



# 上田商店 ニュース

vol. 140

平成24年10月15日(月)

制作:上田商店サークル会  
AM8:00送信

## 秋商戦本番! 繁忙期に突入しました

今年は記録的な残暑でしたが“読書の秋”“食欲の秋”“芸術の秋”…秋本番!いい季節になりました。今回も他業種を含めた情報を持ち寄り話し合いました。掲載以外でも「ワイシャツを良く利用されるお客様にはネクタイの代金を格安(たとえば100円)にするサービスもあるのでは」「コンプレッサーを利用して自転車の空気入れサービスができるはず」という提案もありました。何らかのサービスで、お客様とのつながりを作っていくのも大切だと思いました。 上田サークル会 会長 上田 良堂



社長	専務	部長		

## ー上田サークル会 例会報告ー

### リコールサイトを活用する

「リコールプラス」で検索し、衣類のジャンルを選択すると、200件以上の項目があった。●ダブルジャケット移染の恐れ ●カーディガンワッペンに誤り ●ルームウェアの洗濯表示に誤り…など、業者名とタイトルが表示される。詳細は件別に内容が確認できる。必要なものをピックアップ、情報として営業に活用できるのは。事前に知ることで、準備や対応ができ、お客様への情報提供やトラブルの回避にもつながるのではないかと思う。

受付での活用はもちろん、一覧にして店に置いたり、ポスターとして利用する。製品の最新情報を提供することで、信頼を得られるのではと思う。

### 「美白」を輸出、「癒し」を輸入

首都圏の大手クリーニング店では、新規事業に取り組んでいる。“美白”をコンセプトに据え、美白願望が高まっているタイ人女性に日傘や帽子、日焼け止めなどの商品を扱う店舗を、タイの駅構内などで展開している。日本で売れ残った商品を仕入れ、原価を抑え、タイ人が信頼と信用を寄せている「日本」とブランドをつけて安く売る。タイでの事業拡大に意欲を示している。

また、マッサージ経験のある女性スタッフをタイに派遣し、タイ式マッサージの技術を習得、1月に1号店をオープン。主要顧客はクリーニングの来店客で、8月には単月黒字になった。



### テキスタイルケア研修サイト

「従来のクリーニングイメージを超えて〔テキスタイルケア〕(繊維製品のデザイン品質修復業)の新産業イメージを未来社会に創造することを目指す」ことを目指す。一般社団法人日本テキスタイルケア協会の“テキスタイルケア研修”サイトも参考になればと思う。

<http://www.textilecare.jp/>

### コンビニクリーニング

クリーニングと他業種との提携やコラボが盛んに行われているが、某コンビニでは、クリーニング店と提携し「コンビニクリーニング」として一部の店舗で会員を募集している。状況次第でさらに扱い店舗数の拡大を考慮していると思われる。

取り扱い商品は、チラシの他、コンビニのサイトでも紹介している。また、電子マネーに交換できるポイントサービスも行っている。

### お客様が料金を決める

愛知県の奥三河・湯谷温泉で『価値観を見い出して、お客様自身で宿代をお決め下さい』という“価値観の宿”がある。「宿」の初心に戻り、価値について行き着いたのが、お客様との信頼関係の大切さ、そして日本古来の「宿」の良さ、風情やおもてなし。「お客様の価値観で宿代を決める」は、もう10年以上続いている。

クリーニングもお客様の誕生日などにからめるとか、何か考えられないかと思った。

今回も  
他業種情報を含め  
提案をまとめました。

### 店の特徴を販促に活用

お客様の中には、皮革製品や高級ダウンは洗えないと思っている人がかなりいると思う。「皮革製品洗えます」とか「高級ダウン洗えます」など、店の特徴として前面に出すのもひとつの販促方法。インパクトが強く効果があるのであればと思う。

また、価格競争では対抗できないお店では、リフォーム、リメイクを中心にやっている店もある。

### 全国共通シルバー向サービス

雑誌に「地の利を生かしたビジネスマップ」があり、大都市圏ばかりではなく、地方都市や田舎でも特産品や地の利、人の利を生かした新たなビジネスが続々誕生!という記事が組まれていた。

地域の環境や状況に合ったアイデアや特徴のあるものが多いが、全体に共通するのはシルバー向ビジネスやサービスが多いように感じる。

### 逃げないで行動しよう

クリーニング業界の多くの経営者は、お客様の意見や要望を聞いて対応しているのではなく、売り手の頭で考え、自らの中で行動しているように感じる。“安価な衣料による商品減少”とか“洗剤が良くなり家庭洗濯が増えた”などの理由をつけ、楽な方に逃げているのではないかと思う。

今の状況でも売り上げを伸ばしている店はどんどん売っている。自分で何らかのカタチで動かなければ、何も生まれないので思う。

## 最近のヒット商品コーナー

### ■「カップヌードルおにぎり」人気で販売休止

日清食品は、9月1日に発売した冷凍食品の「カップヌードルおにぎり」と「チキンラーメンおにぎり」の売れ行きが当初より大きく上回り、商品供給が追いつかなくなったらしく、9月19日販売を一時的に休止した。

休止中に供給体制を整え、10月中旬を目途に販売を再開する方針。

◆◆◆◆◆

### ◆クリーニング利用者意識調査

(全ク連中央青年部会調べ)

#### ●安心で便利なイメージのクリーニング店像

	仕事をしている人	していない人
好きな時に好きなように利用できるお店	1位(25.3%)	1位(25.4%)
洗濯作業をしている人と接することのできるお店	2位(22.3%)	3位(20.5%)
よく見かけるチェーン店	3位(17.5%)	2位(22.1%)
知人に紹介してもらったお店	4位(17.3%)	4位(15.8%)
電話一本で自宅まで配達してくれるお店	5位(9.2%)	5位(8.1%)

### ◆クリーニング業者に対するアンケート

(全ドラ 平成24年5月1日号より)

自店でクリーニングを依頼されている女性の衣服が7割以上と答えた業者は6割近くにのぼった。女性顧客の衣服の依頼が少ない店は早急に対応が必要となる。

今後、女性の衣服を増やしたいと思っている業者は8割以上にのぼった。しかし、そのための販促や企画等を行っている業者は下記の通りであった。

#### ●女性向けの販促をしたことがあるか?



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  
□F A X 06(6633)4625 (24時間受付中)

□営業時間 AM 9:30~PM 5:00(月~金)  
□U R L <http://www.uedashouten.jp/>