

「しゃべり場」第1回目

事前登録者に開催案内

前号でクリーニング業のオンライン会議「クリーニングしゃべり場」(自由討論会)のスタートを報告し、参加希望や問合せをいただいているが、進行上の確認やルール作りについて検討すべき点もあり、11月3日17時から開催した第1回目の「クリーニングしゃべり場」は、企画運営を行う4者のみで開催することとなった。(お申込み及びお問合せを頂いた皆様には、心よりお詫び申し上げます)

なお今後の「しゃべり場」開催については、登録パターンにより事前登録をしていただき、開催日が決定したら登録者にメールでお知らせし、当日都合のよい人が自由に参加できる形にしていきたいこととなった。登録料・参加費は無料で、登録は随時受け付けていく。

第1回目の「しゃべり場」は、(有)ブルースパイス代表取締役の岸和浩氏の司会進行により、様々な話題について、ざっさくばらんに語り合った。内容を抜粋して紹介する。

枕クリーニングの現状 消費者ニーズを調査中

最初に話題となったのは、近年クリーニング流通新聞でも頻りに取り上げられている「枕クリーニング」について。まずは本紙・企画部宮崎が、枕クリーニングの現状と製品メーカーの課題、消費者ニーズなどについて報告。寝具メーカー(株)西川によると、洗いのニーズ



があるのは確かで、メーカーも「ウォッシュャブル」などを発表しているが、ビーズの枕などは乾燥が不十分でカビが生えるなどの問題も起こっていること。さらにメーカーでは既に洗濯表示がなかったり、多くの枕に洗濯「X」の表示をしていることもあり、「洗いの

習慣」が全くできていないこと。西川のアンケート調査によると、消費者が枕を洗いたいが洗っていないのは「洗うと、その晩使う枕がなくなる」と「カバーを愛しているから大丈夫だろう」というのが大きな理由とされていることなども語った。

洗練代表の渡邊氏は、ビジネスホテルでも現在が安いビジネスホテルと高級ビジネスホテルの二極化が進んでおり、高価格帯のホテルではパウダールームにダイソンの高価格帯のヘアドライヤー

がスプリ並んでいる。高級枕が売れているのもわかるし、一般家庭でも

値引きには理由が必要 年間通じた販促計画も

(有)ブルースパイスの岸和浩氏も、少し前から理由があれば高いものも買おうだなど思っていた。販促の話をする時、値引きするのでも理由が必要。付加価値は当然理由があるが、値引きの時、なんで値引きするのか、なぜ今日なのか、理由がない。お客様も理由がある。お客様も理由がある。動機が異なる。相手にモチベーションを持たせるキッカケが販促になってくる。クリーニングの日に何かやったら尋ねている。反応があまりない。景気が悪いので安売りをやめようという話もある。景気に関係なく割引

とすることも相談に行ったが、そこは8万円だった。結局あえて高い8万円の所に決めた。なぜ最安値の5万円の安いに頼まず、高い8万円の所に決めたかというところ、いくつか要因があるが5万円の所はまず不親切だった。専門的ではなかった。傷もよく見ず、ものの5秒ほど見ただけで5万円の見積もりが出された。しかも明細がなく何がいくらかかわらなかった。これに対して8万円の工場は、ま

車の物損事故で再確認 納得すれば対価は払う

高価格帯の話が出たところで、渡邊氏の車の物損事故の話になった。渡邊氏は高級車の洗いを仕事としており、シエラの仕事もしている。そうしたこともあり、機能や訪問先・納品の事も考慮してBMWのミニクーパーのクラブマンSDという新車を購入したが、この車が事故に遭い修理の会社を探した。早々に修理するため見積りをとったが、なる

べく安い所がいいと思いい、数社に見積もりをとった。すると安い所(カーコン二倶楽部)で5万円、ディーラーに頼むと20万円の見積もりだった。車検に出していた



に話が及んだ。「ワイシャツを集めれば他の品物も出る」ということから、いまだにワイシャツの過激な値引き合戦が行われているが、これはもうそろそろ時代遅れではないか。確かに自身が消費者として考えた場合、ワイシャツを出す時に他の品物がないかを考えて出す

デパートに人がいない アパレルも撤退続く

激安弁当店の高額弁当からデパートに話が及んだ。クリーニングオンラインが、百貨店に限らないが、百貨店に限らないが、外に出ないから服をわざわざ新調はしない。結構厳しいのではないかと。実際アパレルも撤退が多い、といったことが語られた。

と、100%以上に元に戻った。先日テレビの報道番組で激安弁当店のことをやっていて、1個350円の激安弁当の店は何故か2800円の高級弁当も売っていたが、数ほど高額弁当のほうが高額が高いそう。今回の物損事故も同じ事がいえる。顧客の立場になっていない所には安くて頼む気にならなかった。消費者が欲しいものであれば高価格帯でも売れるのだということをあらためて思ったということも語った。

次会以降の「しゃべり場」

参加の前に事前登録を「クリーニングしゃべり場」へ参加希望の方はクリーニングオンラインのサイトにアクセスすると、登録フォームが用意されている。このほか「クリーニングしゃべり場、希望」と書いて次のアドレスへメールすると、参加案内が送信される。CYL05567@nifty.com

参加方法について不明な場合は、電話042・667・5169、FAX042・667・7469(有)ブルースパイス岸和浩氏まで。

情報プラス[クリーニングしゃべり場]

クリーニングしゃべり場:登録フォーム

お名前
回答を入力

会社名
回答を入力

ご住所
回答を入力

登録メールアドレス
回答を入力



※クリーニングオンライン/ホームページの「情報セレクト」→「情報プラス」を開くと、しゃべり場の登録フォームがあります。

クリーニングしゃべり場は、クリーニング業界のさまざまな話題や課題等について、情報交換を行うオンライン・ミーティングです。オンライン・ミーティングに慣れていない人も気軽に、練習感覚で参加できるよう、自由におしゃべりできる場として企画しました。

クリーニング業界の関係者の方は基本的に誰でも、無料で、好きな開催日に参加できます。少人数でも開催します。

※クリーニングしゃべり場は、Zoom ミーティングで行います。