令和元年度

クリーニングサービスに関する利用者意識調査報告書

（クリーニングサービス消費者ニーズアンケート）

経時劣化に注意が必要な素材について

令和２年９月

全国クリーニング生活衛生同業組合連合会中央青年部会

はじめに

平素は中央青年部会の事業にご理解とご協力賜り、誠にありがとうございます。

近年、シームレスダウンの圧着部分の剥離が問題となりニュースでも取り上げられております。

これ以前にもポリウレタン樹脂や合成皮革など経時劣化が早い素材を用いた洋服（製品）が我々クリーニング店に持ち込まれ様々なトラブルになっています。

そこで、これらの洋服（製品）を消費者はどのように思っているのか、またクリーニング事業者はどのように取り扱えばよいのかを需要開発研究委員会で調査研究いたしました。

アンケート結果から、経時劣化する素材と知らずにその素材の製品を所有している方や、所有の有無も分からない方がいることが発覚しました。これはクリーニングトラブルにつながる可能性が大いにあり、大変危険な状態にあります。

こういった現状の背景としては、経時劣化する素材を使用した製品を販売する際に、その素材の特性や経時劣化などについての説明がされていないことや、クリーニング店の受付・返却の際の説明が不十分なことが挙げられます。

また、利用者自身も、経時劣化による変化がどのようなものか理解できていないこともあり、今後、クリーニングトラブルを減少させるためにも、クリーニング事業者から利用者に対して経時劣化についての注意喚起することが必要になってきます。まずは、クリーニング事業者が知識や技術を向上させ、上手にコミュニケーションを取りながら利用者に周知していきたいものです。

新型コロナウイルス感染拡大の影響で報告書の完成が遅れましたことをお詫び申し上げます。

青年部員の皆様におかれましては、アンケート収集および集計にご協力いただきありがとうございました。

ぜひ本報告書にお目通しいただき、仕事のお役に立てていただければ幸いです。

全国クリーニング生活衛生同業組合連合会中央青年部会

需要開発研究委員会　委員長　村上　博

目　次

Ⅰ．調査概要 …… 2

1．調査の目的
2．調査実施主体
3．調査対象および調査期間
4．調査方法および集計方法
5．クリーニング事業者（青年部員）に対するアンケート調査について

Ⅱ．調査結果について …… 4

1．回答者の性別、年代について（問１、問２）
2．経時劣化しやすい素材の認知度について（問３－１）
3．経時劣化しやすい素材を用いた製品の所持について（問３－２）
4．購入動機について（問４）
5．トラブルの経験について（問５）
6．製品購入時の説明について（問６）
7．シームレスダウンのお手入れ方法について（問７）
8．クリーニングに出した際のリスク説明について（問８）

Ⅲ．考　察 ……11

1．利用者アンケートの考察
2．青年部員アンケートの結果・考察

Ⅳ．提　言 ……26

巻頭付録　経時劣化の可能性がある製品に関する受付フローチャート（カラー版）

Ⅰ 調査概要

1. 調査の目的

令和元年度のテーマは「経時劣化に注意が必要な素材について」とし調査を行った。

近年では、圧着加工によりキルティングした、いわゆる「シームレスダウン」の経時劣化による圧着剥離の問題が発生し、クリーニング店でもお客様への情報発信や取扱いに関する注意が求められている。また、シームレスダウン以外にも以前から、合成皮革、ボンディング加工、コーティング加工には経時劣化に注意が必要なポリウレタン樹脂が用いられている。見た目を皮革に似せたり、接着剤として貼り付けたり、透湿防水などの機能性を持たせることが可能な一方で、空気中の水分による加水分解や紫外線、熱、着用による汚れなどにより、通常は製造から２～３年で劣化することが明らかになっている。

このことから、本調査を通じて消費者にあまり知られていない、避けることのできない経時劣化が生じる製品を知り、リスクを踏まえた製品の購入や洗濯（クリーニング）の判断ができるよう周知することを目的に調査を実施した。同時に、消費者の購入動機や所有の有無、購入時に製品の特性（リスク）について説明を受けているか否か、クリーニング店で受けた経時劣化の事例等についても情報収集し、製品を企画するアパレルメーカーや小売店への提言に加えクリーニングトラブルの防止･削減にも結び付けたいと考えている。

2. 調査実施主体

全国クリーニング生活衛生同業組合連合会中央青年部会（鳥塚浩部会長／当時）の需要開発研究委員会（村上博委員長）が、調査内容の検討から報告書作成までの企画全般を担当し、利用者に対する実際の調査は中央青年部会を構成する全国のクリーニング組合青年部員が主に行った。

3. 調査対象および調査期間

調査対象：全国の一般クリーニング利用者　　調査期間：令和元年９月22日（日）～ 11月４日（月・祝）

4. 調査方法および集計方法

（1）調査内容　p３の調査票を参照のこと。

（2）調査方法

①全国のクリーニング生活衛生同業組合青年部に所属する部員（約390名）が中心となり、利用者に聞き取り等の方法で調査を行った。

②中央青年部会の公式ホームページにて、WEBアンケートを行った。

③衣料管理実習に参加している家政系大学の協力を得て調査を行った。

（3）アンケート回収数

上記①＝1,837サンプル　上記②＝1,913サンプル　上記③＝214サンプル　**合計＝3,964サンプル**

※聞き取り調査の回答者に説明補助ツールとしてリーフレット「ポリウレタンの注意事項」を配布したほか、エステー株式会社より提供いただいた防虫剤「ムシューダ」のサンプルを配布した。

（4）集計方法

回収された合計3,964サンプルをWEB集計ツールを用いて集計した。

5. クリーニング事業者（青年部員）に対するアンケート調査について

クリーニング事業者（青年部員）と利用者の意識のギャップを探るため、クリーニング事業者に対してもアンケート調査を実施した。

クリーニングサービスについてのお客様アンケート

私どもクリーニング業界では、お客様に提供するサービス向上のため、毎年全国でアンケート調査を行っております。
調査結果はクリーニングサービス向上策を検討するための基礎資料とさせていただきますので、ご協力のほどよろしくお願いいたします。

全国クリーニング生活衛生同業組合連合会中央青年部会・需要開発研究委員会

経時劣化に注意が必要な素材について

▼以下の問のあてはまる部分にそれぞれ□にチェックを入れてください。

問1 性別　□ ①男性　□ ②女性

問2 年代　□ ① 24 歳以下　□ ② 25 ～ 34 歳　□ ③ 35 ～ 44 歳
□ ④ 45 ～ 54 歳　□ ⑤ 55 ～ 64 歳　□ ⑥ 65 歳以上

問3 下記の製品は、Ⓐ経時劣化しやすい素材であることを知っていますか？
また、Ⓑこれらの製品を持っていますか？

		◆ボンディング製品（貼り合わせの素材）	♣コーティング製品（透湿防水布など）	♠合成皮革（フェイクレザー）	♥圧着加工製品（シームレスダウン含む）
Ⓐ	①知っている	□	□	□	□
	②知らなかった	□	□	□	□
Ⓑ	①持っている	□	□	□	□
	②持っていない	□	□	□	□
	③持っているかわからない	□	□	□	□

問4 下記の製品が経時劣化することを知った上でも購入しますか？それぞれの購入動機についてご回答ください。（複数回答可）

	◆ボンディング製品（貼り合わせの素材）	♣コーティング製品（透湿防水布など）	♠合成皮革（フェイクレザー）	♥圧着加工製品（シームレスダウン含む）
①経時劣化するなら買わない	□	□	□	□
②デザインがよければ買う	□	□	□	□
③値段に見合えば買う	□	□	□	□
④機能がよければ買う	□	□	□	□
⑤頻繁に買い替えるので気にしないで買う	□	□	□	□
⑥流行だから買う	□	□	□	□
⑦好きなブランドであれば買う	□	□	□	□

問5 ご自身が持っている経時劣化が考えられる製品の中で起こったトラブルについて教えてください。
※使用、保管、クリーニングなどいつの段階でも可（複数回答可）

□ ①べとべとした　□ ②剥がれてきた　□ ③膨らみができた（ぶくぶくした）
□ ④シミができた　□ ⑤色が変わった　□ ⑥ダウンが下に溜まった
□ ⑦経時劣化の経験がない　□ ⑧持っていない／持っているかわからない

問6 経時劣化しやすい製品を購入する際、お店でその特性について説明を受けたことはありますか？（複数回答可）

□ ①メリット、リスク両方聞いた　□ ②メリットのみ聞いた　□ ③リスクのみ聞いた
□ ④下げ札（アテンションタグ）や商品説明のポップなどで見た　□ ⑤聞いたことも見たこともない

問7 シームレスダウンはどのように洗いますか？

□ ①クリーニングに出す　□ ②家庭で洗う　□ ③コインランドリーで洗う
□ ④除菌・消臭スプレーをかけるだけで洗わない　□ ⑤洗わない・何もしない
□ ⑥持っていない／持っているかわからない

問8 経時劣化が考えられる製品をクリーニングに出した時、経時劣化によるリスクの説明を受けたことはありますか？（複数回答可）

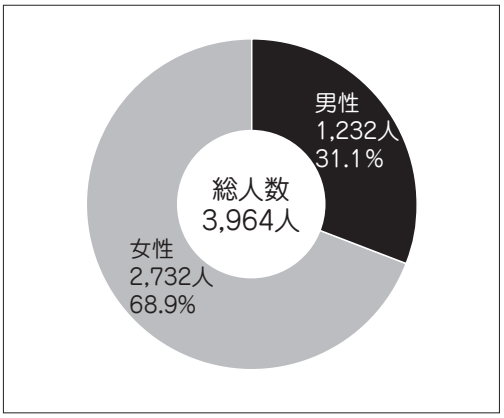
□ ①事前に説明を受けて出した　□ ②事前に説明を受けて出すのをやめた
□ ③説明を受けたことがない　□ ④受付を断られた
□ ⑤クリーニングに出したことがない　□ ⑥持っていない／持っているかわからない

アンケートへのご協力ありがとうございました

Ⅱ 調査結果について

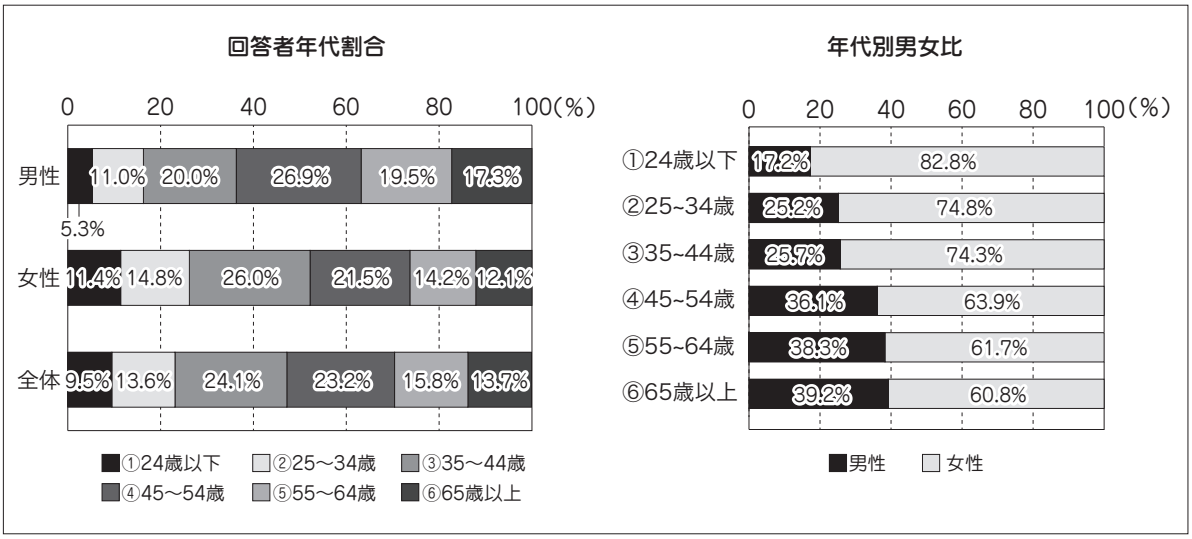
1. 回答者の性別、年代について（問１、問２）

問１　性別



男性1,232人、女性2,732人の合計3,964人がアンケートに回答し、女性が約70％を占めている。

問２　年代



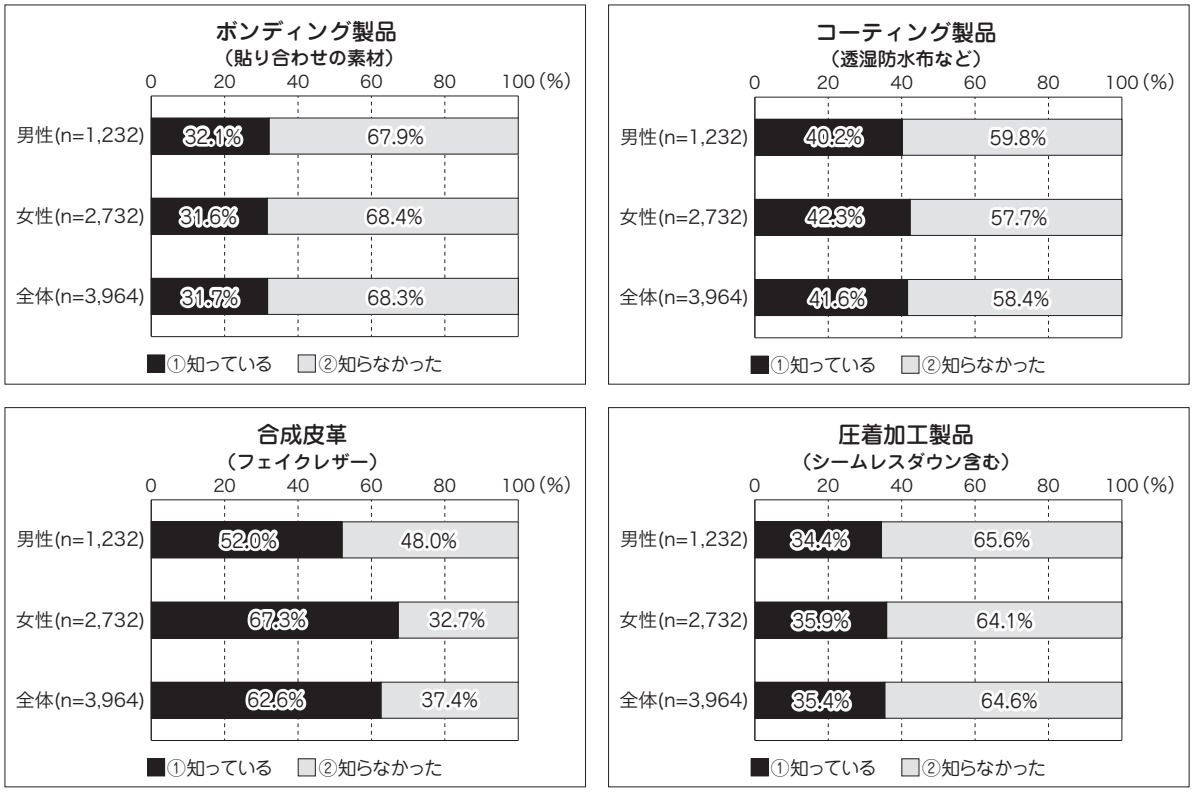
回答者の年代内訳は、全体では「35 ～ 44歳」が24.1％、「45 ～ 54歳」の23.2％の順で多く、「55 ～ 64歳」の15.8％、「65歳以上」の13.7％、「25 ～ 34歳」の13.6％と続き、「24歳以下」が最も少ない9.5％となった。年代別男女比は若年層ほど女性の割合が高い構成となっている。

男性は「45 ～ 54歳」が最も多く26.9％となり、「35 ～ 44歳」「55 ～ 64歳」「65歳以上」はほぼ同数で約20％となった一方、「24歳以下」は5.3％、「25 ～ 34歳」は11.0％で若年層の割合が低かった。

女性は「35 ～ 44歳」が26.0％、「45 ～ 54歳」が21.5％の順で多く、合計すると全体の半数近くを占め、その他の年代はほぼ同じ割合となった。

2. 経時劣化しやすい素材の認知度について（問３-１）

問３　下記の製品は、Ⓐ経時劣化しやすい素材であることを知っていますか？



ボンディング製品（貼り合わせの素材)、コーティング製品（透湿防水布など)、合成皮革（フェイクレザー)、圧着加工製品（シームレスダウン含む）の４つについて、経時劣化しやすい素材であることの認知度を調べた。

ボンディング製品については、全体で見ると経時劣化しやすい素材であることを「知っている」が31.7％、「知らなかった」が68.3％となり、男女別に見てもその比率はほぼ同じとなった。

コーティング製品については、全体で見ると経時劣化しやすい素材であると「知っている」が41.6％、「知らなかった」が58.4％となり、男女別に見てもその比率はほぼ同じとなった。

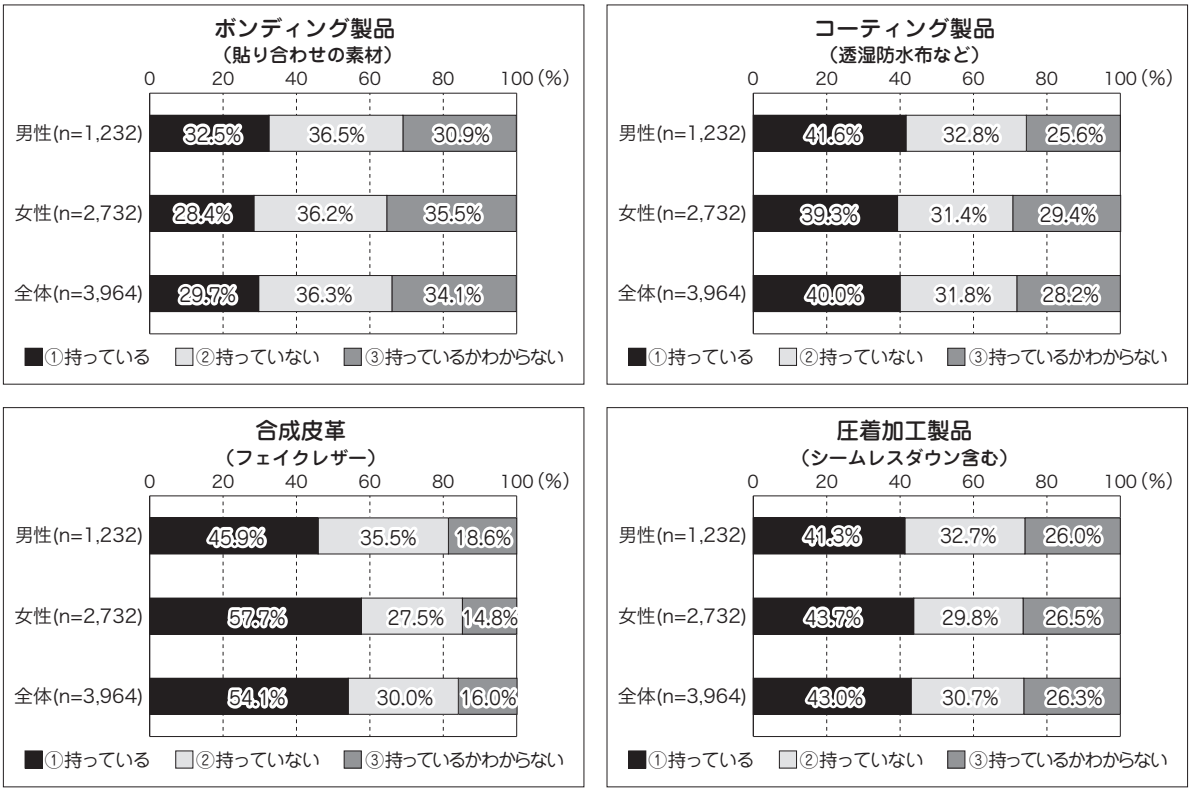
合成皮革については、全体で見ると経時劣化しやすい素材であると「知っている」が62.6％、「知らなかった」が37.4％となった。男女別に見ると、女性は「知っている」が67.3％だったのに対し、男性は「知っている」が52.0％となり、女性の方が認知度が高い結果となった。

圧着加工製品については、全体で見ると経時劣化しやすい素材であると「知っている」が35.4％、「知らなかった」が64.6％となり、男女別に見てもその比率はほぼ同じとなった。

また、４つの素材の経時劣化に関する認知度を比較すると、合成皮革の認知度が62.6％と突出しており、コーティング製品、圧着加工製品、ボンディング製品の順で知られている結果となった。

3. 経時劣化しやすい素材を用いた製品の所持について（問３-２）

問３　また、Ⓑこれらの製品を持っていますか？



問３では、ボンディング製品（貼り合わせの素材）、コーティング製品（透湿防水布など）、合成皮革（フェイクレザー）、圧着加工製品（シームレスダウン含む）の４つの素材を用いた製品を所持しているかどうかについても調べた。

ボンディング製品については、全体で見ると「持っている」が29.7%、「持っていない」が36.3%、「持っているかわからない」が34.1%となり、男女別に見るとやや男性の方が「持っている」割合が高くなった。

コーティング製品については、全体で見ると「持っている」が40.0%、「持っていない」が31.8%、「持っているかわからない」が28.2%となり、男女別に見ても各項目の比率はほぼ同じとなった。

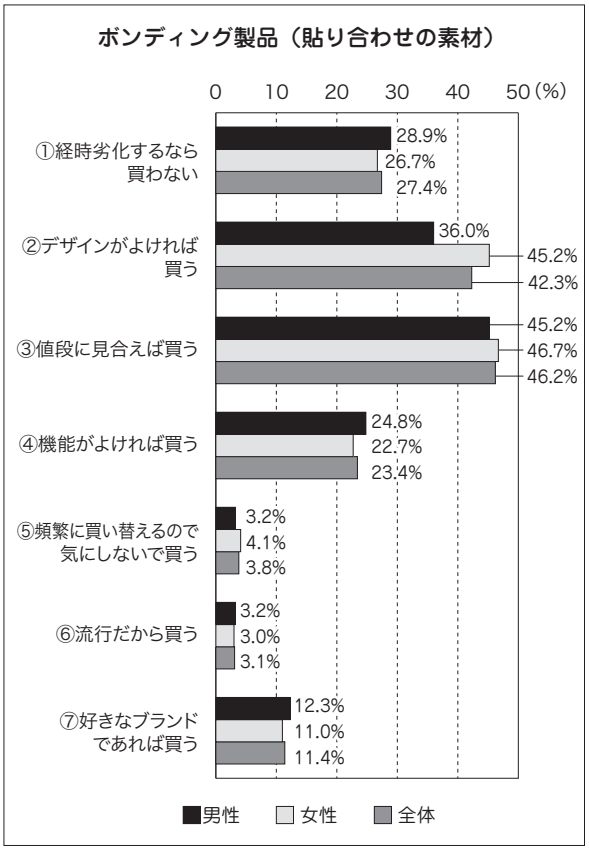
合成皮革については、全体で見ると「持っている」が54.1%、「持っていない」が30.0%、「持っているかわからない」が16.0%となり、男女別に見ると女性では「持っている」が57.7%となり男性に比べて「持っている」割合が高くなった。

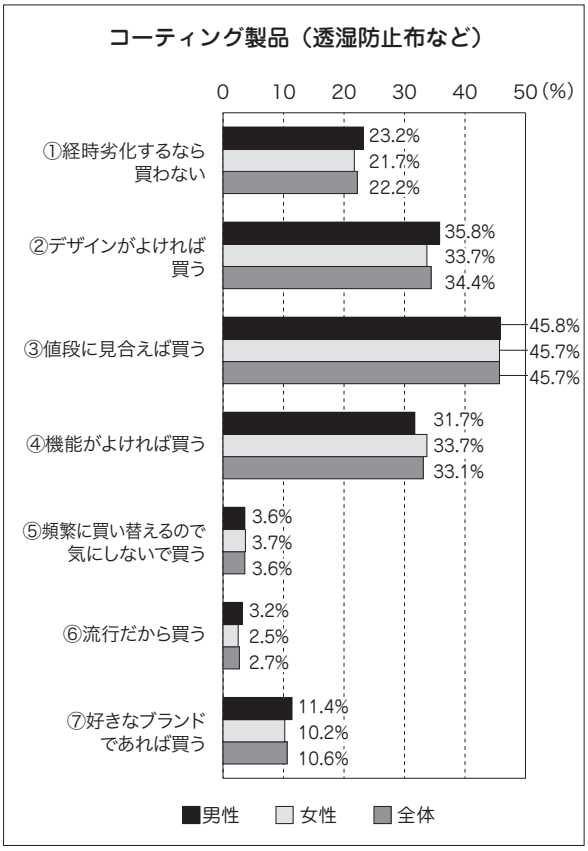
圧着加工製品については、全体で見ると「持っている」が43.0%、「持っていない」が30.7%、「持っているかわからない」が26.3%となり、男女別に見ても各項目の比率はほぼ同じとなった。

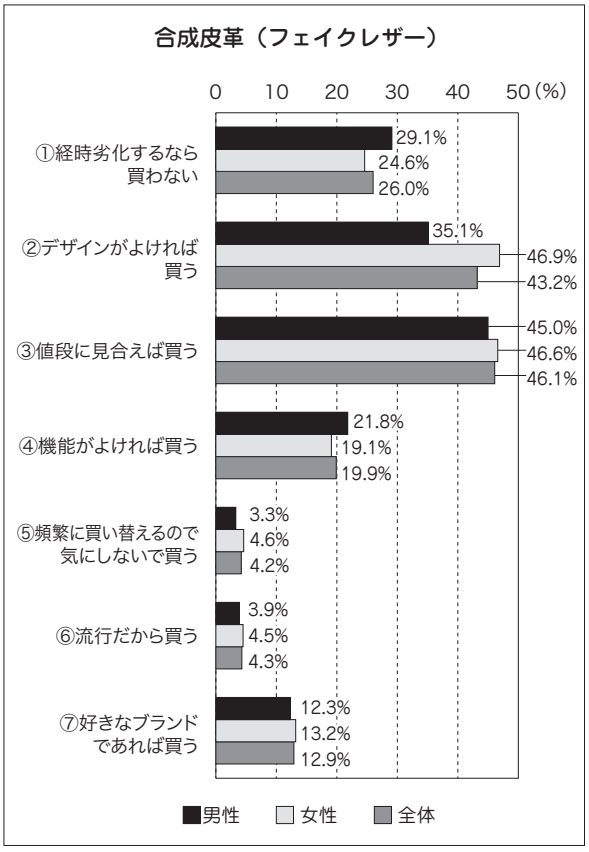
４つの素材の所持率について比較すると、合成皮革が最も所持率が高く、圧着加工製品、コーティング製品、ボンディング製品の順となった。また、合成皮革の「持っているかわからない」が最も低く、ボンディング製品の「持っていない」「持っているかわからない」の割合が最も高い結果となった。

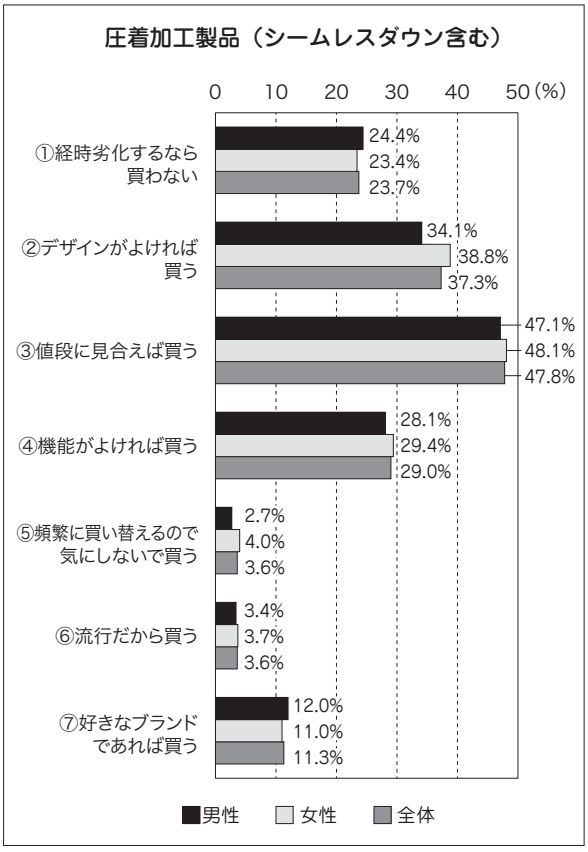
4. 購入動機について（問４）

問４　下記の製品が経時劣化することを知った上でも購入しますか？それぞれの購入動機についてご回答ください（複数回答可）。









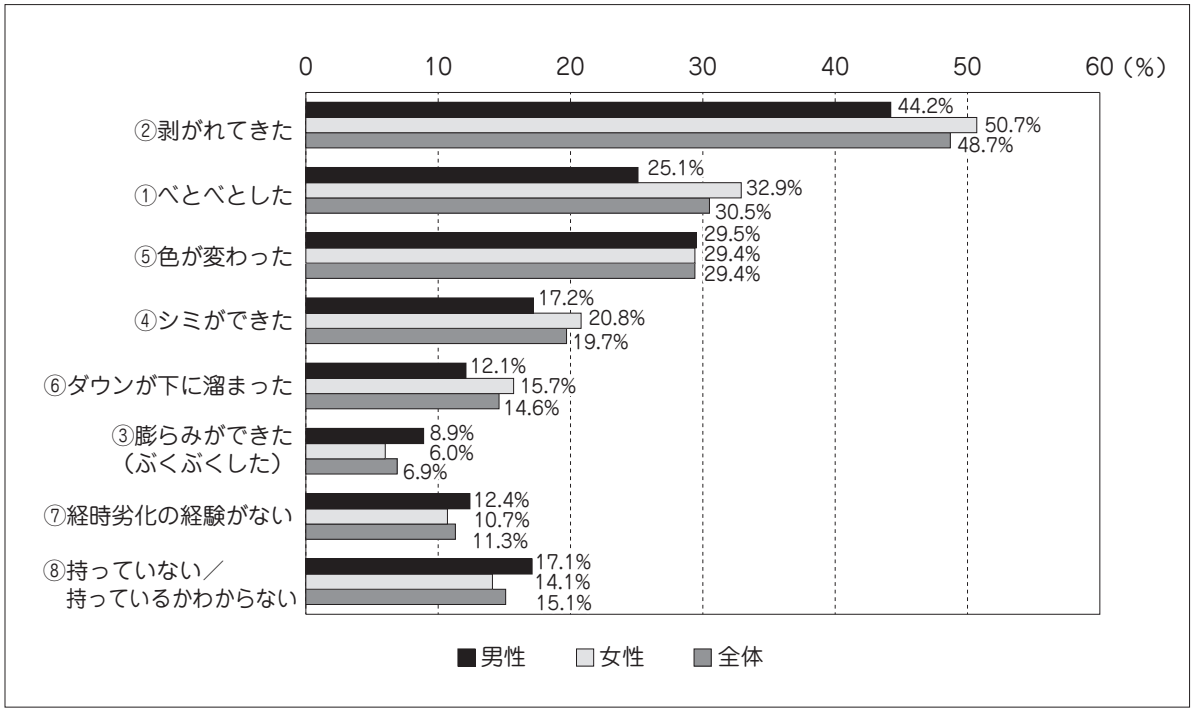
４つの素材を用いた製品の購入動機について、全体で見ると４つの素材ともほぼ同じグラフの傾向を示しており、「③値段に見合えば買う」が約45％で最も高く、「②デザインがよければ買う」が約35～40%で２番目に続いた。３番目は「①経時劣化するなら買わない」（約25％）または「④機能がよければ買う」(約20 ～ 30％）となっており、男女別の傾向としては「①経時劣化するなら買わない」は男性が高い結果となった。

一方、「②デザインがよければ買う」は女性の方が高い傾向を示しており、デザイン性が購入動機になっていることが分かった。また、４つの素材のうち「④機能がよければ買う」の割合が高かったのは「コーティング製品」「圧着加工製品」、「②デザインがよければ買う」の割合が高かったのは「合成皮革」「ボンディング製品」となった。

さらに、「⑦好きなブランドであれば買う」「⑤頻繁に買い替えるので気にしないで買う」「⑥流行だから買う」は低い結果となり、製品ごとに良し悪しを判断して購入していることが分かった。

5. トラブルの経験について（問５）

問５　ご自身が持っている経時劣化が考えられる製品の中で起こったトラブルについて教えてください（複数回答可）。※使用・保管、クリーニングなどいつの段階でも可



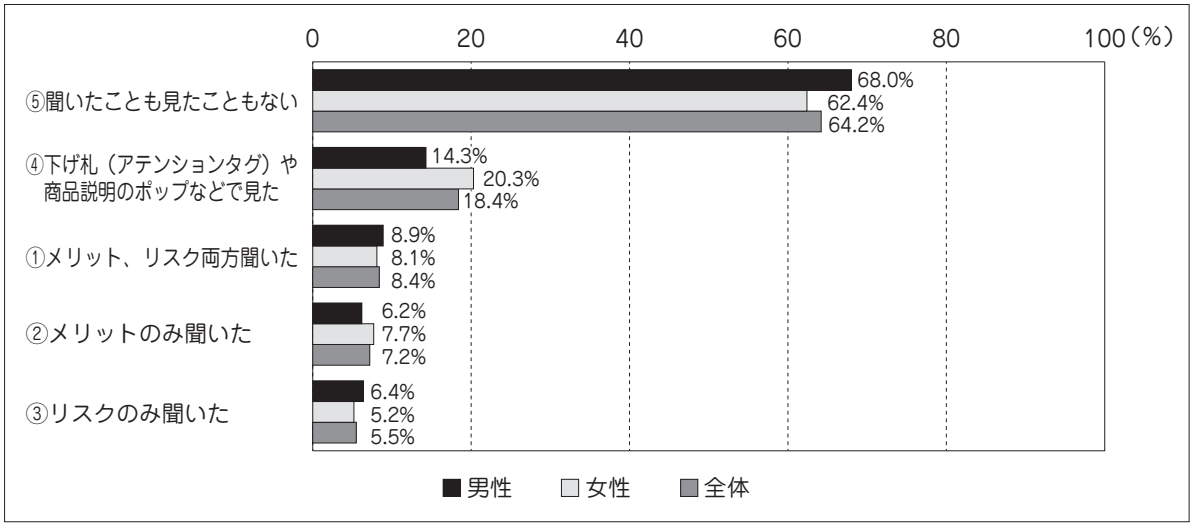
アンケート結果のグラフを多い順に見てみると、全体で最も多いのが「②剥がれてきた」(48.7％)で、約２人に１人が経験していることになる。次に多いのが「①べとべとした」(30.5％)、「⑤色が変わった」(29.4％)、「④シミができた」(19.7％）と続いた。

「⑦経時劣化の経験がない」は11.3％、「⑧持っていない／持っているかわからない」は15.1％となり、これらが低いことから、経時劣化について何らかのトラブルを経験している人が多いことが分かった。

男女別では、女性の方がトラブルの経験が多い傾向にあることが分かった。

6. 製品購入時の説明について（問６）

問６　経時劣化しやすい製品を購入する際、お店でその特性について説明を受けたことはありますか？（複数回答可）



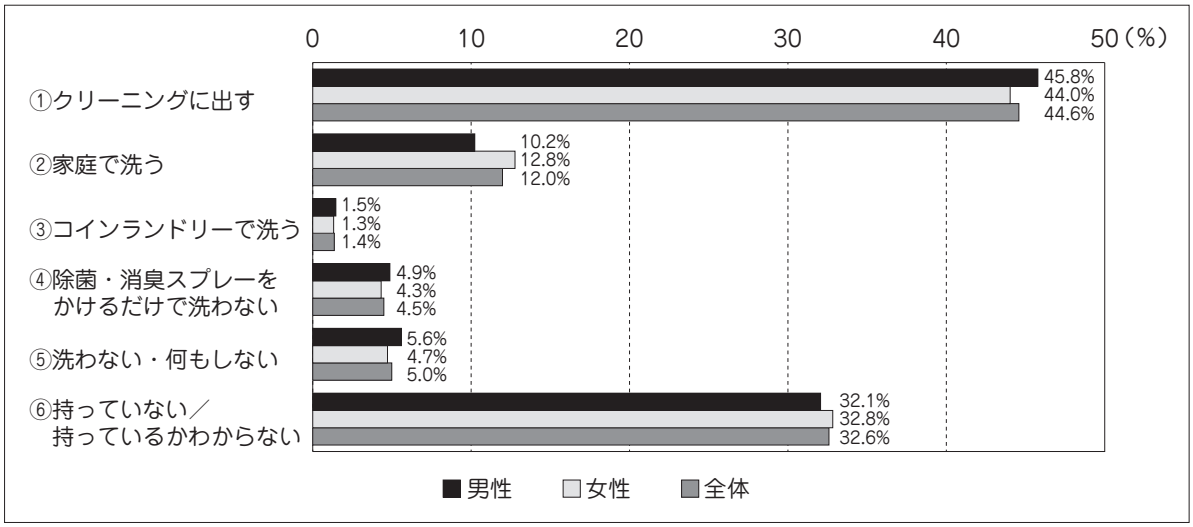
アンケート結果のグラフを多い順に見てみると、全体で最も多かったのは「⑤聞いたことも見たこともない」（64.2%）で６割以上が購入時にお店で説明を受けていない結果となった。

２番目に多いのは「④下げ札（アテンションタグ）や商品説明のポップなどで見た」（18.4%）で、男女別に見ると女性が20.3%、男性が14.3%となり、女性の方が製品の注意情報に気づいていることが分かった。

また、「①メリット、リスク両方聞いた」「②メリットのみ聞いた」「③リスクのみ聞いた」は10%以下となり、ほとんど店頭での説明が行われていないことが明らかとなった。

7. シームレスダウンのお手入れ方法について（問７）

問７　シームレスダウンはどのように洗いますか？

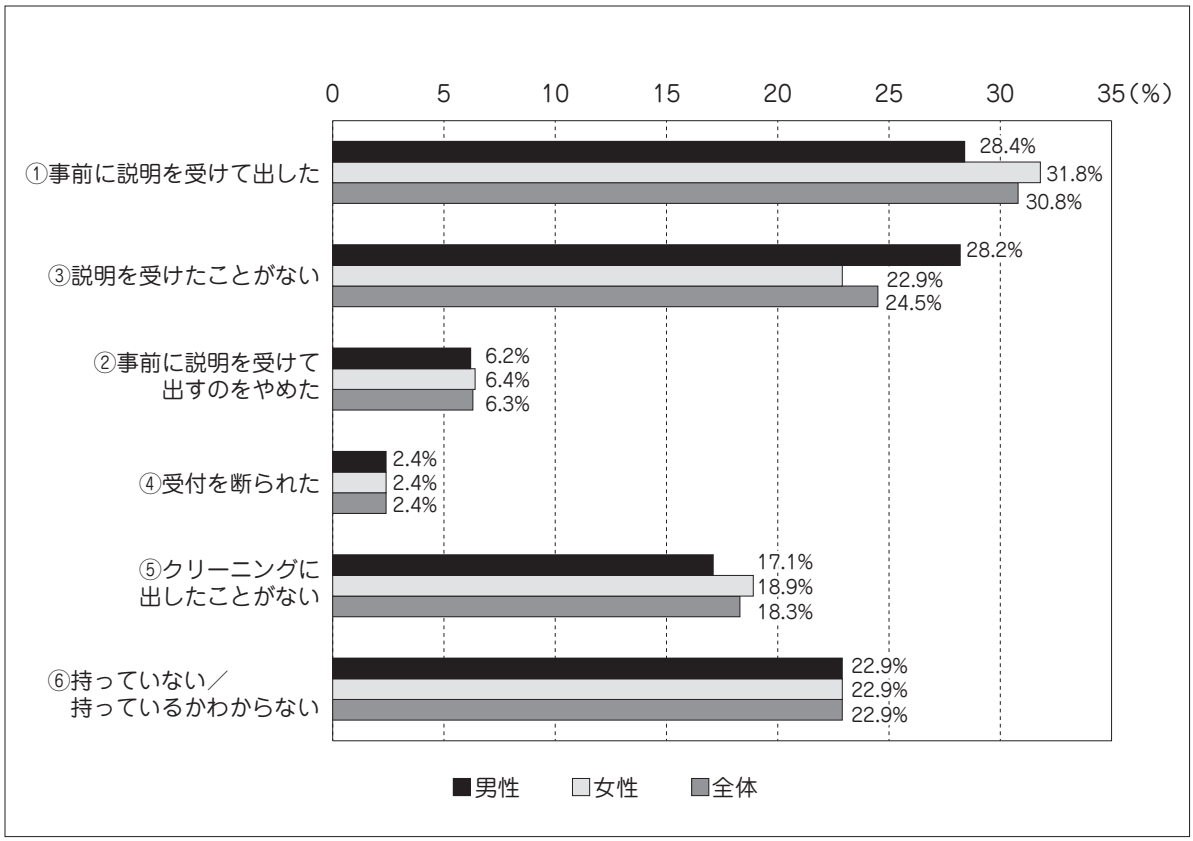


シームレスダウンのお手入れ方法について、全体では「①クリーニングに出す」が44.6％となり最も多かった。続いて、「②家庭で洗う」が12.0％、「③コインランドリーで洗う」が1.4％となり、シームレスダウンを洗うと回答した中では、クリーニング店に依頼する人が大半であることが分かった。

一方、「④除菌･消臭スプレーをかけるだけで洗わない」が4.5％、「⑤洗わない･何もしない」が5.0％となり、着用しても洗わないという人も少数だがいる結果となった。

8. クリーニングに出した際のリスク説明について（問８）

問８　経時劣化が考えられる製品をクリーニングに出した時、経時劣化によるリスクの説明を受けたことはありますか？（複数回答可）



経時劣化が考えられる製品をクリーニングに依頼した際のお店側のリスクに関する説明の有無、それを受けた利用者の対応について聞いた。

経時劣化によるリスク説明があった場合、「①事前に説明を受けて出した」が30.8％となり、説明を聞いた上でクリーニングに依頼する利用者が最も多い結果となった。また、「②事前に説明を受けて出すのをやめた」が6.3％、「④受付を断られた」が2.4％となり、利用者またはクリーニング店側が製品の状態からリスクを判断し、クリーニングが行われなかったことが分かった。

一方、「③説明を受けたことがない」が24.5％で２番目に多く、経時劣化が考えられる製品であってもクリーニング店が説明をせずに受け付けている結果となった。また、「⑤クリーニングに出したことがない」が18.3％、「⑥持っていない／持っているかわからない」が22.9％となり、利用者が経時劣化する可能性がある衣類を所持しているか分かっていないケースも潜在的にあることが伺える。

Ⅲ 考察

近年アパレル産業では、安価に高機能性、ファッション性を追求することが可能な製品が販売されており、消費者の人気を得ている。一方で、これらの製品の製造のために、経時劣化するポリウレタン樹脂などを使用した製品が流通している。

このような現状をふまえ、以下の３点について調査を行った。

①消費者は製品の寿命が短くなっていることに対しどのように考えているのか

②数年で使えなくなってしまうような製品が流通していることがよいことなのか

③クリーニング事業者が経時劣化製品に対して適正にアプローチできているのか

本調査を通じて、利用者とクリーニング事業者双方においてトラブルのリスクを抑制していくこと、また、製造するアパレル側に対しても、事故を未然に防ぎ製品・素材の改善・改良をしていただけるよう発信していく。

経時劣化する素材の認知度と所有状況の関係

問３では、「ボンディング製品」「コーティング製品」「合成皮革」「圧着加工製品」の４素材が経時劣化する素材であることの認知度とこれらの所有状況について聞いたところ、合成皮革のみ60％以上の方が経時劣化することを知っていると回答し、ボンディング製品、コーティング製品、圧着加工製品が、経時劣化することを知っている方は30～40％程度で、合成皮革と比較すると、認知度が低いと言える。

この結果は、合成皮革は市場に出回って長い時間経過していることや、外観で判断しやすいこと、ケアラベルなどに明確な記載があることなどから、認知度が高くなっている可能性が考えられる。

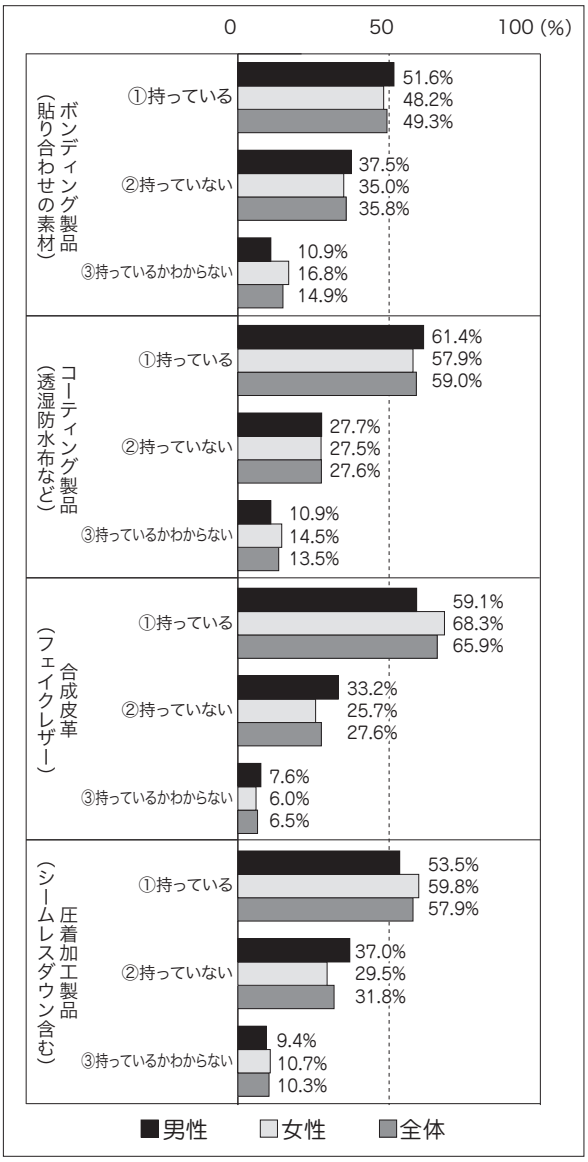
それに比べてボンディング製品やコーティング製品は、スキーウェアやレインウェアなど意外と身近なものに多様に使用されているにも関わらず、消費者はそれを知らずに着用・使用している可能性がある。

圧着加工製品の代表格でもあるシームレスダウンは、近年流通量が増えてきているが、機能性やファッション性の高さは大々的に広報されている反面、劣化についての周知がなされていないものと考えられる。加えて、流通し始めてからの期間が短いため、まだ劣化の発生件数が少ないことも経時劣化する素材であることの認知度の低さに表れている。圧着加工製品を大衆的に広めたシームレスダウンが発売されてから３年程度が経つことを考えると、今後クリーニングトラブルが増えてくることが予想され、それに比例して経時劣化する素材であることの認知度も高まっていく可能性が考えられる。

さらに、問３をクロス集計して経時劣化の認知度と所有状況の相関関係を見てみると、各製品とも経時劣化する素材と知った上で持っていると回答している方が多く、デメリットを知った上でそれぞれの素材を楽しんでいるものと推測される。また、「経時劣化することを知っている」かつ「持っているかわからない」と回答している方は15％程度に留まっていることから、言い換えると「自身が所有しているかどうかを把握している人は、素材の特性も知っている」という風にも読み取れる。逆に、「経時劣化する素材であることを知らない」と回答した方は、自身で所有しているか否かについても判断がつかない方が多くいることが分かる。

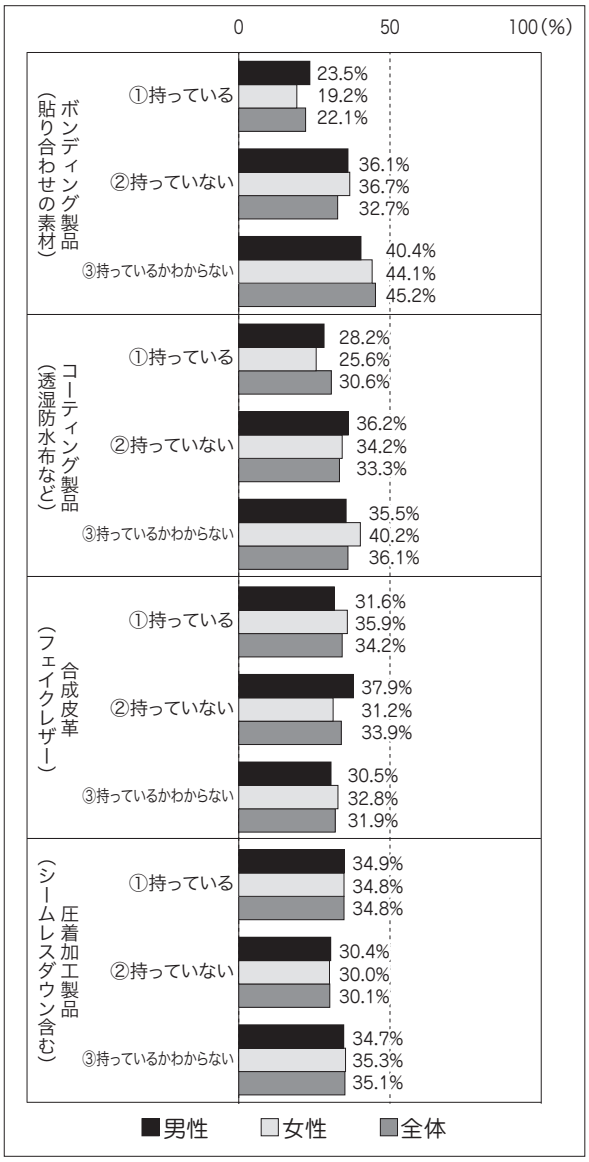
クロス集計１

問３　経時劣化することを「知っている」×「所有状況」



クロス集計２

問３　経時劣化することを「知らない」×「所有状況」



45歳以上の男性はこだわりがある傾向に

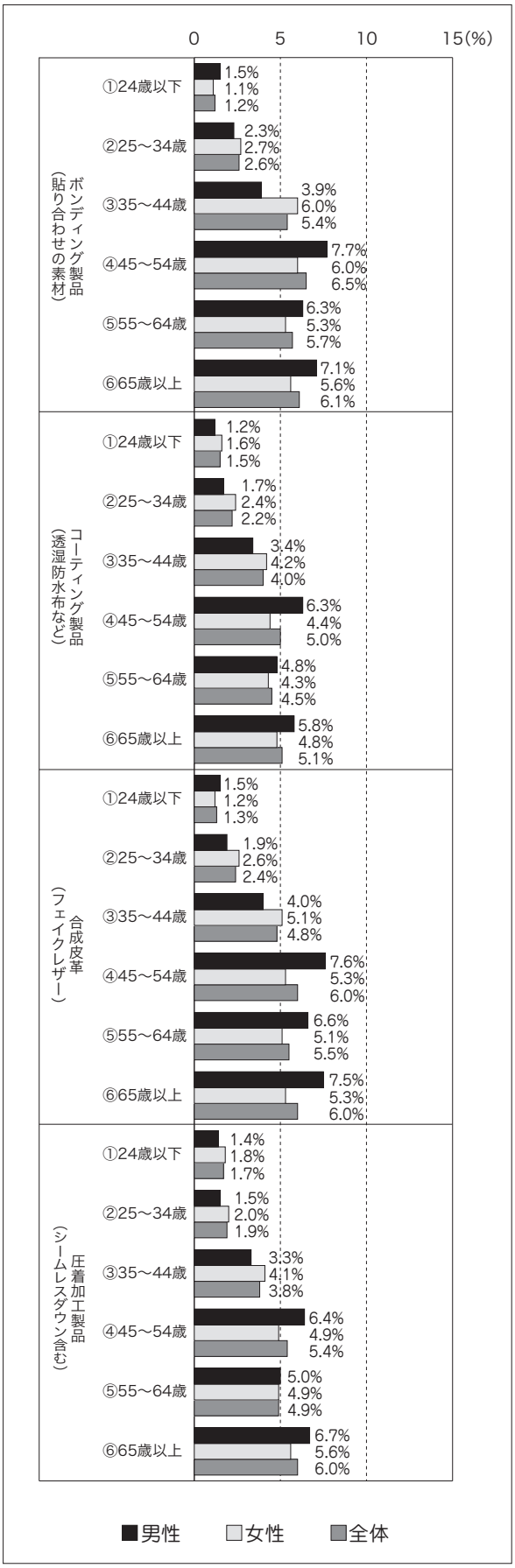
問４の購入動機を性別、年代別にみると、どの素材においても45歳以上の男性が「①経時劣化するなら買わない」傾向にある反面、「35 ～ 44歳」「45 ～ 54歳」では、「②デザインがよければ買う」、「③値段に見合えば買う」、「④機能がよければ買う」と回答している。45歳以上の男性は、こだわりが強くなっているものと推測できる。

逆に、44歳以下の女性は「②デザインがよければ買う」、「③値段に見合えば買う」が男性より高いことから、気に入ったデザインやファッション性が高ければ、経時劣化することは購入動機の妨げにはならないと言える。加えて24歳以下の女性は、他の年代から比べると、さらにその考えが強くなっていることが分かる。

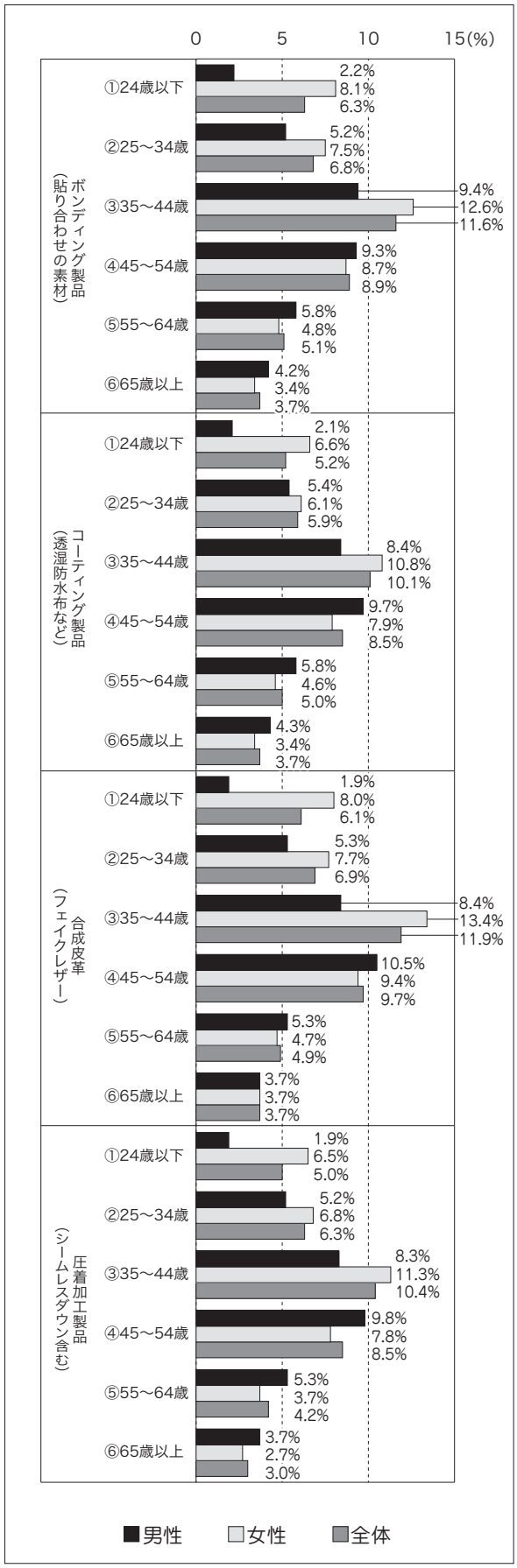
また、全体的に、「⑤頻繁に買い替えるので気にしないで買う」、「⑥流行だから買う」と回答している方の割合が少ないことから、あまり購入サイクルは短くないことが窺える。逆に、「⑤頻繁に買い替えるので気にしないで買う」と回答した方はどの年代においても１％に満たないが、これらの方は長く着用することを想定しておらず、クリーニングサービスも利用せずに買い替えている可能性が推測される。

問４　性別・年代別に見た購入動機

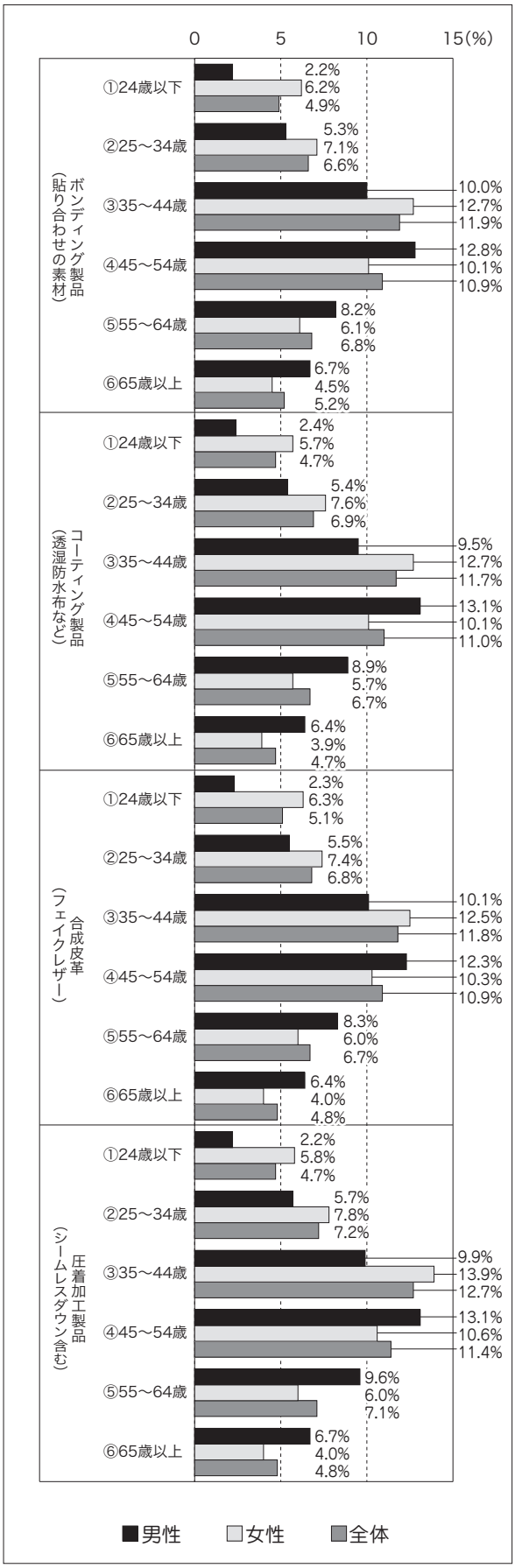
①経時劣化するなら買わない



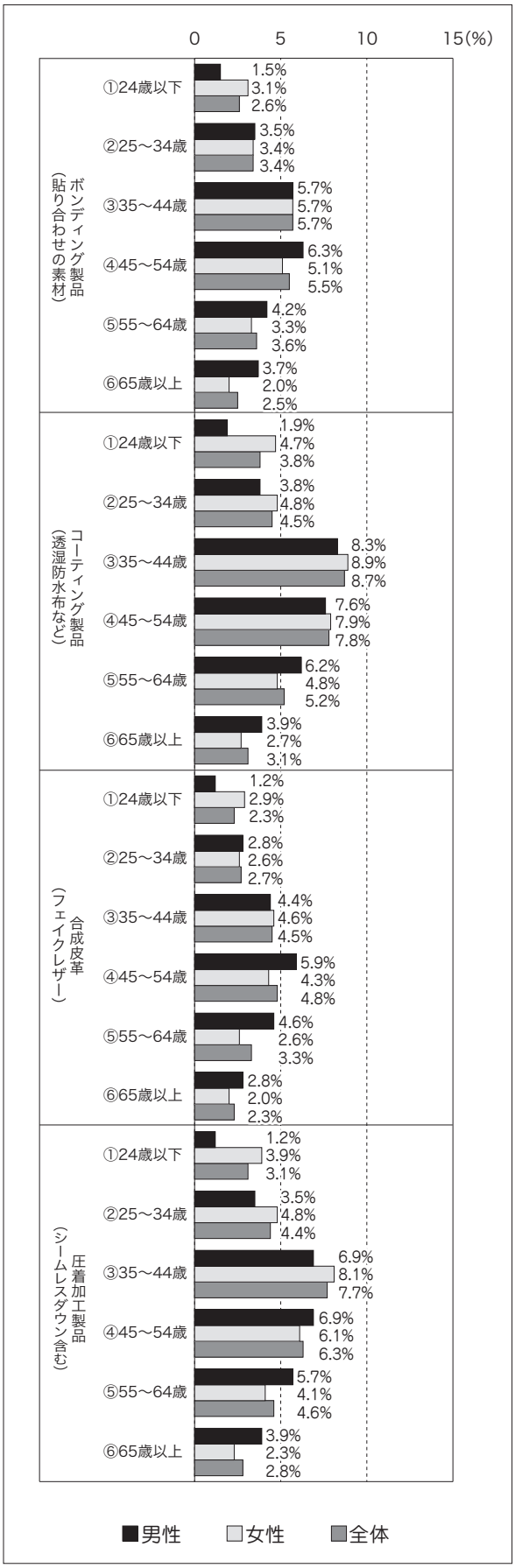
②デザインがよければ買う



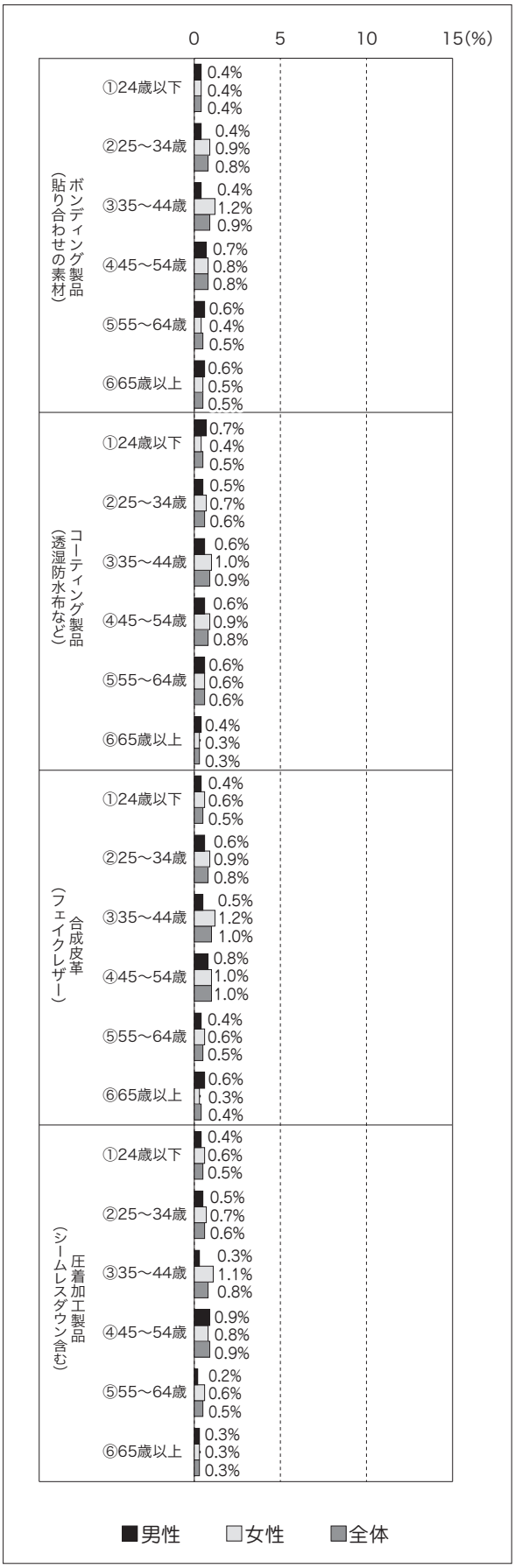
③値段に見合えば買う



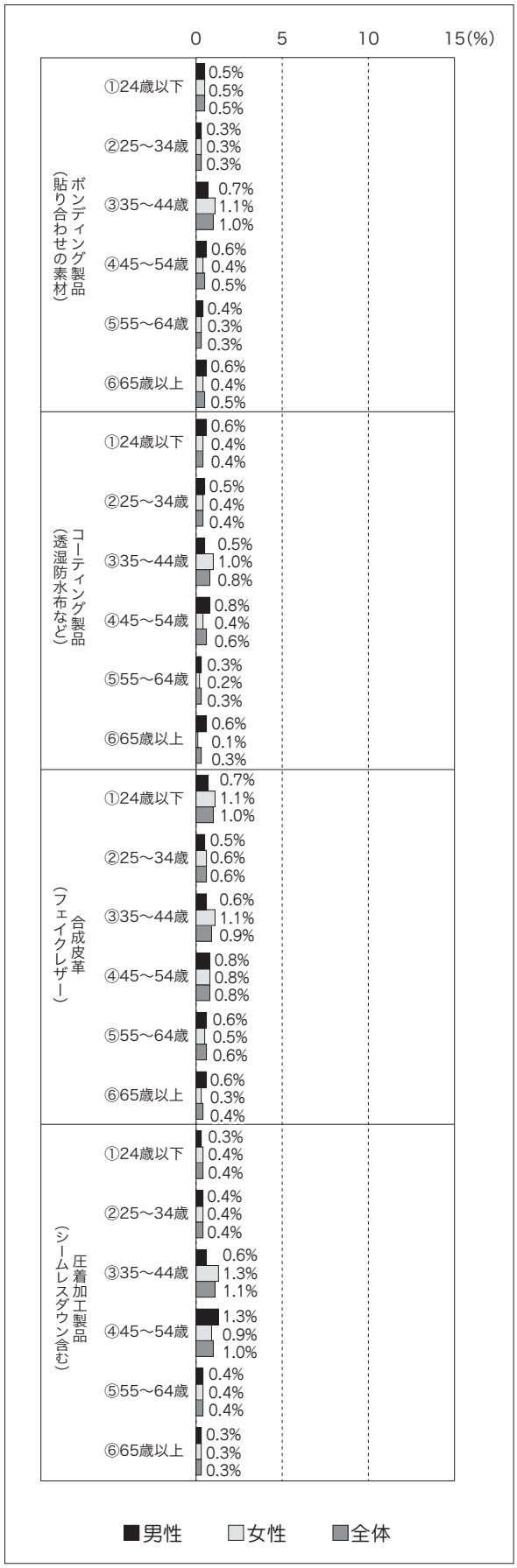
④機能がよければ買う



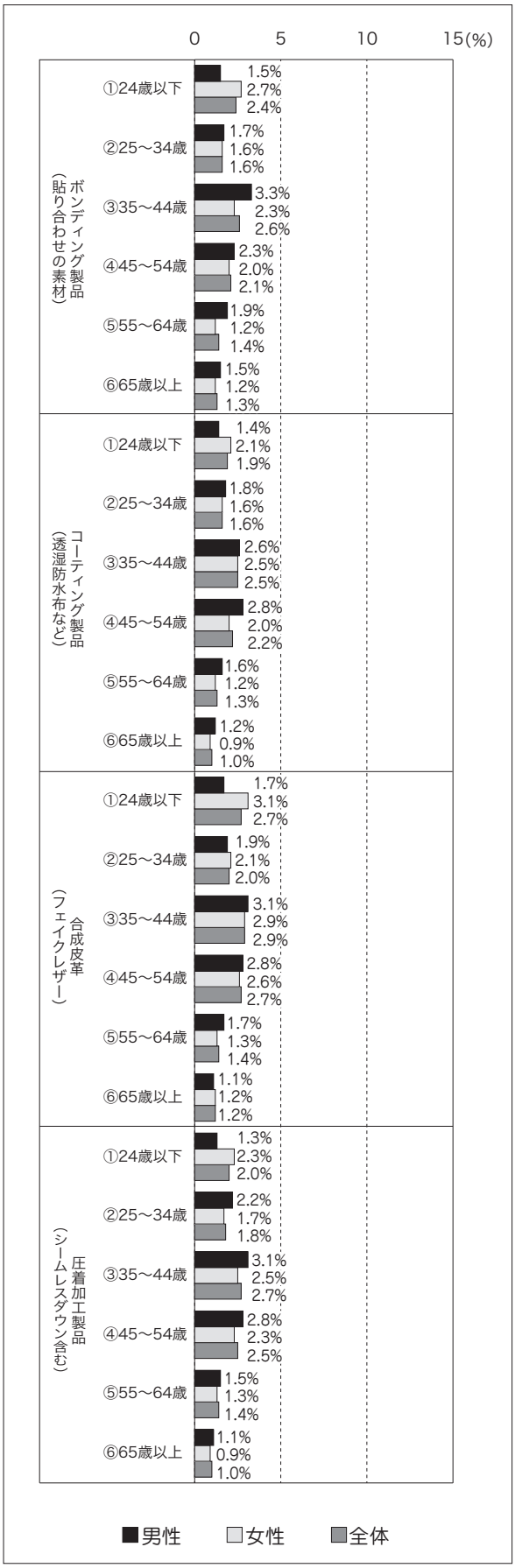
⑤頻繁に買い替えるので気にしないで買う



⑥流行だから買う



⑦好きなブランドであれば買う



経時劣化していると判別しやすいのは、外観で判別しやすい現象

問５（p8）では、自身が持っている衣類が経時劣化した経験について、「②剥がれてきた」が48.7％で約２人に１人、「①べとべとした」が30.5％で約３分の１の人がそれぞれ経験している。

剥がれてきた、べとべとしたというトラブルは、合成皮革に起こりやすい現象で、目視や感触で判別しやすいこと、４つの製品の中で合成皮革の所有率が高いことなどから、トラブルの発生を認識する割合が高くなっている可能性がある。

また、経時劣化について女性の認識が高いのは、男性よりも合成皮革製品の所有率が高いことと関係していると推測される。天然皮革の場合は、使用回数が増えるにつれて味が出てくるが、合成皮革は水分や熱に弱く使用頻度や保管状況などによって劣化のスピードが高まることもあり、剥がれやべとつきが始まっている状態でクリーニング処理を行うと事故が拡大するため、取扱いには十分な注意が必要になる。

「⑤色が変わった」（29.4％）、「④シミができた」（19.7％）は接着に使用されるポリウレタン樹脂が劣化し、液状化したことにより生じる現象で、樹脂が表面に染み出したことによって色が濃くなったり、シミができたようになる。品質表示にボンディング加工表示、または、製造年表示などがなければ、クリーニング預かりの際にクリーニングによる事故発生のリスクについて説明を行うことはできない。

「⑥ダウンが下に溜まった」は14.6％程度にとどまっているが、これはシームレスダウンのキルティング部分の圧着に使用された樹脂が劣化したことにより剥がれてダウンが下に溜まった経験があるものと考えられ、市場に出回ってから日が浅く、事故が

一般的になっていない可能性も考えられる。品質表示に「製造年」や、「圧着樹脂がポリウレタン樹脂であること」の記載があればクリーニング預かりの際に事故が発生する可能性について説明することができる。リスクをクリーニング事業者が負うのではなく、リスクを知った上でどのようにメンテナンスするのかを利用者が選択できるようなシステムを作る必要がある。

「③膨らみができた」は6.9％で、経時劣化の現象の中では最も低くなったが、ボンディング製品などのポリウレタン樹脂が経時劣化することによってぶくつきを起こしている事故が想像できる。やはり、品質表示タグに製造年、使用素材の明記がなければ事故のもととなる。

「⑦経時劣化の経験がない」（11.3％）、「⑧持っていない／持っているかわからない」（15.1％）は、どちらも女性より男性の方が高くなっている。男性は問４で経時劣化するなら買わないという考えを持つ方が多くいることから、劣化を経験していない可能性が推測できる。

６割以上が購入時に経時劣化に関する説明を受けたことがない

問６（p９）では、経時劣化について回答者の６割以上が購入先のお店で説明を受けておらず、「⑤聞いたことも見たこともない」が64.2％で最多となった。割合はわずかに男性の方が高く、男女の差の背景として、販売員とのコミュニケーションにあると考えられる。しかし、男女ともに高い回答率であることから、販売員が「製品が劣化する」という負の側面を説明しづらいことは想像に難くない。

「④下げ札（アテンションタグ）や商品説明のポップなどで見た」（18.4％）と回答している方はいるが、あまり多いとは言えない。下げ札（アテンションタグ）では一般的にメリットやリスクが両方記載されているが、購入者がどこまで把握できているかは分からない。ただ、女性の方が下げ札やポップなどを確認して、把握した上で購入しているということが推測できる。

「①メリット、リスク両方聞いた」は8.4％で10％にも満たない。逆に考えると、メリットと併わせてリスクをしっかり説明するお店は消費者にファッションアイテムを十分に楽しんでもらいたいという気持ちの表れかもしれない。

どのような製品もよい点、悪い点どちらも存在することから、販売員の方にはお客様の目線に立った接客をし、お客様が選択できるようにしていただきたい。

シームレスのお手入れはやはりプロのクリーニング

問７（p９）のシームレスダウンのお手入れ方法については、「①クリーニングに出す」と回答した方が45％近くおり、洗浄方法としては、クリーニングを利用する方がほとんどであった。クリーニングを利用することの意図は様々あるが、従来のダウンとは異なる点なども踏まえ、自身で洗って異常が生じるのを防ぎたいという気持ちの表れではないだろうか。

「③コインランドリーで洗う」（1.4％）は低く、最近はコインランドリーも様々な機能が付いていたりするが、利用者の気持ちとしては、家庭で洗濯したり、コインランドリーで洗ったりするよりクリーニングに出した方がよいという考えが多いことが分かる。

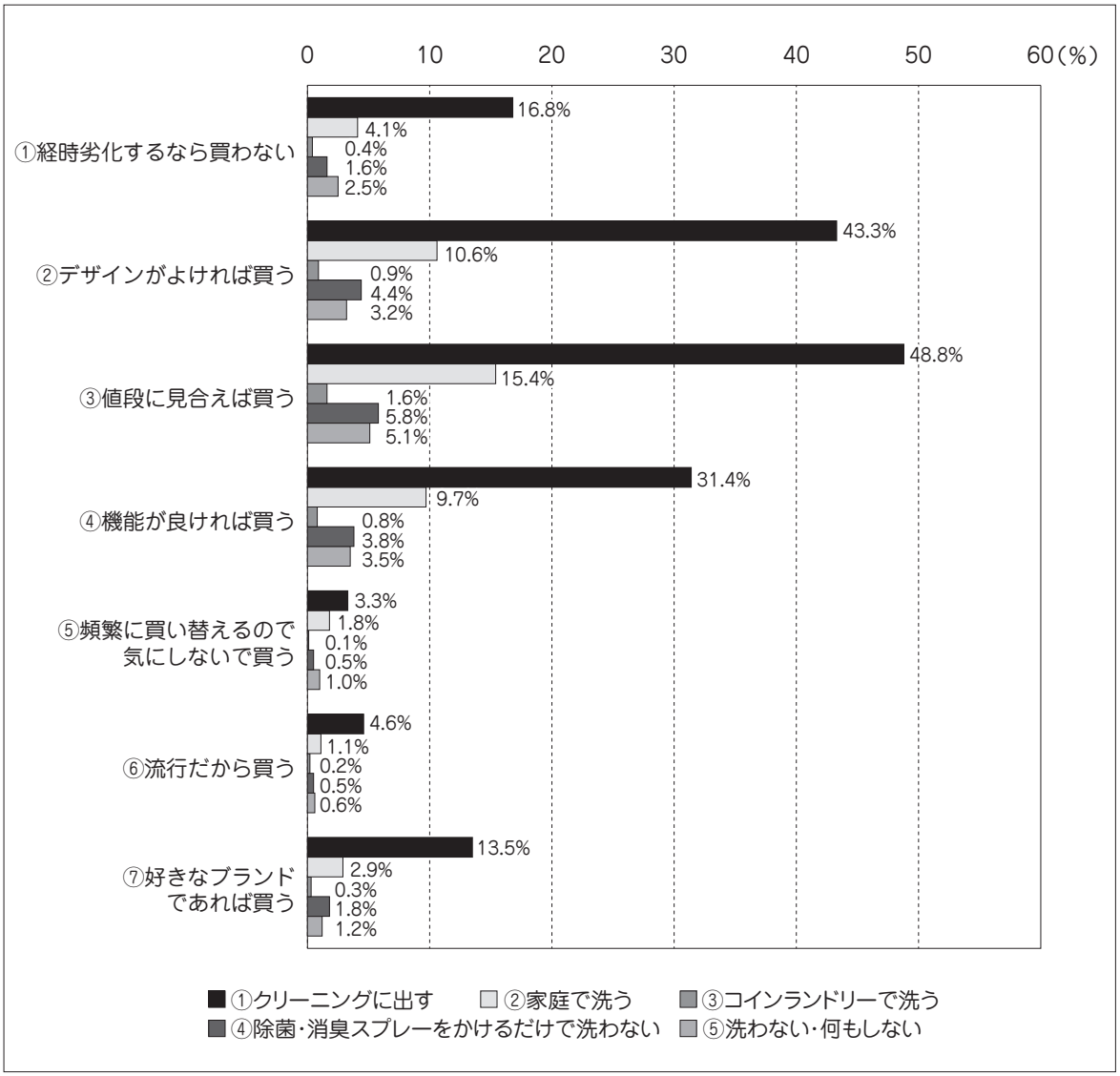
「④除菌・消臭スプレーをかけるだけで洗わない」（4.5％）、「⑤洗わない、何もしない」（5.0％）と回答している方は、いまだにしまい洗いの習慣がなく、汚れを次の着用シーズンまで持ち越してい

る。また、除菌・消臭スプレーを用いている人の中には、スプレーすることできれいになっていると誤解している人もいる可能性がある。

圧着加工製品の購入動機とシームレスダウンのお手入れ方法をクロス集計してみると、やはり、シームレスダウンを「⑤頻繁に買い替えるので気にしないで買う」「⑥流行だから買う」と回答している方は、あまりお手入れのことを気にしていない結果となっており、次のシーズンにはまた新しいものを購入する可能性があることが推測できる。

クロス集計３

問４ 圧着加工製品の購入動機　×　問７ シームレスダウンのお手入れ方法



クリーニング依頼時に経時劣化についての説明を受けたのは約３割

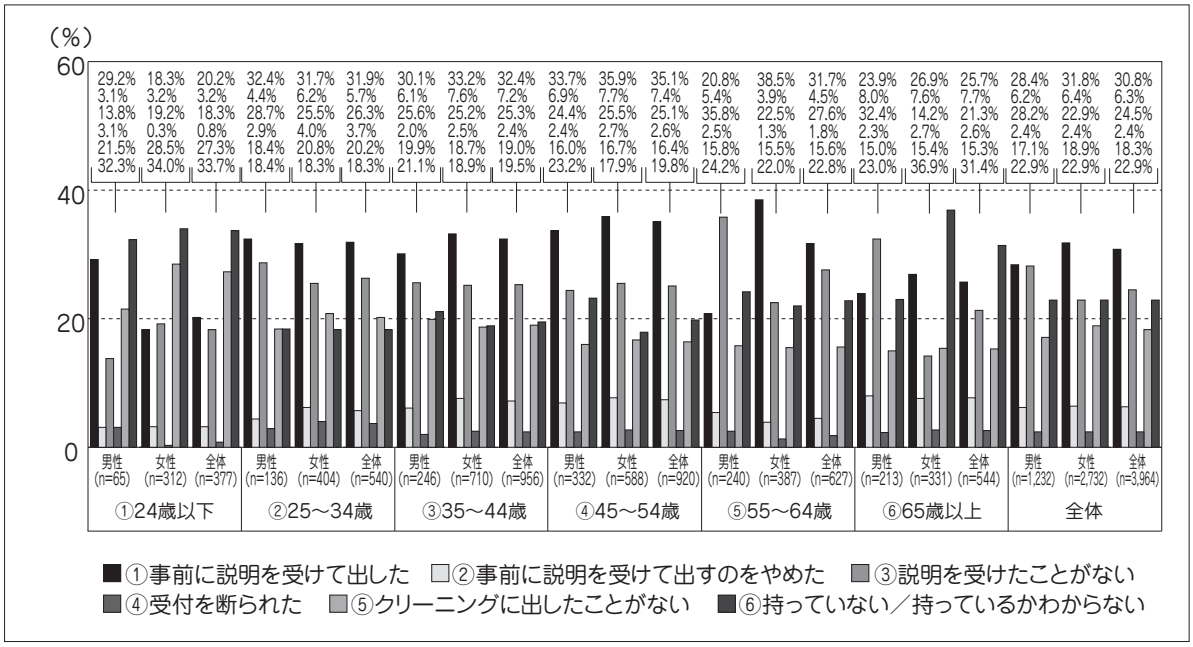
問８（p10）のクリーニング依頼時の経時劣化についての説明状況で「①事前に説明を受けて出した」（30.8%）、「②事前に説明を受けて出すのをやめた」（6.3%）を選択した利用者は全体の約３分の１で、製品の特徴や起こり得る変化などを十分に理解し、その説明を受けた上で「リスクはあったとしてもプロに任せたい」「事故が起きるくらいなら洗わない方がよい」など、自身でクリーニングを出すか否か

の判断ができるお店を利用していることになる。品物を丁寧に扱い、利用者に誠心誠意対応することでクリーニング店に対する信頼向上にもつながると考えられる。

しかし、「③説明を受けたことがない」（24.5％）は、説明がなくても最終的に何の異常もなく返却されれば問題にはならないが、事故などが起きてしまった場合には、クリーニング店側の説明責任が果たされていないことが問題となる。これを回避するためにもクリーニング店の説明技術の向上が重要になる。さらに、「④受付を断られた」（2.4％）は、クリーニングにより劣化が拡大する可能性がある場合でも、一方的に断るのではなく、十分に説明した上で利用者にクリーニングを利用するか否かを選択していただくような仕組み作りが大切である。

下記グラフは、性別・年代別に見たクリーニング依頼時の経時劣化についての説明状況だが、「⑤クリーニングに出したことがない」「⑥持っていない／持っているかわからない」という結果を除いて、ほとんどの年代で事前に説明を受けて出している。ただし、55歳以上の男性は、特に説明を受けていないと感じていることが分かるが、結局は説明されていなくてもクリーニングを依頼しているということになる。製品にこだわりを持って購入しているのに対して、メンテナンスはただプロに任せているというように読み取れる。

問８　性別・年代別に見たクリーニング依頼時の経時劣化についての説明状況

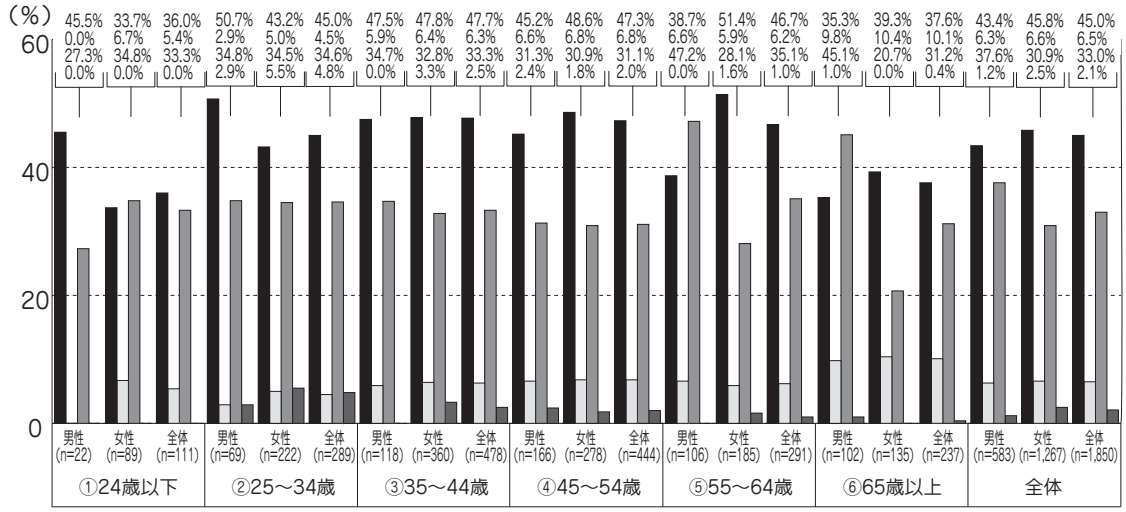


問７で、シームレスダウンを「①クリーニングに出す」と回答した方と、問８のクリーニングに出した際にリスクについての説明を受けているかをクロス集計してみたが、全体の結果と傾向にほぼ違いはなかった。各素材毎に確認しているわけではないが、55 ～ 64歳の男性においては、「①事前に説明を受けて出した」の割合が高くなっていることから、シームレスダウンをクリーニング店に出している方にはクリーニング店からのシームレスダウンへの注意喚起が伝わっているということが推察できる。

しかし、経時劣化を起こす素材を使用した製品については特に、利用者の「プロだから失敗しないのが当然」という考え方から、「プロだから、危険を察知して色々な提案をしてくれる」というように思っていただけるよう、素材の特徴等や起こり得る現象等を含めた説明をして、不要なトラブルを避ける必要がある。

クロス集計４

問７ ①シームレスダウンをクリーニングに出す × 問８ クリーニングに出した時の説明の状況



考察まとめ

目視で劣化が認識しやすく、製品が開発されてからの流通期間の長い合成皮革を除いて、経時劣化する素材の認知度は低いことが分かった。また、たとえ製品に寿命があったとしても値ごろ感や高性能、高機能、ファッション性を優先して製品を購入している消費者が多くいることが明確になった。

デフレ以降、2000年代初めごろに台頭したファストファッションが社会的に認知され約20年が経ち、その中で一着の服を長く着るという意識が希薄になっている。たとえ製品の寿命が短くても購入価格に見合っているため、消費者は経時劣化する製品の製造に不満が少ないことが窺がえる。

消費者は圧倒的に商品購入の際に製品の経時劣化のリスクについて説明を受けていない。当然ながら販売側も商品が売れづらいアピールは積極的には行わない。しかしながら、消費者は最終的にリスク発生の確率が高い製品を、我々クリーニング事業者に依頼する傾向があり、そこで初めて経時劣化する品物であったことを認識することも多い。

今後クリーニング業界は、経時劣化を起こす可能性がある製品について、クリーニングによって顕在化する恐れがあることを正しく説明し、利用者の同意を得た上で「事故発生のリスクを最小限に抑えた最も適切なクリーニングサービスの提供」を行う務めがある。

全体を通して言えることは、利用者の製品特性についての理解が十分でないことである。これは、アパレル業者、販売員、クリーニング事業者それぞれの立場で必要な説明が不足しているということである。販売する際にも製品についてのメリットやリスクの説明をしていただくことで、たとえ寿命が近い製品であったとしても、クリーニングを受け付ける際、クリーニングによって顕在化する可能性がある現象についての説明を利用者に理解してもらいやすくなり、トラブル発生のリスクを未然に抑制することができると考えられる。

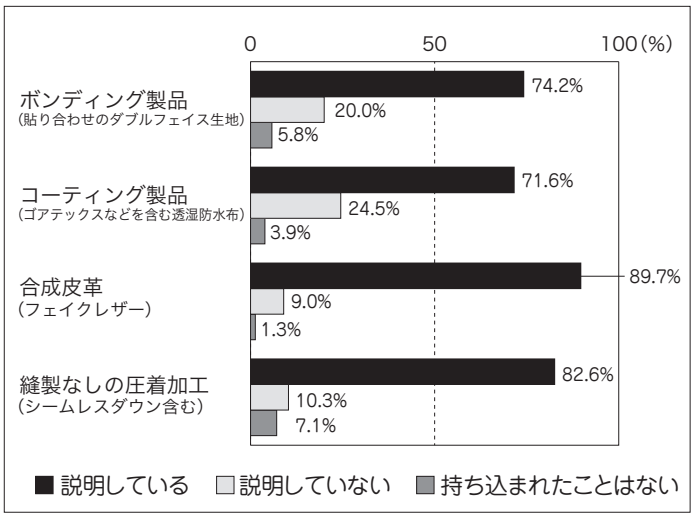
青年部員アンケートの結果と考察について

今年度の青年部員アンケートは、155名（男性：151名、女性：４名）の部員に協力いただき、45～54歳が最も多く約半分の79名、次に多かったのは、35～44歳で42名であった。

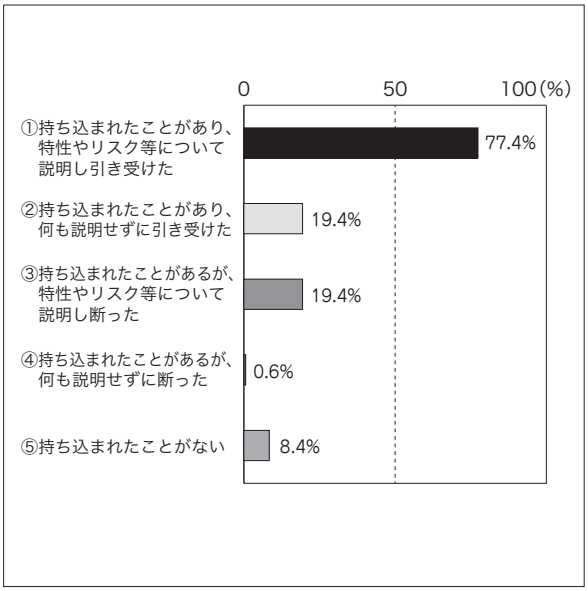
青年部員アンケートでは、経時劣化に注意が必要な製品が持ち込まれた際の対応等について聞いた。

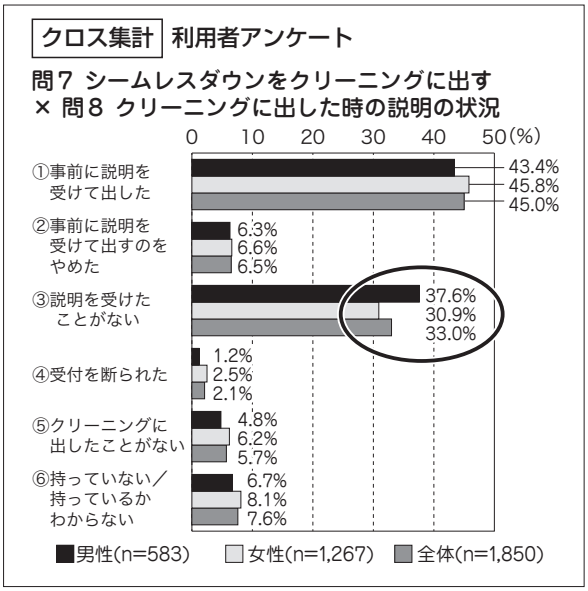
問１　合成皮革やコーティング素材など経時劣化しやすい製品について、あなたのお店に持ち込まれた際、特性やリスク等について説明していますか？

クリーニング店に持ち込まれた際の説明について、各素材とも70％以上が説明しておりよい結果ではあるが、更に説明比率を上げていきたい。合成皮革とシームレスダウンは外観でその素材を判断しやすいため、説明している率が高い傾向にある。反面、外観で経時劣化する可能性がある製品であるか否かを判別しにくいボンディング製品やコーティング製品は、多少説明している率が低い傾向にあった。



問２　あなたのお店に「シームレスダウン」が持ち込まれたことはありますか。その際の対応についてご回答ください。（複数回答可）





問２では、シームレスダウンのクリーニング店での受付状況ついて聞いた。

「①持ち込まれたことがあり、特性やリスク等について説明し引き受けた」（77.4％）と、「③持ち込まれたことがあるが、特性やリスク等について説明し断った」（19.4％）は、受付の有無に関わらず、きちんと素材の特性や、想定される変化についてクリーニング事業者が十分に理解し、利用者に説明している。ただし、利用者アンケートの問７でシームレスダウンをクリーニングに出すと回答した方を問８

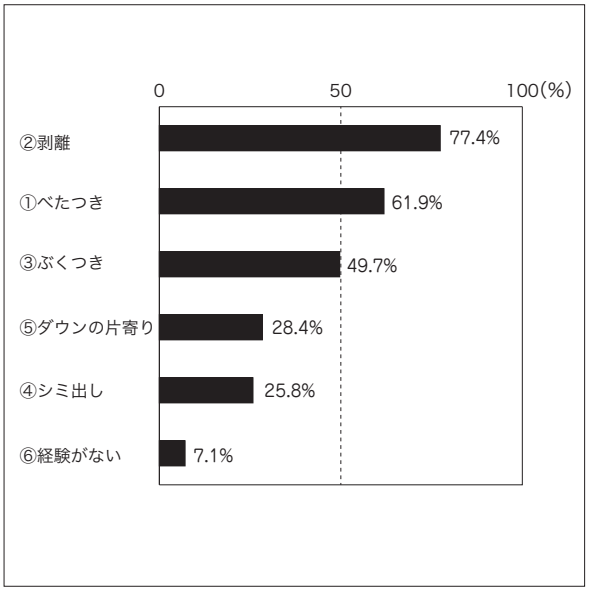
（シームレスダウンをクリーニングに出した際にクリーニング店から説明を受けたか）でクロス集計した結果では、説明を受けたことがないという利用者が30％程度おり、利用者にはあまり伝わっていないことが分かる。

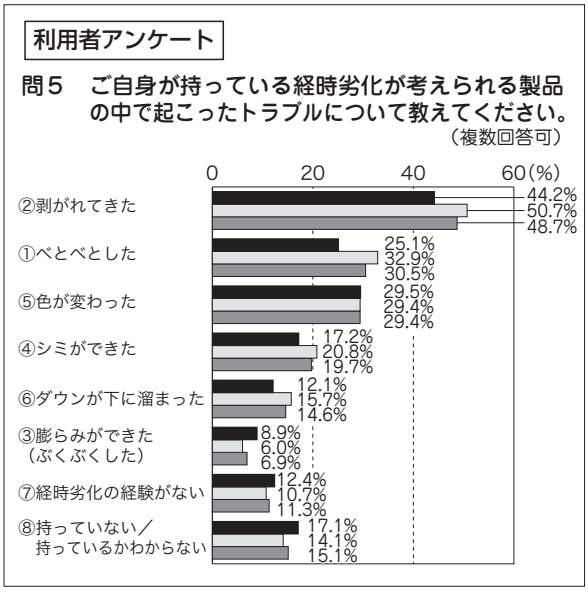
特にシームレスダウンなどの場合は、市場に出回ってから数年で時間があまり経ってはいないが、これからも流通し続ける素材と考えられるため、経時劣化による変化が出始める前から利用者には特性等を十分に理解し、楽しんでいただけるよう、クリーニング事業者としては、クリーニングに出された際には利用者に対して想定される変化や洗浄方法などについて説明していくことで、クリーニングトラブルの回避に繋がると考えられる。

ただ、「②持ち込まれたことがあり、何も説明せずに引き受けた」（19.4％）は、外観上、説明をしなくても事故が発生することはないと判断している可能性はあるが、そのような状態でも着用頻度や状況によって変化が生じる要素はある。何の説明もなく受け付けて変化が生じた場合、利用者とのトラブルになる可能性が高いため、説明をすることによってクリーニングトラブルを防ぐよう、努めなければならない。

シームレスダウンが「⑤持ち込まれたことがない」は8.4％となったが、裏を返せば91.6％の青年部員がシームレスダウンを受け付けているということになる。流通し始めてから数年は経っていることや利用者アンケート問７のシームレスダウンのお手入れの方法として、クリーニングに出す方が半数近くいること、製品の経時劣化が始まる時期であることなどから注意が必要となる。また、機能性の高さから人気があるシームレスダウンは今後さらに持ち込まれる可能性が高いことから、受付の際にはしっかり説明できるよう準備を整えていただきたい。

問３　経時劣化しやすい製品について、あなたのお店で事故が発生したことはありますか。（複数回答可）





問３では、クリーニング店での経時劣化の顕在化について聞いたところ、「②剥離」が最も多く77.4％、次いで「①べたつき」が61.9％となった。同様に、利用者アンケート問５（経時劣化トラブルの経験）でも「②剥がれてきた」、「①べとべとした」が上位に挙がっており、クリーニング事業者、利用者共に認識しやすい劣化の状態と言える。そのため、経時劣化による変化が生じる可能性を想定した上で利用者に説明し、クリーニング処理を行っているのであれば利用者とのトラブルには発展していないと考えられるが、

説明を行わずにクリーニング処理を行い変化が生じた場合には賠償責任に発展する可能性があるため、クリーニング事故賠償基準にもあるように、「処理方法等説明義務」をしっかりと果たしていただきたい。

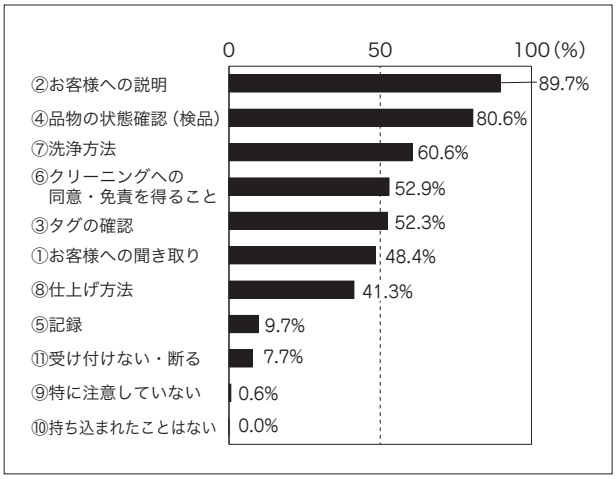
「③ぶくつき」は49.7％となった。これに対して利用者アンケートでは「膨らみができた（ぶくぶくした)」という選択肢にしたが、6.9％と少数意見であった。クリーニング事業者は認識しているが、利用者にはあまり経時劣化による変化として認識されていない可能性が考えられる。

「④シミ出し」は25.8％と意外と少なく、利用者アンケートでも「色が変わった」が29.4％、「シミができた」が19.7％でこれに相当することから、両者とも30％以下と低い結果となっている。これは、ボンディング製品や、バックコーティング製品などに考えられる経時劣化であり、クリーニング事業者、利用者共に認識が薄いようにも感じられる。30％ほどの利用者が経時劣化の変化を認識しているということは、クリーニング事業者が加工や経時劣化の変化に気づかず、利用者に説明しなければクリーニングトラブルにつながる可能性が考えられる。

「⑤ダウンの片寄り」は青年部員が28.4％、利用者が14.6％で、それほど多いとは言えないが、経時劣化した状態を認識していることになる。今後、シームレスダウンに使用される接着樹脂の劣化による事故はますます増えていくので、注意が必要となる。

これらの事象については、利用者は気づいていなかったとしても、クリーニング事業者は受付時、返却時などに気づけるようにし、伝えられるようにしたい。

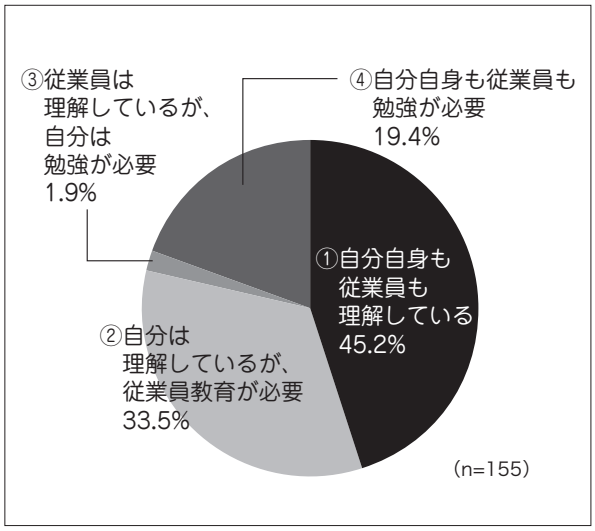
問４　経時劣化しやすい製品が持ち込まれた際、どのような点に注意していますか。（複数回答可）

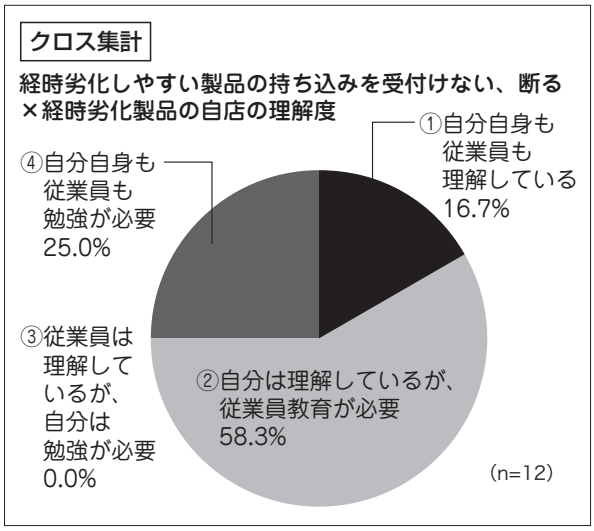


クリーニング店に経時劣化しやすい製品が持ち込まれた際の対応について、「②お客様への説明」が89.7％、次いで「④品物の状態確認（検品)」が80.6％となった。青年部員アンケートの問１からも説明を行っている割合が高く、状態確認も有効な手段を講じていると思われる。続いて「⑦洗浄方法」が60.6％で、安全な方法でクリーニングを試みていることが窺がえる。「⑥クリーニングへの同意・免責を得ること」は52.9％であるが、劣化の顕在化によるトラブルを防ぐためにもその方法を整備していきたい。「③タグの確認」は52.3％だが、経時劣化の可能性がある製品かどうかを見極めるためにももう少し高い割合であることが望ましい。「①お客様への聞き取り」は48.4％で、「いつ頃購入しましたか？」と一言聞くだけで、購入してから３年を超えているものに関しては事故発生のリスクを説明できるため、もう少し割合を高めていきたい。「⑤記録」の9.7％はかなり低いと考えらえる。

本来であれば、クリーニング事故賠償基準にもあるようにクリーニング事業者が職務上必要とされる注意義務に①～⑧の内容は相当する。通常当たり前のように行っている作業であるためあまり認識がないかもしれないが、これらの項目がほぼ100％になっていることが望ましく、特に経時劣化による変化が考えられる製品についてはなお一層の注意が必要である。「⑤記録」は今回のアンケートでかなり低い結果であったが、事故発生のリスクがある場合、「説明を行い、了承の上処理を行う」や「どのような洗浄方法で行った」などの記録があれば事故発生後、賠償責任を明確にする際に有効になる。

問５　あなたのお店では経時劣化しやすい素材について理解して取り扱っていますか。



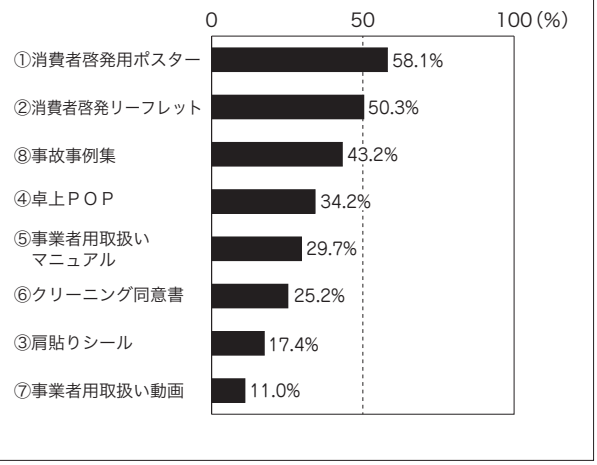


経時劣化素材に関する自店の研鑽について聞いたところ、「①自分自身も従業員も理解している」が45.2％で最も多い結果となった。しかし「②自分は理解しているが、従業員教育が必要」が33.5％となり、これは、受付やクリーニング処理を行う従業員が理解できていないということになる。つまり、利用者に説明もできず、適切なクリーニング処理も行うことができないことになるため、早急に従業員教育を行い、自身も従業員も理解して対応できるよう努力していただく必要がある。「④自分自身も従業員も勉強が必要」は19.4％となった。青年部員アンケートの問４で経時劣化しやすい製品を「⑪受け付けない・断る」と回答した人が、問５の「経時劣化する製品の理解度」についてどう回答したかの相関関係を確認したところ、「②自分は理解しているが、従業員教育が必要」が半数を超える結果となった。経時劣化製品を受付けるには、知識・技術の習得が不可欠であることから、素材の特性を十分理解し取り扱うことで自店の信頼向上につなげていただきたい。

問６　経時劣化しやすい素材について、どのような啓発ツールを必要としていますか。(複数回答可)

経時劣化しやすい素材に関する啓発ツールについて聞いたところ、利用者向けのツールとしては、「①消費者啓発用ポスター」が58.1％、「②消費者啓発リーフレット」が50.3％、「④卓上POP」が34.2％、「③肩貼りシール」が17.4％となった。

「⑧事故事例集」は43.2％、「⑤事業者用取扱いマニュアル」は29.7％、「⑦事業者取扱い動画」は11.0％となり、クリーニング事業者の知識向上のための教材となり得るもので、これらのツールを基に社内研修の実施や、



ロールプレイングを行うなど有効に活用することができる。また、経時劣化しやすい素材の製品を持ち込まれた際にどのように対応していけばよいかを社内で検討し、自社なりの接客マニュアルを作成してもよい。

「⑥クリーニング同意書」は25.2％となり、製品の特性や劣化の状態、クリーニング処理によって起こり得る変化の可能性を説明した上で利用者から同意をいただき記録することで、クリーニングトラブルを防ぐことにもつながるので、導入も検討していただきたい。

青年部員アンケート考察のまとめ

今回青年部員アンケートでは、利用者から持ち込まれた経時劣化製品についてどのようにコミュニケーションを図っているのか調査を行った。

多くの青年部員がリスク発生の可能性について説明を行っていたが、中には説明を行っていないという青年部員も一定数いた。今後、クリーニングトラブルを回避していくためには、受け付けないにしても、「なぜ受け付けられないのか」ということをきちんと説明できるように改善していく必要がある。シームレスダウンの取扱いについては、お断りする際に説明を疎かにすると利用者との信頼関係に傷をつける恐れがあるので、コミュニケーションを深めることが必要となる。

また、経時劣化の発生経験については、実際に経時劣化で変化した製品を確認している青年部員も多く、やはり外観で経時劣化の状態を判断しやすい合成皮革に関するものが多い。流通期間の長さと劣化の発生率の高さが関係しているものと考えられる。ボンディング製品などに発生するシミ出しなどは判別しづらいと考えられ、事故発生率が低かった。

経時劣化の変化に気づけるかは、経時劣化しやすい製品の判別、事故事象の判別などが重要になってくる。自店であまり経時劣化の経験がないのであれば、事故事例集を見るなどして、自店に持ち込まれた際に気づけるようにしなければならない。

経時劣化する可能性がある製品の受付時の注意点については多くの青年部員が「基本的な説明」、「製品のチェック」を行っている一方で、「クリーニングへの同意・免責を行う」、「お客様への聞き取り」は若干少なく、同レベルに引き上げたい。そうすることで不要なクリーニングトラブルに発展する可能性を低く抑えることができる。

経時劣化する素材の理解状況については従業員の認知度が低く、従業員教育の機会を設ける等の改善を要する。特に、利用者が持ち込んだ衣類を最初に扱うのは受付担当者であり、利用者への説明はここである程度行う必要がある。

最後に啓発用ツールとして「事業者用取扱いマニュアル」は、確かにあると便利で繰り返し必要な時にすぐ手に取ることができるうえに、マニュアルを活用して社員研修等を行うことで従業員とコミュニケーションを図り、多くのクリーニングトラブルを未然に防ぐことが可能になると考えられる。

Ⅳ 提言

経時劣化に注意が必要な素材についての調査を行ってきたが、やはり、アパレル業者、販売員、クリーニング事業者、消費者／利用者には、経時劣化に注意が必要な素材を中心に次のような関係性が考えられるため、それぞれに提言を行う。

アパレル業者

ポリウレタン加工を
している場合は加工名、
注意情報の記載

製造年の記載

販売員

消費者に
素材の特性などを紹介
（※デメリットを含む）

ボンディング製品　コーティング製品
合成皮革　圧着加工製品

経時劣化に注意が必要な素材への対応

クリーニング事業者

経時劣化する素材の特性、
劣化の状態の把握

リーフレットを
使ってクリーニングで起こり得る劣化の説明

消費者／利用者

素材の特性を
知った上で購入する

クリーニングに出す際、
購入時期が分かる場合は
伝える

●アパレル業者／販売員に対する提言

クリーニング事業者は、それぞれの経験や知識を活かし、取扱表示に加え、素材や製品の特性・特徴、着用状況などからクリーニング処理方法を選択している。しかし、近年出回っている製品の中には、組成表示や外観だけでは素材が判断できないものなども増え、クリーニング処理方法の選択が困難になっているものも多い。また、今回テーマとして取り上げたポリウレタン樹脂を用いた製品については、表示義務がないことから組成表示にも記載がないため、クリーニング処理を行った後に経時劣化による変化で利用者とのトラブルが発生することもある。事前にその製品がポリウレタン樹脂を使用している製品であるか否かの判断ができれば、クリーニング事業者は利用者にその旨を説明することが可能になる。さらに、一般的にはポリウレタン樹脂は２～３年で劣化するとされており、可能であれば、クリーニング事業者が製造年を判断できるような表示が付いていると、よりクリーニングトラブルを回避できるようになるため、これらの記載を検討いただくことを希望する。

①ポリウレタン樹脂を使用していることや加工名などの記載
②製造年の記載
③消費者にデメリットを含んだ素材の特性などの紹介

●消費者／利用者に対する提言

アンケートの結果から、経時劣化することを認識している消費者もいるが、「どのような製品が経時劣化する」、「どのような状態が経時劣化している」ということがはっきりと認識されていないのが現状である。消費者に対して、ポリウレタン樹脂を使用した製品が経時劣化することについて認知度を高めるための周知を行う必要がある。

消費者には、素材の特性や特徴などを知った上でその製品を楽しんでいただき、メンテナンスの際に利用したクリーニング店で、分かる範囲で購入時期などを伝えていただけるよう希望する。

●クリーニング事業者に対する提言

我々、クリーニング事業者が経時劣化によるクリーニングトラブルを減少させるためには、クリーニングによって起こり得る変化や保管中に生じる経時劣化の可能性等について利用者に説明を行い、啓発していく必要がある。それと同時に、自店従業員の経時劣化についての知識の習得、技術の研鑽等が必要不可欠となり、以下の事項について提案する。

①利用者とのコミュニケーションを十分にとる
②受付対応なども含め、クリーニング事故賠償基準を理解する
③事故情報を全国レベルで共有できる仕組みを作る
④利用者への啓発ツール（ポスターや肩貼りなど）を作成し、活用する
⑤受付マニュアルを作成し、事故を未然に防ぐようにする

①利用者とのコミュニケーションを十分にとる

結果からも分かる通り、利用者の経時劣化に対する認識は合成皮革以外の製品は40％程度で、合成皮革でさえ、100％の認知度に至っていない。この状況で、クリーニング後や保管中に経時劣化による変化が生じた場合、素材の問題とはされず、クリーニングによって生じた変化だと誤認される可能性が高い。そこで、経時劣化が考えられる製品を受け付けた際、または返却の際には、クリーニング事業者から、「1.素材の特性上、使用や保管の状態によっても劣化が進むこと」、「2.劣化が始まっ

ている場合、クリーニングによって変化が拡大する可能性があること」、「3.経時劣化の状態などを紹介し、自身でも劣化に気づいてもらえるようにしていくこと」、などを短い時間の中でコミュニケーションを取りながら周知していく。

利用者への周知の際にはアンケート調査で使用したリーフレット「ポリウレタンの注意事項」をご活用いただきたい。リーフレットには経時劣化についての説明やメカニズム、劣化の状態、注意点などをまとめてある。それを活用して説明していただくことで、利用者にも視覚的に理解を得られ、認知度が向上することが期待できる。

また、受付の短い時間の中で、受付担当者が製品の状態を判断し、どのような対応をすべきかを分かりやすくチャートで示した（巻頭付録およびp29参照）。チャートは利用者に提示するものではなく、カウンターなどに置いておき、対応を確認するために使用するものとして作成した。

②受付対応なども含め、クリーニング事故賠償基準を理解する

利用者とクリーニングトラブルが発生した場合、クリーニング事故賠償基準をベースに解決することが基本となるが、クリーニング事故賠償基準を活用するためには、受付担当者から工場内作業者、すべての従業員がその内容を理解しておく必要がある。

特に、経時劣化によるクリーニングトラブルで劣化の兆候があった場合、クリーニング処理によって変化が拡大する可能性が十分にある。この時、受付の際にこの変化の可能性を説明していたか否かによっても、対応が変わってくる。

クリーニング事故賠償基準の第１条にあるように、クリーニング事業者は利用者との間で寄託契約と請負契約を結んでおり、それによってクリーニング事業者は「洗たく物の状態把握義務」、「適正クリーニング処理方法選択義務」、「処理方法等説明義務」、「クリーニング完全実施義務」、「受寄物返還義務」の５つの義務が存在する。これらのいずれかを怠り利用者に損害を与えた場合には、請負契約上の責務不履行となり賠償しなければならないとしている。

経時劣化による事故については、特に利用者への説明が重要になるため、社内でもリーフレットを活用し、劣化しやすい製品の特徴や変化の状況などについて見分けられるようにし、いかに分かりやすく利用者に説明できるかなどの従業員教育を行っていく必要がある。

③事故情報を全国レベルで共有できる仕組みを作る
④消費者啓発ツール（ポスターや肩貼りなど）を作成し、活用する
⑤受付マニュアルを作成し、事故を未然に防ぐようにする

この３つについては、今後、事故が発生した際に、自店だけの問題と考えず全国の青年部員がその情報を共有して、事故を未然に防ぐためにも、事故情報を共有できる仕組みを作成する。情報が多く提供されれば、場合によってはアパレル業者に申し入れを行ったり、全国のクリーニング事業者への注意喚起にも活用したりできる。また、統計などを取ることで、その時期に合わせた消費者啓発ツールの作成にも発展させられる。

◆　◆　◆

経時劣化に注意が必要な素材のクリーニングトラブルを減少させるためにも、利用者への意識付けにはクリーニング事業者の働きかけが重要となる。そのためにもこの報告書を参考にしていただき、全国青年部員が一丸となって取り組むことを希望する。

経時劣化する製品が持ち込まれたら？

劣化の兆候はある？

劣化の兆候なし

購入からどれくらい経っていますか？

- ３年以内
  - クリーニング方法等の説明
  - クリーニング受付
  - クリーニング返却
  - 今後起こり得る可能性の説明
- ３年以上／分からない
  - ⚠ 劣化が始まっているかもしれません クリーニングによって変化する可能性がある
  - 製品の特性を十分に説明
    - クリーニングする場合
      - クリーニング方法等の説明
      - 承諾の記録を残して受付
      - クリーニング返却
      - 今後起こり得る可能性の説明
    - クリーニングしない場合
      - 今後起こり得る可能性の説明

劣化の兆候あり わずかに劣化が始まっている

クリーニング処理によって拡大する可能性がある

- 製品の特性を十分に説明
  - クリーニングする場合
    - クリーニング方法等の説明
    - 承諾の記録を残して受付
      - 変化なく終了
        - クリーニング返却
        - 今後起こり得る可能性の説明
      - 異常発生 利用者に連絡
        - クリーニング返却
        - 受付時の記録と共に返却時にも記録
  - クリーニングしない場合
    - 今後起こり得る可能性の説明

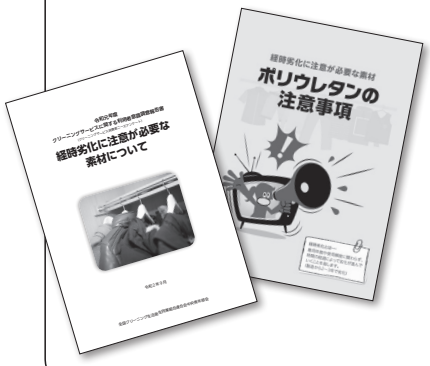
劣化している

- 製品の特性を十分に説明
  - クリーニングする場合
    - クリーニング方法等の説明
    - 承諾の記録を残して受付
    - クリーニング返却
    - 受付時の記録と共に返却時にも記録
  - 今後起こり得る可能性の説明をしてお断りする

リーフレットを渡して注意喚起

全国クリーニング生活衛生同業組合連合会
中央青年部会

報告書・リーフレットはデータをダウンロードすることができます



ダウンロード方法

- 中央青年部会のホームページ
  https://www.cleaning-seinenbu.net にアクセス
- メニューの「中青会事業」にある「利用者意識調査」または「ポリウレタンの注意事項」をクリック
- パスワード「vision」と入力し、データをダウンロードします

リーフレットはご購入いただけます。
詳細は全ク連までお問合わせください

■アンケート企画・報告書作成

中央青年部会　　部会長　鳥塚　浩
中央青年部会　　事業推進部長　十二里大平

中央青年部会　常任委員
◆需要開発研究委員会
委 員 長　村上　博
委　　員　越前谷徹、伏見幸生、緑川　誠、武田清文

※本報告書の内容の無断転載等は固くお断りいたします。内容を転用する場合には、
下記までお問い合わせください。

全国クリーニング生活衛生同業組合連合会

〒160-0011　東京都新宿区若葉1-5　全国クリーニング会館
TEL. 03－5362－7201　FAX. 03－5362－7207
担当：クリーニングサービスに関する利用者意識調査担当