



vol. 175
 令和2年3月30日(月)
 制作：上田商店サークル会
 AM8:00送信

暖かくなり、いよいよ繁忙期に突入します

中国発の新型コロナウイルスは、世界に拡散し猛威を奮っています。1日も早い収束を願うばかりです。暖かくなり、いよいよ繁忙期に突入します。今回も、メンバー各自様々な情報を持ち寄り話し合いました。掲載外にも「京都市のベンチャー企業が先日発売したメガネ型の端末に、中国に工場を持つ国内メーカーからの問い合わせが殺到している。この端末は、中国にいる作業員にリアルタイムで日本から音声で指示したりできる」という情報もありました。

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

今回も
 他業種情報を含め
 提案をまとめました。

同一労働 同一賃金

パートタイム・有期雇用労働法(同一労働同一賃金)は、2020年4月1日施行(中小企業は一年後)される。同一労働同一賃金とは、パート社員、契約社員、派遣社員について、正社員と比較して不合理な待遇を設けることに禁止するルール。その目的は「正社員と非正社員の間で不合理な待遇差を解消することにより、どのような雇用形態を選択しても得られる処遇を受けられ、多様な働き方を自由に選択できること」を目指す。人への依存度の高いクリーニング業界、人手不足と重なり難しい対応を迫られているように感じる。

SNS時代のPR

現在の若者は、今や息をするようにインスタ検索をしている。SNSの活用は、現在のPRを語る上で欠かせない。ちょっと怪しげな広告が表示されることも多いSNS。そうした押し付けがましく勝手に表れる広告とは異なり、能動的に「自分で発見した感じ」を演出できれば、また新たなSNSマーケティングになるかもしれない。00%OFFだけでは、若い人には受けない。SNSを活用していかなければならない時代になったように感じる。

2040年問題

『2040年問題とは、2040年に直面する問題の総称。総務省は訪れる危機的な課題について「自治体戦略2040構想研究会」を開催。具体的には、3つのリスクに直面するというもの。 ●首都圏の急速な高齢化と医療・介護の危機。 ●深刻な若年労働者の不足。 ●空家の急増に伴う都市の空洞化と、インフラの老朽化。 LoT化の推進やAI機能を駆使したロボット化が進み、労働力不足の解消を行政と企業が連携し取り組まれている。長年、培われた職人の“技”や“カン”の部分、データに残しておけば将来役立つかもしれないと思う。

ウェットクリーニングのPRを

「洗濯」について特集がテレビで放映されていた。気になった項目「クリーニングと自宅での洗濯」の要旨。『冬物のクリーニングにかかる費用は、平均およそ12,300円。専門家が仕上げたところ、クリーニング代が、1万円以上も安くなった。また、ドライクリーニングは、石油で洗うので「油の汚れ」はケアできるが、汗などの汚れは水溶性なので、家で洗う方が綺麗に洗える。水に弱い繊維や革の製品などは、クリーニングに出す方が良い。…』生活にかかせない洗濯。メディアに取り上げられる事も多い。ウェットクリーニングをもっとPRしていかなければいけないと感じる。また、家庭洗濯のプラス・マイナス面なども含めて丁寧に情報提供していくことが、信頼や拡散につながっていくように思う。

完全無人化クリーニング店

神戸市の1922創業のクリーニング店がプロデュースした、日本初の「完全無人個別ロッカー・クリーニング店」が今年1月にオープンした。老舗の培われた品質と完全無人化によるサービス価格、24時間営業での生活への利便性、個別ロッカーの安全性と便利さを売りに展開している。システムは、①利用キットの購入／初年度年会費込500円(年会費は300円)→②会員登録&スマホアプリ登録→③預け入れ(専用バックにネームプレートを入れる)→④引き取り(クレジット支払い)。消費者の反響が気になる新しいシステムだ。

心理学を応用して戦略を

<買ってしまおう心理>前号の「松・竹・梅」の心理と同様、3種の選択肢にすると「竹」が圧倒的に売れ、全体の売り上げも上がる。また、店舗型のショップのレイアウトでは、入店して最初が季節のおすすめ商品。店のフレッシュさのアピール。そして、人は心理的に最初に見たものの方が売れやすいという特性を利用している。 <購買心理を利用した戦略>印象的な言葉は、いつの間にか物欲スイッチが入ることがある。関心を持ってもらえるよう受け手を意識したキャッチコピーを考える。また、選択肢の操作。「セール」と「セール対象外」や「まとめて買うとお得(単品で買うと損)」といった施策や売り文句も戦略のひとつ。 販売促進は「どういう時に物を購入したくなるか」を自分に当てはめて考えて、常にユーザーの心理になって考えることが大切。普段、街中を歩いているときにも戦略を思いつくヒントになることが多いはず。

“おさがりプロジェクト”

愛媛県のクリーニング店の学生服“おさがりプロジェクト”。19店舗で学生服や体操服・柔道着などを下取り、当日のクリーニング料金を5%OFFにする。学生服は、クリーニングし抗菌・消臭加工を行い、1店舗でクリーニング代金のみで販売(会員限定)する。料金は、学生服上下：1,200円、柔道着上下：2,000円。県から優良循環型事業所の認定証を受けている。近年注目されている「エシカル」(英語。論理上、道徳的な、という意味)にも通じるころがあるように思う。

「靴ひもクリップ」

昨年8月に設立されたばかりの大阪の会社が、先月、靴ひもがほどけない世界初のおしゃれアイテム「靴ひもクリップ」を発売した。「あっ、それな〜」を日本から」をキャッチフレーズに、全世界に向けて販売するアイデア商品。サイズは、21mm×9mm×6mm(プラスチック製)で8個入り(2足分)。価格は、792円(税込)。色は、ホワイト・ブラックの2色(2種) マニキュアやシール、ストーン等、市販のネイルグッズがそのまま使える。自分だけの「オリジナル靴ひもクリップ」で手持ちの靴を自由にアレンジできる。目のつけどころや狙いが面白いし、若い世代のニーズにあったおしゃれアイテムだと思う。

「コスパ」から「タイパ」へ

「コストパフォーマンス」に代わって重視されつつあるのが、「タイムパフォーマンス」。共働き世帯の増加など、生活環境の変化で時間の価値が高まっている。外食市場の調査・研究機関によると、食費よりも、自由に使える時間不足を感じている人が20%多い。出かけて食事をする「外食」、家庭での「内食」、調理・加工された食品や弁当などの「中食(なかしょく)」。中食市場は、便利さと充実したメニューに需要は高まり、都会を中心に年々拡大を続けている。クリーニングも世の中の変化に沿った「タイパ」へのサービスがないものか。“持ち込み”より“受け取り”に負担を感じている人の方が多いように感じる。点数を設定し、配送サービスをするなど、何かありそうに思う。

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
 ☐F A X 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/>