

GBPA世界コンテスト2020イノベーション賞受賞

世代と共感して躍進する中国・ミスターシューズ
画期的なアイデアと技術革新で靴クリーニング専門240店舗を展開

一般社団法人日本テキスタイルケア協会提供 <https://www.textilecare.jp/>

時代の変化に積極的に対応した新業態を創造する中国の若き経営者がいる。
ミスターシューズは、靴専門のクリーニング事業を創業し、わずか8年で中国全土に 240 店舗のフランチャイズチェーン展開を実現し、このたび、世界で最も権威ある世界最優秀事業実践賞（GBPA）のイノベーション（技術革新）賞を受賞した。日本の保守的な事業者には、新しい世代のハイブランドスニーカーに対する価値観は理解しにくいかもしれない。世界のプロフェッショナル・テキスタイルケア（PTC）事業者は、社会ニーズの変化に対して柔軟にビジネスモデルを開発している。

ミスターシューズは中国に 240 店舗のフランチャイズチェーン店を展開し、573人が雇用され、62人の経営管理チームによって運営されている。中国の市場の急速な PTC の発展の中で、ミスターシューズは 2012 年から靴専門クリーニングのマーケットサービスにフォーカスして、靴のクリーニングとリペアのための技術と生産プログラムを開発し、世界でも全く新しいブランドのビジネスモデルを立ち上げたといえる。

創業から7年後、同社は手作業による靴洗浄から機械化されたインテリジェントな靴洗浄方式に転換した。これは世界初のビジネスモデルとなったといえる。彼らは人手に依存しなければならなかった従来の限界を打ち破り、大規模で質の高い生産を実現することができたとしている。



ユニークなビジネスモデルを印象付けるショップイメージ

■革新的なビジネスモデル

- この事業の基本的な収益モデルは、以下の収益ソースに基づいている。
1. ブランドフランチャイズロイヤリティ：契約時および年次ブランドライセンス料。
 2. 資機材購入料：機器、工具、資材およびマーケティング及び販促材料。
 3. 注文手数料：本社のインターネットシステムを通じて顧客のオンライン注文がサブランチに提供され、各注文の本社手数料。
 4. 研修料：サブランチで新しい技術者を雇った後、彼らは本社で訓練を受ける必要があり、サブランチは本社にトレーニング料を支払う必要がある。



中国全土に展開するフランチャイズネットワーク

■技術革新による独自性の高いブランディング

- 同社は、一連の技術革新を誇りにしている。
1. カラーマッチングの機械化：革靴の色に関する修整は、高い精度を必要とするので、中国市場の革靴の色に関するカ



- ラーペーストのブレンドと混用率のための独自のカラーデータベースを開発した。
2. カラーマッチングのための光源管理：色彩は環境の光源によって大きく影響されるので、正確な色の効果を比較することができる複数の光源を持つ正確な光源ボックスを開発した。
 3. RFID 自動インテリジェントショー洗濯機：300 以上の洗浄プログラムによって、異なる材料を持つ様々な靴を自動的に洗浄する装置を開発した。人間の労働を減らし、標準のパッチ管理を実現し、安定的な品質管理を実現した。また、機械化によって労働環境の細菌汚染も防ぐことができる。
 4. 特殊処理のための半自動洗浄：特殊で頑固な汚れに関しては、衣類に対するしみ抜き技術を参考にして、装置にプログラミングし、異なる条件下での特殊な汚れに応じたスチームと噴射による洗浄装置を開発した。

■未開発のマーケットを創造し革新する

1. 若者の価値観にフォーカスする：ミスターシューズは創業以来、新しい感覚の若者層のハイブランドスニーカーにフォーカスし、その価値観を共有することによって市場開発をおこなった。これは、従来の運動靴という認識しかないクリーニング事業者が、ブランド価値へのユーザーの思い入れを欠くという問題を解決した。
2. 宅配による集配サービス：2012 年の創業以来、ユーザーはインターネット・オンラインによる無料のピックアップと配達のためのシステムを利用できるようにした。現在、ミスターシューズは、毎月固定的なコレクションデー（集荷日）を設定して、担当者が訪問してクリーニングや修理の必要な靴を集荷する。

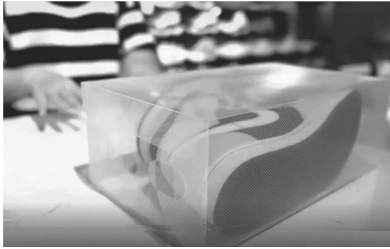
■優れた顧客管理は明確に定義されたターゲットから始まる

顧客開発と管理の成功は、マーケティングおよびコミュニケーションのイニシアチブと同様に、明確ターゲットを定義したことによる。ミスターシューズのターゲットユーザーの年齢は 18 歳から 35 歳としている。彼らの趣味嗜好は、ファッショナブルでモダンで限定的で国際的なブランドであり、シュプリーム、エア、ジョーダン、YEEZY、Y-3、GUCCI、LV、ジバンシィ、バレンティノなど 1 足あたり 2,000 元（30,000 円）以上の靴を購入することを誇りとする若者層である。

靴の品質はまた、洗浄ブランドを選択するための特定の要件が付属している。したがって、店舗はファッショナブルな魅力があり、品質と良好な態度でお客様にサービスを提供し、大きなブランドの人気を持ち、利便性を提供するものとした。



ファッションショップのような店舗



仕上がり品はおしゃれなパッケージングで納品

一般社団法人日本テキスタイルケア協会公式教本

紳士服整形仕上げの基本

定価8,000円(税別、送料300円)

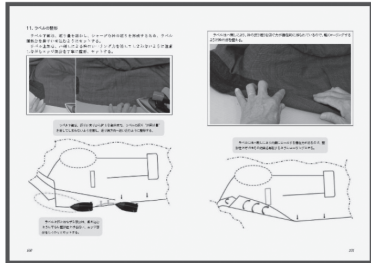
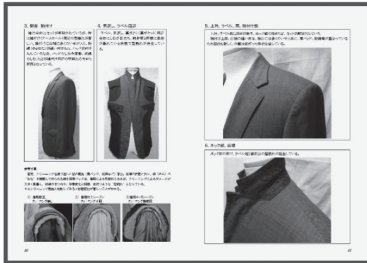
ウエットクリーニングで必ず紳士服は変形する—整形仕上げを知らずに仕上げることはできない

A4 版全ページカラーオフセット印刷 156 ページ 別冊付録：繊維製品関連用語集 32 ページ

第1部 紳士服の構造・立体化と縫製の概要
第2部 整形仕上げによる復元技法
【別冊付録】
繊維製品関連用語集
紳士服外観保持性標準写真



著者：三島良弘
三島アパレル技術研究室 主宰
1級紳士服製造技能士
繊維製品品質管理士(TES)



KNM GROUP
かなめ流通グループ

〒101-0043 東京都千代田区神田富山町 8 番地アツミビル 6 階
電話 03 (5295) 0135 FAX03 (5295) 0130

一般社団法人日本テキスタイルケア協会公式教本
紳士服整形仕上げの基本

三島 良弘 著

Tailored
PRESS



一般社団法人日本テキスタイルケア協会