

2015年1月30日

クリーニングに関する消費者意識と 経営実態調査

日本政策金融公庫
国民生活事業本部
生活衛生融資部

目 次

はしがき	1
総評（主な調査結果）	2
第1章 消費者意識調査の結果	
クリーニング店の利用の有無	3
第1節 クリーニング店利用者の分析結果	3
(1) クリーニング店の利用動向	3
(2) クリーニング店の各種サービスの利用状況	8
(3) クリーニング店を選ぶ際のポイント	12
第2節 クリーニング店非利用者の分析結果	15
《ピックアップデータ1》 仕事の服装と仕事用スーツの所持数	17
《ピックアップデータ2》 ①世帯年収②衣服の購入額③ファッションへの関心度別に見た利用動向	18
第2章 事業者の経営実態調査の結果	
アンケート回答企業の属性	20
第1節 クリーニング店の経営動向	21
《ピックアップデータ3》 事業承継に関するアンケート結果	24
《ピックアップデータ4》 クリーニング以外の商品・サービス	25
第2節 クリーニング店の経営取り組み	26
(1) 一般消費者向けクリーニングについての分析結果	26
(2) 事業者向けクリーニングについての分析結果	32
(3) 従業員の活性化・育成、経営管理等についての分析結果	33
《ピックアップデータ5》 営業状況が良好な事業者の特徴	34
第3章 大手クリーニング事業者へのヒアリング調査	39

調 査 概 要

	消費者意識調査	経営実態調査
調 査 目 的	高度化・多様化した消費者のニーズや意識を把握するとともに、事業者の経営課題に対する取り組み等を明らかにする。	
調 査 対 象	全国の一般消費者（個人）	日本政策金融公庫（国民生活事業）の全国の支店が融資したクリーニング業のうち、2,311 企業
調 査 方 法	インターネットによるアンケート調査	郵送（無記名）によるアンケート調査
調 査 時 期	2014 年 9 月	2014 年 9 月
回 答 数	5,000 名	918 企業（回答率 39.7%）

－消費者意識調査：回答数の内訳－

- ・性別：男性 2,500 名、女性 2,500 名 ・年齢：20 代～50 代、60 代以上、各 1,000 名
- ・居住地域：北海道 250 名、東北 350 名、東京都 500 名、関東（東京都を除く）1,100 名、中部 850 名、近畿 900 名、中国 300 名、四国 200 名、九州 550 名

【本調査における注意事項】

- ・図表の数字は、集計母数に占める各回答割合（%）である。
- ・経営実態調査では、無回答を除いた回答数を母数として比率を算出している。

＜調査主体＞ 株式会社日本政策金融公庫 国民生活事業本部 生活衛生融資部

＜受託者＞ 株式会社サーベイリサーチセンター

はしがき

日本政策金融公庫は、生活衛生関係営業の皆さまに対して、金融面からの支援に加え、経営に役立つ情報提供の充実に努めているところです。今般、その一環として、初めてクリーニング業をテーマとした調査を取りまとめました。

消費者意識調査では、全国の一般消費者 5,000 名を対象にインターネットによるアンケート調査を実施しました。一方、経営実態調査は当公庫の融資先である中・小規模のクリーニング業者に対して郵送によるアンケート調査を実施し、900 件を超える事業者の皆さまから回答をいただきました。さらに、業界全体の最新動向等を把握するため、大手クリーニング事業者に対するヒアリングも合わせて実施しました。

さて、近年のクリーニング業を取り巻く環境は、クールビズやファストファッションの普及、家庭用洗濯機の進歩、団塊世代の退職等によるクリーニング需要の変化や、価格競争の激化、電気料金等のコスト上昇に加え、消費税引き上げに伴う節約意識の高まりや雇用面では人材確保に一段と厳しさがみられるなど、大変厳しい状況となっております。とりわけ経営資源の乏しい小規模のクリーニング業者にとっては、経営の舵取りが難しくなっています。

ただし、こうした環境下においても、高度な技術の提供、消費者の保管・集配・宅配等のサービス需要の取り込み、宿泊・介護施設等からの受注拡大、インターネットの活用による新規顧客の開拓などにより、業績を改善・向上させている事業者も数多く存在しています。

日本再興戦略において、地域活性化が大きな柱と位置付けられており、地域住民の日常生活に密接に関係したクリーニング業においては、今後ますます重要な役割が期待されています。そうした中、多様なデータを掲載した本資料が、事業者の皆さまにとって、新たな需要の創出や経営の見直し、円滑な事業承継など、直面する経営課題を解決し、事業を維持・発展させる上で少しでもお役に立てれば幸いです。

日本政策金融公庫 国民生活事業
生活衛生融資部長 小出 顕生

総評（主な調査結果）

【1 消費者意識調査】

（※詳細は3～19ページ）

(1) クリーニング店の最近1年間の利用動向

- ・クリーニング店の利用状況は、「**本人が利用**」6割超、「**家族が利用**」2割弱、「**利用していない**」2割。
- ・利用頻度は「半年～1年に1回」（30%）、「2～3ヵ月に1回」（22%）の順に多い。**女性は男性よりも利用頻度は少ないが、衣替え時期の利用金額（1回あたり）が多い**（（参考）頻度「半年～1年に1回」：男性23%、女性36%。1回あたりの金額（衣替え時期）「5,000円以上」：男性20%、女性25%）。
- ・**各種加工サービス（はっ水加工等）を利用した割合は約4割**。利用時の満足度（「満足」の割合）は、折り目加工77%、はっ水加工68%、汗抜き加工61%、デラックス加工61%。
- ・衣料の保管サービスを「利用した」は7%。集配・宅配サービスを「よく・たまに利用する」は8%（集配）、6%（宅配）。**保管・集配・宅配サービスへの関心は（利用していない方に聴取）20代・30代が特に高い**。
- ・最近1年間に**クリーニング店を利用していない人**（以下、「非利用者」という）の**今後の利用希望**では「**料金が安くなれば、利用してもいい**」45%、「**サービスの内容が良くなれば、利用してもいい**」14%、「利用するつもりはない」41%。
- ・クリーニング店の利用動向の特徴として、**若者（20代）の二極化**が挙げられる。非利用者のうち、過去に「**一度も利用したことがない**」は**20代（29%）が最も多い**（全体は14%）。一方、利用者では、**クリーニングの利用金額が「増えた」と今後「増える」は、いずれも20代が最も多く**（「増えた」：20代27%、全体16%、「増える」：20代19%、全体11%）、また、**保管・宅配サービスの利用割合が最も高いのも20代**である（保管：20代11%、全体7%、宅配：9%、全体6%）。

(2) クリーニング店を選ぶ際のポイント

- ・**利用しているクリーニング店の数は「1店」（75%）が最も多いが、「2店」利用も23%**。
- ・**お店を選ぶ際の重視点（「重視」の割合が高い上位5項目）は、「利用しやすい場所にある」（92%）、「料金が安い」（88%）、「通常加工の技術力が高い」（80%）、「店員の接客態度がよい」（76%）、「店内での待ち時間が短い」（67%）**。これら5項目のうち、現在利用しているクリーニング店に対する評価（「満足」の割合）は、高い順に、「**場所**」（87%）、「**待ち時間**」（66%）、「**接客態度**」（65%）、「**料金**」（63%）、「**通常加工の技術力**」（51%）となっている。

【2 経営実態調査】

（※詳細は20～38ページ）

売上高の増減動向および収支状況別にみた、**営業状況が良好な（最近1年間の売上高が前年に比べて増加、最近1年間の収支がプラス）事業者**に共通の特徴は以下のとおり。

(1) 取扱商品・サービス等の特徴

【一般消費者向けにクリーニングを実施している企業】

- ・クリーニングの**料金は安く、仕上がり日数は早い**。
（参考）紳士用スーツの料金（平均）：全体1,238円、売上高増加企業1,160円、収支プラス企業1,172円
紳士用スーツの日数（平均）：全体2.5日、売上高増加企業1.9日、収支プラス企業2.0日
- ・**衣類以外で取扱している品目では、「帽子」「バッグ」「靴」の取扱割合が高い**。
- ・**各種加工サービス（はっ水加工等）の取扱割合が高く、これらを積極的に案内**。
- ・**しみ抜き、修繕サービスを原則として有料**で実施。
- ・**保管、集配、宅配サービスを実施している企業では、これらの売上高が増加、収益面の貢献度も高い**。
- ・**多様な販促活動を実施。また、顧客の利用頻度に応じたサービス（ポイント・割引等）を実施**。
- ・**イベント・セール回数が多い**（回数（年平均）：全体9回、売上高増加企業9.9回、収支プラス企業14回）。

【事業者向けにクリーニングを実施している企業】

- ・**取引している事業者の種類が多く**、ホテル・旅館、飲食店、診療所・病院の売上高が増加。

(2) 経営管理等の特徴

- ・**経営の数字面の管理を実践**（損益状況の定期的な把握、原材料費・人件費の管理、目標売上等の設定等）。
- ・**従業員の活性化や育成を図るための取り組みを実施**（成功・失敗事例の共有、ミーティングの実施等）。
- ・**女性や若手従業員の意見を積極的に収集・活用**。

第1章 消費者意識調査の結果

消費者意識調査：全国の一般消費者 5,000 名を対象としたインターネットによるアンケート調査
クリーニング店の利用の有無

クリーニング店の利用の有無

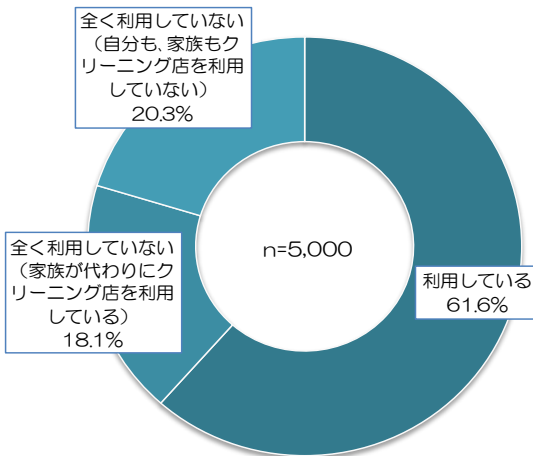
○クリーニング店の利用の有無（注）

（注）最近1年間（平成25年9月から平成26年8月）の利用状況について聴取。以下（1）クリーニング店の利用動向、（2）クリーニング店の各種加工サービスの利用状況も同じ。）

- ・本人が「利用している」62%（男性53%、女性70%）
- ・「家族が代わりに利用している」18%（男性26%、女性10%）
- ・「自分も、家族もクリーニング店を利用していない」20%（男性20%、女性20%）

男性20代は「自分も、家族も利用していない」割合が27%と高い

参考1 クリーニング店の利用の有無



参考2 クリーニング店の利用の有無（性別・年代別、年代別）

	全 体	利用している (%)		
		本人が利用している	家族が代わりに利用している	自分も、家族も利用していない
全体	5,000	61.6	18.1	20.3
性・年代別				
男性計	2,500	53.4	26.3	20.3
男性20代	500	44.4	28.4	27.2
男性30代	500	56.2	21.4	22.4
男性40代	500	55.6	25.6	18.8
男性50代	500	61.4	24.0	14.6
男性60代以上	500	49.2	32.2	18.6
女性計	2,500	69.8	9.9	20.3
女性20代	500	58.0	18.2	23.8
女性30代	500	68.0	13.4	18.6
女性40代	500	73.0	6.8	20.2
女性50代	500	79.6	5.8	14.6
女性60代以上	500	70.2	5.4	24.4
性・年代別				
20代	1,000	51.2	23.3	25.5
30代	1,000	62.1	17.4	20.5
40代	1,000	64.3	16.2	19.5
50代	1,000	70.5	14.9	14.6
60代以上	1,000	59.7	18.8	21.5

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

第1節 クリーニング店利用者の分析結果

第1節では、最近1年間に本人がクリーニング店を利用したことがあると回答した方（3,078人）の調査結果を取りまとめている。

（1）クリーニング店の利用動向

クリーニング店の利用頻度と品物の内容

○利用頻度

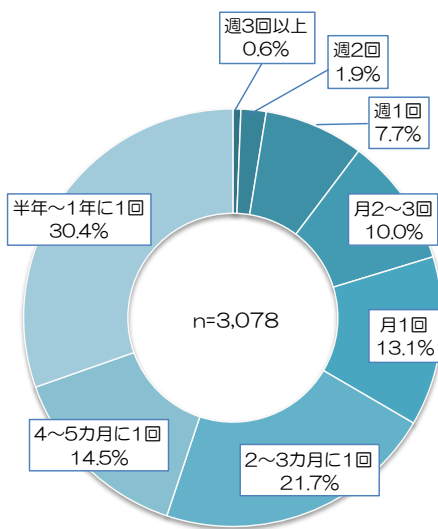
- ・「半年～1年に1回」30%、「2～3ヵ月に1回」22%
- ・「週1回以上」10%（男性14%、女性8%）、「月1回以上」33%（男性41%、女性27%）

男性は「2～3ヵ月に1回」及び「半年～1年に1回」（23%）、女性は「半年～1年に1回」（36%）の割合が最も高い

○品物の内容（複数回答）

- ・「自分の衣類（ビジネス用以外）」 55%（男性49%、女性60%）
- ・「自分の衣類（ビジネス用）」 45%（男性72%、女性24%）
- ・「家族の衣類（ビジネス用以外）」 39%（男性28%、女性47%）
- ・「家族の衣類（ビジネス用）」 31%（男性13%、女性44%）

参考3 クリーニング店の利用頻度

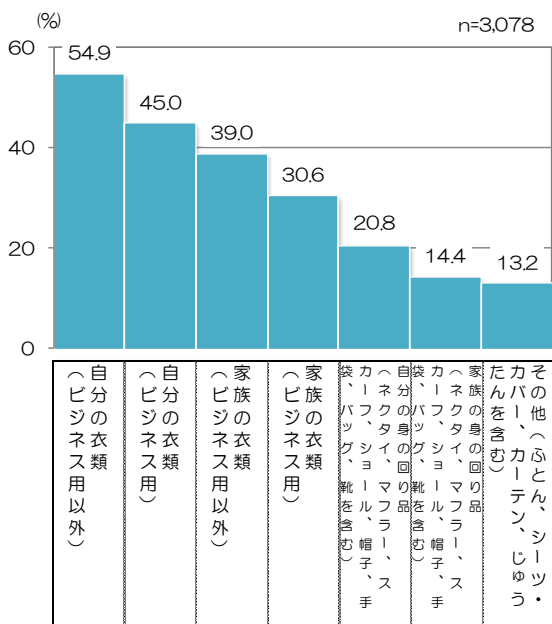


参考4 クリーニング店の利用頻度 (性別・年代別)

	利用頻度 (%)									「週1回以上」計	「月1回以上」計
	全体	週3回以上	週2回	週1回	月2~3回	月1回	2~3カ月に1回	4~5カ月に1回	半年~1年に1回		
全体	3,078	0.6	1.9	7.7	10.0	13.1	21.7	14.5	30.4	10.3	33.4
性・年代別											
男性計	1,334	0.7	2.6	10.6	13.0	14.5	23.2	12.2	23.2	13.9	41.3
男性20代	222	1.4	3.2	7.7	9.0	19.8	31.1	8.1	19.8	12.2	41.0
男性30代	281	0.7	3.9	7.1	10.7	14.9	24.2	11.0	27.4	11.7	37.4
男性40代	278	1.1	0.7	12.2	12.2	11.2	20.5	11.9	30.2	14.0	37.4
男性50代	307	0.3	2.6	13.0	15.6	14.0	24.4	12.4	17.6	16.0	45.6
男性60代以上	246	-	2.8	12.2	16.7	13.4	16.7	17.5	20.7	15.0	45.1
女性計	1,744	0.6	1.4	5.6	7.7	12.0	20.6	16.2	35.8	7.6	27.4
女性20代	290	0.3	0.7	2.4	7.6	15.9	23.1	12.8	37.2	3.4	26.9
女性30代	340	1.2	1.5	6.5	5.6	11.8	18.5	15.9	39.1	9.1	26.5
女性40代	365	0.8	1.6	6.0	6.3	8.2	16.7	17.8	42.5	8.5	23.0
女性50代	398	0.3	1.8	7.0	10.1	10.3	23.9	15.6	31.2	9.0	29.4
女性60代以上	351	0.3	1.4	5.1	8.8	15.1	20.8	18.5	29.9	6.8	30.8

・色掛け(青色)：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考5 クリーニング店に出した品物の内容 (複数回答)



参考6 クリーニング店に出した品物の内容 (複数回答) (性別・年代別)

	品物の内容 (%)							
	全体	自分(ビジネス用以外)	自分(ビジネス用)	家族(ビジネス用以外)	家族(ビジネス用)	カーフ、マフラー、手袋、靴	ショール、帽子、手袋、靴	その他(ふとん、カーテン、じゅうたんを含む)
全体	3,078	54.9	45.0	39.0	30.6	20.8	14.4	13.2
性・年代別								
男性計	1,334	49.0	72.2	28.1	12.9	21.7	11.5	10.3
男性20代	222	42.3	79.3	14.4	12.2	25.7	5.9	10.4
男性30代	281	47.3	79.0	26.3	13.5	24.2	12.1	12.5
男性40代	278	46.0	78.1	29.9	8.6	19.1	11.9	10.8
男性50代	307	45.0	74.9	29.6	15.0	18.6	13.0	6.8
男性60代以上	246	65.0	48.0	38.6	15.0	22.4	13.8	11.4
女性計	1,744	59.5	24.2	47.2	44.1	20.1	16.6	15.4
女性20代	290	55.5	39.0	29.0	37.9	24.8	13.8	11.7
女性30代	340	60.9	27.9	40.9	46.8	19.7	15.6	13.8
女性40代	365	56.7	24.7	44.9	45.2	17.3	14.8	13.2
女性50代	398	64.1	21.4	58.5	54.8	20.9	22.6	17.1
女性60代以上	351	59.3	11.1	58.1	33.3	18.5	14.8	20.2

・色掛け(青色)：全体より5ポイント以上割合が高い項目

クリーニングに出した品物の内容（詳細）と満足度

○クリーニングに出した品物の内容（詳細）（複数回答）

回答割合の高い上位3項目

【自分の衣料（ビジネス用）】

男性「スーツ」88%、「シャツ」57%、「コート」45%

女性「スーツ」72%、「コート」60%、「ジャケット」47%

【自分の衣料（ビジネス用以外）】

男性「ジャケット」49%、「ジャンパー・ダウンジャケット」48%、「コート」46%

女性「コート」69%、「ジャケット」47%、「ジャンパー・ダウンジャケット」45%

【自分の身の回り品】

男性「ネクタイ」69%、「マフラー」47%、「帽子」12%

女性「マフラー」59%、「ショール」36%、「スカーフ」35%

○その他の品物でクリーニング店を利用した際の満足度

「スーツ・カバー」は「満足している」（かなり・ある程度）割合が84%と高い

クリーニングに出した品物：①【自分の衣料】（複数回答）（性別・年代別）

参考7 自分の衣料（ビジネス用）

	全 体	ス ー ツ （ 上 ま た は 下 ）	（ む ） ・ フ ラ ワ イ ス を 含 む シ ャ ツ （ ハ ウ イ シ ャ ツ を 含 む ）	コ ー ト	ジ ャ ケ ッ ト	ス ポ ン ・ パ ン ツ （ ハ ウ イ ス を 含 む ）	セ ー タ ー ・ カ ー デ イ ガ ン ・ バ ス ト	ス カ ー ト	業 者 フ ォ ー ム （ 制 服 ） 、 作 業 着	そ の 他
性・年代別										
全体	1,385	830	502	500	366	297	225	141	71	17
男性計	963	879	573	454	320	299	184	60	46	09
男性20代	176	898	699	358	250	188	205	1.1	4.0	-
男性30代	222	90.1	58.1	41.4	27.0	19.4	15.8	4.5	4.5	1.8
男性40代	217	89.4	48.4	44.2	24.0	22.1	14.7	6.5	5.1	0.9
男性50代	230	82.2	54.3	48.7	38.7	43.5	15.7	7.8	7.0	0.9
男性60代以上	118	89.0	59.3	62.7	53.4	54.2	32.2	11.9	-	0.8
女性計	422	71.8	33.9	60.4	47.2	29.4	32.0	32.5	13.0	3.3
女性20代	113	78.8	42.5	49.6	29.2	18.6	17.7	23.9	11.5	0.9
女性30代	95	65.3	31.6	65.3	46.3	25.3	33.7	28.4	13.7	3.2
女性40代	90	62.2	20.0	48.9	36.7	18.9	32.2	31.1	18.9	3.3
女性50代	85	78.8	41.2	80.0	69.4	48.2	47.1	44.7	10.6	4.7
女性60代以上	39	74.4	30.8	64.1	76.9	53.8	35.9	43.6	7.7	7.7

・全体より5ポイント以上割合が高い項目を色掛け（青色）で表示

参考8 自分の衣料（ビジネス用以外）

	全 体	コ ー ト	ジ ャ ケ ッ ト	ゲ ン ジ ャ ン パ ー ・ ダ ウ ン ジ ャ ケ ッ ト	セ ー タ ー ・ カ ー デ イ ガ ン ・ バ ス ト	礼 服	（ む ） ・ フ ラ ワ イ ス を 含 む ） シ ャ ツ （ ハ ウ イ シ ャ ツ を 含 む ）	ス ポ ン ・ パ ン ツ （ ハ ウ イ ス を 含 む ）	ワ ン ピ ー ス	ス ー ツ （ 上 ま た は 下 ）	ス カ ー ト	ド レ ス	着 物 ・ 浴 衣	ア ス ポ ー ツ 用 品 （ ス キ ー ウ エ ー 等 ）	学 生 服	そ の 他
性・年代別																
全体	1,691	603	475	461	360	301	295	276	232	220	177	86	44	35	18	12
男性計	653	464	489	482	331	315	436	360	57	190	52	18	20	55	15	0.8
男性20代	94	500	532	372	298	149	500	202	85	223	53	1.1	1.1	2.1	2.1	1.1
男性30代	133	556	504	526	263	226	398	256	68	165	38	2.3	2.3	6.8	1.5	1.5
男性40代	128	414	398	469	281	305	367	242	3.1	195	3.1	1.6	2.3	6.3	2.3	0.8
男性50代	138	457	514	514	341	377	428	500	4.3	181	4.3	1.4	0.7	5.1	2.2	-
男性60代以上	160	413	500	494	438	444	494	513	6.3	194	8.8	2.5	3.1	6.3	-	0.6
女性計	1,038	69.1	46.7	44.8	37.9	29.2	20.6	22.4	34.3	23.9	25.5	12.8	5.9	2.3	2.0	1.5
女性20代	161	68.9	32.3	31.1	25.5	16.8	25.5	6.8	33.5	14.9	18.6	30.4	8.7	1.9	3.1	0.6
女性30代	207	72.9	42.5	39.1	32.4	23.2	14.0	18.4	35.3	16.9	22.7	19.3	3.9	1.4	1.4	1.9
女性40代	207	67.6	38.2	47.3	38.2	25.6	14.5	16.4	31.4	22.2	23.2	2.9	4.3	1.4	4.3	1.0
女性50代	255	71.4	68.8	56.5	43.1	40.0	25.9	29.4	40.8	32.2	31.4	7.5	6.3	2.7	1.6	1.2
女性60代以上	208	63.9	55.8	44.2	45.2	35.1	23.1	35.6	28.8	29.3	28.8	9.1	6.7	3.8	-	2.9

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

クリーニングに出した品物：②【家族の衣料】（複数回答）（性別・年代別）

参考9 家族の衣料（ビジネス用）

	全 体	ス ー ツ （ 上 ま た は 下 ）	コ ー ト	（ む ） ・ フ ラ ワ イ ス を 含 む シ ャ ツ （ ハ ウ イ シ ャ ツ を 含 む ）	ジ ャ ケ ッ ト	ス ポ ン ・ パ ン ツ （ ハ ウ イ ス を 含 む ）	セ ー タ ー ・ カ ー デ イ ガ ン ・ バ ス ト	ス カ ー ト	業 者 フ ォ ー ム （ 制 服 ） 、 作 業 着	そ の 他
性・年代別										
全体	941	830	515	492	385	337	193	128	67	04
男性計	172	680	576	529	471	390	355	395	7.0	0.6
男性20代	27	667	519	467	441	259	481	259	7.4	3.7
男性30代	38	78.9	55.3	68.4	47.4	47.4	23.7	42.1	7.9	-
男性40代	24	667	583	583	375	375	333	456	8.3	-
男性50代	46	58.7	56.5	47.8	45.7	34.8	39.1	43.5	6.5	-
男性60代以上	37	70.3	64.9	48.6	54.1	45.9	35.1	37.8	5.4	-
女性計	769	863	502	48.4	36.5	32.5	15.7	6.8	6.6	0.4
女性20代	110	855	345	49.1	24.5	14.5	8.2	6.4	5.5	-
女性30代	159	830	44.7	47.2	32.1	24.5	10.7	6.3	5.0	-
女性40代	165	855	48.5	42.4	24.8	23.6	12.7	4.2	10.3	0.6
女性50代	218	91.7	60.6	52.8	46.3	41.7	20.6	9.2	7.8	0.5
女性60代以上	117	82.9	55.6	49.6	52.1	55.6	24.8	6.8	2.6	0.9

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

・斜線：サンプル数僅少（30未満）のため参考値

参考10 家族の衣料（ビジネス用以外）

	全 体	コ ー ト	ジ ャ ケ ッ ト	ゲ ン ジ ャ ン パ ー ・ ダ ウ ン ジ ャ ケ ッ ト	礼 服	セ ー タ ー ・ カ ー デ イ ガ ン ・ バ ス ト	（ む ） ・ フ ラ ワ イ ス を 含 む ） シ ャ ツ （ ハ ウ イ シ ャ ツ を 含 む ）	ス ポ ン ・ パ ン ツ （ ハ ウ イ ス を 含 む ）	ワ ン ピ ー ス	ス ー ツ （ 上 ま た は 下 ）	ス カ ー ト	学 生 服	ド レ ス	着 物 ・ 浴 衣	ア ス ポ ー ツ 用 品 （ ス キ ー ウ エ ー 等 ）	そ の 他
性・年代別																
全体	1,199	501	432	405	374	339	335	290	239	202	198	112	68	53	48	08
男性計	375	536	411	392	368	427	352	235	192	325	363	93	107	51	6.1	0.5
男性20代	32	406	313	250	281	344	375	156	94	281	188	6.3	9.4	6.3	-	-
男性30代	74	64.9	52.7	41.9	36.5	33.8	36.5	17.6	13.5	33.8	32.4	5.4	14.9	9.5	8.1	1.4
男性40代	83	49.4	38.6	33.7	27.7	39.8	28.9	15.7	21.7	22.9	31.3	14.5	2.4	4.8	9.6	1.2
男性50代	91	59.3	38.5	44.0	38.5	47.3	35.2	33.0	18.7	38.5	42.9	16.5	13.2	2.2	5.5	-
男性60代以上	95	47.4	40.0	42.1	46.3	50.5	38.9	28.4	25.3	35.8	43.2	2.1	12.6	4.2	4.2	-
女性計	824	485	442	410	377	299	328	31.6	260	14.6	12.3	12.0	5.0	5.5	4.1	0.8
女性20代	84	57.1	36.9	33.3	33.3	27.4	33.3	17.9	29.8	13.1	8.3	1.2	8.3	4.8	2.4	-
女性30代	139	47.5	43.9	30.2	33.1	24.5	26.6	15.8	21.6	15.1	10.8	10.1	5.0	4.3	2.2	1.4
女性40代	164	42.1	42.1	25.0	28.7	25.0	20.1	17.7	22.6	11.6	7.9	34.8	3.0	6.1	5.5	1.8
女性50代	233	50.6	53.6	51.1	44.6	31.8	39.5	38.6	29.2	18.9	17.2	11.6	6.0	6.0	4.7	0.4
女性60代以上	204	48.5	38.2	52.9	42.2	36.3	39.2	51.0	26.5	12.3	12.7	-	3.9	5.4	4.4	0.5

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

クリーニングに出した品物：③【自分・家族の身の回り品】（複数回答）（性別・年代別）

参考 11 自分の身の回り品

参考 12 家族の身の回り品

	全 体	マ フ ラ ー	ネ ク タ イ	ス カ ー フ	シ ヨ ー ル	帽 子	手 袋	ハ ッ ク	靴	そ の 他
全 体	640	538	366	234	225	11.7	8.9	4.1	2.2	6.7
性・年代別										
男性計	290	472	690	90	6.6	11.7	8.6	3.4	1.4	6.2
男性20代	57	42.1	64.9	8.8	8.8	15.8	7.0	3.5	-	7.0
男性30代	68	48.5	72.1	10.3	7.4	11.8	8.8	7.4	4.4	2.9
男性40代	53	39.6	79.2	7.5	1.9	7.5	3.8	1.9	1.9	3.8
男性50代	57	42.1	70.2	7.0	8.8	8.8	7.0	3.5	-	7.0
男性60代以上	55	63.6	58.2	10.9	5.5	14.5	16.4	-	-	10.9
女性計	350	59.1	9.7	35.4	35.7	11.7	9.1	4.6	2.9	7.1
女性20代	72	61.1	13.9	18.1	26.4	8.3	6.9	9.7	6.9	13.9
女性30代	67	61.2	7.5	20.9	34.3	10.4	7.5	1.5	1.5	9.0
女性40代	63	66.7	11.1	83.3	34.9	9.5	9.5	4.8	3.2	3.2
女性50代	83	61.4	9.6	47.0	37.3	12.0	10.8	2.4	1.2	2.4
女性60代以上	65	44.6	6.2	56.9	46.2	18.5	10.8	4.6	1.5	7.7

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

	全 体	ネ ク タ イ	マ フ ラ ー	シ ヨ ー ル	ス カ ー フ	帽 子	手 袋	ハ ッ ク	靴	そ の 他
全 体	443	524	470	22.6	20.1	11.1	9.0	3.2	1.8	6.1
性・年代別										
男性計	154	36.4	53.9	36.4	31.8	11.0	10.4	3.9	0.6	9.1
男性20代	13	46.2	46.2	30.8	15.4	7.7	7.7	-	-	-
男性30代	34	29.4	67.6	38.2	32.4	14.7	14.7	11.8	2.9	8.8
男性40代	33	42.4	51.5	21.2	27.3	6.1	3.0	3.0	-	3.0
男性50代	40	27.5	42.5	42.5	32.5	17.5	10.0	2.5	-	12.5
男性60代以上	34	44.1	58.8	44.1	41.2	5.9	14.7	-	-	14.7
女性計	289	60.9	43.3	15.2	13.8	11.1	8.3	2.8	2.4	4.5
女性20代	40	57.5	35.0	10.0	30.0	12.5	10.0	5.0	2.5	10.0
女性30代	53	45.3	41.5	13.2	7.5	9.4	11.3	3.8	3.8	5.7
女性40代	54	66.7	42.6	14.8	7.4	3.7	3.7	1.9	1.9	3.7
女性50代	90	68.9	46.7	16.7	14.4	7.8	8.9	2.2	3.3	2.2
女性60代以上	52	59.6	46.2	19.2	13.5	25.0	7.7	1.9	-	3.8

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

・斜線：サンプル数僅少（30未満）のため参考値

クリーニングに出した品物：④【その他の品物】（複数回答）（性別・年代別）

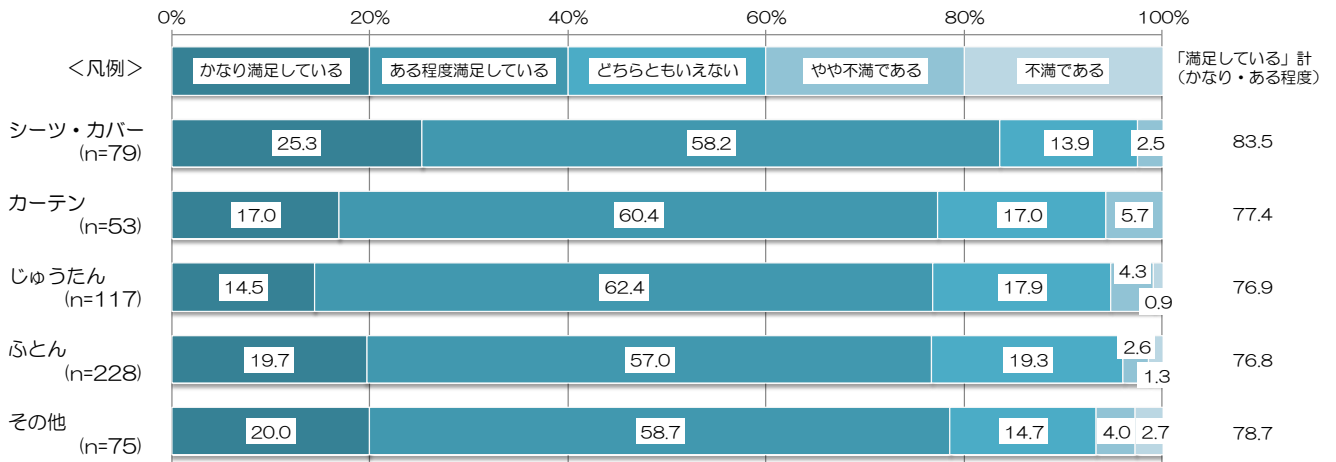
参考 13 その他の品物の種類

	全 体	ふ と ん	じ ゅ う た ん	シ ー ツ ・ カ バ ー	カ ー テ ン	そ の 他
全 体	405	56.3	28.9	19.5	13.1	18.5
性・年代別						
男性計	137	63.5	27.7	27.7	16.8	10.2
男性20代	23	78.3	26.1	30.4	13.0	8.7
男性30代	35	74.3	22.9	34.3	20.0	14.3
男性40代	30	56.7	26.7	13.3	10.0	13.3
男性50代	21	61.9	28.6	19.0	14.3	4.8
男性60代以上	28	46.4	35.7	39.3	25.0	7.1
女性計	268	52.6	29.5	15.3	11.2	22.8
女性20代	34	70.6	23.5	20.6	5.9	14.7
女性30代	47	57.4	44.7	8.5	19.1	12.8
女性40代	48	66.7	25.0	12.5	4.2	20.8
女性50代	68	45.6	26.5	14.7	5.9	29.4
女性60代以上	71	38.0	28.2	19.7	18.3	28.2

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

・斜線：サンプル数僅少（30未満）のため参考値

参考 14 その他の品物でクリーニング店を利用した際の満足度（性別・年代別）



利用1回あたりの金額、増減動向と今後の見通し

○利用1回あたりの平均利用金額（※家族分を含めた総利用金額）

【衣替え時期】「5,000円以上」（23%）が最多。女性50代・60代以上の割合が高い
 【通常月】 「1,000～1,499円」（28%）が最多

○最近1年間の利用金額の前年と比べた増減動向

・「増えた（かなり・やや）」16%、「変わらない」63%、「減った（かなり・やや）」21%

○利用金額の今後の増減見通し

・「増える（かなり・やや）」11%、「変わらない」72%、「減る（かなり・やや）」17%
 男女20代は利用金額が「増えた」・「増える」割合が高い

参考15 利用1回あたりの平均利用金額
 【衣替え時期】（性別・年代別）

	全 体	利用金額（円）								%
		1,000 円未満	1,000 円	1,500 円	2,000 円	2,500 円	3,000 円	4,000 円	5,000 円以上	
全体	2,963	9.3	12.6	11.1	11.7	10.3	13.2	8.8	22.9	
性・年代別										
男性計	1,279	12.2	15.0	11.3	13.1	9.4	11.6	7.6	19.9	
男性20代	210	21.0	21.4	13.8	11.0	8.6	10.0	4.8	9.5	
男性30代	268	13.1	17.9	12.3	12.3	9.0	11.9	6.7	16.8	
男性40代	267	11.2	13.1	13.9	9.7	9.0	11.2	9.7	22.1	
男性50代	298	9.4	13.1	9.7	17.8	8.7	12.8	7.0	21.5	
男性60代以上	236	8.1	10.6	7.2	13.6	11.9	11.4	9.3	28.0	
女性計	1,684	7.2	10.8	11.0	10.7	10.9	14.5	9.7	25.2	
女性20代	277	9.7	17.7	19.5	10.8	10.8	9.7	6.9	14.8	
女性30代	323	10.5	10.5	9.6	10.8	12.7	14.6	10.2	21.1	
女性40代	353	5.9	11.6	12.2	13.9	9.6	15.0	9.3	22.4	
女性50代	389	4.6	8.7	8.2	8.0	11.8	16.2	10.5	31.9	
女性60代以上	342	6.1	7.0	7.3	10.2	9.6	15.8	11.1	32.7	

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目
 ・通常月（衣替え時期以外）の利用者（1点以上）に聴取

参考16 利用1回あたりの平均利用金額
 【通常月（衣替え時期以外）】（性別・年代別）

	全 体	利用金額（円）								%
		500 円未満	500 円	750 円	1,000 円	1,500 円	2,000 円	2,500 円	5,000 円以上	
全体	2,173	7.3	11.7	14.6	28.3	15.0	9.7	13.4		
性・年代別										
男性計	1,021	8.5	10.7	16.2	26.9	14.5	8.9	14.3		
男性20代	185	8.1	8.1	20.5	29.2	14.1	5.9	14.1		
男性30代	211	9.5	10.4	15.2	26.5	14.2	8.5	15.6		
男性40代	198	6.6	16.2	12.1	25.8	12.1	13.6	13.6		
男性50代	238	9.2	9.2	18.5	22.8	14.3	7.1	11.8		
男性60代以上	189	9.0	9.5	14.3	22.8	18.0	9.5	16.9		
女性計	1,152	6.2	12.6	13.2	29.4	15.5	10.4	12.7		
女性20代	198	4.0	10.1	11.6	39.9	11.6	9.6	13.1		
女性30代	233	9.4	12.4	14.6	24.9	15.5	11.6	11.4		
女性40代	228	6.1	13.6	14.5	29.4	14.9	10.1	11.4		
女性50代	264	3.8	14.8	11.4	27.7	18.6	11.7	12.1		
女性60代以上	229	7.4	11.4	14.0	27.1	16.2	8.7	15.3		

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目
 ・衣替え時期の利用者（1点以上）に聴取

参考17 利用金額の増減動向
 （性別・年代別）

	全 体	増減動向					「増えた」計		「減った」計	
		かなり 増えた	やや 増えた	変 わ ら な い	やや 減 っ た	か な り 減 っ た	「か な り ・ や や」	「か な り ・ や や」		
全体	3,078	2.0	14.2	62.7	14.3	6.7	16.3	21.0		
性・年代別										
男性計	1,334	2.2	15.4	67.1	10.3	4.9	17.6	15.3		
男性20代	222	5.0	24.8	61.3	5.9	3.2	29.7	9.0		
男性30代	281	1.8	16.0	72.2	7.8	2.1	17.8	10.0		
男性40代	278	1.4	11.2	74.8	7.6	5.0	12.6	12.6		
男性50代	307	2.0	12.4	68.4	12.1	5.2	14.3	17.3		
男性60代以上	246	1.2	15.0	56.1	18.3	9.3	16.3	27.6		
女性計	1,744	1.9	13.3	59.4	17.3	8.0	15.3	25.3		
女性20代	290	4.5	19.7	61.0	10.7	4.1	24.1	14.8		
女性30代	340	2.6	19.7	59.4	15.3	2.9	22.4	18.2		
女性40代	365	1.1	10.7	67.4	14.0	6.8	11.8	20.8		
女性50代	398	1.3	10.1	59.0	19.6	10.1	11.3	29.6		
女性60代以上	351	0.9	8.3	50.1	25.6	15.1	9.1	40.7		

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目
 ・（参考）「増えた」計の男女合計の年代別割合 20代：26.6%、30代：20.3%
 40代：12.1%、50代：12.6%、60代以上：12.1%

参考18 利用金額の今後の増減見通し
 （性別・年代別）

	全 体	増減見通し					「増える」計		「減る」計	
		かなり 増える	やや 増える	変 わ ら な い	やや 減 る	か な り 減 る	「か な り ・ や や」	「か な り ・ や や」		
全体	3,078	0.9	10.3	72.2	12.5	4.1	11.2	16.6		
性・年代別										
男性計	1,334	1.0	11.6	75.1	9.4	2.8	12.7	12.2		
男性20代	222	4.1	17.1	71.6	6.8	0.5	21.2	7.2		
男性30代	281	-	10.3	81.9	6.4	1.4	10.3	7.8		
男性40代	278	0.7	9.0	80.2	6.8	3.2	9.7	10.1		
男性50代	307	1.0	9.1	76.9	10.7	2.3	10.1	13.0		
男性60代以上	246	-	14.2	62.6	16.3	6.9	14.2	23.2		
女性計	1,744	0.7	9.3	69.9	15.0	5.0	10.1	20.0		
女性20代	290	1.4	16.6	71.0	9.3	1.7	17.9	11.0		
女性30代	340	0.6	9.7	77.4	10.6	1.8	10.3	12.4		
女性40代	365	0.3	6.8	76.7	11.5	4.7	7.1	16.2		
女性50代	398	0.8	8.0	66.6	18.3	6.3	8.8	24.6		
女性60代以上	351	0.9	7.1	58.4	23.6	10.0	8.0	33.6		

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目
 ・（参考）「増える」計の男女合計の年代別割合 20代：19.3%、30代：10.3%
 40代：8.2%、50代：9.4%、60代以上：10.6%

○利用金額の増減動向で寄せられた特徴的な意見

【増えた理由】

- ・スーツを着る機会が増えた（女性20代他）
- ・クリーニングのきれいさを知った（女性20代）
- ・昔に比べてダニ等に敏感になった（女性20代）
- ・洗濯が面倒（男性30代）
- ・衣類だけでなく毛布等も出すようになった（女性20代）
- ・宅配サービスが安くて便利（女性30代）
- ・服の量が増えた（男性40代他）
- ・子供が就職してスーツが増えた（男性50代他）
- ・礼服を着る機会が増えた（女性60代以上他）

【減った理由】

- ・消費税が上がり、消費を抑えるため、自分で洗濯できるものは対応したい（女性50代）
- ・水洗いできるスーツにした（男性50代）
- ・洗濯機を新しいものに買い替えた（女性60代以上）

(2) クリーニング店の各種サービスの利用状況

各種加工サービスの利用状況と満足度

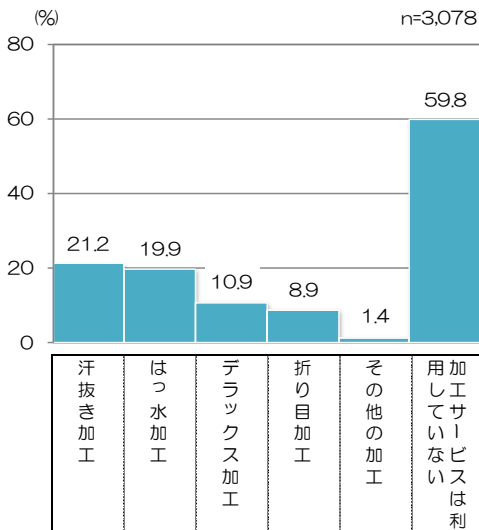
○加工サービスの利用状況（複数回答）

- ・「汗抜き加工」21%、「はっ水加工」20%、「デラックス加工」11%、「折り目加工」9%
- 「折り目加工」は男性 20 代、「汗抜き加工」は男女 30 代、「デラックス加工」は女性 50 代以上の割合が高い

○満足度

- ・「折り目加工」は「満足している」（かなり・ある程度）割合が 77%

参考 19 各種加工サービスの利用状況（複数回答）

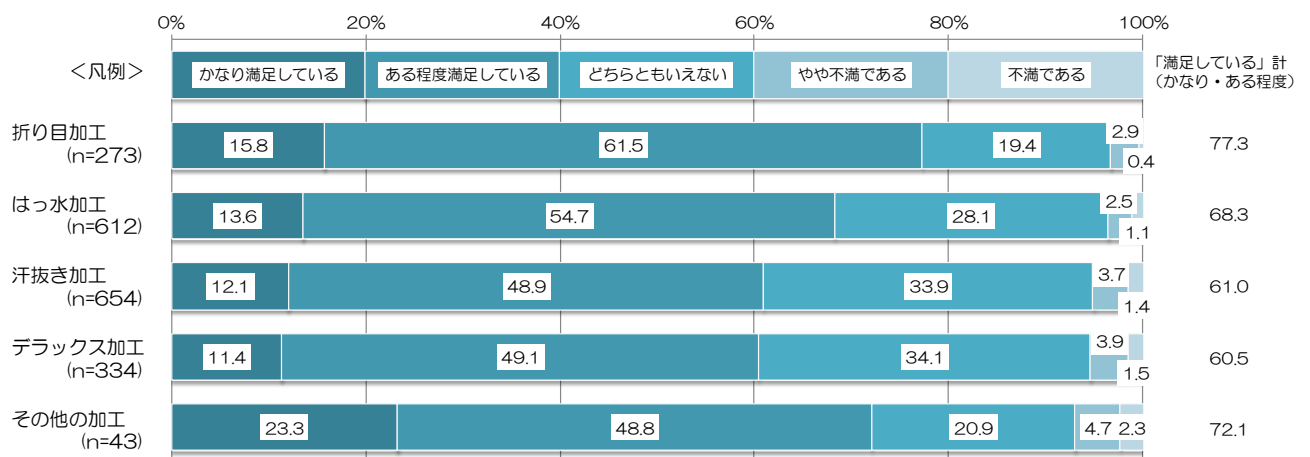


参考 20 各種加工サービスの利用状況（複数回答）（性別・年代別）

	全 体	汗 抜 き 加 工	は っ 水 加 工	デ ラ ッ ク ス 加 工	折 り 目 加 工	そ の 他 の 加 工	加 工 し て い な い サービス は 利 用 (%)
全 体	3,078	212	199	109	89	1.4	59.8
性・年代別							
男性計	1,334	23.6	20.3	8.9	11.1	1.1	57.9
男性20代	222	24.8	22.5	6.8	15.3	0.5	52.7
男性30代	281	29.2	17.4	9.3	8.9	1.4	55.9
男性40代	278	21.2	19.8	7.2	12.2	0.7	60.8
男性50代	307	22.8	20.5	9.4	11.1	1.3	58.3
男性60代以上	246	19.9	22.0	11.8	8.5	1.6	61.0
女性計	1,744	19.4	19.6	12.3	7.2	1.6	61.4
女性20代	290	20.0	15.9	6.9	7.9	0.7	65.9
女性30代	340	26.8	20.3	6.5	5.0	1.5	60.0
女性40代	365	17.5	17.0	10.4	7.4	0.8	65.2
女性50代	398	19.8	23.4	18.6	7.8	2.3	57.3
女性60代以上	351	13.4	20.2	17.4	7.7	2.6	59.5

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 21 各種加工サービスを利用した際の満足度



しみ抜き、修繕サービスの利用状況と満足度

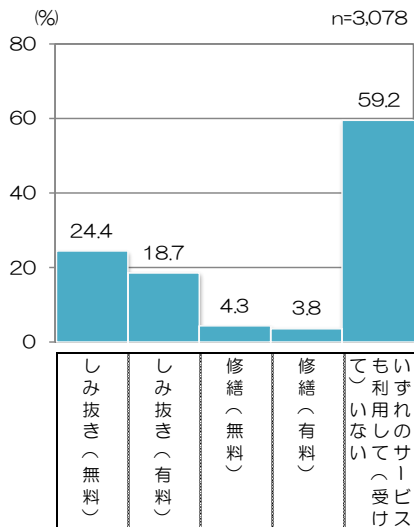
○しみ抜き、修繕サービスの利用状況（複数回答）

- ・「しみ抜き（無料）」24%、「しみ抜き（有料）」19%、「修繕（無料）」4%、「修繕（有料）」4%
- ・「いずれのサービスも利用していない」59%。女性40代・60代以上の割合が高い

○満足度

- ・「修繕（有料）」、「修繕（無料）」は、「満足している」（かなり・ある程度）割合がそれぞれ78%、76%

参考 22 しみ抜き、修繕サービスの利用状況（複数回答）

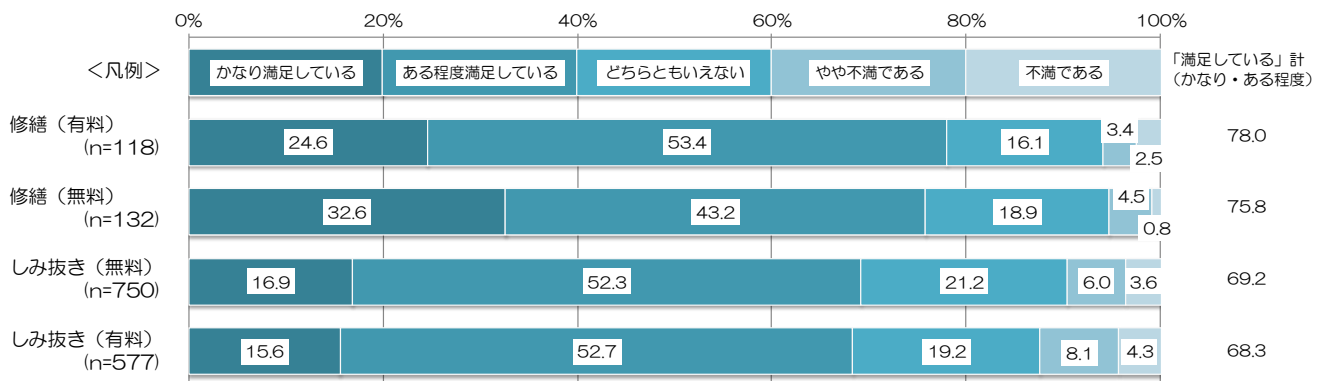


参考 23 しみ抜き、修繕サービスの利用状況（複数回答）（性別・年代別）

	全 体	し み 抜 き （ 無 料 ）	し み 抜 き （ 有 料 ）	修 繕 （ 無 料 ）	修 繕 （ 有 料 ）	（ も い ず れ の サ ー ビ ス も 利 用 し な い サ ー ビ ス ）
全 体	3,078	24.4	18.7	4.3	3.8	59.2
性・年代別						
男性計	1,334	26.8	21.4	6.2	4.6	53.2
男性20代	222	33.3	23.4	10.8	5.4	45.9
男性30代	281	27.0	20.6	5.3	5.7	54.1
男性40代	278	22.7	20.5	5.0	3.6	59.0
男性50代	307	24.4	18.2	6.2	3.9	56.4
男性60代以上	246	28.5	25.6	4.5	4.5	48.4
女性計	1,744	22.5	16.7	2.8	3.3	63.8
女性20代	290	27.9	15.2	4.8	2.8	60.0
女性30代	340	27.6	19.7	3.5	4.1	57.6
女性40代	365	19.7	12.3	1.9	1.9	70.1
女性50代	398	21.1	18.3	3.0	4.3	62.3
女性60代以上	351	17.4	17.7	1.1	3.1	68.1

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 24 しみ抜き、修繕サービスを利用した際の満足度



保管サービスの利用状況、満足度および関心の有無

○保管サービスの利用状況

- ・「利用した」 7%（男性 8%、女性 6%）。男性 20代は 14%と割合が高い
- ・「利用していない」 93%（男性 92%、女性 94%）

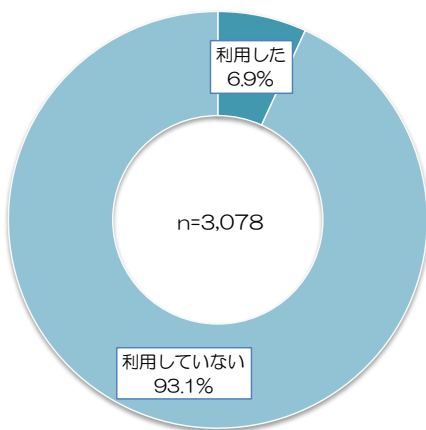
○満足度

- ・「満足している」（かなり・ある程度） 78%（うち「かなり満足している」22%）

○関心の有無（未利用者に聴取）

- ・「かなり興味がある」 6%（男性 5%、女性 7%）
 - ・「ある程度興味がある」 37%（男性 36%、女性 38%）
 - ・「興味はない」 57%（男性 59%、女性 55%）
- 男女の 20代・30代は「興味がある」割合が高い

参考 25 保管サービスの利用状況

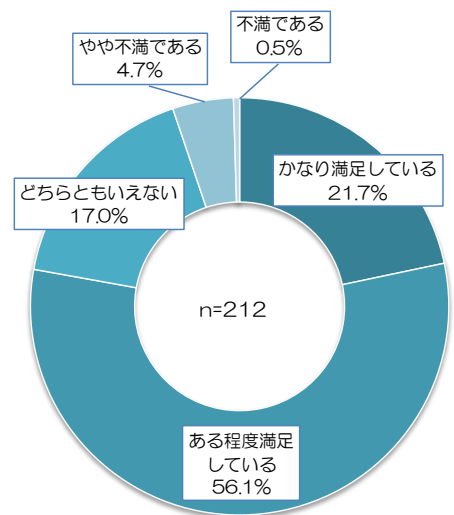


参考 26 保管サービスの利用状況（性別・年代別）

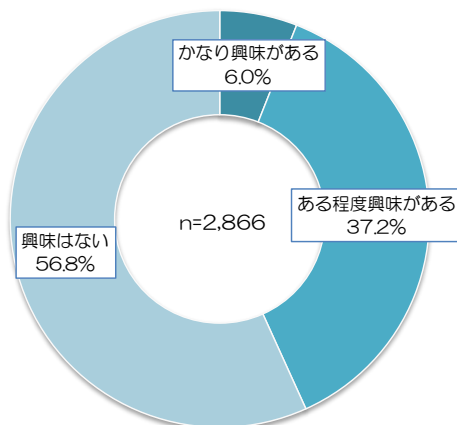
	全	利用した	利用していない
全体	3,078	6.9	93.1
性・年代別			
男性計	1,334	7.6	92.4
男性20代	222	14.4	85.6
男性30代	281	7.8	92.2
男性40代	278	6.8	93.2
男性50代	307	5.9	94.1
男性60代以上	246	4.5	95.5
女性計	1,744	6.3	93.7
女性20代	290	9.0	91.0
女性30代	340	7.6	92.4
女性40代	365	3.8	96.2
女性50代	398	5.0	95.0
女性60代以上	351	6.8	93.2

- ・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目
- ・（参考）「利用した」の男女合計の年代別割合
20代：11.3%、30代：7.7%、40代：5.1%
50代：5.4%、60代以上：5.9%

参考 27 保管サービスを利用した際の満足度



参考 28 保管サービスへの関心



参考 29 保管サービスへの関心（性別・年代別）

	全	かなり興味がある	ある程度興味がある	興味はない	（「興味がある」計）
全体	2,866	6.0	37.2	56.8	43.2
性・年代別					
男性計	1,232	5.0	36.4	58.5	41.5
男性20代	190	5.8	43.7	50.5	49.5
男性30代	259	6.9	43.6	49.4	50.6
男性40代	259	5.8	31.7	62.5	37.5
男性50代	289	4.8	33.2	61.9	38.1
男性60代以上	235	1.7	31.9	66.4	33.6
女性計	1,634	6.7	37.8	55.4	44.6
女性20代	264	10.2	39.4	50.4	49.6
女性30代	314	10.5	44.3	45.2	54.8
女性40代	351	8.5	37.3	54.1	45.9
女性50代	378	4.0	37.8	58.2	41.8
女性60代以上	327	1.5	30.9	67.6	32.4

- ・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目
- ・（参考）「興味がある」計の男女合計の年代別割合
20代：49.6%、30代：52.9%、40代：42.3%
50代：40.2%、60代以上：32.9%

集配・宅配サービスの利用状況と満足度

○集配・宅配サービス（注）の利用状況

（注）集配サービス：クリーニング業者等が自宅まで来て、品物の受け渡しを行うサービス
 宅配サービス：品物の受け渡しを宅配便で行うサービス

【集配サービス】

・「利用する（よく・たまに）」8%、「ほとんど利用しない」11%、「利用したことはない」81%

【宅配サービス】

・「利用する（よく・たまに）」7%、「ほとんど利用しない」9%、「利用したことはない」85%

○集配・宅配サービスの満足度

【集配サービス】

・「満足している（かなり・ある程度）」67%。女性20代・30代の割合が高い

【宅配サービス】

・「満足している（かなり・ある程度）」65%。女性20代・50代の割合が高い

参考 30 集配サービスの利用状況
 （性別・年代別）

	全 体	よく 利用する	たま に利用する	ほと んど 利用し ない （利 用し た経 験は ない ある）	利 用し たこ とは ない	（「 よく する たま に」 計）
全体	3,078	3.9	4.1	11.3	80.7	8.0
性・年代別						
男性計	1,334	4.2	4.4	8.7	82.7	8.6
男性20代	222	5.4	8.6	6.8	79.3	14.0
男性30代	281	3.2	4.3	8.2	84.3	7.5
男性40代	278	3.6	3.6	6.8	86.0	7.2
男性50代	307	3.3	3.3	10.7	82.7	6.5
男性60代以上	246	6.1	3.3	10.6	80.1	9.3
女性計	1,744	3.7	3.8	13.3	79.2	7.5
女性20代	290	3.8	2.4	5.9	87.9	6.2
女性30代	340	2.6	4.4	6.8	86.2	7.1
女性40代	365	2.2	4.4	11.0	82.5	6.6
女性50代	398	5.3	4.0	18.6	72.1	9.3
女性60代以上	351	4.3	3.7	22.2	69.8	8.0

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目
 ・（参考）「利用する」計の男女合計の年代別割合
 20代：9.6%、30代：7.2%、40代：6.8%
 50代：8.1%、60代以上：8.5%

参考 31 宅配サービスの利用状況
 （性別・年代別）

	全 体	よく 利用する	たま に利用する	ほと んど 利用し ない （利 用し た経 験は ない ある）	利 用し たこ とは ない	（「 よく する たま に」 計）
全体	3,078	3.1	3.4	8.8	84.8	6.4
性・年代別						
男性計	1,334	3.7	3.4	7.6	85.3	7.1
男性20代	222	6.8	6.3	8.1	78.8	13.1
男性30代	281	1.8	5.0	6.0	87.2	6.8
男性40代	278	4.0	2.9	6.1	87.1	6.8
男性50代	307	3.9	1.0	8.5	86.6	4.9
男性60代以上	246	2.4	2.8	9.3	85.4	5.3
女性計	1,744	2.6	3.3	9.7	84.3	5.9
女性20代	290	1.7	4.1	5.9	88.3	5.9
女性30代	340	3.2	5.6	6.5	84.7	8.8
女性40代	365	2.7	1.9	7.7	87.7	4.7
女性50代	398	3.0	1.8	10.8	84.4	4.8
女性60代以上	351	2.0	3.7	17.1	77.2	5.7

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目
 ・（参考）「利用する」計の男女合計の年代別割合
 20代：9.0%、30代：7.9%、40代：5.6%
 50代：4.8%、60代以上：5.5%

参考 32 集配サービスの満足度
 （性別・年代別）

	全 体	か なり 満足 して いる	あ る 程 度 満足 して いる	ど ち ら と も い え ない	や や 不 満 で あ る	不 満 で あ る	（「 か 満 足 し て あ い る 程 度」 計）
全体	594	18.5	48.5	27.8	3.4	1.9	67.0
性・年代別							
男性計	231	17.7	52.4	25.5	1.7	2.6	70.1
男性20代	46	21.7	50.0	19.6	6.5	2.2	71.7
男性30代	44	22.7	45.5	27.3	-	4.5	68.2
男性40代	39	15.4	56.4	28.2	-	-	71.8
男性50代	53	15.1	54.7	22.6	1.9	5.7	69.8
男性60代以上	49	14.3	55.1	30.6	-	-	69.4
女性計	363	19.0	46.0	29.2	4.4	1.4	65.0
女性20代	35	28.6	45.7	20.0	5.7	-	74.3
女性30代	47	23.4	55.3	17.0	4.3	-	78.7
女性40代	64	18.8	46.9	31.3	1.6	1.6	65.6
女性50代	111	20.7	38.7	31.5	6.3	2.7	59.5
女性60代以上	106	12.3	49.1	34.0	3.8	0.9	61.3

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 33 宅配サービスの満足度
 （性別・年代別）

	全 体	か なり 満足 して いる	あ る 程 度 満足 して いる	ど ち ら と も い え ない	や や 不 満 で あ る	不 満 で あ る	（「 か 満 足 し て あ い る 程 度」 計）
全体	469	19.6	45.6	29.2	3.2	2.3	65.2
性・年代別							
男性計	196	19.9	43.9	30.1	3.1	3.1	63.8
男性20代	47	29.8	31.9	31.9	6.4	-	61.7
男性30代	36	22.2	38.9	25.0	2.8	11.1	61.1
男性40代	36	16.7	50.0	33.3	-	-	66.7
男性50代	41	19.5	43.9	26.8	4.9	4.9	63.4
男性60代以上	36	8.3	58.3	33.3	-	-	66.7
女性計	273	19.4	46.9	28.6	3.3	1.8	66.3
女性20代	34	32.4	44.1	11.8	5.9	5.9	76.5
女性30代	52	28.8	38.5	25.0	5.8	1.9	67.3
女性40代	45	17.8	40.0	37.8	2.2	2.2	57.8
女性50代	62	14.5	56.5	25.8	1.6	1.6	71.0
女性60代以上	80	12.5	50.0	35.0	2.5	-	62.5

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

集配・宅配サービスを利用しない理由と今後の利用希望の有無

○利用しない理由（複数回答）

「持ち込みで不満はない」が7割超と最も高いが、「利用方法がよくわからない」も2割超

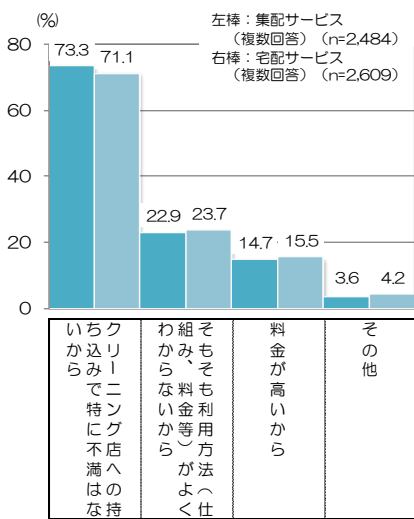
○今後の利用希望の有無

【集配サービス】 「利用してみたい」23%

【宅配サービス】 「利用してみたい」26%

・いずれも男女20代・30代の割合が高い

参考 34 集配・宅配サービスを利用しない理由（複数回答）



参考 35 集配サービスの今後の利用希望の有無（性別・年代別）

	全	利用	と
	体	して	は
		みて	利
		たい	用
			し
			て
			な
			み
			たい
			い
			い
全体	2,484	23.1	76.9
性・年代別			
男性計	1,103	21.4	78.6
男性20代	176	30.7	69.3
男性30代	237	28.3	71.7
男性40代	239	23.4	76.6
男性50代	254	15.4	84.6
男性60代以上	197	10.2	89.8
女性計	1,381	24.4	75.6
女性20代	255	33.7	66.3
女性30代	293	32.1	67.9
女性40代	301	24.3	75.7
女性50代	287	19.2	80.8
女性60代以上	245	11.8	88.2

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目
 ・（参考）「利用してみたい」の男女合計の年代別割合
 20代：32.5%、30代：30.4%、40代：23.9%
 50代：17.4%、60代以上：11.1%

参考 36 宅配サービスの今後の利用希望の有無（性別・年代別）

	全	利用	は
	体	して	利
		みて	用
		たい	し
			て
			な
			み
			たい
			い
			い
全体	2,609	25.6	74.4
性・年代別			
男性計	1,138	23.8	76.2
男性20代	175	37.7	62.3
男性30代	245	32.7	67.3
男性40代	242	22.7	77.3
男性50代	266	19.5	80.5
男性60代以上	210	8.6	91.4
女性計	1,471	27.1	72.9
女性20代	256	37.1	62.9
女性30代	288	36.1	63.9
女性40代	320	30.0	70.0
女性50代	336	21.4	78.6
女性60代以上	271	11.4	88.6

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目
 ・（参考）「利用してみたい」の男女合計の年代別割合
 20代：37.4%、30代：34.5%、40代：26.9%
 50代：20.6%、60代以上：10.2%

(3) クリーニング店を選ぶ際のポイント

利用しているクリーニング店の数、店舗までにかかる時間

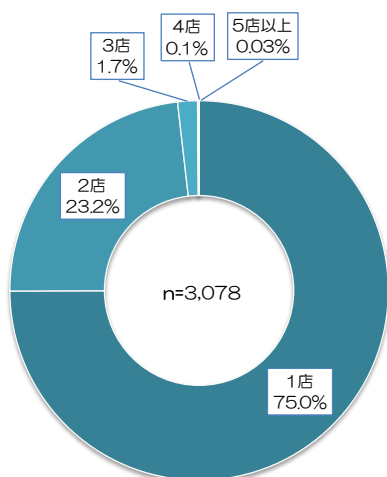
○利用しているクリーニング店の数

・「1店」が75%と最も多いが、「2店」も23%

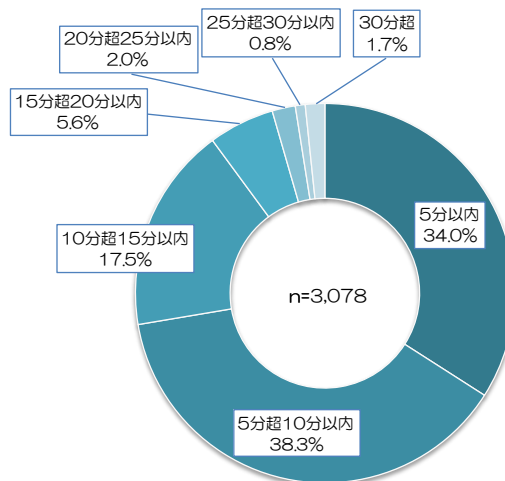
○店舗までにかかる時間

・「5分以内」34%、「5分超 10分以内」38%、「10分超 15分以内」18%

参考 37 利用しているクリーニング店の数



参考 38 店舗までにかかる時間



クリーニング店を選ぶ際のポイント

【「重視している」(かなり・ある程度) 割合が高い上位5項目】

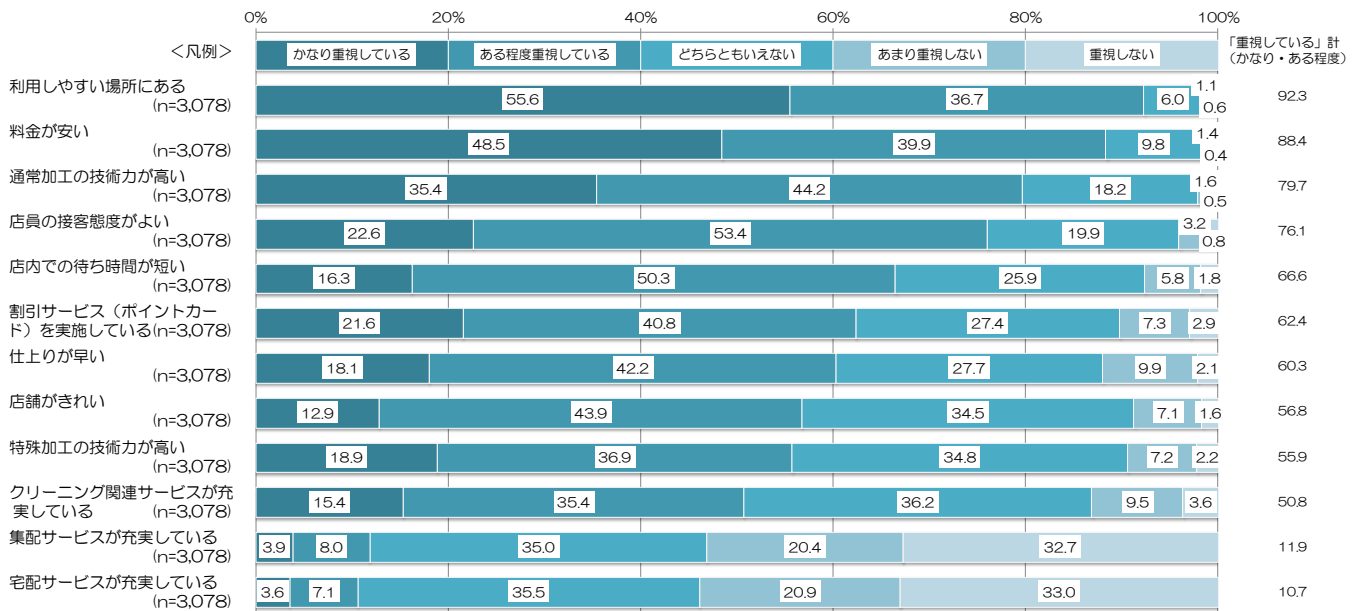
- ① 「利用しやすい場所にある」 92%
- ② 「料金が安い」 88%
- ③ 「通常加工の技術力が高い」 80%
- ④ 「店員の接客態度がよい」 76%
- ⑤ 「店内での待ち時間が短い」 67%

女性は「割引サービスを実施している」「店舗がきれい」の割合が高い

【性別・年代別に見た特徴(他に比べて割合が高い項目)】

- ・男性 20代: 「集配サービスが充実している」「宅配サービスが充実している」
- ・男女 60代以上: 「店内での待ち時間が短い」
- ・女性 20代・30代: 「割引サービスを実施している」
- ・女性 40代以上: 「店員の接客態度がよい」
- ・女性 60代以上: 「通常加工の技術力が高い」「特殊加工の技術力が高い」「クリーニング関連サービスが充実している」

参考 39 クリーニング店を選ぶ際のポイント(重視度)



参考 40 クリーニング店を選ぶ際のポイント(「重視している」の割合)(性別・年代別)

	全体	利用しやすい場所にある	料金が安い	通常加工の技術力が高い	店員の接客態度がよい	店内での待ち時間が短い	割引サービス(ポイントカード)を実施している	仕上りが早い	店舗がきれい	特殊加工の技術力が高い	クリーニング関連サービスが充実している	集配サービスが充実している	宅配サービスが充実している
全体	3,078	92.3	88.4	79.7	76.1	66.6	62.4	60.3	56.8	55.9	50.8	11.9	10.7
性別・年代別													
男性計	1,334	91.0	87.3	74.4	71.4	64.9	55.4	59.3	49.3	51.1	46.9	12.6	11.2
男性20代	222	87.4	87.4	68.5	60.8	58.1	60.4	63.5	56.8	51.4	52.7	20.7	18.5
男性30代	281	95.4	92.2	74.4	73.7	64.4	60.9	61.2	48.4	47.3	47.0	11.0	11.0
男性40代	278	89.9	87.1	73.7	71.9	64.4	50.4	59.4	45.3	47.5	42.5	9.7	8.6
男性50代	307	90.2	84.7	74.6	70.4	64.5	52.1	56.7	45.6	51.8	45.9	10.8	9.8
男性60代以上	246	91.5	85.0	80.1	79.3	72.8	54.5	56.5	52.9	58.5	47.6	12.6	9.8
女性計	1,744	93.3	89.3	83.7	79.6	67.9	67.7	61.0	62.4	59.5	53.8	11.4	10.2
女性20代	290	92.8	93.8	76.9	73.8	66.6	72.8	67.6	66.9	54.1	55.2	12.1	11.4
女性30代	340	92.9	92.4	82.9	74.7	62.1	69.4	61.5	60.9	57.7	53.2	12.1	12.7
女性40代	365	94.8	90.4	84.1	81.6	68.2	64.1	61.9	58.6	58.1	50.7	9.9	9.0
女性50代	398	92.5	87.2	86.2	83.2	69.1	66.8	59.6	63.3	62.8	54.0	11.8	9.1
女性60代以上	351	93.5	83.8	86.9	82.9	72.9	66.7	55.8	63.3	63.5	56.1	11.4	9.4

・色掛け(青色): 全体より5ポイント以上割合が高い項目
 ・各値は「かなり重視する」「ある程度重視する」の合計

現在利用しているクリーニング店に対する評価

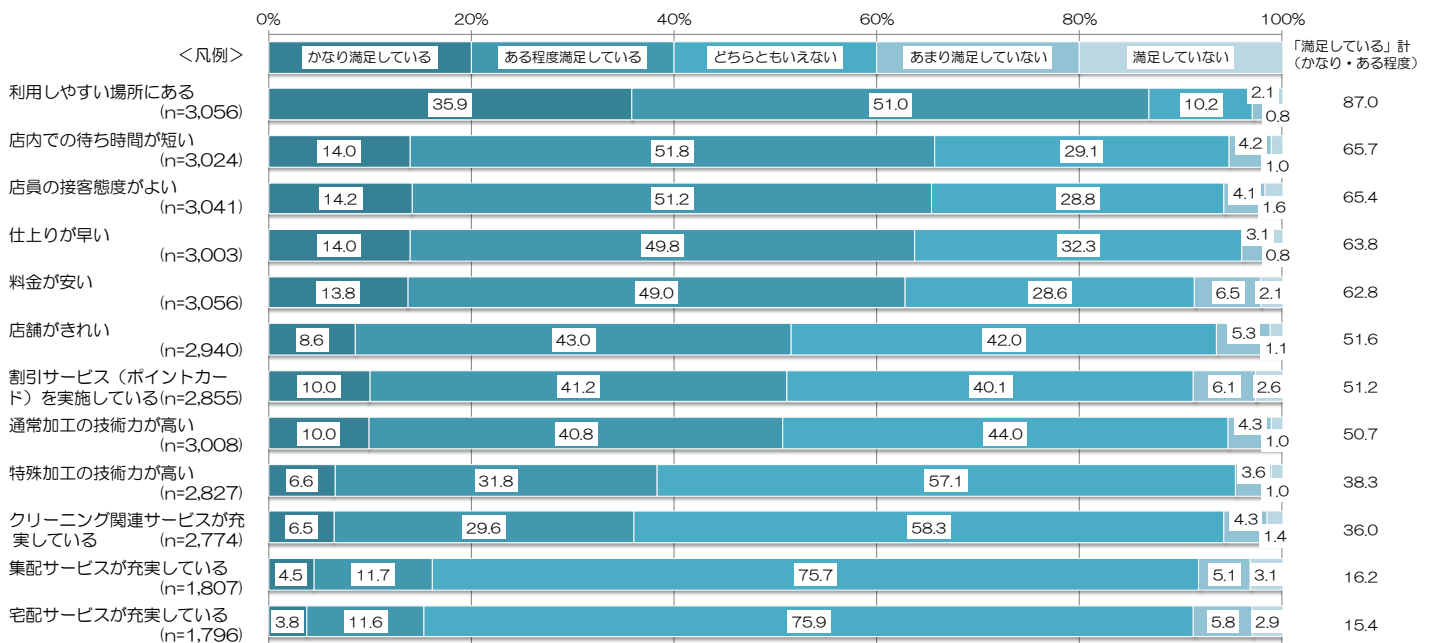
【「満足している」（かなり・ある程度）割合が高い上位5項目】

- ① 「利用しやすい場所にある」 87%
- ② 「店内での待ち時間が短い」 66%
- ③ 「店員の接客態度がよい」 65%
- ④ 「仕上りが早い」 64%
- ⑤ 「料金が安い」 63%

【「重視している」割合（前ページ参照）と「満足している」割合の差が大きい上位5項目】

- ・「通常加工の技術力が高い」（重視 80%、満足 51%、差 29 ポイント）
- ・「料金が安い」（重視 88%、満足 63%、差 26 ポイント）
- ・「特殊加工の技術力が高い」（重視 56%、満足 38%、差 18 ポイント）
- ・「クリーニング関連サービスが充実している」（重視 51%、満足 36% 差 15 ポイント）
- ・「割引サービスを実施している」（重視 62%、満足 51%、差 11 ポイント）

参考 41 現在利用しているクリーニング店に対する評価



・「そもそも気にならない（重視していない）」の回答数は母数から除いて割合を算出
 ・クリーニング関連サービス：サイズ直し、しみ抜き、修繕、保管サービス等

クリーニング店を利用した際に良かった・悪かったこと（記述回答より）

【良かった、うれしいと感じたこと】

- ・誕生日月に特典がある（男性 20 代他）
- ・革靴のクリーニングができて良かった（女性 30 代）
- ・保管のアドバイスや自分の知らない知識を教えてくれた（女性 20 代他）
- ・羽毛ふとんの丸洗いでふとんが軽くなった（女性 50 代）
- ・割引を色々教えてくれる（男性 40 代）
- ・冬物を預かってもらったのはありがたい（男性 50 代）
- ・店員の態度がとても良い（女性 50 代他）
- ・あきらめていた汚れがきれいになった（女性 50 代他）
- ・集配に来る人はいつも決まっている。20 年以上のつきあいで懇意にしている（女性 50 代）
- ・自分では気が付かない小さなしみやほつれなどを見つけてくれた（女性 60 代以上他）

【悪かった、不快に感じたこと】

- ・接客が悪い（女性 20 代他）
- ・料金が安い（女性 20 代他）
- ・サービスの内容が分かりにくい（女性 20 代他）
- ・しみが落ちなかった（女性 40 代他）
- ・追加料金が必要なクリーニングをいつも勧められる（女性 60 代以上他）
- ・会員更新料が不明確（男性 60 代以上）

第2節 クリーニング店非利用者の分析結果

第2節では、最近1年間に自分も家族もクリーニング店を利用したことがないと回答した方(1,016人)の調査結果を取りまとめている。

クリーニング店の過去の利用状況（いつから利用していないのか）とその理由

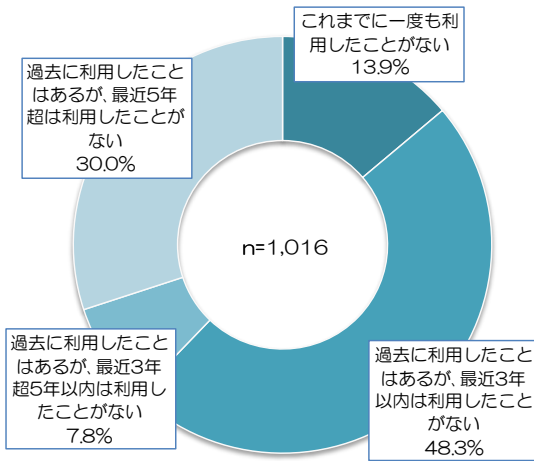
○クリーニング店の過去の利用状況

- 「一度も利用したことがない」14%、「最近3年以内は利用したことがない」48%
「一度も利用したことがない」は男女20代、「最近3年以内は利用したことがない」は女性30代・40代・60代以上の割合が高い

○クリーニング店を利用しない理由（複数回答）

- 「クリーニングが必要な衣類を着ないため」54%、「自分で洗濯やアイロンがけをしているため」32%、「節約のため」27%

参考 42 クリーニング店の過去の利用状況

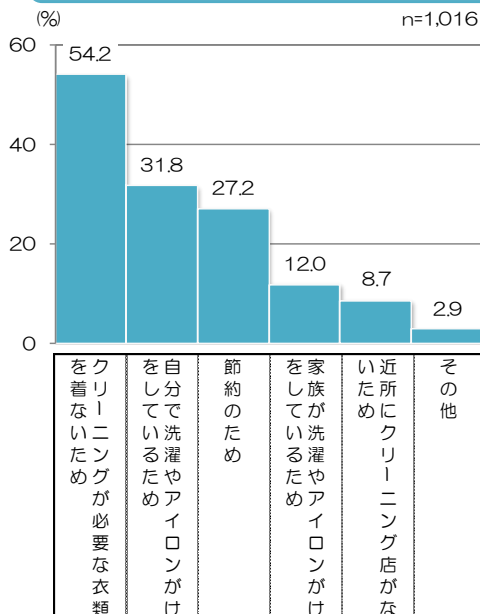


参考 43 クリーニング店の過去の利用状況（性別・年代別）

	全	これまでに一度も利用したことがない	過去に利用したことがないが、最近3年以内は利用したことがない	過去に利用したことがないが、最近5年超は利用したことがない	過去に利用したことがないが、最近5年超は利用したことがない
全体	1,016	139	483	78	300
性・年代別					
男性計	508	179	435	6.1	32.5
男性20代	136	34.6	37.5	2.9	25.0
男性30代	112	18.8	48.2	1.8	31.3
男性40代	94	13.8	38.3	7.4	40.4
男性50代	73	6.8	47.9	11.0	34.2
男性60代以上	93	5.4	48.4	10.8	35.5
女性計	508	9.8	53.1	9.4	27.6
女性20代	119	21.8	52.1	8.4	17.6
女性30代	93	8.6	54.8	9.7	26.9
女性40代	101	6.9	58.4	7.9	26.7
女性50代	73	4.1	43.8	11.0	41.1
女性60代以上	122	4.9	54.1	10.7	30.3

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 44 クリーニング店を利用していない理由（複数回答）



参考 45 クリーニング店を利用していない理由（複数回答）（性別・年代別、過去のクリーニング利用状況別）

	全	衣類を着ないため	自分で洗濯やアイロンがけ	節約のため	家族が洗濯やアイロンがけ	近所にクリーニング店がない	その他
全体	1,016	54.2	31.8	27.2	12.0	8.7	2.9
性・年代別							
男性計	508	53.7	18.5	24.4	18.1	10.4	3.0
男性20代	136	54.4	18.4	21.3	10.3	14.7	2.2
男性30代	112	51.8	20.5	21.4	18.8	9.8	2.7
男性40代	94	50.0	18.1	26.6	19.1	9.6	3.2
男性50代	73	52.1	17.8	32.9	20.5	11.0	2.7
男性60代以上	93	60.2	17.2	23.7	25.8	5.4	4.3
女性計	508	54.7	45.1	29.9	5.9	6.9	2.8
女性20代	119	58.0	27.7	34.5	10.9	5.0	2.5
女性30代	93	50.5	46.2	25.8	2.2	6.5	2.2
女性40代	101	52.5	53.5	36.6	8.9	4.0	2.0
女性50代	73	57.5	57.5	28.8	-	11.0	1.4
女性60代以上	122	54.9	46.7	23.8	4.9	9.0	4.9
過去のクリーニング利用状況別							
一度も利用無し	141	56.7	22.0	12.1	22.0	7.8	2.1
最近3年以内利用無し	491	56.2	38.7	12.4	29.5	5.7	2.2
最近3~5年利用無し	79	49.4	39.2	8.9	21.5	10.1	6.3
最近5年超利用無し	305	51.1	23.3	12.1	27.2	13.4	3.3

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

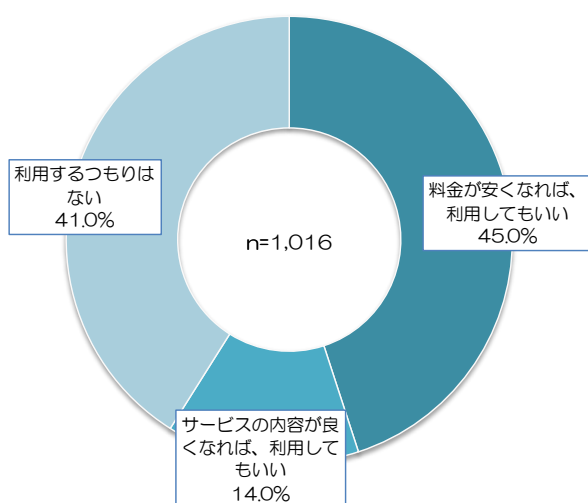
今後の利用希望の有無・条件

○今後の利用希望の有無・条件

- ・「料金が安くなれば、利用してもいい」45%（男性42%、女性48%）
- ・「サービスの内容が良くなれば、利用してもいい」14%（男性14%、女性14%）
- ・「利用するつもりはない」41%（男性45%、女性37%）

女性20代・40代は「料金が安くなれば、利用してもいい」、女性60代以上は「サービスの内容が良くなれば、利用してもいい」の割合が高い

参考46 今後の利用希望の有無・条件



・「最もあてはまるものを1つ選択」として回答を依頼

参考47 今後の利用希望の有無・条件（性別・年代別、過去のクリーニング利用状況別）

	全 体	て 料 金 が 安 く な れ ば 、 利 用 し	ば、 サ ー ビ ス の 内 容 が 良 く な れ	利 用 す る つ も り は な い
全 体	1,016	450	140	410
性・年代別				
男性計	508	41.5	13.6	44.9
男性20代	136	43.4	10.3	46.3
男性30代	112	41.1	16.1	42.9
男性40代	94	43.6	11.7	44.7
男性50代	73	46.6	15.1	38.4
男性60代以上	93	33.3	16.1	50.5
女性計	508	48.4	14.4	37.2
女性20代	119	57.1	10.1	32.8
女性30代	93	49.5	14.0	36.6
女性40代	101	60.4	11.9	27.7
女性50代	73	42.5	16.4	41.1
女性60代以上	122	32.8	19.7	47.5
過去のクリーニング利用状況別				
過去に一度も利用無し	141	35.5	9.2	55.3
最近3年以内利用無し	491	59.7	16.5	23.8
最近3～5年利用無し	79	50.6	16.5	32.9
最近5年以上利用無し	305	24.3	11.5	64.3

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

＜ピックアップデータ1＞仕事の服装と仕事用スーツの所持数

仕事の服装と仕事用スーツの所持数

○仕事の服装

・「スーツ」25%、「カジュアル、軽装類」22%、「ユニフォーム（制服）」21%、「作業着」17%、「特に決まりはない」16%

○仕事用スーツの所持数

・男性 30 代以下は「3 着」、男性 40 代は「5 着」、男性 50 代以上は「10 着以上」の割合が最多

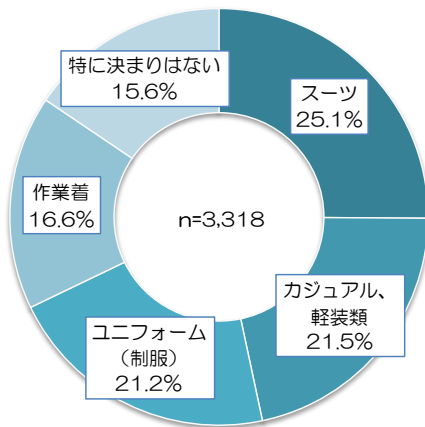
○所持しているスーツの自宅洗濯可否（注）

（注）複数所持している場合はあてはまるものが多い選択肢を回答

・「自宅で洗濯できるスーツ」21%、「自宅では洗濯できないスーツ」80%

男性 20 代は「自宅で洗濯できるスーツ」の割合が約 3 割

参考 48 仕事の服装



参考 49 仕事の服装（性別・年代別）

	全 体	ス ー ツ	カ ジ ユ ア ル 、 軽 装 類	（ 制 服 ） ユ ニ フ ォ ー ム	作 業 着	な い に 決 ま り は な い
全 体	3,318	25.1	21.5	21.2	16.6	15.6
性・年代別						
男性計	1,981	36.3	13.2	15.6	24.3	10.6
男性20代	375	33.6	13.1	19.5	24.3	9.6
男性30代	456	35.1	13.2	14.7	28.3	8.8
男性40代	465	39.1	11.6	11.8	29.0	8.4
男性50代	462	37.0	14.1	18.0	18.6	12.3
男性60代以上	223	35.9	14.8	13.9	18.4	17.0
女性計	1,337	8.5	34.0	29.5	5.1	22.9
女性20代	338	10.7	37.0	33.1	3.8	15.4
女性30代	297	9.4	37.0	29.3	4.7	19.5
女性40代	315	7.6	34.6	27.0	5.4	25.4
女性50代	258	6.6	32.6	28.7	7.4	24.8
女性60代以上	129	7.0	20.2	28.7	3.9	40.3

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 50 仕事用スーツの所持数（性別・年代別）

	全 体	1 着	2 着	3 着	4 着	5 着	6 着	7 着	8 着	9 着	1 0 着 以 上
全 体	833	2.8	9.0	17.4	14.0	17.6	8.9	4.4	5.2	0.7	19.9
性・年代別											
男性計	719	2.4	8.5	17.2	14.3	16.7	9.5	4.7	5.8	0.8	20.0
男性20代	126	4.8	14.3	27.0	23.0	12.7	7.9	3.2	2.4	-	4.8
男性30代	160	3.1	8.1	25.6	15.0	18.1	10.0	5.0	3.8	-	11.3
男性40代	182	1.1	10.4	15.4	12.1	19.8	8.2	4.9	7.1	2.7	18.1
男性50代	171	2.3	4.1	11.1	13.5	14.6	9.9	5.3	8.8	-	30.4
男性60代以上	80	-	5.0	2.5	6.3	17.5	12.5	5.0	6.3	1.3	43.8
女性計	114	5.3	12.3	18.4	12.3	23.7	5.3	2.6	0.9	-	19.3
女性20代	36	13.9	22.2	22.2	5.6	19.4	8.3	2.8	-	-	5.6
女性30代	28	3.6	14.3	21.4	21.4	25.0	-	3.6	-	-	10.7
女性40代	24	-	8.3	16.7	20.8	37.5	-	4.2	-	-	12.5
女性50代	17	-	-	11.8	5.9	5.9	11.8	5.9	-	-	58.8
女性60代以上	9	-	-	11.1	-	33.3	11.1	-	-	-	44.4

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目
・斜線：サンプル数僅少（30未満）のため参考値

参考 51 所持しているスーツの自宅洗濯可否（性別・年代別）

	全 体	ス ー ツ で 洗 濯 で き る	な い 自 宅 で 洗 濯 で き な い
全 体	833	20.5	79.5
性・年代別			
男性計	719	18.4	81.6
男性20代	126	29.4	70.6
男性30代	160	21.9	78.1
男性40代	182	18.7	81.3
男性50代	171	11.7	88.3
男性60代以上	80	7.5	92.5
女性計	114	34.2	65.8
女性20代	36	33.3	66.7
女性30代	28	42.9	57.1
女性40代	24	45.8	54.2
女性50代	17	17.6	82.4
女性60代以上	9	11.1	88.9

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目
・斜線：サンプル数僅少（30未満）のため参考値
・（参考）「自宅で洗濯できるスーツ」の男女合計の年代別割合
20代：30.2%、30代：25.0%、40代：21.8%
50代：12.2%、60代以上：7.9%

＜ピックアップデータ2＞①世帯年収②衣服の購入額③ファッションへの関心度別に見た利用動向

各項目とクリーニング利用との関連性

①世帯年収②衣服の購入額③ファッションへの関心度とクリーニング利用との関連性

- 「世帯年収」「衣服の購入額」「ファッションへの関心度」が高いほど、クリーニング店の利用頻度が高く、各種加工・保管・集配・宅配サービスの利用も多い
- クリーニング店を選ぶ際のポイントでは以下の特徴が挙げられる
 年収 1,200 万円以上は、集配サービスの充実を重視する割合が高い
 衣服の年間の購入額が高いほど、通常・特殊加工の技術力、集配・宅配サービスの充実を重視する割合が高い
 ファッションへの関心が高いほど重視する項目が多い（様々な点を重視）

参考 52 クリーニング店の利用の有無

	全	利用している	利用していない	その他
全体	5,000	616	181	203
世帯年収別				
400万円未満	1,727	522	157	321
400～600万円未満	1,228	642	183	175
600～800万円未満	842	662	205	133
800～1,200万円未満	808	703	208	89
1,200万円以上	395	668	175	157
衣服の年間購入額（ビジネス）別				
1万円未満	3,187	564	188	249
1～5万円未満	1,195	679	185	136
5～10万円未満	412	782	133	85
10万円以上	206	718	155	126
衣服の年間購入額（プライベート）別				
1万円未満	1,409	476	215	309
1～5万円未満	2,239	646	178	176
5～10万円未満	821	693	173	134
10万円以上	531	740	117	143
ファッションへの関心度別				
かなり関心がある	489	734	123	143
ある程度関心がある	2,009	708	145	147
どちらともいえない	1,121	608	179	212
あまり関心がない	990	511	270	219
関心がない	391	279	223	499

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 53 クリーニング店の利用頻度

	全	週3回以上	週2回	週1回	月2～3回	月1回	2～3カ月に1回	4～5カ月に1回	半年～1年に1回	「週1回以上」計	「月1回以上」計
全体	3,078	0.6	1.9	7.7	10.0	13.1	21.7	14.5	30.4	10.3	33.4
世帯年収別											
400万円未満	901	0.4	1.0	3.4	6.2	10.8	21.0	14.4	42.7	4.9	21.9
400～600万円未満	788	0.5	1.5	4.8	8.1	12.7	21.4	17.3	33.6	6.9	27.7
600～800万円未満	557	0.7	1.8	9.2	9.7	13.6	23.0	14.2	27.8	11.7	35.0
800～1,200万円未満	568	0.4	2.1	11.8	15.5	15.5	23.6	14.1	17.1	14.3	45.2
1,200万円以上	264	1.9	6.4	19.3	17.4	15.9	18.6	8.0	12.5	27.7	61.0
衣服の年間購入額（ビジネス）別											
1万円未満	1,796	0.4	1.3	4.3	7.4	10.8	20.5	16.3	38.9	6.1	24.3
1～5万円未満	812	0.7	1.6	10.2	11.7	16.1	25.2	13.4	20.9	12.6	40.4
5～10万円未満	322	0.6	3.7	14.9	15.8	17.4	21.1	9.9	16.5	19.3	52.5
10万円以上	148	2.7	7.4	19.6	19.6	14.9	18.2	8.8	8.8	29.7	64.2
衣服の年間購入額（プライベート）別											
1万円未満	670	0.4	0.9	6.1	6.4	11.6	17.5	15.2	41.8	7.5	25.5
1～5万円未満	1,446	0.3	1.6	7.1	9.1	13.3	22.8	15.4	30.3	9.1	31.5
5～10万円未満	569	0.7	3.0	8.1	11.8	13.2	24.8	13.2	25.3	11.8	36.7
10万円以上	393	1.8	3.6	12.2	16.8	14.5	20.6	12.0	18.6	17.6	48.9
ファッションへの関心度別											
かなり関心がある	359	1.9	4.5	10.6	10.6	14.5	19.8	12.0	26.2	17.0	42.1
ある程度関心がある	1,422	0.6	2.0	8.3	10.3	12.9	22.4	15.1	28.3	10.9	34.2
どちらともいえない	682	0.4	1.5	6.9	11.6	14.4	20.1	14.5	30.6	8.8	34.8
あまり関心がない	506	0.2	0.8	5.3	7.5	11.5	23.7	14.6	36.4	6.3	25.3
関心がない	109	-	0.9	7.3	5.5	10.1	21.1	13.8	41.3	8.3	23.9

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 54 クリーニングに出した品物：自分の衣料（ビジネス用）（複数回答）

	全	含む	その他
全体	1,385	502	830
世帯年収別			
400万円未満	311	457	785
400～600万円未満	331	468	846
600～800万円未満	258	481	853
800～1,200万円未満	312	510	865
1,200万円以上	173	665	780
衣服の年間購入額（ビジネス）別			
1万円未満	429	434	765
1～5万円未満	567	492	840
5～10万円未満	256	555	883
10万円以上	133	662	895
衣服の年間購入額（プライベート）別			
1万円未満	280	382	804
1～5万円未満	662	495	845
5～10万円未満	252	548	845
10万円以上	191	639	791
ファッションへの関心度別			
かなり関心がある	169	663	787
ある程度関心がある	589	492	817
どちらともいえない	328	454	838
あまり関心がない	238	492	870
関心がない	61	443	869

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 55 クリーニングに出した品物：自分の衣料（ビジネス用以外）（複数回答）

	全	含む	その他
全体	1,691	295	232
世帯年収別			
400万円未満	513	238	209
400～600万円未満	425	289	216
600～800万円未満	292	257	223
800～1,200万円未満	305	321	259
1,200万円以上	156	519	321
衣服の年間購入額（ビジネス）以外			
1万円未満	1,048	251	216
1～5万円未満	389	314	221
5～10万円未満	165	352	297
10万円以上	89	629	360
ファッションへの関心度別			
かなり関心がある	216	407	384
ある程度関心がある	827	294	261
どちらともいえない	339	260	153
あまり関心がない	262	267	149
関心がない	47	213	64

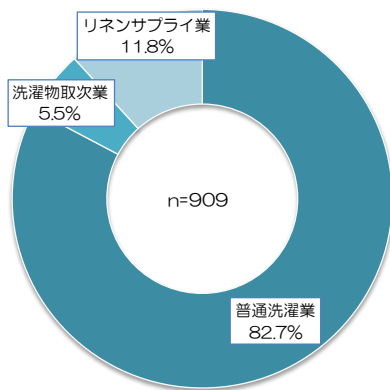
第2章 事業者の経営実態調査の結果

経営実態調査：日本政策金融公庫（国民生活事業）の融資先を対象とした郵送によるアンケート調査

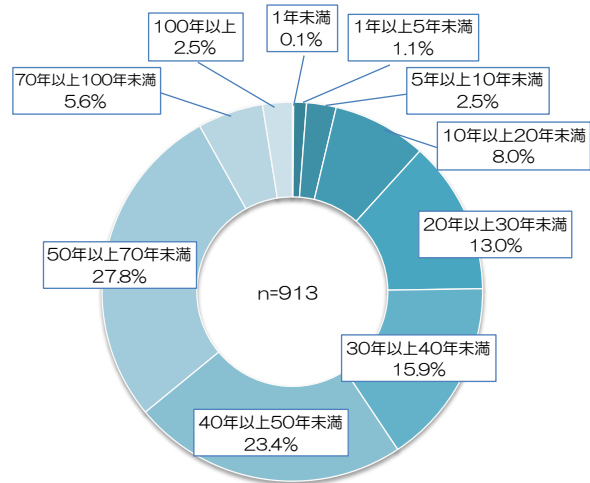
アンケート回答企業の属性

（業種、業歴、従業員数、経営者の年齢、組織形態）

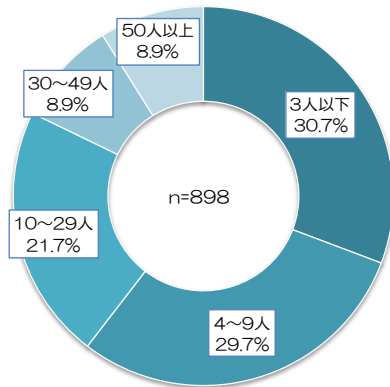
参考 62 業種



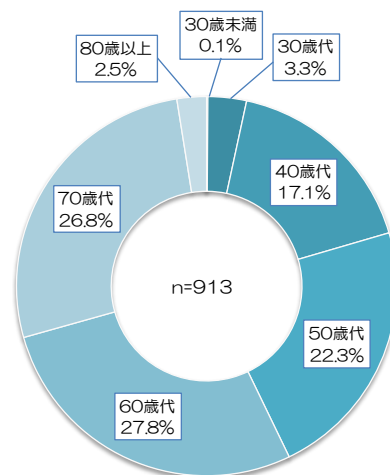
参考 63 業歴



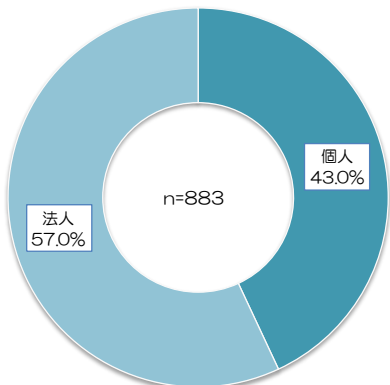
参考 64 従業員数（経営者を含む）



参考 65 経営者の年齢



参考 66 組織形態



第1節 クリーニング店の経営動向

取引先、取次店・工場の状況

○取引先

・「一般消費者及び事業者」47%、「一般消費者のみ」42%、「事業者のみ」11%

○取次店・工場の有無

・「取次店・工場の両方」59%、「取次店のみ」9%、「工場のみ」26%

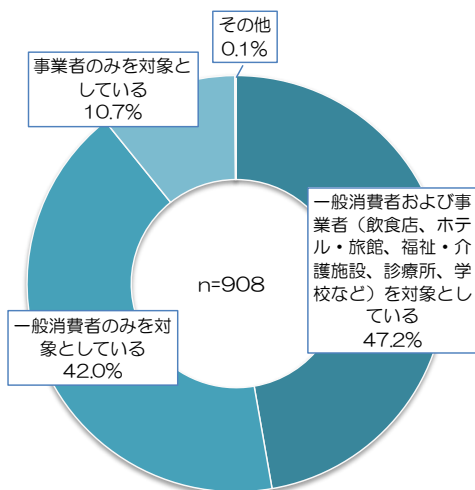
○取次店数

・「1店舗」50%、「2～4店舗」23%、「5～9店舗」10%、「10～29店舗」11%、「30店舗以上」7%

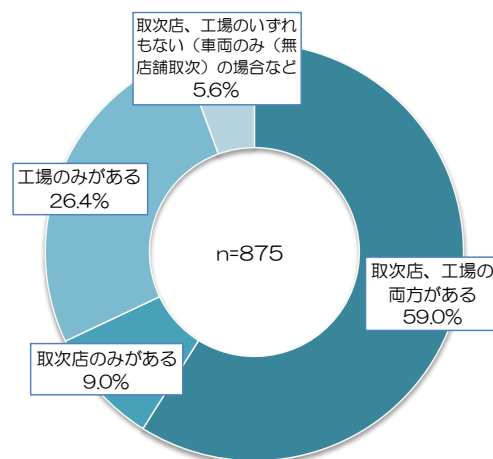
○工場数

・「1カ所」90%、「2カ所」6%、「3カ所以上」4%

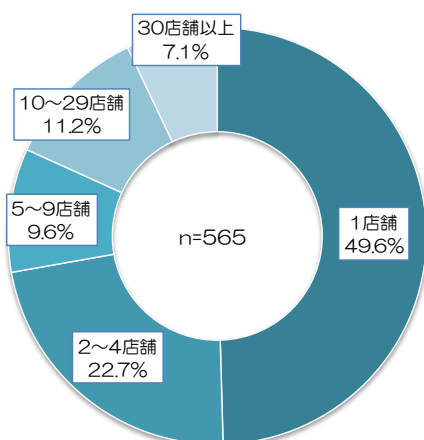
参考 67 取引先



参考 68 取次店・工場の有無

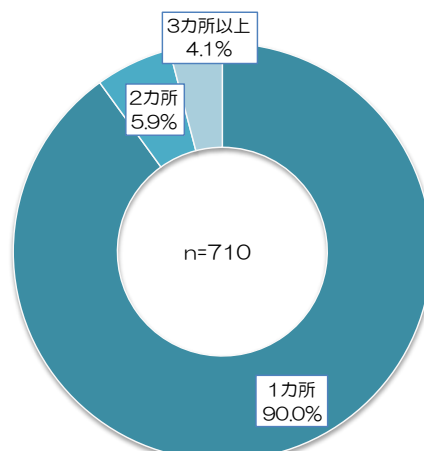


参考 69 取次店数



【中央値】2店舗、【平均】9.5店舗

参考 70 工場数



【中央値】1カ所、【平均】1.2カ所

(注) 本調査において、取次店とは個人店、チェーン店にかかわらず、お客様と衣類の受け渡しを行う店舗のことをいう。また、工場とは衣類などのクリーニング処理を行う作業場または工場のことをいう。

売上・費用の状況

○売上高（1ヵ月あたり）

・「100～200万円未満」21%、「200～500万円未満」19%、「50～100万円未満」17%

○最近1年間の売上高の増減動向（前年比） 「増加」23%、「変わらない」19%、「減少」57%

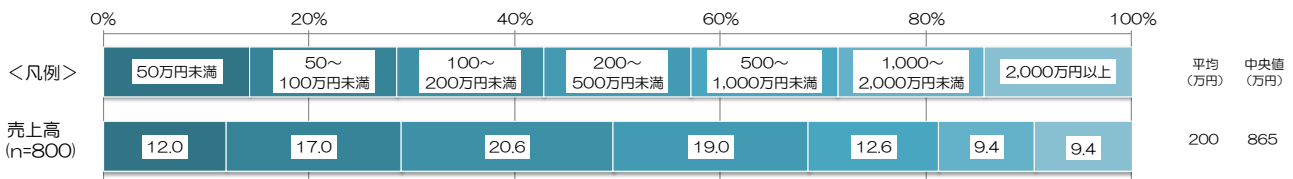
○費用（原材料費（注）、人件費。1ヵ月あたり）

（注）原材料費に水道光熱費は含めない。

【原材料費】「50万円未満」65%、「50～100万円未満」12%、「100～200万円未満」11%

【人件費】「50万円未満」33%、「50～100万円未満」17%、「200～500万円未満」17%

参考71 売上高（1ヵ月あたり）

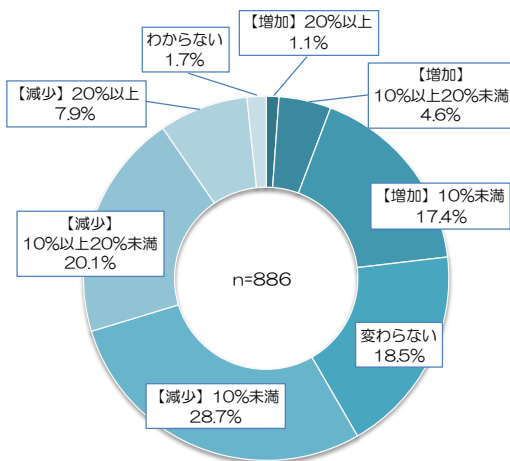


参考72 売上高（1ヵ月あたり）（業種別）

業種別	全	%							中央値 (万円)	平均 (万円)
		50万円未満	50～100万円未満	100～200万円未満	200～500万円未満	500～1,000万円未満	1,000～2,000万円未満	2,000万円以上		
全体	800	12.0	17.0	20.6	19.0	12.6	9.4	9.4	200	865
普通洗濯業	648	12.2	19.4	22.7	19.3	11.6	8.0	6.8	170	734
洗濯物取次業	47	36.2	14.9	19.1	8.5	6.4	6.4	8.5	95	511
リネンサプライ業	97	-	1.0	7.2	22.7	22.7	19.6	26.8	850	1,936

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考73 売上高の増減動向

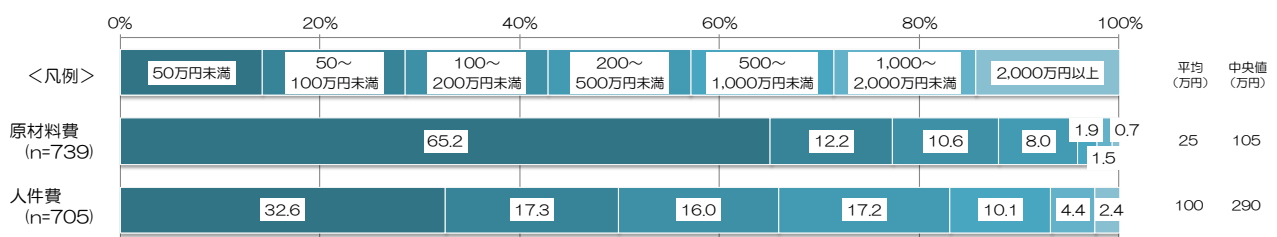


参考74 売上高の増減動向（業種別・従業者規模別）

業種別	全	%							増加計	減少計	
		増加【20%以上】	増加【10%以上20%未満】	増加【10%未満】	変わらない	減少【10%未満】	減少【10%以上20%未満】	減少【20%以上】			
全体	886	1.1	4.6	17.4	18.5	28.7	20.1	7.9	1.7	23.1	56.7
普通洗濯業	725	1.2	4.1	16.1	17.0	29.8	21.8	8.1	1.8	21.5	59.7
洗濯物取次業	50	-	6.0	4.0	22.0	36.0	20.0	10.0	2.0	10.0	66.0
リネンサプライ業	103	1.0	7.8	30.1	28.2	17.5	8.7	5.8	1.0	38.8	32.0
従業者規模別											
3人以下	263	0.4	4.2	6.8	17.1	28.5	27.4	12.5	3.0	11.4	68.4
4～9人	260	1.5	4.6	10.0	17.3	31.2	25.8	8.1	1.5	16.2	65.0
10～29人	193	1.6	3.6	26.9	19.2	30.1	11.9	6.2	0.5	32.1	48.2
30～49人	78	1.3	6.4	30.8	21.8	26.9	7.7	2.6	2.6	38.5	37.2
50人以上	78	1.3	7.7	39.7	23.1	21.8	6.4	-	-	48.7	28.2

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

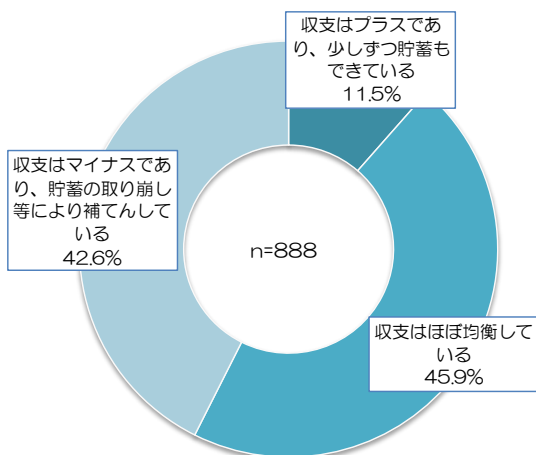
参考75 原材料費、人件費（1ヵ月あたり）



最近1年間の採算状況

- 「収支プラス」12%、「収支ほぼ均衡」46%、「収支マイナス」43%
- 従業員規模が大きいほど「収支プラス」の割合が高い

参考 76 採算状況



参考 77 採算状況 (業種別・従業員規模別)

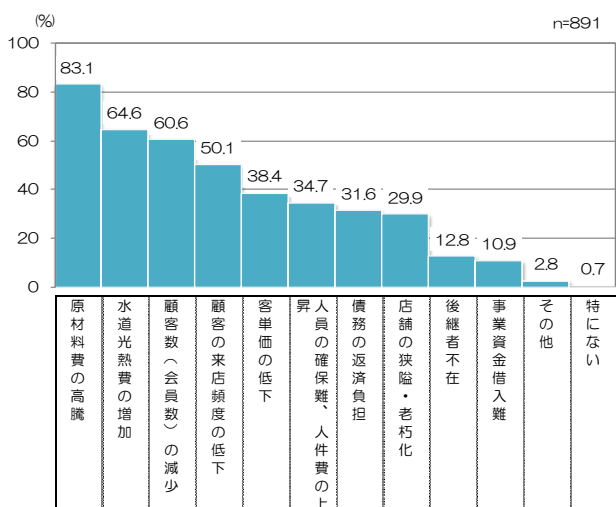
	全 体	少 し づ つ 貯 蓄 も で き て い る	収 支 は ほ ぼ 均 衡 し て い る	収 支 は マ イ ナ ス で あ り 、 貯 蓄 の 取 り 崩 し 等 に よ り 補 て ん し て い る	(%)
全 体	888	11.5	45.9	42.6	
業種別					
普通洗濯業	725	11.3	44.4	44.3	
洗濯物取次業	50	2.0	54.0	44.0	
リネンサプライ業	105	18.1	49.5	32.4	
従業員規模別					
3人以下	263	4.6	43.0	52.5	
4~9人	263	8.7	47.1	44.1	
10~29人	193	13.5	51.3	35.2	
30~49人	78	23.1	44.9	32.1	
50人以上	77	28.6	41.6	29.9	

・色掛け(青色)：全体より5ポイント以上割合が高い項目

経営上の課題・問題点

- 回答割合の高い上位5項目(複数回答)
 - ①「原材料費の高騰」83%、②「水道光熱費の増加」65%、③「顧客数(会員数)の減少」61%、④「顧客の来店頻度の低下」50%、⑤「客単価の低下」38%
- 業歴10年未満の企業は「事業資金借入難」、従業員規模3人以下は「顧客数の減少」「顧客の来店頻度の低下」「後継者不在」、従業員規模10人以上の企業は「原材料費の高騰」「水道光熱費の増加」「人員の確保難、人件費の上昇」の割合が高い

参考 78 経営上の課題・問題点(複数回答)



参考 79 経営上の課題・問題点(複数回答) (業種別・業歴別・従業員規模別)

	全 体	原 材 料 費 の 高 騰	水 道 光 熱 費 の 増 加	顧 客 数 (会 員 数) の 減 少	顧 客 の 来 店 頻 度 の 低 下	客 単 価 の 低 下	人 員 の 確 保 難 、 人 件 費 の 上 昇	債 務 の 返 済 負 担	店 舗 の 狭 隘 ・ 老 朽 化	後 継 者 不 在	事 業 資 金 借 入 難	そ の 他	(%)
全 体	891	83.1	64.6	60.6	50.1	38.4	34.7	31.6	29.9	12.8	10.9	2.8	0.7
業種別													
普通洗濯業	730	87.1	67.0	65.2	56.4	38.2	33.0	32.3	31.6	14.2	10.4	3.0	0.4
洗濯物取次業	50	32.0	22.0	64.0	46.0	50.0	16.0	20.0	28.0	6.0	6.0	2.0	4.0
リネンサプライ業	102	81.4	70.6	25.5	8.8	32.4	56.9	34.3	18.6	5.9	17.6	2.0	1.0
業歴別													
10年未満	32	65.6	46.9	37.5	21.9	21.9	37.5	25.0	21.9	6.3	21.9	-	3.1
10年以上20年未満	71	71.8	56.3	52.1	38.0	33.8	29.6	33.8	26.8	8.5	11.3	4.2	1.4
20年以上30年未満	113	82.3	65.5	58.4	46.0	36.3	36.3	31.0	15.0	12.4	0.9	0.9	
30年以上40年未満	141	82.3	63.8	61.7	47.5	41.8	27.0	29.1	24.8	9.2	11.3	2.1	0.7
40年以上50年未満	206	87.9	68.0	64.6	57.3	38.3	39.8	29.1	27.7	12.6	9.2	2.9	-
50年以上70年未満	251	84.5	67.3	61.4	53.8	38.6	34.3	34.3	34.7	15.1	10.0	4.4	0.8
70年以上	72	84.7	65.3	66.7	51.4	45.8	36.1	41.7	31.9	15.3	11.1	1.4	-
従業員規模別													
3人以下	266	75.6	54.1	71.8	59.4	34.2	6.8	22.2	29.7	19.9	8.3	1.5	1.5
4~9人	264	82.6	65.5	64.8	50.8	39.4	23.1	33.0	30.3	11.0	9.8	2.7	-
10~29人	192	90.1	72.4	49.5	44.8	40.6	57.3	38.0	32.3	10.4	13.5	3.1	0.5
30~49人	78	93.6	78.2	55.1	42.3	44.9	70.5	32.1	24.4	9.0	15.4	5.1	-
50人以上	78	92.3	73.1	39.7	37.2	37.2	82.1	44.9	28.2	5.1	10.3	5.1	-

・色掛け(青色)：全体より5ポイント以上割合が高い項目
・斜線：サンプル数僅少(30未満)のため参考値

＜ピックアップデータ3＞事業承継に関するアンケート結果

事業承継について

○事業承継についての考え

・「事業を承継させる予定である、承継させたい」46%、「事業を承継させる予定はない」20%、「まだ先のことであり、考えていない」19%、「事業を承継させるか否か迷っている」11%

○後継者の有無

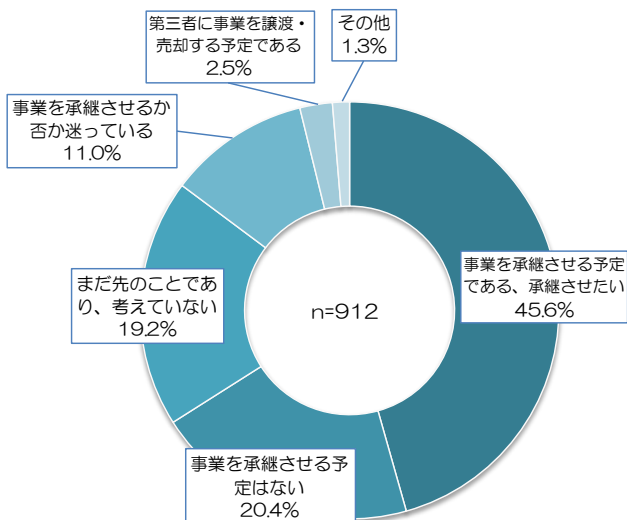
・「決まっている」57%、「未定であるが候補（予定）者はいる」32%、「未定であり、候補（予定）者もない」12%

○後継者または候補者の年代 「40歳代」32%、「30歳代」30%、「20歳代」18%

○事業承継に関してサポートしてほしい情報（複数回答）

・「相続税など、税金に関する情報」32%、「経営権の承継の法律等に関する情報」30%、「事業承継の概要や主なポイントの紹介」29%、「後継者の育成方法」27%、「良好事例の還元」15%

参考80 事業承継についての考え

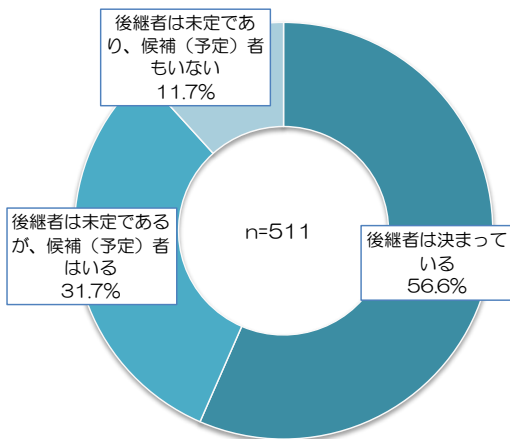


参考81 事業承継についての考え
(業種別・経営者の年代別・従業員規模別)

	全 体	た い て あ る 事 業 を 承 継 さ せ る 予 定	事 業 を 承 継 さ せ る 予 定 は な い	り ま だ 先 の こ と で あ り、 考 え て い な い	否 か 迷 っ て い る	あ る ・ 渡 す 予 定 で あ る	第 三 者 に 事 業 を 譲 渡 す 予 定 で あ る	そ の 他
全体	912	456	204	192	110	25	13	
業種別								
普通洗濯業	747	440	225	189	108	23	15	
洗濯物取次業	50	300	220	300	140	40	-	
リネンサプライ業	107	636	47	159	112	37	09	
経営者の年代別								
30歳以下	31	194	65	54.8	9.7	-	9.7	
40歳代	155	252	148	45.2	11.0	3.2	0.6	
50歳代	202	386	178	25.2	13.9	3.5	1.0	
60歳代	253	51.4	25.3	11.5	10.3	1.2	0.4	
70歳以上	267	60.3	22.8	2.6	9.7	2.6	1.9	
従業員規模別								
3人以下	273	24.9	43.2	20.5	9.2	0.7	1.5	
4~9人	267	47.9	15.4	18.7	14.2	3.0	0.7	
10~29人	194	53.6	7.7	20.1	12.4	4.1	2.1	
30~49人	78	70.5	5.1	14.1	6.4	2.6	1.3	
50人以上	80	72.5	1.3	17.5	6.3	2.5	-	

・色掛け(青色)：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考82 後継者の有無

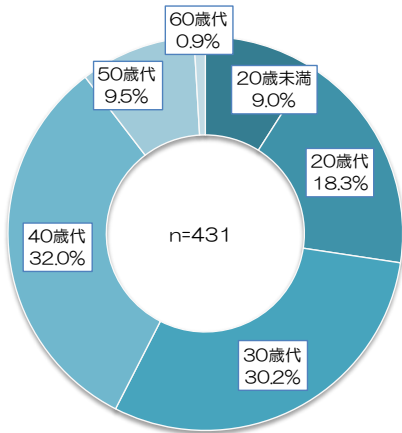


参考83 後継者の有無
(業種別・経営者の年代別・従業員規模別)

	全 体	後 継 者 は 決 ま っ て い る	後 継 者 は 未 定 で あ る が、 候 補 （ 予 定 ） 者 は い る	後 継 者 は 未 定 で あ る が、 候 補 （ 予 定 ） 者 も な い
全体	511	566	317	117
業種別				
普通洗濯業	405	575	314	111
洗濯物取次業	22	499	318	273
リネンサプライ業	80	563	338	100
経営者の年代別				
30歳以下	9	111	33.3	55.6
40歳代	56	143	46.4	39.3
50歳代	104	356	48.1	16.3
60歳代	154	64.9	29.2	5.8
70歳以上	186	75.8	20.4	3.8
従業員規模別				
3人以下	92	52.2	33.7	14.1
4~9人	163	66.9	23.9	9.2
10~29人	127	51.2	32.3	16.5
30~49人	60	50.0	41.7	8.3
50人以上	63	54.0	38.1	7.9

・色掛け(青色)：全体より5ポイント以上割合が高い項目
・斜線：サンプル数僅少(30未満)のため参考値

参考 84 後継者または候補（予定）者の年代

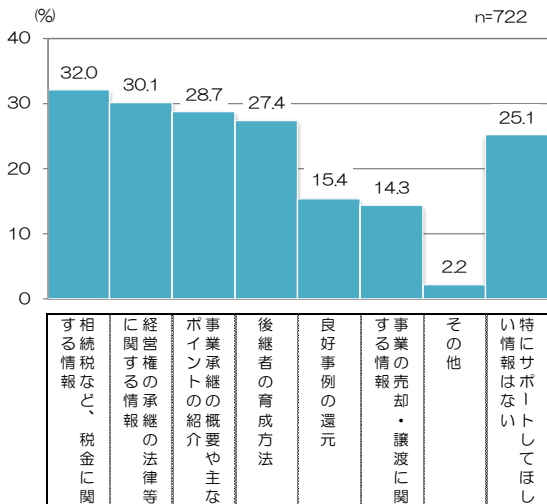


参考 85 後継者または候補（予定）者の年代（業種別・経営者の年代別・従業員規模別）

	全	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上
全体	431	90	183	302	320	95	09	-
業種別								
普通洗濯業	345	10.1	17.4	29.6	32.8	9.0	1.2	-
洗濯物取次業	43	-	15.4	46.2	15.4	23.1	-	-
リネンサプライ業	70	5.7	24.3	27.1	32.9	10.0	-	-
経営者の年代別								
30歳以下	4	7.0	-	2.0	-	-	-	-
40歳代	34	47.1	29.4	11.8	11.8	-	-	-
50歳代	84	20.2	60.7	16.7	2.4	-	-	-
60歳代	136	0.7	10.3	63.2	22.1	3.7	-	-
70歳以上	171	1.2	2.3	13.5	59.6	21.1	2.3	-
従業員規模別								
3人以下	74	4.1	14.9	23.0	40.5	16.2	1.4	-
4~9人	142	9.9	9.9	31.7	35.9	11.3	1.4	-
10~29人	102	10.8	23.5	33.3	26.5	4.9	1.0	-
30~49人	55	10.9	29.1	27.3	25.5	7.3	-	-
50人以上	57	8.8	24.6	33.3	26.3	7.0	-	-

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目
・斜線：サンプル数僅少（30未満）のため参考値

参考 86 事業承継に関してサポートしてほしい情報（複数回答）



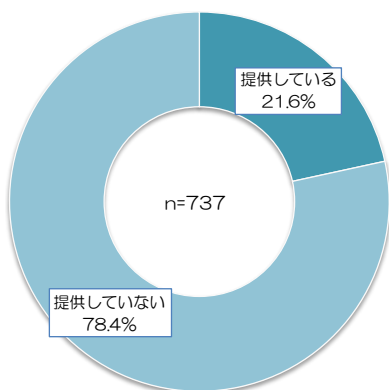
参考 87 事業承継に関してサポートしてほしい情報（複数回答）（業種別・経営者の年代別・従業員規模別）

	全	相続税など、税金に関する情報	経営権の承継に関する情報	ポイントの紹介	事業承継の概要や主な後継者の育成方法	良好事例の還元	事業の売却・譲渡に関する情報	その他	特にサポートしてほしい情報はない
全体	722	32.0	30.1	28.7	27.4	15.4	14.3	2.2	25.1
業種別									
普通洗濯業	579	33.0	30.6	28.8	27.8	15.9	14.9	2.4	24.4
洗濯物取次業	39	20.5	12.8	28.2	20.5	10.3	7.7	2.6	38.5
リネンサプライ業	97	28.9	34.0	26.8	28.9	15.5	13.4	1.0	23.7
経営者の年代別									
30歳以下	28	35.7	32.1	17.9	14.3	16.7	14.3	-	35.7
40歳代	128	32.8	25.0	25.0	25.8	15.6	21.1	2.3	23.4
50歳代	173	28.3	27.2	35.3	32.9	13.9	17.3	1.7	21.4
60歳代	191	28.8	30.4	29.8	31.9	19.4	9.4	3.1	30.9
70歳以上	198	37.9	35.4	26.3	21.7	13.6	12.1	2.0	21.2
従業員規模別									
3人以下	174	29.3	21.3	19.5	13.2	14.4	10.9	2.9	39.1
4~9人	220	37.3	32.7	26.4	25.9	15.0	16.4	2.7	22.7
10~29人	170	27.1	35.3	34.1	32.9	14.7	16.5	2.4	18.2
30~49人	72	38.9	34.7	36.1	45.8	20.8	12.5	1.4	12.5
50人以上	75	29.3	29.3	40.0	37.3	14.7	13.3	-	22.7

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目
・斜線：サンプル数僅少（30未満）のため参考値

＜ピックアップデータ4＞クリーニング以外の商品・サービス

参考 88 クリーニング以外の商品・サービスの提供の有無



クリーニング以外の商品・サービス

○クリーニング以外の商品・サービスの提供の有無
・「提供している」22%、「提供していない」78%

○商品・サービスの内容

- ・コインランドリー
- ・洗剤、コーヒーの販売
- ・ハウスクリーニング
- ・たばこの小売
- ・理・美容業、マッサージ業
- ・時計電池交換、写真
- ・保管用カバー・防虫カバー
- ・ユニフォーム類、紙オムツの販売
- ・染物（のぼり旗、祭礼用品等）販売
- ・切手、はがき、収入印紙、郵パック等
- ・家具のレンタル。寝具のレンタル及び販売
- ・カーペット、カーテン、椅子張りの張り替え
- ・無添加商品（石けん、歯磨き粉、漂白剤等）販売
- ・家庭用石けんの販売
- ・手作り雑貨の製作・販売
- ・貸布団、除雪業務
- ・衣料のリフォーム
- ・靴磨き
- ・宅急便の取扱
- ・カラオケの指導

第2節 クリーニング店の経営取り組み

(1) 一般消費者向けクリーニングについての分析結果

取次店の営業時間

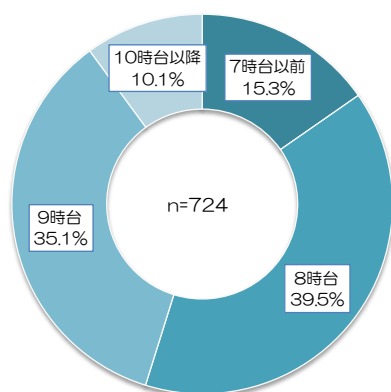
○始業時間

・「8時台」40%、「9時台」35%。(中央値：8時30分)

○終業時間

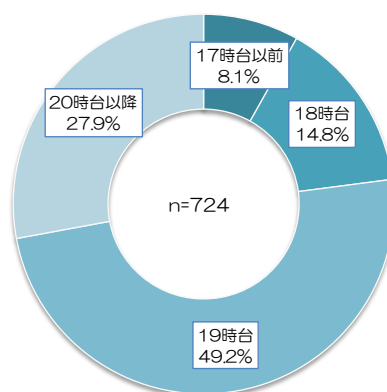
・「19時台」49%、「20時台以降」28%。(中央値：19時00分)

参考 89 始業時間



【中央値】8時30分

参考 90 終業時間

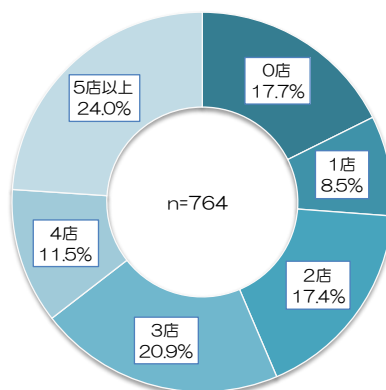


【中央値】19時00分

競合店数

・「5店以上」24%、「3店」21%、「0店」18%、「2店」17%。(中央値：3店)

参考 91 競合店数



【中央値】3店、【平均】5.2店

クリーニングの料金・日数

○クリーニング（紳士用ワイシャツ（ハンガー仕上げ）、紳士用スーツ、婦人用上着）の料金（注）

（注）消費税加算前の標準的な料金。曜日による割引や一時的な割引は含めない。

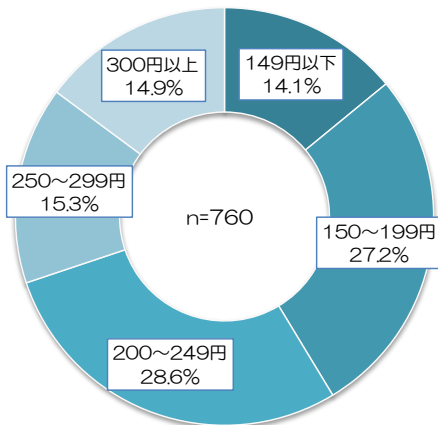
【紳士用ワイシャツ】	（中央値：200円、平均：214円）
【紳士用スーツ】	（中央値：1,184円、平均：1,238円）
【婦人用上着】	（中央値：700円、平均：747円）

○クリーニング（紳士用ワイシャツ（ハンガー仕上げ）、紳士用スーツ、婦人用上着）の日数（注）

（注）AM10:00に持ち込まれた場合の日数。（回答例）当日渡し→0、翌日渡し→1。

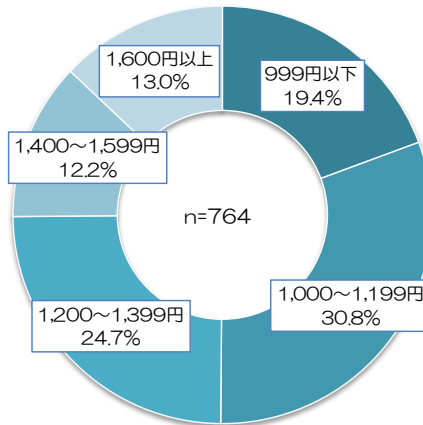
【紳士用ワイシャツ】	（中央値：2日、平均：2.5日）
【紳士用スーツ】	（中央値：2日、平均：2.5日）
【婦人用上着】	（中央値：2日、平均：2.6日）

参考 92 クリーニング料金：
紳士用ワイシャツ



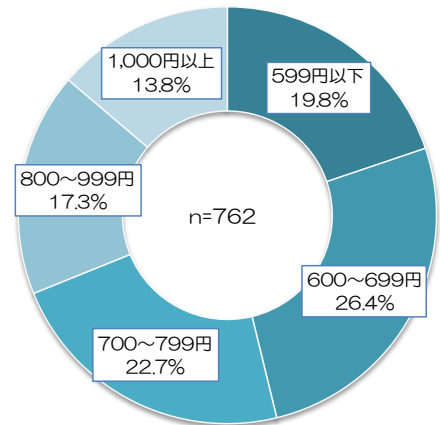
【中央値】200円、【平均】214円

参考 93 クリーニング料金：
紳士用スーツ



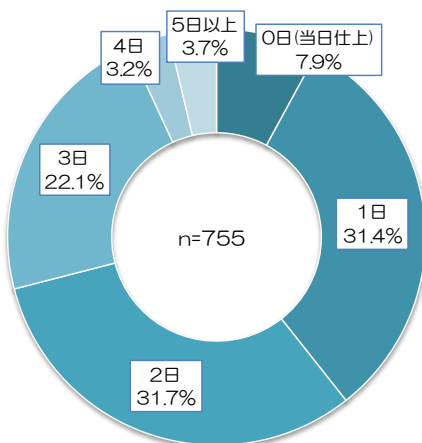
【中央値】1,184円、【平均】1,238円

参考 94 クリーニング料金：
婦人用上着



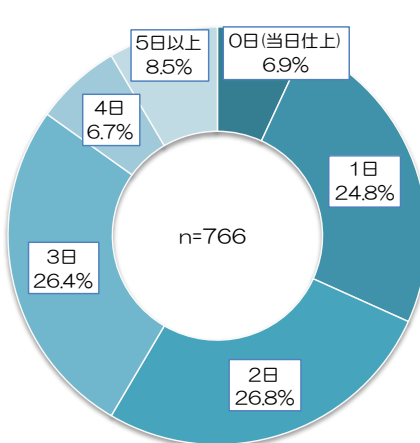
【中央値】700円、【平均】747円

参考 95 仕上り日数：
紳士用ワイシャツ



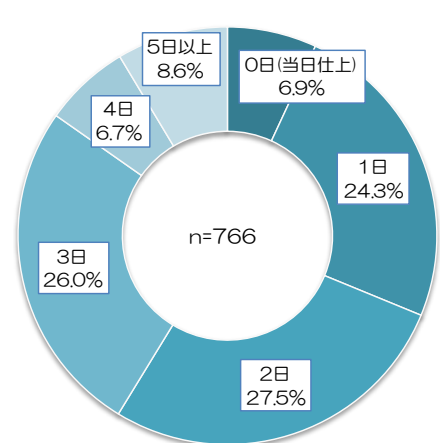
【中央値】2日、【平均】2.5日

参考 96 仕上り日数：
紳士用スーツ



【中央値】2日、【平均】2.5日

参考 97 仕上り日数：
婦人用上着



【中央値】2日、【平均】2.6日

衣類以外のクリーニング品目・各種加工サービスの取扱状況

○衣類以外で取り扱いしている品物と注文が増えている品物（複数回答）

【取り扱いしている品物】 「シーツ・カバー」95%、「ふとん」95%、「カーテン」94%

【注文が増えている品物】 「ふとん」34%、「じゅうたん」16%、「シーツ・カバー」「靴」11%

○各種加工サービスの取扱状況（複数回答）と積極的な案内の実施

【取扱状況】 「はっ水加工」85%、「汗抜き加工」77%、「デラックス加工」67%

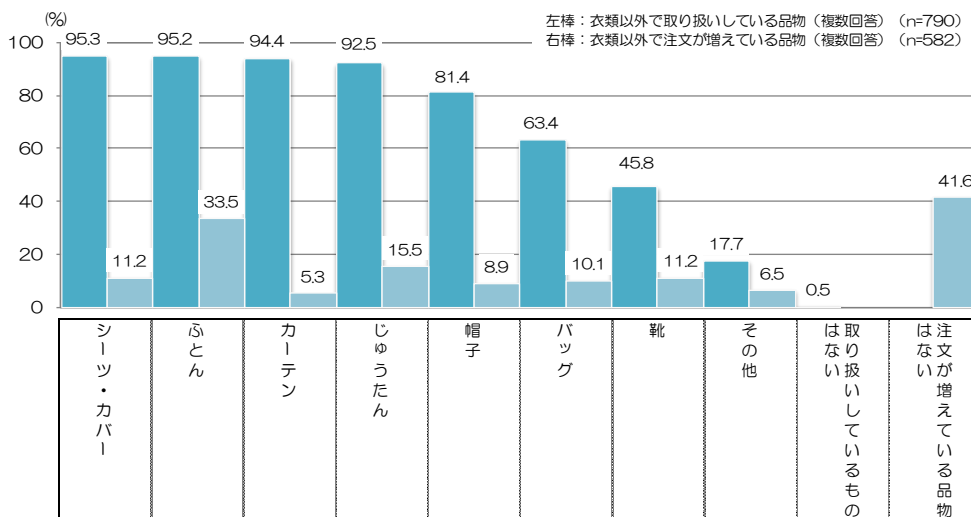
【積極的な案内の実施】 「案内している」58%、「案内していない」42%

○しみ抜き、修繕サービスの実施

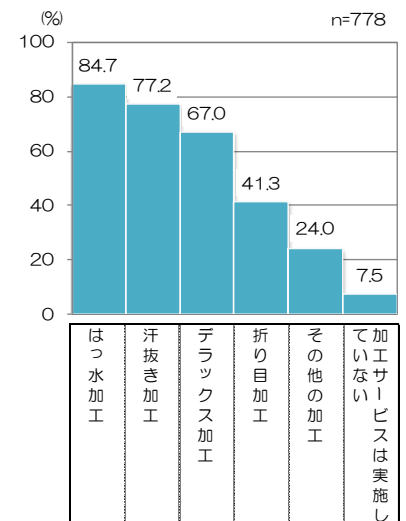
【しみ抜き】 「無料で実施」49%、「有料で実施」49%、「実施していない」2%

【修繕】 「無料で実施」12%、「有料で実施」79%、「実施していない」8%

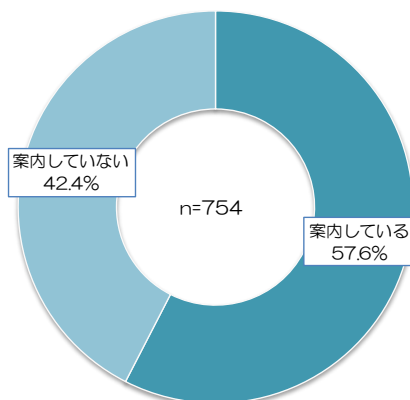
参考 98 衣類以外で取り扱いしている品物（複数回答）
衣類以外で注文が増えている品物（複数回答）



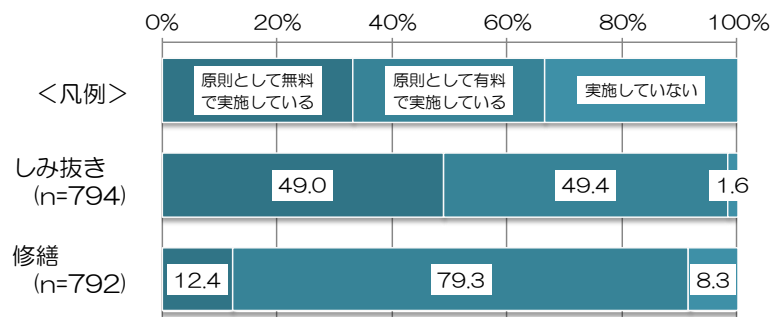
参考 99 各種加工サービスの取扱状況（複数回答）



参考 100 各種加工サービスの積極的な案内の実施状況



参考 101 しみ抜き、修繕サービスの実施状況



保管・集配・宅配サービスの実施状況

【実施状況】（「実施している」割合）

・「保管サービス」54%、「集配サービス」84%、「宅配サービス」56%

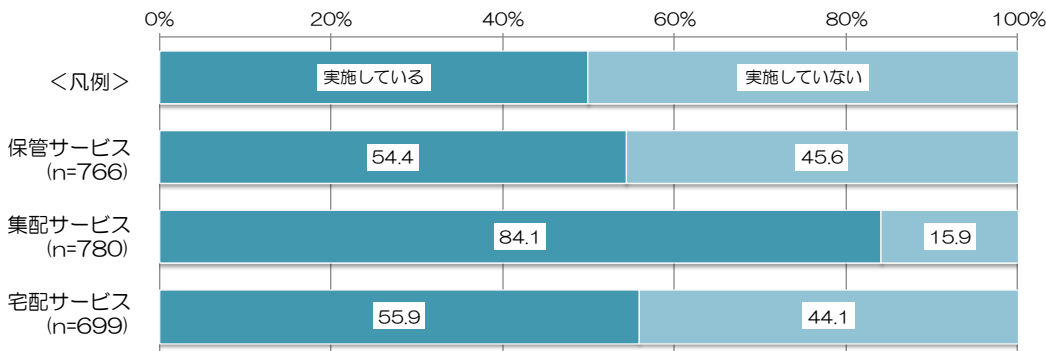
【最近1年間の売上高のそれ以前と比べた増減傾向】（「増えている」（かなり・ある程度）割合）

・「保管サービス」16%、「集配サービス」14%、「宅配サービス」20%

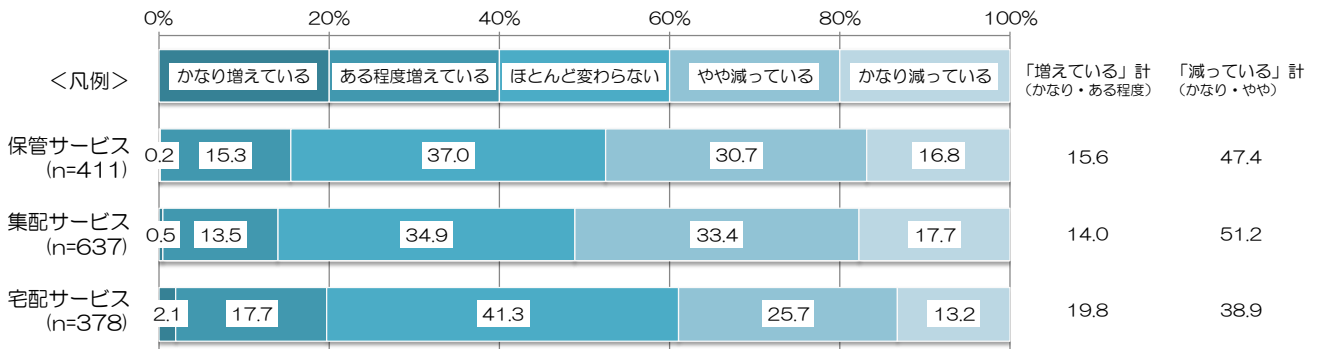
【収益面での貢献度】（「貢献している」（かなり・ある程度）割合）

・「保管サービス」30%、「集配サービス」44%、「宅配サービス」43%

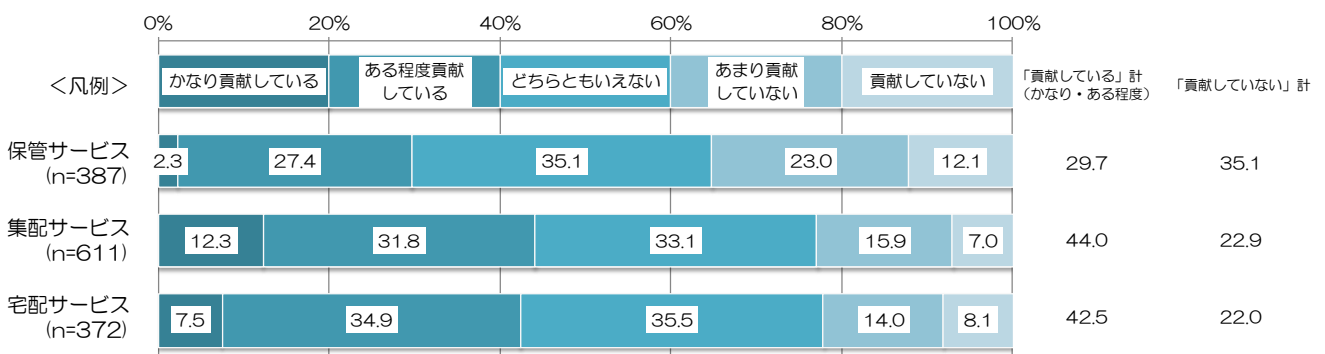
参考 102 保管・集配・宅配サービスの実施状況



参考 103 保管・集配・宅配サービスの売上高の増減動向



参考 104 保管・集配・宅配サービスの収益面での貢献度



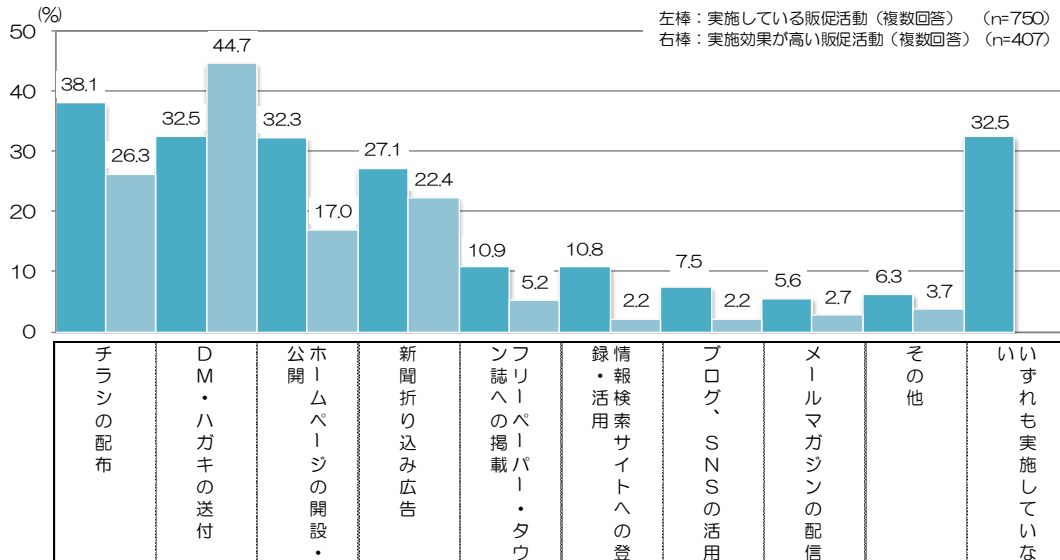
販売促進活動

○実施している販促活動と実施効果が高い販促活動

【実施している販促活動】「チラシの配布」38%、「DM・ハガキの送付」33%、「ホームページの開設・公開」32%、「新聞折り込み広告」27%、「フリーペーパー・タウン誌への掲載」11%

【実施効果が高い販促活動】「DM・ハガキの送付」45%、「チラシの配布」26%、「新聞折り込み広告」22%、「ホームページの開設・公開」17%、「フリーペーパー・タウン誌への掲載」5%

参考 105 実施している販促活動（複数回答）
実施効果が高い販促活動（複数回答）



利用頻度に応じたサービスとイベント・セールの実施状況

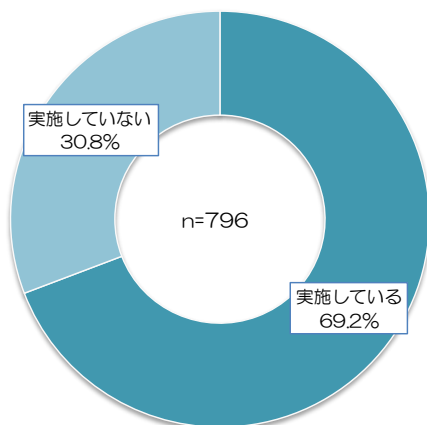
○利用頻度に応じたサービス（ポイント・割引等）の実施

・「実施している」69%

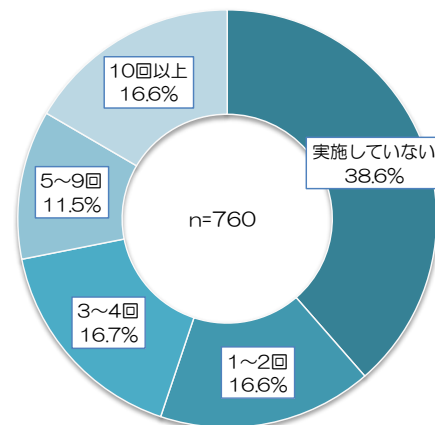
○最近1年間のイベント・セールの回数

・「実施している」61%（【回数】中央値：4回、平均：9.0回）

参考 106 利用頻度に応じたサービス（ポイント・割引等）の実施状況



参考 107 イベント・セールの回数



【中央値】4回、【平均】9.0回

特に好評を得ているサービスやイベント

- 7月はふとん、毛布、じゅうたんの2割引を実施。最近では羽毛ふとんの利用が大変多い
- 春（4～5月）の2ヵ月間に有効で4回まで使える割引券をDMで送付。期間が長く一度に出さなくて良いと好評である
- 閑散期（12・1・2月）に3回（各月1回）使える割引（20%OFF）ハガキを出している
- 毎月1品サービス品 20%OFF を30年間続けている
- プリペイドカード（通常 10,000 円→11,000 円）等のお得販売
- 背広上下とワイシャツを出すとワイシャツが0円になるサービス
- 雨天時の持ち込み半額セール
- チラシにて3点均一料金セール（1,200 円）
- リサイクル洋服の交換会を実施
- ダウン製品のセール
- グルメキャンペーン
- ランドリーバッグ（エコバッグ）の無料サービス
- お正月の福袋セール、抽選大会、おかしのつかみ取り

他店との差別化を図る上で実施しているもの （他店との違いや取り組みの具体的内容）

- ドライ液や合成洗剤、化学のりなどを使用せず、水で手洗い仕上げをし、安心安全の提供に取り組んでいる。北海道から沖縄まで全国各地からの宅配便での利用客が多く、全国をマーケットとすることに力を入れている
- 売上の80%がWeb経由、その90%が東京都近郊からとなっている。物流事業と考えて取組み中。納品は圧縮加工（商標登録2件取得）をして顧客へのサービス向上と運賃の大幅軽減に成功した
- 病院内でのクリーニングの取次店なので、院内の先生方、看護師、患者様の要望等をよく聞いて、対応することを心掛けている
- 地域柄、市街地から遠い地域のお客が多く、また老人家庭が多い。クリーニングに出したくても車がないなど、出せない家をターゲットとしている
- 早朝、夜8時くらいの在宅時の集配サービスを実施している
- 受付、洗い、集配の全てにおいて3人のクリーニング師（プロの資格者）がお客様と接している。パートの無資格の店とは違う。中流・上層部のお客様を対象に商売している
- 競合店では出来ない、しみ抜き・仕上げを行なっている。口コミで、普段着は競合店、フォーマルは本店と差別化しているお客が増えている
- あえて石油系のドライ機をやめ、フロン系のドライ機導入により、風合いの良い仕上がりにしている。また手仕上げアイロンにより一品一品仕上げている
- 土日祝対応、夜間対応（22:00 頃まで）
- 創業100年以上の経験から、一定水準以上の品質を維持していくことが事業を安定させる礎だと感じている。常に技術を先取りし、顧客にお知らせするようにしている
- 原点である着物洗い、しみ抜きを活用した相談・対応、処理を行っている
- お客様から預かった品を全て点検して、ドライ、水洗い、しみ抜き、手間が掛かっても全て価格は同じにしている
- 後継者が日本しみ抜き研究会に長年所属しており、次期講師となっている。競合店には、真似のできない技術でお客様の信用を得て、他店との差別化を図っている

(2) 事業者向けクリーニングについての分析結果

事業者向け取引（サービス）の状況

○事業者向け取引（サービス）の内容（複数回答）

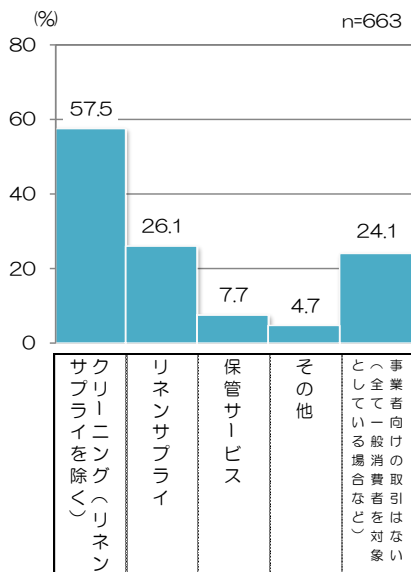
・「クリーニング（リネンサプライを除く）」58%、「リネンサプライ」26%、「保管サービス」8%

○取引している・売上が増えている事業者の種類（複数回答）

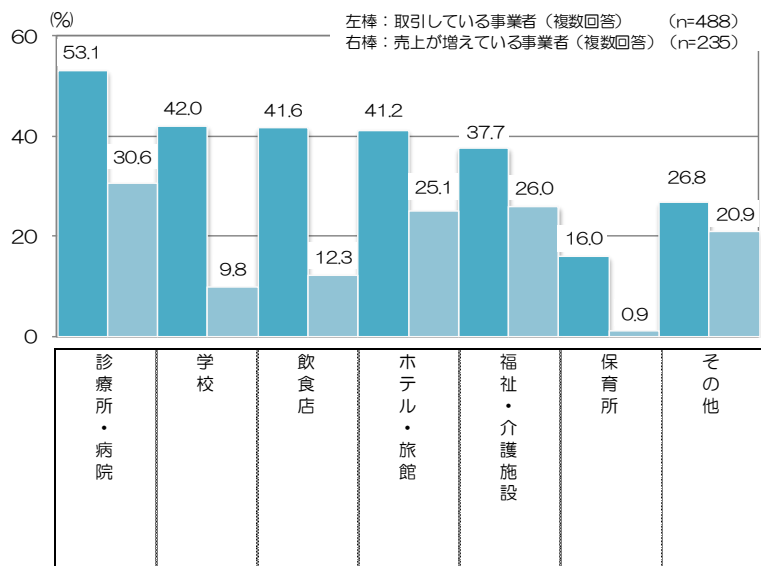
【取引している事業者の種類】「診療所・病院」53%、「学校」42%、「飲食店」42%、
「ホテル・旅館」41%、「福祉・介護施設」38%

【売上が増えている事業者の種類】「診療所・病院」31%、「福祉・介護施設」26%、
「ホテル・旅館」25%

参考 108 事業者向け取引（サービス）の内容（複数回答）



参考 109 取引している事業者の種類（複数回答） 売上が増えている事業者の種類（複数回答）



事業者との取引を開拓・推進していく上で特に配慮していること

- ・期待に添うべく納期の約束を守る。ホームページの充実（具体的内容の提示と更新）
- ・納期最優先。守らないと切られる。汚れやしみが多くて、納期が間にあわない時のコミュニケーションが大事。売上や点数等に応じた個別料金等
- ・約束を守る、元気よく挨拶。これが一番である
- ・イベントに参加する。コミュニケーションを大切にしている
- ・介護施設等では、利用者のクリーニング品（下着）が他の人と混在しないよう、特許を取得したクリーニングネットにより効率良く洗濯できるようにしている
- ・毎年、継続して利用してもらえるよう、各事業者に合わせた内容、金額等を設定している。保育所などは保管の希望も多い
- ・取引先の責任者に定期的に意見・感想を聞くように努めている
- ・年間を通して休まず配達している
- ・集配サービスの充実。回数の増加
- ・除菌を徹底してよくやる
- ・HP閲覧が接点の手始めになると思うので、出来る限りHP更新をして事業者のニーズに合った情報を提示するように心掛けている。ただし一番大切なことは誠意ある仕事を行うこと

(3) 従業員の活性化・育成、経営管理等についての分析結果

従業員の活性化・育成等

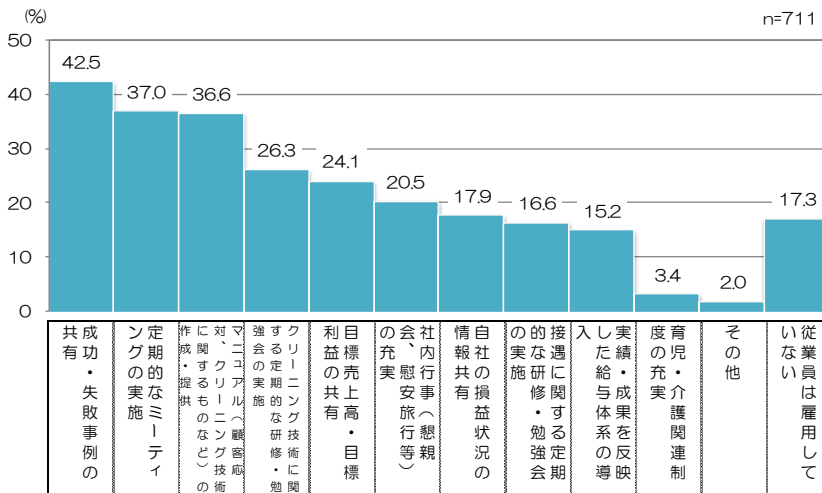
○従業員の活性化・育成を図る上で実施している項目（複数回答）

・「成功・失敗事例の共有」43%、「定期的なミーティングの実施」37%、「マニュアルの作成・提供」37%

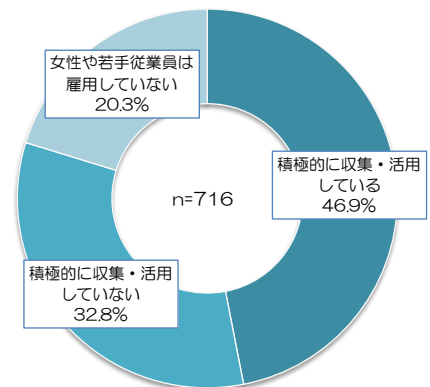
○女性や若手従業員の意見の収集・活用状況

・「積極的に収集・活用している」47%

参考 110 従業員の活性化・育成を図る上で実施している項目（複数回答）



参考 111 女性や若手従業員の意見の収集・活用状況



経営上の数字面での管理等

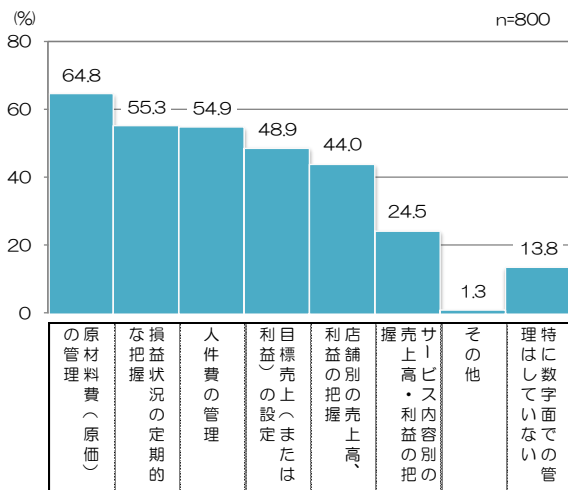
○経営上の数字面での管理で実践している項目（複数回答）

・「原材料費（原価）の管理」65%、「損益状況の定期的な把握」55%、「人件費の管理」55%

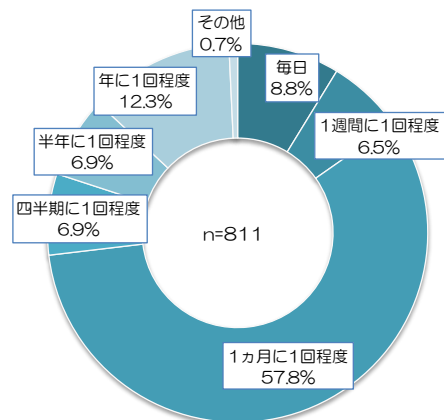
○損益状況を把握する頻度

・「1カ月に1回程度」58%、「年に1回程度」12%、「毎日」9%

参考 112 経営上の数字面での管理で実践している項目（複数回答）



参考 113 損益状況を把握する頻度



＜ピックアップデータ5＞営業状況が良好な事業者の特徴

営業状況が良好な事業者の特徴

①売上高の増減動向②収支状況別に分析した営業状況が良好な事業者の特徴は以下のとおり

【一般消費者向けにクリーニングを実施している企業】

- 取次店の営業時間：始業は9時台、終業は20時台以降
- クリーニングの料金・日数：安い・早い（中央値、平均値いずれも）
- 衣類以外で取り扱いしている品目：特に帽子、バッグ、靴の取扱割合が他に比べて高い
- 各種加工サービス（はっ水、汗抜き、デラックス、折り目等）：各種サービスを実施
- 各種加工サービス（同上）の積極的な案内：積極的に案内
- しみ抜き・修繕サービス：原則として有料で実施
- 保管・集配・宅配サービス：実施している企業では売上高が増加。貢献度も高い
- 販促活動：様々な販促活動を実施
- イベントやセールスの回数：多い
- 競合店との差別化のため重視している項目：「接客」「仕上りのスピード」「顧客向け特典の充実」の割合が高い

【事業者向けにクリーニングを実施している企業】

- 取引している事業者の種類等：様々な事業者と取引。ホテル・旅館、飲食店の売上の増加割合が高い

参考 114 業種

	全 体	普 通 洗 濯 業	洗 濯 物 取 次 業	リ ネ ン サ プ ラ イ 業	中 央 値 (%)
全 体	909	82.7	5.5	11.8	
売上高の増減傾向別					
増えた	201	77.6	2.5	19.9	
変わらない	163	75.5	6.7	17.8	
減った	499	86.8	6.6	6.6	
収支状況別					
収支プラス	102	80.4	1.0	18.6	
収支ほぼ均衡	401	80.3	6.7	13.0	
収支マイナス	377	85.1	5.8	9.0	

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 115 売上高

	全 体	5 0 万 円 未 満	5 10 万 円 未 満	1 0 0 万 円 未 満	2 0 0 万 円 未 満	5 0 0 万 円 未 満	1 0 0 万 円 未 満	2 0 0 万 円 未 満	中 央 値 (万円)	平 均 (万円)
全 体	800	12.0	17.0	20.6	19.0	12.6	9.4	9.4	200	865
売上高の増減傾向別										
増えた	194	4.1	9.8	16.0	21.1	14.9	12.9	21.1	460	1,941
変わらない	152	11.2	13.8	17.8	20.4	13.8	10.5	12.5	250	780
減った	438	15.5	21.0	23.5	18.0	11.0	7.8	3.2	150	436
収支状況別										
収支プラス	95	3.2	8.4	16.8	22.1	11.6	15.8	22.1	490	2,264
収支ほぼ均衡	370	10.0	17.3	20.0	19.7	14.1	10.3	8.6	215	768
収支マイナス	324	16.4	19.8	22.5	17.6	11.1	6.2	6.5	156	572

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 116 始業時間

	全 体	7 時 台 以 前	8 時 台	9 時 台	1 0 時 台 以 降	中 央 値 (時分)
全 体	724	15.3	39.5	35.1	10.1	8:30
売上高の増減傾向別						
増えた	156	14.1	35.3	41.0	9.6	9:00
変わらない	131	19.1	36.6	36.6	7.6	8:30
減った	403	14.4	40.7	33.5	11.4	8:30
収支状況別						
収支プラス	81	14.8	32.1	44.4	8.6	9:00
収支ほぼ均衡	326	14.7	41.7	35.0	8.6	8:30
収支マイナス	297	15.5	38.0	34.0	12.5	8:30

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 117 終業時間

	全 体	1 7 時 台 以 前	1 8 時 台	1 9 時 台	2 0 時 台 以 降	中 央 値 (時分)
全 体	724	8.1	14.8	49.2	27.9	19:00
売上高の増減傾向別						
増えた	156	5.8	11.5	43.6	39.1	19:00
変わらない	131	9.2	11.5	46.6	32.8	19:00
減った	403	8.9	17.1	51.1	22.8	19:00
収支状況別						
収支プラス	81	3.7	13.6	38.3	44.4	19:30
収支ほぼ均衡	326	9.5	16.0	49.4	25.2	19:00
収支マイナス	297	8.4	13.1	51.5	26.9	19:00

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 118 クリーニングの料金
【紳士用ワイシャツ（ハンガー仕上げ）】

	全 体	%					中 央 値 (円)	平 均 (円)
		1 4 9 円 以 下	1 5 0 0 ~ 1 9 9 円	2 0 0 0 ~ 2 4 9 円	2 5 0 0 ~ 2 9 9 円	3 0 0 円 以 上		
全体	760	14.1	27.2	28.6	15.3	14.9	200	214
売上高の増減傾向別								
増えた	162	23.5	29.6	29.0	11.1	6.8	190	191
変わらない	128	10.9	33.6	25.0	16.4	14.1	200	214
減った	438	12.1	25.1	30.1	16.2	16.4	200	221
収支状況別								
収支プラス	84	22.6	31.0	28.6	7.1	10.7	190	201
収支ほぼ均衡	338	14.2	27.5	29.9	15.7	12.7	200	211
収支マイナス	316	12.3	25.9	27.5	17.7	16.5	200	219

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 119 クリーニングの料金
【紳士用スーツ（上下）】

	全 体	%						中 央 値 (円)	平 均 (円)
		9 9 9 円 以 下	1 0 0 0 ~ 1 9 9 円	1 2 0 0 ~ 1 3 0 0 円	1 4 0 0 ~ 1 5 9 9 円	1 6 0 0 円 以 上			
全体	764	19.4	30.8	24.7	12.2	13.0	1,184	1,238	
売上高の増減傾向別									
増えた	162	21.6	38.3	22.2	9.3	8.6	1,100	1,160	
変わらない	130	20.8	36.9	19.2	11.5	11.5	1,125	1,219	
減った	439	18.9	26.7	27.6	12.5	14.4	1,200	1,266	
収支状況別									
収支プラス	84	27.4	39.3	11.9	11.9	9.5	1,100	1,172	
収支ほぼ均衡	340	18.8	32.6	25.6	13.5	9.4	1,160	1,215	
収支マイナス	317	18.6	26.8	26.5	11.4	16.7	1,200	1,273	

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 120 クリーニングの料金
【婦人用上着（上衣のみ）】

	全 体	%					中 央 値 (円)	平 均 (円)
		5 9 9 円 以 下	6 0 0 0 ~ 6 9 9 円	7 0 0 0 ~ 7 9 9 円	8 0 0 0 ~ 9 9 9 円	1 0 0 0 円 以 上		
全体	762	19.8	26.4	22.7	17.3	13.8	700	747
売上高の増減傾向別								
増えた	162	19.8	32.7	20.4	14.8	12.3	680	722
変わらない	130	21.5	26.9	27.7	13.8	10.0	700	722
減った	437	20.1	24.3	22.7	19.0	14.0	700	755
収支状況別								
収支プラス	84	27.4	31.0	21.4	9.5	10.7	649	706
収支ほぼ均衡	340	18.2	29.7	24.1	14.7	13.2	700	732
収支マイナス	315	20.0	22.5	21.3	22.9	13.3	700	760

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 121 クリーニングの日数
【紳士用ワイシャツ（ハンガー仕上げ）】

	全 体	%					中 央 値 (日)	平 均 (日)	
		0 日 (当 日 仕 上)	1 日	2 日	3 日	4 日			5 日 以 上
全体	755	7.9	31.4	31.7	22.1	3.2	3.7	2	2.5
売上高の増減傾向別									
増えた	161	11.2	42.2	24.8	17.4	2.5	1.9	1	1.7
変わらない	129	10.1	27.9	33.3	22.5	3.9	2.3	2	1.9
減った	432	6.5	29.2	32.6	23.8	3.0	4.9	2	2.9
収支状況別									
収支プラス	85	15.3	38.8	16.5	27.1	2.4	-	1	1.6
収支ほぼ均衡	337	7.7	30.0	33.5	21.7	2.4	4.7	2	3.1
収支マイナス	310	6.5	30.3	33.2	21.6	4.5	3.9	2	2.0

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 122 クリーニングの日数
【紳士用スーツ（上下）】

	全 体	%					中 央 値 (日)	平 均 (日)	
		0 日 (当 日 仕 上)	1 日	2 日	3 日	4 日			5 日 以 上
全体	766	6.9	24.8	26.8	26.4	6.7	8.5	2	2.5
売上高の増減傾向別									
増えた	161	10.6	32.3	26.1	23.0	5.0	3.1	2	1.9
変わらない	131	6.9	26.0	26.7	20.6	9.2	10.7	2	2.4
減った	440	5.9	22.5	26.8	28.9	6.1	9.8	2	2.7
収支状況別									
収支プラス	85	15.3	25.9	18.8	32.9	3.5	3.5	2	2.0
収支ほぼ均衡	341	7.0	24.6	29.3	23.5	6.7	8.8	2	2.6
収支マイナス	317	5.0	25.2	24.9	27.1	7.6	10.1	2	2.5

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 123 クリーニングの日数
【婦人用上着（上衣のみ）】

	全 体	%					中 央 値 (日)	平 均 (日)	
		0 日 (当 日 仕 上)	1 日	2 日	3 日	4 日			5 日 以 上
全体	766	6.9	24.3	27.5	26.0	6.7	8.6	2	2.6
売上高の増減傾向別									
増えた	161	10.6	31.7	26.7	23.0	5.0	3.1	2	1.9
変わらない	131	6.9	25.2	27.5	20.6	9.2	10.7	2	2.4
減った	440	5.9	22.3	27.0	28.6	6.1	10.0	2	2.9
収支状況別									
収支プラス	85	15.3	25.9	18.8	32.9	3.5	3.5	2	2.0
収支ほぼ均衡	341	7.0	23.8	30.2	23.2	6.7	9.1	2	2.9
収支マイナス	317	5.0	24.9	25.6	26.8	7.6	10.1	2	2.5

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 124 衣類以外で取り扱いしている品目
（複数回答）

	全 体	%									
		シ ー ツ ・ カ パ ー	ふ と ん	カ ー テ ン	じ ゅ う た ん	帽 子	バ ッ ク	靴	そ の 他	も 取 り 扱 い し て い る	
全体	790	95.3	95.2	94.4	92.5	81.4	63.4	45.8	17.7	0.5	
売上高の増減傾向別											
増えた	169	95.3	97.6	95.9	93.5	91.7	76.3	63.9	20.1	0.6	
変わらない	135	92.6	94.8	93.3	91.1	77.0	65.2	48.1	14.8	1.5	
減った	450	96.4	94.7	94.9	92.9	80.2	60.7	40.4	18.0	0.2	
収支状況別											
収支プラス	88	96.6	98.9	96.6	93.2	87.5	71.6	58.0	21.6	-	
収支ほぼ均衡	355	94.9	94.1	92.7	90.7	81.1	58.3	44.5	17.2	0.6	
収支マイナス	325	96.0	95.4	96.6	94.2	81.2	68.0	44.6	17.2	0.6	

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 125 各種加工サービスの
取扱状況（複数回答）

	全 体	%					
		は っ 水 加 工	汗 抜 き 加 工	テ ラ ッ ク ス 加 工	折 り 目 加 工	そ の 他 の 加 工	施 工 サ ー ビ ス は 美
全体	778	84.7	77.2	67.0	41.3	24.0	7.5
売上高の増減傾向別							
増えた	167	92.2	82.6	74.9	49.7	35.3	3.0
変わらない	132	85.6	78.8	65.9	42.4	24.2	9.8
減った	446	82.7	75.8	64.8	38.6	19.7	7.8
収支状況別							
収支プラス	86	94.2	91.9	79.1	48.8	41.9	2.3
収支ほぼ均衡	349	83.4	75.4	66.5	37.8	18.9	8.6
収支マイナス	323	84.8	75.5	65.0	44.6	24.5	7.4

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 126 各種加工サービスの積極的な案内の実施状況

	(%)		
	全 体	案内 している	案内 していない
全体	754	57.6	42.4
売上高の増減傾向別			
増えた	162	71.6	28.4
変わらない	126	59.5	40.5
減った	433	52.4	47.6
収支状況別			
収支プラス	85	72.9	27.1
収支ほぼ均衡	340	53.8	46.2
収支マイナス	310	56.8	43.2

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 127 しみ抜きサービスの実施状況

	(%)			
	全 体	実施 している	原則 として無料 で	原則 として有料 で
全体	794	49.0	49.4	1.6
売上高の増減傾向別				
増えた	166	38.0	60.8	1.2
変わらない	134	47.0	51.5	1.5
減った	458	53.7	44.5	1.7
収支状況別				
収支プラス	86	27.9	70.9	1.2
収支ほぼ均衡	352	52.3	46.6	1.1
収支マイナス	334	50.6	47.0	2.4

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 128 修繕サービスの実施状況

	(%)			
	全 体	実施 している	原則 として無料 で	原則 として有料 で
全体	792	12.4	79.3	8.3
売上高の増減傾向別				
増えた	166	8.4	85.5	6.0
変わらない	134	8.2	79.9	11.9
減った	455	14.5	77.8	7.7
収支状況別				
収支プラス	85	4.7	90.6	4.7
収支ほぼ均衡	351	12.5	78.9	8.5
収支マイナス	332	13.9	76.8	9.3

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

【保管サービス】

参考 129 実施状況

	(%)		
	全 体	実施 している	実施 していない
全体	766	54.4	45.6
売上高の増減傾向別			
増えた	168	49.4	50.6
変わらない	125	53.6	46.4
減った	442	56.1	43.9
収支状況別			
収支プラス	87	50.6	49.4
収支ほぼ均衡	339	49.3	50.7
収支マイナス	323	59.8	40.2

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 130 売上高の増減動向

	(%)			
	全 体	増 加 計	い ほ ん ど 変 わ ら な い	減 少 計
全体	411	15.6	37.0	47.4
売上高の増減傾向別				
増えた	83	47.0	34.9	18.1
変わらない	64	14.1	70.3	15.6
減った	247	6.5	29.6	64.0
収支状況別				
収支プラス	44	50.0	36.4	13.6
収支ほぼ均衡	165	17.0	46.7	36.4
収支マイナス	190	7.4	30.5	62.1

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 131 収益面での貢献度

	(%)			
	全 体	貢 献 して いる 計	い ど ち ら と も い え な い	貢 献 して い な い
全体	387	29.7	35.1	35.1
売上高の増減傾向別				
増えた	81	50.6	27.2	22.2
変わらない	60	35.0	48.3	16.7
減った	230	22.2	33.9	43.9
収支状況別				
収支プラス	43	60.5	23.3	16.3
収支ほぼ均衡	153	34.0	38.6	27.5
収支マイナス	181	19.9	35.4	44.8

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

【集配サービス】

参考 132 実施状況

	(%)		
	全 体	実施 している	実施 していない
全体	780	84.1	15.9
売上高の増減傾向別			
増えた	168	79.8	20.2
変わらない	129	78.3	21.7
減った	446	86.8	13.2
収支状況別			
収支プラス	85	83.5	16.5
収支ほぼ均衡	348	81.9	18.1
収支マイナス	324	85.8	14.2

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 133 売上高の増減動向

	(%)			
	全 体	増 加 計	い ほ ん ど 変 わ ら な い	減 少 計
全体	637	14.0	34.9	51.2
売上高の増減傾向別				
増えた	130	37.7	34.6	27.7
変わらない	97	17.5	54.6	27.8
減った	379	5.8	30.6	63.6
収支状況別				
収支プラス	68	35.3	36.8	27.9
収支ほぼ均衡	280	15.7	38.6	45.7
収支マイナス	269	7.4	31.2	61.3

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 134 収益面での貢献度

	(%)			
	全 体	貢 献 して いる 計	い ど ち ら と も い え な い	貢 献 して い な い
全体	611	44.0	33.1	22.9
売上高の増減傾向別				
増えた	128	57.8	24.2	18.0
変わらない	95	44.2	45.3	10.5
減った	362	39.2	32.9	27.9
収支状況別				
収支プラス	66	62.1	22.7	15.2
収支ほぼ均衡	272	47.1	33.8	19.1
収支マイナス	256	36.7	34.4	28.9

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

【宅配サービス】

参考 135 実施状況

	(%)		
	全 体	実施 している	実施 していない
全体	699	55.9	44.1
売上高の増減傾向別			
増えた	159	54.1	45.9
変わらない	115	58.3	41.7
減った	395	55.2	44.8
収支状況別			
収支プラス	83	51.8	48.2
収支ほぼ均衡	316	54.1	45.9
収支マイナス	283	58.0	42.0

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 136 売上高の増減動向

	(%)			
	全 体	増 加 計	い ほ ん ど 変 わ ら な い	減 少 計
全体	378	19.8	41.3	38.9
売上高の増減傾向別				
増えた	85	47.1	36.5	16.5
変わらない	64	18.8	57.8	23.4
減った	212	10.8	38.2	50.9
収支状況別				
収支プラス	42	45.2	35.7	19.0
収支ほぼ均衡	164	21.3	48.2	30.5
収支マイナス	160	12.5	36.3	51.3

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 137 収益面での貢献度

	(%)			
	全 体	貢 献 して いる 計	い ど ち ら と も い え な い	貢 献 して い な い
全体	372	42.5	35.5	22.0
売上高の増減傾向別				
増えた	85	56.5	29.4	14.1
変わらない	66	45.5	40.9	13.6
減った	207	36.2	35.7	28.0
収支状況別				
収支プラス	42	61.9	23.8	14.3
収支ほぼ均衡	165	46.1	38.2	15.8
収支マイナス	156	34.0	36.5	29.5

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 138 販促活動で実施している項目
(複数回答)

	全 体	チ ラ シ の 配 布	付 D M ・ ハ ガ キ の 送	設 ・ 公 開 ホ ー ム ペ ー ジ の 開	新 聞 折 り 込 み 広 告	フ リ ー ペ ー バ ー の 掲 載 ・ タ ウ ン 誌 へ の 掲 載	情 報 検 索 サ イ ト へ の 登 録 ・ 活 用	活 用 フ ロ グ 、 S N S の	配 信 メ ー ル マ ガ ジ ン の	そ の 他	い ず れ も 実 施 し て い な い
全体	750	381	325	323	271	109	108	75	56	63	325
売上高の増減傾向別											
増えた	168	536	506	536	381	161	202	125	107	71	161
変わらない	129	442	333	357	279	109	109	70	78	47	287
減った	419	317	272	241	236	93	79	60	31	64	382
収支状況別											
収支プラス	85	541	529	518	424	118	200	188	118	94	129
収支ほぼ均衡	341	387	314	320	249	117	117	59	50	53	346
収支マイナス	307	339	287	287	261	101	78	65	46	68	349

・色掛け(青色): 全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 139 販促活動で実施効果が高い項目
(複数回答)

	全 体	付 D M ・ ハ ガ キ の 送	チ ラ シ の 配 布	新 聞 折 り 込 み 広 告	設 ・ 公 開 ホ ー ム ペ ー ジ の 開	フ リ ー ペ ー バ ー の 掲 載 ・ タ ウ ン 誌 へ の 掲 載	情 報 検 索 サ イ ト へ の 登 録 ・ 活 用	活 用 フ ロ グ 、 S N S の	配 信 メ ー ル マ ガ ジ ン の	そ の 他	い ず れ も 実 施 し て い な い
全体	407	447	263	224	170	52	27	22	22	37	
売上高の増減傾向別											
増えた	124	508	242	218	218	56	48	40	24	24	
変わらない	66	485	273	288	152	45	15	15	15	30	
減った	210	405	267	210	148	48	14	14	24	48	
収支状況別											
収支プラス	65	508	277	231	231	31	62	46	31	15	
収支ほぼ均衡	176	449	244	222	182	51	23	17	23	34	
収支マイナス	160	419	281	219	138	56	19	19	19	50	

・色掛け(青色): 全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 140 利用頻度に応じたサービス
(ポイント・割引等)の実施状況

	全 体	実 施 し て い る	実 施 し て い な い
全体	796	692	308
売上高の増減傾向別			
増えた	166	801	199
変わらない	137	715	285
減った	454	665	335
収支状況別			
収支プラス	88	795	205
収支ほぼ均衡	354	695	305
収支マイナス	331	674	326

・色掛け(青色): 全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 141 イベントやセールスの回数(1年間)

	全 体	実 施 し て い な い	1 〜 2 回	3 〜 4 回	5 〜 9 回	1 0 回 以 上	中 央 値 (回)	平 均 (回)
全体	765	386	166	167	115	166	4	9.0
売上高の増減傾向別								
増えた	166	253	157	205	205	181	5	9.9
変わらない	127	354	134	157	118	236	5	9.1
減った	435	425	182	161	85	147	4	8.8
収支状況別								
収支プラス	84	274	107	190	155	274	6	14.0
収支ほぼ均衡	342	398	170	173	132	129	4	7.9
収支マイナス	318	396	182	160	85	176	4	8.7

・色掛け(青色): 全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 142 競合店との差別化を図る上で
重視している項目(複数回答)

	全 体	仕 上 が り の 良 さ	カ シ ・ 対 応 力	接 客	集 配 サ ー ビ ス の 充 実	仕 上 が り の ス ピ ー ド	顧 客 向 け 特 典 の 充 実	宅 配 サ ー ビ ス の 充 実	価 格 (安 さ)	保 管 サ ー ビ ス の 充 実	そ の 他	特 に 重 視 し て い る 項 目 は な い
全体	807	866	745	616	445	352	286	248	219	218	31	26
売上高の増減傾向別												
増えた	172	907	779	669	424	436	349	244	221	227	47	23
変わらない	139	871	719	698	468	374	252	230	223	245	22	22
減った	459	858	752	586	460	336	290	257	222	218	31	24
収支状況別												
収支プラス	90	889	789	700	411	456	389	244	233	256	67	22
収支ほぼ均衡	362	859	735	638	472	331	260	251	218	185	30	17
収支マイナス	331	867	755	568	429	344	293	248	224	251	24	36

・色掛け(青色): 全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 143 事業者向け取引
(サービス)の内容(複数回答)

	全 体	ク リ ー ニ ン グ (ヘ リ ネ ン サ フ ラ イ を 除 く)	リ ネ ン サ フ ラ イ	保 管 サ ー ビ ス	そ の 他	事 業 者 向 け の 取 引 対 象 は な い と し て い る 場 合 な ど
全体	663	575	261	77	47	24.1
売上高の増減傾向別						
増えた	162	599	352	56	68	16.0
変わらない	118	644	314	68	08	18.6
減った	358	545	201	84	50	29.3
収支状況別						
収支プラス	85	612	353	71	35	17.6
収支ほぼ均衡	299	592	291	60	30	24.7
収支マイナス	265	543	200	87	60	26.0

・色掛け(青色): 全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 144 取引している事業者の種類
(複数回答)

	全 体	診 療 所 ・ 病 院	学 校	飲 食 店	ホ テ ル ・ 旅 館	福 祉 ・ 介 護 施 設	保 育 所	そ の 他
全体	488	531	420	416	412	377	160	268
売上高の増減傾向別								
増えた	132	598	394	470	492	470	189	280
変わらない	94	500	372	415	383	330	96	277
減った	240	488	450	396	375	354	171	267
収支状況別								
収支プラス	69	580	435	565	478	435	174	275
収支ほぼ均衡	224	536	438	438	420	420	165	237
収支マイナス	183	492	404	339	372	317	158	306

・色掛け(青色): 全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 145 売上が増えている事業者の種類
(複数回答)

	全 体	診 療 所 ・ 病 院	福 祉 ・ 介 護 施 設	ホ テ ル ・ 旅 館	飲 食 店	学 校	保 育 所	そ の 他
全体	235	306	260	251	123	98	09	1209
売上高の増減傾向別								
増えた	91	319	308	308	176	66	-	242
変わらない	40	375	225	275	150	75	-	175
減った	97	247	237	196	72	134	21	196
収支状況別								
収支プラス	47	383	255	319	255	64	-	170
収支ほぼ均衡	110	291	300	209	118	127	09	209
収支マイナス	72	278	208	292	56	69	14	222

・色掛け(青色): 全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 146 従業員の活性化や育成を図る上で実施している項目（複数回答）

	全 体	成 功 ・ 失 敗 事 例 の 共 有	定 期 的 な ミ ニ ー ン グ	マ ニ ッ ガ ル の 作 成 ・ 提 供	マ ニ ッ ガ ル の 修 正 ・ ク リ ー ン グ	ク リ ー ン グ 技 術 に 関 する 定 期 的 な 研 修 ・ 勉 励	ク リ ー ン グ 技 術 に 関 する 定 期 的 な 研 修 ・ 勉 励	目 標 売 上 高 ・ 目 標 利 益	社 内 行 事 （ 懇 親 会 、 懇 話 会 等 ） の 充 実	共 有	自 社 の 損 益 状 況 の 情 報	研 修 ・ 勉 励 の 実 施 情 況	接 遇 に 関 する 定 期 的 な 研 修 ・ 勉 励	給 与 体 系 の 導 入 情 況	実 績 ・ 成 果 を 反 映 した 充 実	育 児 ・ 介 護 関 連 制 度 の 充 実	そ の 他	従 業 員 は 雇 用 し て い な い
全体	711	425	370	366	263	241	205	179	166	152	34	20	173					
売上高の増減傾向別																		
増えた	179	525	536	486	358	363	374	251	257	279	73	22	84					
変わらない	129	364	380	388	256	202	140	132	202	85	08	16	186					
減った	377	414	297	310	218	210	154	167	119	122	27	21	202					
収支状況別																		
収支プラス	93	570	602	516	366	409	376	237	301	301	86	32	86					
収支ほぼ均衡	328	415	357	348	244	226	192	137	155	143	37	24	171					
収支マイナス	271	402	314	339	247	210	177	214	129	114	15	11	196					

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 147 女性や若手従業員の意見の収集・活用状況

	全 体	積 極 的 に 収 集 ・ 活 用 し て い な い	積 極 的 に 収 集 ・ 活 用 し て い な い	用 意 し て い な い 若 手 従 業 員 は 雇 用 し て い な い
全体	716	469	328	203
売上高の増減傾向別				
増えた	178	663	230	107
変わらない	133	444	338	218
減った	380	389	374	237
収支状況別				
収支プラス	86	651	291	58
収支ほぼ均衡	332	470	331	199
収支マイナス	285	414	344	242

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 148 経営上の数字面での管理で実践している項目（複数回答）

	全 体	理 原 材 料 費 （ 原 価 ） の 管 理	損 益 状 況 の 定 期 的 な 把 握	人 件 費 の 管 理	目 標 売 上 高 （ ま た は 利 益 ） の 設 定	店 舗 別 の 売 上 高 ・ 利 益	高 ・ 利 益 の 把 握	サ ー ビ ス 内 容 別 の 売 上	そ の 他	特 に 数 字 面 で の 管 理 は し て い な い
全体	800	648	553	549	489	440	245	13	138	
売上高の増減傾向別										
増えた	196	719	699	709	597	556	327	15	56	
変わらない	147	633	435	544	558	401	252	-	122	
減った	427	625	534	489	433	407	208	16	171	
収支状況別										
収支プラス	95	726	747	747	653	600	368	21	74	
収支ほぼ均衡	368	617	543	546	508	405	212	16	133	
収支マイナス	318	657	509	509	425	437	242	06	151	

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 149 損益状況を把握する頻度

	全 体	毎 日	1 週 間 に 1 回 程 度	1 カ 月 に 1 回 程 度	四 半 期 に 1 回 程 度	半 年 に 1 回 程 度	年 に 1 回 程 度	そ の 他
全体	811	88	65	578	69	69	123	07
売上高の増減傾向別								
増えた	192	78	73	677	83	47	42	-
変わらない	147	88	54	619	41	75	109	14
減った	435	97	62	538	78	69	149	07
収支状況別								
収支プラス	97	72	82	711	72	21	31	10
収支ほぼ均衡	368	84	60	579	76	68	130	03
収支マイナス	325	92	65	538	65	89	138	12

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

参考 150 クリーニング以外の商品・サービスの提供

	全 体	提 供 し て い る	提 供 し て い な い
全体	737	216	784
売上高の増減傾向別			
増えた	173	318	682
変わらない	131	252	748
減った	404	156	844
収支状況別			
収支プラス	82	317	683
収支ほぼ均衡	341	229	771
収支マイナス	295	176	824

・色掛け（青色）：全体より5ポイント以上割合が高い項目

第3章 大手クリーニング事業者へのヒアリング調査

以下では、付帯調査として実施した大手クリーニング事業者に対するヒアリング（業界動向や取組内容等）の内容を取りまとめている。

ヒアリング企業①（本社：関東、業歴：50年以上、売上高：10～20億円）

1. クリーニング業界の現状と課題

- 現在の市場規模はピーク時の半分以下。クールビズ、ファストファッションの台頭、家庭で洗える衣類の増加、家庭洗濯の技術的な進歩により、消費者がクリーニング店を利用する機会が減っている。団塊世代のリタイア、少子高齢化の影響も大きい。クリーニング業界は日本全体の景気の影響を受けやすい。**服が売れるとクリーニング需要が高まるが、売れないと減少する。アパレル業界の動向との関係が深い。**
- 業界内では価格競争が激化しており、大都市圏ではワイシャツの料金は100円以下が当たり前の状況になってきている。ワイシャツを取り込めば他の注文も受けられることから、戦略的にワイシャツの価格を下げているケースも見られる。
- 最近では、**マンションに住む人が増え、自宅の収納スペースが減っていることから、保管ニーズが増大している。地方でも都市部では同様の傾向が見られる。**当社でも他社との競争というよりは、究極的には家庭のクローゼットとの勝負だと思っている。
- 業界全体に占める大手企業のシェアは低く、中小・小規模の事業者が業界を支えていると言える。老舗が多く、新規参入が少ない点も特徴で、それ故にイノベーションが進んでいない。業者の数は減っており、後継者やクリーニングに携わりたいと感じる人も少なくなっている。**1つの町・村にクリーニング店が1軒もない「クリーニング難民」が増えていくことも危惧される。**
- 趨勢としては、新たなサービス展開に乗り出す店舗と時流に乗り遅れる店舗の二極化が進むのではないかと。それを分けるのは後継者の有無。**後継者がいる店舗なら、個人店でもITを活用した新たなサービス展開に取り組むことは可能**である。今後は中規模以上の事業者であっても、時代の流れに鈍感な経営者は厳しくなる。

2. 課題解決に向けた今後の取り組み

- 現在、付加価値を高めたサービスに注力している。今後もサービスのブラッシュアップ戦略を進める。ターゲットは中間層から上で、こだわりを持つ方に質の高いサービスを提供していく。他社の価格は意識していない。当社が提供するサービスの質に応じて価格を決めている。
- 10年以上前から実施している**保管サービスは好評**である。①スマートフォンで管理状況を確認できる、②希望があれば翌日に引き渡しができる、③1点から対応できるなど、**ITを活用することできめ細かな対応を実施している点が強み**となっている。当社ではかなり以前からITやモバイルを活用した取り組みを進めてきたことが大きい。
- 今後の出店については、**20～25坪の大型店舗を首都圏のみで展開**していく方針である。**大型店舗とするのは、クリーニング、修理、保管・管理代行など全てのサービスを提供するため**である。一方で、**Webサービス（インターネットを活用した各種サービスの受付等）は全国展開**を考えている。地域のクリーニング店、コンビニエンスストア、アパレル、運送会社等との提携も検討している。
- 従業員については、90%以上は女性。衣類を取り扱う職業で女性向きであり、女性の雇用を重視している。また、30年以上前から外国人を雇用しており、主な勤務先は工場がメインとなっている。
- 海外については、現在、ASEANの1カ国に店舗と工場がある。**ASEANは今後、域内の貿易、投資の自由化が促進されるため、当社も進出を加速**させたい。当地域では中間層が増え、需要が右肩上がりに増えていく。現地にサービスはあるが洗濯代行程度のもので、品質の高い日本のサービスは受け入れられる。現在、当社の海外の売上比率はわずかであるが、10年後には国内を上回ると思う。**中小企業であっても技術、ノウハウは申し分なく、海外進出は可能**である。後は気持ちさえあれば進出できる。

ヒアリング企業②（本社：関東、業歴：70年以上、売上高：100億円以上）

1. クリーニング業界の現状と課題

- 景況感は決して良くない。市場規模は毎年縮小している。クールビズや週休2日制の浸透、ファストファッションの普及、日本人の生活習慣の変化が市場を収縮させる方向に働いている。**全体のバイはまだまだ縮小傾向が続く**のではないかと。事業所の廃業が増え、地方では寡占化が進むことが予想される。
- 消費は低価格化と高品質化の二極化が進んでいる。町中のどのクリーニング店を見ても店頭で訴求しているのは価格（割引等）や時間（当日引き渡し等）のみとなっているのが現状である。一方で、高級クリーニングを扱う海外FCが日本に進出する動きも見られた。今後はやはり品質を重視する顧客が増えていくのではないかと。また、衣料の保管、宅配、インターネットを利用したサービスのニーズは都心部を中心に増えていくものと予想される。
- 為替の動向を含め、原油価格の上昇はクリーニング業者にとって大変厳しい。当社では対策として、ボイラー燃料における重油からLNGへの転換、LEDの導入等を実施している。また、**雇用環境は近年の中で最も厳しい状況**にある。季節商売であり、春、秋はパート・アルバイトを採用して対応するが、全国的に売り手市場で雇えなくなっている。
- 東京オリンピックを控え、東京近郊では大手ホテルの開業やリニューアルが進み、シーツやピロケース等のリネンサプライの受注が増加**している。ただし、シティホテルがビジネスホテル並みに客室料金を引き下げていることなどから、クリーニング業界における価格競争は激しい。今後ともこうした状況は続くと思う。
- 最近特に、**食品工場、外食産業の従業員用のユニフォームのレンタルの受注が増えている**。背景には、近年、発生した集団食中毒事件や海外企業の不衛生の問題等による**衛生管理ニーズの高まり**がある。

2. 課題解決に向けた今後の取り組み

- 今後もお客様への価値の提供が中心となる。**お客様が自社に持つイメージが大切**だと考えている。当社の研究所では、次世代のドライクリーニング溶剤やソープ等を研究し、定期的に工場の洗浄レベルをチェックする洗浄試験なども実施している。こうした強みを生かすとともに、絶えず自己改革を続けていく。
- クローゼットサービスや宅配・インターネットでの受け渡しの注文は増えていく**と思う。事業者向けでは、特にアップクラスのホテルは当社の顧客層の中心であり、今後も伸びる分野である。また、当社の顧客は年齢層が高いため、**クリーニングの他にハウスクリーニングやデリバリーサービスといったお役立ちサービス（家事代行など）の需要の増加**が見込める。どの事業領域までカバーしたサービスを展開するかは検討課題である。
- 今後の出店については、現在既に営業拠点があるエリア内での展開になると思う。商店街など路面店では、相当に良い物件でないと難しい。**消費者のライフスタイルに合わせ、大型ショッピングモール等への新規出店**ができればと考えている。なお、海外展開の強化は考えていない。
- 異業種との連携では、ショッピングモール、スーパー、コンビニエンスストア、駅ビル等との提携を進めている。その他、アパレルメーカー、シャツメーカー、大型家具店等と相互に協力関係を結んでいる。店頭で無料のクリーニングチケットを配布してもらうなど、当社を利用してもらう機会を増やしている。
- 従業員については、これまでは社員を減らしてきたが、一定数は新入社員を確保する方向にシフトしている。当社では工場や店舗のカウンタースタッフの資格制度など、**独自のキャリアパスを構築**している。そうした制度を活用し、能力が給与に反映する体制を整え、定着率を高めていきたい。