

KYOTO SeeL シールつうしん 通信

第41号
平成13年6月1日発行

発行所
財団法人 京都府生活衛生営業指導センター
〒606-8221 京都市左京区田中西樋ノ口町90
TEL(075)722-2051・FAX(075)711-6123

編集発行人
山岡 景一郎
編集担当：福島真弓

* see l (シール) は「生活衛生営業指導」の頭文字をとった当センターの愛称です。

平成13年度 クリーニング師研修及び業務従事者講習の開催について

クリーニング業法(昭和25年法律第207号)の規定により、クリーニング師及び業務従事者は、都道府県が厚生労働大臣の定める基準に基づき、クリーニング師の資質の向上及びクリーニング所の業務に関する知識の修得・技能の向上を図るための講習を3年を超えない期間ごとに受けなければならないことになっています。

今年度も次の日程で開催いたします。クリーニング師はもとより、クリーニング所の業務従事者(取次所を含む)も、該当される方は必ず受講して下さい。

(1) クリーニング師研修・・・・・・・・・・・・・・・・・・受講料5000円

開催年月日	会場
平成14年 2月17日(日)	本能寺文化会館 (京都市中京区御池通河原町西入)

(2) クリーニング業務従事者講習・・・・・・・・・・・・・・・・・・受講料4500円

開催年月日	会場
平成13年12月 2日(日)	京都社会福祉会館 (京都市上京区堀川通丸太町下る西入)

修了ステッカーを貼りましょう

お客様への安心の証



研修や講習を修了された方には、修了証書と左のようなステッカーをお渡ししています。

新しい知識を習得し、技能の向上を図った証としてステッカーを店頭へ貼付してください。

お申込みなど、詳しいお問い合わせは
(財)京都府生活衛生営業指導センターまでお願いいたします。
電話(075)722-2051

生活衛生営業工夫事例紹介

平成12年度活性化事業として、全国的に「経営の工夫事例調査」が行われました。調査対象は、「旅館業」「クリーニング業」「興行場営業」の3業種の中から、経営上の諸問題について、有効な対応策を実施することにより、業績の維持・向上等、安定経営に努めている企業にご協力をいただきました。

6月に調査をまとめた「工夫事例集」が出来上がりましたので、ここではその冊子に掲載されている中から、近畿ブロックの工夫事例に注目して、まとめました。

今回は、「クリーニング業」の工夫事例のご紹介です

問題点

1位	客単価の低下・値上げ難	問題点のキーワードは、「売上・客数の減少」、「経費の増加等」、「雇用問題等」、「その他」の枠組みで17項目があるが、「売上・客数の減少」を問題点に挙げる企業が多い。
2位	大企業の進出	

調査対象となったクリーニング業の企業は、立地や規模にばらつきはあるものの、問題点となっている事項は、どの企業でも「売上の減少」である。要因としては、「不況による客単価及び客自体の減少」と「大手チェーンの進出による固定客の減少」が1位・2位を占めた。客単価減少、客離れの背景には不況だけでなく、<家庭用洗濯機の大型化・家庭用洗剤の変化><固定客の高齢化>を挙げる企業もあった。

工夫例（何について工夫したか）

1位	営業活動	工夫内容のキーワードは、「商品・サービス」「設備」「原価・財務管理」「人・組織」「営業活動」の6項目があるが、「営業活動」と「商品・サービス」を見直した事例が多い。
2位	商品・サービス	

効果が上がった工夫事例を以下に紹介します。

営業活動の工夫

1・顧客管理の充実

- ・会員制の導入
- ・パソコンによる細かい顧客管理（利用頻度・単価に応じ顧客のランク付け等）
- ・会員カードの発行　・優待券の発行　・顧客カードの見直し点検
- ・誕生日割引　・スタンプカード



店舗数15店（取次店含む）・従業員37名のA社の場合

数年かけて、POSシステムを導入。ハード・ソフト併せて最終的に2500万円の投資。うち12台を取次店8店舗に設置した。結果、各取次店の情報がすぐに本社にすいあげられることとなったため、毎日、取次店ごとに売上高、取扱品目、固定客の受注量などを把握し、固定客をABCの3ランクに分け、それぞれに応じたサービスを行うこととなった。例えば、Aランク客には誕生日にワイン3本、Bランク客には2本プレゼント、割引率も3ランクに応じて変化させるなど、固定客の中でもサービスの差別化を図った。その結果として、親近感が深まり、固定客の囲い込みにつながった。

2・広報活動の強化

- ・DMの発送
- ・POPの掲示
- ・ミニ情報紙の発行
- ・ホームページの活用

店舗数10店(取次店含む)・従業員11名のB社の場合

ポスター・POP 掲示により、他店とは違うサービスや高い技術力をアピール。チラシでの PR には経費を安くあげるため取次店と一緒に外交員募集のチラシを使った。PR どおりに実践することにより徐々にリピーターが増えだした。

商品・サービスの工夫

1・丁寧な接客サービス

- ・商品説明の充実
- ・持込み時の採寸などクレームの事前対策
- ・衣料についての相談
- ・点検、説明の徹底



店舗数1店・従業員5名のC社の場合

戸別訪問時に「衣料コンサルタント」として、衣料品に関する情報、繊維素材の特徴、衣類の保管方法、アイロンのかけ方などについて相談に応じ、顧客とのコミュニケーションを図っている。これからは「町の衣料コンサルタント」と認識してもらえよう、より一層のコミュニケーションの充実を図る予定。

2・商品の付加価値戦略

- ・シミ抜きの徹底
- ・ボタンつけサービス
- ・スピード仕上げ
- ・適切な保管
- ・納期の厳守
- ・衣料品リフォーム
- ・ハンガー回収

店舗数10店(取次店含む)・従業員11名のD社の場合

顧客ニーズに対応するため、洗う前には必ずシミ抜きし、職人が丁寧なアイロンで仕上げをして、お客様からの信頼を得ている。キャッチフレーズは「他店で落ちないシミは当店へ！一度出し比べてください。」

3・低価格化

- ・カッターなど一定商品について低価格設定
- ・機械化による低価格化

店舗数2店・従業員3名のE社の場合

料金の中で特に目立つカッターを230円を100円にした。極端な値下げで減収減益にならないかとの懸念があったが、結果、カッター以外の同時持込みが増え(参考: スーツ850円、コート950円)、最近では1点の単価が目標の400円を超えるようになった。

～まとめ～

今回の調査では、問題点キーワードとして、経費の増加や、雇用問題、資金問題などの項目も用意されていたが、およそ8割の企業が「売上・客数の減少」が1番の問題であるとしていた。

こうした問題の背景には長引く不況による消費の落ち込み、大手企業の進出による低価格競争の激化、家庭用洗剤の品質向上などがあると考えられる。今後もこういった状況はしばらく続くと考えられるため、売上を伸ばすための営業方策を実行しなければ、生き残れない厳しい状況下にあるといえる。

今回の工夫事例全体の中でほとんどの企業が挙げていたのは「顧客サービスを徹底すること」であった。より細かい顧客データを管理するため、また、アルバイト・パート従業員にも顧客情報が共有できるようにするため、POS 又はパソコンによるコンピュータ化を今までよりもすすめた企業も多くみられた。

また、売上効果が上がっていると回答した企業では、「独自のサービス・技術力」の工夫が多く見られ、例えば、衣類のコンサルティング、超高速仕上げ、シミ抜きの徹底、など、これらを分かりやすく PR することで店の特色を出していった結果、それをきっかけとして、固定客を獲得できたというものである。

調査対象となった企業の多くは従業員10名以下の小企業であり、大手企業のような低価格設定は現実的に難しい。そのため、上記のようなサービスの徹底、商品の付加価値化・差別化が必要不可欠であるといえるだろう。

次回は旅館業のご紹介です

こんなときどうする？

苦情への対応 <料金・価格編>



ビジネスホテルの客室から1時間弱の市内電話をしたら、電話料として1869円も請求されました。高すぎると思います。

経緯

出張で宿泊されたお客様がチェックアウトのとき「電話料が高すぎる」と申し出られましたが、混雑のためもあって「当ホテルではこういう内容で請求しています」と回答してしまいました。後日改めて、お客さまから電話代請求の根拠を聞きたいと営業責任者に申し出がありました。

責任者が調査しましたところ、料金を識別する機械にトラブルがあったことが判明し、通話時間から計算しますと241円と言うことになりました。

ホテルでは客室に電話機を設置するために、屋内配線使用料や、その他の費用がかかっている関係で、通常は施設利用料という名目で、市内料金の30%程度増しの料金を請求しております。

対処法

お客様には機械トラブルの発生とチェックアウトのときの対応についてお詫びし、施設利用料の請求についてはご了解をいただきました。

全国環境衛生営業指導センター
「環境衛生関係営業の苦情処理事例集」より（一部編集）

今回は機械トラブルが原因であった上、最初の申し出のときにすぐ調査しなかったなど、対応に手落ちがありましたので、通話料のみいただいて残額は返金いたしました。

今後の対策

今後は機械の点検を定期的にし、お客様から苦情の申し出があったときは、責任者が誠意をもって対応したいと思います。なお電話利用案内に、客室から電話を利用した場合には、通話料金以外に施設利用料としてお支払いいただく料金があることを明記することにしました。

原因・問題点

料金識別機械の管理不十分、接客対応の手落ち

ワンポイント・アドバイス

トラブルには慎重に対応する必要があります。対処法については、マニュアルを作成した上で、従業員教育を行うことをお勧めします。

SEEL INFORMATION (お知らせ)

生活衛生営業経営特別相談員

平成13年度より、以下の4名の方が新しく生活衛生営業経営特別相談員の委嘱を受けられました。

組合	氏名
旅館	野村 一雄
旅館	木村 雄二
食肉	今村 昌義
美容	酒井 敏一

生活衛生営業経営特別相談員は、生活衛生営業を営む皆様のご経営や融資のご相談に応じます。

