



**vol. 162**  
 平成29年8月21日(月)  
 制作：上田商店サークル会  
 AM8:00送信

## 記録的な時代の寵児

先月の北九州、秋田県の豪雨による大災害。近年多すぎる記録的な天災に胸が痛みます。反面、日本の史上記録が誕生しました。将棋の藤井4段の29連勝。白鵬関の通算勝星1,048勝、優勝39回。また早実の清宮選手は、本塁打高校新記録108本に王手。その活躍に圧倒され嬉しくなります。今回も情報を持ち寄り話し合いました。業界も記録的な時代の寵児が必要なのか否か。何れにしても全体が好転するような、何か新しい刺激を望まれずにはられません。 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—

### コインランドリービジネスの現実

『コインランドリーが、“継続的に”収益を生むビジネスとして、サラリーマンや定年退職者から熱い視線を集めている。その魅力は、機械が働いてくれるため、人件費の必要がほとんどない。しかし、メーカーやコインランドリーの運営会社が提供するシュミレーションと現実の違いもあり、多額の投資をした挙句、撤去を余儀なくされる最悪のケースに陥ってしまうことも珍しくない』

コインランドリーのイメージは併設店などで改善され、主婦層が増加し好況を呈している。今後拡大されていくにつれ、様々な問題が発生するようになる。

### ランキング

テーマに沿った調査結果がランキングにまとめてあった。コラボレーションを含めてビジネスチャンスがありそうを感じる。

『Q：買ったけど使っていない、もしくは無駄になってしまっている家電は?(複数回答)』 1位：ミキサー(ジューサー)14.3%、2位：美容家電12.7%、3位：たこ焼き器と続く。夢や希望を持って購入したが、数回使った後 数年経過…となるようだ。

『Q：1人暮らしをするならどんなサービス付きの家に住みたい?(複数回答)』 1位：食事の提供25.7%、2位：宅配ボックス・宅配便受け取りサービス22.6%、3位：掃除サービス18.8%。6位にクリーニングサービス8.4%が登場する。生活の基準「食」の提供のほか、痒い所に手が届くサービスがズラリと続く。

### 話題→売り上げ→利益を出す

『若者の間で有名だった「500円ピザ」。2011年に最初の店を開店以来6年程でフランチャイズを合わせて74店まで拡大させたものの、負債13億円を抱えて東京地裁から破産開始決定を受けた。一方、立ち食いイタリアンフレンチ。大阪出店の看板メニューは「原価率300%」。マスコミに大々的に取り上げられ、お客さんがやってくる。写真を撮って交流サイト(SNS)に「食べたよ〜」とつぶやく。1日20食限定の広告宣伝費と考えると「話題をつくり、売り上げをアップし、利益を出す」という上手な戦略』

業界もオープン時の集客用サービスなど長く続けると赤字が続く。売り上げのみを追いかけず、販促費、利益など、しっかりとした数字の管理が重要だと思う。

### 高級スーツ、若者の支持

『「若者のスーツ離れが叫ばれるが、高級市場では若い客層が増えている」と高級オーダースーツ店社長は言い切る。同社は顧客の全身を採寸する「フルオーダースーツ」を手掛け、平均価格は1着30万円ほど。40代後半～70代のエグゼクティブ向け専門だが、金融関係者やコンサルタントなど、ビジネスの第一線で活躍する30代の客が目立つ」という。オフィスウェアのカジュアル化が進む一方で、客の二極化が顕著になっており、若い世代でもスーツにお金をかける人が着実に増えているという』

業界も古い体質を改善し、消費者の動きに敏感に対応していかなければと感じる。

### 今回も他業種情報を含め提案をまとめました。

### 常連客の差別化

『函館で人気No.1のハンバーガーチェーンを展開する企業は、30年にわたり顧客密着を徹底し、大手チェーンも凌駕する地域一番店となっている。あくまでも地元にとどまり、顧客ニーズに応えメニューを拡大、17店すべて異なるコンセプトで作られている。また、常連客を「えこひいき」する。4ランクに分け、最上ランクでは新年会にVIP待遇で招待するなど、ランクに即した特典をつけている』

クリーニングでも常連客の差別化を取り入れても面白いと思う。現状のDMキャンペーンだけでなく、顧客利用度により、優越感を刺激するようなプレミアム会員を作る。様々な優待に加え、並ばずにすむ、専用出入口をつくるとか、VIP待遇を体感してもらう。

### 消費者の要望

『紳士服大手、[A社]のスーツが好調だ。着て動くとかカロリーを消費しやすいというスーツで、3月の発売から計画を3割上回る売れ行き。健康志向が高まる中、服も少しでも体に良さそうなものを着たいというニーズをつかんだ。また[B社]は、消臭機能付きの商品の販売を強化する。空気媒体作用で臭気成分を分解して臭いを抑えるという加工をし、前年の7万点から56万点に増やし、過去最大の点数を用意する』

点数が減っている分、価格を維持し、機能でカバーしている。業界でも消費者の要望をビジネスに活かしてはどうか。キーワードは「天然、自然、健康」だと思う。

### マーケティング情報

『「家電量販店に対抗する戦略」として、価格競争を避け粗利重視に転換した。創業以来、店売りだけでなく「御用聞き」をして来たという[A社]は、御用聞き顧客を3分の1に削減。痒い所に手が届くようなサービスで粗利増を実現。また[B社]は、小物商品を充実させた「コンビニ家電店」をオープンさせていった。困った時のサービス「かかりつけ家電店」。地域密着戦略で粗利を増大させた』

マーケティング面から業界でできていないように感じるのには、自分の立ち位置(大手・中堅・個人店)をつかめていないように思う。しっかり促まえた上で、次の品質やサービス、販促など展開していくべきだと思う。

### 1箱6ヶ月で2,000円

『呉服専門店は、着物の保管サービスを始めた。交流サイト運営会社と連携し、着物など専用箱に入れて保管する。申し込むと、自宅に専用の箱やたとう紙、畳み方の説明書が届く。1箱5着まで収納することができる。管理にはスマートフォンアプリを用いる。預けられた着物は倉庫到着後に写真撮影され、アプリで確認できる。取り出しには費用はかかるが、点数は自由に選べる。自宅以外の送り先に届けることも可能だ』

### 民泊法が成立

『住宅に旅行者を有料で泊める民泊を解禁する法律が成立し、日本でも「シェアリングエコノミー」の仕組みづくりがようやく前進する。民間予測ではシェア経済は2020年度に600億円市場に成長する』

訪日旅行者は、年々増加の一途、ホテルも飽和状態。衛生面を考えると、コインランドリーか、自分でするか、クリーニングに出すかのいずれか。うまく取り込んでいければ面白いと思うし、考えていかなければと感じる。

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 **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/>