



vol. 150

平成27年3月16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

「業界について」利用者目線での座談会 感想、希望、意見をランダムに抽出しました。

- ◆接客も良くいい人だが、必要以上のプライベートへの介入や執拗な説教など迷惑な時が多い。また、繁忙期にはレジが混む。なんとならないかと思う。
- ◆宅配サービスが受け入れられているのは、人との接触が全くなく、自分でコントロールできるので便利だと感じているのでは。受付がロボットというのはどうかな。受け入れられるのかなあ?
- ◆九州では、団地とか住宅街に車でやってくる。昔ながらに、決まった曜日、時間に同じ場所にやってくる。便利だと思ふ。
- ◆利用する条件は、色々あるが時間が最優先だ。夜7時閉店の店の方が近くて安い、8時閉店の店を利用している。
- ◆今年の夏を目途に新しい店舗をつくる博多の業者は、お客様にすべてが見えるようにオールスケルトンにするという。『シミ抜きから洗い、仕上げまでのすべての工程を外から見れるようにしたい。常に見られていることで緊張感を持った丁寧な仕事ができる。しいては、お客様の信頼を得ることになるはず。』という。こういう店が増えれば面白いと思う。
- ◆受付も女性と決めつけしないで、若いイケメンにするのも面白いと思う。
- ◆フード付きが価格表にプラスされるのはどうかと思う。追加料金をあとで言われると気分が良くない。また、昔ながらのメニュー表示だけでなく、特に女性用は細かく分類してあげれば良いと思う。

- ◆タッグ以外の方法はないものか。たとえば、アパレルメーカーと提携し、埋め込まれた服自体の情報データをクリーニング店で読めるようにすれば、どこのお店でも同じ情報を得ることができる。利用回数により割引をするなどのサービスも考えられる。
- ◆全ドラがやっているイドガバネットは、クリーニング店の持つネットワークを「地域資源」として活用する取り組みをやっている。傘のレンタルなど地域コミュニティの場として多彩なサービスを提供している。
- ◆ハンガーは最後までどうでもいいもの。そこまでこだわらな店は他のものまでこだわった仕事をしている。追求して行くこと繁盛店の条件はお客様目線でハンガーを選んでいる店だ。
- ◆メディアを使ってアピールするのは効果絶大だと思う。YOU TUBEを利用したシミ抜きプロ集団「愛知あらい人」では、半年先まで予約待ちらしい。
- ◆受付でタブレットを利用(クレーム対策だけでなく)するなど信用を得る工夫も大事だと思う。また、画像や工程表などタブレットに流し、全員で情報を共有して仕事に活かす工夫をするのも良いことではないか。
- ◆やばったく、古臭い感じがクリーニング店のイメージとして定着してしまっている。キャラクターを利用するとか、何か引きつけるものがないものか。今までにないスタイルを構築できないものかと思う。
- ◆古い服を買い取り活用するシステムづくりはどうか。リサイクルして、他に活用できないものかと思う。

繁忙期に突入します。準備はいかがでしょうか

今だに深い傷跡を残す東日本大震災から4年が過ぎました。改めて災害の大きさを感ずります。円安の影響もあり観光客が激増。日本製品が人気で家電やドラッグ、百貨店の売れ行きが盛況です。今回もメンバー各自情報を持ち寄り話し合いました。前半は、ホテル需要の増加に伴い、リネン業者は好調ですが、低迷するホームクリーニングの衰退の理由やどうすれば業界が良くなっていくのか? FAX通信を始めた頃の原点に戻り、第3者的な立場で座談会を行いました。 上田サークル会 会長 上田 良堂

今回は異業種情報と座談会の要旨をまとめました。

自治体が就活ママをスーツで応援

女性の再就職の面接用のリクルートスーツなどを無料で貸し出す動きが各自治体に広がっている。面接のための新調は家計への負担が大きく、服装に悩むママたちの評判は上々だ。

母親の求職相談に応じる神奈川県労働局の「マザーズハローワーク横浜」では、昨年9月からハローワークで職業紹介を受けた女性を対象に1週間貸し出す。自費でクリーニングして返却する仕組み。また、京都府などが運営する「マザーズジョブカフェ」では2011年からスーツと靴の貸し出しを行なっている。

クリーニングでも工夫次第で何かできそうに思うし、やれそうにも思う。



学生集める“無料カフェ”

学生証を見せれば、本格コーヒーが無料で飲み放題。早稲田大近くに昨年12月オープンした「知るカフェ」は、2ヵ月で延べ約2千人の早大生が訪れた人気スポットだ。

メーカー、商社など約30社が運営費を負担する代わりに、採用関連イベントをカフェで開くことができる。「売り手市場」の中で就職活動が本格化する前の早大生にいち早く接触したい。そんな企業の思惑が無料カフェを支える。カフェを企画したのは京都市のベンチャー企業。京都大近くななど計3か所あり、6月までに東京大周辺など7か所に新設する。

クリーニングにも応用できないかと思う。スペースの問題もあるが、マンガや雑誌を置くとか、衣類の悩み相談など、方法があるように思う。

20代の若者で二極化

～日本公庫「クリーニングに関する消費者意識と経営実態調査」より～
【主な調査結果(ポイント)】※下記項目(調査発表の全文)とは別です。

■クリーニングの利用動向、20代は二極化が顕著

- 最近1年間にクリーニング店を利用していない割合は20代が最も高く、約4人に1人。
- 利用していない理由(複数回答)は「クリーニングが必要な衣類を着ない」(56.1%)が多い。仕事でスーツを着用する人のうち、自宅で洗濯できるスーツを所持する割合は20代が最も高く3割。
- 一方、クリーニング店を利用した20代では(本人が利用:20代51.2%、全体61.1%)利用金額が前年に比べ「増えた」と今後「増える」の割合が他の年代よりも高い(「増えた」20代26.6%、全体16.3%)。「増える」20代19.3%、全体11.2%)。利用金額が増えた理由(記述回答)では、「いい服を着るようになった」「毛布等も出すようになった」といった意見が寄せられている。また、20代は保管サービスの利用割合が最も高い(20代11.3%、全体6.9%)。

初めてクリーニング業をテーマにした調査

日本政策金融公庫は、初めてクリーニングをテーマに「クリーニングに関する消費者意識と経営実態調査」を実施。本年1月30日付で発表している。A4サイズ40頁に及び膨大な情報で、グラフを交えながら分かりやすくまとめられている。ダウンロードできるので参考になると思う。

構成は、第1章:消費者意識調査の結果
第2章:事業者の経営実態の結果
第3章:大手クリーニング事業者へのヒアリング調査

【内容の一部】特に好評なサービスやイベント

- 7月はふとん、毛布、じゅうたんの2割引を実施。
- 閑散期に3回(各月1回)使える2割引ハガキ
- プリペイドカード(通常11,000円→10,000円)等のお得販売
- 背広とワイシャツを出すとワイシャツが0円になるサービス
- 雨天時の持ち込み半額セール
- 福袋セール、抽選大会、おかしのつかみ取り

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/