



vol. 134

平成23年 8月22日(月)

制作: 上田商店サークル会
AM8:00送信



社 長	専 務	部 長		

—上田サークル会 例会報告—

日本独自の接客文化「おもてなし」の心

接客の最前線である店頭で、日本にはあって欧米諸国や中国にないもの、それは「おもてなし」の心。海外から訪れた外国人が、一様に驚き感動するという日本独特の接客文化です。日本特有の心「おもてなし」がいま「OMOTENASHI」となって、海外でビジネス展開を図る日本企業の強力な武器となっています。特に、欧米の有名ブランドと海外でのしを削る化粧品業界は「おもてなし」を差別化の格好の販促素材として活用しています。

この記事を読んで、ファーストフード店などでのマニュアル化された対応だけでなく、接客におけるサービス、マナーの重要性を改めて感じた。

接客は、お客様の選別基準となるだけでなく、特に想定外の事への対応次第では、信頼関係に大きな影響を与えるものだと思う。

カタログ通販でクリーニングと長期保管

以前(3月22日配信/Vol.132)、通販大手が「会員向けクリーニングの全国展開」という記事を掲載した。別のカタログ通販大手の某社は、衣類のクリーニングと最長8ヶ月の長期保管を組み合わせたサービスを7月12日から始めた。

インターネットで全国(沖縄県と離島を除く)から注文を受け付け、クリーニングした衣類を保管期間終了後に自宅まで届ける。コートやジャケットなど重衣料を中心に一人暮らしの女性の需要を見込む。年内に委託先を増やし、カーテン、ブーツなどもサービスの対象にする。

震災で働く女性のトレンドに変化

震災をきっかけに働く女性のスタイルが変化している。かっちりとしたパンツスーツではなく、オフィスでも着られるカーゴタイプなど動きやすいカジュアルタイプが人気。これに引っ張られる形で、パンツと相性のいい襟付きブラウスなどの売れ行きが好調。また、ハイヒールからローヒールへ、ハンドバックからリュックタイプへと大きく変化している。

クリーニングも、洗えるものをリサーチしてターゲットを絞りアピールしていけば、少しでも商品を取り込めるのではないかなと思う。



ベビー用品の取り込みを

スペース(倉庫など)の加減か、主に物流会社で取り組んでいる「ベビー用品のクリーニング」に参入できないか。ベビーカーやチャイルドシートなど、親戚やお友だちに貸したりあげたりする場合や、借りたものを返却する際にクリーニングが重宝されると思われる。

単価が高く利用しやすい分野、方法によってはビジネスとして成立するのではないかなと思う。

安定成長の介護界への参入は

介護サービスは、安定した成長が期待できる数少ない分野だ。主な利用者である後期高齢者(75歳以上)人口はうなぎ上り。2025年には2167万人に増加する。車椅子の消毒やベッド・マットレスの洗浄など、多種多様な可能性がある介護関連に参入できないものかと考える。

残暑お見舞い申し上げます

節電の夏……暗い話が多い中、明るい話題もありました。6月に東北で初めて世界文化遺産に登録された「平泉」。7月には女子W杯で「なでしこジャパン」が優勝。サッカー界・団体で初めて国民栄誉賞を受賞しました。業界は相変わらず厳しい状況が続いています。しかし何らかの行動(徹底した社員教育や加工サービスの強化など)を起こしている所は、業績を維持しているか、僅かばかりでも伸ばしているように感じます。

上田サークル会 会長 上田 良堂

今回も 他業種情報を含め 提案をまとめました。

新素材の情報提供とアドバイスを

繊維会社では、スポーツ衣料用に開発したニット(編み物)素材を改良し、新たにビジネス用の開拓を始めた。堅めの服装が求められる職場で、働く人に向けた新型ニットジャケット。パンツと組み合わせればスーツとしても対応できるという。また、流通・衣料各社では、秋冬用機能性肌着の素材の改良・新たな開発や売り込みにホットな戦いを繰り広げている。

クリーニング店も新素材に対しての情報提供やアドバイスができれば、商品を集める事に繋がるのではないかなと思う。

加工を分かりやすいネーミングで

トッピング(加工)の料金表示だけでなく、商品と加工サービスの特徴を、ネーミングとからめて表示販売すればお客様に分かりやすく、記憶に残るのではないかなと思う。【例えば】・爽快ズボン…〇〇円 ・消臭ワイシャツ…〇〇円。インパクトがあり親しんでもらえるのではと思う。また、なぜ水洗いが割高なのか、お客様に理解して頂けるような告知・広報が必要だと思う。

クレーム対応へのマニュアルを

クレームへの対応は、マニュアル化しておきましょう。消費者センターの利用や防犯カメラ・ボイスレコーダー(録音させて頂くというだけでテンションが下がる場合があり効果的)の活用。また、平成12年より警察も民事に介入、警察官の立会いを依頼するなど、しっかりした心構え、対応策を全員で共有しておきましょう。

業界全体で商品を増やす取り組みを

ドライクリーニングの事を一般の人がどれだけ知っているのでしょうか?

クリーニングの利点や家庭洗濯との違いを認識して、しっかりとした販促や広報を行い、業界全体として家庭洗濯からの商品の取り込みを考えていくべきだと思う。一つの案・方法としてチェックシートを作成し、自己採点をしてみればと考え、サークル会なりに意見を出し合ってみました。

■クリーニング店らしさ、イメージをチェック

- | | |
|--|---|
| ☐ 清潔なイメージ | ☐ コミュニケーションがとれる |
| ☐ 丁寧である | ☐ 宅配してくれる |
| ☐ プロの仕事をしている | ☐ 消臭・撥水加工ができる |
| ☐ 特殊品が洗える | ☐ アドバイスをしてくれる |
| ☐ キレイなアイロン仕上げ | ☐ 女性中心である |
| ☐ ドライクリーニングができる | ☐ 設備が整っている |
| ☐ シミ抜きができる | ☐ 面白い加工ができる |
| ☐ おしゃれな感じがする | ☐ リフォームができる |
| ☐ 家庭でできないものが洗える | ☐ アイロンだけしてくれる |
| ☐ めんどろな事をしてくれる | ☐ 排尿や食べこぼしで汚れたスポンに戻る |

【採点方法・100点満点で採点】
(A) 意識している……2点 (B) 掲示物がある……3点

—— 上記項目より対家庭洗濯への販促例 ——

- 家庭でできないものをキレイに洗う ←ドライクリーニング
- シミをとってキレイにしてほしい ←シミ抜き技術(経験)
- Yシャツをキレイに洗ってほしい ←温水で洗浄

上記シート(または独自に作成したシート)で、自己採点をして自店の販促活動のヒントに、また商品の増加に繋がればと思います。

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 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/>