

アメリカ発の金融危機は、世界各国へ波及し深刻な状態です。日本でも株価の低迷が続く、緊急の対策が望まれます。中小零細企業はますますの困窮を強いられそうです。今回は、「異業種との提携」に焦点をあててみました。先行不透明だからこそ勇気を持って行動を起こす時かも知れません。皆様の一助になれば幸いです。 上田サークル会 会長 上田 良堂



社 長	専 務	部 長		

今回は「異業種提携の動向」についてまとめました

「コンビニにあったらいい」サービスの1位は「クリーニング」

(日経BP)

インターワイヤードがネットユーザーを対象にコンビニエンスストアについてのアンケートをしたところ、「あったらいい」と思うサービスの1位は「クリーニング」。

- 1位「クリーニング」
- 2位「行政機関のサービスの代行」
- 3位「郵便局のサービスの代行」
- 4位「薬の販売」
- 5位「荷物預かりサービス」

クリーニングの取り扱いはやってほしいですね。スーパーの併設店でも午後8時には閉まってしまふ。なんでコンビニに無いんでしょうねえ。

(要旨抜粋)

コンビニ クリーニングを開始

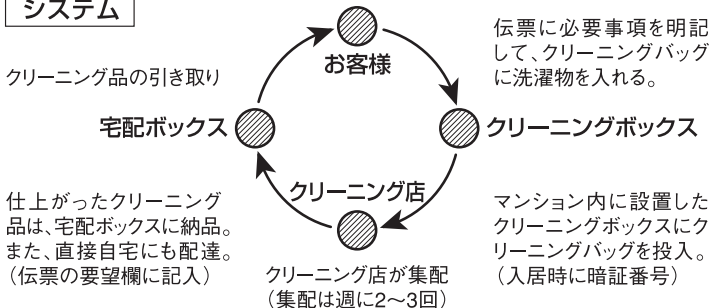
異業種とコラボレーションを積極的に行っているクリーニング店では、

24時間営業のコンビニと組めば利用が増える。「伝票を書いて、専用袋に入れた衣類をボックスに放り込めばOKです」。食品を扱うカウンターで、汚れた衣類を預かるのは保健所の許可が下りない。「前例がないので苦労しましたが、洗濯物を専用袋ごと預かって袋ごと返す方法でクリアしました」。コンビニと提携したのは、カウンターの奥に事務所があって、専用袋を置ける場所があるからだ。

マンションにクリーニングボックス

マンションから出ることなく、クリーニングを依頼できる宅配サービス。マンション内に設置したクリーニングボックスにクリーニング品を投入するだけ。24時間いつでも利用できる。仕上がった衣類は、宅配ボックスに納品。また、事前の連絡により、自宅まで配達する。

システム



大物クリーニングを中心に

宅配業社のネットワークとクリーニング店のノウハウでの新しいサービス。宅配業社のさまざまなサービスのひとつとして、布団や毛布などの大物クリーニングを中心に行うサービスを開始。

クリーニングでマイルが貯まる クリーニングの新しいポイントサービス

『マイルージサービス』は、これまでクリーニング業界では一般化している割引サービスに代わるサービスだ。マイルージサービス加盟店舗において、エンドユーザ(顧客)は会員登録後、支払金額に応じてポイント(マイルージ)の発行を受ける。

付加価値の高いポイントサービスと携帯電話・パソコンにお得な情報を送信できるメール配信サービスの2つのサービスで構成されている。このサービスは、顧客満足度の向上を計り「クリーニングを利用するのが楽しくなる」そんな理想を追求し、他業種チェーン店やネットサービスとの連携を積極的に進め新たな顧客への付加価値サービスを実現する。

マイルージ会員は各加盟店またはインターネットで会員登録し、サービスを利用することでポイントを獲得。貯まったポイントをウェブ上または加盟店で様々な商品と交換できる。商品はメーカー各社にご自慢の商品を規定数提供してもらうことで、商品交換に意欲的な会員に商品を紹介できる場を無料で提供致す。また、サイトにアクセスできない方に対しては、店舗利用時のレシートにも貯まったポイントが反映されるため、店頭にて専用ポスターに掲載されている商品との交換申込が可能なサービスとなっている。



【サークル会からの提案】

●クリーニングのポイントで外食

身近な飲食店、雑貨店などと連携してお互いでポイントを発行、利用できるようにすれば相乗効果が期待できるのでは。また、商店街など全体でポイントサービスのシステムを導入すれば僅かでも地域の活性化に繋がるのではと思います。

●クリーニングで古着がサマ変わり

エコロジーがさげられる昨今、染色業と提携し古着への染色サービス(全体、部分的、ワンポイントetc.)も時代の流れに沿っているように思われます。

■ 品質の維持、向上は当然ですが、お客様の立場で異業種との連携も考えていく余地があります