2026年11月16日

各　　位

会社名　ＷＡＳＨハウス株式会社
代表者名　代表取締役社長　児玉　康孝
（コード番号：6537　東証グロース・福証Q-Board）
問合せ先　執行役員管理本部経理部長　永澤　秋二
電　　話　（０９８５）－　７８－４００１

インバウンド需要向け新形態店舗を東京都内に出店へ

ＷＡＳＨハウス株式会社（本社：宮崎県宮崎市、代表取締役社長：児玉康孝、以下「当社」）は、訪日外国人旅行者の利用を想定した新たな小型セルフランドリー店舗を、東京都内に出店いたします。当社が独自に開発した多言語対応のオリジナル機器を活用するとともに、店舗外観や案内表示も海外からの旅行者に分かりやすいデザインとし、2026年内の開店を目指しています。

記

１．拡大する訪日需要と旅行中の洗濯ニーズ

2025年に東京を訪れた外国人旅行者は約2,865万人となり、前年比15.6％増で過去最高を更新しました。また、東京都内における外国人旅行者の観光消費額は約４兆5,534億円に達しています。

訪日旅行市場の拡大に伴い、宿泊・飲食・買い物に加え、旅行中の日常的な利便サービスへの需要も高まっています。

一方、従来型のセルフランドリーでは、外国語による操作案内や利用方法の説明が十分でない店舗もあり、日本語に不慣れな旅行者にとって利用のハードルとなる場合があります。特に、ホテルにランドリー設備がない、または客室数に対して設備が不足している場合、旅行者が宿泊施設の近くで手軽に洗濯できる場所へのニーズが見込まれます。

２．独自開発の７か国語対応機器で利用のしやすさを向上

当社は、外国人旅行者にも直感的に操作しやすい多言語表示に対応したオリジナル機器を開発しています。具体例といたしましては、

（１）機器の操作画面・案内を通じて言語面の不安を軽減し、初めてセルフランドリーを利用する方でも安心して使いやすいサービス環境の実現を目指します。また、キャッシュレス決済への対応や防犯カメラの設置、24時間コールセンター対応など、旅行者が重視する利便性・安心感にも配慮した店舗づくりを進めます。

（２）店舗外観についても、海外で一般的に認識されている「Laundromat」の表記を取り入れるなど、外国人旅行者が一目でランドリー施設と分かる視認性の高いデザインを採用する方針です。店内の案内表示や利用導線も分かりやすく整え、言語・習慣の違いによる戸惑いを減らします。

（３）近隣のホテル運事業者様との連携や訪日客向け観光案内所などとの協業も視野にお客様利便性を高める施策を検討しています。

３．今後の展開

当社は、今回の新店舗を訪日外国人旅行者向けサービスの新たなモデルと位置付け、実証結果を踏まえ東京を中心とした都市圏への展開可能性を検討してまいります。

また、独自の機器開発力と全国の店舗運営で培ったノウハウを活かし、国内外のお客様にとって使いやすいランドリーサービスの提供を通じて、旅行者の利便性向上と新たな事業機会の創出に取り組んでまいります。

以　上

インバウンド需要拡大を受けて

インバウンド需要を取り込む都心型・小型店舗モデルの構築



市場環境の変化
訪日外国人旅行者が急増、ホテル宿泊者による
「**旅行中の洗濯需要**」という新たな市場が拡大中

・東京を訪れた外国人旅行者は**約2,865万人** **前年比15.6%増、過去最高**
・外国人旅行者による**東京都内での旅行中支出額は1人当たり約199,874円、うち宿泊費は約65,199円**

宿泊を伴う旅行者の消費市場そのものが拡大

出店形態を多様化する

従来型の出店
住宅地を中心に一定の店舗面積を確保し、
地域住民を主要顧客とするビジネスモデル中心

10坪程度の小型店　　ホテル宿泊者

立地価値　＋　時間価値　＋　利便性

７か国語対応のオリジナル機械を強みとして利便性を高める



WASHハウス
多言語表示可能
キャッシュレス
防犯カメラ

訪日外国人旅行者
5～14日程度の長期旅行者、家族旅行者

旅行者心理
「ホテルから近く、すぐ洗濯できる便利さ」

７か国語対応のオリジナル機械

