

TCC第 163回-3

ランドリー専科保原店・サーキット併設コインランドリー店（7月5日）

あまりに広い家屋を借りるにあたりアトラクションを考えました。いろいろ検討した結果、キッズカートのサーキットを作りました。



写真20 サーキット併設ランドリー専科（コイン）・保原店

閉鎖的な福島の土地にあって、自店をアピールするにはインパクトが必要という考えと、大きな家屋が安く借りられたことから出来た事です。ちなみに、この2階には、ウーサー夫妻が住んでいる事になっています。

ヨークベニマルに隣接する立地で、地域人口が少ないとはいえ、この後らアトラクションの与えるインパクトは強いと感じました。

水曜日で、クリーニング専科はお休みでしたが、TCCの見学ということで特別に開けてもらいました。

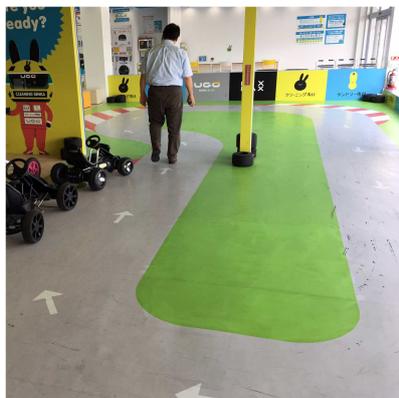


写真21 サーキット



写真22 コース説明



写真23 カート

広さが開放感を与え、サーキットで子供が遊んでいてもあまりうるさいとは思わないのでは無いでしょうか。(写真24)

このお店が、始めて自動飲料サーバーを設置したお店だそうです。客待ちのカウンターにはコンセントが用意されていました。(写真25)

写真26は、店舗の外側、乾燥機のダクトの出口にホコリ拡散防止のネットが付けられていました。このホコリの量を見れば、よく利用される乾燥機が一目瞭然のようです。

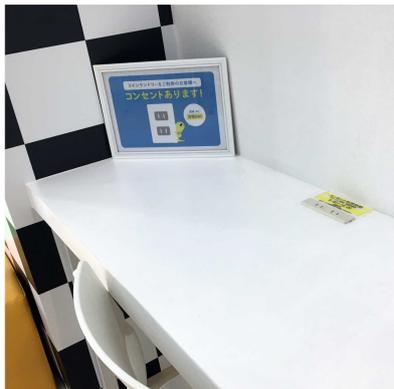


写真24 コインを望む

写真25 コンセント

写真26 ホコリ防止

クリーニング専科の方向性と質疑応答 (7月5日)

始めに、沼崎社長より配布物の説明がありました。

『会社案内』・ユーゴーの目指しているもの→面白い方のクリーニング屋さん。MI XMAXとクリーニング専科、二つのブランドを持つ→カッコいい工場スマートなイメージの店舗と日本一楽しいクリーニング屋さん。ユーゴーが拓くクリーニングの未来→「Thank you CARD」(クレド)で目的意識を共有して、楽しさ、カッコ良さをベースに、お客様、従業員とその家族の幸せにする、とお話がありました。続いて、「Thank you CARD」の使用方法について話がありました。

次に、大学生の募集に使われている冊子について説明がありました。内容は、先輩がのびのびと働いている状況を知ってもらい、クリーニングの知名度の低さを払拭されるように、ユーゴーは洗練された、楽しい会社であると作られています。

また、告知・販促の手段としてラッピング電車、ラッピングバス、アトラクション店舗、プロスポーツの応援、地域スポーツへのサポート等々の内容と目的について話がありました。

これについては、新聞折り込み効果の減少とともに、折り込みを大幅に減らしたので、他の方法で自社のクリーニングを告知することにしたそうです。

売り出すのは『ユーザー』で、電車、バスでとにかく目に訴え、スポーツの応援でそのファンと一体になり、地域スポーツのサポートでその家族の方にとって頂くように努力しています、と話されました。

ラッピング電車&バス

FRONT



FULL WRAPPING

電車



市内循環バス



高速バス

写真27 ラッピング電車とバス