

■小売流通業関係の皆さまへ

経済の規模拡大から持続可能な安定成長の施策

株式会社 ハッピー

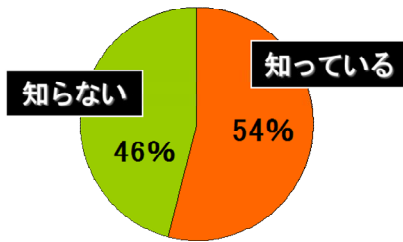
近年のデパートのマーケットパイを考察してみると、2000年に9兆円あったパイが2010年には6兆2千億円になっています。パイ激減の背景には、デフレでモノの価格が上らないということが最大の理由になっています。

ところが隠れた側面には、クリーニングすれば、ニオイする・シミが落ちない・黄ばんでくる・風合いがなくなって着用に耐えられなくなるという非現実的な問題点も指摘されています。つまり、クリーニングして着られなくなるのだったら上質で高級な衣服は買わない。ファストファッションで辛抱する富裕層の人が増えていることが衣服購買動機調査で明らかになっています（ヤフーバリューインサイト社の調査協力）。

アンケート調査対象(サンプル数)：1万人（年収1,000～5,000万円）

調査協力：ヤフーバリューインサイト社

Q. クリーニングで、服の寿命が短くなっていることをご存知ですか？



答え：半数以上の人が、クリーニングに出しても「ムダ」だと思っている。

だから、「高価な服は買わない」  
⇒ デパートでの衣料品販売に影響

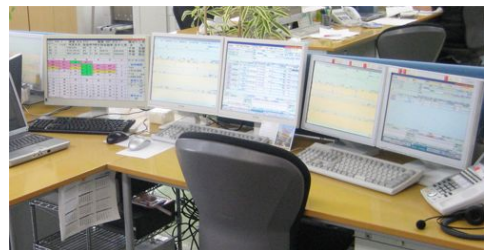
Q. ケアメンテで服がキレイになり、服の寿命が長くなるなら？

- 答え：「品質の良い高級な服を買う」・・・ 30%
- 「品質や価格にこだわらず、気に入った服を買う」…………… 25%
- 「数多く買うようになる」…………… 25%

計 80%

およそ8割の人が、さらに「上質・高級衣服を買いたい」と答えている

また、ケアメンテ®技術をバックボーンにしなが、生産工程管理とサービス品質の仕組みをITシステムに置き換えて、個々・個別のお客様の情報を詳細に把握できるICTシステムの開発も同時に行ってまいりました（顧客情報・接客カウンセリング履歴情報・販促情報の一元化→「ハッピーHPMシステム」）。



たとえば、おもてなしに繋がる「ハッピーHPMシステム」によって、徹底された顧客囲い込み（CRM）により、ご依頼いただいたケアメンテ商品（衣服）に似合う装飾品から身の廻り品、ネクタイ、スカーフ、カバン、靴などの小物類など、あらゆる関係・関連商品を大きなコストをかけることなく、お客様に適時打でご提案できるシステム（カスタマイズバリューチェーン＝最適解）を確立してまいりました。これが、ハッピーケアメンテサービス導入の最大のメリットであり、今後の流通販売（デパート・セレクトショップ）経営における要の

一つになるのではないかと思量いたしております。

時代は収益性を高める高付加価値経営にシフトする必要に迫られるようになります。10年先の近未来を予測すると、少子高齢化、人口減による消費動向に変化をきたし、規模の経済に終止符が打たれるのは確実になってきます。未曾有の人口動態を予測して、その方法を今から構築しなければならないと考えています。

よって、ハッピーは販売手法を顧客管理・利用履歴によるマーケティング、既存客との関係を深めて商品の継続購入率（ロイヤルティ＝生涯販売高）を高める方法をIT・ICTシステム「ハッピーHPMシステム」に見出し、高付加価値経営を確立させました。

さまざまな商習慣を排することも必要となりますが、ハッピーとのお取り組みは近未来の経営の一翼を担えるものと確信いたしております。

