



# 上田商店 ニュース

## vol. 163

平成29年10月16日(月)

制作：上田商店サークル会  
AM8:00送信

## 展示会は、11月28日(火)から3日間、横浜で開催

食欲の秋、芸術の秋、スポーツの秋…本当にいい季節になりました。11月28日から横浜で展示会です。従来はホームクリーニング主体でしたが、今年は「企業同士の融合」を考えた試みの提案でもあります。是非ご参加ください。今回も、様々な情報を持ち寄り話し合いました。この頃、SNSやDMなど武器をうまく使っている店と使っていない店との差が歴然。何事にも先進的なお店は強く、昔ながらのやり方の店は益々困窮してきているように感じています。

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—

### 「〇〇放題」話題性抜群!

●わずか15分!ヘアセットを日常に「通り放題のヘアセットサロン」。

●好きな温泉へ好きな時に「日本全国の温泉・スーパー銭湯が巡り放題」。

●毎日着替えて清潔に「出し放題クリーニング」。

いずれも定額制で2~3コースになっているが、食い放題・飲み放題と違いインパクト・話題性は抜群だ。

業界でも「つめ放題」はあったが、仕上げのみとか、待ってる間にシワ伸ばしなど、アイデア次第でお客様に受け入れられ、はやりそうに思う。自店の状況や環境に合ったサービス内容を創意・工夫すれば喜んでもらえるものができるのではないか。最終的にはクリーニングにつながるように思う。

### 「ジーンズ」をメニューに

若年層向けに「ジーンズ」をメニューに入れてはどうか。「ジーンズ」のルーツ、ブランドの種類や特徴、エピソードなどを店頭やネットで情報提供する。

若者が魅力を感じるようなコーナーづくりも面白いと思う。年代物の貴重なジーンズの現物や「ジーンズ」の「カッコイイ」映画のワンシーンなどをパネル展示するとか、ネットとともに取り組む姿勢をアピールする。また、家庭洗濯を含めて「ジーンズ」の素材、染料の違いによる注意事項なども惜しみなく提供していく。

若年層をターゲットに「ジーンズ」をメニュー化する。将来を見据えていていねいなサービスも重要だと思う。また、他にも靴やカバンなどにも需要が見込めるチャンスがあるように思う。

### 長期保管に苦慮

『全国の9割近いクリーニング店が、数か月以上にわたって客が引き取りに来ない品物を抱え、中には25年以上も保管しつづけているケースもあるなど、長期間の保管を余儀なくされている実態が業界団体の調査でわかった。』

数か月以上にわたって引き取りに来ない衣類や布団などの品物を保管している事業者は、全体の87.4%。品物の数は10点から19点という事業者が27.2%で最も多く、200点以上も2.4%あった。期間では最長が3年から5年未満が23.2%と最も多く、25年以上も5.9%にのぼった。』

大手クリーニング店では、独自の利用規約を制定し、保管期間により保管料を請求したり、廃棄処分にするなど注意をうながしている。個人経営店を含めた業界全体としての取り決めが緊急の課題だと思う。

### 値上げの理由

『最低賃金の改定額が全国平均で時給25円上昇。地方で最低賃金に近い時給で働く非正規社員の待遇改善を後押しし、消費の刺激につながるも期待される。一方でここ数年続く賃上げに中小企業の人件費負担が経営にのしかかる可能性がある』

郵便、物流など大幅値上げが相次ぐ中、クリーニングも値上げに踏み切らざるを得ないと思う。今は昔と違い、情報開示が大事な時代。冊子やメールなどを利用して、多くの技術や情報を理解してもらおう事が大切かと思う。

### 今回も 他業種情報を含め 提案をまとめました。

### 働きやすい環境づくり

『店舗の選別や刷新、積極的なマーケティングで、今年12月期に過去最高の200億円の純利益を見込むまでに復活したバーガーチェーン店。』

攻めの継続には戦力が必要だ。主婦を対象に職場体験会を開き、主婦が働きやすいように「週1日2時間だけの時短勤務が可能」「子どもの夏休み期間など長期の休みを自由にとれる」など様々な制度を用意し、人材確保を継続的に行っている。』

人手不足でコンビニなどの小売り各社が主婦の採用に動く中、クリーニング業界は従来より主婦の職場の印象が強い。働きやすい環境づくりを再考すべきだと思う。



### 多様化に対応

『家電専門店が独自に扱う商品をマンションの標準仕様に組み込む。韓国で開発された衣料のシワや臭いを取り除く機器。通常、住宅の標準仕様に家電はエアコンや食洗機などが多い。同社は高付加価値家電の新たな販路として住宅向けの販売に乗り出す。』

また『限定モデル』としての通常の同機器と形状やカラーバリエーションが異なる商品を国内で独占販売。花粉を落とす機能などもあり、幅広い世代が購入している。独自機能を備えた他の高付加価値商品についても店頭販売に加え、住宅向けなど法人向け販路の開拓を検討する方針だ。』

クリーニングも業界を越えた多様化に対応していく工夫と努力が重要なように感じる。

### 「衣替え」の再認識と重要性

衣替えに関するアンケートの調査結果が載っていた。『◆「衣替え」をするときのパターン：春夏と秋冬にまとめて入れ替える 50.9%、季節ごとに入れ替える 26.3% ◆「衣替え」をするときの注意点：洗濯・クリーニングをしよう 75.7%、収納ケースに防虫剤・防湿剤・カビ防止剤などを入れる 57.4%…など』

「衣替え」の再認識と重要性を伝え、クリーニングの必要性をタイミング良く訴える事が大切だと思う。

【例】 ●衣替えの時期：春はGWまで、秋は最低気温が20℃を下回る日の増加。 ●衣類の虫食い：ヒメカツオブシムシなどはGW明けから秋にかけて成虫になり卵を産む。 ●汁や皮脂汚れ：クリーニングでは温水で洗い、しっかりと汚れを落とす「しまい洗い」で安心…など。

### クリエイティブ面で活用

「クラウドワークス」というサイトがある。うまく利用すれば、安価でイメージアップを図れるのではないかと思う。店のロゴタイプやマーク・キャラクター。ポスターや販促物など必要なものを打診すれば、多くの反応があるはず。アマチュア制作だが、その中から好みのものを選べばいい。

特に予算を掛けにくい個人営業店などクリエイティブ面で活用してみてもどうかと思う。

### 消費の主役は欧州勢

『訪日外国人の消費が新しいステージに入ってきた。これまで日本でお金を使う外国人といえば中国人が中心だったが、英国など欧州勢も1人あたりの消費額を伸ばし、存在感を高め始めた。』

観光庁によると、4~6月期の1人あたり旅行消費額は、首位の英国が25万円、2位のイタリアが23万円。近年トップだった中国は22万円と3位。フランスやスペインも20万~21万円台と肉薄。消費の主役はいまや欧州勢だ。』

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/>