



楽天市場「イチカワクリーニング」
http://www.rakuten.co.jp/ichikawa929/



問い合わせ殺到の「ベビーカー・チャイルドシート洗淨サービス」

key point

お客様の笑顔のために、 どこよりも誰よりもお客様に綺麗を届ける

したが、売上増には結びつきませんでした」と博基さんは語る。

「このままでは決算がやばい」と危機感を強めた平成十九年、博基さんは経営方針の見直しと事業戦略の策定に取り組んだ。

「経営方針は『お客様の笑顔のために、どこよりも誰よりもお客様に綺麗を届ける』と定め、同業他社との差別化を図ろうと考えました。また事業戦

ト
ッ
プ
の
戦
略
VOL.21

インターネットを通じて 全国に商圈を広げる 老舗クリーニング店



有限会社市川クリーニング商会
取締役

イチ カワ ヒロ キ
市川博基氏

profile

昭和52年、札幌生まれ。平成12年、札幌学院大学商学部を卒業し、家業に就く。翌13年より取締役を務める。

お客様の要望に応え 新サービスを展開

こうした独自の取り組みが話題を呼び、メディアに取材される機会が増え、大きなPR効果を発揮。経済産業省の北海道一丁経営貢献賞を受賞するなど、評価を急速に高めていった。

クリーニング業は、利用者の不満が多いことから「クレーム産業」とも呼ばれる。安心して任せられる信頼を得ることが不可欠であり、またそれ

が競合他店との差別化につながる。

「実店舗では対面で説明して納得いただけるケースでも、ネット通販では情報提供をおろそかにすると即クレームにつながり、悪い評価やイメージが広がります。ホームページでは、注意事項を大きく記載することにも、サービス内容をQ&Aでわかりやすく補足説明しています。社内でのクリーニング内容の事前確認を徹底し、問い合わせに対応するスタッフも増員してよりスピーディに対応処理できる体制を整えています」。

これらの取り組みにより、月当たり約十件あったクレームは、売上が十倍となった現在でもほぼ横ばいであり、実質大幅に改善されていることが伺える。

ネット通販利用者の増加に伴い、シミ抜きやかけはぎ修理など、専門技術の評価も上昇し、首都圏などからぬいぐるみや高級ブランドのバッグのクリーニング依頼も増加した。

「ぬいぐるみはお客様の思い入れが強く、気を遣うことが多いのですが、利用者の半分以上の方が礼状を送ってくれるほど、きれいになって喜んでいただけたことに私共も大きな喜びとやり甲斐を実感しています。

最近ではお客さまの要望にお応え

ネットショップとブログで 新規顧客を開拓

総務省の家計調査によると、二世帯当たりの年間クリーニング代は、平成二十四年で約七千四百円。二十年前と比べて約六割も減少している。クリーニング市場も平成四年の約八千二百億円をピークに右肩下がりが続き、現在は約四千億円と半減している。パブル以降、節約志向が強まるとともに、服装のカジュアル化や形状記憶シャツの普及が進み、自分で洗濯する家庭が増えたことが主因とされている。少子高齢化による顧客数の減少、大手チェーンの取次店参入による価格競争の激化なども加わり、個人商店の経営は厳しさを増す一途で、転廃業を余儀なくされる店も少なくない。

JR白石駅北口側の閑静な住宅街に店舗を構える(有)市川クリーニング商会。昭和四十四年の創業以来、地域密着のクリーニング業を営んできた会社にとっても例外ではなく、年を追うごとに経営は苦しくなっていた。平成十二年、大学を卒業した市川博基さんは、父政孝さんが社長を務める同社に勤め、家業の立て直しに奔走した。「より多くの地域の方々に利用していただくため、広告チラシの配布なども行いま

して、ベビーカーやチャイルドシートの洗淨サービスも始めました。シートの汚れをブラシや温水洗淨機で落とし、部品を一つずつ外してアルコール消毒などを行い、きれいに磨いています。ブログで紹介したところ、各地から問い合わせが殺到しています。道内では先行者としてのアドバンテージがありますので、今後はしばらくこのサービスに力を入れ、育てていきたいと考えています。

私がまだ学生だった頃には、ピーク時で売上が一億円を超えていたと聞いています。現在は約半分に減少していますが、売上倍増で一億円を目指したいですね。でも売上第一主義にはなりたくありません。あくまで経営方針に則り、これからもお客さま目線で、さまざまなサービスをお届けできるように取り組んでまいります」。

Information

有限会社 市川クリーニング商会
住所 札幌市白石区北郷2条6丁目6-1
TEL 011-873-3498
http://ichikawa929.com/

