



上田商店 ニュース

vol. 147

平成26年7月22日(火)

制作:上田商店サークル会
AM8:00送信

暑中お見舞い申し上げます

4年に一度のワールドカップ。ブラジルでの1か月に及ぶ熱き戦いでしたが、ドイツの優勝で幕を閉じました。明日より「大暑」、いよいよ本格的な猛暑のシーズンが到来しました。今年3月の繁忙期は、予想以上の駆け込み需要で、運送便が間に合わず、お得意様に大変迷惑をお掛けしました。申し訳ありませんでした。業界も4月は落ち込みましたが、5月に戻し、トータルではトントンかちょっとアップといったところでしょうか。今回はメンバー各自で情報を持ち寄り話し合いました。 上田サークル会 会長 上田 良堂



社 長	専 務	部 長			
-----	-----	-----	--	--	--

—上田サークル会 例会報告—

宅配クリーニングと保管サービス

今話題になっている、宅配クリーニングのランキングがネットに載っていた。●利便性が高い ●とにかく安い ●品質が高い など特徴のある企業が上位を占めている。既存の店を運営され、宅配サービスを行う店も出てきたが、今後も、CMなど媒体を利用した事業展開など資金力のある他業種からの参入が考えられる。しかし、宅配は便利だが業者の都合で消費者に迷惑(商品が戻らないなど)をかける不安定要素もある。関東の方では潰れている業者も出てきている。

また、保管サービスを行っている業者も多いが、保管を行う場合の一番のネックは、スペースの問題だと思う。比較的仕事面で余裕のある倉庫業とのコラボが良いと思う。お客さまから預った衣類をクリーニング後、空調と映像で管理する。お客様は、スマホで自分のものを確認でき、必要なものを1点だけでも取り寄せることが出来るなど、タンス代わりに利用できるようなシステムづくりをする。

今後のビジネスとして、いち早くやるべきだと思う。

ワンコイン、お得感

元々、高知県で生まれ全国に広がったシステムだが、「ワンコインランチ東京」という本を購入すれば、通常700円以上のランチを500円で食べることができる。利用期間は3カ月、各店で3回(または3名)利用できるという「オシャレな本」が人気を博している。

ワンコイン、お得感などクリーニングでも参考になるサービスがあるように感じる。

デジタルとアナログの融合

“ネット事業を始めて感じた有店舗の課題”という見出しで大手クリーニング店社長のインタビュー記事が載っていた(全ドラ、H26.6.20)。内容の一部を要約、『ネットのクレームは、電話なので顔が見えないため対応が難しい』『本體の部分でお客様のためになっているか原点回帰を強く感じる』との事。

クレームは、対応者次第で大きく変わる。うまく生かせば人間性が深められ、信頼を得るチャンスでもある。“フェイスtoフェイス”心の通う接客であり対応が大事だと思う。デジタル(画像:ピフォー&アフターなど)の活用とアナログ(人と人の関わりなど)との融合が大切だと感じた。

“ターゲットは女性”

「カーブ女子」という言葉がブームになるなど、プロ野球の各球団の女性客取り込み作戦が展開されている。若手選手との交流や撮影会、メイクの講座付きや新幹線費用の球団持ち、女性トイレの大幅な増設など様々な取り組みを行っている。女性を集客した相乗効果が「男性客の更なる誘致」、入場者の増加に繋げている。

“ターゲットは女性”クリーニングもブームに乗ったり、膨らませてブームをつくったりするのもひとつの方法だと思う。たとえば、「ジーンズをクリーニング」という“まれ”な事を膨らませ、これが当たり前になれば、需要が増えるのでは。また、「ゴルフ女子」を狙い、手袋とポロシャツを組み合わせるなど、何かありそうな気がする。



今回も 他業種情報を含め 提案をまとめました。

これまでに無い多彩なサービス

イドカバネットは、加盟クリーニング店(全ドラの購読者が条件)に「お客様から必要とされ、選ばれ続けるお店へ」これまでに無い多彩なサービスを提供している。傘のレンタルやトイレの無料提供、休憩スペース(椅子の設置)、まち案内などを行う地域貢献。洗濯にまつわる疑問への対応や衣生活に関わるあらゆる情報などを提供している。

クリーニング店の持つネットワークを「地域資源」として活用する取り組みに賛同した。様々なサービスはお客様との密接な関係や接点が増え、特にお客様予備軍である若年層に、身近な存在として効果が期待できるのではないかなと思う。

当たり前のことを徹底する

海外の手法や発想を取り入れ、クリーニング業界で独自の地位を築いた「レジュイール」。創業者の古田武氏のインタビュー記事が載っていた(星和ビジネスリンク発行「経営情報」)。参考になればと思い、一部を抜粋した。

「うちはクリーニング店とは掲げていません」。その理由は、ケアの内容によって異なる独自の料金システムと高い技術への自負。そして『高級品=高額品ではなく思い入れがあって大切にしているものが高級品。私はそれを手入れさせてもらっているだけ』。さらに『よい仕事とは、お客様に感動を与えること』と、特別なことではなく、当たり前ことを徹底する。持ち主の思い出を託されるその責任がそこにある。

「苦情・クレームは宝の山」

ほとんど“いちゃもん”に近いクレームも、新たな「ビジネスチャンス」につながると注目されている。商品やサービスに感じている消費者の不満を参考にヒット商品が生まれ出されたケースもあり、さらに「苦情・クレームは、宝の山」と、1件10円で買い取る会社まで登場した。

たとえば、「車の中がぬれた傘でビチョビチョになった」、「傘を閉じて、電車の中でぬれてしまった」…こんな苦情に対して、傘を閉じたら水滴が全部落ちるような傘ができれば、これらの問題は解決できる。

傘の常識を覆す新商品の開発が始まった。表面張力で玉のように丸まるハスの葉をヒントに表面構造を応用。布地に水をはじく高密度のポリエステルを使い、閉じる瞬間に水滴をはじき、常に乾いた状態を維持する傘を販売。当初計画の3倍の売り上げを記録した。

「苦情・クレームは宝の山」クリーニングでも発想を転換して応用できないものかと感じた。

・ご紹介・

捨てられない「ぬいぐるみ」をクリーニングして海外の貧困層や恵まれない子どもたちに寄贈する社会貢献プロジェクトがこの7月から始まりました。

＜概要＞

一般社団法人MAST(マスト)支援会は、障害者や海外の恵まれない方々を支援する団体ですが、2人のクリーニング事業主と企業経営者が3人で興した関係で、「クラブボールスター(CPS)」と名付けた社会貢献プロジェクト。具体的には、一般の家庭に眠る「捨てたいけど、捨てられないぬいぐるみ」をクリーニングし、玩具も買えない海外の恵まれない子どもや団体に寄贈する。クリーニングは、大阪市の障がい者就労支援施設で行うため、障がい者雇用にも役立つ。 <http://e-cps.org/>

※このプロジェクトの件についてのお問い合わせは、上田商店が承ります。

この情報に関するお問い合わせ・ご注文は、お気軽に右記の(株)上田商店 までお願いいたします。

☐電話 06(6633)4621 担当:上田
☐FAX 06(6633)4625 (24時間受付中)

☐営業時間 AM 9:30~PM 5:00(月~金)
☐URL <http://www.uedashouten.jp/>