



# 上田商店 ニュース

## vol. 141

平成25年1月10日(木)

制作: 上田商店サークル会  
AM8:00送信

## 本年も宜しくお願い致します

昨年は、山中教授のノーベル賞受賞など明るい話題もありましたが、10月の日経新聞に「48年ぶりに日本で開かれたIMF世界総会で、欧州危機を背景に先進国の停滞が新興国の減速をもたらし、それが先進国に跳ね返る「負の連鎖」が働き始めた」という記事が載っていました。厳しい時代が続きそうですが、安倍新政権に期待したいものです。サークル会会員一同、少しでも役立つ情報を提供していきたいと思っております。本年も宜しくお願い致します。 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—

### 消費者に目を向け利益を確保

「スーパーも値下げ合戦、定番品は価格下がらず」という新聞記事を読み、値下げしなくても売れる定番商品や、ブランド品などは、値下げせずしっかり利益を確保していると思った。

クリーニング業界も単なる値下げだけでなく、意味のある本来のカタチで値下げやセールを行うべきだと感じた。たとえば、「オープン価格として1ヶ月試してみてください」とか「加工代は、本来500円だがセール期間は100円で品質を確認してください」など、お客様に品質や価格を評価して頂く。消費者に納得して頂く事が本来の姿だと思う。

同業者との値下げ合戦では、互いに利益を圧迫するのみ。視点をお客様に向ければ利益確保の方法があるのではないと思う。

### ターゲットを絞った特徴ある企画

体力の弱い小さな旅行会社では、大手には正攻法では打ちできないので、ターゲットを絞りグリラ的にお客様を集めている。たとえば、●歩いて巡るガアテマラ… ●トン族、シャオ族の暮らし…など、催行人員を10名とすると10名集まっている。特徴を生かしたマニア向けの企画を組んでいる。そして、1回利用すると次の案内本が送られてくる。

クリーニングも他のやらないような企画や特徴のある商品づくりができそうな気がする。



### カード決済に対応

カードリーダーとスマートフォンをつなげば、どこでも簡単にクレジット決済ができる。銀行口座に登録すると支払われた代金を最短3日で引き出す事ができる。ポイントも付き若年層に人気がある。

時代の変化に対応し、クリーニング業界でもクレジット決済を考える必要があると思う。

### 同業者間で提携し協力する

福岡のバス会社では、北海道のバス会社と提携し採算をあげている。必要な時(季節)に、一定期間バスをドライバー付でチャーターしている。

クリーニングも同業者間で提携し協力する。特徴や利点を活かし合える事があるような気がする。

また、お客様の前で希望のアイスをチョイスし練ってトッピングする、カウンターで見せる実演販売が人気。品質も重要だがそのパフォーマンスがお客様に受けるように感じる。

クリーニングでも従来のイメージにとらわれない、モデルを使ったリフォームを行うとか、何かパフォーマンスを考えるのはどうかと感じた。

### 急いでいる時は、タグがジャマ

「仕上り品はそのまま着れるよう、タグなど取りにくくて手間の掛かるものは無くして欲しい」「ネット通販業とのコラボには積極的に参加して欲しい」とう消費者の意見や要望があった。

### 今回も 他業種情報を含め 提案をまとめました。

### お客様が喜ぶ工夫が大切

ビジネス誌に「段ボールの大手製造企業が食品・日用品メーカーが驚くビジネスを展開している。スーパーマーケットで店内に高く積み上げられた段ボールには、商品名とともにキャラクターなどが印刷され話題を呼んでいる。段ボールに印刷されたレシピを携帯で写真を撮る主婦の姿も多い。大手麺メーカーでは、中身は同じでも売り上げが数パーセント上昇した。

また、商材に缶は持っていないにもかかわらず飲料メーカーへは、歴史上の人物をデザインした缶コーヒーを手がけ流行した。缶が売れば外箱の段ボールも売れるからだ。」という記事が載っていた。

クリーニングでも工夫が大切だと思った。ポリ袋やサービスバッグ、包装紙など、ステイタスを感じるものを作れば使ってもらえるのではと感じた。

### 従業員教育について

従業員教育ができていない店が多いように感じる。人件費も無駄にはできない。極端な言い方をすれば「徹底する」か「切る」。

「徹底」する場合は、クリーニングは貧富の差が開き、富裕層の利用が多くなると思うので、ハウスキーパーの領域に出て行く事も考えていいのではと思う。家庭での仕分け(家庭洗濯 or クリーニング)も含めてハウスキーパーとして家庭に入る。

また、「切る」場合は、アパレルメーカーなどと組み、タグに必要な情報を埋め込み、受付でお客様自身で情報を取り出せるようなシステムをつくる。

### リスク無しでお互いのメリット

クリーニング店は地域に根ざした業種、他業種とのコラボレーションをもっと考えるべきだと思う。たとえば、新聞販売店とのコラボ。お互いのメリットを追求する。

家庭を訪問する新聞販売店は、集金時にお客様にクリーニングのサービス券を渡す。クリーニング店では、来店したお客様に新聞の申込書を渡す。お互いリスク無しでメリットを受ける。チラシと違って経費が少なく効果があるように思う。新規客の取り込みも見込まれる。客層の差が大きい程、新規客の獲得ができるように思う。

また、店舗の展示スペースなど他業種との利点を生かせるものが色々あるように思う。経費が動かない、お互いのメリットを生むコラボを考えていくべきだと思う。

### セットメニューをつくる

ネットで買い物をするに関連した商品の案内が出てくる。クリーニングでもセットメニューができないかと思った。たとえば、●ビジネスセット(スーツ上下+ネクタイ or 靴みがき) ●キッズセット(子ども服+ぬいぐるみ or チャイルドシート)とか、●冠婚葬祭セット ●スキーウェアセットなど色々考えられる。組み合わせは各店でできるものを組み合わせればいいと思う。セット割引きをしてお得感を出すのもいいと思う。

洗える事を知らなかったものや、クリーニングに出す事の意識がなかった人など、新たな掘り起こしのきっかけになるのではないと思う。

### 大胆なイメージチェンジ

今までのイメージを一掃する。店づくりから、接客、広報、パフォーマンス…根本から考え直す。次世代を見据えた新しいカタチを創っていく。

コンセプトに基づいた大胆なイメージチェンジこそが未来を拓き、明るい明日が見えるような気がする。

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/>