

で続ける。二一クな仕掛けが好調な成長の取りを来店のきっかけに。多庭に眠っている衣類なんでき

どんどん値下げ…

ドンドンダウンの店にお気に入りのシャツが陳列してあるとする。ニンジンのマークが付いているから、いま買えば3,000円。これが来週水曜日になると2,000円に下がる。さらにもう1週間待つと500円になる。よし、安くなるのを待って買おう。いや、そのうち売れてしまうかもしれない。いま買おう。いや、やっぱり来週まで待とう…。

これか顧客の射幸心をくすぐる「ドンドンダウン オン ウェンズデイ」の仕組みだ。

この仕組みには心配なところがある。みんなが下がるのを待って買い控えてしまったら、底値100円の商品が膨れ上がって商売にならない。そうではない、絶対うまくいくはずだと思いながらも岡本社長自身、この仕組みを実行できないでいた。

そんなとき、出店していたファッションビルのアパレル店の業績が伸びず撤退を決めた際、「この店で試してみよう」と思い立った。すると、やってみたら売上がそれまでの3倍にぽんとハネ上った。「条件の悪いこのビルで売上が伸ばせるなら、全国どこでもいけるのではないか」。ドンドンダウンが社会デビューしたのはそんなことがきっかけだった。

この販売方法は岡本社長が考えに考えを 重ねて生み出したものだった。まず、ドンド ンダウンが消費者の人気を集めているのは 安くなるからだけではない。「ドンな服でもド ンドン買い取り」という仕掛けが効いている。 デザインや状態に関わらず、持ち込まれた 古着を重さで買い取る。絶対にお断りしない のがポイントだ。これによって、まず消費者 を店に誘導し、そこでドンドンダウンの仕組 みをわかってもらい、買う気を起こさせよう というわけだ。

もう一つ。店内の商品を週ごとに一斉値下げする。値札をどうするか。いちいち付け変えてはいられない。そこで、商品には値札を付けず野菜のイラストが描かれた「野菜タグ」を付けておく。そして、店内に掲出する値段表(野菜のイラストに価格が付いている)を1枚めくると野菜タグが1ランクずつ下がった値段表になる。価格ランクは最高1万円から最低100円まで12段階。来店客はこの値段表を横目に品定めをし、買うか待つかを決めることになるというわけだ。



盛岡市津志田店。イメージカラー、ロゴを統一しながら外観デザインは既存建物なりに個性を持たせている

与ルの仕組みが横たわっている。 生物資不足の発展途上国を繋ぐ大きな古着リサイトショップではない。その背景にはモノ余り先進国トショップではない。その背景にはモノ余り先進国を別水曜日になると商品の値段が下がる「ドンドン



商品案内など賑やかなアナウンスが店内いっぱいに響きわたる

難しい査定などをせずに古着を買い取ってくれる気軽さが受 けている

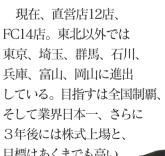
舞台に拡大し続けている。

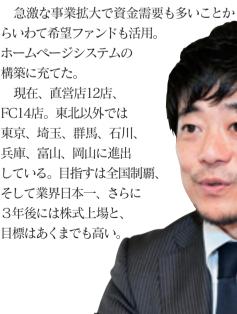
ビジネスプラングランプリ で飛躍

ドンドンダウンのビジネスモデルはいわ て産業振興センターが主催する第4回いわ てビジネスプラングランプリ(08年度)イノ ベーション部門でグランプリを受賞。今年 初めにはベンチャーフェアJAPAN '09優 秀賞、東北ニュービジネス大賞「アントレ プレナー賞」を相次いで受賞した。知的財 産としての申請も受理され、この面でもメ ジャーの地位を不動のものにしつつある。

「古着ビジネスを真面目にやっていますよ と、社会に認めてもらいたいという思いでい ろいろな機会に出させてもらっています。お 陰で岩手から東北へ そして全国へと繋が りが広がった。最初のビジネスプラングラン プリが無ければその後の展開は今ほど早くな かったかもしれないです。感謝しています」

らいわて希望ファンドも活用。 ホームページシステムの





日本の古着市場はこれから

販売方法の面白さがクローズアップされ るドンドンダウンだが、実はその背景に膨 大な量の古着在庫を抱える日本の社会と、 一方で発展途上国など衣類を求める巨大な 世界の市場がある。その中で、買い取りと いう商品の「入り」の部分と、買い取り品の うち国内販売できない古着を海外に輸出す る「出」の部分を繋いでシステム化したと ころがドンドンダウンの革命だった。

日本人が衣類を買って、着て、それを もう一度着る割合はわずか9%だという。 91%は箪笥のこやしかゴミになる。しかも 衣類ゴミの回収率は20%程度というから膨 大な量の衣類が日本の家庭にあり、これを なんとかしたいと思っている人がいるのだ。

一方、ドンドンダウンが店頭で買い取っ た古着のうち約4割は質的に国内では販売 できない。それを全店から集めて圧縮し海 上貨物コンテナに詰め込んで輸出する。そ の量は全店で月にコンテナ10本(約200ト ン)以上にのぼる。行き先はアフリカのトー ゴや東南アジアのマレーシア。現地には 巨大な工場があって荷ほどきし分別してア フリカ諸国、東南アジア各国で販売される。 こうして古着リサイクルビジネスは世界を



掲出された値段表。1枚めくるだけで陳列商品の値段を1段階安 表示する仕組みで、商品につけてある「野菜タグ」と値段表とを見 て価格を確かめる

企業概要

- 業 1991年7月
- ●代表取締役 岡本 昭史
- 15,070万円 ●資 本 金
- ●事業内容

アパレルショップ経営・ リサイクル 古着の販売・衣料品などの輸入販売 フランチャイズ事<u>業</u>

- ●従業員数 170名
- ●所 在 地 〈本社〉

盛岡市開運橋通り1-8 電話 019-621-8250

http://www.hype-net.com/

今月の表紙/写真左から、阿部貴之さん、 中坪南さん、下平実加さん。撮影時は、盛 岡さんさ踊り期間中ということでゆかた姿で 接客中。皆さんファッションが好き、人と会 って話すのが好き。最近は年齢の高い来店 者も増えてきていることから若さで押すだ けではなく、商品説明などにも相応の対応 が求められるのだとか。スタッフの勤務形 態は本人希望で様々。アルバイトから正社 員登用、さらに幹部社員を目指して頑張る 若者もいる。

1969年生まれ。東京都出身。日大明誠高 校卒業後、アメリカ・バージニア州のタイ ドウオーターカレッジで経営学を学ぶ。在 学中に起業、「勉強より仕事が中心だった」。 表面的には破天荒に見えるビジネス展開だ ィング力がある。それにしても、どうして 盛岡がスタートだったのか。それはどうや ら30万人という人口規模が理由だったよう だ。地方で目立って、それから全国に打っ て出る。狙いが当たっている。