



増加する洗濯代行ビジネス

都心では、エアコンや換気扇の洗浄をピンポイントで請け負うビジネスやスーパーの宅配サービスが活況だ。都市生活者向けのサービスが、よりバリエーション豊富に利用しやすくなっている。一方で、洗って、干して、たたむという、日々の洗濯は家事の中でも比較的重労働とされ、時間もかかるので、つついとおくうになりがちである。そんな中、アメリカから二つの新しい「洗濯スタイル」が相次いで上陸した。

これまで洗濯は、自宅の洗濯機やコインランドリーで洗濯するか、自分で洗濯できない素材はクリーニングに出すかに分かれていたが、時間のない都市生活者や高齢者、大量に洗濯物が出る大家族世帯向けに、洗濯を代行するビジネスがアメリカのモデルを参考に、日本でも利用され始めている。

アピッシュが展開している「WASH & FOLD (ウォッシュアンドフォルド)」は、仕事や育児に追われる20~40代を中心ターゲットとし、下着など日常着を含めた洗濯代行サービスを、都心部中心に展開している。もともと日本でアパレルやカフェ経営をしていた山崎美香社長が、米国滞在中に洗濯代行サービスを利用し、日本人のライフスタイルにも向いていると考え、予定していたカフェの2号店出店から計画を変更、この業態に転業した。約20坪の店舗はブルーの外壁にナチュラルな木目の内装、木のテーブル

とイスなど、カフェ感覚のおしゃれな仕上がりとなっている。

代表の山崎氏によると、「開業当初は、業態の認知度が低く利用者が少ない状況でしたが、一度利用した方のうち約8割が、1か月以内にリピートしていただきました。現在では会員数も3000人近くに増え、一店あたりの月商も約500万円に達しました。単身者や子育て中の主婦層が先行していましたが、最近では高齢者の利用も予想以上に増加中です」という。08年11月には、初の関西出店となる南堀江オレンジストリート店がオープンした。

サービスとしては、入会金1000円で、Tシャツなら50枚程度 (6~8kg) 詰められる専用のバックが用意される。客の自宅まで集荷に行き、洗濯、手たみした後、自宅に届ける「Pick Up」(一袋2800円)と、持ち込み・受け取りタイプの「Carry In」(一袋2000円)を基本としている。並行してドライクリーニングの取り次ぎも行っており、クリーニングを含めて夜11時までの対応は、忙しい都市生活者に重宝されているようだ。更に美容院やホテルなどの事業所向けのサービスや、FCによる多店舗化も進められており、新しいビジネススタイルとして全国に増加しそうな分野である。

ファッションを愛する人のためのファブリックケア

09年1月から本格的な国内販売がスタートする「THE LAUN

DRESS (ザ・ランドレス)」は、Lindsey Wieberと、Gwen Whitingの2人の女性が設立したニューヨーク発のハイセンスでエコロジーなファブリックケア (洗濯洗剤) ブランドである。

Lindseyはブルックブラザーズを経た後、シャネルの米国セールスマネージャーとして活躍し、Gwenはラルフローレンのシニアデザイナー出身というアパレル業界での豊富な経験の持つ両者が、3年間の研究開発後に発表した洗剤は石油系原料を使用せず、植物原料で構成されている。水に流しても自然分解され、100%自然に戻るエコロジーなことが特徴である。彼女たちの商品はドライクリーニングを一切せず、大切な服を自分自身で洗い、ケアすることがテーマとなっており、それゆえ、洗濯をおしゃれに、そして、こだわって楽しめる要素が多く提案されている。

パッケージデザインは一見して洗剤とは思えないモノトーンのシンプルなもの、スタイリッシュなインテリアとの相性も良い。積極的に見せなくなるデザインである。また、同じデザインでウォッシュバスケットやアイロンボードカバーなども用意されている。

こだわりのラインアップ

肝心の商品ラインアップは、洗濯前の染み抜き用のステインソリューションに始まり、すべての衣類に対応する洗剤シグネチャーター

ジェント、クラシックとベビーという二つの香りが用意された柔軟剤、更にアイロンウオーターと、その作業過程により分けられている。

また、スペシャルラインとして、白い衣料用、濃い色用、ベビー衣料用やペット衣料専用、更にデニムやスイムウェア専用、これまでドライでしか洗えなかったウールカシミア用シャンプーと、用途や素材により製品も細分化されている。デイリーケアシリーズとしてファブリックのニオイ取りや抗菌用の芳香ミスト、旅行に便利なシワ取り用のスプレーなども用意されている。

何よりも、エコロジーにこだわった環境に優しい原料と、人工の香料を一切使わずエッセンシャルオイルの調合によりつくられた上品な香り、今までの洗剤や柔軟仕上げ剤のそれとは一線を画し、香りにこだわり、リネンウオーターなどを使用している人々を中心に新しいスタイルとして支持されると思われる。

「おしゃれな人は、見ええないアンダーウェアにまでこだわる」と言われるが、洗濯はそれ以前の、更に入に見えない行為である。長く愛用したいお気に入りのアイテムだけでも自分でじっくりとケアし、それほどこだわらないものは、時と場合によっては人に頼み、自由な時間を過ごす。現代のライフスタイルの中では、そんなバランス感覚を持つサービスや商品が支持を集めていこう。

(こんどう・けいすけ)

時間を買うか、それとも楽しむか？

近藤圭介(ミームプランニング)

1. 洗濯代行サービスを手掛ける「WASH&FOLD」の店舗
2. 同店内には、アメリカ製の洗機が並ぶ
3. 「THE LAUNDRESS」のファブリックケア製品



SK
COLUMN
MARKETING