



vol. 154
 平成28年1月12日(火)
 制作: 上田商店サークル会
 AM8:00送信

本年も宜しくお願い致します

昨年は、混乱の中、安保関連法案が可決・成立しました。また、大きな社会問題となったマンションの偽装デタ、パリ同時多発テロ事件など、荒れた年だったように思います。今回も、様々な情報を持ち寄り話し合いました。難しい「受けと工場情報の共有」ですが、的確にお客様の意見を取り入れている会社は確実に伸びているように思います。また、家庭ではできない技術を見せるアナログ的要素の必要性も感じます。アナログとデジタルの融合が、今後益々大切だと思っています。 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—

トレンド情報を販促に活かす

今年の春夏のトレンド情報がネットに載っている。昨年に引き続き「シースルー素材」、花柄の刺繍が多く見られる「刺繍入り素材」、女性を強調する代表的な模様「レース素材」、立体的に柄を入れた模様「地柄素材」。継続して流行の「フリンジ仕様」、長く続きそうな「ゆったりロング丈」。また、トレンド服やカラーなど流行ファッション情報が紹介されている。

レースや刺繍入りなど、トラブルが起きやすそうな素材だが、トレンド情報を先取りしてクリーニングできることを告知すれば販促につながるように思う。勉強も必要だがうまく対応すれば信頼を得、リピーターも期待できるのではないかと思う。

次の成長への健康需要取り込み狙う

福岡市で創業した某社は、ドレッシングを軸に成長を続けてきた。主力品は高級分野を切り開き、定番商品となった。35周年を経て、さらなる成長に向け健康需要の取り込みに向けた商品展開が進む。

この1年間は創業の原点に戻り、ファン層拡大につなげる「幼稚園キャラバン」を展開した。野菜に関するサラダ作りを楽しむ食育イベントだ。「野菜嫌いをナオソ。」をテーマに子どもや保護者にPRし、長期的なファン獲得を意識した。

また、看板商品に次ぐ商品の確立が欠かせない。「ドレッシングの会社」という原点を大切にしながら、健康志向の商品群の認知度が急務だ。消費者の割高感を払拭し需要を開拓するブランド戦略が注目される。

インパクトのあるビジュアル

太宰治「人間失格」のカバーを著名なイラストレーターの少年のイラストに変えると、これまで年に数千部だったものが、昨年夏、3ヶ月で10万部を突破。近代文学になじみの薄い人たちも巻き込むブームになった。また、秋田の羽後町の農協では「萌え系」と呼ばれる美少女のイラストを米袋に印刷すると、1ヶ月で2年分の米が売れ、関連品を求め観光客も増加した。

また、芦屋市では「芦屋四姉妹物語」（神戸市ゆかりの谷崎潤一郎の細雪に発する四姉妹）として、マンガで地域情報を発信している。

パッケージを変えただけで注目を集め大きな反響がある。4コママンガなどで販促をやっているクリーニング店もあるが、しっかりとした戦術をたて、狙いに合ったイラストやマンガなどインパクトあるビジュアルを活用するのも面白いと思う。他店との差別化にもつながるのではないかと思う。

影響が大きいマスメディア


テレビで「靴磨きの世界」という番組が放送されていた。特製の革専用樹脂絵の具で好みの色に塗り替える。リ・カラーや濃度の調整ができる技術などが紹介されていた。

クリーニング業界も斬新な店づくりやシステム、シミ抜き・加工など、突出した技術を全面に出すことが必要だと思う。影響の大きいマスメディアにもっと取り上げられるような工夫や仕掛けをもっと積極的にやることが肝要だと思う。



新ケアラベルへの対策

新JISは、表示者が衣類のケアラベルをつけるための世界共通のルール。今年12月1日から施行される。新ケアラベル商品は、12月から販売されるが在庫品には付け替えの義務がなく、数シーズンは新・旧の衣類が同時に売られる。さらに、タンスの中にあるものは、旧表示のままクリーニング店に持ち込まれる。

新GISの注目のポイントは、商業ウェットクリーニングという表示が新たに加わる。このことはクリーニング業界の新たなチャンスでもある。【現在】クリーニング業者による自己責任（洗えるか否かの判断は自分の経験が頼り）だが、【新ケアラベル】水洗い可能かはマークによって判断可能（表示者にも責任がある）。他にクリーニング業者にとってのメリットは、●水洗い可否の判断材料が増える。●ウェットクリーニングの受注UPなど、そのためには正しい知識と技術が必要。特に  への対応がむずかしく、新JISの動きへの傾注と対策が重要だと思う。

消費者に丁寧な情報提供

消費者にクリーニングに関する情報を丁寧に提供している『肩貼りニュースレター』の中の1枚「消臭スプレーでは洗えません」が某クリーニング店のフェイスブックで論議が起きていた。「元業界人としてシェアさせて頂きましたよ〜」とか「消臭スプレーで洗えるって思ってる人がいるのが不思議…」など、すごい反響だった。

業界にとって当たり前のことが、消費者にはあまり伝わっていないことを実感した。

郵便局広告の活用

地域に根ざした郵便局で広告ができることを知らない人が多いように感じる。郵便局広告専用ポスターボード又はロビー内にポスターを掲出することができ、専用パンフレットトラック又はロビー内にチラシやパンフレットを設置することができる。費用対効果を考えながら、うまく活用してみるのも一案だと思う。

【費用の一例】
 利用者数や立地状況等を加味して、特に大規模な郵便局（SS局）、比較的大規模（S局）中・小規模（A・B局）に区分され料金に違いがある。
 ■ポスター:B2タテ以下(1枚)・2週間。
 (SS局)6,500円、(S局)5,500円、(A・B局)4,000円。
 ■チラシ・パンフレット:A4以下(1枠)・2週間。
 (SS局)4,000円、(S局)3,500円、(A・B局)3,000円。

他にも、イベントスペース（ロビー内や屋外スペースの利用）や屋外広告（壁面・ガラス面）など、いろいろなメニューがある。

社会貢献プロジェクトのその後

Vol.147(平成26年7月22日配信分)で紹介させて頂いた、捨てられない「ぬいぐるみ」を障害者が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、一般社団法人MAST支援会は、数々のマスコミに取り上げられ、特に昨年11月15日の朝日新聞(全国版)の反響が大きく問い合わせが殺到しました。しだいに認知され、寄贈者からも続々と喜びの声が寄せられています。

また、『日本人が愛用した「ぬいぐるみ」が手術前の白血病闘病の少女に笑顔をもたらしました。』は、プロジェクト団体にインドネシアから寄せられた感謝の言葉です。ずっと辛い治療で笑顔を見せたことがなかった17歳の彼女に寄贈のサルのぬいぐるみを渡したところ、抱いて初めて笑顔を見せてくれたそうです。

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
 ☐F A X 06(6633)4625 (24時間受付中)

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