いるお客様へ渡すという し、子供服を必要として に集めてクリーニング なくなった子供服をお店

もっとお客様の身近な存在になるため

てもらっている。1つ目

行動からできるものをし として、3つの具体的な

は、地域貢献。トイレや

カサの貸出、

休憩スペー

た。内容は以下の通り。 ーニング店が変わる! 誠氏が「イドカバネットでまちが変わる! に行われた研修会では、ゼンドラ㈱代表取締役関 先月8日に、かなめ流通グループの総会ととも をテーマに講演を行っ

作成し、

新聞

イドカバの地域貢献活動

osagaRe

お・さ・が・り

スを代わりに ドラがリリー

とって、「カバ」は水辺の 力強く、集団で行動する は、「イド」は井戸端から 動物であり、クリーニン イドカバの名前の由来 とても賢く、 を売るのではなくて、コ トを売る。コトを中心と ている。これからはモノ グを利用するという以外 てもらうことを色々考え にクリーニングと関わっ リースは 届けているリ 量が消費者に で レビ局や新聞 いる。今はテ 社やTVラジ る活動をして オ局に配信す 洗うに 家

る、メニューの告知の中 グ啓蒙。ドライの消費者 認知を高めることや、 やっていきたい。 して、あとからモノに仕 洗濯のしかたなどを伝え 濯のプロとして家庭での 2つ目は、クリーニン いくということを り支援」というリリース ということばかり。これ が新聞の社会面に載った を消費者に伝えていきた さんを使うともっと快適 になりますよということ からは、クリーニング屋 節約するには かかっておらず、ドライ 忍んできた。 行ってきてなんとか耐え 下がり続けた。クリーニ 値を売ることや単価アッ プ、 しかし、 うグの支出減に歯止めが 新メニューの

売上は22年間

があるが、集団で行動し グ業界にも数多くの組織

メージを重ねている。 ていくネットワークのイ

イドカバネットのお店

るといったことなどを継 なら積極的にアピールす や鞄、皮革を扱っている で服だけではなくて布団 人数が増えるわけではな ている理由は、高齢者の こともある。 現在、高齢化と言われ

としてosagaRe 他には、子育て育児支援 スやWiーFiの設置。

(お・さ・が・り) とい

果的だと言える。 くるから、店頭で実際の ると食い付きが変わって 工程を見せたり、ビフォ 大切だ。また、目に見え 続してやっていくことが ーアフターを置くのは効 3つ目は、 衣類の無料相談 Ę 界が危惧しなければいけ もさらにずっと同じペー よって高齢者の比率が上 だ。生産年齢人口は今後 が一番、クリーニング業 スで減り続けていくこと がってくるということ 歳)人口の極端な減少に 生産年齢(15~65 いる。 の事例として、一般社団 イドカバの活動の一つ

を受けたり に衣類にまつわる教 学校に行き子供たち 育活動をする。 確保が難しくなる原 減少が売上ないし、 ないところである。元

のクリーニング店の への販促支援とし イドカバ参加店舗 イドカバネット ろんな勉強会・研究会を 業界の現状は、 ービスを向上させて、 して接客の向上、 今までのクリーニング

▶関誠氏

いくなかで、水洗いやそ の他色々な洗い方の工夫 洋服がどんどん蔓延して クリーニングがいらない 対数確保と充実が不可欠 おいては、若者たちの ようにするという部分に 10年経った後もクリーニ いうのも大切。しかし、 ングを使っていただける

にどう対応していくかと

▼クリーニングに来店する年齢の割合

問題となり、ここをなん 中に置かれている一番の

さんある。クリーニング

えたら、困ることはたく

店もなくては困るという

とかしないといけない。

につなげていきたい。 てクリーニング店の売上 **機械・資材の販売を行っ** クリーニングの来店客 製品の開発や

紹介されているサービスは事例で、すべてのお店で行われているものではありません。

若者はその半分くらい 倒的に多く、20、30代の の割合は、40、 クリーニングも「洗いま た。これと同じように、 谷の街をぴたっとおさめ びかけ、混乱していた渋 はなかった語り口調で呼

代が30、40代になる。今 やらなければいけないの たらどうなるか。20、30 だ。これが5~10年経っ お金を持っていると かあるのではないかと思 けではなくて、他になに しょう」と普通に言うだ

もらうことや、 にクリーニングを使って 店の数はおそらく減って これからクリーニング

まる若者たちに今までに 決まった瞬間の渋谷に集 のワールドカップ出場が DJポリスは、 サッカー 少し前に話題になった

いくだろう。 i-ffnl(a)

うやってお手伝いしてい くのではないか。 かないと、細々としてい クリーニング店さんにど くかというのを考えてい 私たちも、 が減って、 ないよと言われたらお客 いく、資材が売れない、 とになる。これが業界の 機械が売れないと たちにクリーニン

売上が

減って

をつくってあげることを

イドカバネットとしてや

お客様の相談役になり、

まちの情報ステーション

てくれた、というように る、こんなお店を紹介し

客様がつながるきっかけ

いうこ

っていきたい。

世の中でコンビニが消

になっていこう。

グ必要

する。クリーニングとお

相談したら解決してくれ

いう願いからだ。クリー

ニング店も困ったことを

るということをアピール 店がクリーニング店であ はイドカバネットの加盟 ないように、クリーニン

グ店を利用してもらうに

客様の生活拠点の「ステ 利なストアではなく、お

ーション」でありたいと

訴えても出すものがない

と言われる。そう言われ

た。その理由は、単に便 ョン」をスローガンにし

そしてさらに…これが現実です

	20ft	30ft	40ft	50代	60ft	70 1 t	合計
来店客実数(人)	208	380	520	523	342	125	2098
構成比率(%)	9.9	18.1	24.8	24.9	16.3	6.0	
構成比率(%)	28.03		49.71		22.26		

あなたのお店は、若いお客様のご来店、いかがですか?どうですか? 若者客の絶対数確保・拡充

> うという考えだ。若者に 存在になれるようにしよ

ビニは、「ストア」から

「マチのほっとステーシ

クリーニングに出してと

りもっとお客様の身近な

をもっと身近に」であ

ーマは、「キレイと便利

イドカバの一歩目のテ

る。5年後10年後、今よ

困ったを解決できるお店

になってほしい。例え

ば、ローソンというコン

うカテゴリーであらゆる

い。衣食住の「衣」とい 部分にならなくはいけな

イドカバからのメディアリリース

イドカバでのネット集客戦略

クリーニング店の営業サポートを thill this 利用社 TVラジオ局 雑誌社 出版社 インターネッ 情報提供 リリース作成 イドカバネットのお店 イドカバの参加店舗への販促支援 ゼンドラからマスコミ各社へリリースを積極配信

ていければなと思う。 流を深めていくことをし 行うことで地域の人と交

メディアから入る取材依頼もイドカバ参加店舗で共有

げる、また、イベントを のだ。募金の活動も行っ 黄色いリボンキャンペー Uが考えている狙いは、 しては、販売促進につな ている。クリーニングと 子に愛の手を、というも 家族である

ことを

誓う日 ノで贈り物をして、良い しよう、両親のいない イドカバネットとMF

人々に生きる喜びと感動 水ン人と便利をもっとのはない TF tritial of Clean Life Partner ころもとココロのキレイパートナ

洗濯物に黄色いリボンをかける

を提供し続けることを目

が企画する父親の似顔絵

作品応募窓口をクリーニ

カサ田貸し出し

や作文のコンクールへの

というものだ。

アパレルの店頭でこの

これは、

イドカバ

ネット

なぜ父の日なのかとい

ゼント化する。これもモ

様にクリーニングをプレ

いこうという企画の一つ

ノではなくコトを売って

化して売上を獲得しよう

ようと黄色いリボ

シキャ と交渉して今年から始ま

半が女性。家族からお父 それを出しにくるのは大

ンペーンに相乗り

した。

ーニングの店頭でも集め 0点集まる。 それをクリ

の販売促進としては、ク

ーニングをプレゼント

ングの店頭で行う。自社

父の日の作品は約

6 0 0

のクリーニング店舗が1

うと、クリーニングの7

割は男性服が出ていて、

00店舗超えた時に、

「ぜひ、やりましょう」

ンを通じて、広くライフ スタイルの向上、 ペーンというのを始めて 緒に黄色いリボンキャン ョン協会 (MFU) と 生活環境といった視点で 法人日本メンズファッシ メンズファッショ 日を啓蒙しようという組 ザーズ・デイ委員会 的としている。 ントする企画や、FDC クリーニング品をプレゼ へ黄色いリボンをかけて お子様や奥様からお父様 織がある。活動としては、 下 MFUの下に日本ファ FDC) という父の

rithiliant-(迷っている消費者への橋渡しを) クリーニング店舗での ロゴや販促物を見て... イドカバロゴを見た人々の次の行動はネット検索。 イドカバ参加店舗リストを公式ホームページ上に掲載。