

# 通り抜けた先に、 “あたりまえ”の輝きを。

——株式会社Splash Brothers 創業ストーリー——

## 「カリスマ」ではなく「凡人」。 だから、見えた景色があった。

二人はいずれも株式会社リクルート出身。野心と才能に溢れる同僚たちに囲まれ、自らを「カリスマ性を持たない凡人」だと自覚していた。だからこそ彼らが武器にしたのは、天才的なひらめきではない。顧客一人ひとりの声に真摯に耳を傾け、その奥にある本質を見抜く、地道な「観察眼」だった。

リクルートを退職後、二人が参画したのは、ショッピングモールの駐車場で、お客様が買い物をしている間に車を洗う、1台4,000円の出張手洗い洗車サービスだった。顧客との対話の中で聞こえてきたのは「時間がない」「もっと安ければ」といった、サービスとは逆行する要望。彼らは、そのズレの中に市場の“本当の需要”があることに気づく。人々が求めていたのは、完璧な輝きではない。むしろ、洗車という行為そのものが持つ「面倒くささ」や「時間の浪費」から解放されることだった。この、まだ誰も解決できていない課題こそが、彼らの原点となる問いを生んだ。

## 一本の動画との出会い。 そこに“未来の答え”を見た。 すべてを懸けた無報酬の1年半。

打開策を模索し続ける中で、二人は一本の動画にたどり着く。そこに映っていたのは、日本では約40年前に姿を消した「トンネルカーウォッシュ」が、本場アメリカで人々の日常に深く溶け込んでいる衝撃的な光景だった。利用者の半数以上が女性で、コンビニでコーヒーを買うかのように気軽に利用する「身だしなみ」としての洗車文化がそこにはあった。それは、日本がかつて手放した“もう一つの未来”の姿であり、彼らが探していた答えそのもの。

「これしかない」。直感は、やがて狂気にも似た情熱へと変わる。二人は参画していた会社を退職し、

誰もが諦めていた  
洗車の「面倒」という常識。  
トンネルの先に、未来を懸けた  
新しい“あたりまえ”を創る  
凡人二人の挑戦の物語。

退路を断ってアメリカへと飛んだ。未来だけを信じ、貯金を切り崩しながら過ごした無報酬の1年半。そこにあったのは、ついに“答え”を見つけたという高揚感と、成功の保証など何もない現実との間で揺れ動く、生々しい葛藤の日々だった。

## 自分たちの「答え」が、 “あたりまえ”になる、その日まで。

アメリカで見つけたはずの“答え”。しかし、帰国した日本で、その価値を信じる者は誰もいなかった。出資を求めては「日本では流行らない」と一笑に付され、7県にまたがる100件以上の土地探しも空振りになる。理想と現実のギャップに、何度も事業を諦めかけた。しかし、絶望の淵で、ようやく始まりの地が見つかる。手を差し伸べてくれたのは、群馬・前橋の一人の土地オーナーだった。

この恩に事業の成功で報いたい——。その強い想いを胸に、2019年9月、株式会社Splash Brothersを設立し、翌2020年6月、1号店をオープン。しかし、彼らを待っていたのは、またしても絶望的な現実。初月の洗車台数は、目標の一割にも満たない850台。それでも、一度その圧倒的な利便性を体験した顧客からは、熱量のある口コミが次々と広がり、閑散としていた洗車場は徐々に活気を取り戻していく。そして評判は「自分の街にも店が欲しい」という切実な声へと変わった。その声に後押しされ、ビジョンに共感するパートナーにも恵まれて、挑戦の舞台は伊勢崎、高崎、そして足利へと広がっていった。2024年12月、共同創業者の岡村が『群馬イノベーションアワード』のステージに立つ。「洗車は面倒」という常識を“気軽な日常のケア”へ。群馬の地から、その文化を創りたい——その決意を公に宣言するための、誓いの舞台だった。

暮らしに潜む、名もなき「面倒」をなくしていく。彼らが挑むのは単なる洗車ビジネスの拡大ではなく、暮らしの新しい“あたりまえ”を創るという挑戦だ。その物語は、まだ序章にすぎない。