

宅配クリーニング「リアクア」

株式会社喜久屋（東京都）



往復送料無料・保管無料・再仕上げ無料
 宅配クリーニング&無料保管 リアクア

地域のクリーニング店と連携し、ネットを活用した衣類の集荷・配送により、「宅配でありながら消費者から顔の見える」宅配クリーニング事業を展開。全国一律のブランド、統一されたシステムや品質基準、事業者間のノウハウ共有によりサービスの標準化を図る。

受賞ポイント

- ★ 地域のクリーニング店の組織化とネットの活用により、ブランドは統一でクリーニング業務は分散するという、宅配クリーニングと店舗型クリーニングを融合した新たな事業モデル
- ★ 厳格な品質基準と統一システム、事業者間でのナレッジ共有により、品質の標準化を図る
- ★ 地方での事業拡大による、単独では生き残りが難しい地域のクリーニング店の活性化

事業内容

「三方善し」を経営理念に掲げる

喜久屋は企業に関わる全ての利害関係者（ステークホルダー）を益することにより結果として自らの幸福が実現する、いわゆる「三方善し」を企業理念に掲げ、事業を進めてきた。

1956年に東京都荒川区に開業したクリーニング店に始まり、現在は都市型マンションでのクリーニングサービスの提供、シーズン衣料のクローゼット事業だけでなく、タイへの出店などクリーニングサービスの発展に寄与してきた。

サービスの背景と目的

クリーニング難民と業界を救う

現在クリーニング業界は過剰な価格競争の影響もあり、毎年5,000店舗が廃業に追い込まれているともいわれる。そのため、家の近くにクリーニング店が無いクリーニング難民が増えており、宅配クリーニングのニーズが拡大している。

一方で、宅配クリーニングは対面で接客できないことから利用者とのトラブルも多く、信頼性の点で課題があった。そこで、「宅配でありながら消費者から近く、顔の見える」クリーニングサービスである、「リアクア」を開発した。

サービスの特徴と独自性

Webは全国で統一、集荷以降は地域で完結

「リアクア」では、Webサイトでクリーニングの注文を受け付ける。宅配会社が衣類の集荷を行い、全国各地の優良な加盟クリーニング工場に運ばれる。クリーニングされた衣類は、再び宅配会社が利用者の元へ届ける。

サイト上は利用方法を統一し、料金も離島を含め全国一律にしているが、物流やクリーニング作業はエリアごとに分散させ、その地域だけで完結する仕組みとなっている。

サービスをつくりとどけるしくみにおける工夫

リアル店舗とネットの利点を活かす

各都道府県の優良クリーニング店と連携し、同社が14年間培ってきた宅配クリーニングのノウハウをパッケージ化。地域密着のリアル店舗の良さと、ネット宅配の利便性を融合した新しいビジネスモデル。

ICTを駆使し、システムティックな構造に

Webサイト、管理システム、保管管理などはすべてクラウドで管理。宅配会社の集荷システムとも連携し、伝票発行なども含め、全ての業務がシステムティックに完結する。

クリーニングの基準を設け、均質化を図る

品質に関しては統一基準を設け、全国一律のサービス水準を実現した。また、クリーニング事業者の担当エリアを明確に決め、エリア内の競争が起こらないように配慮。

さらに加盟クリーニング会社が集まる全国大会を定期的に開催し、優良事例やノウハウを共有する機会を設けている。

満足度調査の活用

顧客のサービス利用毎に、品質や使いやすさ、梱包などの満足度を点数で評価してもらおうと共に、改善点などのコメントを収集。結果をエリア別で見える化し、現場改善に向けたPDCAサイクルの基盤となっている。

売上げの再配分で地域格差を是正

担当エリアの世帯数や所得などの特性により、売上の偏りが生じるため、グループ全体で得られた収益の一部を一定基準で再配分するなど、地域格差の是正に努めている。

組織データ

組織名	株式会社喜久屋	創立年月日	1956年5月1日
業種	クリーニング	本社所在地	東京都足立区
URL	https://www.reakua.jp	従業員数	179名

掲載されている情報は、2015年度応募時点のものです。

得られた成果や与えた社会的影響

高い利便性と顧客の安心感を創出

ICTの活用によるシステム構造と、集荷以降を地域で完結させるモデルの構築、さらに宅配会社との連携により、最短で4営業日で仕上がる利便性の高いクリーニングサービスを実現。全国統一ブランドによる安心感もあり、通常より高い価格でも、顧客の獲得に成功している。

完全テリトリー制で「競争」から「共創」へ

同一ブランド・統一基準で行っているサービスでありながら、クリーニング事業者の担当エリアが明確に決められており、企業間で無駄な「競争」が起こらない。

また、数社合同での販売促進活動の協議やノウハウの共有を行うなど、企業間の「共創」が生まれている。

保管サービスで衣料品市場の活性化へ関与

6カ月間の無料の衣類保管サービスにより、利用者宅のクローゼットに空きスペースをつくることに成功。これにより購買意欲を生み、衣料品市場の活性化へ寄与している。

クリーニング業界全体の活性化

地域のクリーニング店と連携したサービス構造により、衰退傾向にあった地方のクリーニング業界の活性化が期待できる。



クリーニング作業前の1点1点丁寧な検品義務化