

天候不順ながら、CP期間中の来店客数、売上ともにアップ

## 売上ダウンのクリーニング店舗「飯塚店」 スプリング10%アップ作戦

株式会社群馬マーケティングセンター／群馬企画塾取締役／沼澤啓吾（群馬県高崎市）

「クリーニングニュータカラ」は、群馬県高崎市で創業58年目を迎える老舗クリーニング店です。高崎市、前橋市を中心に12店舗を持ち、地元密着で営業展開を行ってきました。ところが、昨今の安価な衣類や形状記憶衣類の普及により、クリーニング需要が減少の一端を辿っています。データを見ても、2009年の全国・全世帯のクリーニング支出は8,132円で、前年比8.1%のダウンです。前年割れは平成5年以降17年連続という、まさに業界全体が、生き残りをかけた時代に突入しています。取り巻く環境も、大手クリーニング店や資本力のあるクリーニング店の進出により、ますます価格競争が激しくなっています。

**価格だけに依存しない増販増客の仕組みを作る。**

そこで今回、創業時の原点に立ち返り「地元密着型」「情報の提供をする」「期待に答える」ということにポイ