



上田商店 ニュース

vol. 144

平成25年9月17日(火)

制作: 上田商店サークル会
AM8:00送信

いよいよ秋商戦、繁忙期へ突入します

今年の夏は過去にない猛暑でした。また、西日本では記録的な豪雨により甚大な災害を被りました——。問近に迫った秋の繁忙期に向けて準備はいかがでしょうか。今回も他業種を含めた情報を持ち寄り話し合いました。掲載の論文でも注視している、ITの活用による、顧客のニーズに応えるサービスの大切さを感じます。また、品質の維持・向上はもちろんですが、風通しの良い職場環境づくり、アナログとデジタルの効率の良いシステムづくりが、益々重要だと思います。 上田サークル会 会長 上田 良堂

至急回覧!
ねがいます

社 長	専 務	部 長		

—上田サークル会 例会報告—

ネットに掲載されていた、同志社大学商学部6名による論文のポイント部分をピックアップしました。

中小クリーニング企業における経営革新

【要 旨】

中小クリーニング業者が顧客獲得のために、確かな技術・サービスの上にITを導入することによって、発展していく可能性があるのではないか、それを検証していく。

〈1〉はじめに

現状は、近年の景気不振に加え(1)少子高齢化の問題 (2)衣料のカジュアル化 (3)家庭用洗濯機や洗剤の開発が進んでいる。

〈2〉大手クリーニングと中小クリーニング企業

中小企業が大手に対抗するためには「顧客のニーズに合った営業を行うこと」「顧客視点からの店作り」「独自の技術やサービスの開発」などの努力が必要である。

〈3〉中小クリーニング企業の革新

事例として、お客様を第一と考える強い意志をもって、さまざまな技術革新を行い、他社には見られない特徴を持つITを利用したサービスで成長を続ける中小企業を紹介。

〈4〉ITの重要性

①地域密着型維持のIT利用
地域顧客への情報提供やサービスでエリアを守る。

②地域密着型を打破するIT利用

顧客範囲を地域に加えて全国、世界へ広げる。

③IT化は中小企業に有利

小回りがきく中小企業が有利、飛躍のチャンス。

〈5〉中小クリーニング企業の現状

IT化の実態調査で、導入は8%。今後予定有りが10.9%。事例によりIT化は比較的規模の大きな中堅企業に向いているということがわかった。生業としてクリーニング業を営む零細企業にとっても、IT導入条件が整えばより満足のいくサービスを提供するために、導入すべきものであるといえる。

〈6〉総 括

厳しい状況の中、中小クリーニング企業が生き残っていくために「クレーム産業」からの脱却が一番必要なことである。そのためには、新しい独自の技術・サービスを開発することである。技術革新を行うことが成功への近道といえる。そして、その近道をさらに短くするのがITである。大手より小回りのきく中小企業だからこそより消費者に密着し、その消費者のニーズに的確に応える。これこそ中小クリーニング企業が厳しい状況を克服し、大手企業、他の中小企業にも対抗していく最も近道といえる。

シニア層をターゲットにネットで販促

消費活動の活発なシニア層のインターネットショッピングの伸びが注目されている。60～64歳のネット利用率は約74%で、65歳以上でも約5割が日常的に利用している。その7割がネットショッピングを経験している。シニア層でのスマートフォン所有率は、昨年末約11%だが、今後の伸びは確実視されている。

現在、日本の消費を牽引しているのがシニア層。ネットでシニア層をターゲットに販促展開すれば良い結果が生まれるように思う。

「ふとんの日」キャンペーンに便乗

全日本寝具寝装品協会では、新たに10月10日を「ふとんの日」と定め、抽選で豪華賞品が当たるキャンペーンを行う。期間は、10月10日(木)～12月31日(火)。全国ふとんクリーニング協会も協賛している。詳細を確認し、便乗するのも大切なことだと思う。

ホームページ替わりにBAサイト

ITを導入していない店は、簡易なホームページ替わりにBA(クリーニングビフォーアフター)サイトに参加するのもひとつの方法だ。ネット上に写真を掲載、同時に自店の紹介をしてくれる。

登録した画像は、ネット上にも掲載されているが、店頭でもCMとして電子看板、デジタルサイネージとして使うことができる。店頭販促ツールとして低コストで導入できる。

本来の姿を目指して

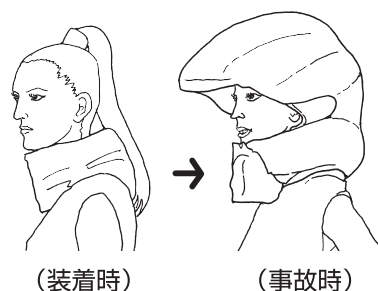
安売り訴求だけのチラシではなく、お客様の立場で欲求をシンプルに表現したチラシ作り。チラシは、タテ長A5サイズ(A4・1/2)で、折込みよりポスティングの方が効果があるように思う。

自店の姿勢や、クリーニングへの想い・こだわりを真面目に訴える。適切な価格を、納得した上で頂けるような本来あるべき姿を目指すのも一つの方法だと思う。

「目に見えない」自転車用ヘルメット

自転車用ヘルメットはダサいし、かさばる!それを解決するために、スウェーデンの大学院で工業デザインを学んでいた女子大生ふたりが、7年がかりで「目に見えない」ヘルメットを発明した。発明したヘルメット「Hövdning」は、マフラーのように首に巻くスタイルで、衝突直前に車のエアバッグのように出現し、頭部全体を覆い衝撃を吸収する。

また、販促の方法で、商品を装着した状態のファッションショーを行うことで商品をアピールしていることに關心した。



日本郵便が高齢者サービス事業

日本郵便は、郵便局員が高齢者世帯を訪問し、暮らしびりを確認したり、買い物代行を行ったりする生活支援サービス事業を10月から始める。高齢者の割合が高い6道県の103郵便局で先行的に実施する。2014年4月から地域を順次拡大し、15年4月の全国展開を目指す。

クリーニングも地域に根ざした業種、高齢者世帯をターゲットにコラボを含め、何かありそうな気がする。

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/>

興味のある方は、検索してみてください。