

人気沸騰のサラリーマン副業、成功の秘訣を公開 コインランドリーもサービス業、顧客目線が大切

mammaciao 対談 第 1 回

コインランドリー刑事 藤原健一 × 三原 淳



「コインランドリー刑事」こと、藤原健一氏。住宅地図を片手にコインランドリーの出退店を調べてまわるのが趣味。2003 年より都内限定で調査を始め、これまで 3000 店舗に足を運んだ。その調査結果をまとめたホームページはコインランドリーの利用者、経営者の双方から重宝されているまさに業界のレジェンド。

コインランドリーのフランチャイズ展開を行っている株式会社 マンマチャオ mammaciao（本社：神奈川県横浜市、代表取締役：三原 淳）は、活況を呈するコインランドリー業界をさらに広く深く知っていただくため、代表三原と各界の識者による対談企画を開始します。

第 1 回目のゲストは「コインランドリー刑事」として知られる藤原健一氏。13 年に渡って都内のコインランドリー店 3000 軒に足を運び、その出退店を記録してきた藤原氏と三原がコインランドリー業界の現在、そして未来について語り合いました。

■ 顧客目線を失わなければ成功できる

藤原 三原さんの著作、3 冊とも愛読してます。あそこまでネタばらしをしたら、自分で開業されてしまって困りませんか？

三原 新入社員研修の教科書代わりにしてくださってるメー

カーもあります。ありがたいですよ。

藤原 オシャレな看板ではコインランドリーは儲からないってありましたが、私も同感です。

三原 常に顧客目線でなければダメってことです。新規オーナーさんの中には欧文のロゴだけを残し日本語表記はしたくない、っていう人もいます。でも、却下。お客さんは何の店かわからなかったら、入りづらい。誰のためにやってるんですか、お客さんに認知してもらわなきゃって。

藤原 僕がよく行くコインランドリーは、高齢のオーナーの態度が悪くて。店内は禁煙じゃないし、100 円を飲まれた時に連絡したらこっちが悪いみたいな感じで。自分の店だから何してもいいって思ってる。

三原 サービス業なんですけどねえ。

藤原 三原さんの著作には真正面からコインランドリーもサービス業なんだと書いてある。あと、駐車場の作り方とか。そうそう、ってうなずきました。自分も実際に店舗周辺を足まわっているの、実感としてありました。

三原 駐車場があるからいいってもんじゃないってところで



株式会社 mammaciao 代表取締役三原 淳。2000 年、米国の老舗洗濯機メーカーであるデクスター社の日本総代理店となり、株式会社エムアイエス（現・mammaciao）を設立し代表取締役に就任。同年、環境配慮型エコランドリー「mammaciao」の FC 展開を開始、昨年 1 年で 100 店舗出店を実現させた。

すね。郊外型のお店しか知らない人は、駐車場のないコインランドリーなんてあり得ないと思っている。mammaciao は東京 23 区内で駐車場がある店は石神井公園だけ。駐車場がなくても月に 100 万円くらい売れる店はありますからね。都内ではコンビニだって駐車場のない店ばかりですよ。

藤原 ファストフード店では駐車場を有料にしている店がありますよね。

三原 ああ、そうですか。お店に駐車してどこかに行かれちゃっても困りますもんね。そのまま電車に乗って出掛けちゃうとか。

■ 1日 20 軒ものペースで調査を続ける、コインランドリー刑事とは？

三原 そもそもなぜコインランドリーを調べようと思ったんですか？

藤原 「ゼンリン」という地図制作会社のアルバイトをしていたときに、コインランドリーに興味を持ちまして。コインランドリーって無人だし、看板も営業時間も文字が一切ない店舗もあるじゃないですか。でも洗濯機や乾燥機が並んでいるだけでコインランドリーだと、勝手に調査員が判断していい業種なわけですよ。例えばマッサージ機が並んでいてもマッサージ屋とは判断できない。個人が使うために置いているのかもしれないし。唯一コンシューマー向けの施設で看板がないのにゼンリンの人が勝手に書けるのはコインランドリーのみ。店舗に電話がないし、問い合わせ先の表記もない店は調べようがない。調査員が目で見えて判断するしかない。

三原 へえ、知らなかった、おもしろい！

藤原 住宅地図を買って、電車と徒歩でコインランドリーの出退店を調べてまわってるんですが、楽しくて楽しくて。こんなことを調査しているのは自分だけっていうのがたまらないですね。

三原 ハハハ。

藤原 チェーン店ごとの店舗検索はあっても、都内すべてのコインランドリー情報を網羅しているサイトはなかったから、全部集めたら、価値があるんじゃないかと。半年くらいで 1500 軒くらいになったので 2003 年に公開しました。趣味なのでつい更新し忘れて見えなくなっちゃったりしたのと、ある IT 企業の方に 2006 年ごろ、全部盗まれちゃって。むこうは新店舗も閉店情報もまったく更新しないのに、SEO が得意な方なんて、上に出ちゃう。そんな悲しい状態になってしまって辞めようかなあって思っていたとき、TBS の『マツコの知らない世界』から出演依頼があったんです。

三原 新規開店のために物件を探すとき、担当は現場にも行くんですが、まず刑事さんのサイトを拝見してます。本当、業界のレジェンドですよ、すごく助かってます。



■ 商圈は地図上の距離ではなく、車の移動距離などで把握する

藤原 出店の目安で半径 500 メートル以内に 5000 軒くらいあればいいって聞いたんですが、本当ですか？ そこまでは企業秘密？

三原 いえいえ、僕らはちょっと違います。車で 10 分圏内で行ける範囲で 1 万世帯。田舎だと信号が少ないので 5 キロ、10 キロ行っちゃう。

藤原 でしょうね、行きますよね。

三原 でも、都心だと1キロ行くか行かないか。信号も多いし、渋滞もあるし。一概に半径何キロってやらない。

藤原 地図上ではなく車ですか、そのほうが実態に近いですね。

三原 そうそう。後は線路や国道があったらそこから越えた範囲の住宅は数えない。だから、商圈が半円になったりする。

藤原 ほお、正円で考えちゃいけないんですね。そっか、だからその広範囲を歩いて探すの大変だ。

三原 メイン通りだけです。そんなに歩いて調査する時間はないです。

藤原 私は全部歩くんですよ。道を縦横、縦横に歩く。23区内は歩いてない道はないかも。だからかなり正確です。なんでかって言うと、リストから漏らしてしまうのが悔しい。後悔したくない。それに歩くだけでなく、鼻を効かすんです。冬なんて乾燥しているから洗剤の匂いが結構漂ってきます。でもたまに、匂いを辿っていったら、すでに何年か前にリストに載せていた店だったって悔しい思いもしますね。

三原 ハハハ。でも、23区内って開業は盛んでも、そんなに廃業しないですよ？

藤原 おっしゃるとおり。機器を放置して夜逃げしてそのまま、なんてまず見ない。

三原 ね、ボロボロの店舗でもちゃんとお客さんが付いてたりする。でも地方はありますよ。何十台も機器を放置してある店舗が。

藤原 そうかもしれないですね。私のサイトにも地方の利用者からオーナーが長期にわたってメンテナンスしてないなんてありますよ。僕のほうにクレーム来たりするんですよ。店舗に問い合わせ先がないので、僕に返金してくれとかって。クレームの多さって商圈にも寄るんでしょうね。ペットの物を洗っちゃうとか、モラルがない客層が多いとか。

三原 都内でいうと、早稲田がねえ。学生が多くてイタズラ多かったですよ。



■ コインランドリーの出店ラッシュでも守るべきこと

藤原 今、コインランドリー人気で店舗つくっても、機器の製造が追いつかないんですね。

三原 そう、今、国内メーカーの機器を頼んでも7月とかになっちゃう。うちが総代理店になっているアメリカのデクスター社製ならすぐに提供できますけど。

藤原 最初にメディアに出たときって、何で儲かっているのかわからない、密かに儲かっているって感じだったのに。今、脚光を浴びすぎて、なんか嫌じゃないですか？

三原 確かに知る人ぞ知る、でしたね。資本力のある企業が注目してくるようになったので、一桁違うようなお金を動かして荒されたらちょっと困るかな。

藤原 皆さんが三原さんの著作のように考えていないですよ。儲かればいいってところもある。

三原 私たちは元々、コインランドリーがあるところに店はしません。値段も守ってます。

藤原 そうですよ、均一ですよ。そういうふうを考えれば私のサイトも役に立ってますよね。老夫婦の出店している昔ながらのお店も守ってもらえる。

三原 すごく役に立ってます。競合店調査、まず刑事さんのサイトを見て、どのくらい離隔があるか見てますから。導線はどうかあとか。

■ 布団洗いや週末のまとめ洗い、大型コインランドリーの魅力

藤原 喫茶店でママたちがお茶してて、一人が「近所にコインランドリーが出来た」って言ったら、「いいなあ」って歓声が上がってて。汚くて暗いっていうイメージは払拭されてますね。オープンの人に立ち合わせてもらったんですが、布団を洗えると聞くと、驚いてすぐに取りにいく人も多い。

三原 大型の洗濯機なら羽毛布団が同時に3枚、洗濯物も家族4人分なら3日分がまとめて洗えます。

藤原 ドラム式は洗濯物を目一杯入れてしまっていていいんですね。

三原 ちょっとしか入れないと、ドラムのひだに触れない。水に浮いちゃう。クリーニング屋さんなんかは最後に隙間まで洗濯物を詰めて、足で押し込んでドア閉めますよ。

藤原 クリーニング屋さんだと、他の人の洗濯物と一緒にですね。

三原 そうそう。コインランドリーは自分の洗濯物だけ洗えていいですよ。

藤原 コインランドリーはドラム洗浄もあって清潔ですね？

三原 そもそもステンレス層はカビが付かない。でも除菌剤が置いてあるので気になる方には、シュッと自分でやってもらってます。

藤原 手動で？

三原 ドラム洗浄ってアクアさんの洗濯機しかできない。うちのはアメリカ製。どうしてもって言う人にはアクアさんを売ってますよ。



■ 丁寧な接客でコインランドリーをさらに活性化

藤原 有人店舗の予定はありますか？

三原 機械の苦手な奥様たちが抵抗感なく使えるように、うちも有人も考えています。洗濯機に入れる洗濯物の量や乾燥機の分数や温度の設定、自分で決められない方もいますよね？

また、洗濯機から乾燥機へ洗濯物を移すのに一度戻って来なければいけないのですが、パートさんがいれば小銭を渡しておけば移し替えてもらえます。

藤原 僕も、洗濯物を出しといてっていう利用者を見たことがあります。

三原 乾燥機に入れっぱなしで何時間も帰ってこない人もいます。後はやっぱり人気がなく機械だけが音を出している店内よりも、笑顔のパートさんが迎えてくれるほうが温かみがありますよね。

今、清掃のためにパートを1日1時間入れてもらうようにしていますが、そのパート代が月3万円、これを3時間に延ばすとパート代が月9~10万円かかる。それでも瀬谷店では、土日だけ3時間パートさんにいてもらっていて、売り上げは上がっています。

藤原 なぜ、有人店舗をやらないとダメと思ったんですか？

三原 いや（笑）後付けです。居抜き物件だったんで、お客様とパートさんも付いてきた。13年もやっていて、ローテーションで雇用が確保されていて、今さら仕事を奪えないじゃないですか。

藤原 うちの妻も酒屋でパートしてますが、妻にお客が付いてるんです。得意先のお歳暮の好みなど頭に入っていて、勝手に送っというって言われてます。

三原 やっぱり企業は人なり、ですから。

藤原 なるほどねえ。



三原 今後は有人店舗を増やしていきたい。でも、お昼どきくらいまでですかね。午後は若い人が多いので、そういう年齢層の方は放っておいてほしいみたいです。

■ 小銭要らずの電子マネー導入が mammaciao の魅力

藤原 mammaciao さんって電子マネーがいいですね。小銭面倒くさくって。いいなあ、ここって。導入されたの随分と前ですよ。

三原 そう、もう 2010 年ですから。

藤原 導入された当時は今の mammaciao さんの店舗デザインじゃなかった。黄色かったですよ。

三原 ウチが黄色いデザインだったの、知ってるんですね。スゴイなあ。今は白いですけど。

藤原 看板といえば、あのお母さんキャラも変わりましたよね。

三原 ああ、チャオ姉さんですね。3 代目くらい。今風にアレンジしました（笑）。

藤原 mammaciao さんの魅力といえば、もうひとつは店内の FM ラジオかな。

三原 有線放送と違ってお金がかからないですからね、オーナーさんの負担が減ります。

藤原 著作にも書かれていましたけど、店内に死角がないっていうのも安心できます。

■ 百聞は一見に如かず、ぜひ店舗に足を運んでほしい

三原 とにかく使ってみてほしい。コインランドリーって浮浪者が使っているんでしょ、ペットの毛布とか汚いものを洗っているイメージがまだあるんです。

藤原 僕、何年もコインランドリー巡りをしていますが、見たことないです！

三原 そうなんです。第一、浮浪者はお金を持っていないし。今のコインランドリーは防犯カメラで死角がないようにしているから、汚い物を洗ったりもしないですよ。2 ちゃんに悪口書いている人も多いけど、行ったことない人が多い。投資家さんの書き込みでもそう。コインランドリーにそんなに需要があるわけない、儲かるわけないって。でも机上の空論ですから。活気のある店舗に行ってみてってことです。

【会社概要】

社名： 株式会社 mammaciao（マンマチャオ）
代表： 代表取締役 三原 淳
本社所在地： 横浜市都筑区北山田 2-5-7
ホームページ： <http://www.dexter-japan.co.jp/>
設立： 2000 年 9 月
資本金： 2450 万円
売上高： 13 億円（2016 年 9 月）
従業員数： 25 名
事業内容： コインランドリー機器輸入販売、コインランドリー店舗設計施工、エコ・ランドリー
mammaciao チェーン本部、米国デクスター社日本総代理店



本件に関するお問い合わせ先

mammaciao 広報事務局

担 当： 時津（ときつ）

電 話： 03-5411-0066

FAX： 03-3401-7788

携 帯： 080-5983-2471

E-mail： pr@real-ize.com

参考資料

「エコランドリーmammaciao」について

2000 年、米国のコインランドリー機器メーカー、デクスター社の日本総代理店として創業。同年末、デクスター社製の機器を中心としたコインランドリーを「mammaciao」の店名でフランチャイズ展開開始。一般的な家庭用洗濯機が 6～8 キロサイズなところ、9～27 キロの大型サイズの洗濯機を装備。共働き世帯の増加でまとめ洗いができる大型コインランドリーとして利用者を増やし、顧客は主婦が 7 割。また、コールセンターで遠隔操作できるシステムを構築し、



トラブル対応なども請け負い、オーナー業務の多くを軽減。オーナーにはサラリーマンの副業が増えています。

◎店舗数 (2017 年 2 月現在)

全国 302 店舗

◎標準的な店舗の構成

家族 4 人の 3 日分の洗濯物が 1 回で仕上げられる大型洗濯機、乾燥機を装備。標準的な規模の店舗で洗濯機 3 台 (容量 9kg、18kg、27kg)、乾燥機 7 台 (容量 14kg、23kg)、スニーカー用洗濯乾燥機。

◎利用料金

*洗濯機 9kg400 円/18kg600 円/27kg800 円

*乾燥機 14kg100 円 (10 分) /23kg100 円 (8 分)

*スニーカー用洗濯乾燥機 洗濯 200 円、乾燥 200 円～

◎特色 1 肌にも環境にもやさしい、環境配慮型「エコランドリー」

天然由来のやしの実洗剤と柑橘類のクエン酸仕上げ剤を独自開発して使用、アトピーなどでお肌の敏感な方でも安心して使えます。従来より、洗剤や仕上げ剤の使用量を 50%軽減。

洗濯水には電解水を利用することで洗浄力とすすぎ能力が高まり、すすぎの回数を 2 回から 1 回に削減、約 33%の節水を実現。洗濯時間も従来の約 40 分から約 19 分に短縮。

現在、全店舗の 8 割で「エコランドリー」のシステムを導入。

◎特色 2 24 時間対応の遠隔サポートサービス

本部運営のコールセンターで 24 時間トラブルに対応。コールセンターのスタッフによる洗濯機、乾燥機、両替機などの遠隔操作が可能でオーナーが急に呼び出されることはありません。

◎特色 3 電子マネー対応でキャッシュレス化へ

パスモやナナコなどで支払いが可能な電子マネー対応サービスを 2015 年より開始。クラウド方式の決済システム採用で導入コストも安価。

◎特色 4 売上管理システム

当日の売上はメールで確認、両替機内の残金データや機器ごとの売上データも転送可能。集金ボタンを押すと、回収した際の金額がオーナーに即時転送され、集金、銀行への預け入れもパートに任せることができます。

◎特色 5 資産運用としての経営

本部がオーナー業務のすべてを代行するサービスも 2016 年より新設。清掃や集金担当のパート雇用と管理、近隣住民への対応、火災や不審者、盗難などの事件や事故への対応、売上の管理と販促活動 (販促費は別途) といった業務を請け負います。料金は月額 4 万円。

◎フランチャイズ本部 株式会社 mammaciao