



業界別マーケティングレポートシリーズ

コインランドリー 業界の

市場動向と未来市場予測

Market Trends & Future Outlook

Human × AI

最新 AI と人手編集による業界別レポート

AI.marketing

業界の概要

業界の動向

市場分析

業界の課題と機会

業界の将来展望

業界の現状と未来を予測し

徹底対策を！！ 完全無料 0円



本レポートは AI によって生成された内容を基に作成しております。内容には人手による確認・編集を行っておりますが、すべての情報の正確性・妥当性を保証するものではありません。

▶ 目 次

Chapter1	エグゼクティブサマリー（要約）	1P
Chapter2	業界の市場概況（PEST 分析）	2P
Chapter3	主要プレイヤーと業界構造	6P
Chapter4	経営環境と課題	7P
Chapter5	新たな潮流	8P
Chapter6	AI の活用について	9P
Chapter7	今後の展望と提言	12P

コインランドリー業界は、単に家庭の洗濯機を補完する存在から、共働き世帯の「時短」を叶え、アレルギー対策という「健康」を守り、そして、布団やスニーカーといった「暮らしの大きな課題」を解決する、「生活ソリューション拠点」へと、その役割を劇的に進化させています。

皆様が提供するサービスは、単なる洗濯・乾燥機能ではなく、人々の可処分時間を創出し、より快適で衛生的な暮らしを実現するための重要な社会インフラです。

しかし、その成長市場の裏側で、皆様の事業環境は今、「**大手フランチャイズチェーンと異業種（コンビニ等）参入による、熾烈な陣取り合戦**」「**『無人経営で楽』という幻想と、現実の過酷な価格・サービス競争**」「**『ただの洗濯場所』『コモディティ化の罠と、差別化の困難さ』**という事業の存続基盤を揺るがす、避けることのできない構造変化に直面しています。

これは、従来の「高性能な機械を清潔な場所に設置しておく」という、装置産業的なモデルが、もはや通用しない時代の到来を意味しています。

この大きな転換点を乗り越え、未来の顧客から深く信頼され、選ばれ続ける存在となるためには、単なる「洗濯代行施設」から脱却し、洗濯という行為の前後の「時間」と「体験」を、豊かにデザインする「**ライフスタイル・サポート・ステーション**」へと、自らの使命を再定義することが絶対条件です。本資料では、その再定義を遂げるための羅針盤として、以下の3つの戦略的視点を深く掘り下げていきます。

1. 脱・価格競争戦略：卓越した「専門性」と「居心地の良さ」を武器に、「洗濯料金」ではなく「そこで過ごす、快適で、有意義な時間」という体験価値で選ばれるための具体的な店舗づくりとサービス設計を提示します。

2. デジタルとアナログ（快適空間）の融合戦略：IoT 技術を、顧客の利便性を最大化し、店舗運営を効率化するための「支援ツール」として駆使し、人間的な温かみのある空間というアナログな強みを最大化する方法を解説します。

3. 「地域」のインフラとなる、コミュニティ戦略：「用事が済んだら、帰る場所」から、人々が集い、交流する「地域のサードプレイス」へと進化させ、持続可能な事業基盤を築くための具体的な施策を提案します。

本資料は、最新の市場データと現代のライフスタイルに対する価値観に基づき、中小コインランドリーの経営者様が、自らのDNAである「地域密着」という最大の武器を再認識し、大手資本には決して真似のできない、実践的なアクションプランを提示することをお約束します。

2-1 市場規模と推移

コインランドリー市場は、成長を続けており、その背景には、共働き・単身世帯の増加による「家事の時短・外部化（アウトソーシング）」ニーズ、アレルギー対策のための「高温ガス乾燥」への需要、そして、家庭では洗えない大物（布団、カーペット）の洗濯ニーズがあります。市場の成長に伴い、店舗数も増加の一途を辿り、競争は激化。単に「洗濯できる」だけでは生き残れず、「+α」の付加価値を持つ店舗が、顧客の支持を集めています。

【ビル管理市場規模推移】

年度	市場の状況・動向	主な市場背景
2023 年度	「布団・大物洗い」が、来店動機の主役に	専門業者に頼むより、安く、早く、清潔になる。アレルギー対策や、季節の変わり目の寝具のメンテナンスとして、コインランドリーでの布団洗いが、完全に定着。
2024 年度	「専門マシン」の登場による、市場の細分化	スニーカー専用の洗濯・乾燥機や、ペット用品専用の洗濯機など、特定のニーズに応える「専門マシン」を導入する店舗が登場し、差別化の武器となる。
2025 年度	「カフェ併設」などの、複合化・サードプレイス化	洗濯の待ち時間を、快適に過ごせる「カフェ」や「ワークスペース」を併設する店舗が、都市部を中心に増加。コインランドリーが、地域の「サードプレイス（第三の居場所）」としての役割を担い始める。
2026 年度（予測）	「DX」と「無人・省人化」などの、さらなる進化	スマホアプリでの空き状況確認や、キャッシュレス決済が当たり前になる。清掃ロボットの導入や、遠隔での顧客対応など、より高度な店舗の無人・省人化が進む。

今後の市場は、「洗濯・乾燥」という**コア機能（Function）の価値**は、コモディティ化します。**未来は、その機能を利用する前後の体験（Experience）、すなわち、「探しやすさ」「支払いやすさ」「待ち時間の快適さ」、そして「店舗の持つ世界観」といった、総合的な顧客体験の質が、全てを決定づけます。**

2-2 市場の動向（PEST 分析）

コインランドリー経営を規定する、外部環境の変化を分析します。

【PEST 分析】 P：政治的要因 E：経済的要因

	詳細な影響分析	中小企業への示唆
P 政治 (Political)	<p>公衆浴場法・保健所の衛生基準：不特定多数が利用する施設として、定期的な清掃や、衛生管理の遵守が法律で定められています。これは、事業の信頼性の根幹です。</p> <p>消防法：高温のガス乾燥機などを多数設置するため、消防法の遵守と、火災への備えは、絶対的な義務です。</p>	<p>「徹底した清潔さ」を、最強のブランド価値に：法令遵守はもちろん、毎日、決まった時間に、スタッフが清掃している様子を、SNS で発信するなど、他店が真似できないレベルの「清潔さ」を、店のアイデンティティとする。</p> <p>安全への取り組みの「見える化」：消防点検の実施報告や、災害時の対応（停電時でも使えるガス乾燥機など）を店内に掲示し、「地域の、いざという時に頼れるインフラ」としての、信頼性を高める。</p>
E 経済 (Economic)	<p>水道・光熱費（電気・ガス）の、歴史的な高騰：経営コストの大半を占める、水道・光熱費の上昇は、利益を、直接的に、そして、深刻に圧迫します。</p> <p>「タイパ（タイムパフォーマンス）」への、消費者の強い要求：忙しい現代人は、家事の時間を、1分1秒でも短縮したい。家庭の洗濯機で、何時間もかかる乾燥が、コインランドリーなら、数十分で終わる。この「時間を買う」という価値が、市場の最大の牽引力です。</p>	<p>高効率機器への、戦略的投資：初期投資は高くとも、ランニングコスト（特に、ガス代）を大幅に削減できる、最新の、高効率な乾燥機へ、計画的に入れ替えていく。これが、長期的な、利益確保に繋がる。</p> <p>「時短」という価値を、徹底的に訴求する：「あなたの、週末の2時間を、家族との時間に」「雨の日の、部屋干しの憂鬱から、あなたを解放します」といった、具体的な、ベネフィットを、チラシやWebサイトで、情熱的に語る。</p>

2-2 市場の動向（PEST 分析）

【PEST 分析】 S：社会的要因 T：技術的要因

	詳細な影響分析	中小企業への示唆
S 社会 (Social)	<p>ライフスタイルの変化（共働き、単身、タワマン）：共働き世帯、単身世帯の増加。そして、タワマンマンションなど、ベランダに洗濯物を干せない住環境の普及。これらの、社会構造の変化が、コインランドリーの需要を、根本から支えている。</p> <p>アレルギー・衛生意識の高まり：花粉、PM2.5、ダニといった、アレルギー対策として、高温のガス乾燥機で、衣類や寝具を根本からクリーンにしたい、というニーズが極めて高い。</p> <p>「孤立」と「繋がり」：人間関係が希薄化する現代、人は「繋がり」を求めている。コインランドリーの待ち時間が、交流の場となる可能性がある。</p>	<p>ターゲット顧客に、合わせた店舗設計：単身者の多いなら、スタイリッシュな内装とワークスペースを。ファミリー層が多いなら、子供が遊べるキッズスペースや、絵本コーナーを設ける。</p> <p>「健康」という、新たな価値の提供：「ダニは、60℃の熱で死滅します。当店のガス乾燥機で、家族の健康を守りましょう」といった専門的な情報を宣伝、健康意識の高い顧客にアピールする。</p> <p>「コミュニティ・ランドリー」という新しい役割：地域のイベント情報を掲示するコミュニティボードを設置、週末にフリーマーケットを開催したりする。店を、地域の情報と人が集まるハブにする。</p>
T 技術 (Technological)	<p>IoT化による、利便性の飛躍的向上：スマートフォンのアプリで、店舗の、洗濯機の空き状況を、リアルタイムで確認できる。洗濯終了を、スマホに通知してくれる。キャッシュレス決済で、小銭が不要になる。これらの技術が、顧客体験を、劇的に向上させる。</p> <p>洗剤・柔軟剤の、自動投入：洗剤を持参する必要がなくなり、顧客の利便性が高まると同時に、店舗側も、高品質な洗剤を提供することで、仕上がりの質を、コントロールできる。</p>	<p>「スマート・ランドリー」としての、差別化：IoTシステムを、いち早く、全面的に導入する。「あの店は、スマホで、全部完結するから、楽だよね」という、圧倒的な利便性を、ブランドの、強力な武器とする。</p> <p>最高の「洗い上がり」の、提供：環境に優しく、洗浄力の高い、プロ仕様の洗剤・柔軟剤を、標準の自動投入サービスとして提供する。「家庭では、決して実現できない、最高の仕上がりを、店の、専門性として、訴求する。</p>

2-3 専門性・業態別の動向や格差

コインランドリーは、その「+α」の価値によって、全く異なる存在となります。

- 標準型**：洗濯・乾燥機能のみを提供する、最も一般的なタイプ。
- 複合型**：カフェ、コインシャワー、フィットネスジム、トランクルームなどを併設。
- 専門特化型**：スニーカー専用、ペット用品専用、あるいは、高級クリーニングの取次も行う、高付加価値型。
- ガソリンスタンド・コンビニ併設型**：他のサービスとの「ついで利用」を狙う、利便性追求型。中小事業者の成功の鍵は、標準型での、価格競争に陥るのではなく、自社の立地や、ターゲット顧客に合わせた、独自の「付加価値」を、明確に設定し、その専門性を、磨き上げることです。

Chapter3 主要プレイヤーと業界構造

コインランドリー市場は、全国展開する大手フランチャイズチェーンと、無数の、個人経営の店舗によって、構成されています。

・トッププレイヤー（大手フランチャイズチェーン）：

- **ビジネスモデル**：Wosh House や、マンマチャオなど。統一された、クリーンなブランドイメージと、開業から運営までの、パッケージ化されたノウハウを、オーナーに提供する。
- **強み**：ブランド力による、安心感。スケールメリットによる、機器の調達力。

・ミドルプレイヤー（地域の有力チェーン）：

- **ビジネスモデル**：特定の地域で、複数の店舗を、直営で展開。地域の特性を熟知した、独自の店舗づくりが強み。
- **強み**：地域での、高い認知度と、ドミナント戦略による、効率的な運営。

・スモールプレイヤー（大多数の個人経営の店舗）：

- **ビジネスモデル**：経営者自身が、オーナー。副業として、あるいは、所有する土地の有効活用として、経営しているケースが多い。
- **強み**：経営の自由度が高い。
- **課題**：専門的な、運営ノウハウや、マーケティング能力が不足。清掃や、集金、トラブル対応といった、日々の運営負荷が、重い。

業界の動向：

これまで、コインランドリーとは無縁だった、コンビニエンスストアや、ガソリンスタンド、書店などが、集客力の相乗効果を狙い、併設店を、次々とオープン。業界の垣根を越えた、顧客接点の、奪い合いが始まっています。

個人経営のコインランドリーの経営者が抱える課題は、その「手離れの良さ」という、魅力的なイメージとは、かけ離れた、厳しい現実にあります。

1. 【課題の本質】利益が出ないのは、「価格競争」と「見えないコスト」

- 「100円」の重み：周辺に、新しい店が、100円安い価格でオープンすれば、顧客は、簡単に、そちらに流れてしまう。この、熾烈な価格競争が、利益を、極限まで削り取っています。
- 「無人経営」という幻想：実際には、日々の、丁寧な清掃、両替機の補充、利用者からの、クレーム電話への対応、そして、機械の故障といった、常に、気を配らなければならない「見えないコスト」と「労働」が存在します。

2. 【課題の本質】顧客が増えないのは、「待ち」の姿勢と、「違い」の不在

- 「看板」だけが頼りの集客：道路沿いに、大きな看板を出しておけば、誰かが見つけてくれるだろう。この、あまりに受動的な姿勢では、新しい顧客を、創造することはできません。
- 「どこも同じ」というコモディティ化の罠：顧客から見れば、A店も、B店も、「同じような、洗濯機と、乾燥機が、並んでいる場所」。あなたの店を、わざわざ、選んで、行くべき「理由」が、全く、伝わっていません。

3. 【課題の本質】店が、廃れていくのは、「放置」という名の、緩やかな死

- 「機械任せ」の思考停止：一度、オープンすれば、あとは、機械が、勝手に、お金を稼いでくれる。そう、錯覚してしまう。市場の、ニーズの変化や、競合の出現に対し、自らの店を、アップデートし続ける、という、経営者としての、努力を、怠ってしまっています。
- 「清潔感」の劣化：オープン当初は、ピカピカだった、店内も、日々の、清掃を怠れば、すぐに、薄汚れていく。清潔さが、生命線である、このビジネスにおいて、それは、致命的です。

4. 【課題の本質】事業が続かないのは、「副業感覚」という、経営の不在

- 「片手間」での運営：本業が、別にあるため、コインランドリー経営を、あくまで「副業」としか、捉えていない。戦略的な、投資や、マーケティング、そして、未来への、ビジョンを描く、という、本来、経営者が、最も、力を注ぐべきことを、行っていません。
- 引き継ぐべき「ブランド」の不在：後継者が引き継ぐのは、減価償却の進んだ、数台の機械と、物理的な「ハコ」だけです。顧客に、愛される「ブランド」や、安定的に、利益を生み出す「仕組み」がなければ、事業承継は、極めて困難です。

この厳しい現実の中から、未来の顧客に熱狂的に支持され、地域の、インフラとなる、新しい「コインランドリー」の姿が生まれています。

・「カフェ・ベーカリー」併設による、サードブレイス化：

- **具体例**：美味しい、コーヒーや、焼きたてのパンを、楽しみながら、洗濯が終わるのを、待つ。あるいは、洗濯とは、関係なく、地域の人が、お茶や、仕事をしに、訪れる。
- **ポイント**：洗濯の「待ち時間」を、「苦痛な時間」から、「豊かで、価値のある時間」へと、転換させる。これにより、滞在時間と、客単価を、同時に向上させます。

・「フィットネスジム」との、ハイブリッド化：

- **具体例**：24時間営業の、フィットネスジムと、コインランドリーを併設。トレーニングで、汗を流した、その足で、トレーニングウェアを、洗濯・乾燥できる。
- **ポイント**：「健康」という、共通の価値観を持つ、顧客を、相互に送客する。究極の、「タイパ（タイムパフォーマンス）」を、提供します。

・「クリーニング取次・リペア」による、衣類のトータルケア拠点：

- **具体例**：コインランドリーでは、洗えない、スーツや、デリケートな衣類を、専門のクリーニング工場へ、取り次ぐサービス。あるいは、衣類の、簡単な、リペア（修繕）サービスも、併設する。
- **ポイント**：「洗う」だけでなく、衣類に関する、あらゆる「困りごと」を、ワンストップで、解決する、「地域の、クローゼット」となる。

・「地域の、防災拠点」としての、社会インフラ化：

- **具体例**：災害による、停電時にも、LPガスで稼働する、乾燥機や、発電機を、備える。災害時には、地域の、避難所として、無料で、洗濯・乾燥サービスを提供する。
- **ポイント**：営利事業としてだけでなく、地域社会の、セーフティネットとしての、公的な役割を担う。これにより、行政や、地域住民からの、絶大な信頼と、支持を得ます。

これまで「立地」と「設備」だけで勝負してきたコインランドリー経営者にとって、AIは、その無機質な「機械」の価値を、未来の顧客の「豊かな暮らし」を実現するための「魔法の道具」へと、その意味を、変換する、最強の広報・マーケティング担当者となります。

1. AI による「顧客の、潜在ニーズ」を掘り起こす、お役立ちコンテンツマーケティング

【課題】

Web サイトや SNS で、何を発信すれば良いかわからない。

AI 活用シナリオ

【STEP1】顧客が、検索する「リアルな、洗濯の悩み」を AI に予測させる：

プロンプト (AI への命令文) 例

あなたは、小さな子供が二人いる、30代の、共働きの母親です。梅雨の時期、洗濯物が、乾かなくて、困っています。その時、インターネットで、検索するであろう、悩みや、疑問を、10個、リアルな言葉で、挙げてください。

AI の回答 (例)

「部屋干し臭い取れない」「洗濯物すぐ乾かす方法」「コインランドリー 布団 ダニ」「コインランドリー 使い方 初めて」「梅雨洗濯ストレス」…

【STEP2】 その「深い悩み」にプロとして、科学的に答える記事を AI と共作する：

プロンプト (AI への命令文) 例

上記の悩みのうち、「部屋干し臭い取れない」というテーマで、その原因である「モラクセラ菌」の科学的な解説と、コインランドリーの高温ガス乾燥が、いかに、その根本的な解決策となるかを、分かりやすく説得力のあるブログ記事として、作成してください。

【効果】

AI を使って、顧客が日々、直面している切実な「暮らしの困りごと」に、専門家として、先回りして、具体的な「解決策」を提示する。これにより、Web サイトが単なる店舗の案内から「私の暮らしを豊かにしてくれる、頼れる情報源」へと変わります。

2. AI による「店舗の魅力」を伝える SNS コンテンツの自動生成

【課題】

Instagram をやっているけど、いつも洗濯機の写真ばかりで、つまらない。

AI 活用シナリオ

【店のコンセプトとターゲットに合わせた、投稿文の自動生成】

プロンプト (AI への命令文) 例

当店のコインランドリーは、カフェを併設した、北欧デザインのお洒落な空間です。ターゲットは、20代~30代の丁寧な暮らしに憧れる女性です。このターゲットの心に響くような、店内の居心地の良さや、世界観が伝わる Instagram の投稿文をハッシュタグも付けて、作成してください。

AI の回答 (例)

「お洗濯も、カフェ時間も、心地よく。」ざわざわとした、日常から少しだけ、エスケープ。柔らかな、光が差し込む、窓際の席で、お気に入りのカフェラテを片手に、読書をしながら、ふわふわの洗濯物が仕上がるのを待つ。面倒だったはずのお洗濯が、自分をリセットするための、ちょっと特別な時間になる場所。#コインランドリー #カフェ #北欧インテリア #丁寧な暮らし #自分時間

【効果】

AI をあなたの丁寧な仕事の「ストーリーテラー」として活用する。ビフォーアフターという事実を顧客の、感情を揺さぶる「物語」へと変換する。これにより、「安い」から、ではなく、「この店に、託したい」という、深い、信頼と共感で選ばれるようになります。

コインランドリーは、もはや単なる「洗濯の場」ではありません。地域の、人々の、暮らしの質を高め、時間を創出し、そして、時には、命を守る、「社会の、インフラ」です。その誇りを胸に、未来を切り拓く中小事業者が実践すべき、5つの具体的なアクションプランを提言します。

1. アイデンティティの変革:「機械を貸す、場所」から「地域の、暮らしを、豊かにする、ステーション」へ

o アクションプラン:

自店のミッションを「最高の洗濯体験と心地よい時間を通じて、お客様のQOL(生活の質)を最大化する」と再定義する。

店舗のコンセプトを明確にし、内装、BGM、そして、置かれている雑誌の一冊に至るまで、その世界観を一貫して、表現する。

2. ビジネスモデルの変革:「一回きりの利用料(フロー)」から「多様なサービス(ストック)」へ

o アクションプラン:

法人向けのユニフォームや、リネンの大口洗濯契約、地域の民泊施設向けのリネンサプライ・サービスといった、安定したBtoB事業を開拓する。

地域のクリーニング店と連携し、「洗濯代行・たたみサービス」や、スニーカーの手洗いサービスといった、高付加価値な有人サービスを導入する。

3. 店舗空間の革新:「無機質な作業場」から「人が集いたくなる地域のサードプレイス」へ

o アクションプラン:

カフェ、ワークスペース、キッズスペース、あるいは、マッサージチェアといった、「待ち時間」を価値に変える。付帯設備を戦略的に導入する。

店舗の空きスペースを活用し、地域のハンドメイド作家の作品を展示・販売するギャラリーや、週末の小さなマルシェといった、イベントを企画・運営する。

4. マーケティング戦略の刷新：「看板と立地」から「Web とコミュニティ」へ

o アクションプラン：

Web サイトと、Google ビジネスプロフィールを徹底的に整備する。特に、口コミへの丁寧な返信は、未来の顧客への最高のアピールとなる。

LINE 公式アカウントで、お得なクーポンだけでなく、地域のイベント情報や、暮らしのお役立ち情報を配信し、顧客との継続的な繋がりを育む。

5. パートナーシップ戦略の構築：「一店舗完結」から「地域の、暮らしを、支える、アライアンス」へ

o アクションプラン：

地域のクリーニング店、リフォーム会社、不動産会社、そして、デイサービスといった、顧客層が重なる、異業種と強固なパートナーシップを構築する。

互いの店舗にチラシを置き合ったり、共同で、キャンペーンを実施したりする。「あのエリアの、暮らしのことは、このチームに任せれば、安心だ」と地域住民から信頼されるネットワークを創り上げる。

洗濯物がふわふわに、仕上がる。その小さな、しかし、確かな幸せを届けられる。これほどまでに直接的に、人の暮らしを豊かにできる仕事は、ありません。

本資料が、貴店がその誇り高き使命揺ぎないビジネスとしての成功へと昇華させ、地域社会の、かけがえのない陽だまりのような場所であり続けるための一助ることを、心から願っております。

【お取り扱いおよび著作権に関するご注意】

1. 著作権について

本 PDF コンテンツに関する著作権および一切の知的財産権は、ラフロックス株式会社に帰属します。個人的な学習の範囲を超える、以下の行為を固く禁じます。

本コンテンツの全部または一部を、複製、スキャン、デジタル化すること。

本コンテンツの全部または一部を、第三者に対して貸与、譲渡、共有、配布、販売、送信（インターネット上へのアップロードを含む）すること。

本コンテンツの内容を、許可なく改変、翻訳、翻案すること。

2. 免責事項

本書に掲載されている情報は、著者の経験や AI リサーチに基づいたものですが、その効果や成果を保証するものではありません。実践はお客様ご自身の判断と責任において行ってください。

本書の情報を利用したことによる、いかなるトラブルや損失・損害に対しても、著作者および販売者は一切の責任を負いかねます。

本書に掲載されている情報は、2025 年 9 月現在のものです。AI 関連ツールや各種プラットフォームの仕様変更により、将来的に情報が古くなる可能性があることをご了承ください。

3. その他

本コンテンツをダウンロードいただいた時点で、上記すべての事項に同意したものとみなします。

ご理解とご協力のほど、何卒よろしくお願い申し上げます。

AI.marketing

運営会社：ラフロックス株式会社

www.rough-marketing.com/

 roughRocks

