

「手伝って」を訪ねて

平成30年2月25日

オフィスマリ 毛利春雄

記；見学先、「クリーニング専科・手伝って」土浦卸町工場店。

期日、平成30年2月16日（金）。

参加者、毛利春雄と他13名が参加。

訪問記を書くに当たって、今回は店舗見学と同時に、この制度の考え方、また、この先に何を求めているのか沼崎社長に説明をいただきました。この趣旨が伝わるように記述としましたので、時間軸には沿っていません。

はじめに

話題の「クリーニング専科・手伝って」を見せてもらいました。クリーニング店舗としては圧倒的存在感のあるお店というのが外から見た時の第一印象です。この印象は、近年のユージーさんの店舗を見るたびに感じる事です。

「手伝って」を見せていただいた第一印象は、行けるでした。このシステム、訪問前に考えていたよりもずっとシンプルで、お客様に容易に受け入れられると思いました。

お店は①「通常のクリーニングシステム+手伝って」②「古着屋さん・おさがり専科」③「セルフ引き取りシステム」と三つの新たなシステムが取り入れられています。この内、セルフ引き取りシステムは、このお店にクリーニングをお出しになる方は必ず使うことになる手順です。



写真1 クリーニング専科・手伝って店舗全景

お店に入ると正面カウンターまで7～8 m程、右手にセルフ引き取りの「商品ストック」、左手中央に「手伝って」のタグ打ちの台、左手窓際に「オサガリ」の展示がされていました。



写真2

写真2→店舗の入口の床・黒ウーサー君のお出迎え。

写真3→お客様順番待ちの番号札と金曜日のイベント『ガラポンくじ』。

写真4→お客様順番待ちのベンチ。



写真3

写真4

手伝って

〔概要と狙い〕

このシステムを利用されているお客様は、現在全体の41%との事です。初期に値引きサービスをしていた時は70%程度おられましたでしたが、現在はスタンプ5個(約30円相当)のプレゼントとなっています。

沼崎社長の当面の狙い『繁忙期の土日が、通常体制の1.3倍の仕事量になっても、このシステムが機能すれば1人体制で乗り切れる』と考えています。そのため利用者が30%いてくださればクリア出来る』と話されていました。

大きな狙いは下記の「沼崎社長のお話」を参照ください。

〔手伝っての手順〕

初めてのお客様がお見えになると、商品を検品・レジを済ませた後、当店ではこのような方法(システム)があるのだからと「手伝って」の事をお話します。メリットは「この方法をお使いになられたお客様には、スタンプが5個差し上げていきます」とお知らせします。

システムに同意されたお客様には、商品とプラスチックケースに入れた、ポストfach、タグ、伝票を持って一緒に、タグ付けの台へ案内します。

お客様に大きな台上、または、区切られたタグ付け台、でタグを付け、回収ボックスにお入れください。さらに、タグの折り方、付け方、付ける位置をお教えします。また「お約束」「タグの付け方マニュアル!」をご覧ください、ご不明な点がありましたら、遠慮なく私に聞いてくださいと案内します。

写真5→正面カウンターで商品の精算（レジでクリーニング代の精算、伝票発行）、タグの発券をします。

写真6→伝票（引換証）、タグ、ボステッチをケースに入れて受け取ります。

写真7→ケースと商品を持って、タグ打ちの台へ移動します。

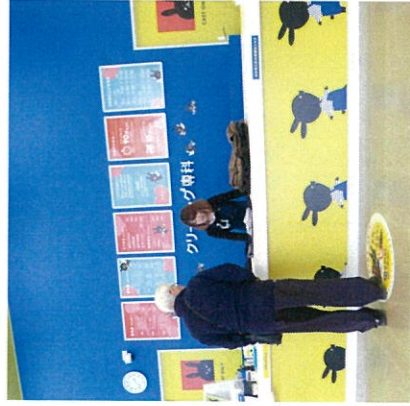


写真5

写真6

写真7

写真6, 7は、たまたまお見えになったお客様が「手伝って」のコースを選択されてタグを付けたところを撮らせてもらったものです。

写真8→写真7は中央の大きな台へ移動されたのですが、この他にブースが3カ所用意されていました。

写真9→タグの付け方のマニュアル。タグの折り方、付ける位置、ボステッチの使い方が示されています。

写真10→お約束と題して、タグをしっかりと付けること。ポケットの検品を忘れない事を標した絵がありました。注1)



写真8

写真9

写真10

タグは、折ってお渡ししているようですが、わざわざ真ん中から折って付けられる方がおられるそうです。付け直す事はしないで、そのままクリーニングされるとの事でした。

注1) 考えて見ればこの方法だと、ポケットの忘れ物はお客様自身の不手際と知らされる事になるようです。

写真11→タグ付けの実物見本。

写真12→

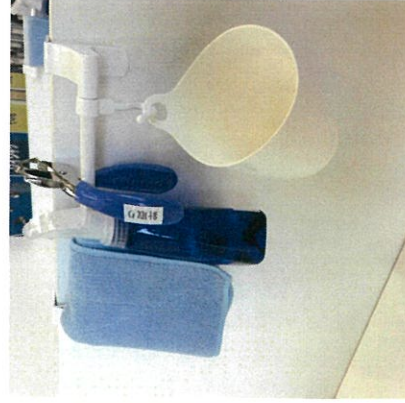
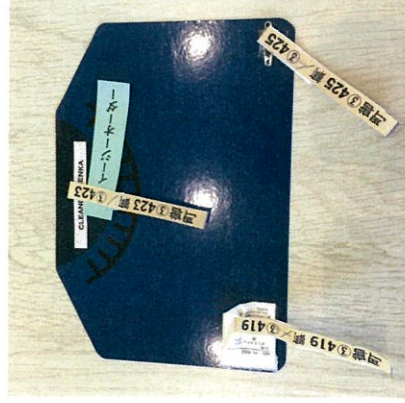


写真11

写真12

写真13

セルフ引き取りシステム

〔概要と印象〕

「当店をご利用されるお客様は、商品お引き取りの際は、ストックエリアから引き取り商品をご自分で探し、カウンターにお持ちください」、「引換証のタグ番号と商品タグを照合させていただき、商品をお持ち帰りいただきます。

この制度を見させていただいて感じたことは、このシステム最初（訪問前）に考えていたよりもカウンター作業に貢献するのではないかということです。

お引き取りだけのお客様は、来店時にお店の方がカウンターで他のお客様との接客中でも、これに関係なく商品を探すことが出来ます。

①普通ですと、この間お客様はお待ちいただくこととなります。さらに、先のお客様の接客を終えられあと商品を探すこととなります。

②このシステムですと、お店は（カウンター作業）引換証とタグ番号の照合だけです。そのため、労力と時間が大幅に少なくなり、お客様の待機時のストレスが減少すると思われました。

①②の要件を考え合わせると、特別にスペースが必要ないでも無くカウンターの労力は減少し、お客様のストレスも減少が考えられる等から店舗に与えるメリットは大きいと思われまます。

※1）また、この方法はどこの会社のお店でも、納期が確立出来ているのであれば、導入可能なのではと思われました。

※2）中には、面倒くさいと自社の他店に変わられたお客様がおられたそうですが、多くのお客様は（新店です）「この店はこういうシステムです」とお話しすると、素直に受け入れていただいています。

※3）40年ほど前に、アメリカのユニットショップで同様の方式が採用されたことがあるのですが、何故か消えてしまったか不思議に思いました。

〔セルフ引き取りシステムの手順〕

商品をお引き取りに見えたお客様は、出来上がり商品ストックエリアに入り、ご自分でご自分の商品を、引換証にあるタグ番号を探します。

商品は出来上がり約束日に合わせて並んでいきます。従って、ご自分が約束した出来上がり日の標されている所から探し出します。

探したご自分の商品と引換証を、エリア入り口に近いカウンターにお持ちいただきます。

お店の方は、商品と引換証のタグ番号を照合確認後、引換証を受け取り、お客様は商品をお持ち帰りします。

※1) 4月、5月繁忙期、同一の日付で並ぶ商品は、大型店舗で250点、現在の店舗状況では120~130点と推定されます。ゆったり商品を列べても3~4mの中から探す事になるのでは無いかと思います。

※2) 現状では、ストックエリアは30%ぐらいの商品と感じました。

※3) 長い間引き取りの無い商品は、それらを別にストックされていました。

写真14→セルフ引き取りの案内。

写真15→出来上がりストックレールの商品。

写真16→お引き取り時のタグ照合の案内。



写真14



写真15



写真16

古着屋さん・オサガリ専科

古着屋さん・オサガリ専科とは、写真17の案内に全てが表されています。尚、詳細を知りたい方は、毛利レポート2907・ユーゴー見学記・オサガリ専科を参照ください。

今回のオサガリ関連のお話としては、集まった衣服の7割は「オサガリ」として展示出来るものであり、3割程度がどうにもならないものだと思います。

さらにその内の6割が女性もので、2割が男もの、2割が子供とのことでした。なお、子供服の回転は悪いそうです。



写真17 オサガリ専科案内

入口を入って左側壁面（ガラス窓）と続く奥の壁面に、季節に合わせた古着が展示されています。古着は、毎月展示方法を変えられているようですが、季節に合わせて年に4回全面的に入れ替えられるそうです。

古着を売っているわけではないので、展示されている商品はブランド品もファストファッション品も一緒に展示されています。あくまでも「オサガリ」を気に入ったらクリーニングしてお持ち帰りください。というスタンスです。

展示品はあくまでも「オサガリ」で、クリーニング代金を支払い、クリーニングをされる事によってお持ち帰り出来るのですが、中には、お金は払うからすぐに帰りたい、といわれる方もいるそうです。

写真18 →店舗壁面のオサガリのイラスト

写真19 →店内の入って左側に列べられた展示品

写真20 →展示品、見て歩くだけでも面白かったです。



写真18

写真19

写真20

沼崎社長にお話しをうかがいました

今回、沼崎社長には店舗見学の前に店舗の説明、見学の後に質疑応答とこれを考えた背景と経緯をお話しいただきました。

活発な質疑応答と意見が交わされ、私としては満足でした。ただし、一部にはユ一ゴ一さんだかと思っただけで、私としては残念です。私は、何もユ一ゴ一さんを真似しろなどという意図はまったく無いのです。

今回は、私自身が見たかったというところとは別に、ぜひ、この機会に「出来ることだけでもトライする」「ユ一ゴ一さんがこうなら俺はこうする」「俺自身はこう考える」等々、刺激を受けて欲しかったのです。

〔沼崎社長の話から〕

最近のA Iの急速な進展から見ても、無人化・セルフサービスの店舗も夢では無いと考えられるようになってきました。実際、アメリカでは Amazon の実験店があるそうですし、J R大宮のコンビニでもテストが行われているそうです。

クリ一ニングも同様で、慢性的な人手不足が見込まれる中、クリ一ニングだけが避けられるわけではないので、どのように対処するかと考えました。移民による対策が望ましいと思いませんので、自然A Iによる店舗作りに至るわけです。

このように考えると、店舗のシステム化とこれをお客様に受け入れていただく、逆に言えば、理解いただけないお客様は他のクリ一ニングをご利用いただく。理解いただいたファン（会員・常連客）を対象のクリ一ニング店と割り切る事だといえるのです。

そこで、A Iを中心にクリ一ニングを考えると、タグ付けだけがどうしても人の手を要する仕事として残ります。もし、これをお客様にさせていただく事が出来たのなら、と考えたのもこれを始めたきっかけです。

最後に、当社は、このためのシステム作りと、機材の開発に努力しようと考えています。また、今は、このようなトライをするための資財を蓄積する時期だとも話されています。

※1) このようにお話を聞くと、セルフでお引き取りいただくというのは、自然とたどり着いた結論のようです。

工場を見せていただいて

事情があり、二つの工場を合併して約2億円のプラントとされたそうです。従来、の倍のプラントとなるのですが、普通大型化すると、工場経費は下がりますが、店舗との距離が遠くなりこの点のデメリットが生じるのですが、ユ一ゴ一さんではこの点が無いようなので、さしたる問題は生じないと感じました。

ただ、繁忙期にはドライ機と乾燥機の出し入れで意外と労力を要することになるような、いらぬ心配をしました。

工場は、床が木目調のF C（前の自転車屋さんのままのことでした）で、大変落ち着きを感じました。

写真21→木目調の床。とても落ちついた雰囲気でした。

写真22→何となく脚にもやさしそうで。

写真23→そのままロット？。使いやすそうな道具だと見ました。



写真21

写真22

写真23

店舗と工場の概要

操業開始 平成29年9月1日

工場設備概算売上限度 約2億円

店舗売り上げ目標 1,800～2,000万円（現在・初年度1,300万円で推移）

建物の坪数 180坪〔店舗約60坪、工場約120坪〕

家賃 60万円

駐車場、アルペンと共有

その他の写真

写真18→ペッパー君と私

写真19→ペッパー君の「手伝って」の案内

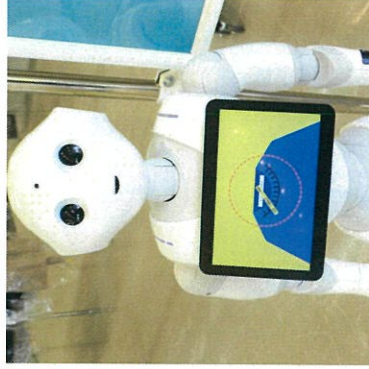


写真24

写真25

貴重な訪問をさせていただきました、ありがとうございました