

ついに完成！ 混迷する業界へ新たな羅針盤

クリーニングの問題点把握と再生・革新するための実践集大成

- 2年間にわたる新聞連載と50枚余になる書き下ろし
- 毛利可淳から毛利春雄へ、時代貫く「毛利イズム」の連結
- 縮小する業界で、希望を失わず適者生存の道は！
- 生き残るために提供できる本当のものは何か？

毛利春雄・著

クリーニング革新大系

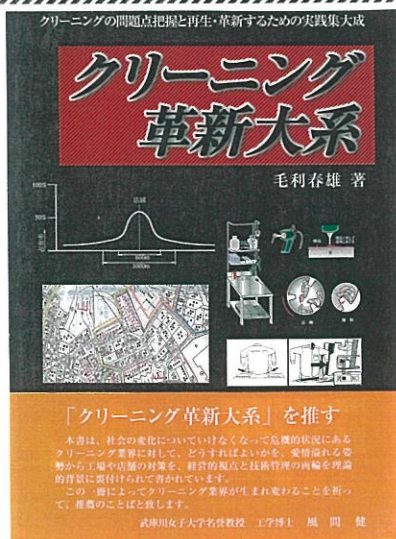
理論と日常の維持・改善の両輪が廻る

「クリーニング業の売上は、この18年間、減少を続けて、正に危機的な状況にあります。それは決して人口や衣料消費が減ったためではありません。クリーニング業界が社会の変化について行けなかったためです」という指摘から本書は始まります。それではどうすればよいか。本書はその対策をまとめた貴重な成果です。永年、業界を指導してこられた深い経験から収集されたごく具体的な話を、「です調」の親しみやすい文体で説明されます。しかも文中には身近な例や楽しい図版がたくさん挿入され、気楽に読み進められるのです。

本書の範囲は店舗から工場に及び、それらは経営的な視点と、それに基づく技術管理にわたっています。いずれも具体例が理論的な背景に裏付けられており、例えば技術管理では日常の維持と絶えざる改善の両輪がしっかりと配慮されています。

全ページに筆者の業界に対するなんとかクリーニング業界を繁栄に導きたいという深い愛情があふれています。それは巻末の行き届いた索引や図表集にも見ることができます。毛利春雄先生のご期待に応え、この一冊によって業界が生まれ変わることを祈って、推薦のことばと致します。

武庫川女子大学名誉教授
工学博士 風間 健



A4判 (210×297mm)
本文カラー&モノクロ
図表多数200ページ
■定価6000円

—以降順次発行
『工場管理と改善 システムと作業手順』
『店舗再生とマーケット創造』
『クリーニング機器とメンテナンス』
『クリーニング百科事典』(仮題)

【目次】

- 第1章 クリーニング業の現状
業界の置かれた現在の状況
- 第2章 サービス業としてのクリーニング
現状はお客様を満足させているか
クリーニングという認識 (誰も教えてくれないドライクリーニング)
- 第3章 お客様と店舗のシステム
システムを構築する
- 第4章 マーケティング
地図作製
- 第5章 工場の管理
ロット管理・全体の流れ
- 第6章 メンテナンス
日常的な手入れ
- 第7章 資材、材料、備品管理
- 第8章 作業改善
作業の改善とは
- 第9章 クリーニング工場を作る
〈集中工場・パッケージプラント・ユニットショップ〉
集中工場と分散処理の考え方
- 第10章 店舗を作る
店舗の考え方と店舗設計
- 第11章 お客様とカウンター
クレームと消費者と呼ばれる人々
- 第12章 マーケティング販促活動
マーケティングとは
- 第13章 環境負荷低減のために
これからのために考えられること

クリーニング革新大系 申込書

申込先 FAX. 078-411-4803

申込冊数 部

会社名

担当者名

住所 〒

電話

書籍目次

クリーニングの問題点把握と再生・革新するための実践集大成

「クリーニング革新大系」

はじめに

■第I章 クリーニングの現状

業界が置かれている現在の状況／市場縮小／カジュアル化／ライフスタイルと時間／
出店ができない／お客様との接点を求めて
業界の実情 クリーニング業が目指したもの（ヨーロッパ業界の変化と衰退）

■第II回 サービス業としてのクリーニング

不信感／本当は何も知らない経営者／納期の不安／撥水に何日かかるの
クリーニングという認識（言葉／その意味／ドライCL／溶剤とその変遷）

■第III回 お客様と店舗のシステム

競争の原理／競合他社の力／自社の特徴は何？／システムを構築する（店舗／
点数コントロール／入出荷伝票／

■第IV回 マーケティング

言葉（店舗の見方／商圈・占有率・顧客数／顧客獲得目標／売上と店舗経費／
売上と販促）

■第V回 工場の管理

従業員の関心と管理者の関心／ロット管理・全体の流れ／商品管理・品質
チェック／シフト・スケジュール管理

■第VI回 メンテナンス

日常の手入れ／定期的手入れ／メンテナンス計画／その範囲

■第VII回 資材、材料、備品管理

資材管理を専門的に担当する

■第VIII回 作業改善

改善の意味／品質を保つ／ウエットCL／生産性問題／省エネ

■第IX回 クリーニング工場を作る

集中工場／ユニットショップ／市場とドライの機械／クイックサービスと集配
方法／宅配・訪問サービス／
工場の設計と考え方（入荷・検品・前処理・洗浄／洗浄機器と乾燥機の配置／
仕上げ機器の配置／包装・整理・出荷／ワイシャツの仕上げ／メンテナンスス
ペース／配管／照明／空調・スポットクーラー／図面

■第X回 店舗を作る

店舗設計（前面／ロードサイド／入口／間口と看板／照明／ディスプレイ）

■第XI回 お客様とカウンター

クレームと消費者と呼ばれる人／カウンターにおける検品の意義／シミヌキの
啓蒙／デザインとクリーニング
クレーム（クレームの内容／クレマーといわれる人々／会員制度／利用規
約の例／石油系溶剤への誤解／品質表示の混乱／啓蒙活動

■第XII回 マーケティング販促活動

伝える価値／各種加工／集荷の方法／デリバリーとは／顧客との関係（販促
ローラー／広告宣伝／市場ニーズ

■第XIII回 環境負荷低減のために

業界の現状／工場で行えること／店舗でのエコ活動

あとがき