

平成30年12月3日

『多様化する時代に対応する《新外交》』を聞いて

講演者 川村昌大

聴講者 毛利春雄

12月1日にクリーンライフビジョンのイベントステージにおいて講演された表題の話を、カラキヤ洗染株式会社・代表取締役・川村昌大氏が、話されました。古き良きクリーニング技術と新たな営業手法を組み合わせた一考に値するものとして聞かせてもらったので、ここに掲載します。

なお、ここに記することは私の主観ですので、詳しくお知りになりたい方は川村氏に直接お問い合わせください。

※話を纏めるために、講演者の画面を使わせてもらいます。

始めに、自己紹介をされ、ついで会社紹介（カラキヤ洗染とクリコム）をされました。

川村氏は1973年生まれ、45歳。カラキヤ洗染3代目の社長。

《カラキヤについて》

企業理念はクリーニングを通して「企業存続」「地域貢献」「業界貢献」する。クリーニングは技術力を提供するものであり、ドライクリーニングの機器はジャヴス（フッ素系溶剤）、私自身は、青年部会を通して地域業者と、TCCを通じ毛利春雄氏や同業者から勉強をさせてもらってきました。

また、営業では決して、価格競争に巻き込まれないように経営することを心がけています。

売上規模は、カラキヤ年商4億円、クリコム年商2億円。

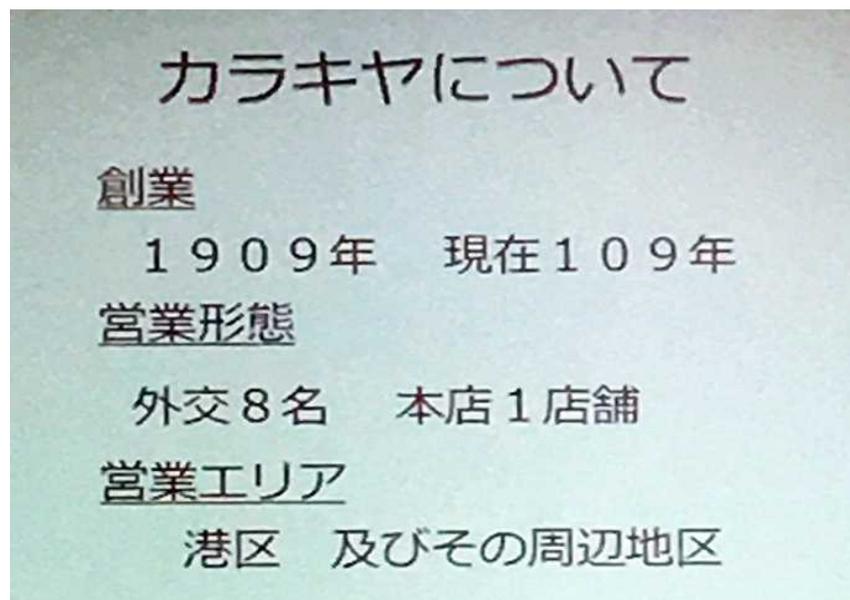


写真1 カラキヤについて

外交を主としていますので、外交のメリットを生かして行かなければ会社の存続が成り立ちません。

《クリコムについて》

高層マンションの営業を専門に発展させたもので、対象世帯が増えるに従って大きくなり、別会社としました。

現在では、営業形態がクリコムで、工場作業を地域のクリーニング屋さんへ仕事を委託しています。詳細は後述。

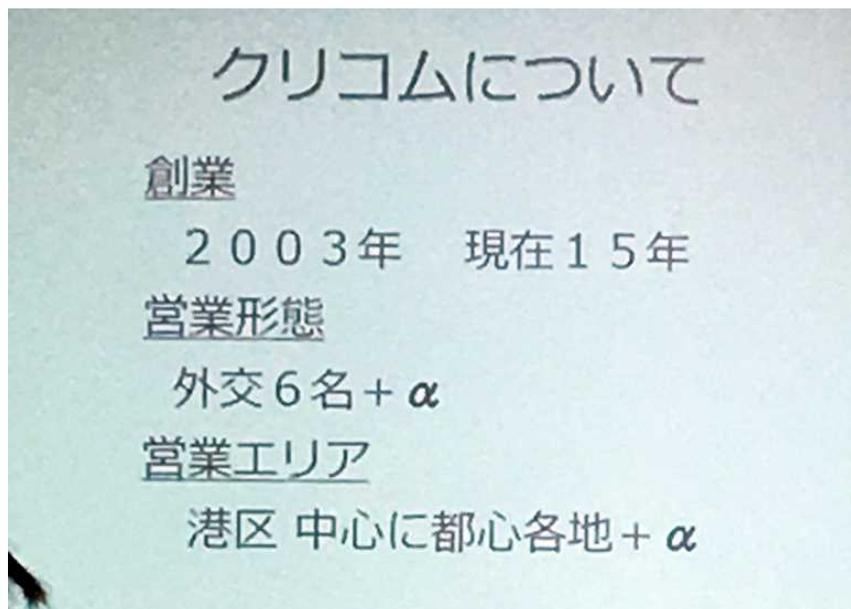


写真2 クリコムについて

いずれも外交（訪問販売）を主体としています。

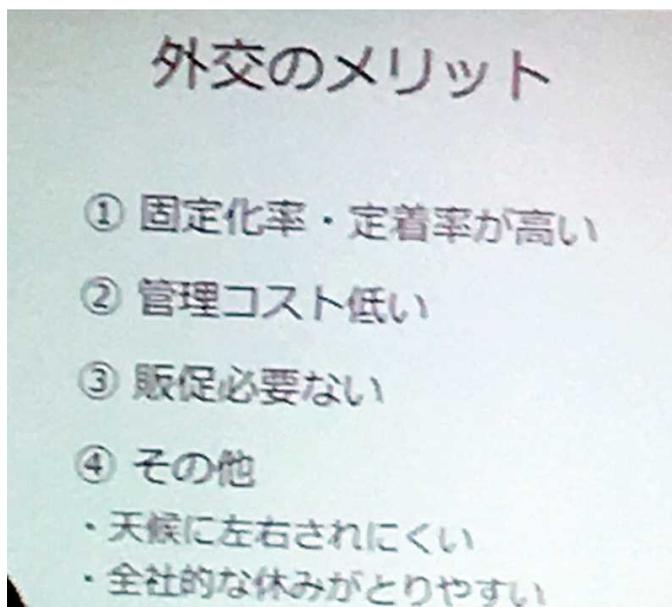


写真3 外交のメリット

顧客の定着率が高く、ほとんどのお客様が固定客で、生涯顧客ともいえる状態です。管理コストが低い、販促経費が低い、休みの管理が容易なのは、法人顧客を持たない事がポイントです。

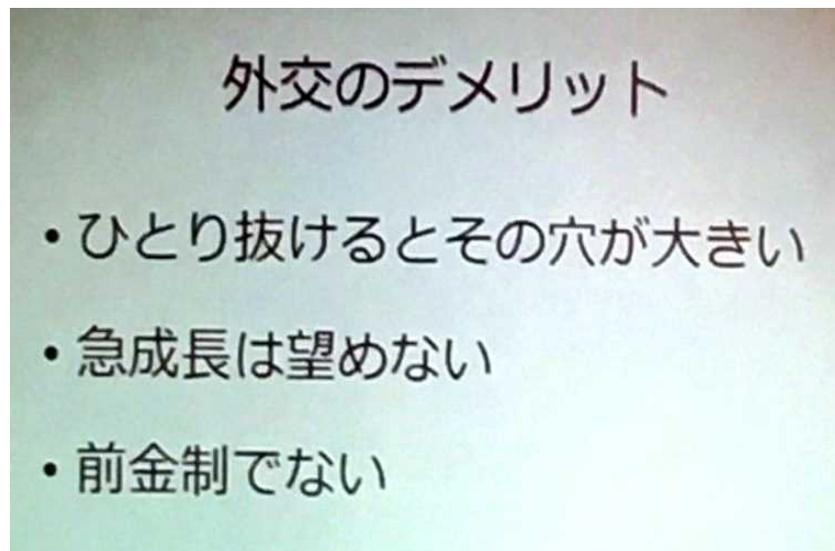


写真4 外交のデメリット

外交が一人、病気、退社などで抜けると、お客様との親しみが薄い、お客様の好み解らない、ルートの編成が出来ない等々、その穴は簡単に埋めることが出来ない。

新規の顧客様が急に増えることが望めない、販促のターゲットが絞りにくいので、急成長することは望むことが出来ません。

前金制ではないので、仕事量と現金・入金との間に時間差が生じます。

これらを踏まえて

- ・日頃、外交同士のコミュニケーションを取るよう心がけています。
- ・外交のお客であると同時に、会社のお客様という仕掛けをしておきます。
- ・時に、他のルートをフォローすることします。
- ・自社のブランド化を心がけています。

〔ここまでの印象〕

今、私たちの業界で、「クリーニングは技術だ」と言える方が何人いるでしょうか。実に頼もしい言葉なのですが、料金競争を繰り返している業者や安売りと言われる業者では決して出てこないセリフです。

先日、ファクトリエの会合でカシミヤ工房で知られるU T Oの社長が「一番良いものを作っていれば、後は売るだけ」と言われたのを思い出しました。

川村社長の自信を持って話されている様子を見ると、たしかに外交にもクリコムのように工夫されると、展望が開けるのかもという期待感も持てます。

《ネットサービス》

ネットサービスは、売上の20%を占めるようになってきました。ネットサービスでは、特化したものを前面に出して、アピールするようにしています。

あるときはマッキントッシュ、昨年まではモンクレール、今年はカナダグースというように、ネットサービスに高品質なクリーニングという感覚を持っていただけるようにしています。

《SEOからMEOへ》

ITを活用して、自社の告知、ブランド化、サービスの展開を図るようにしています。この分野については、私が無知なので川村さんの言っていることが十分に理解出来ず、説明が十分に出来ません。しかし、グーグルマップを開いてみると、カラキヤの店舗が示されていました。

《まとめ》

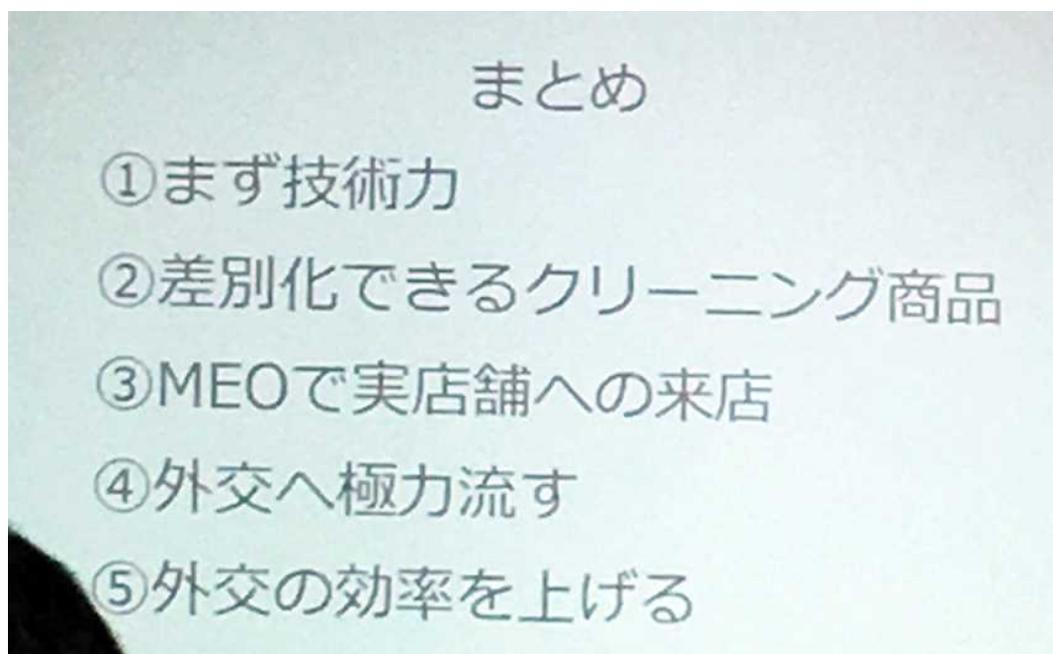


写真5 まとめ

〔ここまでの印象〕

①と②でクリーニングの技術が先に来ている点に注目です。とくに、差別化出来る商品となると、よほどの工場の力が無いと言えないことだと思いました。

テレビですら時代遅れかと言われる今、③は時代に即した対応だと感じました。私自身、理解出来ないながら、ホームページの斬新さ、フェイスブック、インスタグラムの活用など考えるのですから、川村さんの方法を学びたいと思いました。

④は店舗での顧客も極力外交の顧客とするようにしている、そのために、外交の料金と店舗の料金は同じにしているそうです。

《クリコム of 仕組み》

クリコムは、マンションの住人を対象に考えられた、クリーニングの営業システムですが、この独特の社会と、外交とを結んだ形で始められたのでしょうか。現在

の拡張は、古い技術を持ったクリーニング屋さんを繋いだ画期的なシステムと思うのです。

一瞬、今最も注目されているクリーニングの外交システム、イギリスのランドラップのシステムを思わせるのです。

クリコムが強みとして、とにかく、住居の下、お客様のすぐ近くにいる（彼はこれを称してポールポジションにいますと言っています）、効率の良い集配（何人かのお客様の分をまとめて）が出来る点にあります。

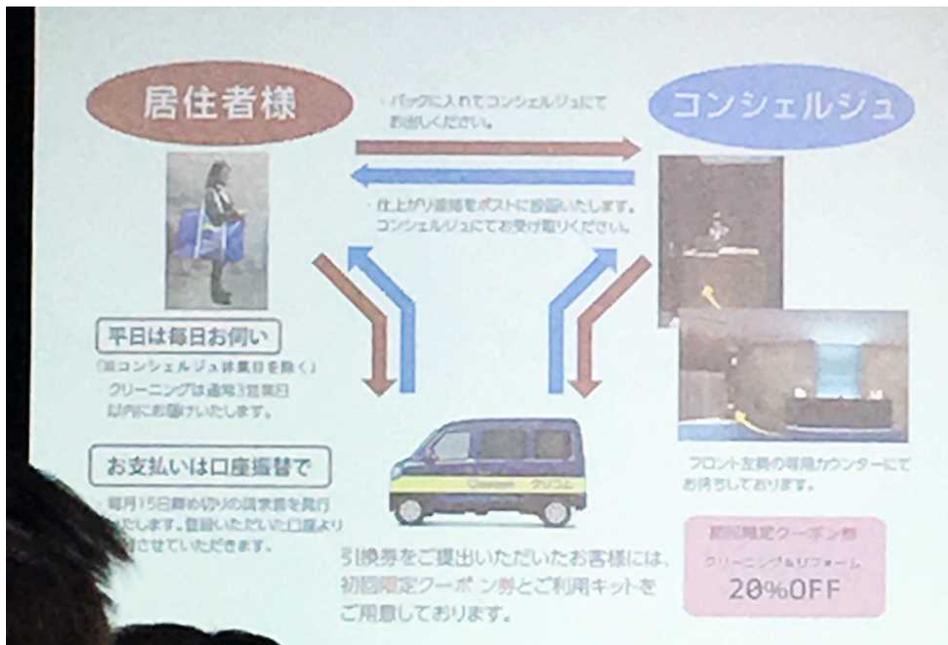


写真6 クリコムの仕組み

デメリットは、管理組合やフロント会社が間に入って、顧客とのコミュニケーションが取りにくい場合があります。

〔話を聞き終えて〕

クリコムは、ネット、従来の外交とは異なった世界を拓くのではないかと、もっと多くの方に聞いてほしかったと思います。