、他、従来の業者とのお取引は困難になるのではないかと推察されます。 どのような項目で現地の業者を使い、どのような項目で従来の（遠方の）業者を 利用していますか？また、初めて出店する地での現地の取引先様とはどのように 関係性を築いていますか？
	3. 新店舗における求人状況は、スタッフ・清掃スタッフともに順調ででしょうか？ 有効な手段がありましたら、教えていただけますか？
	4. オープニングスタッフの教育について、苦労した点がありますか？
	5. 暑さ対策で、この2店舗で導入した、他の県ではないものはありますか？
	3 2店舗
	1. ノース店とサウス店で建物・設備・装飾といった経費のかけ方に違いはありますか？
	2. オープンの日が違ったのは、戦略上からでしょうか？
	3. この2店舗は、独立採算制でしょうか？
	4 景品
	1. 会社として一般景品はどのような位置づけとしていますか？
	2. 景品企画、景品選定、手配等は、どのように行っているか教えてください。 (本社主導・店舗主導・選定の決定権など)
	3. 景品選定における管理機器（分析ツール）はありますか？
	4. 景品での売上・利益目標がありましたら、それぞれに教えていただけますか？
	5. 余り玉の処理や、返却された賞品の対応、処理方法はどのようにしていますか？
	6. 物流について特別な仕組みなどありますか？
	7. 一般景品の賞味期限切れの処理はどのようにされていますか？
	次回開催
	平成28年8月4日（木）
	コスト問題研究部会 企業訪問 株式会社マルハン