

株式会社ホームドライ

○所在地:兵庫県神戸市須磨区弥栄台3丁目3番5号 ○TEL:078-794-7100 ○設立:昭和46年8月2日 ○代表者:代表取締役 太白 守治
○従業員数:90人(平成30年6月現在) ○資本金:3,000万円 ○E-mail:info@homedry.jp ○HP:http://homedry.jp/
●事業内容:クリーニング業全般
●主要生産設備:ドライ洗濯機、水洗い洗濯機、乾燥機

洗濯機・乾燥機の増設による ワンコインスニーカークリーニングの提供



洗濯機・乾燥機を増設し、業界初の1コイン(500円)スニーカークリーニングを提供する。現状1足ずつ手作業で洗濯しているスニーカーを、当社のノウハウを使って数十点単位のまとめ洗い・乾燥を可能にし、生産性の向上・新規顧客の拡大を目指す。

不況による家計支出の節約傾向、洗濯機や家庭用洗濯洗剤の機能高度化、ファストファッションなどの低価格な製品の普及により、クリーニング市場は縮小傾向にある。加えて、石油製品と人件費が高騰しておりコストは高まる一方である。かつて主流であった一般クリーニング所は後退し、新規参入しやすい取次店の割合が年々増加している。取次店では、サービス品質競争よりも価格競争に走りやすく、消耗戦となる。価格競争に巻き込まれないためには、利便性・処理速度・品質・安心感などの価格以外の点に重点を置くとともに、顧客満足度を得るためサービスの1つとして多様化も必要となる。そこで当社は、スニーカークリーニングを新たなサービスとして提供する。

- 売上高の増大
- 今までにないサービスを創り出す
- 受注量の季節変動の平準化

韓国では、スニーカーをクリーニングに出すことが一般的となっている。以前から、日本でもスニーカークリーニングをサービスとして確立することができるのではないかと考えていた。そこで約2年前から、生産性が高いスニーカークリーニングの方法を確立することに取り組んだ。技術的には、紐をほどかずスニーカーの形状に合った洗浄をする方法と、靴を傷めず乾燥させる方法が課題であった。試行錯誤の結果、洗浄方法は、スニーカーと共に特殊なシリコンボールを入れて洗浄機にかけることによって解決した。乾燥は、温度を上げずに素早く乾かすことがポイントとなるが、乾燥機を独自に開発することでこれを実現した。この方法は、先行している韓国でも行われていないやり方である。樹脂メーカーの協力を仰ぎ、専用の洗剤を開発することにも成功している。いまでは、1回で25足のスニーカーを処理することができる方法を確立している。補助金を活用して洗浄機と乾燥機を導入し、全店にスニーカークリーニングのサービスを開始できる体制を整えた。

同社の強み

- ・先を見据えて常に新しいことに取り組む姿勢
- ・お客様の選択肢を増やし、顧客満足度を追求
- ・経営情報を全社員で共有し意識の高い組織風土

ポイント

500円の低価格で普及を狙う



【スニーカークリーニングのちらし】

日本には、スニーカーをクリーニングに出す文化が未だない。韓国では手作業で洗っており、サービス料金はどうしても高くなる。日本でスニーカークリーニングを根付かせるためには、低価格で多くの人に体験してもらうことが不可欠だと考えた。そこで、洗濯機を使って大量処理することで手作業を極力減らし、人件費を抑えて500円のワンコインでサービスすることが可能になった。店頭では、お客様にくじ引きをしてもらい、スニーカークリーニングの無料券や割引券が当たるようにして、気軽にスニーカークリーニングを体験して頂けるように工夫した。

独自開発したノウハウを業界全体へ

通常の洗濯機はドラムに衣類をたたきつけるようにして汚れを落とす仕組みであるが、このやり方ではスニーカーの汚れは落ちない。そこで、シリコン素材のスポンジボールと一緒に入れて洗浄する方法を独自開発した。この方法ではスニーカーの紐を外す必要なく洗濯機で隅々まで洗えるため、作業時間と検品時間の大幅な短縮が可能である。低温で素早く乾かすこと

ができる乾燥機や、いろいろな色の靴を一度に処理しても色落ちや色移りがしにくい専用洗剤も独自開発している。これらのノウハウは、同業者向けに講義したり展示会に出たりして業界全体へ開示している。オリジナルの技術を自社だけで囲い込むのではなく、オープンにして業界全体のサービスカアップに貢献する。



【スポンジボールを入れた洗浄機】

日本でのサービス定着を目指す

サービスを開始するにあたって、チラシや割引サービス券を配布して広告宣伝を行った。ポスターも制作し、常時店頭に掲示している。また、店舗にスニーカーをディスプレイして目を引き、アピール度をアップさせた。2018年は、1か月平均約800点のスニーカークリーニングを受注している。しかし、消費者への浸透はまだまだ足りず、様々な方策をとって少しでもサービスを利用しやすくしている。スニーカー用のクリーニング袋を製作したり、受付カウンターに汚れた靴を置くのを嫌がるお客様心理を考慮して無人の受付ボックスを作ったりしている。将来的には、日本でスニーカークリーニングを文化として定着させ、売上の10%を占めることを目指している。

常務の声



株式会社ホームドライ
常務取締役 太白 守貞氏

すべての人に喜ばれる企業を目指します

お客様の衣服には、お客様の人生の物語があり人生の思い出が込められています。私たちはお客様の衣服を大切に、お客様の笑顔と満足のために何ができるかを常に考えています。人に喜ばれる企業を目指し、社員皆が共通の想いを持って日々業務に取り組んでいます。2018年は、近い将来起こる外部環境の変化を見越し、新たなステージへと繋ぐ年だと考えています。社会やお客様の価値観も加速され複雑化していく中、私たちも変化しなければなりません。「変化こそ常道、変化は成長へのチャンス」だと受け止める人や組織、風土でありたいと強く願います。お客さまに喜んでいただけることを積み重ね、わが社に関わってくださるすべての人に喜ばれる企業づくりを目指します。