

～法人マーケット開拓に役立つ～ クリーニング業 **21**  
**業種別リスクマネジメント対処法**

**ARICEホールディングスグループ**

<http://www.arice-aip.co.jp> 株式会社A.I.P 代表取締役 松本 一成

◆株式会社A.I.P

平成20年7月に営業を開始。法人マーケットに対するリスクマネジメントを切り口とした提案や独自の制度に基づく支店展開によって業容を拡大している。現在は全国に18支店を持ち、損害保険約20億円、生命保険約30億円の取扱いを行う。2010年4月にはリスクマネジメントのコンサルティング及び教育等も視野に入れた総合的な組織体としてARICEホールディングス株式会社を設立し、理念を共有出来る代理店と積極的なノウハウやシステム、及びブランドの共有を進めている。

【本原稿は同社スタッフ共著】

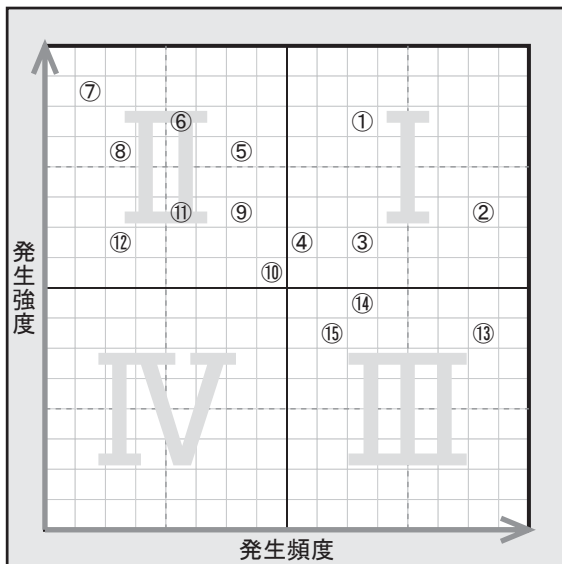
**クリーニング業のリスクマネジメント**

◇クリーニング業の特徴

クリーニング店を持つには国家資格としてのクリーニング師の免許が必要であり、クリーニング師を置いて作業する「一般営業店」と顧客から衣類など洗濯物を預かって工場に取り次ぐ「取次店」の二つの形態に分かれ、取次店では開設届を都道府県知事に提出しなければなりません。クリーニング店数は、平成21年において「一般営業店」が前年比3.5%減の3万8,165店、「取次店」が同2.3%減の9万8,586店となっており、クリーニング師も3.6%減少の5万7,707人、1世帯当たりの年間支出額も前年に比べ8.1%減の8,131円といずれも減少傾向が続いています。縮小傾向が続いている理由としては、景気低迷で消費者の節約志向が強まっており、洗濯機や洗剤の高機能化に加えてユニクロなどに代表される低価格品の普及等が考えられます。また、「一般営業店」よりも「取次店」が多い理由としては、業務効率を高めるために大手クリーニング店がフランチャイズ方式などで取次店から集めた洗濯物を自社の工場までまとめて処理する傾向があるからです。他の特徴としては、大都市中心の産業であり、最も多いのが東京の1万8,570店、ついで大阪、愛知、神奈川となっています。基本的に売上は天候や季節による需要の変動に大きな影響を受け、コスト面においては原油価格の変動に大きく左右される業界です。近年においては、違法な溶剤使用が相次いで発覚し、コンプライアンスに関する意識も高まっており、適切な対応が求められています。

◇リスクマップの例

- I ① 競合の出店
- ② 需要の減少
- ③ 価格低下
- ④ 生産物賠償責任
- II ⑤ 交通事故
- ⑥ 火災・爆発事故
- ⑦ 地震・台風等
- ⑧ 環境汚染
- ⑨ コンプライアンス違反
- ⑩ 労働災害
- ⑪ 受託物賠償責任
- ⑫ 個人情報漏洩
- III ⑬ 天候による需要変動
- ⑭ 新素材等への対応
- ⑮ 原油等の高騰



◇クリーニング業の特徴的リスク

クリーニング店にとって最も重要なリスクとしては、地域密着型の業態のため、まず①競合の出店とそれに伴う③価格低下、及び今後ますます進むと考えられる②需要の減少やクリーニング業界の典型的なリスクである、④生産物賠償責任が挙げられます。発生強度の高いリスクとしては、集配中の⑤自動車事故や引火性溶剤を扱う中での⑥火災・爆発事故、⑦地震・台風等による損害が考えられます。土壌汚染対策法の対象溶剤を使用している場合は⑧環境汚染による損失を被るケースも考えられるでしょう。他の発生頻度が低いリスクとしては、⑨コンプライアンス違反や⑩労働災害が考えられますが、違法溶剤の使用等が発覚した場合は、溶剤を切り替えるか、工場移転を余儀なくされる可能性があり得ますし、注意が必要です。労働災害についても安全配慮義務違反があった場合はさらに大きなリスクに繋がるため、法令順守は常に心掛ける必要があります。多くの洗濯物を長期間預かっている業者については、預かり物の管理面の過失による⑪受託者賠償責任を負うケースも考えられますし、同様に個人情報等をたたくん預かっている業者については、⑫個人情報漏洩にも留意する必要があります。発生強度は低いです。発生頻度の高いリスクとしては、⑬天候による需要変動や新しい機械の導入や技術の習得を要求される⑭新素材等への対応、⑮原油等の高騰が挙げられます。

◇クリーニング業の具体的リスク対策

服装のカジュアル化や家庭用洗剤・洗濯機の高機能化等を背景に、クリーニング市場は引き続き縮小することが考えられる中で、如何に差別化を図り、生き残るかが非常に大きな課題です。また、競合他社の出店に耐え、価格低下に対抗するためにも、他社との明確な差別化が必要になりますが、大きく差別化の要素を分けると、①サービスの複合化、②サービスの特化、③利便性の向上、④既存客の固定化、⑤高品質化の5つが考えられると思います。①サービスの複合化としては、洋服リフォームや保管サービス等の新しいサービスを付加することで差別化を図るものであり、②サービスの特化の事例としては、富裕層を対象とした高価格化や高級品を対象に品質を重視したサービスを提供することによって差別化を図るケースが考えられます。③利便性の向上を上げるケースでは、お客様のライフスタイルに合わせた営業時間の延長や24時間の対応、宅配サービス等の人気が高いようです。④既存客の固定化策としては、ポイントカードの発行や会員制度の構築を通して割引サービスを行ったり、⑤高品質化については、自社にしかない特殊な技術や薬品の開発などを行うケースが挙げられます。また、それ以外の方法としては、業務の効率化によるコスト削減で生き残りを図るケースもあるかと思えます。特定の地域やマンション等に密着してきめ細かく効率的な業務を行うケースや、異業種とのタイアップにより効率的な営業形態をとることも課題として考えられるでしょう。

◇クリーニング業における保険活用

クリーニング業において必要な保険としては第一に業務の結果に対する④生産物賠償責任保険と預かり品に関する⑪受託者賠償責任保険が挙げられます。衣類等の損壊、紛失等が発生頻度の比較的高いリスクですが、保険会社においても一定の損害データがあり、注視している業態の1つであるため、引受けについては高い免責額の設定など条件が限定される可能性があります。こういった背景があるため、個別の契約ではなく組合を通じて保険加入していることも多く見受けられます。引火性の高い溶剤や薬品を使用することがあるため、⑥火災・爆発のリスクに対して火災保険の準備は当然必要になります。集配中における頻繁な乗り降りの際の⑤交通事故も容易に想定されるリスクであるため、自動車保険も必須となるでしょう。その際に保険金額、補償内容が業務実態と照らし合わせて十分であるか、確認するアドバイスは大切です。クリーニング機械設備は業務に欠かせないものであるため、電気的・機械的の事故を補償する機械保険を提案することも必要だと思われます。実務においては高熱を使用するアイロンや前述の溶剤や薬品を使用するため、⑩労災事故に対する、傷害保険・労災総合保険の準備も必要でしょう。またそれに伴い、安全配慮義務違反に問われた場合は使用者賠償責任保険を備えることも事業者としては必要になると考えます。地域密着型の業態であるため、多量の⑫個人情報を有する事業者であれば個人情報漏洩保険も近年の社会状況を考えれば備えるべき保険であると思われます。