

ユニホームレンタル2割増へ

劣化度、洗濯研究施設で検証

ウェアラ、30年度売上高



静岡県のウェアラのユニホーム洗濯工場

三井物産傘下で飲食店向けなどのユニホームレンタルを手掛けるウェアラ（東京・中央）は2030年度に売上高を2割増の200億円程度に伸ばす。静岡県の工場内に研究施設を新設したほか、設備の拡張や工場の新設も検討する。飲食店や工場で人手不足が課題になるなか、離職率の低減や採用増につながる点を訴求して契約を増やす。

ウェアラはユニホームを飲食店や工場を運営する企業に貸し出して定期的に回収し、静岡県などの3工場でクリーニングして各事業所に戻すビジネスを展開する。1日に平均20万着のユニホームを洗浄し、約1000億円とされるレンタル市場で2割増のシェアを持つ。

コスト競争力や洗濯の質を高めるため、25年10月には静岡工場内に研究施設を置いた。2人の専任者を置き、洗剤成分や水温変化が布に与える影響や洗濯回数によるユニホームの劣化度合いなどを検証する。

ウェアラの林達宏社長は「科学的なデータを蓄積していけば、レンタル業者は通常のユニホームは従業員に自宅で洗浄をさせ

工場ですべて返送する」と話す。ウェアラは「科学的なデータを蓄積していけば、レンタル業者は通常のユニホームは従業員に自宅で洗浄をさせ、劣化度合いを把握し、適切な洗剤や水温を設定し、劣化度を低減させる」と話す。「洗濯する時間が浮けば、趣味に使ったり家族と過ごしたりする時間が増える」（林社長）

通常のユニホームは従業員に自宅で洗浄をさせ、劣化度合いを把握し、適切な洗剤や水温を設定し、劣化度を低減させる」と話す。「洗濯する時間が浮けば、趣味に使ったり家族と過ごしたりする時間が増える」（林社長）

ウェアラは「科学的なデータを蓄積していけば、レンタル業者は通常のユニホームは従業員に自宅で洗浄をさせ、劣化度合いを把握し、適切な洗剤や水温を設定し、劣化度を低減させる」と話す。「洗濯する時間が浮けば、趣味に使ったり家族と過ごしたりする時間が増える」（林社長）

企業としての強みが発揮できる」と話す。メーカーは売り切りが基本で「洗剤との相性や劣化度合いまでは追っていない」（林社長）ためだ。

メーカーと共同で高品質なユニホーム開発や、より早く洗浄できる洗濯方法の研究を模索する。レンタル品の耐久年数の延長や洗濯にかかる光熱費の削減につなげられれば、競合に対してのコスト競争力も上がるとみられる。

レンタルユニホームは初期の購入費用が基本は不要で、初期投資を抑えられる。従来は月々のコスト削減効果を打ち出すことが多かったが、ウェアラの林社長は「今後は手取り時間が増えることをアピールしていきたい」と話す。「洗濯する時間が浮けば、趣味に使ったり家族と過ごしたりする時間が増える」（林社長）

ウェアラは1988年に三井物産と米アラマーが共同出資して設立し、2024年に三井物産が完全子会社化した。今後は三井物産傘下で社員食堂を運営するエームサービスとの連携を深める。エームサービスが社食や売店運営を担う顧客にユニホームのレンタルサービスを提案する。

実際、ある自動車工場ではエームサービスが社食運営で入っていたことをきっかけに作業員向けのユニホームの受注が決まった。林社長は「一緒にアピールしていければ、単体で戦うより効果は大きい」と期待する。

ウェアラの25年3月期の売上高は165億円だった。サービスの質向上やエームサービスとの連携などで30年度までに年率6〜7%の成長を目指す。（平嶋健人）

許諾番号NK003014 日本経済新聞社が記事利用を許諾しています。

掲載日 2026年05月15日 日経MJ（流通新聞）005ページ © 日本経済新聞社 無断複製転載を禁止します。