

# PCSA アクションレポート（コスト問題研究部会）

平成 29 年 8 月版

## 第 141 回コスト問題研究部会

開催日時 平成 29 年 8 月 10 日（木） 午後 1 時～午後 5 時

開催場所 PCSA 会議室

出席人数 講師 2 名、部員 4 名、賛助部員 7 名、合計 11 名

出席者 講師

中 雄介 様 AGC グラスプロダクツ株式会社 アトッチ事業推進本部営業部 部長

石田 浩司 様 AGC グラスプロダクツ株式会社 内装・新市場営業部 主席

リーダー

佐藤 千恵 株式会社セントラル伸光 営業部 課長

サブリーダー

宮村 伸輔 JCMシステムズ株式会社 営業統括部 法人渉外担当部長

部員

塩田 英紀 株式会社ヒカリスistem 市川駅前店 ストアマネジャー

春原 明美 アメニティーズグループ（株式会社アメニティーズ） 営業支援部 係長

原田 明光 株式会社三永 経理財務部 経理課 課長

賛助部員

鈴木 勝浩 オムロンアミューズメント株式会社 特機営業課 課長

小林 不二雄 株式会社ユーギシステム 専務取締役

荒井 努 グローリーナスカ株式会社 営業統括部 営業推進室

伊藤 真祐 株式会社 DMM.com 渉外統括補佐

1 名 リレーションズ株式会社

前川 竹志 株式会社インターコスモス 取締役本部長

### 1) コスト・プレゼンテーション

<タイトル>

「AGC 旭硝子からの商品のご案内」

<講師>

AGC グラスプロダクツ株式会社 アトッチ事業推進本部営業部 部長 中 雄介 様

AGC グラスプロダクツ株式会社 内装・新市場営業部 主席 石田 浩司 様

<概要>

①アトッチ

今ある窓をそのままに、現地で二重ガラス化をおこなう「後付け Low-E ガラス」工法アトッチ。

暑さ寒さの低減と省エネを実現できるリニューアル商品

## ②グラシン

映像の映る透明な「ガラス製スクリーン」

## ＜説明＞

アトッチには特殊金属膜でコーティングされている Low-e ガラスが使われており、夏場の窓際の熱を遮断、冬の寒さに熱を逃さないといった特徴がある。さらに内部に 12mm の中空部分があり断熱効果が高い。また、アトッチは室外ではなく室内から施工出来るので施工期間の短縮、工費の削減につながる。

結露防止にも非常に有効。導入によって夏冬平均 30%ほどのエネルギー削減が可能となる。耐久性能は 30 年、内部結露に対しては 5 年保証、熱割れには取り換えにて対応する。

導入先として恵比寿ガーデンプレイスのオフィス、カーディーラー、大型ホテル、ボーディングブリッジなどがあげられる。また、既存建築物省エネ化推進事業の補助金申請の対象とする事も可能。

グラシンは簡単に説明すると映像が映りやすいガラスで、クリアと映像重視の 2 タイプがある。夜間のサイネージに使われる事が多い。ガラスとガラスの間に映像を映す素材が挟まれているので、フィルムと異なり経年劣化しない。メンテナンスは通常のガラスと変わらない。

## 2) 拡大コスト問題研究部会・ストアコンパリゾン in 長野 報告&振り返り

- ・アテンドとして同行していただいた有限会社トータル・ノウ・コネクションズの高橋正人様に感謝している。
- ・1 日目のストアコンパリゾン。「KEIZ 松本」は、触れ込み通り設備が非常に良かった。「ダイナム小諸店」は非常に暖かい感じが印象に残った。常連で構成されているのだと想像できた。「夢屋小諸店」は「ダイナム小諸店」と棲み分けという事でレートをなるべく重複しないようにしていた。「よるこびの街 100 万ドルアムアム店」では、増設に次ぐ増設を繰り返しているという話が納得できた。
- ・2 日目のストアコンパリゾン。「マルハン川中島店」沖縄 4 が満台で平均来店人数が通常の約 2 倍だったと後で知った。「ニューアサヒ長野青木島店」は日本でもトップクラスの設備であった。「ベガス 1300」は開店当初に 176 台導入した海を 120 台近く売却した決断には驚いた。「ニュートーキョー柳原店」はオープン当初から海の店をイメージしていたというだけあって、かなりの海の稼働が見られた。
- ・長野のストアコンパリゾンでは、今後大型店は非常に厳しくなるのではないかと感じた。大阪でも 1500 台の超大型店が出店を計画していると聞いているが、どうなるのか考えている。

## 3) 部員近況報告（コスト関連情報交換）

- ・社内の環境推進委員会で省エネに効果のあるサービスや商材を検討している。今日説明を聞いた AGC 旭硝子のアトッチも候補に入れたい。
- ・「ユニバーサルカーニバル×サマーフェスティバル 2017」に参加してきた。非常に盛り上がっていた。
- ・午後 2 時の秋葉原アイランド店は PS とともに混んでいてほぼ満台だった。お客は若い人たちがほとんどでとにかく若手を取り込む努力を感じられた。ユニットには、通常だとお知らせの POP が貼られているのだが、秋葉原らしくアニメのキャラクターがアニメの紹介をしていた。
- ・好調なハーデスに関西では押えられなかったが、関東で押える事が出来た。情報交換の重要性を感じている。
- ・先ほどのアトッチのプレゼンテーションは、大面積のガラスが多い、古い店舗に役立つ情報だと感じている。
- ・ストアコンパリゾン・レポートに掲載されていた女性トイレでのトイレトペーパーの情報は是非役立てたい。
- ・ストアコンパリゾンでは、見た限りでは大型店舗の苦戦ぶりがうかがえた。
- ・「ニュートーキョー柳原店」でのお店とお客様との距離感、稼働には非常に学ぶべき点があった。
- ・電力を 7 月 1 日より某新電力に 1 本化して、以前よりも単価を下げる事が出来た。

- ・清掃事業に関しては、まだまだコスト削減の余地があると見込んでいる。
- ・広告宣伝への規制が益々厳しくなっているのをひしひしと感じている。
- ・新店舗におけるローコストの小型店舗では、少人数の従業員でも回せるように、景品の発注回数を軽減する仕組みを考えている。
- ・年末に、再度有限会社トータル・ノウ・コネクションズの高橋正人様を「コスト問題勉強会」講師として呼び出して、新たな業界情勢に対する意見を伺いたい。

#### 4) 質問コーナー PB（プライベートブランド）賞品 アンケートについて

- ・各社の PB 賞品について、どういったものか、PCSA 会員企業が自社の PB として使えるのか、上代などについてアンケートをした。
- ・PBとして作らせている賞品に自社のブランド（屋号など）を入れておらず、PBの仕入れ先には他社に卸す事も許可している。ロットを丸々自社で引き受ける必要がなくなるのが大きなメリット。
- ・端玉用の賞品は 1 ヶ月毎に異なる種類を回して飽きが来ないようにしている。例えば 9 種類の賞品を 3 種類ずつ回していけば 3 ヶ月経たないと前と同じ賞品構成にならずにすむ。しかもチョコ、おせんべい、あめ玉など種類も分けられるのが利点。

#### 5) 部会開催スケジュール変更

11月2日（木）に変更

#### 6) 次回 企業トピック担当について

アメニティーズグループ（株式会社パンドラ） 新井 弘光 部員

#### 7) 次回開催

平成 29 年 9 月 14 日（木）

午後 1 時～5 時

PCSA 会議室

以上