



vol. 151

平成27年7月21日(火)

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—

古い体質からの脱却

『政府は理美容の規制を一部緩和する。これまで認めていなかった同じ店舗での理容室と美容室の兼業を解禁する。1947年施行の理容師法、57年施行の美容師法に沿って、厚労省の通知は原則として「理容室は男性客、美容室は女性客のための店」と位置づけてきた。両方の看板を掲げるには出入口を別にしたり、間を仕切りで分けたりしなければならなかった』という規制緩和記事が日経新聞に掲載されていた。

理美容業界に近いとされるクリーニング業界も、大量生産の時代を経て、サラリーマンの衣類が中心になり、女性服が非常に少なくなったように思う。

2年前に設立された日本テキスタイルケア協会では、ファッションケアを目的とした新たな業界を確立するべく厚労省に働きかけておられます。

お店の中で上手な住み分けができれば、女性服が店内を賑やかしてくれる日も、また訪れるのではないでしょう

新発想! 手のひらサイズの洗濯機

業界に長・短期的にどう影響があるの分からないが、ピンポイント洗濯ができる「手のひらサイズの洗濯機」が市販されている。

【概要】「落としにくいシミ・汚れをその場で叩き洗い!」をフレーズにオススメ理由を3つあげている。①手洗いでは落ちにくいガンコな汚れもキレイに! ②もみ洗いでは傷みやすい衣類にも使えるからクリーニング代の節約にも! ③洗濯が苦手な方でもカンタン時短!

ふるさと名物「プレミアム商品券」発行

2015年3月24日、政府は地方創生や緊急経済対策として、自治体向け交付金4,200億円の内3,424億円の配分を決めた。「プレミアム商品券」の発行額は、トータルで1,589億円。

「大阪市プレミアム商品券」は、1冊につき12,000円分を10,000円で約109万冊販売。商品券が使えるクリーニング店は20店舗(6月25日現在)だった。

クリーニングもこういった自治体の計画に積極的に参加するのも大切な事だと思う。また、クリーニング業界でも全国規模で、業界ならではの大きな取り組みを年1回でも行えばと思う。認知され定着すれば全体が潤うように思う。

需要づくりの販促

ネットに「ゆかた」に関する情報が載っていた。

『店内のディスプレイ等工夫を凝らして案内することで「今年の夏祭りはゆかたで行ってみるか」「着たあとは、あのクリーニング屋さんに持っていこう」というような方が1人・2人でもいればいいのでは…と思います』

『薬局に売っている「まとめ髪スティック」という商品の売り場でも、花火大会の予定表がありました。髪の長い女性が、ゆかたを着る時は、ほぼ髪をまとめるそうです。だからゆかたを着るシチュエーションを描いて販売しています。まさにコト売りですね』

“ゆかた”だけでなく時節に応じた需要づくりを工夫し、仕掛けて欲しい。



暑中お見舞い申し上げます

いよいよ本格的な夏を迎え、業界も閑散期に入りました。今年の繁忙期は、4月から5月にズレたように感じました。また、2011年サッカー女子W杯ドイツ大会で感動の優勝を果たした「なでしこジャパン」は、今年のカナダ大会でも準優勝の健闘でした。今回も、メンバー各自情報を持ち寄り話し合いました。記事にもありますが、業界は全く消費者に啓蒙して来なかった。時代の流れるままに時を過ごして来たように思います。業界一丸となって元気を掴む催しを生み出していかねばと改めて感じました。 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。

宅配クリーニングの今後

何かと問題のある宅配クリーニングですが、ネットの取りまとめをする特徴のある【A社】と【B社】の概要。

【A社】『洋服の種別に最適化したクリーニング工程を研究し、洗浄力の高い洗剤の独自開発により5つの新しい洗い方を導入しました』と素材に応じたクリーニングの違いをオシャレに表現。CMも行っている。イメージは良いがどこで洗っているのか分からない。

【B社】『宅配クリーニングでありながら最寄りの地元店でクリーニングする、言わば「地産地消」の新しい宅配クリーニングサービスです』と全国の認定工場をネットに掲載。お客様の集荷場所に近い、ネットワークしているクリーニング店が担当する。

クレームの問題もあるが宅配クリーニングは、今後どのような方向に進んで行くか興味がある。

“クールビズ”スーツに回帰

『クールビズは11年目を迎えた。5年前からスーパークールビズが始まり、カジュアル化が一段と進んだ。一方で「だらしく見える」との声も高まり、スーツに回帰する動きが広がっている。衣料品大手が夏物のスーツやジャケットに力を入れている。高機能化や色・柄を増やすなど、3~5割増産予定』—日経新聞より要旨—

クリーニングもこういった流れに沿い、需要の多いビジネスマンのクールビズに適應した“カジュアル”と“夏物スーツ”の両方に対応するイメージを丁寧に打ち出していけば、それなりの効果が期待できるのではないかなと思う。

CMに便乗した営業活動を

『温水と泡のチカラで強力な洗浄力を発揮する。あきらめていた黄ばみやガンコな汚れもスッキリ落ちる!!ななめドラム洗濯乾燥機』と有名俳優のCMが流れている。

クリーニングもCMに便乗して温水クリーニングをアピールすればいいと思った。

『新技術ドライエアブロー搭載「ようこそ、キレイふかふかの毎日へ」ハウスダスト対策に最適なふとんのクリーナー』とスタイリッシュなデザインのふとんクリーナーがスマートで分かりやすく表現されている。

クリーニングも表現方法など応用できないものかと思う。話題のCMや広告をうまく活用すればいいと思う。

他業種とのタイアップ

クックパッドのメニューから「チラシ・特売」を選択→「クリーニング近くのお店」→「クリーニングのチラシ・特売情報」を検索→個別の店の様々な特売内容やお知らせ情報に行きつく。

不特定多数の人々に知ってもらい、結びつけていく工夫であり、サービスの一環として一つの方法だと思った。費用対策効果を考え、うまく利用すればいいと思う。

他業種とのタイアップなどクリーニングの販促も色々な切り口があるように感じた。

クリーニング資材通信

サークル会メンバーの株式会社ライトでは4月から月1回「クリーニング資材通信」を始めました。6月号で取り上げた“ホッチキスのお話”の中より一部ピックアップ。『…最近出回っている「フラットタイプ」のホッチキスは、針先がタグに食い込まないため、糸引きやほつれ等の原因になりません…』等の情報サービスを行っています。



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
☐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/>