



上田商店 ニュース

vol. 180

令和5年1月16日(月)

制作:上田商店サークル会
AM8:00送信

元気を出して、頑張りましょう!

昨年は、漢字「戦」が選出されたように、昨年2月に始まったロシアによるウクライナ侵略戦争は未だに継続し、世界に甚大な影響をもたらし続けています。石油価格の高騰や円安による物価急上昇。春以降、値上げラッシュの年でした。石油への依存が大きい業界。大手は何度も値上げしていますが、小規模店は動きづらかったように感じています。今年も厳しい状況が続きそうです。元気を出して頑張りましょう! 今回も、様々な情報を持ち寄り話し合いました。

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		

ー上田サークル会 例会報告ー

“新たな需要”を求めて

クリーニング業界の需要は、コロナ禍後2~3割落ち込み、その状態のまま推移している。このまま落ちぶれしていくのを静観していくのは本当に耐えられない。何とかこの状況を開拓する“新たな需要”を求めていかなければならぬと思う。

「衣類以外でも洗う」とか、「富裕者層のみをターゲットにする」とか、BtoBやBtoC、コラボレーションを含めて次の一手を考え、創造していかなければと思っている。

サークル会は、長年にわたり他業種を含め参考になると思われる情報を提供、また提案してきた。その中にもヒントになるものがあるよう思うし、きっかけづくりになればと思っている。これからも“業界が少しでも良い方向に進むよう”協力は惜しまないつもりです。

ロボットの活用と実用化

折り畳み式ロボットは、ドイツのスタートアップ企業(創業5年以内の企業)で立ち上がり、少しずつ普及、欧州各国へ拡散されているように感じている。AIが感知して、ロボットが決められた工程を行なっていく。ロボットを活用した作業の効率化、半自動・全自動で仕上げを完結させている。

ロボティクスの技術が進歩することで、クリーニングの現場でもロボットの活用が加速していくと思う。今後、少子高齢化による生産労働力の不足が深刻だ。機械なので計算しやすい。特にホームよりリネンの方が必要かと思う。“ロボットの活用と実用化”は、今後も注視していく必要があると思う。

自由でユニークな看板づくり

奇才紳士名鑑より「ミュージシャンがひたすら追い続けるのは、『クリーニング店の看板』。その魅力は、キャッチコピーや謳い文句が自由で面白く、色や字体にも傾向がない。本人が満足すればいい」というものになっている。彼のインスタグラムには自分で撮りためたものなどクリーニング店の看板画像が250点以上アップされている。」

昔の民家を改装した町づくりが見直されている。クリーニング店は、地元に密着している。創業80年とか経験のアピール。また、自由なネーミングや昭和のイメージを前面に出した看板など、小さな店ほど奇抜なことができるのではないかと思う。特に、シャレが通じる大阪では面白いのではないかと思う。

ホテル需要が着実に回復

昨年の創作四字熟語は「遠客再来」。ホテル需要が着実に回復している。昨年10月の国内ホテルの平均稼働率は、69.9%だった。コロナ禍後最高を更新した。経済再開に加え、政府の旅行支援策の追い風が吹く。訪日外国人は入国緩和で2倍以上に増えた。政府は10月から新型コロナの水際対策を緩和。1日5万人だった入国者数の上限を撤廃し、個人旅行も解禁した。

平均客単価も上昇している。コロナ禍前の19年10月と比べ単価の回復率は9割強になった。クラブラウンジ付き客室を増やすなど、付加価値を高める動きも追い風だ。今後の稼働率は、中国をはじめインバウンドの復調が左右しそうだ。

今回も、
他業種情報を含め
提案をまとめました。

30億から100億超の企業へ

「静岡県の建設会社の三代目社長は、“建設業はもうダメ”という先代の一言から、全く別の新規事業を立ち上げ推進。既存社員からの多くの批判を浴びるもコミュニケーションを重ね、徐々に社員との関係性を築いていった。人事制度の構築に着手。組織改革、事業の多角化などを進め、承継後の売上は、30億円から100億円を超えるまでに成長した。」

2代目、3代目が多いクリーニング業界。かつては8000億円のマーケットだったが今は3000億円前後。何かやっていかなければならないと思う。思い切って新規事業に出て行く人もいる。が逆もある。非常に難しい面があり「塞翁が馬」(人生の禍福は予測しがたいということのたとえ)か。

街の特徴に合った店づくり

昨年発表された「SUUMO住民実感調査2022関西版」。各街の住民を対象に、街への評価を調査している。住み続けたい街(駅)ランキングで 1位:人丸前(兵庫)山陽電鉄本線。2位:さくら夙川(兵庫)東海道本線。3位:夙川(兵庫)阪急神戸線。…など。1位の人丸前は、神戸市ではなく明石市。子育て環境の充実が支持された結果といえそう。

また、テーマ別ランキングでは、「子育て環境が充実」や「センスのいい飲食店や店がある」、「今後、街が発展しそう」。…などが掲載されている。

こういった情報を取り入れ、地域(街)の特徴に合った店づくりや営業展開も面白いと思う。

昨年のヒット商品、今年の予測

「昨年は、巣ごもり消費のヒットの主役が『時短』から『癒し』にシフトした。近年、睡眠についての研究が進み、良質な眠りの重要性が知られるようになった。そんな中、バラエティー番組でタレントが『Yakult 1000で眠りの質が改善された』と発言。ブームに火がついた。睡眠関連商品がヒットする一方、円安や物価高により、高コスパ商品も人気だった。

今年のヒット予測は、〈1〉タイバ重視派の体づくり『コンビニジム』 〈2〉家具と家電のハイブリッド『ステルス家電』 〈3〉炭酸割りビール『カスタムビール』 〈4〉“味変”魔法のスプーン&おわん『エレキソルト』 〈5〉オールエンタメ超高層ビル『東急歌舞伎町タワー』…」/日経トレンド

睡眠関連市場に乗る

日本での睡眠関連市場は1兆6200億円。20代~60代の働く男女の8割以上が睡眠で悩みを抱えている。最も多い悩みが「途中で起きてしまう」で原因としては「仕事や人間関係によるストレス」が最多。

クリーニングも寝具関連をアピールすべき。●ふとん丸ごと水洗い(敷布団が狙い目) ●防ダニ加工 ●抗菌+防臭加工…など色々ありそう、布団に絞った宅配サービスも面白いのではないかと思う。積極的な販促活動をやってほしい。タレントに「寝具をクリーニングに出したら、布団がかるくなり眠りの質が改善した…」と言つてもらえるように。

人口減少

人口問題は、その国の文化や社会制度の影響が大きい。北欧など出生率の高い国は婚外子割合(デンマークやフランスは5割超)も高い。日本の割合は、2%強と韓国と並び最も低い水準だ。配偶者がいない50歳代は3割を超す。出生率は回復せず21年の人口は64万人減った。

将来を見据え、環境問題と同様、日本の人口問題は、国の制度、姿勢を明確にしていくことが大事だと思う。

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
□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/>