

# クリーニング店に思う事

第18回毛利春雄セミナー公開講座にて

昭和工業株式会社 代表取締役 徳田二郎

総じて今の日本の景気って、  
どう思います？

実感、体感、実利、報道

余談のような、そうでないような？

今年の春にクリーニング店の  
店頭で見た光景

冬物のスーツを洗ってから夏眠していただこうと、  
近所のショッピングモール内にあるクリーニング店に持ち込んだ。  
開店と同時に長蛇の列。  
30分まち。(;-\)(/\_)三(°Д°)  
ひと汗かいた。

皆さん同じ事を考えているのね！  
その時は、(こんなこともあるのだなあ)と思っていました。

\*...o○☆° ∴;,\*...o○☆  
次の日、受け取りに行くと、また長蛇の列。  
またまた30分まち。(□□;)!!  
預けた服が見つからなくて、  
怒って帰る人もチラホラ。(°m°;)  
どうやら手際が悪いようです。  
そして店と工場のキャパを超過してしまったようです。  
° ∴; ° ∴; ° ★° ∴; ° ∴; ° ☆

冬物を受け取ってから、不安に思いながらも夏物を預けた。  
3日もあれば大丈夫だろう。  
だが、悪いことが起こった。  
明日着るスーツが出来上がっていない。  
クリーニングしなくてよいので、返してください。  
どこにあるのかワカラナイので無理です。  
やれやれ。( ° ▽ ° ;)

1日で出来るところを3日待っています。  
明日には必ず用意できますので。  
はいはい、気長に待っています。((>Д<))  
☆\*° ∴; ° ∴; ° ☆\*° ∴; ° ∴; ° \*

伝票は5月1日、全部で9着。  
仕上がったものから先に返してもらった。  
暇を見つけては引き取りに足を運ぶが、長蛇の列を見て断念。  
全て引き取り終えたのは5月10日。  
私がイメージするクリーニング店は、「朝出して夕方お受取り」。

\*☆\*∴;∴; \*☆\*∴;∴; ∴;  
別の店に行った。  
仕上がりは3週間後。  
いえ、もうお断りです。  
二度と来ません。(;-)  
ディズニーのアトラクションに並ぶようなワクワク感がない行列は、  
まさに修行です!(T▽T;)  
毎回、胃が痛くなって家路に着くのでした

# 結論！

## 社会に必要な会社は生き残る

では、社会に必要とされるという事はどういう事でしょうか？

私も経営者の端くれですので常に考えております。

- ▶ 社会のニーズは常に変化していますよね。少しずつまたは急速に
- ▶ 昔あったけど、今は無い物⇔昔無かったけど今は当たり前のもの
- ▶ 気候、装い、家族構成、インターネット、人工知能、自然エネルギー
- ▶ もちろん昔から不変のものも当然たくさんあります。
- ▶ 諸先輩や成功している皆様の前で大変おこがましいですが、  
商い成功の基本は変化する需要（ニーズ）に対するアンテナですよね。  
また、常に問題点（お客様のこうだったらいいのに）の解決かと。

# クリーニング業はその昔、他業界から羨まれる魅力的な儲かる商売だった。

## ▶ かつてクリーニング業界に在席していた 日本を代表する大手企業

三菱重工、丸紅、住友商事、東芝、三洋、伊勢丹、富士車両、伊藤忠商事  
などの相次ぐ大手企業の消失・撤退は何を意味するのか。

業界内の優秀な人財確保の難航・教育機関の喪失・  
他業界との窓口の喪失 するなど

かつての大型化、急成長の歴史は高度成長経済を柱とした自然な流れ  
ランドリー業者からドライホールセール委託、  
そして自家ドライ設備へと進化

# さて、クリーニング総需要ってどう思います？

▶ 1992年をピークに下がり続けているホームクリーニング業界の総需要  
ホームクリーニング業者だけ？が社会の景気動向に連動せず今も下がり続けている状況。

衣類の売り上げ、洗剤の売り上げ、家庭用洗濯機の国内販売推移、美・理容業界の総需要、洗濯代行業、コインランドリーの出店推移、クリーニング機械メーカーの出荷台数、リネンサプライ業の売り上げ推移、宿泊業・民泊の施設数推移など関連する業界と比較してどうなんでしょうか？

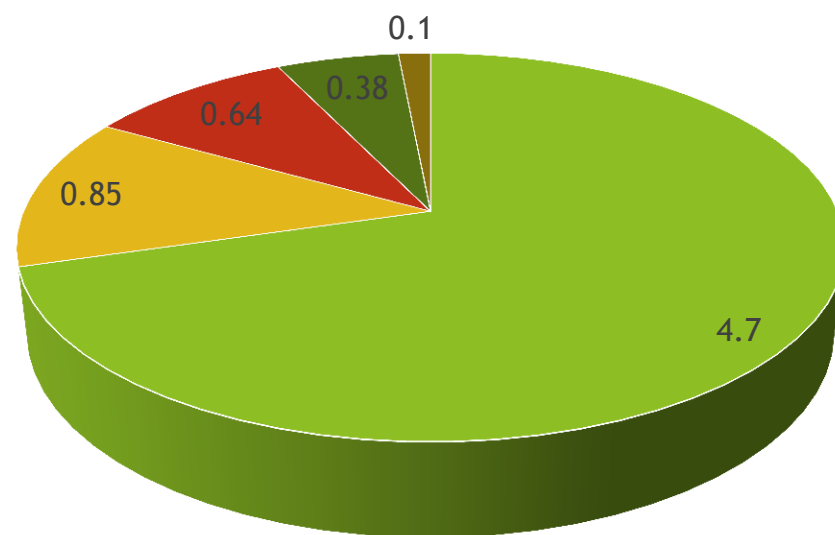
クリーニング業界全体規模での底上げは誰がいつ発信するのでしょうか？  
自分の会社の売り上げ推移だけを見ていれば本当に大丈夫なのでしょうか？  
なぜ、いつまでも総需要は上がらないのでしょうか？

要因は何ですか？ クリーニング料金の推移、衣類素材や加工の変化、  
店舗維持に関する考え方、クリーニングの仕事内容の変化  
省人化、機械化、社会生活、社会状況の変化 等など

# 現在の日本の洗濯市場 5.2兆円

(宿泊4.7兆円 飲食13兆円 医療31兆円)

洗濯市場5.2兆円

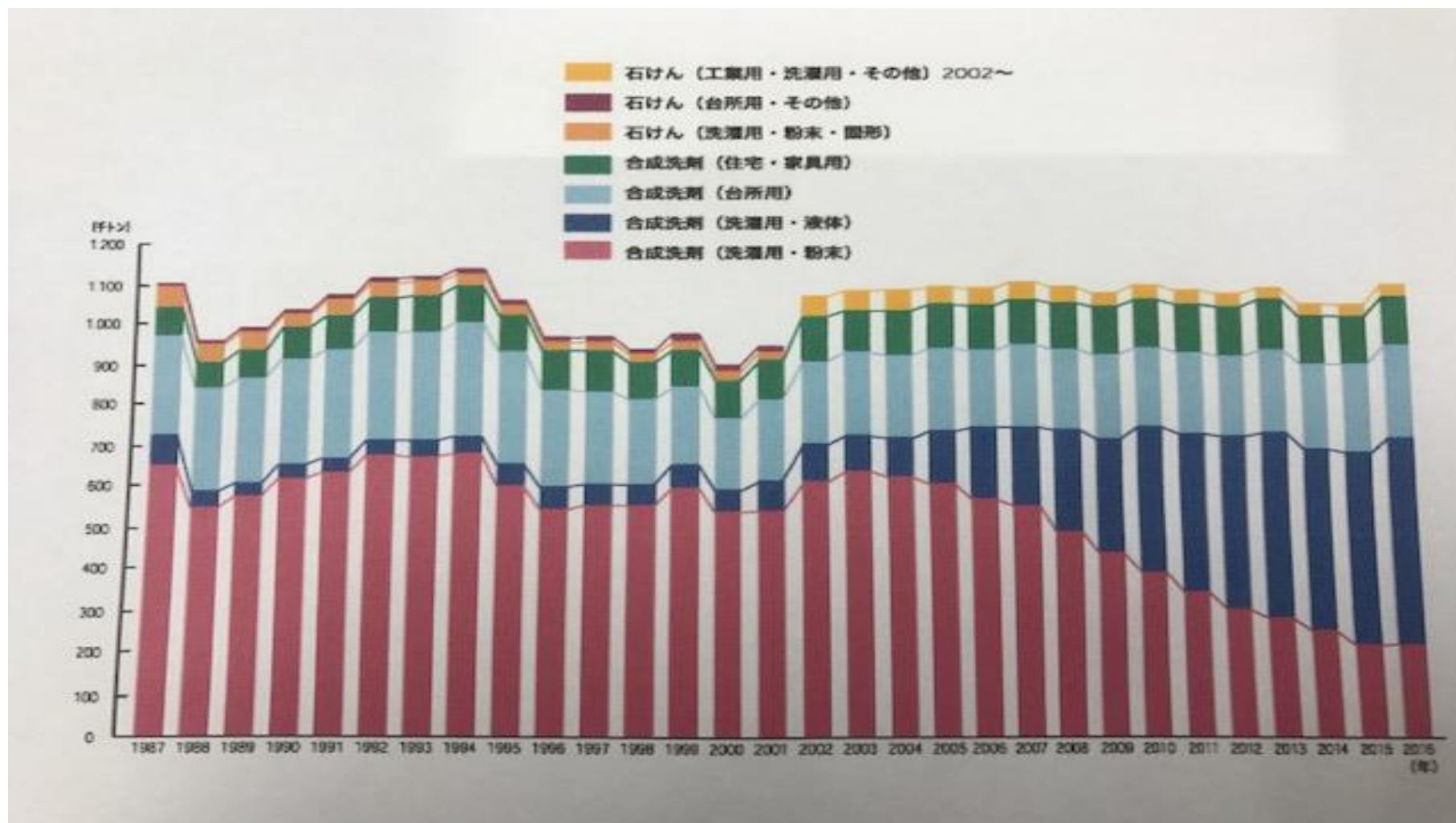


- 家庭洗濯
- リネンサプライ
- 普通洗濯業
- ホームクリーニング
- コインランドリー



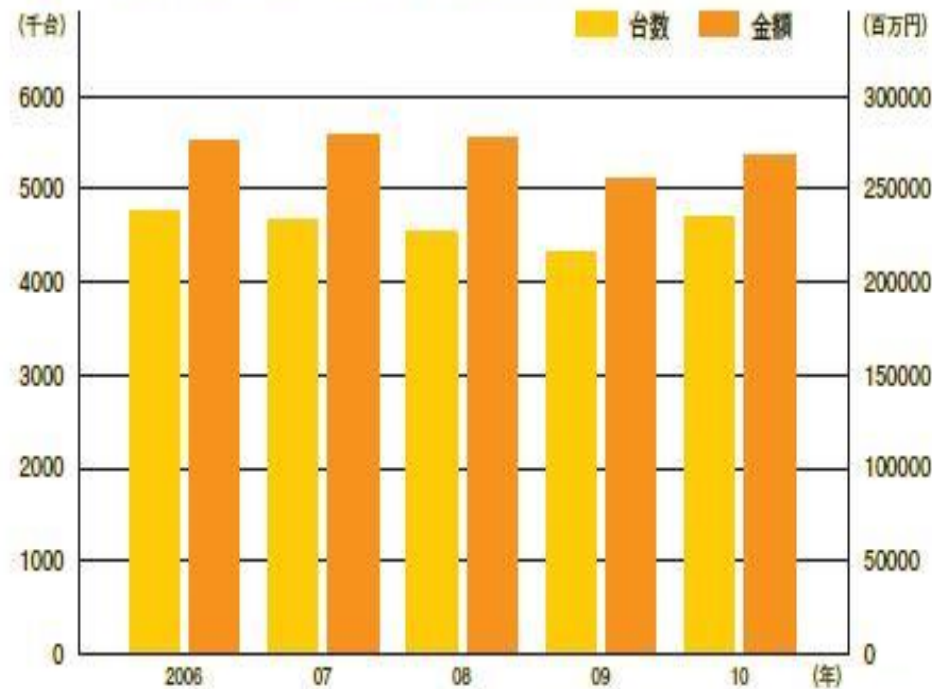
# 洗剤の総需要推移

(日本石鹼洗剤工業会資料1987～2015)



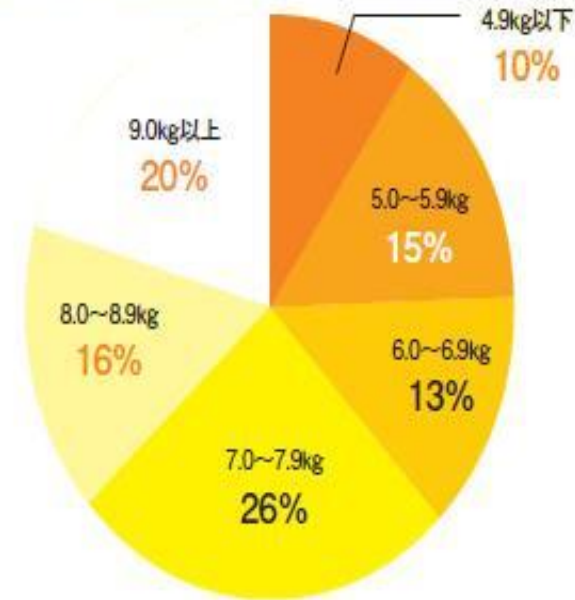
# 家庭用洗濯機の販売推移

## 1 電気洗濯機市場は大きな変動はない 電気洗濯機(洗濯乾燥機含む)の国内出荷台数、金額推移



出所:日本電機工業会・民生用電気機器自主統計

## 4 7.0~7.9kg台が一番多く売れている 洗濯容量クラス別販売台数構成比(PB除く)



出所:「GfK マーケティングサービスジャパン調べ」(2010/10-2011/9)

# クリーニング店は社会から認知された手堅い商い

## クリーニング屋さんを知らない日本人は誰もいない

- ▶ しかしクリーニング屋さんの屋号を知らない人は意外と多い（ブランディングの欠如？）
  - ここではブランド化という意味ではなくて、単純にお店の名前を知らない（お肉屋さん、スーパー、八百屋さん、は意外と屋号で呼んでいるのに）
- ▶ 自分の出した衣類が何でどうやって洗われているのかほとんど知らない
- ▶ 迷った末クリーニングに出さない品物は意外に多い
- ▶ 生活の変化に対応していない店が多く、営業時間が消費者の生活にマッチしていない店が多い
- ▶ 清潔を仕事にしている商売なのに、ほとんどの店（工場）は清掃が行き届いていない（一般消費者に見学をして頂けるところが少ない）
- ▶ 経営者がクリーニングの仕事を知らない、または興味が無い会社が意外に多い
  - 当然機械選びにも興味が無い（展示会・見本市の衰退）
- ▶ **もしかして、これだけでも全てクリアーしたら売り上げ伸びませんか？**

# この20年間、社会生活の変化の影響って すごく大きくないですか？

- ▶ かつて日本人の多くは男性の仕事の収入だけで大家族を養ってきた。
- ▶ 日本人って、この20年本当に豊かになってきたのかな？
- ▶ 現在は20~40代の夫婦の共稼ぎが大半を占めている
- ▶ 政府の一億総活躍社会の推進（増税赤字国家のなれの果て？） ⇔ ライフワークバランス
- ▶ 深刻な人手不足・人財難・技術力の低下・教育問題
- ▶ 晩婚化、少子高齢化、ゆとり教育、生涯独身、個人思想
- ▶ 死語のようになった言葉 かぎっ子、専業主婦、核家族、家事手伝い、  
花嫁修業、キャリアウーマン
- ▶ 多様な価値観を認める社会
- ▶ 環境保全、自然主義、化学品アレルギー、清潔志向
- ▶ **ビジネスの鍵って変化に対応する事ではないのでしょうか？**
- ▶ **どこの誰に、どんな人に何を届けたいか？（ピンポイント爆撃）**

# ポイントワード = 課題

変化は最大のチャンス（変化があるから好機が生まれる）  
いつ？今でしょ。

- ▶ インターネット
- ▶ 宅配・デリバリー・無人受け渡し
- ▶ 時間外営業・特定出店営業
- ▶ 特殊品・特化した技術・未開拓ジャンルの創出
- ▶ 高級衣類・仕上げ形成技術
- ▶ 洗濯代行・福祉洗濯・小規模リネン（民泊含む）
- ▶ 複合営業（サービスのコラボレーション化）
- ▶ 脱化学品・水洗い・自然素材
- ▶ 衣類知識の向上・オーダー衣類のクリーニングと販売
- ▶ 人財確保と育成

貴重なお時間をお付き合い頂き  
心から感謝申し上げます。

ご清聴頂き誠にありがとうございました。

昭和工業株式会社

代表取締役 徳田二郎