

# 利用2位の「礼服」に割引は必要か!?

## 〈本紙記者が体験〉よく分からぬセールで半額に

（1面から続く）

左のグラフは、ク店に出す品物を尋ねたもの。出典はナビットの1000人アンケートだが、複数回答可のため、回答数は2877となる。

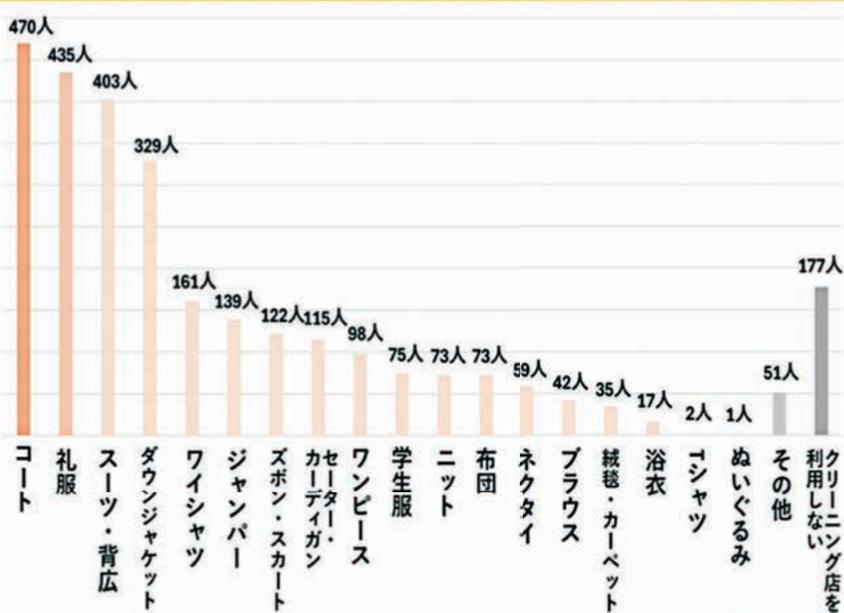
トップは「コート」で470人、2位「礼服」435人、3位「スーツ・背広」403人、4位「ダウンジャケット」329人。

「クリーニング店を利用しない」は177人。記者は昨秋、身内に不幸があり久々に礼服を引っ張り出し、着用後、家族の分と一緒にクリーニングに出したのだが、

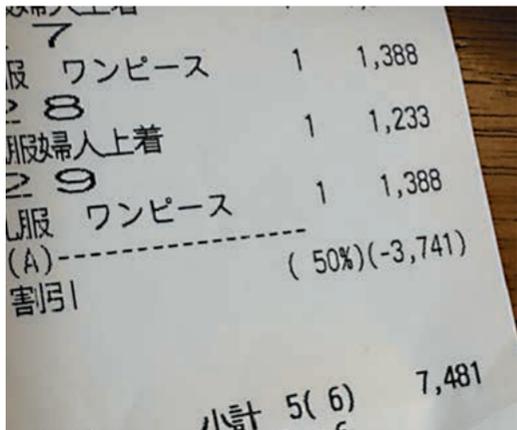
「クリーニング店を利用しない」は177人。記者は昨秋、身内に不幸があり久々に礼服を引っ張り出し、着用後、家族の分と一緒にクリーニングに出したのだが、

「クリーニング店を利用しない」は177人。記者は昨秋、身内に不幸があり久々に礼服を引っ張り出し、着用後、家族の分と一緒にクリーニングに出したのだが、

⑦店にどのようなものを出しますか？(複数回答可)※回答数:2,877



NAVIT CO., LTD. www.navit-j.com



◀昨秋に出した記者家族の礼服。半額は嬉しかったのだが...

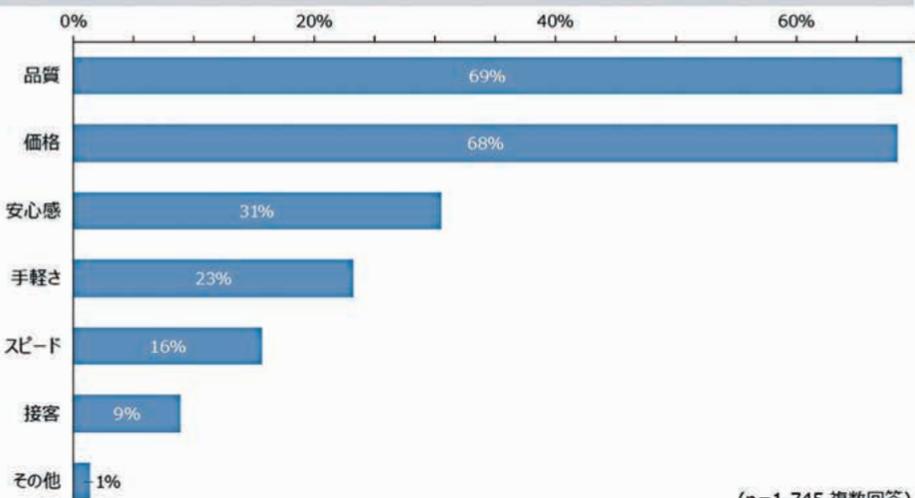
そのダウンは、もはや防寒衣類の定番アイテムとなっており、着用期間は3〜4か月に及ぶもの。しかし、中間洗いをする人が1割というのには、寂しいし、もったいない。いかに汚れていても、防寒効果も低下してしまうかをしっかり発信し、閑散期となる1〜2月に中間洗いをする人を増やす取り組みは必須であろう。



◀利用4位の「ダウンジャケット」だが、中間洗いをする人は1割程度に(写真はイメージ)

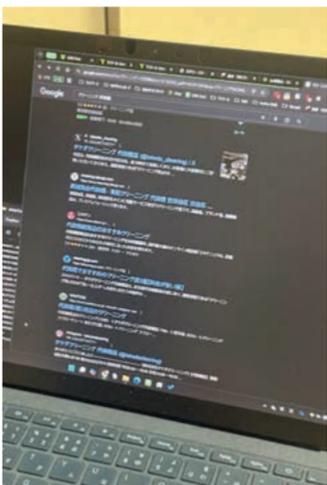
## ク店の条件、品質と価格に二分

Q. クリーニングでこれは絶対に外せないと思う条件は何ですか？



右のグラフは、「クリーニングでこれは絶対に外せないと思う条件」を聞いたもの。こちらはフリーアンケートの調査で、回答者は1745人だが、複数回答可の設問となっている。結果は一目瞭然、「品質」と「価格」の2つが約70%で並んで突出している(次位は「安心感」の31%)。しかし、実際に

結果は一目瞭然、「品質」と「価格」の2つが約70%で並んで突出している(次位は「安心感」の31%)。しかし、実際に



新たな顧客を呼び込むために、デジタル戦略は必須となる

## どちらを重視か明確に発信を

「品質」と「価格」の2つが約70%で並んで突出している(次位は「安心感」の31%)。しかし、実際に

は珍しくなってきた。コロナ禍を経てクリーニングに対する目撃感が増している。2位以下は「料金が高いと感じた」31%、「他のク店に乗り換えた」28%、「品質に満足できなかった」19%、「自宅で洗濯・ケアできるようになった」16%、「接客明確に発信しなかった」11%、「クリーニング自体の利用頻度が減った」11%と続く。