



上田商店

vol. 106

平成20年2月18日(月)

制作：上田商店サークル会
毎月第3月曜日 AM8:00送信



至急回覧!
ねがいます

社長	専務	部長

上田商店サークル会 例会報告

今回は、「本物時代の到来」について話し合いました

業界にとって“本当に大事な事は何か”
“今何をすべきか”を模索する事で
消費者のクリーニング離れを防ぎ、
又離れている人を呼び戻す事ができますと
思います。



消費者の声(インターネットより抜粋)

●責任ナシのクリーニング店員
 ポロシャツ3点(会社ロゴ入り)、ベンチコート1点(フード付き)をお願いしました。「大丈夫だと思うのですが・・・何分工場で判断しますので・・・」と話し出しました。意味がよくわからず聞きなおすと、「いや～ベンチコートなんですが、札に「ドライ不可」ってなってるんですが、手で触った感じでは特に(ドライでも)問題かと思うのですが、このあたりは工場が判断しますので、私たちでは「確実です」というお返事が来ないんです。」とのこと。
 知らなかったんですが、「ドライ」が普通のクリーニングで、「水洗い」は特別なんですね。そのため「ドライ不可⇒追加料金必要」ってことだったんです。「確実とは言えない」と話す店員に「これは全て会社のもので、今まで家で洗濯して何もなかったのに、クリーニングに出して何かあっては困るので、ちゃんとできるようにして欲しいと言った。しかし店員は「いや～それは工場で判断するので・・・」の一点張り!!
 結局ポロシャツ3点はロゴがはがれてはいけなかったので追加料金を払い、ベンチコートは通常料金にしました。
 私の言い分 ～工場のヤツを受付につれて来い!!～

受付け(カウンター)について

商品説明もマニュアル頼みにならないよう日頃からロールプレイング等を行った上でお客様に接するのが良いのでは。

受付けと工場の連携について

●料金体系を分かり易くする

消費者からの声でクリーニングに持って行った時にいくら料金がかるのかわからなくて不安...と言う声を良く耳にします。説明しやすい料金表や加工表を見やすい位置に設置する事で安心感を与えられると思います。

●お客様の立場でシステムを工夫する

お客様の意見を直接受けるカウンターと工場との風通しを良くする工夫をする。各自が改善内容を自分の事の様に受け止め生かしていくコミュニケーションづくりが大事。

●受付けと工場のホットラインを

受付けと工場とのホットラインをつくる。「後日本社で確認...」と言う様な事のないように分かっている人がいつでも連絡、対応できるようにする。また、一定期間に限り受け付けと現場担当とのトレードも良い経験になるのでは。

●助け合い精神を大切に

パートさんの活用を考える。普段から色々な行事や会議に出席してもらい横の繋がりを作れるようにし、工場内の一部の仕事だけでなく遅い気味のポジションを補い合える助け合いの精神が芽生える事で生産性も向上し、又全体を通じての改善点が見えてくるように思います。品質の向上にも繋がるのではないのでしょうか。

本物が求められる時代が到来したように思います

昨年は食品業界を中心に「偽」で固められた企業体質が発覚した年でした。一昨年は建築業界の耐震偽装問題や社会保険庁の年金問題と数え上げればきりが無い程、多方面でメッキが剥がれ嘘が露出する事態を目の当たりに致します。我々クリーニング業界も今一度「本物」を見つめ直さなければいけない時期だと思います。そこで今回は、「本物時代の到来」をテーマに自分たちの反省も含め原点に立ち返り業界再編のための提案を考えました。 上田サークル会 会長 上田 良堂

経営面について

●なぜクレジットカードが使えないのか
 前金なのにカードが使えないのはどうかと思う。物の売買ではない美容院やタクシーなどでも利用できる。会員だけでも利用できるようにするのも一案。導入により他店との差別化もできるのではないかと思います。

●既存店がおざなりになっていないか

オープン店にエネルギーが偏り易いが、既存店をしっかりと見直すのも大切だ。接客、整理・整頓、改装の必要性を含めて、細部まで再度検討することも重要だと思っています。



●社員教育、能力の啓発の見直しを

企業にとって“人”は財産、組織として“人”の教育、能力を高めるさらなる見直しをする。基本的な社員(パートさんを含め)教育。そして、現場の人が楽しく仕事のできる雰囲気づくりをする。

●お客様個々の意見をできるだけ反映する

お客様の意見や希望を反映する事で信頼度を高める努力をする。
 時にはアンケート調査を実施して悪い部分の改善点を何かの形でお客様に表明するのも良いのでは。

●良くも悪くも口こみで拡がっていく

パートさんはある意味、1顧客であるとも言えます。洗いや仕上げ、又職場環境作りを徹底することで、ご自分の地域にも良い評判が口コミで拡がる事も考えられます。
 チラシやDMの販促も大切ですが、今一度口コミの重要性も考慮してみたいものです。



業界全体について

●仕事への自信と誇りを持つ

クリーニングは物を仕入れて売る商売ではなく、お客様の衣類を預かり加工してお渡しする他に類を見ない商売であります。それゆえにクレームも多くなる事も事実だと思います。

ただ、逆にお客様が満足された時には「ありがとう」と言ってお客様に感謝してもらえらば嬉しい職種である事も事実だと思います。現代の消費のキーワードと言われる“感動”“健康”“安全・安心”“癒し”を今一度念頭に置いた商売を心がけたいものです。

●お客様の立場に立ったサービスを

クリーニングはサービス業であり、リピーターの確保が重要。お客様の声を取り入れてできる限り生かすところは生かして行く。
 普段からおお客様の立場に立った考えでねばり強くごまめなサービスを行う。

●消費者向けの展示会で業界の活性化を

業界紙で今後の全国展についてどうするの?と書いた議論が交わされる記事が掲載されておりますが、我々サークル会は本来展示会と言うものは一般消費者を相手にクリーニング業界の啓蒙活動(P.R)をする場と考えます。

家庭ではできない技術を見ていただいたり、さまざまなお問い合わせをお聞きしたりする事で消費者にも知識を持っていただき、さらには業界の活性化に繋がると思うのですが皆様はどうお考えになりますか?

●業界のポテンシャルを確信している

業界発展の歴史の中で何か大切なものを置き去りにしてきたように思います。メーカー、資材商も襟を正して自分たちの本来あるべき姿を見つめ直さないといけない時期に来ています。
 業界全体が1つになり消費者の信頼を勝ち取る事で必ず需要は回復するものと確信致しております。

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
 ☐FAX 06(6633)4625

担当：上田
 (24時間受付中)

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