

第3部

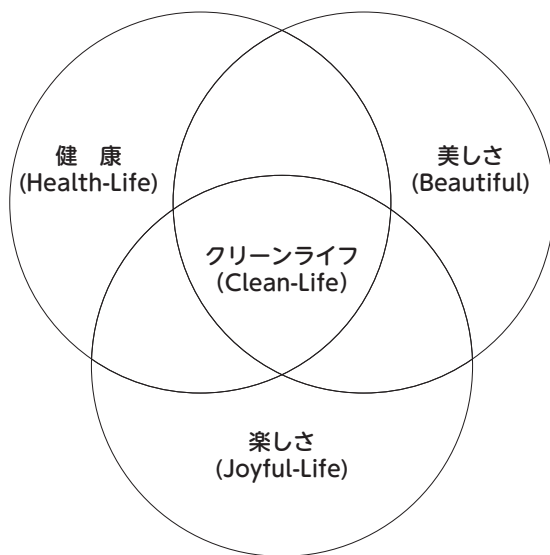
組合員の経営のヒント

- 3-1. クリーニング業界ビジョン
- 3-2. クリーニング業の標準営業約款
- 3-3. 日本政策金融公庫の融資制度
- 3-4. 優遇税制
- 3-5. 各種あっせん事業
- 3-6. クリーニングニュース

3-1-1. クリーンライフ思想

- ◇日本の高度成長が成熟しだした昭和50年代後半以降、社会は「量」から「質」への転換が始まりました。それはすなわち国民の求めるものが「物の豊かさ」から「心の豊かさ」へ移行しはじめたことにほかなりません。
- ◇クリーンライフ協会（⇒180p）は、クリーニング業を通じて国民一人一人にいかにして「心の豊かさ」を提供できるかを考え、それを取りまとめたのが「クリーンライフ思想」なのです。
- ◇クリーンライフの定義とは、すなわち「快適でゆとりのある生活の志向」です。
- ◇クリーンライフは、快適な生活のための三要素、すなわち「健康」「美しさ」「楽しさ」の交わるところにあります（右頁概念図参照）。
- ◇クリーニング業は元来、人々の健康の一部である衛生面で、また美しさの一部である清潔面で貢献してきています。
- ◇クリーンライフは、それを一歩進めて、心の美しさややさしさ、ゆとりといった、目に見えない内面にまで踏み込んでいきましょう、ということです。
- ◇つまり、多様化する衣類に対応した技術の高度化はもちろんですが、同時にサービス業として人々の心の美しさ、やさしさ、楽しさにも触れていただくように心がけていこうという考えなのです。
- ◇この「クリーンライフ思想」は昭和60年に同協会より提唱されて以来、業界ビジョンとして広く定着し、今日も変わることない「理念」として位置付けられているのです。

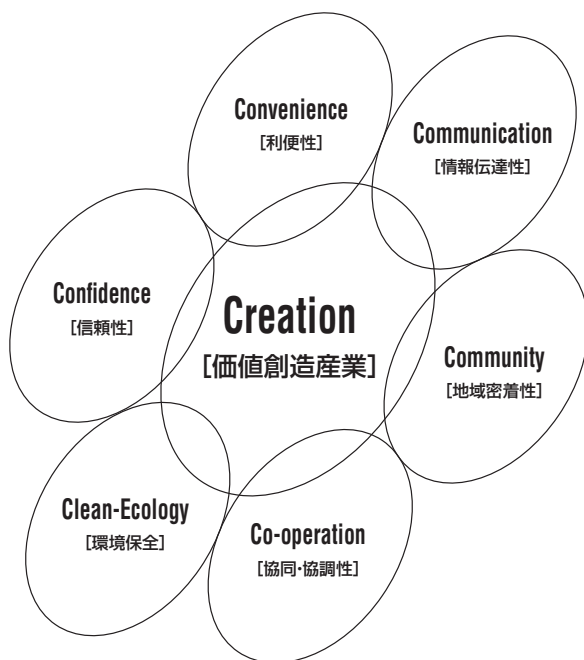
クリーンライフ 3つの輪 (概念図)



3-1-2. クリーンライフビジョン21 (CLV21)

- ◇前節で見た「クリーンライフ思想」はクリーニング業を営む上で根幹となる「経営理念」であるのに対し、この「クリーンライフビジョン21」は「経営目標」といえるものです。そこで語られるものは決して難しいものではなく、いわゆる「顧客満足経営」を実践していこうということに他なりません。
- ◇クリーニング業界は、1976年に初めての業界ビジョンを発表しました。それは、クリーニング業を単なる衣類洗浄業の位置付けから、衣生活の豊かさや保全という再生・保全産業として脱皮していこうとする付加価値論でした。
- ◇その10年後の1986年に提示された「クリーンライフ思想」は第二次業界ビジョンと呼べるべきものでした。
- ◇それから、更に10年後の1996年に打ち出されたのがこの「クリーンライフビジョン21」です。
- ◇21世紀を目前に控えていたこの時期、業界として始めて経験する不況、消費者のクリーニング離れ、環境規制の強化など多くの深刻な問題を抱えており、21世紀に向かって、新たに業界が一丸となれるような目標（ビジョン作成）が望まれていたという背景があります。
- ◇この新ビジョンで打ち出された「6つのC」と呼ばれる「利便性・信頼性・情報伝達性・地域密着性・環境保全・共同協調性」は、いずれもクリーニング経営上の不可欠な要素として位置付けられており、それらを実現することが「顧客満足経営」となり、クリーニング業は「価値創造産業 (Creation)」としての地位を確立できる、という内容のビジョンです。

CLV21 6つの輪 (概念図)

**利便性 (Convenience)**

…時間的・空間的利便性、営業の専門化・多様化

信頼性 (Confidence)

…カウンターサービスの改善、技術の向上

情報伝達性 (Communication)

…情報伝達システムの充実・利用、消費者ニーズの把握

地域密着性 (Community)

…地域密着型店舗、地域社会への貢献

環境保全 (Clean-Ecology)

…環境保全対策、リサイクル

協同・協調性 (Co-operation)

…共同化の推進

3-1-3. 第4次・クリーニング業界ビジョン

- ◇第3次業界ビジョンである「クリーンライフビジョン21」構築から12年が経過し、この間、日本社会は「規制緩和」「少子高齢化」「地球環境問題」など大きな変貌を遂げてきています。
- ◇こうした変革の波はクリーニング業界にも無関係ではなく、むしろ多大な影響を受けています。特に格差社会進展や原油価格高騰により各営業者の経営が圧迫される一方、利用者擁護、環境保全対策の推進など社会から求められているハードルはますます高くなってきている状況です。
- ◇これら対外的に求められる要求に応え、CSR（企業の社会的責任）を充分果たしていくためには、単に個々の営業者の努力だけでは解決できない側面も多く、クリーニング業界が一致団結して対応していかなければならないといえます。
- ◇こうした状況を踏まえ、全ク連では平成20年度に前述の考えを業界全体に浸透させ、かつ実現していくための動機付けとなる新ビジョンを構築しました。
- ◇この新ビジョン完成を受けて、翌年度から中央青年部会では、その具現化に向けた取り組みを推進しています。

クリーニング業のあるべき姿の定義

クリーニング業は、利用者に『安心』『安全』を約束し、誠実かつ確実に業務を履行し、さらに『地域社会への貢献』『法令順守』を果たすことによって、国民から『信頼』を獲得し、初めて成り立つ商売である。

クリーニング事業者ビジョン

定性ビジョン：人に教えたくなる信頼の店、またお願いと言われる店

定量ビジョン：仲間のネットワーク活用で売上高2,000万円

スローガン〈キャッチコピー〉

『継ぎたくなる、嫁ぎたくなる クリーニング業界へ』

【クリーニング事業者ビジョン骨子】

(1)商品・技術

◇プロとしての期待に応える

- ・プロにしかできない技術とサービスを提供する
- ・納期に対して正確さ、誠実さを示す

◇料金と技術力のバランスを取る

(2)オペレーション（接客対応）

◇安心・安全、信頼の接客を心がける

- ・要望を聴き取るコミュニケーション力をつける
- ・リスクを積極的に開示することで安心感や信頼感を醸成する

◇思いがこめられた品物を扱う意識を再度認識する

(3)店 舗

◇利用者が気持ちよく足を運べる清潔な店舗にする

- ・利用者が心理的に入りにくい店のイメージを一掃する

◇お客をひきつけ続けられる魅力的な店舗を模索する

- ・店先でお店の存在感を出す、客層にあった店舗訴求をする

(4)プロモーション（宣伝・PR）

◇多くの店舗から自店を見つけて選んでもらう

- ・自身の持つ経営資源を最大限PRしていくことを考える
- ・ネットへの露出を高める

◇顧客の知的好奇心をくすぐり、口コミを喚起する

- ・クリーニング知識などを顧客に与えて代わりに宣伝してもらう
- ・お得なサービスの導入も検討してみる

(5)ライフスタイルの変化

◇利用者の価値観の変化やライフスタイルの変化に対応する

- ・「着たから洗う」への利用者の価値観の変化
- ・利用者の生活スタイルに対応した定休日、営業時間を検討する
- ・安心・安全、環境対応

◇顧客が求めるサービス品質を元に自社の方向性を検討する

- ・顧客の生活スタイルに合ったメニュー開発の提案や取扱い品目の拡大
- ・高齢化に対応したサービスを提供する

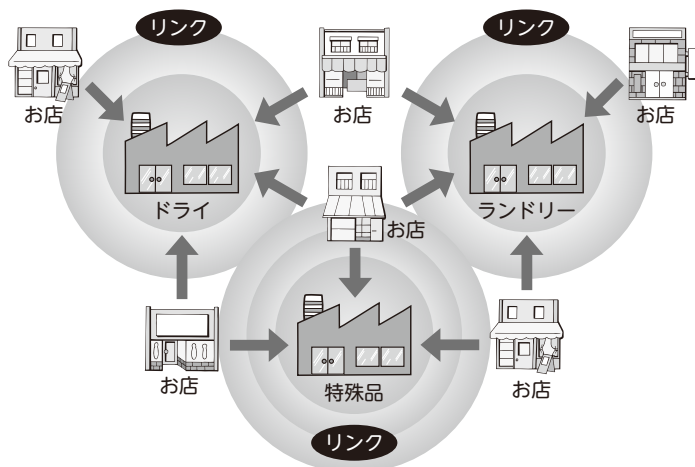
3-1-4. マシンリング・システム

マシンリング・システムは、クリーンライフビジョン21で提唱された6Cの中の『協同・協調性』を具現化する方策として、平成11年に提唱されました。

環境規制が年々強化されており、いずれ市中でのドライ機の使用が困難となる可能性が強いこと、後継者難を含めた人手不足状態であることなどの現状から、近い将来「洗い」の部分の共同化（集中工場）が必要となる可能性は高いといわれています。しかしクリーニング業界は以前に共同化を推進し結果その多くが失敗に終わった経緯があり、共同化に対するアレルギー反応が強いことから、従来の共同化とは異なる新たなシステムの構築が望まれていました。こうした前提を踏まえた上で、新たに提唱されたのが『マシン・リングシステム』なのです。

- ◇マシンリングは、元来、ドイツの農業分野で発生したもので、ハード（機械）を資本力のある一人の経営者が所有し、近隣の同業者が一定の契約のもと、同機械を共同利用するというもので、従来の共同化が機械を共同所有していた点と大きく異なります。
- ◇また、全ての機械設備を破棄し、取次店化する必要もありません。つまり、個々のクリーニング業者が全ての機械設備を保有するのではなく、得意分野にだけ設備投資を集中させ、それ以外の品目についてはこのシステムに基づき、提携する業者に委託していこうという考え方なのです。
- ◇これは『所有』から『利用』へ経営を転換することで、既存のホールセール形式を個々のクリーニング業者相互で進めていこうということなのです。

マシーンリング・システム概念図



『所有』の時代から『利用』の時代へ

☆企業はかつてのようにヒト、モノ、カネ、何でも抱え込み、その量を誇っていたのでは環境変化に適応できずに消滅してしまう。

☆企業は自らの最も得意とし他者が真似できないところに注力し、そうでない部分は外部の専門企業を活用（アウトソーシング）する方向に変わりつつある。

☆「所有」を最小限にとどめて身軽になり、他の企業と相互に「利用」し合うことであらゆるリスクを分散することが経営の基本戦略であり、かつデフレ時代を生き残る方策となる。

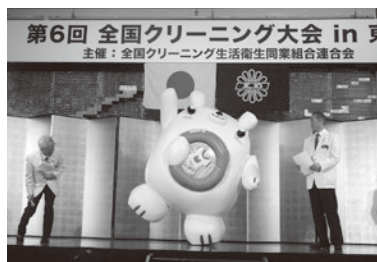
☆他社より優れている自社の核となる分野に経営資源を集中することで他社が追随することのできない「強み」を持つ企業となり、その他の部分はできるだけアウトソーシングし事業をスリム化することで「競争力」を高めることとなる。

☆その結果、優れた企業同士が結びつく「ネットワーク経営」が志向される。

『所有』から「利用」へ 日本経済新世紀』（大野剛義著）

3-1-5. 洗太くんとカゴちゃん

- ◇クリーニング業界では、これまで全ク連のLDマークや組合マーク、クリーンライフ協会で使用してきたコアラのイラストなどはあったものの、これらはクリーニング業全体を示すものではありませんでした。理容業の白・青・赤の統一デザインのマークなどは、誰もが一目で理容店だと分かるもので、利用者の利便性を図る上でも統一的なマーク制定が望まれていました。
- ◇消費者啓発や各種環境保全対策、事故防止対策の推進など、クリーニング業界が一丸となって取り組むべき課題については、その意識の統一を図る上でもこうしたキャラクターの存在は効果的です。また利用者側から見ても、統一のシンボルマークを使用することで、だれにでもわかりやすく、かつ業界全体のイメージアップにも結びつくでしょう。
- ◇こうした中、平成17年に、講談社フェーマススクールズとタイアップしたコンテストを実施、応募された作品を同年のCLV21大阪展示会で来場者に投票していただいた結果、右記の「洗太くんとカゴちゃん」が業界の統一シンボルマーク（キャラクター）に決定しました。（作者：大分市在住・吉崎ゆみ氏）
- ◇その後は、クリーニングニュースに毎号4コマ漫画などイラストが掲載されているに加え、関連グッズとしてバッジや風船、ポスターなど、様々な形で消費者の方々へのアピールに活躍しています。さらに平成26年には、全国クリーニング大会in東京で『着ぐるみ洗太くん』がお披露目されるなど、ますますその活動範囲を広げてきています。
- ◇この『洗太くんとカゴちゃん』のイラストデザインは商標登録されており、勝手に使用することはできませんが、組合員の方が自社の販促チラシや名刺に使用したい場合、組合を通じて申請いただければ利用が可能です。

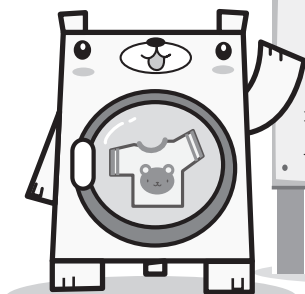


せんた 洗太くん

クリーニング店「しろくま〜」の店長
せんたくまっ科 最新式超軽量エコ型ロボット

- 誕生日 9月29日 ■性別 ♂
- 身長 150cm ■体重 0.1t
- 性格 おっちょこちょいだけど、とても優しい。嫌いなものはシミ、しわ、汚れ(見ると放っておけない)。好きなものは「白いもの」。
- 特技 ダンスしながら洗濯すること(ハードダンス、ソフトダンスで洗い分けられる)。実はしっぽが伸びてコンセントになるらしいが、いつもはダンスの自家発電で動く。いざという時は、空気中の水分を集め「フルパワージュースイ!」で、困っている人を助けることができる。

カゴちゃんのことが好きだけど、空回り気味。ある発明家&クリーニング業界の極秘プロジェクトチームが洗太くんを誕生させたとか…?



カゴちゃん

クリーニング店「しろくま〜」のカウンター担当
カゴくまっ科 最新式カゴ型ロボット

- 性別 ♀
- 身長 約40cm ■体重 ひみつ!
- 性格 かなりのしっかりもの。洗太くんに接する態度は厳しいが、しっかりとサポートしている。影の社長ではないかと噂がある。
- 特技 カウンターチェック。カゴに洋服を入れただけで、素材、汚れ具合などがわかり、お客様も絶大な信頼をよせる。カゴちゃんのカゴに入らないものではなく、かなりの大容量。



3-2. クリーニング業の標準営業約款

【目 的】

標準営業約款は、消費者保護の観点から、提供する役務の内容や施設や設備の表示の適正化等を図ることにより、利用者や消費者が営業者からサービスや商品を購入する際の、選択の利便を図ろうとするものです。

【設 定】

標準営業約款は、生衛法に基づき厚生労働大臣が指定する業種について、全国生活衛生営業指導センターが、厚生労働大臣の認可を受けて設定します。現在クリーニング業（昭和58年3月26日認可）、理容業、美容業、飲食業、めん業の5業種に設定されています。

【内 容】

- ①役務の内容又は商品の品質の表示の適正化に関する事項
- ②施設又は設備の表示の適正化に関する事項
- ③損害賠償の実施の確保に関する事項

Sマーク

厚生労働大臣認可
標準営業約款



Standard (安心)

Safety (安全)

Sanitation (清潔)

クリーニング業に関する標準営業約款（抜粋）

役務の内容の表示適正化に関する事項

営業者及び営業者の登録に係る取次所を営む者は、提供する役務の内容について、次の各号に定めるところに従い表示。

①提供する役務の種別

営業者等は、役務を提供するに当たっては、全国指導センターが別途定めるクリーニング処理基準に従う。

②従事者の氏名

次に掲げる従事者の氏名を、アについては必ず表示し、イ及びウについては該当する者がいる場合は表示することができる。

ア クリーニング師

イ クリーニング業法による研修及び講習修了者

ウ クリーニングアカデミー技術者資格保有者

施設又は設備の表示の適正化に関する事項

営業者等は、全国指導センターが別途定めるクリーニング処理基準に従い、営業施設の構造・設備を維持し、及びその管理を行う。

損害賠償の実施の確保に関する事項

- 1 営業者等は、役務を提供するに当たっては、必要な内容を掲げる事項を記載した預り証を発行する。
- 2 営業者等は、自ら受取りを行った洗濯物について、事故が発生した場合は、クリーニング事故賠償基準に基づき、利用者に対してその賠償を速やかに行うものとする。
- 3 営業者等は、全国指導センターが別途定める損害賠償保険に加入しなければならない。

3-3. 日本政策金融公庫の融資制度

株式会社日本政策金融公庫の生活衛生資金貸付には、様々な融資があり、組合員としての特典も数多くあります。以下に主な融資制度の概要を記載しますが、詳細、直近の利率等についてはお近くの日本政策金融公庫各支店にお問い合わせ下さい。

【融資対象規模】

クリーニング業＝資本金3億円以下もしくは従業員数300人以下

※生活衛生関係営業経営改善資金特別貸付制度…従業員5人以下

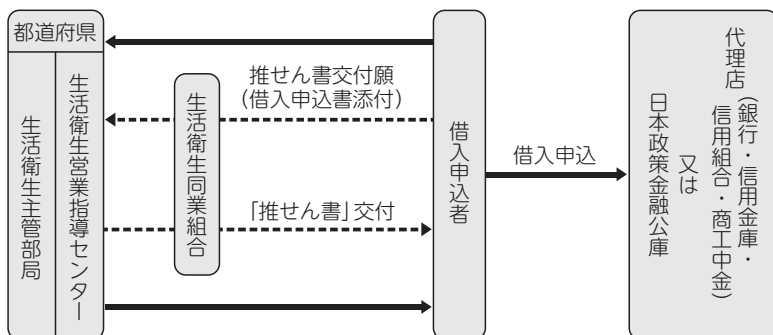
※平成16年4月16日現在でクリーニング業を営んでいた者で、同日以降取次業に業態転換したものを含む。

【一般貸付】

衛生水準を高め、近代化を促進するために必要な設備資金貸付です。借入れ申込額が300万円を超える場合には原則として知事の「推薦書」の添付が必要です。

貸付限度額	貸付期間	おもな対象設備等
1億2,000万円	13年以内	換気設備／溶剤排出防止設備／産業廃棄物共同集積施設／引火性溶剤対策設備／省エネ設備／機器及び建築材料／クリーンエネルギー自動車等

※平成16年4月16日現在でクリーニング業を営んでいた者で、同日以降取次業に業態転換したものの貸付限度額は4,800万円



【振興事業貸付】

振興計画（⇒14p参照）の認定を受けている生活衛生同業組合（クリーニング業は全組合が認定済）の組合員である会社又は個人を対象とする貸付。振興事業設備資金貸付と振興運転資金貸付とがあり、借り入れ申込の際は、組合理事長が発行する「振興事業にかかる資金証明書」の添付が必要となります。

なお、組合員以外であっても「クリーニング業の標準営業約款」登録者であれば、振興事業貸付（運転資金）の借り入れが可能です。

振興事業設備資金貸付

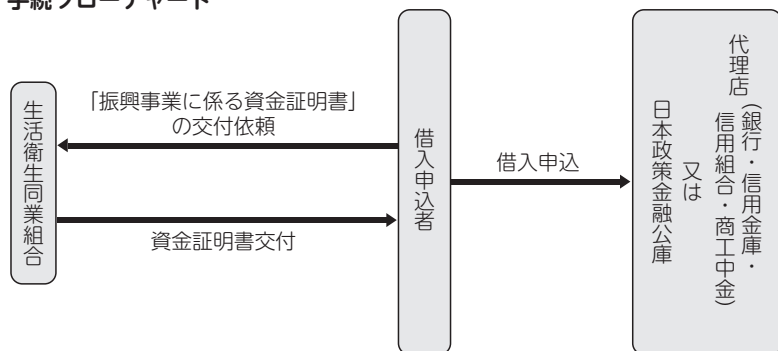
貸付限度額	貸付期間	おもな対象設備等
3億円	20年以内	店舗等／診断用カウンター／洗濯物診断店表示設備／洗濯脱液乾燥機／ランドリー用乾燥機／ドライ用乾燥機／有気圧ボイラー／プレス機／配送用車両／ベルトコンベア／コンプレッサー／洗濯・脱水（液）機／空調和設備／溶剤清浄装置／包装機／情報近代化設備／省電力機器／防犯設備／AED／換気設備 等 〈組合〉共同工場／研修施設／共同保管庫／共同購入資材配送車／研究施設 等

振興事業運転資金貸付

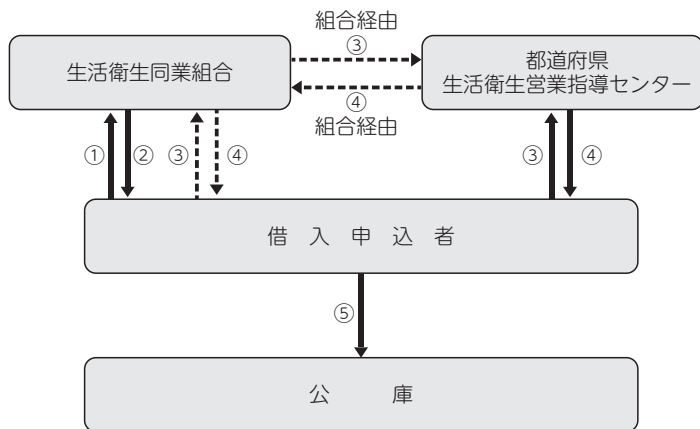
貸付限度額	貸付期間	おもな対象設備等
5,700万円	5年以内	※設備資金とは別枠 ※特に必要な場合は、貸付期間7年以内

※平成16年4月16日現在でクリーニング業を営んでいた者で、同日以降取次業に業態転換したものの貸付限度額は、設備資金及び運転資金の通算で4,800万円。

手続フローチャート



標準営業約款登録業者が振興事業貸付(運転資金)の借入を行う場合の申込手続の流れ



- ①「振興事業に係る資金証明書」の交付申請（注）
 - ②「振興事業に係る資金証明書」の交付
 - ③「標準営業約款登録業者であることの証明書」の交付申請
 - ④「標準営業約款登録業者であることの証明書」の交付
 - ⑤借入申込（「振興事業に係る資金証明書」「標準営業約款登録業者であることの証明書」等添付）
- （注）事業計画書を策定している場合は、「資金証明書」の交付申請とあわせて事業計画書の確認を依頼する。

【特例貸付】

政策的な必要性から、施設又は設備などに要する資金に対して貸付条件の特例を設けた制度です。

区 分	貸付限度額	貸付期間	おもな対象設備等
防災・環境 対策資金	上乗せ 3,000万円	(設備) 15年以内 (運転) 5年以内	● 消防関連 消防法令に規定する防災対象物品、 消火設備、警報設備、避難設備等 ● アスベスト対策関連 ● 耐震改修関連
雇用安定 資金	上乗せ 3,000万円	(設備) 15年以内	新たに2人以上、もしくは一定の条件に基づく1名以上の人材を確保するために必要な設備資金
生活衛生関係営業新企業育成資金	一般貸し付け、振興事業貸付の貸付限度額	(設備) 15年以内 (運転) 5年以内	創業しようとする者、または創業後おおむね7年以内の者が必要とする設備資金及び運転資金
福祉増進 資金	上乗せ 3,000万円	(設備) 15年以内	厚生労働省の定める高齢者等に配慮した施設設備基準に合致するしせさ又は設備

【生活衛生改善貸付】

生活衛生改善貸付（生活衛生関係営業経営改善資金特別貸付）は、生活衛生同業組合などの経営指導を受けている生活衛生関係の事業を営む小規模事業者（常勤従業員5人以下）の方が経営改善に必要な資金を無担保・無保証人で利用できる制度です。

貸付限度額	貸付期間	担保・保証人
2,000万円	(設備) 10年以内 (運転) 7年以内	不 要

3-4. 優遇税制

- ◇一般的な中小企業向けの優遇措置だけでなく、クリーニング業独自にも様々な税制上の優遇措置があります。是非、ご活用ください。
- ◇なお、記載以外にも多くの優遇税制等がありますが、いずれも適用期間、制限等があります。詳細については法人会、税務署等関係機関に問合せ下さい。

【平成27年度税制改正】

①生活衛生同業組合等が設置する共同利用施設に係る特別償却制度の適用期限の延長〔法人税〕

生活衛生同業組合（出資組合に限る）が策定する振興計画に基づく共同利用施設の特別償却（特別償却率6％）制度について、取得価額要件（100万円以上）を設定した上で、2年間延長する。

②生活衛生同業組合等の貸倒引当金の特例措置の適用期限の延長〔法人税〕

生活衛生同業組合等の貸倒引当金の特例措置（割増償却112％）の適用期限を2年延長する。

※地方税の法人住民税、事業税にも適用

③商業・サービス業・農林水産業活性化税制の延長〔所得税、法人税〕

特定中小企業者等が経営革新設備を取得した場合の30％の特別償却または7％の税額控除制度について、一部対象の見直しを行った上で、2年間延長する。

※地方税の法人住民税、事業税にも適用

【平成28年度税制改正】

①交際費課税の特例措置の延長〔法人税〕

中小法人の交際費課税の特例について、1) 飲食のために支出する費用の額の50%を損金算入できることとするとともに、2) 中小法人に係る交際費の損金算入の特例（800万円まで全額損金算入）の適用期限を2年間延長する。

※地方税の法人住民税、事業税にも適用

②公害防止用設備に係る特例措置の延長〔所得税、法人税、固定資産税〕

公害防止用設備の特別償却制度（8%）について、所得税・法人税については対象設備からフッ素系溶剤に係る活性炭吸着装置を含むドライクリーニング機を除外した上、その適用期限を1年間延長する。

また、固定資産税の課税標準の特例措置（地方税）については、適用対象者を中小企業者等に限定した上で、2年間延長する。

③少額減価償却資産の取得価額の損金算入の特例措置の延長〔所得税、法人税、個人住民税、法人住民税、事業税〕

対象となる法人から、常時使用する従業員数が1,000人を超える法人を除外した上、その適用期限を2年間延長する。

《個人事業者の事業用資産に係る事業承継時の負担軽減措置の創設》

〔検討事項〕

個人事業者の事業承継に係る税制上の措置については、現行制度上、事業用の宅地について特例措置があり、既に相続税負担の軽減が図られていること、事業用資産以外の資産を持つ者との公平性の観点に留意する必要があること、法人は株式が散逸して事業の円滑な継続が困難になるという特別の事情により特例が認められているのに対し、個人事業者の事業承継にあたっては事業継続に不可欠な事業用資産の範囲を明確にするとともに、その継承の円滑化を支援するための枠組みが必要であること等の問題があることを留意し、既存の特例措置の在り方を含め、引き続き検討する。

3-5. 各種あっせん事業

全ク連の各種利用料金、斡旋品等は以下の通りです。
組合員のメリット、特典を活かして有効にご活用下さい。

全国クリーニング会館

①会議室利用

全国クリーニング会館の会議室を利用する場合は、事前に組合経由で連合会までお申込みください。

基本利用料金…… 1 時間 9,524 円 (税別)

②会館見学

組合支部単位等、団体による見学は事前に組合経由でお申込みください。
なお、原則として土日・祭日は休館となっておりますのでご遠慮ください
(見学は原則無料)。

講師派遣

組合等が主催する研修会等に、ご要望に応じて講師又は連合会職員等を派遣いたします。詳細については連合会にお問い合わせください。なお、派遣者の特定は申し受けませんのでご了承ください。

基本料金……往復交通費実費＋

講演 1 時間あたり 組合…10,286 円 (税込) / 外部…20,572 円 (税込)

研究所関係

①事故品鑑定 ⇒172p

②事故品・パネル等貸し出し

研究所で所有する事故品、各種パネル等は、組合（員）には、無料で貸し出ししております。ご利用希望の場合は所属組合経由でお申込みください。

③洗浄評価試験

基本料金…… 1 評価あたり…5,143 円

④各種製品試験等

各種の製品試験等については、個別に対応いたしますので、お問い合わせください。

幹旋品関係

平成28年10月1日現在

項 目	金額(税込)円		備 考
	組 合 員	定 価	
書籍			
改訂・クリーニング技術の手引	1,543	2,057	2016.9.30完売
改訂版・クリーニング事故賠償基準	540	864	送料実費
テトラクロロエチレン適正使用マニュアル	1,028	1,028	
事故防止・技術向上 幹旋品			
シミ抜き入門DVD	10,286	15,429	代引き手数料納品先負担(定価販売の場合は全ク連負担)
シミ抜き入門DVD実践編	8,229	10,286	代引き手数料納品先負担(定価販売の場合は全ク連負担)
ソープ濃度測定セット	6,171	6,171	代引きのみ
ドライチェッカー用ACアダプター *在庫限り	2,057	3,240	送料実費・代引き可 (手数料全ク連負担)
その他幹旋品			
白ブレザー(春夏用・秋冬用/エンブレム・ネーム入れ付き)	25,715	—	ネクタイ付きは4,115円増し
ネクタイ	4,115	—	
エンブレム(金)	1,028	—	
特金バッチ	2,057	—	
七宝バッチ・青年部バッチ	823	—	
LDマークステッカー(表裏のセット)	309	—	送料実費
ギフト券取扱いステッカー(A4縦型)	52	—	送料実費
洗太くんグッズ			
洗太くんピンバッチ	組合にて設定	309	送料実費(代引き可)
洗太くん風船(ひも下げタイプ)	組合にて設定	309	送料実費(代引き可)
各種ポスター			
プロの水洗いポスター	205	205	送料実費(代引き可)
2012秋ポスター(キレイ200%)	205	205	送料実費(代引き可)
2013春ポスター(Vライン)	205	205	送料実費(代引き可)
2014春ポスター(ジーンズ)	205	205	送料実費(代引き可)
6ヶ月賠償基準ポスター	205	205	送料実費(代引き可)
ギフト券関係			
クリーニングギフト券	470	500	100枚以上送料保険料無料
クリーニングギフト券用封筒	8	8	
クリーニング券用チラシ	6	6	2016.8.29より両面印刷@12円

- あっせん商品の申込先は所属組合となります。
- 在庫等の都合により、大量のご注文の場合は事前にご連絡賜りますようお願い申し上げます。

3-6. クリーニングニュース

【歩 み】

- ◇クリーニングニュースの第1号が創刊されたのは、昭和24年（1949年）2月10日のことです。終戦間もない昭和23年に誕生した全国クリーニング協会が「クリーナー・ランドリー」を発行したのが始まりでした。
- ◇当時の発刊の辞には、「全国一萬五千業者の眞に集結されたる輿論（よろん）を代表して文化的に内外に是れを發揚する機関とすると共に業者相互が内醒し向上發展に資するを主張として當（とう）『クリーナー＆ランドリー』紙を廣（ひろ）く業界に贈る次第である」とあります。
- ◇それから66年余り…「クリーナー・ランドリー」は「クリーニングニュース」と名を変えながらも、「時代を映す鏡」として業界内外の情報を組合員の皆様に伝え続け、平成27(2015)年12月号でとうとう800号を迎えました。
- ◇クリーニングニュースに綴られているその時々 の出来事、組合員に向けたメッセージ、さらには広告として掲載されている各種クリーニング機器・資材に至るまで、その全てが戦後クリーニング史、組合史を彩る貴重な史料といえるものばかりです。
- ◇体裁も、当初のタブロイド紙からB5判冊子、A4判冊子等の変遷を経て、平成28（2016）年4月号から全面カラーページに生まれ変わります。クリーニングニュースは今でも組合員のニーズにこたえて進化を続けているのです。

【クリーニングニュース概要】

発 行 日：毎月1回、1日発行

体 裁：A4判32ページ、オールマット紙、オフセット印刷
フルカラーページ（平成28年4月発行号より）

発行部数：11,000部

読 者 層：全組合員、各地域衛生主管課、関連機関、消費者団体等

【編集方針】

- ◇各組合から選任されたクリーニングニュース広報委員47名と、全ク連並びに近隣組合から推薦された6名のニュース編集委員が、それぞれの視点からクリーニングニュースの編集にたずさわるとともに、様々な提案を行っています。
- ◇これらを踏まえ、下記の編集方針に基づき特性を活かした誌面作りを行っています。
- 1) 厚生労働省をはじめとする中央官庁との太いパイプを活かし、環境対策などクリーニング業に必要な不可欠な法令の解説や対応策などの情報を、迅速かつ正確にお届けします。
 - 2) 消費者アンケートなど各種統計や、アパレル・流通などの関連業界の情報まで、経営に役立つ情報を幅広くタイムリーに取り上げていきます。
 - 3) クリーニング業を営む上で不可欠なクリーニング事故防止対策のために必要な、事故品情報や事故防止に結びつくクリーニング師研修の開催情報などの提供に力を入れています。
 - 4) 「安全・安心」をキーワードに、お客様（品物）のみならず、従業員、近隣住民、さらには地球環境に対しての安全・安心面から必要となる配慮についても逐次情報提供を心がけています。
 - 5) 全国組織である特性と各組合広報委員とのネットワークを最大限に活用し、組合やクリーニングに関する情報のみならず、各地の景勝地や見どころ等も紹介しています。



[創刊号]



[800号]