



クシー会社を経営していたのですが、雨の日にはお客様がタクシーに乗ってくれる。晴れの日には集客できる商売は何かないのか色々なことや時代の変化に敏感であったことからフランス屋は生まれたのです。弊社は今年創業46年目を迎えるのですが、創業50周年に向けて新たな価値をお客様に提供するために様々な業態転換を行おうと考えております。

現在の仕事内容を教えてください！

一般衣料並びに業務用衣類のクリーニング業務を行なっております。「一般衣料は、直営店舗70店と取次店舗70店のチェーンストア並びにインターネットによる宅配クリーニングサイトを通じて全国から宅急便によるクリーニング受注を行なっています。業務用衣類はホテルやレストラン、温浴施設、結婚式場などからユニフォームや客室でお客様が使用するタオル、シーツなどの洗濯を受注しております。元々は私の父が1972年に創業した会社なのですが、当時洗濯屋といわれたクリーニング業は家事の延長上にある商売という位置づけでしかありませんでした。そんな中、洋服がただ身にまとうものから、着飾るもの、自分の個性を表現するものに代わりつつあつたのです。そんな時代の移り変わりをはつきりと捉えていた父が、人々が洋服を着る時、ファンション性を意識しているのなら、クリーニングも洋服のシルエットや着る人の個性を大切にしたものへと変わらなければならない、この使命感を持ってスタートしたのがフランス屋でした。父は元々タ

何故今の仕事をしようと思ったのですか？又後を継ぐうえで何か葛藤はありましたか？

私は大学から東京で一人暮らしをして、そのまま東京のデパートに就職し会社勤めを数年間経験しました。当時デパートはバブル経済の崩壊で売り上げは右肩下がり、社員自ら販売し、仕入れ原価を下げて利益率を上げる戦略に向かっていました。デパートに就職した理由は、接客の仕事に興味があつたのと、どこか家業のクリーニング業とつながる職業を意識していたからです。就職して2年目の1994年、関西国際空港の開港が地元経済に大きな影響を与えることとなるその時に、フランス屋もこれを絶好のビジネスチャンスと捉え、フランス屋関西空港店のオープン、ダスキン事業のスタートなど大きな飛躍の転換期を迎えていました。

いずれは地元に戻つて父の経営を手伝うことは親子の間での暗黙の了解みたいなのがありましたので、デパートでもう少し色々な仕事をしたいという思いがあつたのは事実です。でも、タイミングが思つたより早くなりましたが、フランス屋に入社する決意をしました。私がフランス屋に入社した頃、会社は当時まだ勢いがありました。ショッピングセンターの出店、スーパー各社との提携でお店の数やエリアを最大限広げていました。しかし一方で既存店ベースでの売り上げ、業界のクリーニング支出額に陰りが見え始めている時期でもありました。

お子様にお仕事を継がせたいと思いまますか？又その理由を教えて下さい

先日も両親と食事をしているとき、親父が会社を継ぐように今から息子を洗脳しているのを見て、笑ってしまいました。一方で私は、将来を考えて息子には「手に職をつけておきなさい。またそのための準備をしなさい。」と繰り返し言っています。なぜなら、10年後20年後を予測すると、生活に当たり前のようにIoTが入り込み、AIやロボットにコントロールされる時代が来るかもしれません。つまり複雑な販売方法を必要としないサービス業は少しずつ世の中の変化と共に淘汰されていくかもしれないと感じているからです。しかしながらその中で販売方法の転換や暮らしを豊かにする新たな価値の創造が行われた時、弊社も進化出来ると考えています。

しかし現在のクリーニング業界の中で、弊社がサービス形態の転換がこのまま行わないとしたら、競争力はおろか、生き残ることすら困難です。息子に継がせること以前に弊社の業態転換が進むかどうかの問題が大きな課題です。先ほども触れたように私たちのお店は衣類を綺麗にしてほしいというお客様のニーズにお応えするためだけの店づくりを推進してきました。しかし競争が激化し、需要が減っていく中で会社の経営を維持するためには今、生活者が望むサービスや商品を新たに展開する必要があると感じています。例えば、顧客はクリーニング店という領域を広げ

て、洋服、こころ、身体、家の中を綺麗にするサービスや商品を必要としているかもしません。これまでのサービスや商品だけこだわらず、もっと広い範囲で生活を豊かにする提案をもつと推進する必要があると思っています。まだ今は、準備段階です(笑)。しかし新しい価値を提供できるような会社になれば、息子に胸張ってこの会社の将来を語りたいですし、新しい時代は息子たちの世代に任せないと、もう僕たちは時代をリードできるような創造力はありません。

現在の仕事での自慢話(最も成果が出たりした話)を教えてください

色々挑戦しますが、残念ながらなかなか自慢できるような成功談は無いですね(笑)。成長率という点で成果が出たといえるものは、インターネットで全国からクリーニング注文を受けるサイト「宅配クリーニングフランス屋」ですかね。今年で5年目のサイトですが、毎年受注件数は20%ほどアップしています。自宅に居ながらクリーニングを出せるしかも料金も店頭価格よりも格安となれば今の生活者のスタイルに合つていて支持されているようです。地域に密着したクリーニング店、つまり小商圏では今まで以上の需要を集めることはできません。もつと広い商圏、つまりネットビジネスの展開によって全国から洋服を集めないと売り上げを維持できません。ま



えは、顧客はクリーニング店という領域を広げ

