



上田商店 ニュース

vol. 186

令和6年8月5日(月)

制作：上田商店サークル会
AM8:00送信

暑中お見舞い申し上げます

覚悟はしていたものの猛暑が続きます。頑張って乗り切るしかありません。パリでは、100年ぶりの五輪が熱く盛り上がっています。業界も盛り上がってほしいものですが、クリーニング離れが進んでいるように感じています。特に家庭洗濯とクリーニングの違いを考えていかなければと思っています。掲載外に「クリーニング市場は、コロナ禍後は回復傾向だが以前と比較すると大幅減、段々厳しくなっている」という意見もありました。今回も、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			

—上田サークル会 例会報告—

新たな面や方向性の発見

毎週、日曜日の朝7:30から放映の「がっちりマンデー」で取り上げられていた「itamiarts inc」を取り上げてみた。

『価値ある広告を提供したい、そんな想いから「商売繁盛応援企業、日本一」というビジョンを掲げて25年。岡山から日本全国へ向け、SP(セールスプロモーション)商材専門のECサイトを開設し商品開発、利便性の向上、サービス改善を行ってきた。販促物全般の製造販売、広告の代表的な媒体の一つであるのぼり旗、幕、看板といったオリジナル大型SP商材の製造・販売を行っている。また、オンデマンド印刷や小ロット・多様なニーズにも対応している。』

試してみる価値がありそう、“のぼり”に鮮明な印刷による視覚効果などコスパの活用。新たな面や方向性を発見できるチャンスかもしれないと感じる。

「ヘルメットクリーニングプロ」

2019年から稼働している台湾で人気のサービス、ロッカー型の装置「ヘルメットクリーニングプロ」。8分間入れておくだけで、消臭や除菌が行なえるヘルメットのクリーニングマシンが日本初上陸。ヘルメットに加えてグローブも同時に洗浄できる。また、支払いは、電子マネー決済を採用。保守、管理は全てメーカーが行うので、設置するショップの負担はほとんどない。

本来の需要が減少してる分、詳細を確認の上、スペースなど、店との条件が合えば、こういったマシンに目を向けてみるのも“一考の余地あり”だと思う。

古着市場が世界的に急成長

2025年にはファッション全体の10%を占めると言われている。さらに28年までには3500億ドル(約54兆円)規模に達する見通しだ。リアル店舗からスタートしたリセール市場は、第2フェーズの「オンラインマーケットプレイス」の登場によって消費者の価値観が大きく変わり、第3フェーズの「ブランド公式リユース」へと進化している。日本でも、ここ5年で価値観が変化。第3フェーズへの移行が明確になっている。

ユニクロが服の循環を目指して進める取り組みの一環として行なっている「UNIQLO古着プロジェクト」。3月(東京)、4月(福岡)に期間限定POP-UPストアを設置し、古着の販売を開始した。

古着にはクリーニングは不可欠、流れに目を向けるべきだと思う。発信や仕掛けも必要だが、加工を含めて絡んでいけるのではと感じている。

業界全体での取り組みを

クリーニング離れが続く中、業界全体での取り組みが重要だと思っている。風合いや各種加工など、家庭洗濯との違いやクリーニングに出す意味付けなどを丁寧に訴えていくことが大切だと思う。例えば「礼服は、お清めの意味でもその都度洗いましょう。長期保管することの多い礼服は、防カビ・防虫カバーに入れてお返しさせていただいておりますので、次回の着用まで安心安全に保管していただけます」。…など

また、デジタルとアナログを絡めた販促活動をするのも大切。大きな効果が期待できるとしている。

今回も、 他業種情報を含め 提案をまとめました。

回転寿司店の選択基準

回転寿司店を選択する際に、どのような観点を判断基準にするのか(複数回答)、第1位は、「値段が安い」。2位「家や外出先などの近所」、3位「ネタが新鮮」、4位「ネタの種類が豊富」、5位「タッチパネルで注文」、6位「店内に清潔感」、7位「駐車場」…となっている。

気になる「タッチパネルで注文」。業界最大手のスシローでは、テーブルと垂直に巨大なモニターを設置、映像で流れる寿司が映し出される。顧客はタッチして注文、従来の回転寿司に近い楽しみ方ができる。景品がもらえるミニゲームもあり好評を得ている。

店に行く理由は、クリーニングと似ている点がある。業界もデジタル・AI・ロボットの活用など、お客様が来て楽しめるものがあってもいいのではと思っている。

広がる“リテールテック”

“リテールテック”とは、リテール(小売)とテクノロジー(技術)からなる造語で、小売業にIT技術を導入し、流通の在庫管理、さらには商品陳列に至るまで、小売業が直面する課題解決を図る取り組み。デジタル技術を小売りの店頭を活かす人工知能(AI)カメラやデジタルサイネージ(電子看板)を活用した新たなマーケティングが進む。静かな田園地帯のディスカウント店では、約300坪の店内に、41台を設置し、様々な情報の映像によって購買を促している。

クリーニングでも、人手不足対策や工場の情報提供などに、AIをうまく活用することでイメージアップにもつながるように感じている。

「ネジチョコ」遊び心で新販路

チョコレートで作られた縦横22ミリのボルトとナットには溝が刻まれ、本物同様にカチッと締まる。2016年の発売以来、「鉄の町」北九州を象徴するテッパンの土産物となった。ネジを基幹部品にした遊び心ある商品開発で新たな販路を探る。5個入りで540円と高めだが、面白さが受けて初年度(16年)の売上高は3000万円。23年度は1億8500万円で、3年後に5億円を目指す。日本航空とのコラボで生まれた「メカサプレ飛行機セット」を23年に投入。今秋には自動車メーカーとの共作で「メカサプレくるまセット」の販売を始める。

アイデア次第! 楽しみながらやっている。クリーニングも色々な面白いものができないものかと思っている。

高速移動技術の普及

リニア中央新幹線(50年)や空飛ぶ車(20年後半、商用運航)などの高速移動技術が国内外で普及する見通しだ。東京と大阪は片道1時間で結ばれ、首都圏、中京圏、近畿圏を合わせた約6000万人が住む巨大都市圏が誕生。産業・経済、文化や暮らしに大きな効果が生まれる。

クリーニング業として大阪・関西万博やIR関係企業とタイアップできないものかと思う。地元にあるものを生かしていければ、いずれ自社に帰ってくるように感じる。

指定洗濯物

指定洗濯物とは、伝染病の疾病により、汚染されているおそれのある洗濯物のこと。クリーニング事業所では、指定洗濯物は理学的方法や科学的方法など洗濯前の細かい消毒方法が義務付けられている。また、業界団体では、洗濯後の衛生品質に対して自主基準を定め管理している。

ホームクリーニングの衛生基準はどうなのか? クリーニングと家庭洗濯の違いを理解して頂くのも業界として重要なことだと思う。

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
☐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/>