



# 成長可能性に関する説明資料

WASHハウス株式会社

# 1 会社概要



# 会社概要

平成28年10月31日現在

会社名	WASHハウス株式会社
設立	平成13（2001）年11月28日
代表者	代表取締役社長 児玉康孝
本社所在地	宮崎県宮崎市新栄町86番地 1
資本金	161,380千円
社員数	93名（役員を除く）
事業内容	コインランドリーの企画、開発、運営、システムの提供
拠点	東京支店、大阪支店、広島支店、福岡支店、 本店営業部（宮崎）、熊本営業所、大分営業所
店舗数	354店舗（FC329店舗、直営25店舗）



## 経営理念・コーポレートメッセージ

### 経営理念

全ての発想をお客様の立場で考えることを基準とし真に社会から必要とされる存在であり続ける。

### コーポレートメッセージ

コインランドリー業界の  
デファクトスタンダードの創造

 店舗写真

赤と白を基調に特徴づける為に半円と円柱





洗濯機・乾燥機をオリジナルカラー  
作業台を数人でも共有しやすいようデザイン


## 沿革(平成13年～20年)

平成13年	11月	不動産の有効活用のコンサル等を目的とする会社として株式会社ケーディーエム設立
平成14年	12月	コインランドリー店舗の事業物件の管理を目的として城ヶ崎店・大島通線店を同時出店しF C事業及びコインランドリー管理事業を開始
平成16年	2月	店舗Webカメラとコインランドリー機械の遠隔操作を組み合わせたコインランドリー遠隔管理システムで宮崎県初のビジネスモデル(特許第3520449号「コインランドリー管理システム」)取得
	5月	直営事業を開始(青葉店を直営にて出店)
	11月	福岡県進出(宗像店を直営にて出店)
平成17年	5月	大分県進出(猪野店・宗方店をF Cにて同時出店) WASHハウス株式会社へ社名変更
平成18年	8月	熊本県進出(横手店を直営にて出店)
平成19年	1月	佐賀県進出(鳥栖本町店をF Cにて出店)
平成20年	3月	サービス産業生産性協議会「第2回ハイ・サービス日本300選」を受賞
	8月	店内タッチパネル装置でコインランドリー機器のトラブルをお客様自身にて復旧できるコインランドリー管理システムとしてビジネスモデル特許(コインランドリー管理システム:特許第4172043号)取得



## 沿革（平成21年～28年）

平成21年	5月	100号店オープン（坂之上店をFCにて出店）
平成22年	1月	店内タッチパネル装置から無料利用券をIC内蔵のプラスチックカードやプリペイドカードまたは携帯電話に取り込むことができるビジネスモデル特許（コインランドリー管理システム：特許第441796号）取得
平成25年	6月	山口県進出（綾羅木店をFCにて出店）
平成26年	5月	広島支店（広島市東区）を設置し 広島県進出（広島八幡店を直営にて出店）
	12月	200号店 オープン（イオンタウン田崎店をFCにて出店）
平成27年	1月	大分営業所（大分県大分市）を設置
	4月	大阪支店（大阪府西区）を設置
	10月	東京支店（東京都中央区）を設置
平成28年	2月	熊本営業所（熊本県熊本市）を設置
	3月	300号店 オープン（D&D行橋店をFCにて出店）
	6月	長崎県進出（大村富の原店をFCにて出店）
	7月	東京都進出（新宿7丁目店を直営にて出店）

 コインランドリー遠隔管理システム

監視カメラと遠隔操作システムを組み合わせることによって  
無人店舗であるが店舗に店員がいるかのごとくお客様に対  
応する仕組み



ビジネスモデル特許取得  
(特許第3520449号)

## 起業するにあたって考えたこと

- 1) お金が無い中で何ができるか
- 2) 少子高齢化、人口減少が確実な時代に  
永続的に売り上げ・利益を伸ばしていくためには  
どうしたらよいか
- 3) 先行事業者がいるか、競争に勝てるか、容易に真似されないか
- 4) ストック型の事業にできないか
- 5) 核となる事業から付帯収益を生み出せるか
- 6) 社会的意義がある事業か

たどり着いたのが

コインランドリー事業

## 成長市場

## 国内の市場は成長している

▼コインオペレーションクリーニング営業施設数推移（件）



※厚生労働省調べ

## コインランドリーの特徴

- 1) 利用率が低くても成り立つビジネス
- 2) 現金ビジネス、ロス・在庫が殆ど生じない
- 3) 個人の能力に頼らないオペレーション  
機械はさぼらない、個別教育の必要がない  
失敗のリスクが低い
- 4) ほとんどが個人経営  
法人が取り組んでいない
- 5) 違法なコインランドリーの存在
- 6) 社会的背景により必要性が見込める

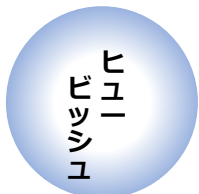
# コインランドリー業界の仕組み

業界構造

メーカー団体

作る

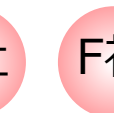
メーカー



売る

販売店、設備業者  
ボイラー業者

コインランドリー連合会



買う

コインランドリー  
店舗オーナー

個人経営者



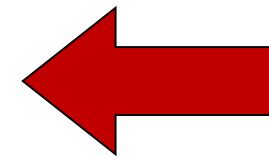
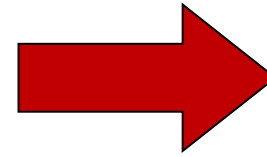
## 現状のコインランドリーの問題点

《通常のコインランドリー》

個人経営が多いため、コンプライアンスに関する問題に対応できていない（意識がない）

《WASHハウス》

企業が運営しているコインランドリーなので、コンプライアンスに関する問題には、最大の注意を払い、利用者の安全を第一に考えています

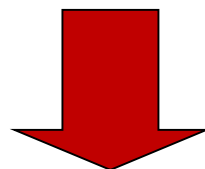


年々増加する  
コインランドリーに  
明確な運営基準がない



 社会的背景

生活環境の変化  
アレルゲンの増加  
アレルギー患者の増加  
PM2.5



コインランドリーを必要とする方々が増加

## 事業化のために考えたこと

- 1) 多店舗展開しないと売上げが小さい  
しかし資金も信用も無い  
装置産業なので自社のみでの出店は償却が大きく、現金は回るが赤字になる。→FC展開、 オフバランス
- 2) FC事業の問題点を解決する（FC事業はイメージが悪い）  
FC本部と加盟店・エリアフランチャイズとの対立  
→ **全く新しいFCの仕組みを作り出す。**  
加盟者を増やすために投資という視点で**金融ツール**にする
- 3) 多店舗展開の問題点  
出店するエリアが無くなったら売上げが止まる→**直営店を出店する仕組み**  
利権ビジネスにしない。→**流通ビジネス**
- 4) 利用率の低さをどう補うか  
日本の流行・文化はマスメディアが作っている  
同じ品質の商品は価格と認知度で決まる  
**広告費を通常の事業の3倍使える仕組み**を初めから織り込む

## 2. 事業内容と店舗運営

 事業の内容

## F C事業

## 1 独自のオペレーション受託型 F C事業を創出

店舗設計・建築・機械の設置などパッケージ化。  
「WASHハウスコインランドリーシステム一式」の販売。  
オープン時の広告・開業準備費用、FC加盟金の受領。



## 店舗管理事業

## 2 全店舗一括管理運営方式の導入によりクオリティを統一化

24時間365日受付のコールセンター、WEBカメラと遠隔コントロールによる即時サポート、毎日の点検・清掃、洗剤の補充、メンテナンス、集金、広告活動などのサービス提供に係る対価を受領。



## 直営事業その他

## 3 直営店舗は新エリア進出時のアンテナショップ

店舗利用者から洗濯機・乾燥機の利用料を受領。  
主に新規出店エリアに進出時に。 「WASHハウス」ブランドの認知向上  
利用喚起、FCオーナー、土地オーナーへの店舗モデルの提供。

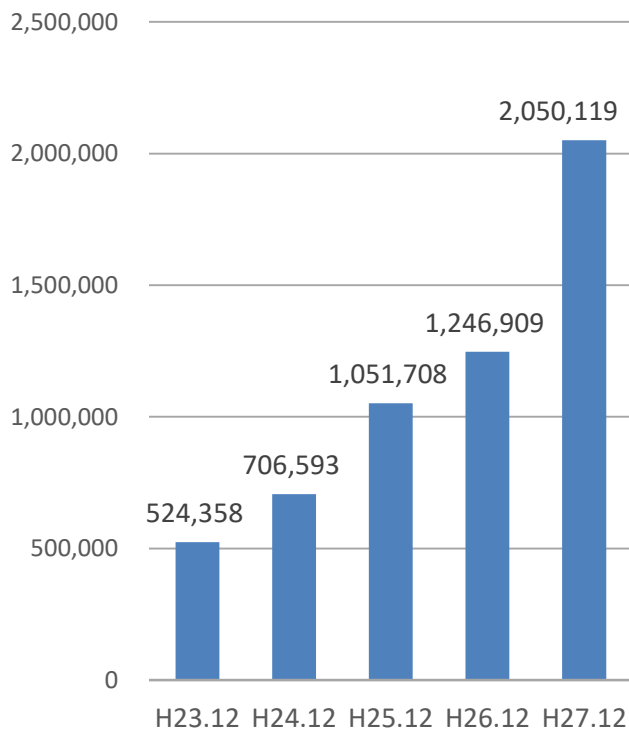


# 直前事業年度までの経営成績

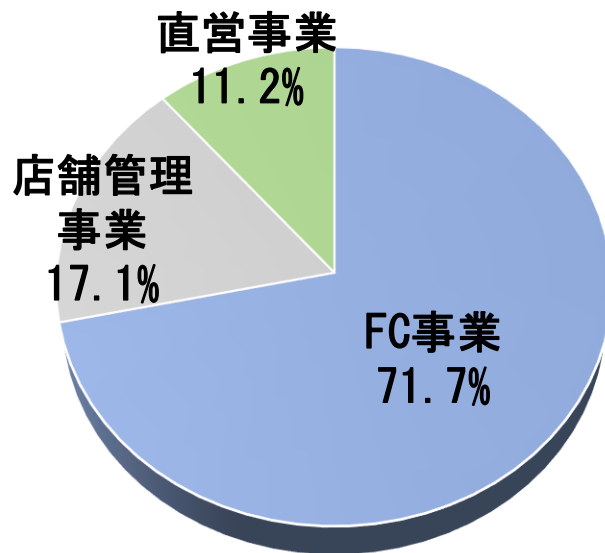
## 売上高

平均成長率（4年） 40.6%

（千円）



## 売上構成比

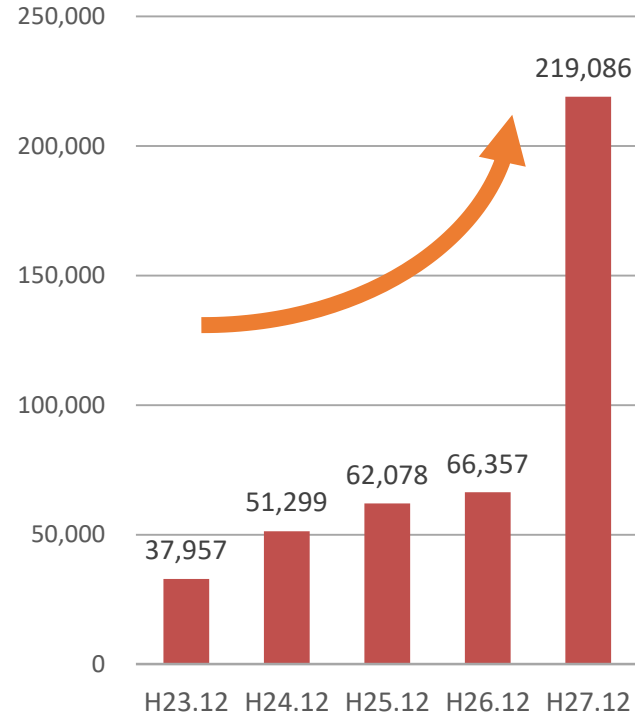


- ① FC事業 1,469,605千円
  - ② 店舗管理事業 351,320千円
  - ③ 直営事業 229,193千円
- 平成27年12月期実績

## 経常利益

平均成長率（4年） 55.0%

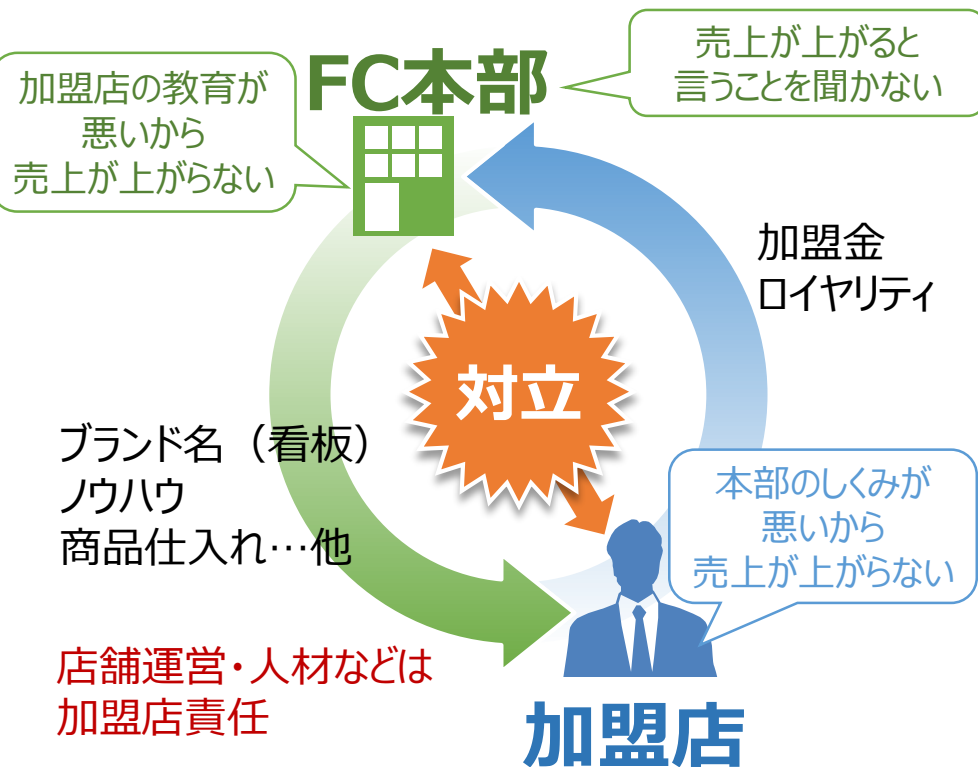
（千円）



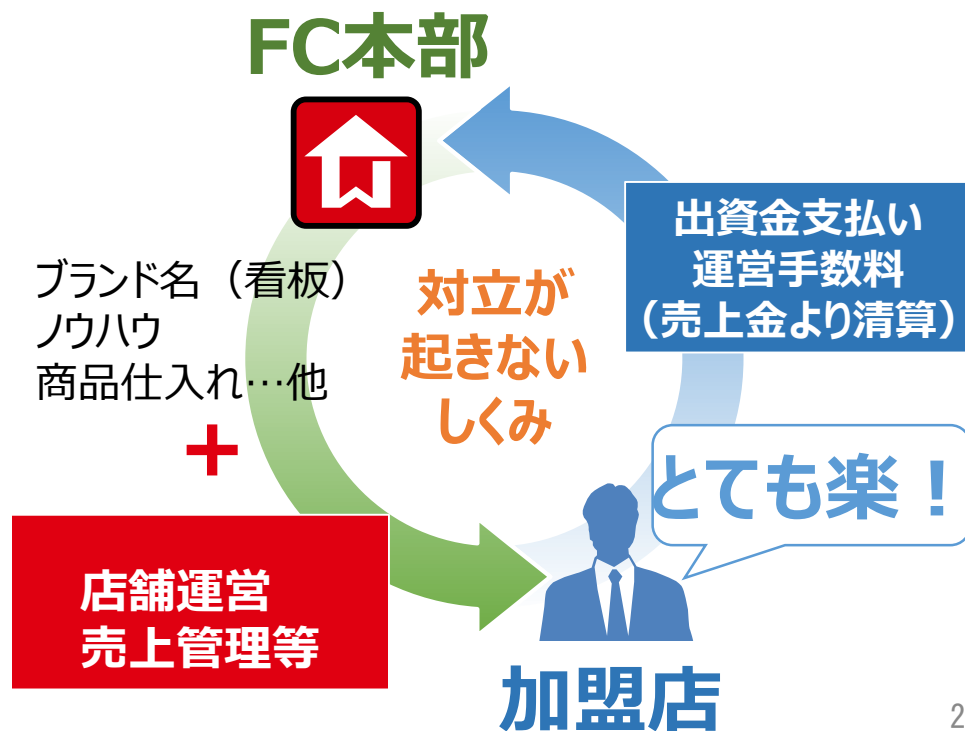
# フランチャイズシステム

新しい事業モデルで現在のフランチャイズシステムの問題点を解決

## 一般的なFC事業モデル



## WASHハウスのFC事業モデル



## 出店を加速するための仕組み

### 創業当初から多店舗展開を念頭に仕組みを構築

1. 本部で各店舗の売上げ・労務・業務の一括管理
2. 出店の際に人材育成が必要ない。機械は能力の差がない。さぼらない。
3. 工事主要部分は全国をカバーできる業者を選定
4. 同時期出店に対応する為、複数の建築元請け業者を確保できている  
複数の建築元請け業者が協力し合うことで熊本震災後における業者不足にも対応
5. 1人のFCオーナーが複数出店しやすい仕組み
  - ・リピーターになる仕組み(10年という時間が経過)
  - ・何もさせない・FCオーナーの経営資質に左右されない
  - ・本部との対立関係を生まない



## 営業の心理的負担の軽減

### 1. 新規開拓の苦しみから解放

新規開発テレコールは相当の負担

営業マンは新規開拓テレコールをさせない

新規FCオーナー獲得にはあまり困っていない

#### テレフォンアポインター（TAP）制度

- ・アポイントの獲れているお客様・不動産会社だけを訪問
- ・営業マンとTAPをペアリング。指摘が生まれやすい環境作り
- ・担当エリア制度にすることにより、ローラーの徹底に特化

### 2. シミュレーション算出・契約書作成等の作業を切り離し。

動く作業に特化させる。



### 3 今後の事業展開

 今後の展開

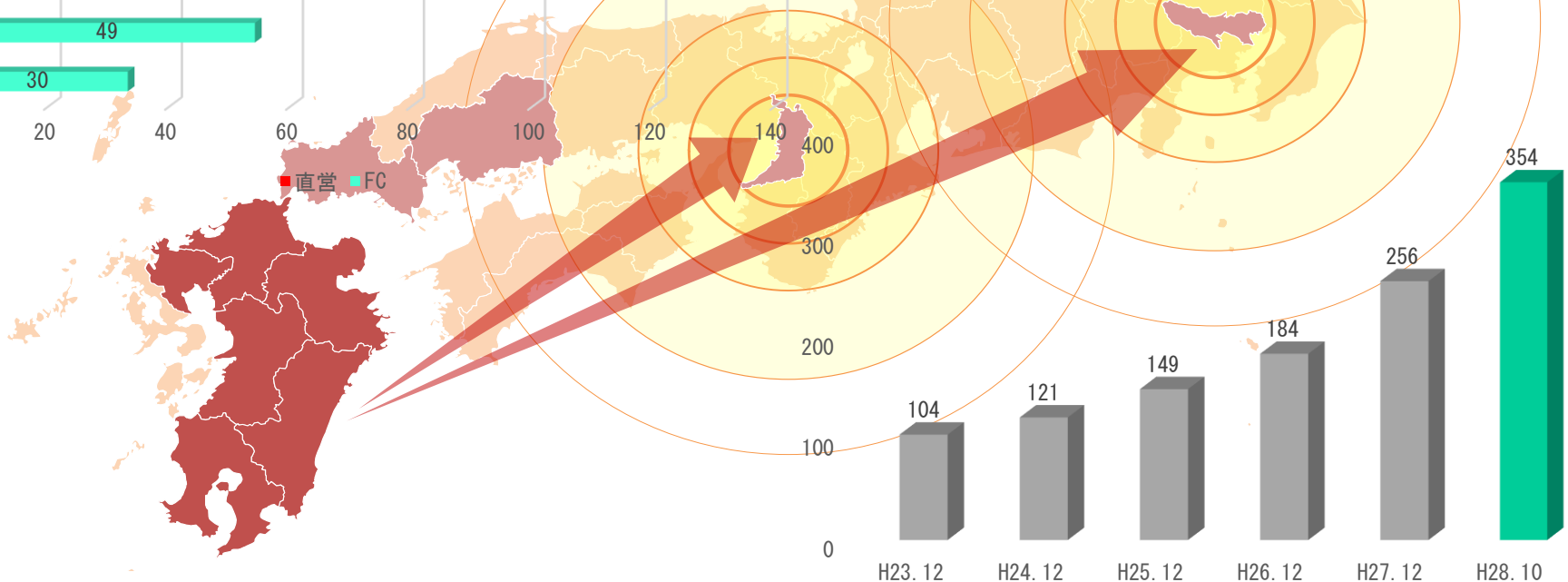
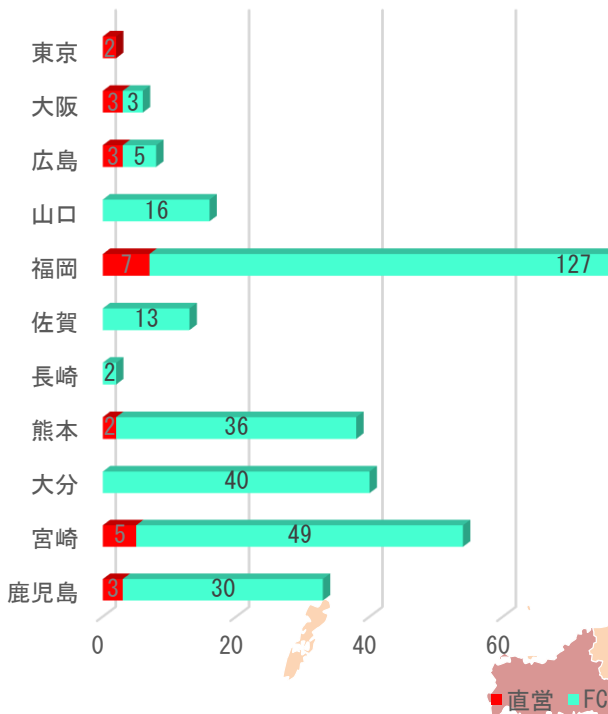
1. 出店エリアの拡大
2. 事業基盤の拡大
3. メディア戦略



# 今後のビジネス展開

～出店エリアの拡大～

## 大阪、東京への進出を足掛かりに 全国展開を本格化



## 事業基盤の拡大

### 関連事業および周辺事業への進出

- 内製化による収益機会の拡大と経費の節減
- 現在のビジネスモデルを基本とした新規事業への参入

## メディア戦略

**安心・安全・清潔をコンセプトに全店舗統一のブランド戦略を展開し、競合を寄せ付けない圧倒的なブランドイメージを確立。**

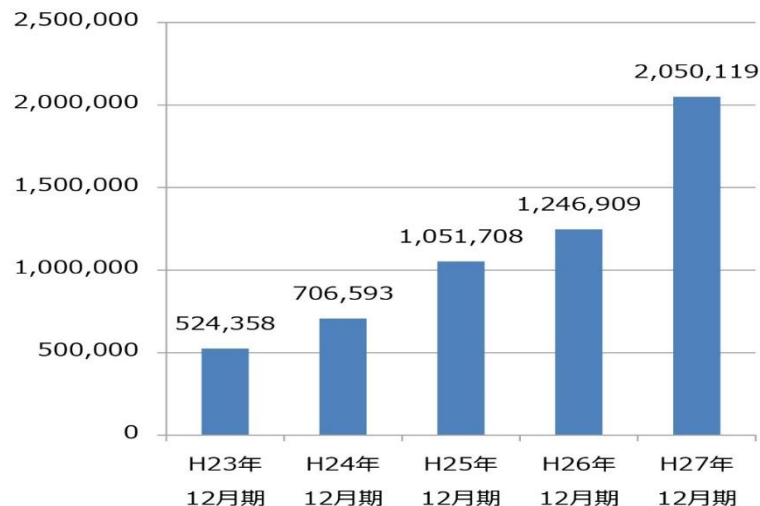
- マーケットの拡大
- TVCM等広告宣伝の強化ができる仕組みとローカルキー局を使ったメディア戦略
- 布団を洗う文化の定着化

## 4 業績推移

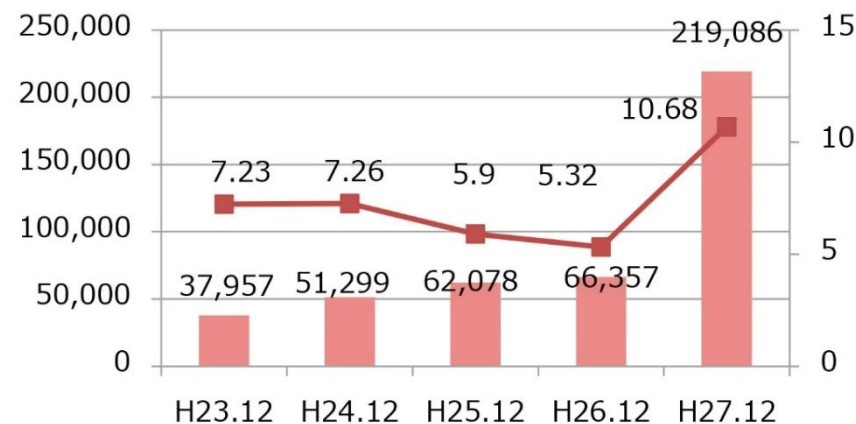


# 経営成績①

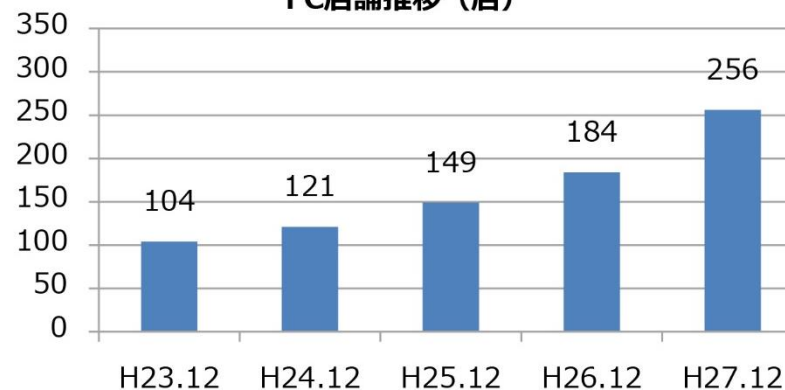
売上高(千円)



経常利益(千円)&経常利益率(%)



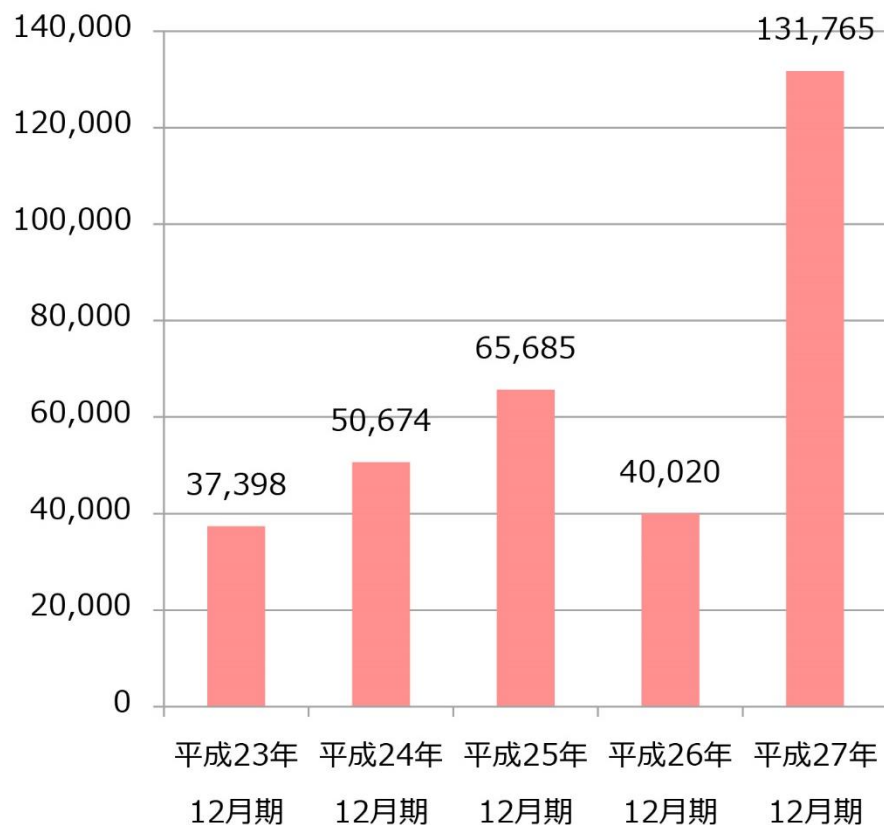
FC店舗推移(店)



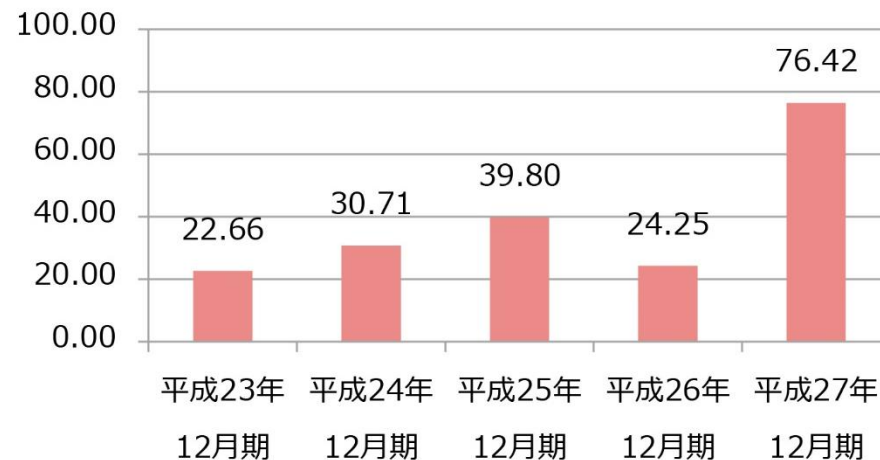


## 経営成績②

### 当期純利益(千円)



### 1株当たり当期純利益(円)



### 自己資本利益率 : ROE(%)





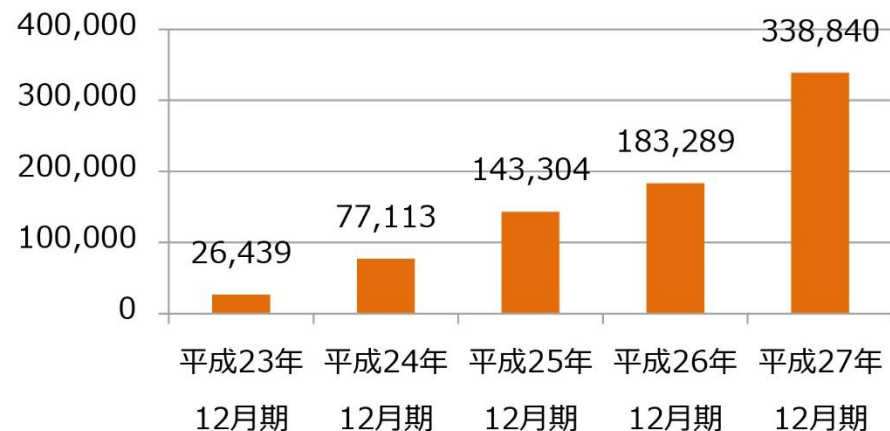


## 経営成績③

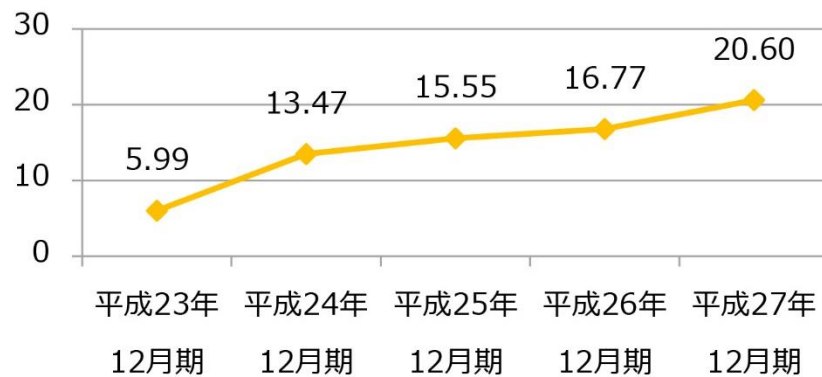
総資産(千円)



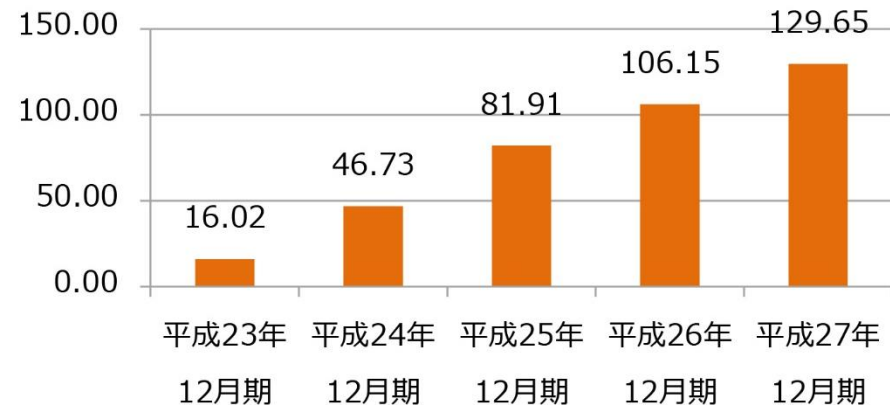
純資産(千円)



自己資本比率(%)



1株当たり純資産(円)





# 経営成績④

- 損益計算書（千円）

	H26.12期	H27.12期	前期比 (%)
<b>売上高</b>	<b>1,246,909</b>	<b>2,050,119</b>	<b>+64.4</b>
売上原価	861,116	1,372,963	+59.4
<b>売上総利益</b>	<b>385,792</b>	<b>677,155</b>	<b>+75.5</b>
比率	30.9%	33.0%	—
<b>販管費</b>	<b>320,256</b>	<b>457,868</b>	<b>+43.0</b>
比率	25.7%	22.3%	—
<b>営業利益</b>	<b>65,536</b>	<b>219,287</b>	<b>+234.6</b>
比率	5.3%	10.7%	—
営業外収益	3,279	2,106	
営業外費用	2,458	2,307	
<b>経常利益</b>	<b>66,357</b>	<b>219,086</b>	<b>+230.2</b>
比率	5.3%	10.7%	—
<b>税前利益</b>	<b>66,357</b>	<b>214,445</b>	<b>+223.2</b>
比率	5.3%	10.5%	—
法人税等	26,337	82,680	+213.9
<b>当期純利益</b>	<b>40,020</b>	<b>131,765</b>	<b>+229.2</b>
比率	3.2%	6.4%	—

- 貸借対照表（千円）

	H26.12期	H27.12期	前期比 増減額
流動資産	773,643	1,258,222	+484,579
固定資産	270,981	386,852	+115,871
内：有形手固定資産	176,237	249,421	+73,184
資産合計	1,044,624	1,645,075	+600,451
流動負債	548,658	850,580	+301,922
固定負債	312,676	455,653	+142,977
負債合計	861,335	1,306,234	+444,899
資本金	140,000	155,974	+15,974
利益剰余金合計	▲34,677	97,087	+131,764
株主資本合計	175,322	339,037	+163,715
純資産合計	183,289	338,840	+155,551
負債純資産合計	1,044,624	1,645,075	+600,451

- CF計算書（千円）

	H26.12期	H27.12期	前期比 増減額
営業活動CF	108,040	423,380	+315,340
投資活動CF	▲35,427	42,832	+78,259
財務活動CF	▲53,549	70,835	+124,384
CF増減額	19,064	537,048	+517,984
期末CF残高	634,902	1,171,950	+537,048