

# 時代をつかめ! ネクストリーダーズ ①

## タイを足掛かりに ASEAN進出を目指す

市場規模が1992年をピークに縮小を続け、いまや半分以下の4000億円を割り込むクリーニング業界。こうした中、国内で初めて本格的にASEAN（東南アジア諸国連合）での店舗展開に乗り出したのが、喜久屋社長の中島信一だ。

その足掛かりとなるのが、タイ・バンコク。昨年5月に現地法人キクヤタイランドを設立、現地で8店舗を持つ同業会社をM&Aで取得し、店舗を引き継いだ。現在の店名は「白屋」だが、近いうちに「喜久屋」に統一し、店舗を増やしていく計画だ。さらに、同じバンコクで、今年3月にイオングループが出資するマックスバリューストア内に1店舗、4月にはローソン店内に2店舗の「喜久屋クリーニング」をオープンした。

「ASEANでは経済成長に伴い、クリーニングの利用が富裕層から中間層に急速に広がっています。タイは暑い国ですが、海外旅行やオシャレを楽しむため、多くの人がコートやダウンジャケットを持つよう

クリーニング機械・洗剤メーカー、機材商、IT事業者なども参加。すでに加盟4社がタイへの進出を決めているという。

「日本のクリーニングの技術、サービスは世界一だと私は思っています。しかし、個人事業者が愚直に取り組んでいるにもかかわらず、努力が報われないのは非常に寂しいこと。一方、ASEANではクリーニングの需要がどんどん拡大しています。そ



タイ・バンコク都シーナカリン工場の作業風景



バンコク市内にある店舗

なっていますし、レストランではスーツやジャケット着用の人も増えています。日本とは逆に、ASEANはまさにこれからクリーニングの需要拡大が見込まれる国々なんです」と、中島は語る。

これらの国で、機械設備はもちろん、衣類の洗い方から手入れ、保管、接客まで、日本と同じ水準のサービスを提供し、顧客獲得を目指す。

実際、タイでも日本と同じように、ワイシャツ用に168種類のボタンを常時用意し、取れたボタンを無料で付けるサービスを行なっている。もともと買収した企業の経営者が日

## 日本流のクリーニングを ASEANの スタンダードに!

### 中島信一

株式会社喜久屋  
代表取締役兼CEO  
一般社団法人日本アセアン連合会  
代表理事

ここに日本のクリーニング技術や技術者、サービスを輸出すれば、ASEANの皆様にも喜んでいただけるでしょう。それによって、日本クリーニング業界の活性化・発展を促すことが目的の一つ。日本流のクリーニングがASEANのスタンダードになることを目指しています」

また、クリーニングのノウハウが学べる研修制度をつくり、ASEANから人材を受け入れていく計画もある。将来的には、技術を学んだ人たちにASEANに進出した企業で働いてもらうことも視野に入れていくそうだ。

さらに、同業者のタイ進出を後押ししたいという中島の強い思いもある。

「実際問題として、中小・零細の事業者の方がタイなどに進出するのは難しいでしょう。タイ語など現地の言葉で営業や交渉、クレームに対応することが求められるからです。ですから、当社が展開する数十店舗を受け持つエリアフランチャイズのような形で、クリーニングの工場運営をお任せし、営業やカスタマーサポートなどは当社が担当する体制を整えていきたい」（中島）

このシステムであれば、個人事業者は、クリーニングの「職人ワザ」に専念すればいいわけだから、安心感は大いだろう。

本人だったので、社員はすべてタイ人だが、日本流のホスピタリティは自然と根づいていったという。同社は現在、国内では首都圏を中心に130店舗を展開。WEB上で展開しているクリーニング&保管サービス「イクローゼット」や、6カ月無料保管サービスを行う「シテイクロゼット」などを他社に先駆け開発し、好業績を維持している。こうした日本ならではの先進的なサービスも順次導入していく方針だ。

### 中古機械の活用で 設備投資額を5分の1に

だが、クリーニングの機械設備を導入するには、工場（数十店舗分）あたり4000万〜5000万円の費用がかかる。日本と同じサービス

で採算は取れるのだろうか。「実は、日本では利用者激減でクリーニングの機械設備が有り余っているんです。処分するだけで何百万円もかかるため、止めるに止められない個人事業主もいるくらいです。それを引き取って整備し、タイに輸出しているんです」

つまり、機械設備は超格安。普通だったら億を超える投資額が、中古機械を使うことによって5分の1程度で済むという。

しかも、タイのクリーニング料金はワイシャツ1枚あたり約223円（70パーツ）。日本では230〜270円だから、ほとんど変わらない。一方で、「クリーニング代に対する人件費比率は、日本では20%くらいですが、タイは5%くらい」と、人件費はかなり安いのだ。中古の機械設備の活用に加えて、日本と同水準のクリーニング料金と低い人件費比率が、このビジネスモデルの魅力が大きく高めているといえそうだ。

### 同業者の進出を支援し 業界を元気にしたい

同社の当面の方針は、タイの店舗展開を加速させることだという。その一環として中島は、4月に「一般社団法人日本アセアンクリーニング連合会」を立ち上げた。連合会にはクリーニング事業者はもちろん、ク

「日本の優れた技術をアセアン各国に伝えたい」



### 15年末に予定される AECが追い風に

タイの主要都市への進出後は、マレーシアやインドネシアなどのアセアン諸国もターゲットに据える。スピーディな海外展開を目指すのは、クリーニングを利用する中間層の拡大スピードに追いつけないと考えるからだ。遅れを取ると、東アジアからの競合企業に先を越されかねない。

「2015年末からはAEC（ASEAN経済共同体）によってモノやヒト、サービスの自由な行き来が見込まれるなど、経済連携が強化されます。そうなれば、タイの拠点かハブとなり、日本からの進出に比べ、より迅速な対応が可能になるでしょう」

海外進出には、いち早く導入したiPadによるクラウド型の商品・

顧客管理システムも強力なアイテムになっているそうだ。クリーニング業ではなく、「住環境改善型生活支援サービス」として自社を位置づけ、次々と新機軸を打ち出してきた、中島。ASEANにどこまで「喜久屋流クリーニング」を浸透させることができるか、興味は尽きない。

#### CORPORATE PROFILE

#### 株式会社喜久屋

代表取締役兼CEO  
中島信一（なかはた・しんいち）

業種 ● クリーニング一般加工および衣類のリフォーム  
設立 ● 1956年5月1日  
資本金 ● 1000万円  
売上高 ● 2011年度 11億4500万円  
● 2012年度 11億3500万円  
● 2013年度 11億200万円

所在地 ● 東京都足立区保木間1-5-4  
電話 ● 03-3884-6883  
URL ● <http://www.kikuya-co.co.jp/>