

生衛業向け

# デジタル化による 生産性向上のすすめ

業種別編デジタル化推進マニュアル



クリーニング  
業編

# デジタル化による生産性向上のすすめ 業種別編デジタル化推進マニュアル

生衛業を取り巻くデジタル化の波 p.1

生衛業におけるデジタル化のメリット p.2

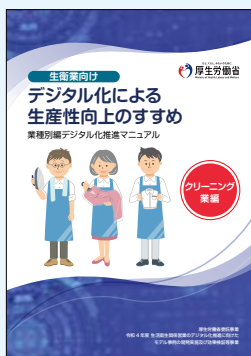
デジタル化の進め方 p.3

クリーニング業の経営課題とは？ p.7

クリーニング業の経営課題解決に向けたデジタル活用のヒント p.12

お役立ち情報 p.16

## マニュアルの使い方



クリーニング業の動向はご存じですか？  
この冊子で業界をとりまく環境の変化をつかみましょう。

業界動向をつかんだら、自店で取り組むテーマを探してみましょう。

環境の変化と  
業界の課題

デジタル化の進め方

生産性向上のための  
デジタル化のヒント

お役立ち情報

自店の困りごとが見えにくいときは…

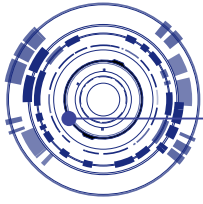


自店の困りごとを「生産性&効率アップ必勝ガイド」で見える化しましょう。

お困りごとをデジタルで解決しようと思ったら…



具体的な取組方法を「デジタル化推進の手引き(基礎編)」で確認しましょう。



# 生衛業を取り巻くデジタル化の波

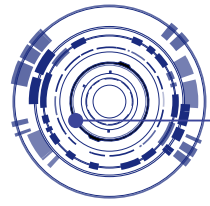
世界に広がった新型コロナウイルス感染症により、デジタルを活用した消費活動が増大し、それによりデジタル経済も進展しています。

企業は、事業の拡大や業務の効率化にデジタル技術を活用し、経営課題の解決に取り組んでいます。一方、消費者は、老若男女問わずモバイル端末を所有し、情報収集から購買までインターネットを利用した消費が活発化しています。



政府はデジタル社会の実現のため、2021年9月にはデジタル庁を設立し、社会全体のデジタル化を推進する取組を牽引しています。マイナンバー制度や公金受取口座登録制度もその1つです。

また、誰一人取り残されないデジタル化を推進するため、国や自治体ではデジタル化を進める事業者に対し、支援事業を行っています。「IT導入補助金」など積極的に活用し、生衛業においてもデジタル化に取り組みましょう。

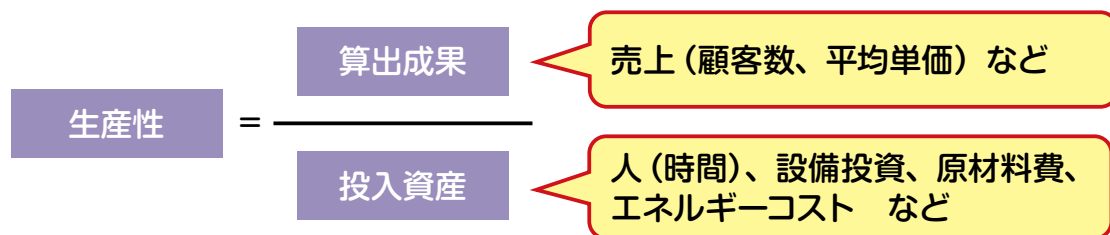


# 生衛業におけるデジタル化のメリット

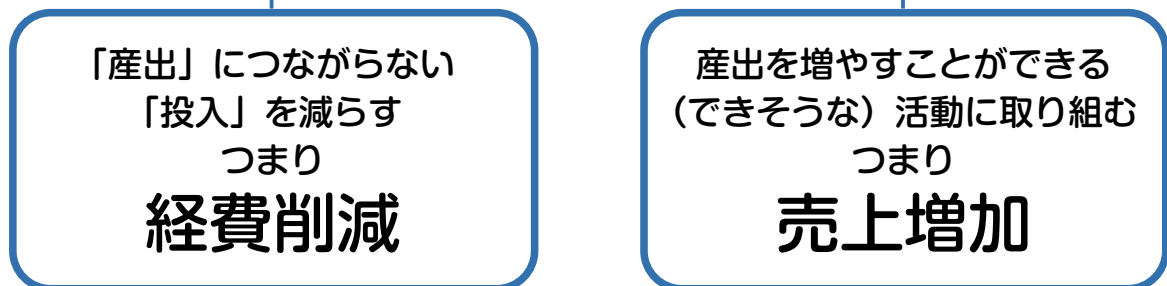
## ■デジタル化のメリットは

### 生産性の向上 です

## ■生産性とは、投入資源に対する算出成果で表されます



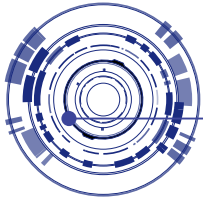
## ■生産性を上げるには 2 つの方法があります



### 付加価値向上

この生産性向上の考え方が、「IT 導入補助金」をはじめとするさまざまな補助金や助成金の申請のポイントとなりますので、しっかりと理解しておきましょう。

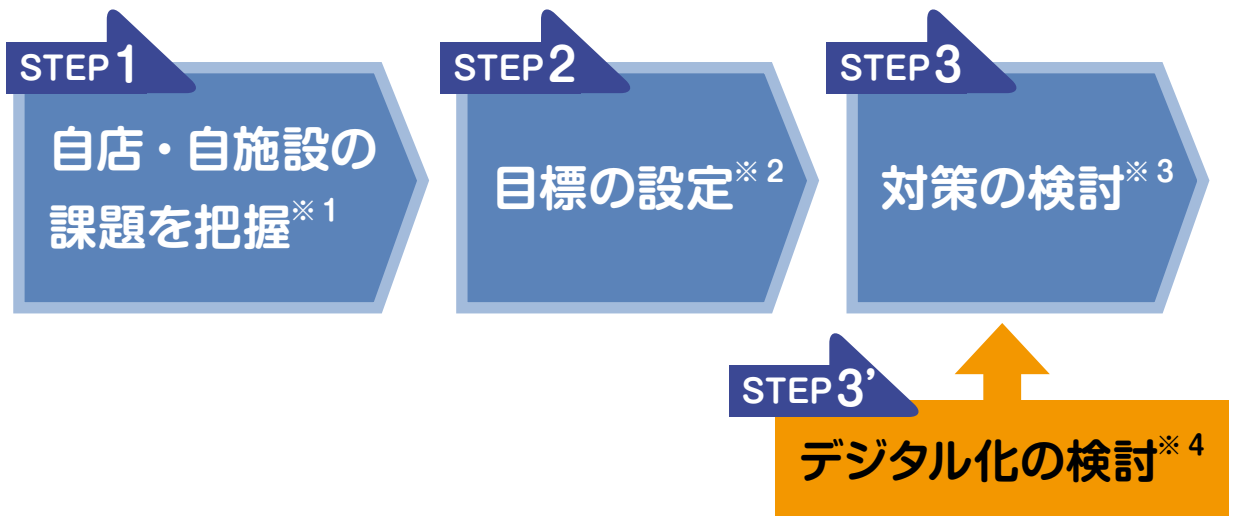
なお、「IT 導入補助金」の生産性の向上とは、労働生産性の向上（労働生産性＝粗利÷総労働時間）である点に留意しましょう。



# デジタル化の進め方

デジタルツールの導入に向けた手順をご案内します。まずは自店・自施設の経営上の課題を明確にし、目標を定め、それに向けた対策を検討することが必要です。そのうえで、対策を効率的効果的に経営課題の解決に導いてくれるデジタルツールを活用できないかを検討します。

以下のSTEPごとに、お役立ちツールがありますので活用しましょう。進め方に迷ったら、各都道府県生活衛生営業指導センターに相談してみるのもよいでしょう。



## お役立ちツール

- ※ 1 『生産性&効率アップ必勝ガイド』
- ※ 2 『生産性 & 効率アップ必勝マニュアル～マネジメント手法～ N. デジタル化への対応』
- ※ 3 『生産性&効率アップ必勝マニュアル』基礎編・『今日から実践！収益力向上に向けた取組みのヒント』業種別編
- ※ 4 『生産性 & 効率アップ必勝マニュアル～マネジメント手法～ L. 目標の重要性』

## STEP 1

# 自店・自施設の課題を把握します

まずは経営上の問題点を整理し、課題を明確にします。課題の把握方法としては、『生産性&効率アップ必勝ガイド』を活用したり、以下の項目ごとに現状や問題点を書き出して、課題を把握することも有効です。

### 現状分析（現状の整理と課題の明確化）

- (1) 売上面（顧客数・平均単価）での現状・問題点と課題
- (2) 財務体質・コスト面での現状・問題点と課題
- (3) 業務プロセス面での現状・問題点と課題
- (4) 人員・人材面での現状・問題点と課題

厚生労働省『生活衛生関係営業の生産性向上を図るためのガイドライン・マニュアル』

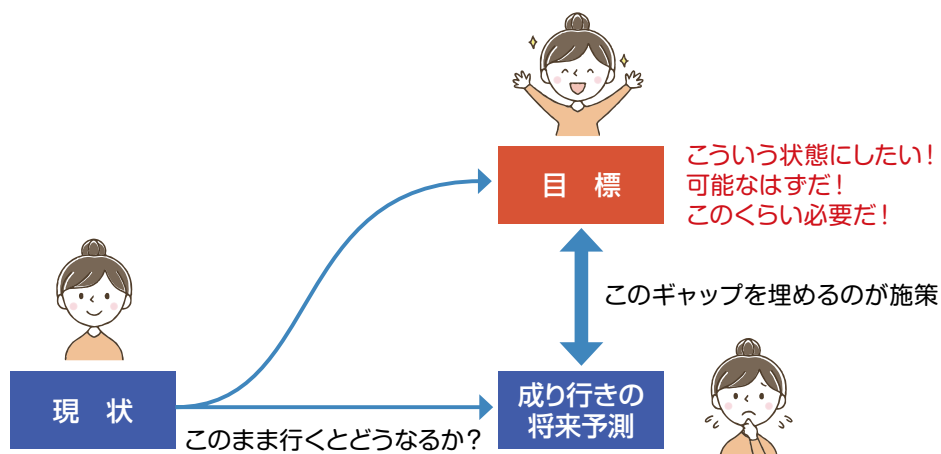
2020年度版 ([https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou/seikatsu-eisei33/index\\_00002.html](https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou/seikatsu-eisei33/index_00002.html)) 2021年度版 ([https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou/seikatsu-eisei33/index\\_00009.html](https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou/seikatsu-eisei33/index_00009.html))

## STEP 2

# 目標を設定します

生産性を向上させる方法は「コストを削減する」か「売上を増加させる」かに大別されます。自店・自施設の課題から、どちらに取り組むべきかを考えましょう。

そのうえで目標を設定します。例えば、売上であれば売上増加や経費削減の数値目標です。まずはどのくらいの売上増加や経費削減を目指すか、あるいは両方に取り組み、どのくらいの利益向上を目指すか、具体的に設定します。設定した数値目標については、常に意識できるよう、作業机の前に「〇〇円経費削減!」「〇〇円売上アップ!」「〇%利益アップ!」など掲げておくとよいでしょう。





### STEP 3

## 目標を達成するための対策を検討します

目標をブレイクダウン（分解）することで、対策をより具体的に検討することができるようになります。例えば、売上は「リピート顧客数」「口コミ紹介新規顧客数」「口コミ以外新規顧客数」「オーダー数」「平均単価」に分解できます。売上向上の目標を達成するために、何に取り組むべきか、自店・自施設の経営分析を踏まえ設定します。

なお、対策は1つだけとは限りません。いくつかの対策に取り組む場合、何から、どのように取り組むべきかについてを、取り組みやすさだけでなく投資額などを勘案し、優先順位をつけて実践しましょう。

| No | 目標   | ブレイクダウン目標  | 対策   |
|----|------|------------|--|
| 1  | 売上向上 | 1.1. 顧客数増  | ・新規顧客数増<br>□口コミ紹介新規顧客数（紹介など）<br>□口コミ以外新規顧客数（店頭誘導など）<br>・リピート顧客数増 |
|    |      | 1.2. 平均単価増 | ・オーダー数増（クロスセリングなど）<br>・単価アップ（アップセリングなど）                          |
| 2  | 経費削減 | 2.1. 変動費削減 | ・原価削減（材料費等ロスの削減など）<br>・販管費削減（業務の効率化など）                           |
|    |      | 2.2. 固定費削減 | ・家賃、減価償却、リースなどの削減  |

### STEP 3'

## デジタル化で対策をより効率的効果的にできないかを検討します

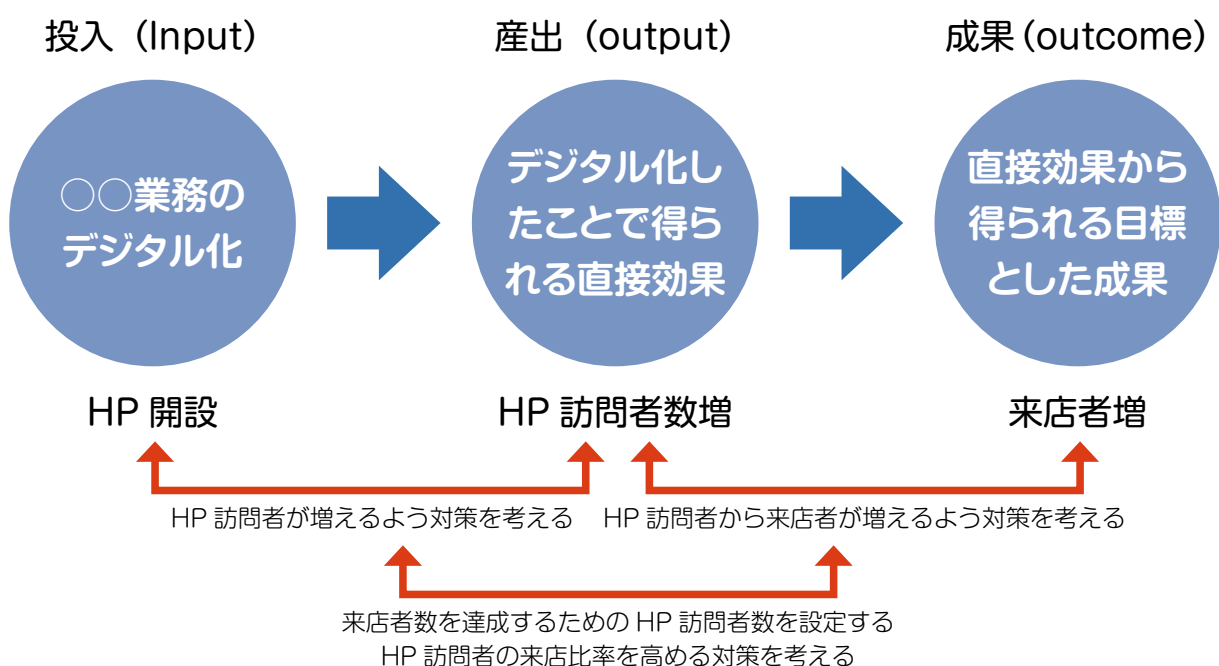
次ページの表は対策を効率的効果的に進めることができるデジタルツールです。このほかにもデジタルツールは多種多様にありますので、気になるツールがあれば情報を収集し、検討しましょう。

デジタルツールの選定にあたっては、経営課題解決の実現に向け、実際に活用し、定着が可能かどうかポイントになります。お試しできるツールであれば、実際に使ってみて、自店・自施設にあっていないかを確認しましょう。なお、初めてデジタルツールを導入する場合は、できるだけコストのかからないものを選ぶようにしましょう。イニシャルコスト（導入費用）は安くても、ランニングコスト（維持費用）が高いツールやソフトウェアもありますので、投資対効果を踏まえ検討してください。

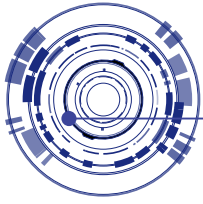
| ブレイクダウン<br>目標 | 対 策                  | 効率的で効果が期待できるデジタルツール |            |                |                   |   |              |              |              |               |
|---------------|----------------------|---------------------|------------|----------------|-------------------|---|--------------|--------------|--------------|---------------|
|               |                      | a<br>ホームページ・SNS     | b<br>POSレジ | c<br>キャッシュレス決済 | d<br>モバイルオーダーシステム | e<br>業務の自動化<br><small>(AI、チャットボット、<br/>ロボット等)</small> | f<br>データベース化 | g<br>顧客管理ツール | h<br>財務会計ツール | i<br>人事・勤怠ツール |
| 1.1. 顧客数増     | ・新規顧客数増<br>・リピート顧客数増 | ●                   | ●          |                |                   |   | ●            | ●            |              |               |
| 1.2. 平均単価増    | ・オーダー数増<br>・単価アップ    | ●                   | ●          |                |                   |   | ●            | ●            |              |               |
| 2.1. 変動費削減    | ・原価削減<br>・販管費削減      | ●                   | ●          | ●              | ●                 | ●   | ●            | ●            | ●            | ●             |

対策を検討する際に気をつけたいのが産出（output）について考えることです。ホームページを開設したからと言って、お客さまが増えるわけではありません。ましてやすぐに収益がアップするわけではありません。段階を踏んで対策を考え、検証しながら進めることが必要です。

### 例：ホームページ（HP）を開設して、来店者数を増やす







# クリーニング業の経営課題とは？

クリーニング店ごとに経営課題は異なりますが、ここでは参考としてクリーニング業全体の経営課題を、データを踏まえ考察します。

## 現状の整理

近年、クリーニング施設数は徐々に減少しており、2021年度の一般クリーニング所は22,580施設、取次店は55,419店で、2020年度に比べ、2021年度は一般クリーニング所で823店減少、取次店で2,719店減少しています。

一般クリーニング所の減少に伴い、従業クリーニング師数は、2021年度は36,834人と1,028人減少しました。

クリーニング施設数・従業クリーニング師数の推移



出典：厚生労働省「衛生行政報告例」

洗濯代の年間支出額と2015年を100とした場合の指数（2人以上世帯）



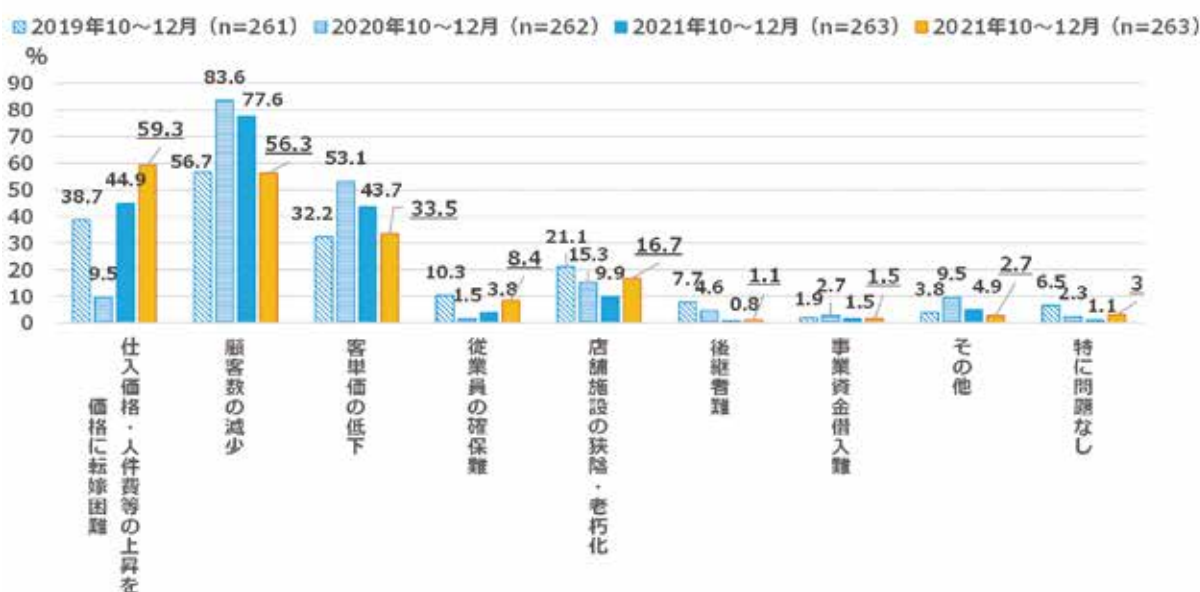
出典：総務省「家計調査年報」（家計収支編）より作成

一方、洗濯代の支出額は2020年には4,661円/年と2015年度比において71%水準にまで落ち込み、さらに翌2021年には64%水準にまで低下し、消費が低下しています。

クリーニング店の主な経営上の問題点は「仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難」「顧客数の減少」と「客単価の低下」です。売上が低下するなかで、原油高と燃料費の高騰や洗剤などの値上げでコストは上昇しており、収益を圧迫しています。

他店と差別化を図り、お客さまをどう増やすか、またどのような付加価値をつけて顧客単価を向上させるかを考え、対策を講じる必要に迫られています。

### クリーニング店 主な経営上の問題点



出典：日本政策金融公庫「生活衛生関係営業の景気動向等調査結果」より作成

## 課題の明確化

クリーニング業の課題は以下のように整理できます。

### 経営課題 1：変動費管理の工夫

クリーニング業だけでなく、どの生衛業においても「仕入れ価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難」が問題点として浮上しており、改めて経費削減の余地がないか見直す必要が生じています。

特に変動費である「販売費および一般管理費」は、確定要素である固定費と比較して、業務やサービス（共用備品の見直しなど）で検討の余地を探ります。現状の把握ができたなら、原材料費、人件費、販売促進費、水道光熱費など多くの項目から少しずつ集めてまとめてみましょう。また、お客さまに値上げ（価格転嫁）の理由について、理解をいただけるよう伝え方を工夫しましょう。

### 経営課題 2：新規顧客数と平均単価アップ

クリーニング業の売上の問題は「顧客数の減少」と「客単価の低下」です。コロナ禍でテレワークが進み、定番のワイシャツを出す回数が減ったこと、ハレの機会が減り、おしゃれ着を着る機会が減ったこと、低価格の衣服が流行し、クリーニングに出す必要がなくなったこと、洗濯機や洗剤の性能が上がり、自宅で洗濯ができる衣類が増えたことなど、ライフスタイルや流行の変化で、クリーニングに出す頻度、アイテムが減少しています。

売上は顧客数×顧客単価です。顧客数については新規顧客の開拓とリピート率の向上が考えられます。クリーニング業の商圈は比較的狭く、エリアが限定されるため、新たな顧客の開拓には手間と工夫が必要ですが、重要なことは店舗や独自のサービス情報を発信することです。そして新規顧客を増やす対策だけではなく、新しいサービスを提供して、平均単価を上げる対策の検討が必要です。

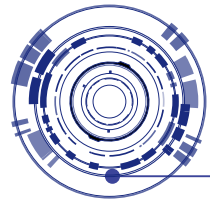


## クリーニング業の対策を検討すべき課題

変動費管理の工夫

新規顧客の開拓  
＋  
顧客単価増

自店の経営課題と照らし合わせ、必要な課題に取り組みましょう！



# クリーニング業の経営課題解決に向けたデジタル活用のヒント

課題解決には、デジタルを有効に活用することがポイントとなります。ここでは、クリーニング業の課題に対し、どのような対策が考えられるかデジタル活用のヒントをご紹介します。

## デジタル活用のヒント 1

### ミスなく質の高い接客の実現に、POS レジを活用しましょう

クリーニング店では、預かり伝票とその管理が必ず生じます。不正確な伝票だと取り違えも起こり得ますし、起票の速さがお客さま対応に影響します。POS レジは伝票管理をミスなく簡潔に行える手段であり、接客の向上にもつながります。さらに店舗アプリを活用することで紙伝票を不要にでき、無人対応サービス\*なども検討可能になります。

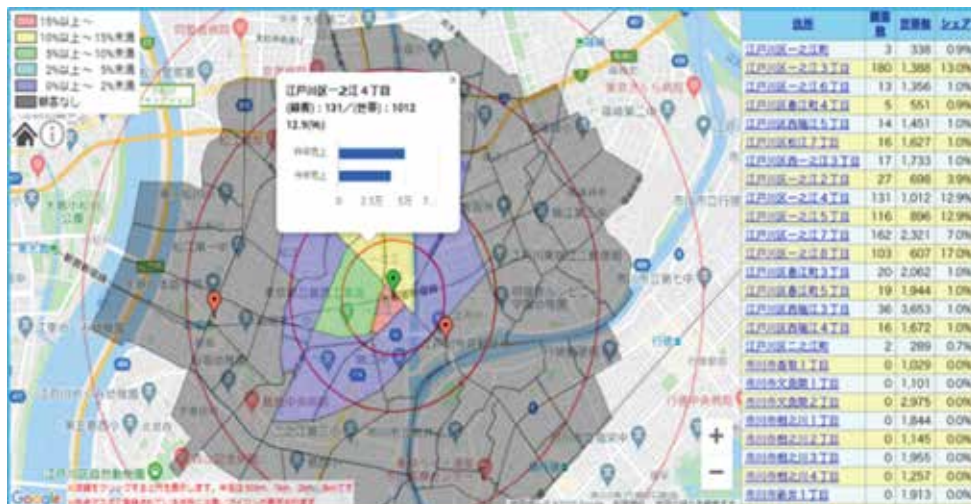
\*アプリを活用し無人での引き取りやお渡しをするサービス

### 手順 1：POS レジ未導入であれば、導入を検討する

POS レジは、ターミナル型、パソコン型、最近ではタブレット型も登場し、選択の幅が広がっています。POS レジは、「いつ、誰に、何を、いくらで、いくつ販売されたか」が、自動的に登録・蓄積されるシステムです。

POS レジは、店舗の経営分析や販売を促進していくうえで必要なツールであり、食品小売業のデジタル化の入口と言っても過言ではありません。なお、検討する際には、つい導入コストが安いものや機能が豊富なものに目を奪われがちですが、ツールの選択において「経営課題や業務課題」を解決できる機能があることを確認しましょう。まずはご自身の店舗の現状を把握し、課題を抽出したうえでその解決策に向けて POS レジの導入を検討しましょう。

POS レジ活用事例 / 自店の商圈を把握

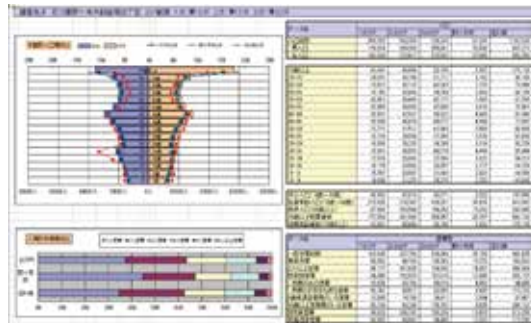


(株) ライト提供



また、POSレジのお客さま情報を地図で展開することによって、店舗周辺の市場規模や人口や年齢・性別のセグメント情報を整理することができます。店舗まで足を運んでくれるお客さまの商圏の範囲を調査し、地域の人口動態、消費者の移動手段や経済状況、競合店などを考慮して販売戦略を検討することができます。

POSレジを導入する際には、補助金などの活用がおすすめです。『デジタル化推進の手引き（基礎編）』の最終章⑪「IT導入補助金の申請方法と活用のポイント」をご参照のうえ、積極的にチャレンジしてみてください。



iSTAT MAP（総務省統計局）基本分析より

## 手順 2：POS レジでデジタル管理に着手する

POSレジを導入すると、売上管理・顧客管理・商品管理などが、一元的に正確に管理できるようになります。今日は何点を扱い、いくらの上上になったかを即座に確認できます。また、引き取りが完了したかどうかの確認や、週次、月次での売上が推移なども把握できます。

なお、POSレジは、メーカーにより使える機能が異なりますので、導入したPOSレジにどのような機能がついているかを確認してみましょう。

## 手順 3：POS レジのデータを活用して、短時間で質の高い接客を行う

POSレジには、「ワイシャツは毎回畳み」など、お客さまの個別情報を登録することができます。これならば、スタッフが入れ替わっても情報共有ができるようになり、「今回も畳みの仕上げでよいですか」などと、お客さまの要望に配慮した接客対応ができます。

また、昨年データにもとづき今年の予測をたて、「この時期に想定される注文とその対応方法」など、あらかじめ準備を進めやすくなります。

### Q&A

**Q. どれ位の費用やコストがかかるの？**

**A. 店舗の規模に応じた適切な投資は、それ以上の利益を生みます。**

例えば、POSレジは、25～80万円くらいの物が一般的でそのレジの持つ機能によって価格に差があります。POSレジに切り替えることで、受付が2人から1人に減らすなど、人手不足や経費節減が期待できます。

なお、デジタル化については助成金や補助金があります。基礎編の最終章⑪「デジタル化推進のためのIT導入補助金の活用について」をご参照のうえ、積極的にチャレンジしてみてください。

## デジタル活用のヒント 2

### 工場での作業状況を可視化し、生産性を高めましょう

クリーニング店のバック業務には、店舗管理や売上管理に関わる業務とクリーニング作業に関わる業務に分類できます。特にクリーニング作業については、お客さまからお預かりした商品と工程を紐づけ、可視化することが生産性向上に向けた有効な手段です。例えば、POS レジを導入している場合、工場での作業情報も POS レジに入力し、POS レジでお預かり商品の受け渡し管理を連動すると、お客さまからお預かりしてからお戻りするまでの一連の流れを管理できます。クリーニングの履歴や個々の商品の状態（お客さまのご要望や補修情報など）まで管理することができ、作業の滞留や空き状況に応じて適切な工程管理を支援してくれます。

#### 手順 1：POS レジのデータを使い、工場管理を行う

POS レジを導入した際には、工場での作業も POS レジに入力していきます。例えば向上に入荷した段階で登録すると、入荷点数と入荷日時が記録されます。その後、「しみ抜き」「プレス」などの作業ごとに登録をしていくと、現時点がどの段階にあるかが、誰でも確認できるようになります。そして出荷時に出荷情報を登録することで点数の漏れがないかも確認できます。

| タグ操作履歴     |          |        |
|------------|----------|--------|
| 2015/05/27 | 15:46:53 | 工場入荷   |
| 2015/05/28 | 11:32:20 | しみ抜き開始 |
| 2015/05/28 | 13:34:34 | しみ抜き終了 |
| 2015/05/29 | 10:38:09 | 工場出荷   |

| 工場          | 仕上げ    |       |       | Yプレス  |      |      | Y仕上げ  |      |       | D仕上げ   |      |        | ズボンP  |      |       |
|-------------|--------|-------|-------|-------|------|------|-------|------|-------|--------|------|--------|-------|------|-------|
|             | 点数     | 時間    | 生産性   | 点数    | 時間   | 生産性  | 点数    | 時間   | 生産性   | 点数     | 時間   | 生産性    | 点数    | 時間   | 生産性   |
| 9356 テスト工場B | 106.00 | 13.00 | 8.15  | 19.00 | 4.00 | 4.75 | 12.00 | 1.50 | 8     | 23.00  | 0.50 | 46     | 52.00 | 7.00 | 7.43  |
| 9400 テスト工場A | 380.00 | 14.00 | 27.14 | 50.00 | 4.00 | 12.5 | 87.00 | 5.00 | 17.40 | 200.00 | 1.00 | 200    | 43.00 | 4.00 | 10.75 |
| 合計(2件)      | 486    | 27    | 18    | 69    | 8    | 8.63 | 99    | 6.5  | 15.23 | 223    | 1.5  | 148.67 | 95    | 11   | 8.64  |

#### 手順 2：工場管理データを分析し、生産性を管理する

POS レジに工場での作業データが登録されることで、生産性の分析ができます。例えば作業の開始時間と終了時刻が記録されていれば、その作業にどれだけの時間がかかったかが算出できます。管理職があとから集計する必要がありませんし、作業者の生産性の差が出ている理由などを確認し、改善策を講じられるようになります。



### 手順3：経理のデジタル化を進める

デジタル化によって生成された経理処理データは電子帳簿保存法の義務化に置き換わるため、経理処理のデジタル化も同時に進めていきましょう。経理ソフトなどを導入すると、POSレジのデータを連動させることができます。経理担当者が紙伝票を計算して入力するような時間と手間を省力化できますので、残業時間の削減などにも役立ちます。

#### Q&A

##### Q . POS レジの事例：デジタル化で生産性向上ってどういうこと？

A . 季節の変わり目にお客さまから、「家にあるはずのコートが見つからないので、もしかしたらお店にないですか？」こんな問合せを受けたことはありませんか？

POS レジ導入前は、お客さまに1週間ほどの猶予をもらい半年分ほどの持ち帰り伝票を探すケースもありました。POS レジであれば、お客さまの氏名を入れるだけで「〇年〇月〇日〇時にお持ち帰りいただきました」とその場で解決することができます。業務にかかる時間をデジタルで削減できれば、生産性向上につながります。



## デジタル活用のヒント 3

### 新規顧客開拓にホームページや SNS を活用しましょう

ホームページは店舗の場所や営業情報など、基本的な情報を伝えるツールです。特に新規のお客さまは、店舗のサービス内容やアクセス方法を確認するために検索することが一般的です。また、既存のお客さまでも、店舗の営業時間や休業日を確認するために日常的に閲覧します。お客さま視点で必要な情報を掲載し、店舗への誘致に向けて店舗の外観、店舗のスタッフ、店舗の雰囲気など店舗情報を認知してもらう手段としてホームページを活用します。

店舗のエリア、クリーニングメニュー、しみ抜きや撥水加工など専門技術などをキーワード（SNS におけるハッシュタグ）設定することによって、そのキーワードに紐づく関連情報を瞬時に検索できるほか、関心を持つ幅広い消費者への認知を高められる可能性が高まります。

また、お客さまには伝わりにくい作業上のひと手間やこだわりなどを掲載します。特に文章では伝わりにくい専門技術などは動画を活用しましょう。

#### 手順 1：Google ビジネスプロフィール を活用する

一般消費者向けの商品を扱っていく場合などは、どこに店舗があるかの情報発信が欠かせません。Google ビジネスプロフィールに登録すると、Google マップに店舗情報が掲載できるので、お客さまは探しやすいくなります。最近は地図上で近隣店舗を検索する人も増えているので、店舗情報の発信源の1つとしても活用できます。オーナー登録をして、自分の店舗を Google マップに掲載し、メッセージや写真を投稿し、情報発信に活用しましょう。ほかにも、無料掲載をしてくれるような地域紹介サイトなどがある場合は、積極的に活用しましょう。

#### 手順 2：ホームページを整備する

Google ビジネスプロフィールを見て、お店が気になればホームページを検索します。以前は、ホームページを作成するにはそれなりに費用が掛かりましたが、いまは比較的低コストで手軽につくれるようになりました。この機会にホームページを作成し、デジタル空間に出店しましょう。そして、写真や動画、お客さまの声を取り入れ、自店舗の強みをしっかりと伝えられるホームページを目指しましょう。



キャッシュレス対応



集荷依頼

### 手順 3：アプリの活用を進め、お客さまの利便性向上に役立てる

店舗用アプリを導入すると、伝票発行をせずにバーコードなどで管理できるようになります。受付管理と預かり商品管理が一元化しますので、ロッカーなどを設置して、無人での引き取り対応をしている店舗もあります。

お客さまにとっては時間外でも引き取りができることで利便性が高まります。アプリを通じてクーポン発行などもできますし、お客さまへの情報発信にも使うことができます。

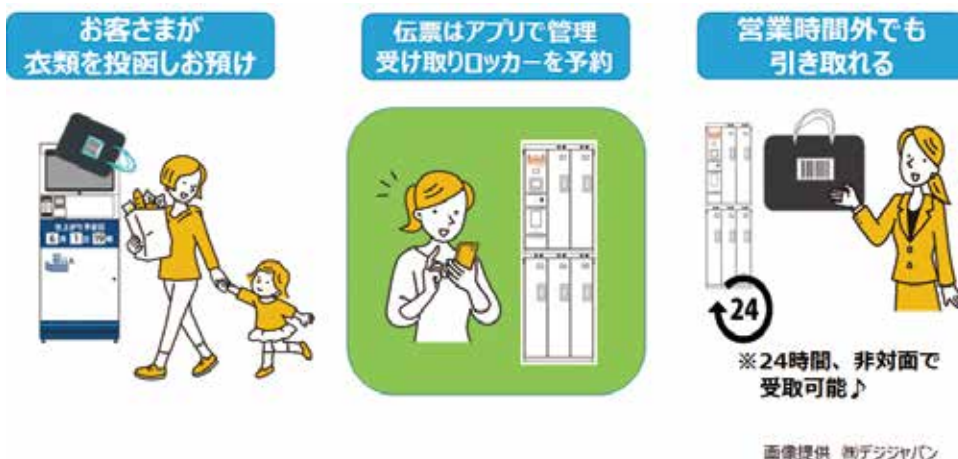


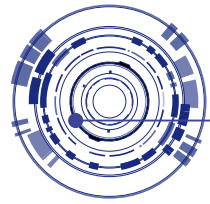
チラシもアプリでお知らせ

参考：有人受付と無人受付のハイブリッド型店舗



参考：無人対応サービス





# お役立ち情報

困ったときは・・・

## ●経営に関しては

都道府県生活衛生営業指導センター

営業活動を行うなかでの悩みなど、経営全般に関する相談ができます。

**web** [https://www.seiei.or.jp/db\\_meibo/3.html](https://www.seiei.or.jp/db_meibo/3.html)



## ●生活衛生営業者向けの各種情報に関しては

生活衛生営業者向けのスマートフォンアプリ「せいえいNAVI」(無料)

生活衛生関係営業に関する情報提供・検索(融資・補助金やセミナー・講習のご案内)、先進事例の紹介、自社・自店の経営診断などの機能があります。



iPhone/iPad(App Store)



Android(Google Play)

## ●雇用関係の助成金に関しては

各都道府県労働局またはハローワーク

最低賃金の引上げに向けた取り組みの支援(業務改善助成金)や非正規雇用労働者の企業内キャリアアップの促進(キャリアアップ助成金)、人材確保などを支援する助成金(人事評価改善等助成コース・設備改善等支援コース)など、さまざまな助成制度があります。



**web** [https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou\\_roudou/koyou/kyufukin/index.html](https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/koyou/kyufukin/index.html)

## ●その他の相談

よろず支援拠点

中小企業・小規模事業者が抱えるさまざまな経営課題の相談ができ、一歩踏み込んだ専門的な助言が何度でも無料で受けられます。各都道府県のよろず支援拠点のページにアクセスできます。

**web** <https://yorozu.smrj.go.jp/>





## 全国クリーニング生活衛生同業組合連合会の紹介

全国クリーニング生活衛生同業組合連合会（全ク連）は、国民の生活衛生確保、クリーニングサービス利用者の利益擁護等を推進する法定団体です。  
<https://www.zenkuren.or.jp>



### ◎共助制度

クリーニング業界は、個人事業主の方の多い業界です。業界全体の福利厚生制度として「全国国民年金基金」や「全国クリーニング業企業年金基金」があります。また、全ク連独自の制度として「全国生命共済」「火災共助」「災害見舞金」の共助制度を設けています。

全国クリーニング生活衛生同業組合連合会  
〒160-0011 新宿区若葉 1-5 全国クリーニング会館 03-5362-7201  
都道府県組合の連絡先は以下の通り

|      |                |      |                |
|------|----------------|------|----------------|
| 北海道  | 011 (731) 6700 | 滋賀県  | 077 (522) 3824 |
| 青森県  | 017 (781) 0886 | 京都府  | 075 (313) 0380 |
| 岩手県  | 019 (637) 1344 | 大阪府  | 072 (923) 0988 |
| 宮城県  | 022 (361) 0163 | 兵庫県  | 078 (322) 2121 |
| 秋田県  | 018 (893) 5722 | 奈良県  | 0742 (33) 2180 |
| 山形県  | 023 (641) 5128 | 和歌山県 | 073 (432) 2817 |
| 福島県  | 024 (593) 0570 | 鳥取県  | 0857 (26) 9431 |
| 茨城県  | 029 (221) 8343 | 島根県  | 0852 (21) 4652 |
| 栃木県  | 028 (622) 7527 | 岡山県  | 086 (224) 8530 |
| 群馬県  | 027 (231) 1690 | 広島県  | 082 (234) 1755 |
| 埼玉県  | 048 (622) 0674 | 山口県  | 083 (922) 3190 |
| 千葉県  | 043 (246) 7722 | 徳島県  | 088 (668) 5281 |
| 東京都  | 03 (3813) 4251 | 香川県  | 087 (861) 3296 |
| 神奈川県 | 045 (201) 7544 | 愛媛県  | 089 (922) 1912 |
| 新潟県  | 025 (229) 1941 | 高知県  | 088 (831) 1327 |
| 富山県  | 076 (461) 3733 | 福岡県  | 092 (436) 2688 |
| 石川県  | 076 (233) 1241 | 佐賀県  | 0952 (23) 7245 |
| 福井県  | 0776 (23) 4044 | 長崎県  | 095 (895) 7250 |
| 山梨県  | 055 (252) 9072 | 熊本県  | 096 (326) 1281 |
| 長野県  | 026 (267) 4050 | 大分県  | 097 (574) 9318 |
| 岐阜県  | 058 (273) 7727 | 宮崎県  | 0985 (26) 5450 |
| 静岡県  | 054 (252) 0455 | 鹿児島県 | 099 (251) 4466 |
| 愛知県  | 052 (741) 5334 | 沖縄県  | 098 (880) 2349 |
| 三重県  | 059 (227) 5016 |      |                |

(2023年3月現在)

厚生労働省委託事業  
令和4年度 生活衛生関係営業のデジタル化推進に向けた  
モデル事例の開発実施及び効果検証等事業

# デジタル化による生産性向上のすすめ

## 業種別編デジタル化推進マニュアル

### クリーニング業編

#### 発行

厚生労働省医薬・生活衛生局生活衛生課

#### 監修

厚生労働省医薬・生活衛生局生活衛生課  
経営環境専門官 山口己智一

#### 協力

公益財団法人全国生活衛生営業指導センター  
公益財団法人都道府県生活衛生営業指導センター

#### 企画・制作

株式会社日本能率協会総合研究所

令和5年3月発行