



# 上田商店 ニュース

## vol. 159

平成29年1月16日(月)

制作：上田商店サークル会  
AM8:00送信

## 業界全体が復活して欲しい

環境問題、テロの脅威、様々な災害……。明るい話題の多い、いい年である事を願うばかりです。クリーニング業界が低迷する中、コインランドリーの好調さが目立っています。最近感じているのは、業界では遊び心、おしゃれさが少し欠けているように思います。“運営する側が楽しくなくてお客様が楽しいはずがない!”昔ながらのイメージから抜け出し、信用を回復し、総需要の向上を継続させ、業界全体が復活して欲しいと痛切に感じています。今回も、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—

### ニーズを掴む

定額制でユーザー同士がモノを貸し切りするようなシェアリングエコノミーサービスが日本でも広がっている。若者の間で一定のマーケットを確立しているが、定額制による服のレンタルサービス。ただ、これはあくまでファッションの延長線にあり、娯楽のためのもの。ユーザーは飽きたらやめる。そこにユーザーの必然性を見出し、ストック型のビジネスとして成功させているのが、ワイシャツレンタルサービスだ。

今後は、スーツなどにも拡散し、ユニフォーム的な感覚でリクルートに活用しようとする企業が出てくる可能性が高いと思う。

あくまでもファッション性が重要。業界も「クリーニングはファッションケアである」ということを自覚し、繰り返し継続していけば新しいカタチが訪れると思う。

### 洗濯洗剤の評価

CM広告に感わされない!本当に汚れが落ちるものを調べた「洗濯洗剤の評価」が特集されている。

アイテム毎に洗浄力、コストパフォーマンス、消臭力を判定。結果が4ランク(A・B・C・D)で評価されている。

《例》A評価：コスパで選ぶならコレ!、1本で45回も洗濯ができちゃう!! D評価：カビ臭には効き目ナシ、洗浄力も低くてがっかり!!

女性の鋭い感覚で厳しく分析されている。クリーニングもこういった目で見られているのだと思う。消費者は、何を望み、何を求めているのか?主婦の目をクリアできれば、グッと拡大すると思う。

### IoT(Internet of Things)

昨年は、IoT(モノのインターネット)のニュースが多かった。アパレルや通販会社がIoTの仕組みを導入。入店率、顧客の属性や購買率、販売員との接触時間などの情報を収集。分析し販売効率につなげる。

また、8月に開催された「HOUSE VISION2016」では、IoT活用の未来の家が提案され、良否は別にして生活スタイルの大きな変化を見せてくれた。

新聞報道でも「ITは一段と加速している。IoTの広範な分野での利用も具体化しつつある。汎用化も視野に入ってきた人工知能(AI)の技術的な進展によって製造現場などで自動化や無人化が実現しそうだ」。

IT技術に遅れている業界。従来の経験や勘だけでなくデータを活用していく。特に身近にあるポスレジのデータなどをうまく活用すべきだと思う。

### 売れる売り方

繁盛店では、売れる商品を買っているのではなく“売れる売り方”をしている。「この商品はこういう理由で買うといい」と買う理由を教えている。

例えば、ドラッグストアでは、商品にPOPがついている。「仕事が休めず風邪を早く治したい!そんなあなたにおススメします!!」「咳の症状を抑える成分入り。とにかく咳を止めたい方に!!」… その風邪薬を買う理由を教えてあげなければ買ってくれない。

クリーニングでも、お客様の立場に立って「どんなこだわりがあるのか?」「なぜ一押しなのか?」分かり易い伝え方がありそうと思う。

### 今回も 他業種情報を含め 提案をまとめました。

### ペットグッズのクリーニング

内閣府が2003年に実施した「動物愛護に関する世論調査」によれば36.6%の人が「ペットを飼っている」と答えた。種類は犬:62.4%、猫:29.2%。魚類:11.7%、鳥類:7.7%(複数回答)。目立つのは「犬」の変わらぬ人気の高さと「鳥類」の激減だ。1979年の37.6%から7.7%まで減ってしまった。

また、ペットを飼う理由は、「実用」から「癒し」へと移行した。ストレスフルの現在社会「癒し」としてのペットの役割は今後ますます高まっていくだろう。

山梨県の老舗クリーニング店では、通常の衣類とは別にペットグッズ専用の洗濯機と洗剤でクリーニングサービスを行っている。

ペットをターゲットにした関連ビジネスに目を向けるのも面白いと思う。



### 人や商店に連帯感

「地域マネーと電子マネーの利点を兼ね備えるポイントカード」が新聞で特集されていた。(以下要旨)

『地域限定の電子マネー、個店でも参加できる共通ポイントなど使い手である住民、商店街などが、自分たちに合った仕組みを自ら作り出していき動きが出てきた。業種を越えた共通ポイントで小規模店舗でも集客効果が得やすい。小さな店が苦手なポイント処理業務と顧客データベースを管理代行する。』

北海道の疲弊地域でポイント効果が地元商店街に少しずつ明るさをもたらしている。

地域に根ざした業界、活用できないものかと思う。

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/>