かなめ見学会レポ

人を大切にする経営を掲げ、売上を伸ばし続ける

GWもシルバーウィークも休日にこの会社で働きたい!!を実現させる

株式会社ユーゴー

茨城県小美玉市

かなめ流通グループ21世紀会は2月16・17日工場見学ツアーを開催。全国からかなめグループの機材資材商ほか、メーカー関係者も多数参加し、茨城県小美玉市に本社を構える㈱ユーゴー（沼崎周平社長）の工場ならびに店舗を見学し、社長の経営方針などを伺った。

「日本一楽しいクリーニング店を目指す」こう話す沼崎社長は、消費者の生活の中にあるクリーニングの場面を、仕方なく行かなくてはならない場所から、喜び・楽しんでもらえる場所へ変えたい。そして従業員が、この店で働いてかっこいいと思える会社にしたいと熱く語る。

沼崎周平社長

◆社員・従業員の幸せを追求して

長年父と一緒に経営を行っていたが、時の経過とともに同族がいなくなり、気が付いたら一人になって、周りには社員が残った。その時社長は、「何のために働くのか？誰のために働くのか？」を自問した。マネージャー幹部クラスは、大卒の新卒社員を採用し、人手不足に対処するには、会社の仕組みを変えなければならない。働く環境を変化させ社員の幸せを常に最優先に考えていく。

◆全店舗の改装に着手

沼崎社長は、3年かけてメインブランドのクリーニング専科150店の改装を手がけ、ほぼ完了した。かけた経費は4億円。洗練されたきれいな店舗には、当然お客様も気分が良く引き寄せられる。それだけでなく、「この黒うさぎのかわいいお店で働きたい」との声が街から聞こえ、同時に働く意義と喜びを従業員が強く感じた。

売上高は今期30億円に達する見込みで、8%の経常利益、減価償却を含めれば10%のキャッシュ3億円が毎年残っていく。会社は、店舗・工場に数字的目標は一切掲げない経営方針で、追求するのは税引き後の利益額。昔は地域のディスカウンター（低価格事業者）だったが、4～5%の利益を残すことはできても、従業員に苦労を課し不幸せだった。クリーニング業で働く方は、母親一人で子育てしている方も現実的として多く、男性社員が少なく周りはパート従業員ばかり。果たしてこれが事業と言えるのか？と悩み、2008年から方針を一転し、ブランディング戦略を掲げた。点単価も300円まで向上させ、その分をパート時給に反映させていく。最終的には地域ではかなりの高額となる時給1000円まで上げていくそうだ。

◆お店を休んでも売り上げは下がらない

ある時、パートさんがGWに休みを取るために「ごめんなさい」と謝っている。家族との時間を確保するために謝らなければならない現状に大きな不満を感じた。

お客様の利便を考えると『サービス業には休みがない』のは当然の考え方かもしれないが、ともすればキツイなどのイメージが定着し、サービス業離れを起こす。休むな！働け！の精神では良い人材が集まるはずは無く、だからこそ休まない固定概念を崩し、休日を重視してきた。

大きなきっかけは、東日本大震災。その計画停電の影響もあり、水曜を定休日としてみた。月4日の定休で14%の節電になる。試算したら黒字の計画だったので思い切ったが、結果売り上げは落ちず利益が増し、休日があっても過去最高の売上を達成した。

会社も利益が増え、従業員も子育ての時間を確保でき、休みを増やしたことで悪いことは一切なかった。今では水曜日の他に、お盆休みは5日・正月も5日・GWも3日・シルバーウィークも3日休む。結果、年300日営業・65日休暇となった。

社長は「どんな事業も最後は人」と語り、パートの有給消化100%や長時間労働を減らし、今春は、工場は20時には閉めることを改善・実践する年と決め、現在準備を整えている。

男性・女性・中性・それぞれのMIXMAX店

同社は「クリーニング専科」と「MIXMAX（ミックスマックス）」の2ブランド展開し、MIXMAXは1億2000万円の工場店舗で近隣に5店舗を加えたパッケージ型の運営を行う。

◆MIXMAXFACTORY石岡工場

日本一かっこいいお店を目指し、平成20年9月にOPEN。MIXMAXには「Factory」「WHITE」「Natural」の3つの形態があり、このFactoryはインダストリアル系と言い、鉄や無機質な物を並べたデザインで男性客層をターゲットしている。シャツと名の付くものはすべて同額170円。

◆クリーニング専科ランドリー専科つくば並木店

コインランドリー併設型のロードサイト店。平成24年10月OPENで、店内には音楽を流し、コインランドリーには雑誌は置かず、男性が室内を占拠して女性が入りにくくならないように、色々な工夫を凝らす。プリペイドカードの半額セールをやっても売り上げは変わらなかったので、以後安売りは一切しない。

◆MIXMAXnaturaｌつくば竹園店

南フランスの空や大地をイメージした店舗で、雑貨店に似たイメージを醸し出す。平成8年4月OPENで、3hours一号店。ターゲットは20～30代の女性。

◆MIXMAXWHITE学園の森店

男女どちらにも偏らない中性的な位置づけで、近未来的なおしゃれ感を演出する都会的店舗。アパレルショップや美容室をイメージさせ、白黒基調で挿し色としてオレンジを利用している。看板にはあえて余白を多く設け、訴えたい部分を強調。

MIXMAX3種の店舗コンセプトは違うが料金は同一。文字に一切クリーニングと入れず、スーパー店舗内にも入らない。営業時間や休日など自社の営業政策に外部から関与されたくないからだそうだ。

▶工場併設のパッケージ型店舗

▶工場からの距離で3～6時間と変わる

▲鉄道の開通以後、急ピッチで宅地開発が進む新興エリアにある学園の森店