



クリーニングを科学する

清水 修



1. “おしゃれ”とクリーニング

1960年代、石津謙介氏が送り出して一世を風靡したトラッドウェアに身を包んだのは、流行に敏感な当時の若者でした。実は彼らこそが、今年から3年の間に還暦を迎えようとしている、いわゆる団塊の世代です。ファッションリーダーとして彼らが大切にしてきた文化が“おしゃれ”です。清潔でアイロンがきいた衣服は、おしゃれであるばかりか、凛としています。着るたびにスーツをクリーニングに出している方もいるそうです。おしゃれなカジュアル市場こそクリーニング業界がこれからターゲットにしている分野です¹⁾。世界のファッション界をリードする優秀なデザイナー達が本拠地を構えるフランス。19世紀半ば、ドライクリーニングの技術が、このフランスで発明されたのは偶然ではないと思います。大切な衣服をクリーニングで長持ちさせ、おしゃれに着こなすのは、世界共通の文化なのです。

日本でクリーニングサービスが始まったのは、明治維新前の横浜。第一工業製薬が玄武印マルセル石鹼を開発した1915年から、実に半世紀も遡る時代でありました²⁾。現代人が新しい“おしゃれ”に開眼したのもこの時代かも知れません。

2. クリーニングと業界の取り組み

環境先進国であるドイツの品質保証制度では、クリーニングの分野を、ドライとランドリーとに大きく二つに分け、さらに後者のランドリーを一般用、病院用、食品産業用とに分類し、厳格な品質基準を定めています³⁾。ドライクリーニングは、水を使うウエットクリーニングとは異なり、油汚れやしみを効果的に落とす洗浄方法です。水に弱いウール、シルク、レーヨンなどのデリケートな衣料も洗浄します。

一方、ランドリークリーニングは、温水を用いたたたき洗いの方法です。縦方向に回転する専用洗濯機で洗浄するので繊維の損傷が少ないという特長があります。

ライフスタイルの変化をはじめ、新素材の開発、コインランドリー店、医療・老人福祉施設の増加、それに環境保全やVOC削減への取り組みなど、クリーニング業を取り巻く環

境が著しく変化しています。クリーニング用の洗剤にも、消臭、抗菌といった新しい機能が求められるようになり、洗剤出荷状況を比較すると、種類ごとに微妙な変化が見られます。(図1)。

3. クリーニング用洗剤

ゲンブ(株)は、豊富な技術データと技術力で、付加価値の高い洗浄剤や助剤、生産性を改善する装置や環境対応に優れた洗浄システムを開発しています。

ゲンブハーブドライSは、天然ハーブの香りと消臭効果により、衣服の嫌な臭いを除去し、爽やかな洗い上がりを実現するドライクリーニング用洗剤です。

清快、清快リキッド、清快ショットなどのシリーズは、カテキン、消臭剤を配合したランドリー用合成洗剤で、衣服に付着した汗の臭いを除去します。ハイジーンプラスは、抗菌剤として、ノロウイルスやセレウス菌対策に効果をあげています。技術に裏打ちされたさまざまなゲンブ製品は、ホームページでもご紹介していますので、是非ともご訪問ください⁵⁾。

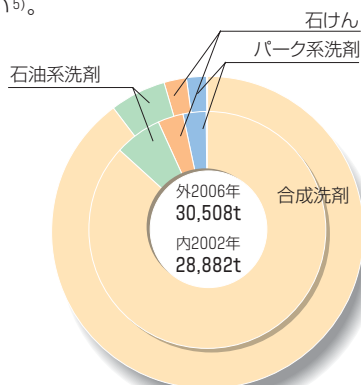


図1 洗剤出荷実績集積

参考資料

- 2006年度消費者2万人アンケート報告書, 2007年, 全国クリーニング生活衛生同業組合連合会
- 第一工業製薬80年史, 1990年, 第一工業製薬(株)
- ドイツ商品安全表示協会 (RAL: Deutsches Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung e.V.)
- 平成18年洗剤出荷実績, 2007年, 日本クリーニング用洗剤同業会
- ゲンブ(株)ホームページ www.gembu.co.jp