



# 上田商店 ニュース

## vol. 187

令和6年10月15日(火)

制作：上田商店サークル会  
AM8:00送信

## やっと、待望の秋がやってきました

記録的、歴史的な猛暑、自然災害に見舞われた長〜い夏でした。しかし、ドジャースの大谷選手の本場メジャーリーグでの記録的、歴史的な活躍には驚嘆しました。「本塁打50-盗塁50」の記録は、100年は破られない金字塔だと思っています。来月早々には、米国の大統領選挙、日本では、党首選を経て、新内閣が誕生しました。ボーダレスな時代、今後の日本の舵取りを少しでもいい方向に導いてくれることを願うばかりです。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



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。

### 接客のNG行為と改善策

飲食店の接客スタッフのNG行為と改善策。参考になると思われるものをピックアップした。

◆やる気のない挨拶をする：店に抱く第一印象となり、評価に影響する。◆返事をしない：人によっては無視されていると感じてしまう。◆あくびやくしゃみをする：目の届かない場所でするように心がける。◆不愉快にさせる笑い方をする：誤解を生んでしまう可能性もあるので注意。◆不平等な態度やサービスをする：常連客か新規客などで対応を変えるのは御法度。…

業界の落ち込みはひどいけど、今こそこういった事に注意し些細な事でもやっていくことが大切だと思う。

### 「逆風の正体と現在の“営業努力”」

町のクリーニング店が減っていく…「逆風の正体と現在の“営業努力”」と言う東京新聞記事の要約。

『四半世紀前の半数以下を割り込んでいる。逆風は、バブル期を経て、節約志向、洗濯機や界面活性剤のレベルアップ。クールビズ、ファストファッションの流行…等。

厳しい状況の中、昨年の売上げが過去最高を更新した店では、理由として「近隣の店の廃業で顧客を任せられた」。「価格の引き上げ」、染み抜き機材の導入など「技術の向上」を図った。そして、新たな顧客の開拓には、ホームページやGoogleマップなど「情報発信」が重要と語る。』

### 労働安全衛生規則が改正

トラックでの荷役作業時における安全対策が強化された。これまで最大積載量5トン以上の貨物自動車を対象だったが、新たに2トン以上5トン未満の貨物自動車でも、荷役作業時の昇降設備及び保護帽の着用が義務づけられた。テールゲートリフターの操作者に対し、労科教育4時間、実技教育2時間の安全衛生に係る特別教育が必要となるなど、労働安全衛生規則が改正された。=要参考=

### Googleマップを活用

「日本の縮図となるような形で『お店を探す際に何を使って調べる?』の調査結果。トップはGoogleなどの検索エンジン、次いでGoogleマップなどの地図サービスだった。Z世代ではSNSの割合が高いが、それでもGoogle検索の方が使われている。Googleマップの利用者は年々増加、店舗情報を登録しておくことは集客するうえで必要不可欠。」

クリーニングでも集客効果の期待できるGoogleマップを活用した販促にも、力を入れるべきだと思う。店舗情報の充実、常に最新情報に更新する。また、写真や動画を多用することが大切だと思う。Z世代が社会人になった時は、より効果を感じるように思う。

### 世代間でのタイパ意識の違い

世代間でのタイパ意識の違いについての調査結果。意識して行なっている事は、Z(10代)世代は、男女とも大多数が「メディアコンテンツ視聴関連」(以下【A】)。20代では、【A】も多いが「ネットショップ利用」(以下【B】)など買い物関連が挙がってくる。30~50代のミドル層では、【A】も上位ながら、【B】に加え「家事の時短を目的とする項目」も挙げられた。男性40~50代では、「リモートワークの実施」が上位に挙がり仕事面でのタイパ意識が窺える。また、タイパ効果を得られている項目では、全体で「乾燥機能付き洗濯機の利用」など家事関連が上位だった。

共働き世代が増えている現在は、相場と効率、コストの中のタイパを考えることが重要だと思う。

### 需要に供給が追いつかない

東大阪のホテルでは、大阪・関西万博やインバウンドの増加を見込み、館内にコインランドリーを設置。また、併設する系列ホテル1階には、同ホテル客室のシーツやタオルなどの洗濯・仕上げを行うリネン工場を開設する。また、大手リネン会社では、日々のリネン費を、画期的な「セル(細胞)方式」により大幅に低減する。コンパクトなリネン工場をホテルから30分圏内の場所に設置する「セル方式」は、大都市に集中して存在する宿泊特化型の施設に最も適している。

大手コインランドリー事業社では、「建物のユニット化」に基づき丈夫で移設可能なコンテナ型セルフランドリー店舗の展開を行う。また、同様のコンテナを活用したコンテナ型ホテルの供給もする。

インバウンド増加は良いことだが、こういった取り組みは、人手不足で需要に供給が追いつかない対応策。業界にもチャンスがあるように思っている。

### 生活者目線での支援

「Tシャツの洗濯頻度」と「シーツの洗濯頻度」についてアンケート調査。「Tシャツ」は、毎回洗うが約9割だったが、昨年NHKで、洗濯のプロ・茂木康之さんのしまい洗いワザ「夏の匂い&黄ばみを取る!」が公開され話題になった。「シーツ」は、最多は1週間で31.7%、1ヵ月以上が38.4%。理由としては、「頻繁に洗う必要を感じない」「面倒」「除菌スプレー使用」など。

“業界の技術”や“面倒さの緩和”、布団・枕などを含めた生活者目線での支援が重要だと思う。

### “若者の〇〇離れ”ランキング発表

メディアでよく話題となる“若者の〇〇離れ”。技術の進歩や文化の発展により、年々生活様式は変化している。今の『若者の興味・関心について』、全国の20代男女への調査結果のランキングが発表された。

『興味・関心の低いもの』(複数回答)では、1位:ギャンブル(63.3%)、2位:タバコ(60.7%)、3位:クルマ(39.2%)、4位:投資(36.3%)、5位:お酒(30.0%)。逆に『興味・関心のあるもの』(複数回答)では、1位:音楽(56.6%)、2位:ファッション(46.3%)、3位:料理(42.3%)、4位:映画・演劇(36.0%)、5位:ゲーム(30.7%)となっている。

2位のファッションへの興味・関心に注目している。世界的に古着の好況など、若者の興味の変遷にクリーニング業界も生き残る道があるように感じる。

### 防災とからめた販売促進

災害大国の日本では、普段からの対応策が肝要。防災・緊急避難セットなどの備えも重要だが、冬場は特に服が不足する。クリーニング(日付を記入)して備えておくのも大事なことだと思う。

また、オリジナルパッケージに対応した携帯トイレ(ハガキよりひと回り小さいサイズ)は、安価で差別化が図れる効果的な販促物としても使えそうに思う。喜んでもらえるノベルティーとして、話題性や宣伝効果も長く、広告媒体として活用するのも面白いと思う。

地域に密着したクリーニング店の存在、防災とからめた販促がありそうに思う。

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/>