

【第三種郵便物認可】

第16回毛利セミナー・報告③

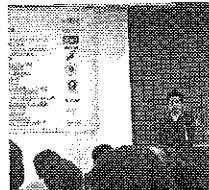
宅配

「不」をビジネスに宅配市場開拓 トウトウモロウのチャレンジと ネット、ネットとリアルとの架橋に

「人がやりたがらない嫌がる仕事こそビジネスチャンスがたくさん埋まっている」とは昔から商売における金言だが、秋の毛利セミナーで講演した坂田知浩(トウトウモロウ社長)と井下孝之(ネット社長)は、ともにサラリーマン時代に働いていた時間とフリーニング屋が開いている時間がまるで合わず、出したくても出せないという不満と疑問を募らせ、しかしそれならば自分で利便性の高いシステムを構築し、起業した体験を持つ。もちろん双方とも起業前に死に物狂いで働いた厳しさを充分に味わっているが、いま業界で大いに注目される先鋭性を発揮している。ともにキャリアを振り返りながら目下展開中の未来図を披露、若手経営者を大いに刺激する講演となった。

■業界はシュリンクして いるが可能性は一杯!!

——坂田知浩社長



「宅配CL」の紹介 同社を「タも混え」

トウトウモロウは、「宅配」のフリーニング版、「すなわちファッ ションメンテナンスT」という新しいビジネスモデル(クラウンデリア リー)を立ち上げ、業界の宅配フリーニングのパイオニアとして展開し、以降20年。現在、地元九州など直営エリアにFCは関西、関東、新潟まで広がって20エリアの実績を積み重ね、「宅配」実

とは明確に違う特徴を持たない。と将来性は厳しく、単価も上がらない。もがき苦しみの中からシミ抜き「匠」技術導入の中でリフィニッシャー育成という行政の支援も獲得する活動、靴や靴メンテの取り組み。染色リイニングとリペア、日本ファッションカンパニー品質研究会(FCC)の事務局引き受け、はては海外著名ブランドメーカーと組んでハイブリッドマシンメニユーを売り出すなど、ファッションメンテの括りの中で何でも挑んだ。

それは消費者の価値観の多様化に対応して進化 続ける未来志向の企業の 歩みとなり、現在さらさら 違ったステップを踏ん だ。

く若手経営者も少ない。 ライバルは少ないだろう と乗り出したのがフリー ニングであった。 サラリーマン時代にク リーニングしたくても店 が閉まっている「不便」 「不満」「不安」という経 験を徹底検証。(へ)の 価値観を転換して新ビジ ネスを生み出すという考 えがベースとなった。 というものの市場は直 ぐにシュリンクに転換、 次々にという若手経営者 も登場する読み違えもあ ったりしたが、事業は 徐々に発展。しかし他社

市場減少に怯えた業者が 次なるステップを求めて ネットの世界に進出。異 業種まで加わって拡大す る一方だが、先の国民生 活センターが納期やサー ビスをめぐるトラブルを 指摘した通り、低劣な競 争原理を持ち込むと価格 や品質にトラブル要因を 軒昂だ。

リアルとネットの架橋

■リアルとネットの架橋

井下孝之代表取締役 安藤達裕経営戦略室長

今年6月リネットを運 営する(株)ホワイトプラス として井下社長と斎藤亮 介広報担当取締役が当社 を訪れ、09年創業から僅 か6年で有料・無料まじり 会員数12万人という急 成長。リネット品質7つ の約束を実現しながらク リーニング業界に貢献し たいと決意を披露 したが(1752号)。

既存商圏が高齢化し、 既存商圏が高齢化し、

何よりその数千万の圧倒 的でセミナーの段階でも この8月に会員数15万人 を突破、433億円規模 (同社推測)と勢いは全 く衰えず、さらに「20 20年の宅配CL市場規 模1000億円、会員数 は伸展と連なって膨れ上 がるだろう」と予測され ると胸を張った。

深層刑事のインパクト

その起爆剤になったの

はあの衝撃的なTVCF 「深層刑事」で、最近 は勢いが落ちているが、坂 上忍の格好の良さに憧れ てフリーニング屋になり たいという若者がマジで 現われたというエピソードには驚く。しかしこれ くらい騒がせないでクリ ーニングは誰も来ない時 代になっていく。

既存にない発想、的確



おなじみチラシも年々内容豊かに

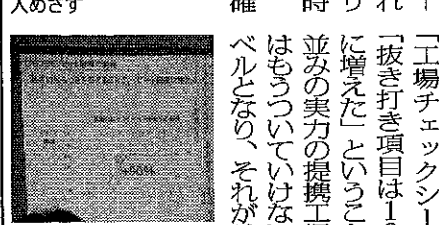
な広告展開はかり目立つ が、実が提携工場を獲得 するだけでもひと苦労、 さらに内容を巡ってふた 苦劣。「無店舗」なんて 絶対成功しないという堅 物との攻防を通して同社 は着実に地歩を固める。

創業当初から支えてく

入る

「品質チェックシート」 「工場チェックシート」 「抜き打ち項目は100 に増えた」ということは 並みの実力の提携工場ではもうついていけないレ ベルとなり、それがリビ

5年以内に会員300万人めざす



実は工場とはシビアな取りが