



上田商店 ニュース

vol. 161

平成29年6月19日(月)

制作：上田商店サークル会
AM8:00送信

ターゲットの絞り込みが重要

ゴールデンウィーク前後が繁忙(良・悪の差はあるが)でした。全体では昨年並か若干悪い感じがしました。“往年の繁忙期”は期待できず、益々なだらかになりつつあるように思います。今後は、年代別、男女別などターゲットをしっかりと絞り込んだ対応が重要かと思えます。今回も、メンバー各自情報を持ち寄り話し合いました。掲載分以外にも「ハガキや宅配便などの値上げによるコスト高。費用対効果の見直しも必要だ」という意見もありました。

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—

“逆転の発想”

「逆に考える」思わすうなる“逆転の発想”成功事例。

- コソコソやっていた価格比較を、店舗で堂々とネット通販との価格比較を可能にした家電量販店。
- 「ビール」というフィールドで勝負をする中で、高額な「ビール税」に対し良くないとされていた「麦芽比率3分の1以下」に目をつけた“発泡酒”。
- エレベーターには手を付けず、苦情を解消した秘策は…「姿見」を付ける。待ち時間クレーム解消法。

これらの企業は業績悪化を他のせいとせず、むしろバネにしての逆転の発想だと思ふ。クリーニング業もネガティブにならずに発想次第でまだまだ多くのチャンスがあると思ふ。

女性が活躍する会社

『女性活躍推進法』が昨年4月に施行。安倍政権の主導の下、長時間労働の是正をはじめとする「働き方改革」の議論も熱を帯び、男女ともに「働きがい」と「働きやすさ」を重視する傾向が強まっている。

そんな中、日経WOMANと日経ウーマノミクス・プロジェクトは、17年の「企業の女性活用度調査」を実施。その結果、トップ10社のうち4社が生命保険会社になった。正社員のうち女性が9割近くを占める生命保険業界。ゆえに早い段階から仕事と家庭・育児との両立支援策を打ち出してきた。

クリーニング業界も、お客様も店も女性が中心、参考になるのではと思ふ。

各種支援措置を活用

「中小企業新事業活動促進法」は、中小企業の新しい取り組みを支援。【3つの柱】①経営革新の支援 ②新連携の支援 ③創業の支援 <支援策利用には承認が必要>がある。

②新連携の支援は、異業種の中小企業の連携に「中小企業基盤整備機構」が経済産業局への申請・認定など事業の構想から事業化まで一貫した支援を行う。

促進法の流れを理解し、各種支援措置(低利融資・補助金などを含めて)を活用していけばと思ふ。支援事例の概要も、いつでもネットで見れる。成功・失敗に関わらず、今後の経営の参考にもなると思ふ。

「在庫レス」アパレルに一石

『東京の百貨店で自分の好みのスタイルや柄を決める。画面に映し出される自分の姿に服の画像を重ねる「バーチャル試着」。顧客が選んだデータは、福井県の工場に飛び、インクジェットで生地を吹き付ける。できあがった生地は手作業で縫われ、3週間で自分だけの服が完成する。ワンピースで3万円からと従来の半額に抑えた。

大手アパレルや商事会社も、相次いで電子商取引(EC)専用ブランドを発表した。「在庫レス」を目指す動きは、今後さらに拡大する。アパレルの流通の仕組みに大きな変化を与えるかもしれない。

こうした流れに乗り、工場とタイアップするなどなんとか絡んでいかなければ、洗い単体だけでは状況は変わらないと思ふ。

今回も 他業種情報を含め 提案をまとめました。

コインランドリーが大赤字

コインランドリー市場が活況を呈しているが、店をオープンしたものの1年間赤字が続いているという。

サラリーマン投資家は、出店場所選びから具体的な提案内容で、業界大手A社とフランチャイズ契約。

業者が見積った当初の開業費用は2,000万円超。主要な設備として乾燥機8台、洗濯機3台、洗濯乾燥機3台が計上されていた。設備の一部を程度の良い中古と入れ替えることで、最終的に1,600万円を投じて開業したが、業者予想より毎月の売上額は3割以上下回り、予想より4割ほど高い経費がボディブローのように効いているという。

今後は地道な経営改善のみ。地域へのビラまき、照明のLED化、アウトソーシング比率の見直しといった、地道な経営改善に取り組むという。



メディアの活用

ゴールデンタイムでの登場頻度は少ないが、生活情報を提供しているテレビ・ラジオ媒体にクリーニングに関するこだわりや、独自の技術にスポットを当てた内容の番組がある。

業界をあげて浸透力のあるメディアをうまく活用して欲しい。良くも悪くも業界の認知度が上がり、イメージアップにつながるように思ふ。

●5月14日放送の「テレビタックル」は、業界の現状を知る上でも大切な情報かと思ふ。(ユーチューブに上がっている)

“クールビズ論争”過熱

『“クールビズ”期間の室内温度「28度」が波紋を広げている。環境省が2005年度から呼びかけている室温設定を28度としていることについて、導入時の担当者だった法務副大臣は「科学的知見をもって決めたのではなく、何となくスタートし、独り歩きした」と述べ、論争に火が付いた。

建築設備に詳しい早稲田大学教授は「28度というのは1970年に制定された建築物衛生法で、オフィスなどの環境衛生基準の17～28度を基準にしていると思われる。また、作業効率が25度と比べ6%低下したとの実例もある。26度がちょうど良いと考える」と分析する。

これからの季節、現場の意見を取り入れ、少しでもより良い職場環境をつくることで、作業効率のアップを。また、人手不足問題にも寄与するのではないかと思ふ。

ふれあい活動

九州で50店舗展開する『ハローデイ』は安売りの店ではなく企画提案型のスーパー。地域に密着し、大手企業と共同企画した「親子で“とうもろこし”収穫体験!」など“産地訪問”“親子料理教室”“工場見学”など、食とのふれあい活動に力を入れている。

クリーニングも付加価値をつくるヒントになり、参考にすべきことなることが多いように思ふ。

若者・女性に顧客層拡大

『オーダースーツ専門店が攻勢に出る。フィット感の高いスーツを格好良く着こなしたいという若者や、社会進出が進む女性がオーダースーツへの関心を高めていることが追い風となる。

大手紳士服チェーンもオーダー事業を拡充化しており、競合が一段と激しくなりそうだ』

家庭洗濯では難しいスーツが拡大すれば、業界にとっては良い傾向で、新規客の増加も期待できそうに思ふ。

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 **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/>