

## 防水スプレーの使用に関するアンケート調査結果

### 【防水スプレーの使用経験について】（プレ調査アンケート）

- 防水スプレーを使用した経験がある者は、全体の約 6 割であった。防水スプレーを使用したきっかけは、「雨や雪などで衣類や靴が濡れるのが嫌だったから」が 54.5%であり、次いで「衣類や靴などの撥水効果がなくなってきたから」で 34.8%であった。
- 最も使用経験の高い対象物は靴（革製）で、使用経験者の 63.7%が使用していた。次いで靴（布製）、傘となり、靴への使用が最も多かった。
- 防水スプレーを使用していない者の使用しない理由としては、「防水スプレーを使用する必要性を感じない」の割合が群を抜いて高く、67.1%を占めた。

### 【防水スプレーの購入経験について】（以下、本調査アンケート）

- 使用経験者のうち、自ら使用するために防水スプレーを購入した経験がある者は 93.8%であった。購入のきっかけは、「持っていた防水スプレーを使い切った」が約半数であった。
- 購入した防水スプレーの種類は「靴用（革用）」が最も多く 26.4%であった。また、購入場所では「靴店」が最も多く 26.4%となり、これらの結果から、靴を使用対象としている者が、最も多いことがわかった。また、インターネットによる購入は 9.1%にとどまり、多くの者が実店舗で防水スプレーを購入していた。
- 使用上の注意事項については、使用経験者の 53.5%が購入時において店内の掲示物やインターネットの購入画面等で目にしたことがあると回答した。購入店で店員から口頭説明を受けた者は 10.7%に留まった。回答者の 24.0%は説明を受けていない・注意書きを目にしていなかったと回答した。

### 【防水スプレーの使用実態について】

- 防水スプレーの使用前には、全体の 9.4%が注意事項を「全部読んでいる」、45.4%が「だいたい読んでいる」と回答した。一方で、回答者の 20.6%は「ほとんど読んでいない」「まったく読んでいない」と回答した。
- 防水スプレー使用時の注意事項の認知状況は、「必ず屋外で使用する」「吸い込むと有害」「風通しの良い所で使用する」で、いずれも 5 割を超えた。一方で、「マスクをつける」ことの認知率は 15.2%に留まった。
- 実際の防水スプレーの使用状況としては、「屋外で使用する」に「当てはまる」と答えたのは 70.9%であった。一方で、19.0%が「屋内で使用する（換気なし）」に「当てはまる」「やや当てはまる」と回答した。また、「マスクを付ける」に「当てはまる」「やや当てはまる」と答えた層は計 48.5%にとどまり、他項目より低い結果となった。

- 防水スプレーの使用時の注意表示に関する設問では、「表示の色」「記載されている内容」については5割～6割が「わかりやすい」「ややわかりやすい」と肯定的な結果となったが、一方で、5割程度が「文字の大きさ」「表示全体の大きさ」について、「わかりにくい」「ややわかりにくい」と回答した。注意表示や注意喚起方法等に関する自由回答においても、文字のサイズに関する改善要望が最も多かった。

#### 【防水スプレーの使用による危害・ヒヤリハット経験について】

- 防水スプレーの使用による吸入事故の発生を認知した情報源では、「スプレー缶表面の注意表示」が最も多く、次いで「テレビのニュース・番組」であった。一方で、回答者の46.4%が「事故が起きていることを知らない」と回答した。
- 防水スプレーの使用による危害・ヒヤリハット経験は、使用経験者のうち12.7%が「ある」と回答した。年代別では50代以下の層で、に危害・ヒヤリハット経験の割合がやや高い傾向がみられた。
- 危害・ヒヤリハットを経験した場所は、「玄関（室内）」が最も多く、危害・ヒヤリハット経験者のうち35.1%を占めた。屋外（風あり）での使用者も同22.4%となった。危害・ヒヤリハット経験の詳細に関する自由回答でも、玄関が最も多く、次いで屋外であった。
- 危害・ヒヤリハット経験時に使用していた防水スプレーの種類は「靴用（革製のみ）」が最も多く、対象物も「靴（革製）」が多い結果となった。また、防水スプレーを1本以上使用した者が13.0～26.0%、3つ以上の対象物に使用した者が6.7～16.4%あり、大量使用に繋がる使用状況を通じて危害・ヒヤリハットに至ったケースがあった。
- 危害・ヒヤリハット経験時の使用状況は、「霧を吸い込まないように気を付けていた」が50.0%、次いで「風向きに注意していた」が37.3%となったが、「マスクをつけていた」は13.4%に留まった。なお、危害・ヒヤリハット経験の詳細に関する自由回答では、「風・風向き」に関する回答が23件あり、「急に風向きが変わった」「不意に風が吹いた」という回答が複数あった。また、危害・ヒヤリハット経験の直接的な要因に関する回答者自身の認識は、「室内で使用した」が最も多く、次いで「換気が不十分だった」「マスクをしていなかった」であった。
- 危害・ヒヤリハット経験時の防水スプレーの使用者は「回答者自身」が85.8%で、体調が悪化した者も「回答者自身」が最も多かった。また、使用者の周囲には「誰もいなかった」が66.4%であった。
- 危害・ヒヤリハット経験の際の症状は「咳」が50.0%と最も多く、次いで「気分が悪くなる・吐き気」(41.4%)であった。症状軽快までの期間は、「当日中」が74.1%であり、次いで1週間未満が15.5%であった。通院の状況は、「病院には行かなかった」が82.8%となったが、入院したケースも1件(1.7%)あった。
- 危害経験の際、「咳」「呼吸困難・苦しくなる」といった主な呼吸器系症状のあった者で、経験時またはそれ以前に喫煙習慣があった者は、各症状の発症者のうち約8～57%の割合であった。

- 危害・ヒヤリハット経験時に、製品について相談・報告を行ったか否かについては、「報告しなかった」が84.3%となり、またその理由としては「相談・報告するほどのものではないと思ったから」が報告しなかった者のうち67.3%であった。報告先としては、「メーカー」が最も多く、危害・ヒヤリハット経験者のうち9.7%であった。

## 第1 調査の概要

### 1 調査地域と調査対象者、有効回答数

#### (1) プレ調査アンケート

東京都に居住する20歳以上の男女を対象に調査を行った。

有効回答： 1,757件

#### (2) 本調査アンケート

プレ調査において、「防水スプレーを使用したことがある」と回答した人を対象に調査を行った。

有効回答： 1,052件

#### (3) 調査方法

Webを利用したインターネットアンケート調査

#### (4) 調査実施期間

令和2年11月20日（金曜日）から11月26日（木曜日）まで

#### (5) 集計・分析に関する注釈

回答比率（%）は、小数第2位を四捨五入して算出した。したがって、回答比率を合計しても100%にならない場合がある。

設問によっては、複数回答の結果、回答比率の合計が100%を超える場合がある。

図に表記される「n=\*（\*は数字）」は、対象の母数を表す。

図や表の中での選択肢の文章が長い場合は、簡略化して表現しているため、実際のアンケート調査における文章とは一致していない場合がある。

## 第2 プレ調査アンケート調査結果

### 1 防水スプレーの使用経験

防水スプレーの使用経験について尋ねたところ、59.9%が「使用したことがある」と回答した（図1）。使用したことはないが、自分の周囲で使用されたことがある者は5.9%と、全体の6割以上が防水スプレーの使用環境に接していることがわかった。

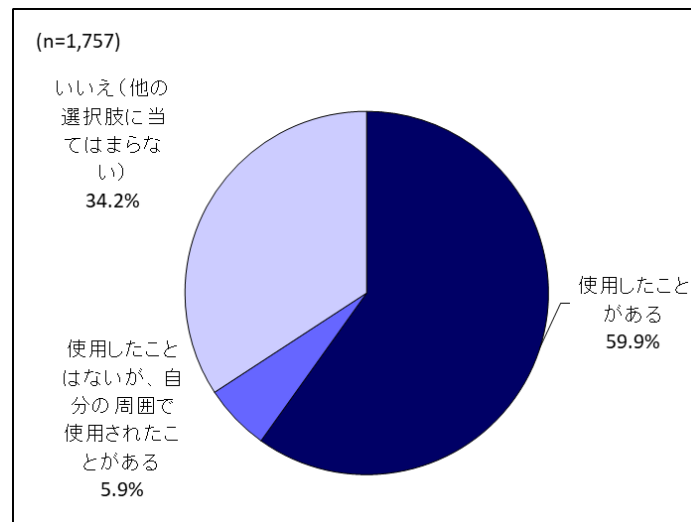


図1 防水スプレーの使用経験（単一回答）SQ3

防水スプレーの使用経験がある者に対し、防水スプレーを使用したきっかけを尋ねた（図2）。結果として、「雨や雪などで衣類や靴が濡れるのが嫌だったから」が半数以上（573件）を占め、次いで「衣類や靴などの撥水効果がなくなってきたから」が34.8%（366件）となった。また、家族や知人に勧められた、あるいは販売店などで店員に勧められた者もそれぞれ19.4%・18.9%（204件・199件）となり、周囲の勧めがきっかけとなっている者も多かった。

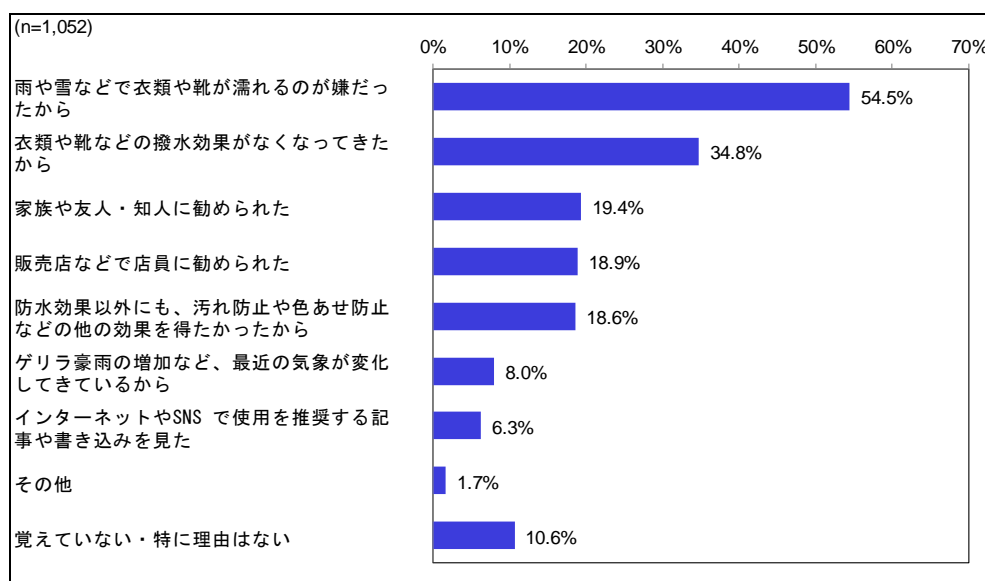


図2 防水スプレー使用のきっかけ（複数回答）SQ4

防水スプレーを使用したきっかけを年代別にみると（図3）、20代～30代の比較的若い世代では、「家族や友人・知人に勧められた」、「販売店などで店員に勧められた」、「インターネットやSNSで使用を推奨する記事や書き込みを見た」といった、周囲の者やメディアの推奨などが、高年代層に比べると高い傾向になっている。40代から70代以上の層では、「雨や雪などで衣類や靴が濡れるのが嫌だったから」、「防水効果以外にも、汚れ防止や色あせ防止などの他の効果を得たかったから」、「衣類や靴などの撥水効果がなくなってきたから」といった、防水スプレーの効果に期待した使用動機の割合が若年層より高くなっている。

使用動機を男性・女性別で見ると、男女間には大きな差はみられなかった。

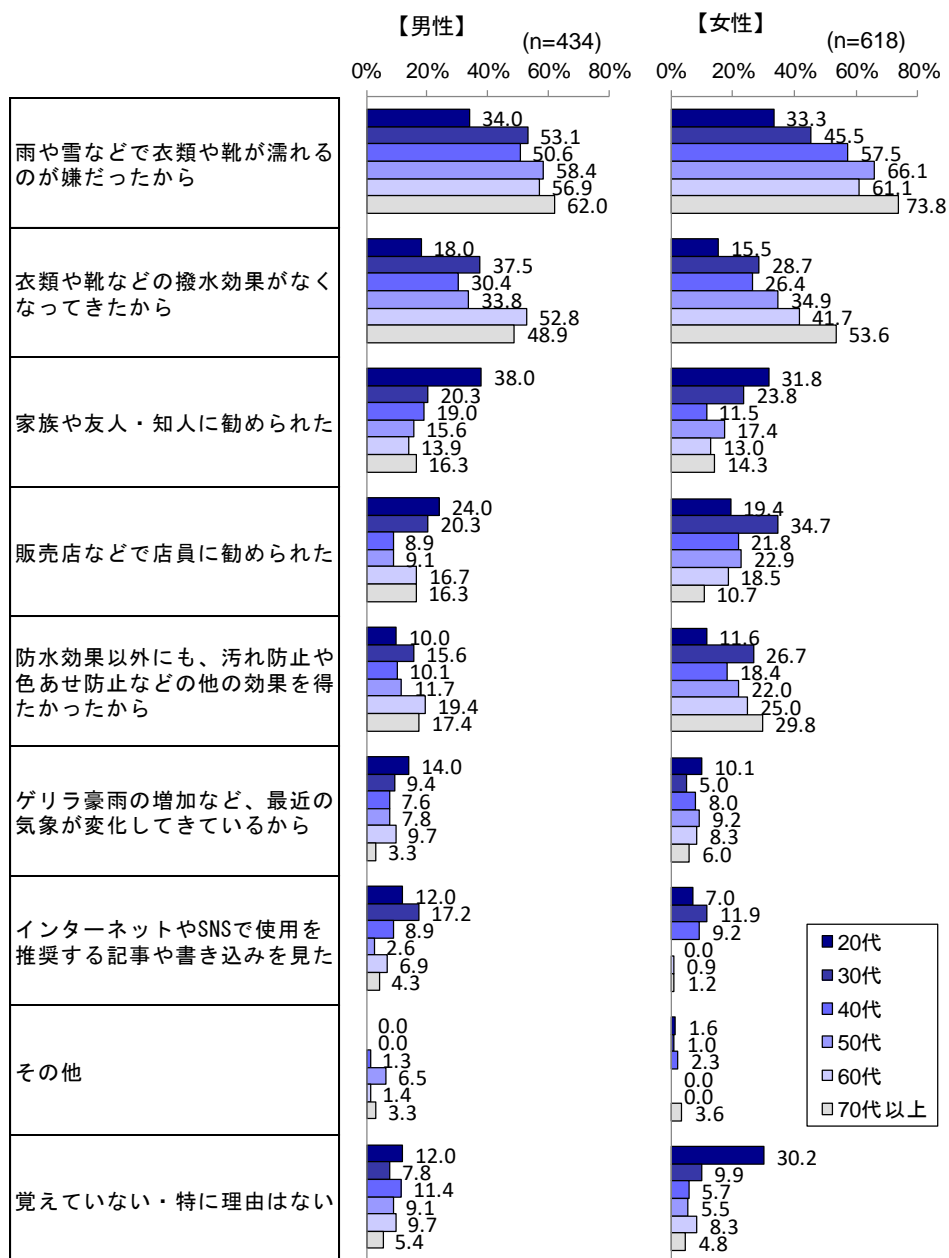


図3 男女別・年代別の防水スプレー使用のきっかけ SQ1×SQ4

防水スプレーの使用経験がある者に対し、何に対して防水スプレーを使用したことがあるかを尋ねた（図4）。その結果、靴（革製）が63.7%（670件）と最も多い結果となった。靴については、布製も42.0%（442件）、革・布混合も25.7%（270件）と高い比率となった。靴以外では、傘（38.1%、401件）、アウトドア用・ウィンタースポーツ用の衣類（29.8%、313件）の順に多くなった。

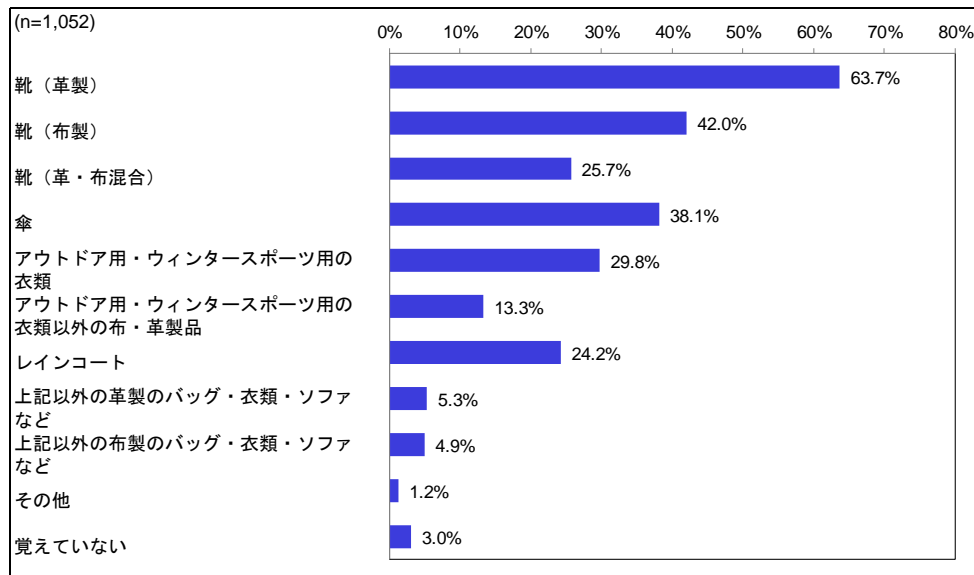


図4 防水スプレーの使用対象（複数回答）SQ5

## 2 防水スプレーを使用しない理由

防水スプレーの使用経験がない者に対して、防水スプレーを使用しない理由を尋ねたところ（図5）、「防水スプレーを使用する必要性を感じないから」が最も多く67.1%（473件）、次いで「吸い込むと事故が起こるおそれのある製品だから」が10.6%（75件）となった。

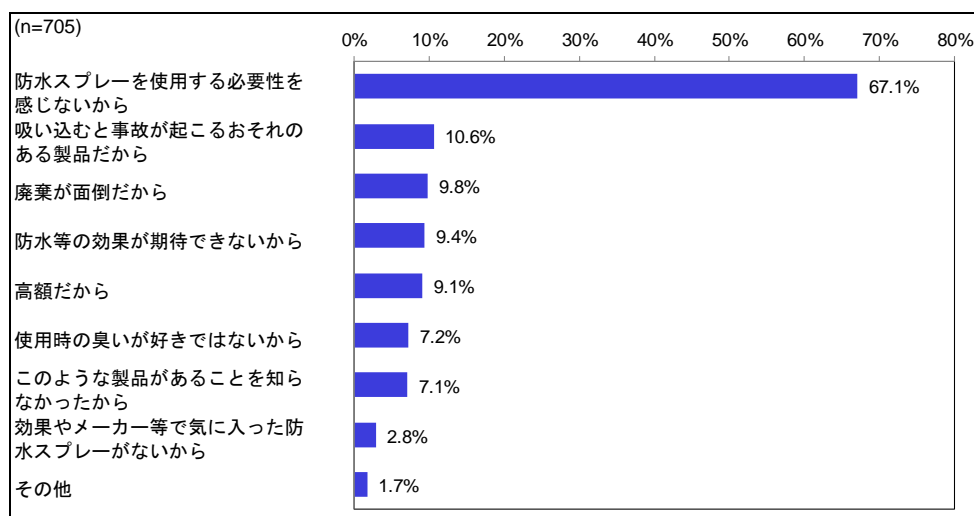


図5 防水スプレーを使用しない理由（複数回答）SQ6

### 第3 本調査アンケート調査結果

プレ調査アンケートにおいて、防水スプレーを使用したことがあると回答した者を対象に調査を行った。

#### 1 防水スプレーの購入

##### (1) 防水スプレーの購入経験

自ら使用するために防水スプレーを購入した経験がある者は、使用経験者のうち計 93.8% であり、28.9% (304 件) が「1年以内に購入した」、20.7% (218 件) が「1年～2年以内に購入した」と回答した (図6)。

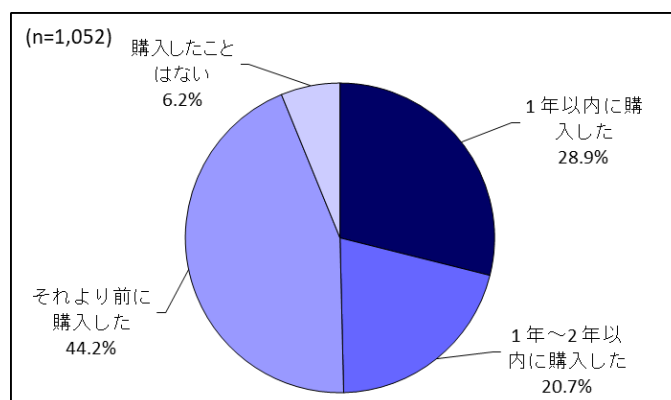


図6 防水スプレーの購入経験 (単一回答) Q1

##### (2) 防水スプレーの購入に係る実態

防水スプレーの購入経験がある者に対し、防水スプレーを購入したきっかけや種類、場所などを尋ねた (図7～11)。購入のきっかけとして最も多かったのは、「持っていた防水スプレーを使い切ったため」が 50.1% (494 件)、次いで「所有している、または新たに購入した対象物に使用するため」が 22.1% (218 件) となった (図7)。

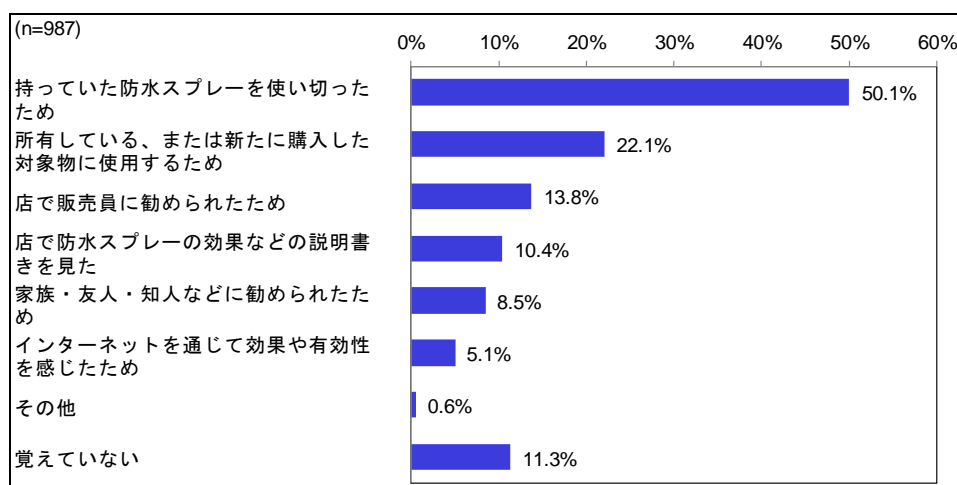


図7 防水スプレー購入のきっかけ (複数回答) Q2

購入した防水スプレーの種類を用途別に分類すると、「靴用（革製のみ）」が最も多く 26.4%（261 件）、次いで「革・布製品全般用」が 24.8%（245 件）、「靴用（布・革製用）」が 23.5%（232 件）となった（図 8）。

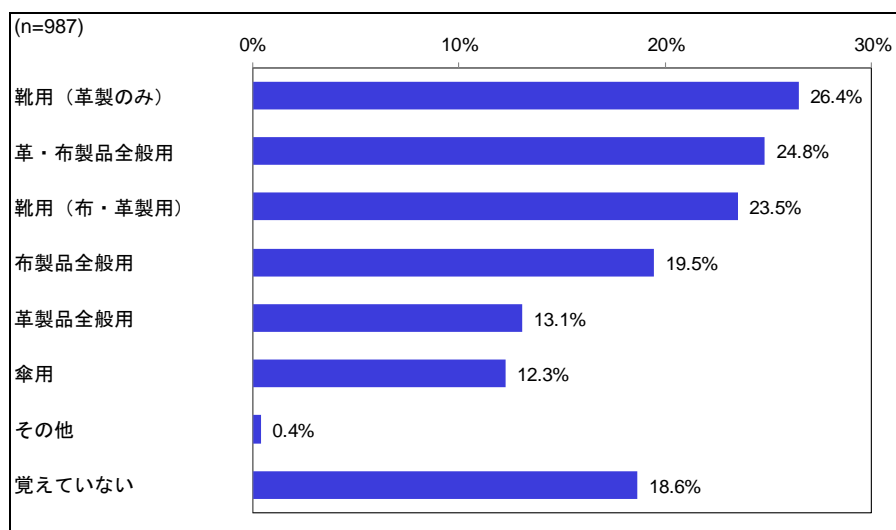


図 8 購入した防水スプレーの種類（複数回答）Q3

防水スプレーを購入した場所（図 9）としては、「靴店」が最も多く 26.4%（261 件）、次いで「ホームセンター」で 23.7%（234 件）、「ディスカウントストア・スーパーマーケット」が 16.8%（166 件）となった。図 4 の回答も合わせると、靴を使用対象としている者が最も多いことがわかった。インターネットによる通信販売は 9.1%（90 件）にとどまり、多くの者が実際の小売店舗で防水スプレーを購入している実態がわかった。

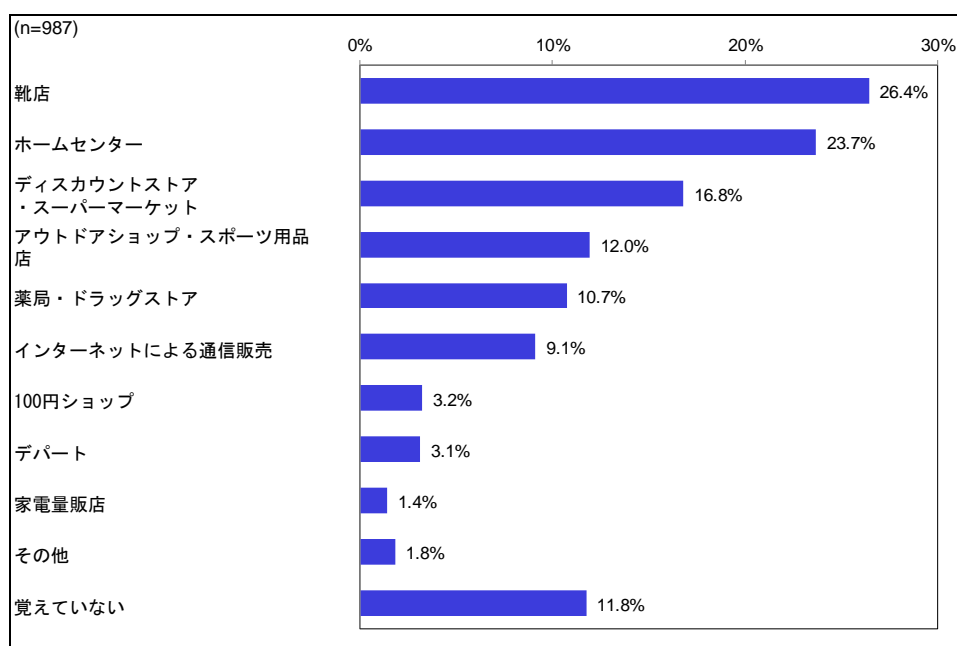


図 9 防水スプレーの購入場所（複数回答）Q4



防水スプレーを購入した際に、使用上の注意事項について店員から説明を受けたり、店内の掲示物やインターネットの購入画面等における注意書きなどを目にしたことがあるかを尋ねた（図 10）。結果として、説明を受けた者は 10.7%（106 件）に留まったが、53.5%（528 件）の購入者が店内の掲示物等で注意書きを見たと回答した。説明を受けたり注意書きを目にしたっていない者は 24.0%（237 件）であった。

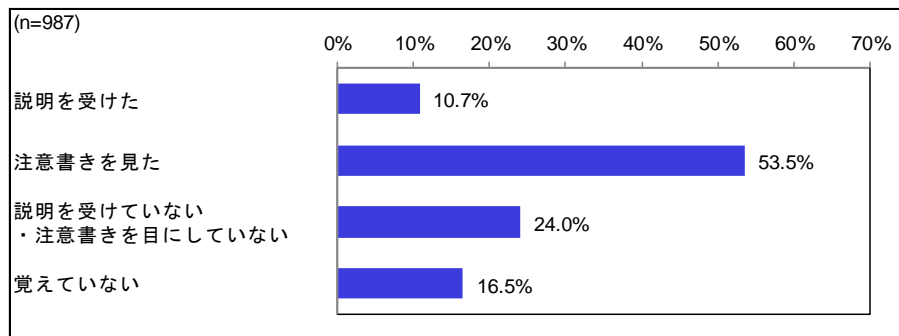


図 10 購入時の注意喚起への接触状況（複数回答）Q5

防水スプレー購入時の基準や理由（図 11）としては、「効果・性能」が最も多く 63.2%（624 件）となり、次いで「価格」が 56.7%（560 件）、「容量」32.6%（322 件）となった。

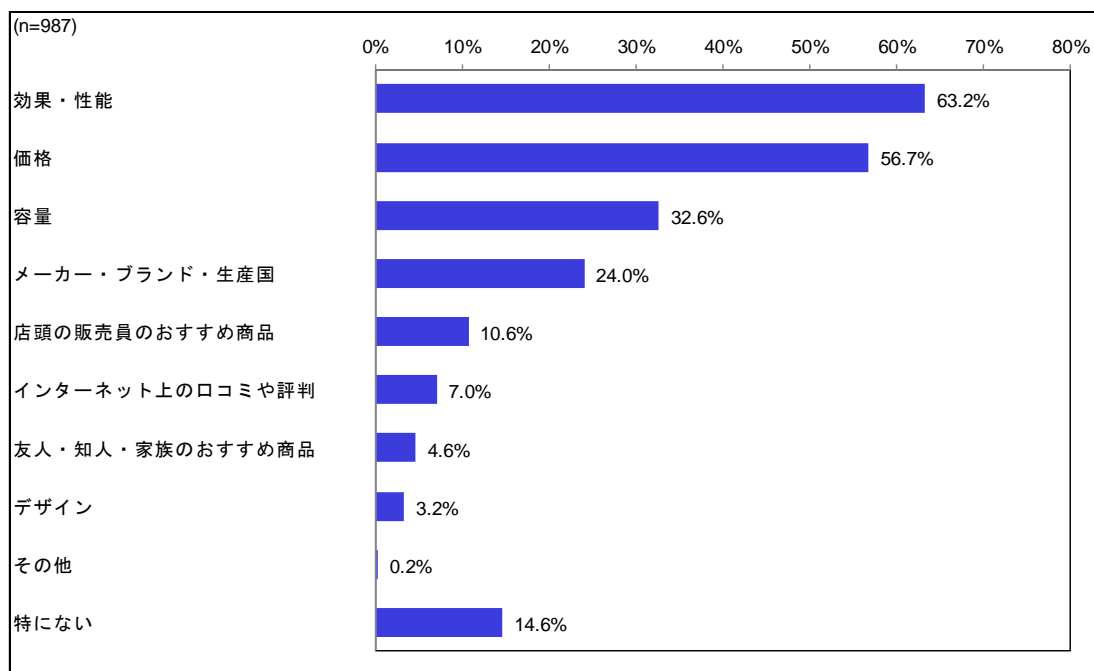


図 11 防水スプレー購入時の基準・理由（複数回答）Q6

防水スプレー購入・使用の目的（図 12）としては、「防水・撥水効果を持たせるため」が 95.5%（1,005 件）となり、次いで「汚れを防止するため」が 34.6%（364 件）となった。

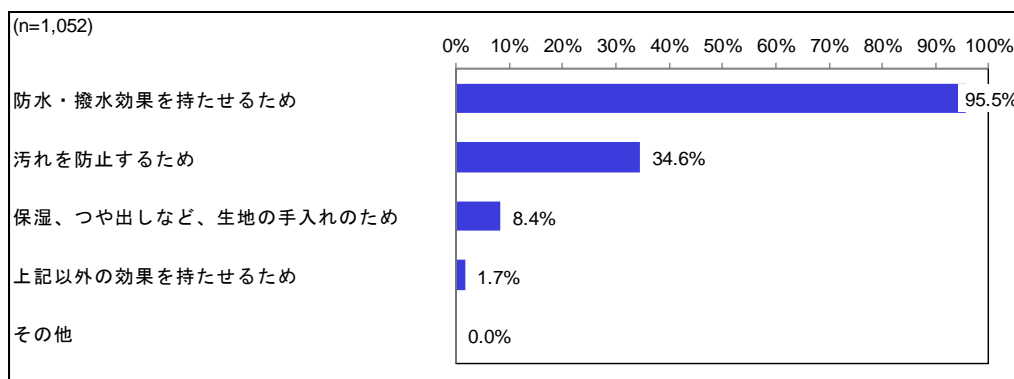


図 12 防水スプレー購入・使用の目的（複数回答）Q7

## 2 防水スプレーの使用実態

### （1）防水スプレー使用時の注意事項の認知

防水スプレーの使用前に本体の注意表示を確認しているか否かを尋ねた（図 13）。「全部読んでいる」「だいたい読んでいる」と答えた者を合わせると 54.8%（577 件）であり、半数以上が注意表示を確認していたが、一方で「ほとんど読んでいない」「まったく読んでいない」を合わせて 20.6%（217 件）となった。

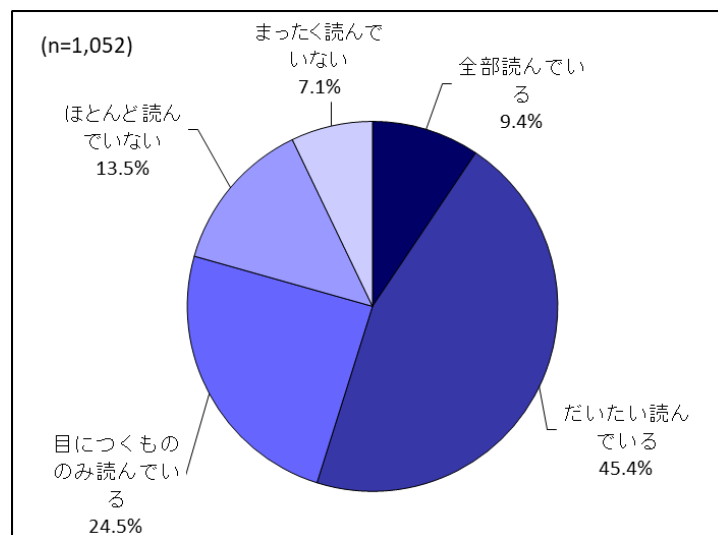


図 13 防水スプレー使用時の注意表示の確認状況（単一回答）Q8

防水スプレー使用時の注意事項について、知っているものを尋ねた（図 14）。最も多かったのが「必ず屋外で使用する（室内や車内で使用しない）」で 65.7%（691 件）、次いで「吸い込むと有害である」で 56.3%（592 件）、「風通しの良い所で使用する」50.0%（526 件）となった。認知率が低かったのは、「マスクをつける」15.2%（160 件）、「身に着けたまま使用しない」25.6%（269 件）、「子供やペットのそばで使用しない・近づけない」29.2%（307 件）、一度に大量に使用しない」29.5%（310 件）であった。

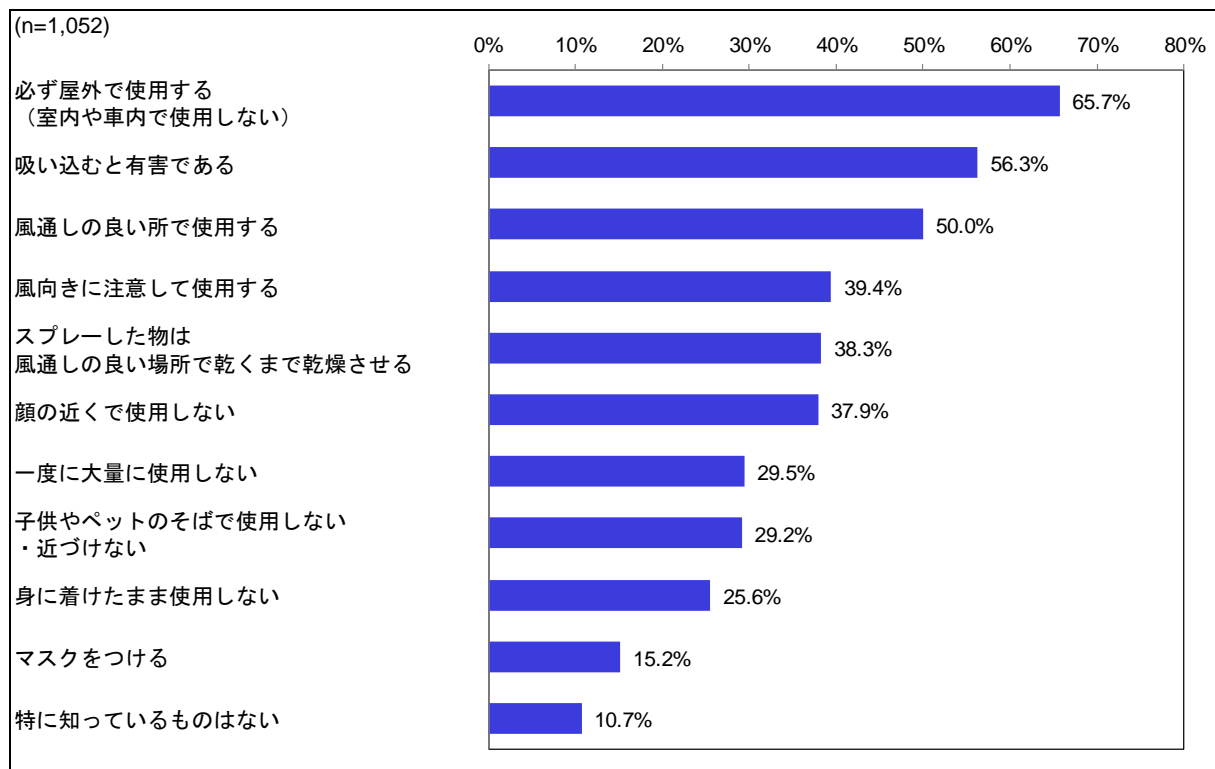


図 14 防水スプレー使用時の注意事項の認知状況（複数回答）Q9

防水スプレーの購入経験がある者に対し、購入時に使用上の注意事項について店員から説明を受けたり、店内の掲示物やインターネットの購入画面等における注意書きなどを目にしたりしたことがあるか否か（Q5）と、各注意事項の認知状況（Q9）との関係を確認した（図15）。

いずれの注意事項も、説明を受けたり注意書きを目にしたりした経験がある層の方が、「説明を受けていない・注意書きを目にしていない」層より認知率は高く、3～27ポイントの差がみられた。

また、全体的に、店員から口頭で「説明を受けた」層より、「注意書きを見た」層の方が各注意事項の認知率が高くなった。口頭で注意喚起を受けるよりも能動的に注意事項を目にして記憶・認知していることが理由と考えられる。

購入時に注意喚起に接した層であっても、「身に着けたまま使用しない」や「子供やペットのそばで使用しない・近づけない」「マスクをつける」「一度に大量に使用しない」の認知率は40%未満となった。

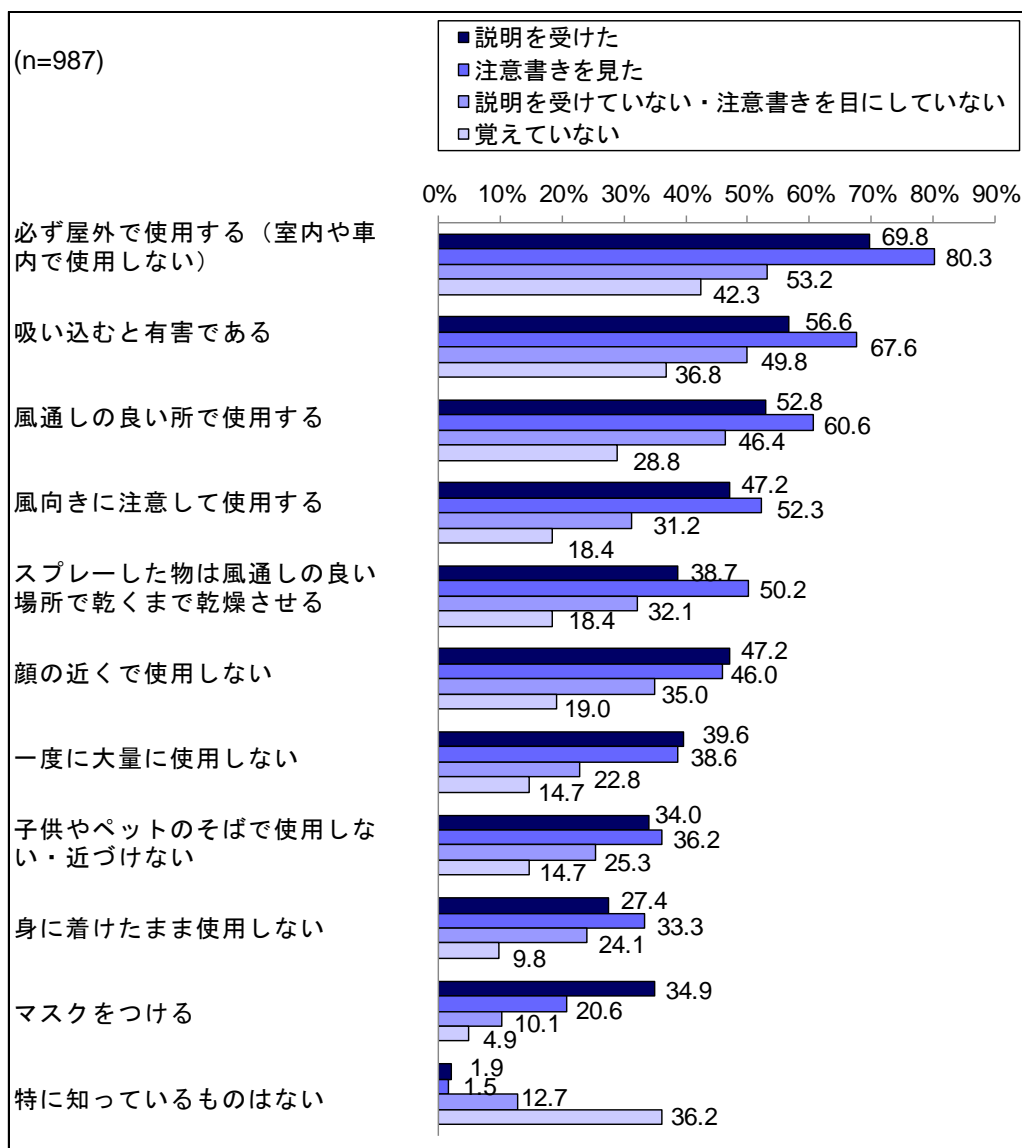


図15 防水スプレー使用時の注意喚起への接触状況と注意事項の認知状況 Q5×Q9

## (2) 防水スプレーの使用実態

防水スプレーの使用時の行動（図 16）として、「当てはまる」の割合が最も高かったのは「霧を吸い込まないように気をつけている」72.5%（763 件）、次いで「子供やペットのそばで使用しない・近づけない」72.4%（762 件）、「屋外で使用する」70.9%（746 件）の順となった。

屋内での使用については、換気のある状態での使用に「当てはまる」と答えた者が 23.6%（248 件）、換気のない室内での使用に「当てはまる」と答えた者が 8.6%（90 件）であった。

また、図 14 において認知率が最も低かったマスクの着用については、「当てはまる」が 23.4%（246 件）、「当てはまらない」が 51.5%（542 件）となり、マスクの着用率が低いことがわかった。

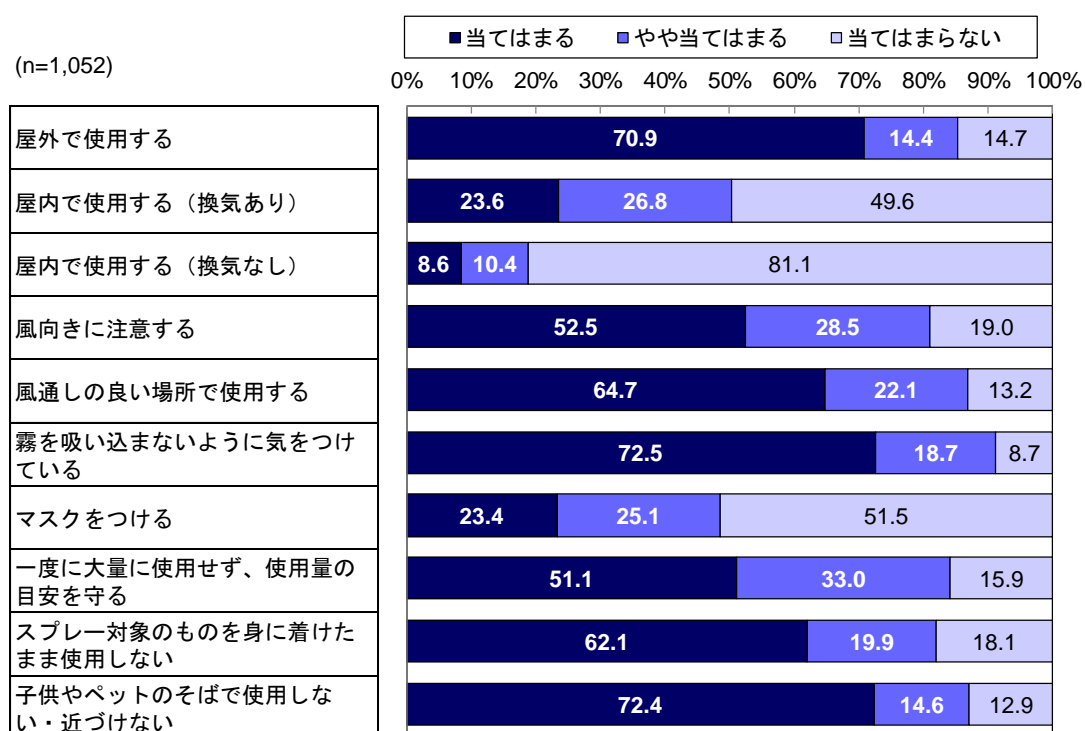


図 16 防水スプレーの使用方法（各項目単一回答）Q10

防水スプレーの使用方法の傾向を男女別にみると（図 17）、屋外での使用の割合は、男性ではいずれの世代も 80～90%台となっているのに対し、女性では 20・30 代が 60～70%台と低く、年代が上がるにつれてその割合も上昇し、50 代以上で 90%前後となった。

屋内での使用については、男性では若年層で換気ありの状況下での使用割合が高いが、年代が上がるにつれて割合が低下しており、女性では 40 代の使用割合が高い。高年代層になるほど室内での使用の割合が低い傾向となった。

全体を通して、「屋外で使用する」「風向きに注意」「風通しの良い場所で使用する」「スプレー対象のものを身に着けたまま使用しない」の項目で割合が高く、逆に屋内での使用は、割合が低い。

以上から、年代が上がるにつれて室内使用（高リスク）以外の項目で割合が高くなる傾向があり、相対的には高年代層より若年層の使用状況に高リスクの傾向がある。

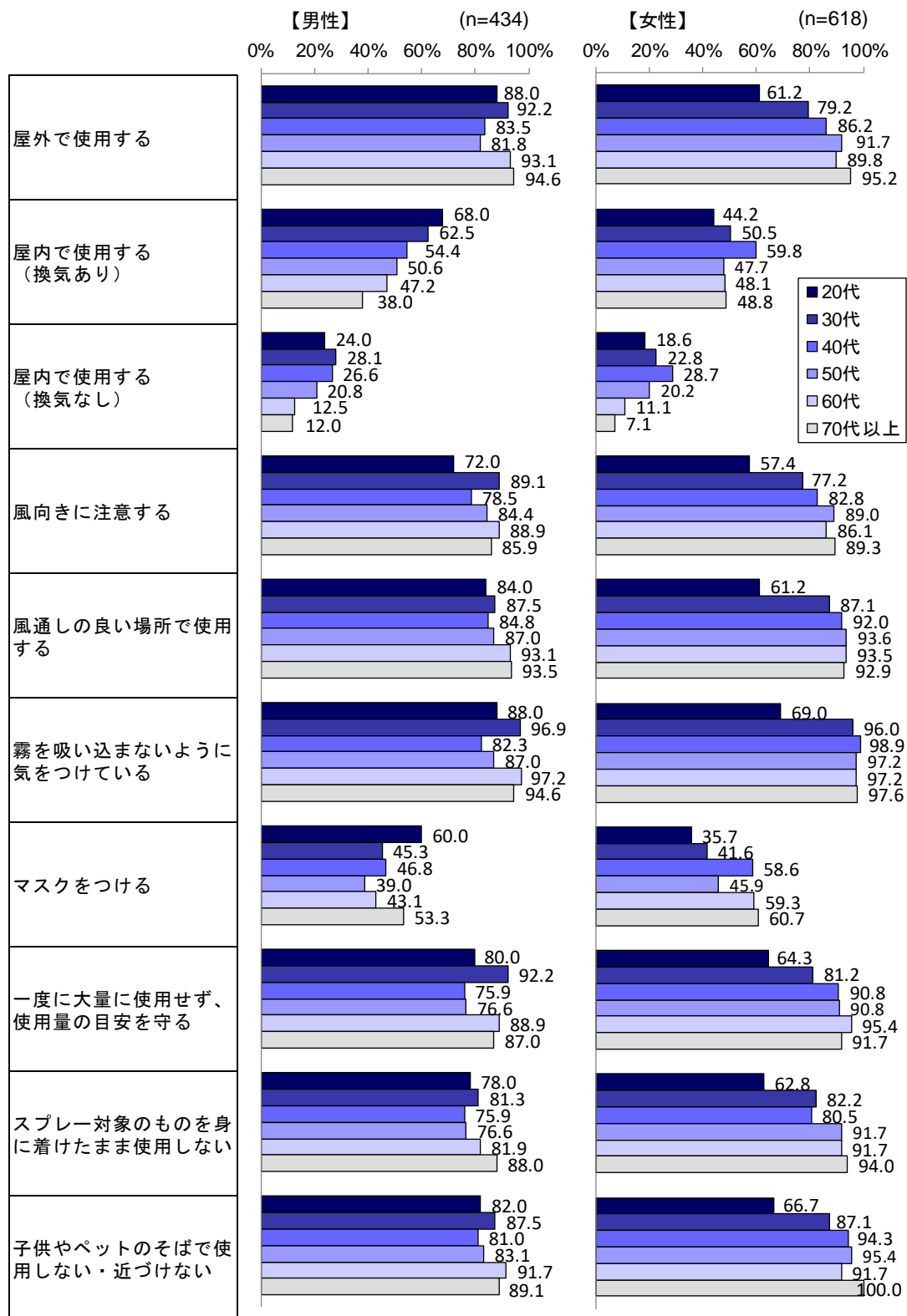


図 17 性別・年代別の防水スプレー使用状況 SQ1×Q10

使用時の注意事項の認知状況 (Q9) と実際の防水スプレー使用状況 (Q10) との関係を、特に使用場所 (屋外・屋内) に関して整理した (図 18)。傾向の比較のため、Q10 で複数の使用場所に「当てはまる」とした重複回答は除外している。

実際に防水スプレーを使用する際に「屋外で使用する」に「当てはまる」と回答した層では、多くの項目において屋内で使用する層より認知率が高い結果となった。「屋内で使用する（換気あり）」の層では、「風通しの良い所で使用する」のみ屋外での使用者層より認知率が高くなった。また、「屋内で使用する」層のうち特に換気のない屋内で使用することに「当てはまる」と回答した層では、「吸い込むと有害である」や「風通しの良い所で使用する」などが、他の層に比べて明らかに低い認知率となった。

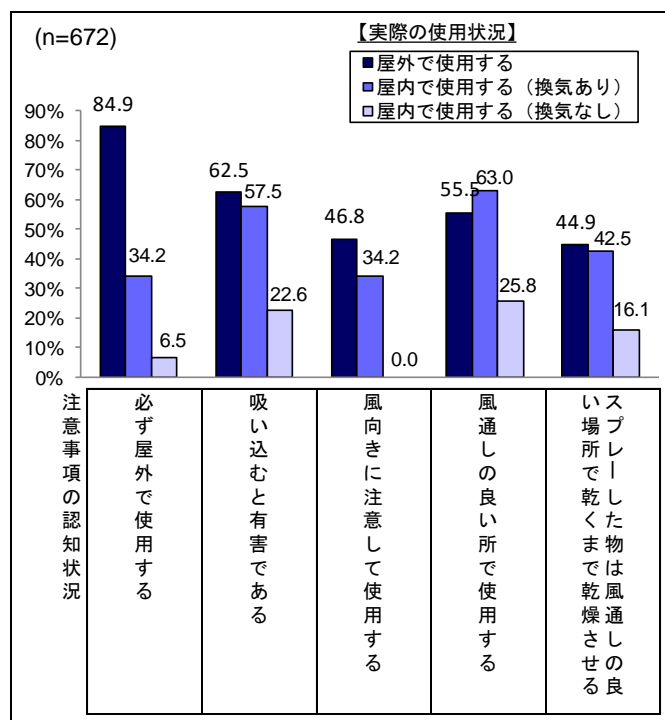


図 18 使用時の注意事項の認知状況と実際の防水スプレー使用状況 Q9×Q10

防水スプレー使用時における防水スプレーと対象物との距離については（図 19）、「10～20センチ程度」と答えた者が最も多く 49.8%（524 件）、次いで「20～30センチ程度」が 35.7%（376 件）となった。噴霧が微細化し、吸入による危害の可能性が高くなると考えられる「50センチ以上」と回答した者は 0.9%（9 件）であった。

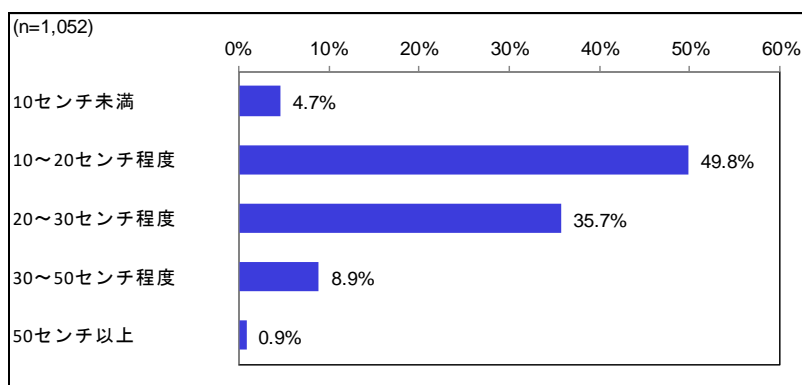


図 19 防水スプレー使用時の防水スプレーと対象物との距離（単一回答） Q11

### (3) 防水スプレー使用時の注意表示に係る認識・意見

スプレー缶表面に記載された注意表示のわかりやすさについて尋ねた（図 20）。

【表示の色】については、「とてもわかりやすい」22.1%（232 件）、「ややわかりやすい」41.5%（438 件）と、6 割以上が肯定的な回答となった。

【記載されている内容】についても、「とてもわかりやすい」「ややわかりやすい」をあわせて 53.3%と、半数以上が肯定的な回答となった。

一方で、【文字の大きさ】については、「ややわかりにくい」が 25.8%、「わかりにくい」が 10.6%と、他項目に比べて否定的な回答が多くなった。

【表示全体の大きさ】についても、「ややわかりにくい」「わかりにくい」をあわせて 25.7%となり、否定的な回答がやや多くなった。

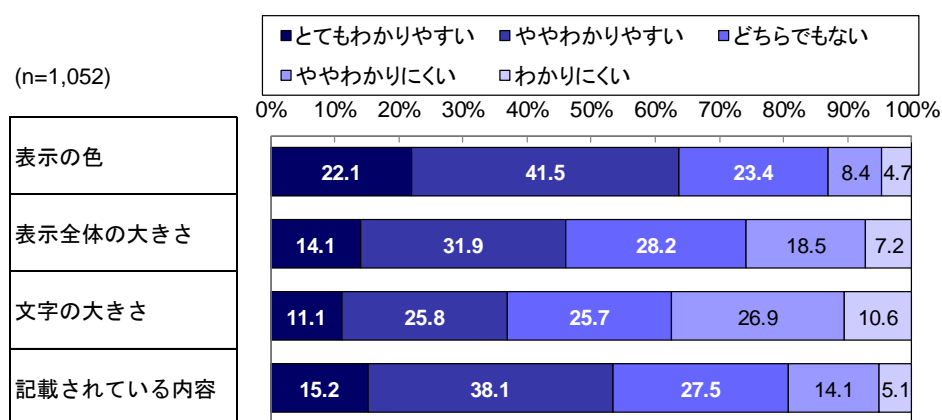


図 20 缶表面の注意表示に関するわかりやすさ（単一回答）Q31

スプレー缶表面の注意表示のわかりやすさに関する評価（Q31）と、防水スプレー使用時の注意事項の認知状況（Q9）との関連性を図 21 に示す。

結果として、「表示の色」「表示全体の大きさ」「文字の大きさ」「記載内容」いずれにおいても、「わかりやすい」と回答した層が、「わかりにくい」と回答した層に比べ、各注意事項の認知状況は高い結果となった。

「必ず屋外で使用する」や「吸い込むと有害である」との注意事項は、注意表示が「わかりやすい」「わかりにくい」のいずれを回答した層でも、60%～70%前後の認知率となっている。

注意表示が「わかりやすい」と回答した層と「わかりにくい」と回答した層で差がみられたのは、「風通しの良い場所で使用する」（表示の色で約 18 ポイント差）、「顔の近くで使用しない」（記載内容で約 18 ポイント差）、「スプレーした物は風通しの良い場所で乾くまで乾燥させる」（記載内容で約 16 ポイント差）であった。

また、各注意表示において「わかりやすい」と回答した層であっても、マスクを着用することの認知率は 20%前後に留まった。



(n=1,052)

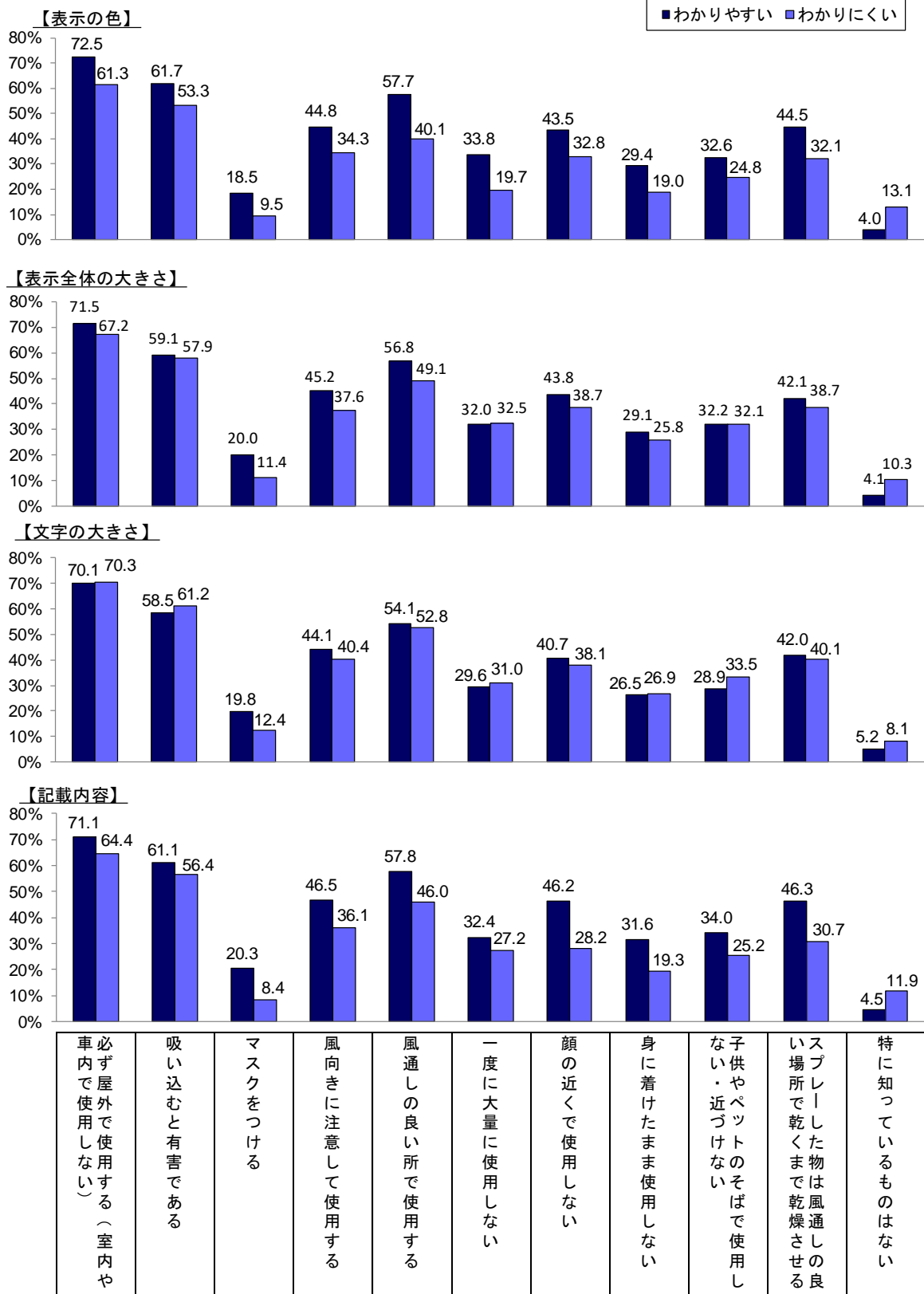


図 21 缶表面の注意表示のわかりやすさと使用時の注意事項の認知状況 Q31×Q9

#### (4) 注意表示・注意喚起方法、商品・販売方法等に関する自由回答

スプレー缶表面の注意表示を含む、安全上の注意に関する注意喚起方法や、商品・販売方法に関して、防水スプレーを安全に使用するための改善事項等について意見を尋ねた。

得られた回答を「商品表示」「店頭」「注意喚起方法」の3つに分類し、さらにそれぞれを内容に応じて細分類した。得られた回答の内容による分類ごとの件数を集計したものを表1に示す。

また、回答のうち主要なものを表2に示す。

「商品表示」では、文字のサイズが小さく読みづらいとの指摘が最も多く、「文字サイズ」に関する同様の意見は149件あった。次いで、使用時に注意すべき事項をもっと強調すべきという「注意事項の強調」で、70件の意見が寄せられた。また、わかりやすくイラストを用いて説明してほしいといった「イラストによる注意」を提案する意見が32件寄せられたほか、少数ではあったが明解なキャッチコピーを用いて普及啓発してほしいか、という提案が5件あった。

「注意喚起方法」では、誤った使用方法によってどのようなリスクがあるかをより具体的に周知してほしい、といった意見がみられた（同種意見14件）。また、CMなどメディアの活用による危険性の啓発などについても8件の意見があった。

表1 注意表示・注意喚起方法、商品・販売方法に関する意見の分類数の集計結果 Q32

分類1	分類2	件数
商品表示	文字サイズ	149
	注意事項の強調	70
	読みやすい表現・表記	62
	文の量	48
	缶表面以外の表示	34
	イラストによる注意	32
	キャッチコピー	5
	その他	28
注意喚起方法	危険性の具体化	14
	メディアの活用	8
	動画	3
	その他	3
店頭	店員からの口頭説明	37
	店頭表記（ポップなど）	18
	販売時の注意喚起	10
	その他	1
使用方法	-	14
商品自体	-	4
販売方法	-	2
その他	-	26

表2 注意表示・注意喚起方法、商品・販売方法に関する意見 Q32

分類	意見内容
文字サイズ	<p>同じ大きさの字だと、何を強調したいのか、わかりにくいので、強調したい部分のフォントを大きくする、太字にするなどしてほしい。 (女性・60代)</p>
	<p>絶対守ることを大きな文字にして、全体の文章を少なくすると思う。 (女性・40代)</p>
	<p>年配者の使用も考慮し文字は大きめにしてほしい。記載の量はほどほどに。 (男性・70代以上)</p>
	<p>表示の文字が小さすぎて読もうという気になれないのと思う。ラベルも大切かもしれないけれど、注意書きを読んでもらえるようにする方が大切だと感じます。 (女性・40代)</p>
	<p>老眼なので文字は大きくして欲しい。特に重要な部分は。 (男性・60代)</p>
商品表示	<p>安全喚起の為、必ず注意事項確認の上でご使用くださいとの文言を赤い文字で書いてほしい。 (男性・60代)</p>
	<p>・より簡潔な文章で、囲みを上手く使う。 ・キャップに最重要注意事項を記載する（例えば、離して使用せよ！）。 (男性・60代)</p>
	<p>赤い色で警告することは効果的 絶対禁止事項は大きい文字で強調しても良いと思う。 (女性・30代)</p>
読みやすい表現・表記	<p>使っていいもの、使えないもの、してはいけない行為、するべき方法、など、項目に分けて表示する。 (女性・60代)</p>
	<p>禁忌事項を文章ではなくもっと簡潔に箇条書きしてほしい。 (女性・40代)</p>
	<p>文字が多く、縦やら横やら分かりにくい 注意項目 5-6 個優先順位つけてでっかく記載して、細かい内容は下に羅列すべき。事故が起きていることも記載して注意喚起すべき。 (女性・30代)</p>

イラストによる注意	<p>注意することを、イラストマークにすると一目でわかると思います。  (衣類についている洗濯マークのように)  (女性・50代)</p>
	<p>缶の表面にビックリマークなどで注意をひくようなわかりやすいピクトグラムをつけてイメージしやすくしてほしい。  (男性・30代)</p>
	<p>使用している状態、対象物から離して噴霧している状態を図解すると良い。  (女性・60代)</p>
文の量	<p>表示の情報量が多く、意識をして注意表記を見ようとしないうユーザーは流し読みしてしまい十分に注意書きを理解しないで使用する恐れがあると思う。多少情報量を減らしても、直感的に危険性が伝わるほうが良いのではないか。  (男性・30代)</p>
	<p>注意事項がたくさんあると思うが文字数が多いと読む気になれないのでポイントは分かりやすくしてほしい。  (女性・40代)</p>
缶表面以外の表示	<p>缶の表面に説明文を記載すると、見にくいので、安全に関する注意事項は缶だけでなく、別に紙に見易く記載したほうが良いと思う。  (女性・60代)</p>
	<p>缶の蓋の開閉口のところに、注意事項を記載して、それを読まないで開閉できないような仕組みにすれば良い。  (女性・50代)</p>
	<p>缶自体に書いても読まないで、説明書きを張り付ける。(調味料などにある「レシピ」のような感じで)  (女性・40代)</p>
	<p>QRコードをつけて使用方法や注意事項に消費者がアクセスしやすいようにする。  (女性・30代)</p>
キャッチコピー	<p>他の製品に「混ぜるな危険！」などと記載されているように、一言で非常に危険だということが分かるようなキャッチが大きな文字で書いてあれば良いのではないのでしょうか。  (女性・70代以上)</p>
店頭	<p>店員からの口頭説明</p> <p>表示はいくら丁寧に書かれていても読む人、読まない人がいると思う。販売時に必ず最低限注意点を説明するようなルールが必要かもしれない。  (女性・30代)</p>
	<p>購入した際にそのまま品物を渡されることが多いですが、缶表面の記載などを必ず確認するよう店員からの説明を徹底した方が良いと思いま</p>

		す。 (女性・20代)
		危険な使用事例は、ニュース等の特集で見てなんとなく知っているが、缶の表示はきちんと読んでいないのが現実。購入の際に一言店員さんに言ってもらった方が印象に残りやすいと思う。 (女性・30代)
	店頭表記 (ポップなど)	商品のディスプレイに注意喚起が書かれたポップなど設置されたら目がいくと思います。 (女性・20代)
		説明文を読まない人もいそうなので売り場に吸い込むと身体に害があることを目立つように掲示する。 (女性・50代)
	販売時の注意喚起	販売時に吸い込むと有害であること、子供やペットに気をつけるべきだということを伝える。注意書きは、要約を大きく書いた方がいい。事故を起こす人は長い注意書きを読まないと思う。 (女性・30代)
注意喚起方法	危険性の具体化	危険性を十分に周知する内容とすべきである。通常の記載内容では、実際に健康被害が出ることを想定しにくい。 (男性・60代)
		吸い込むと「有害」とあるだけだと、あまり深刻に受け止めない人が多いと思う。呼吸困難に陥ることがあるくらい言っても良いかも。販売方法に特に問題は感じない。 (女性・50代)
	メディアの活用	注意喚起をテレビCMで放送して欲しい。 (女性・50代)

### 3 防水スプレーの使用による事故に係る実態

#### (1) 防水スプレーの使用による吸入事故発生の認知状況

防水スプレーの使用における吸入事故が発生していることを認知しているか否か、認知している場合の情報源を尋ねた（図 22）。その結果、「事故が起きていることを知らない」と答えた者は 46.4%（488 件）となった。認知している層では、「スプレー缶表面の注意表示」が最も多く 21.3%（224 件）、次いでテレビ・ラジオのニュース・番組が 17.1%（180 件）となった。インターネットサイト等を通じた認知は、単純合算しても 15.6%（計 165 件）となり、商品表面の注意表示や従来のマスメディアを通じた認知が主体であることがわかった。

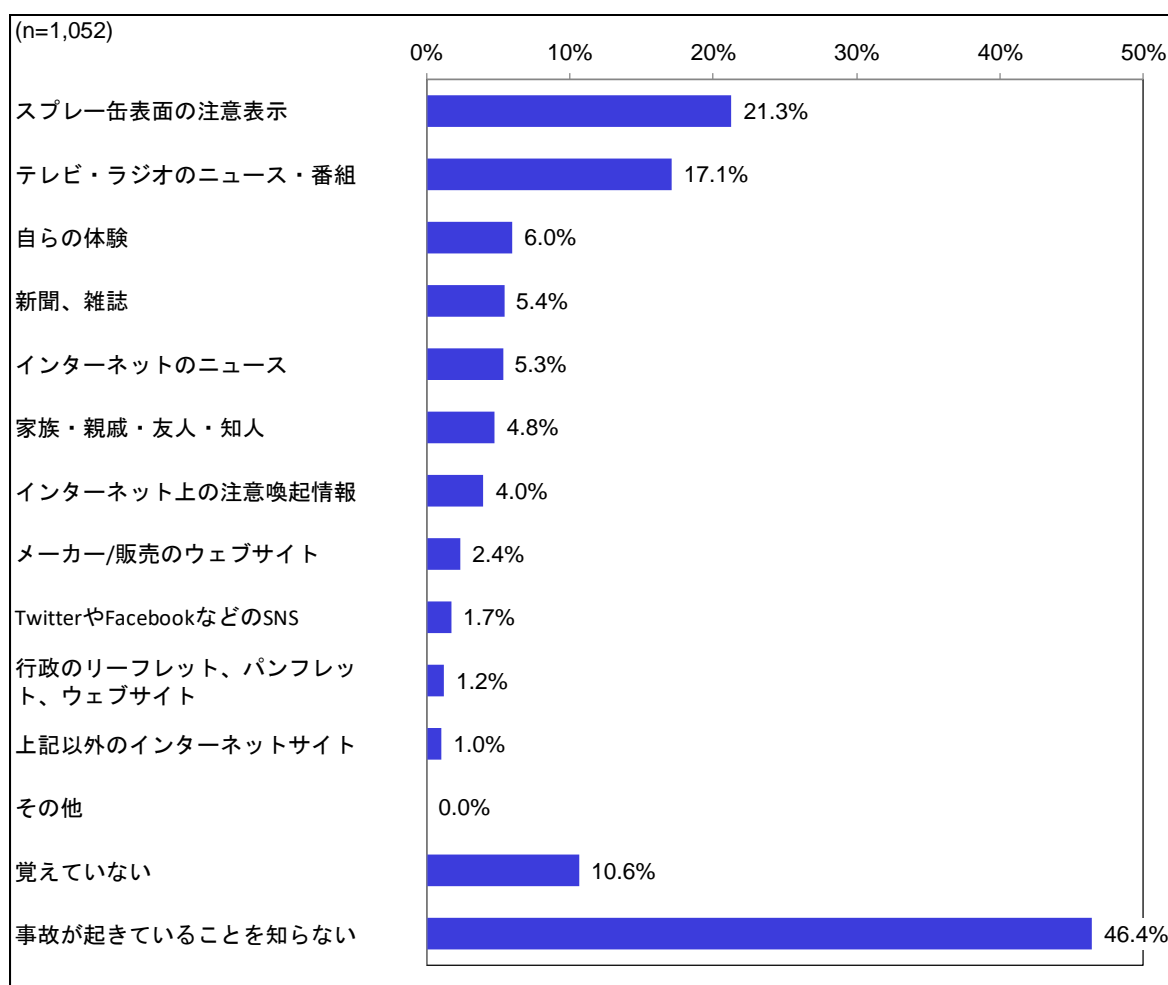


図 22 防水スプレー使用による事故発生の認知状況・情報源（複数回答）Q12

(2) 防水スプレーの使用による危害・ヒヤリハット経験の実態

防水スプレー使用経験者のうち、自身や周辺にいた者が吸い込んだ、あるいは吸い込みそうになった経験（以下「危害・ヒヤリハット経験」とする）をした者は、12.7%（134件）であった（図23）。

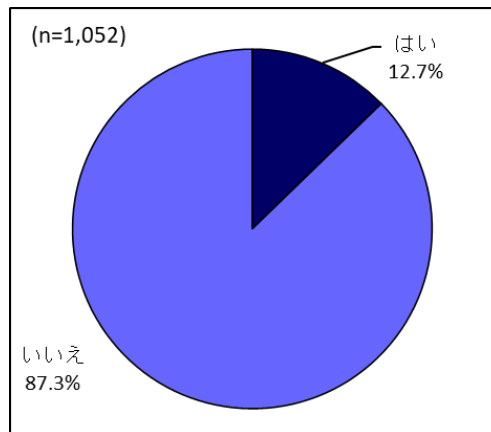


図23 防水スプレー使用時の危害・ヒヤリハットの経験（単一回答）Q13

危害・ヒヤリハット経験の割合について男性・女性別に見る（図24）と、男性の方が女性より2%強高かった。

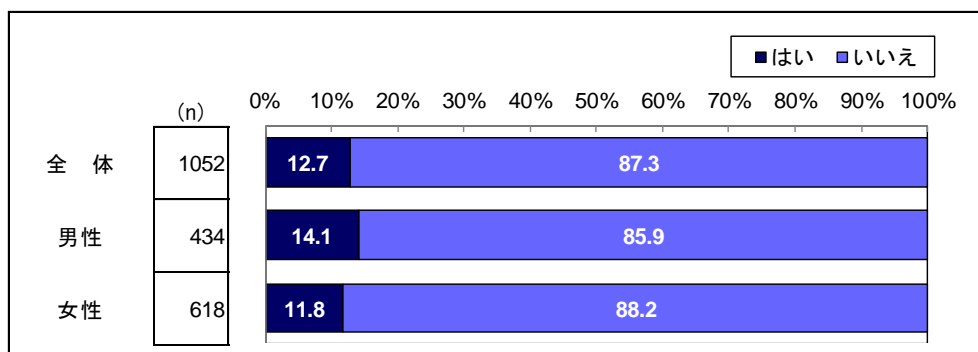


図24 男性・女性別の危害・ヒヤリハット経験 SQ1×Q13

また、年代別で見る（図 25）と、60代・70代以上の危害・ヒヤリハット経験の割合が他年代より低く、SQ1×Q10（図 17）の「相対的には高年代層より若年層の使用状況に高リスクの傾向がある」との考察と一致している。

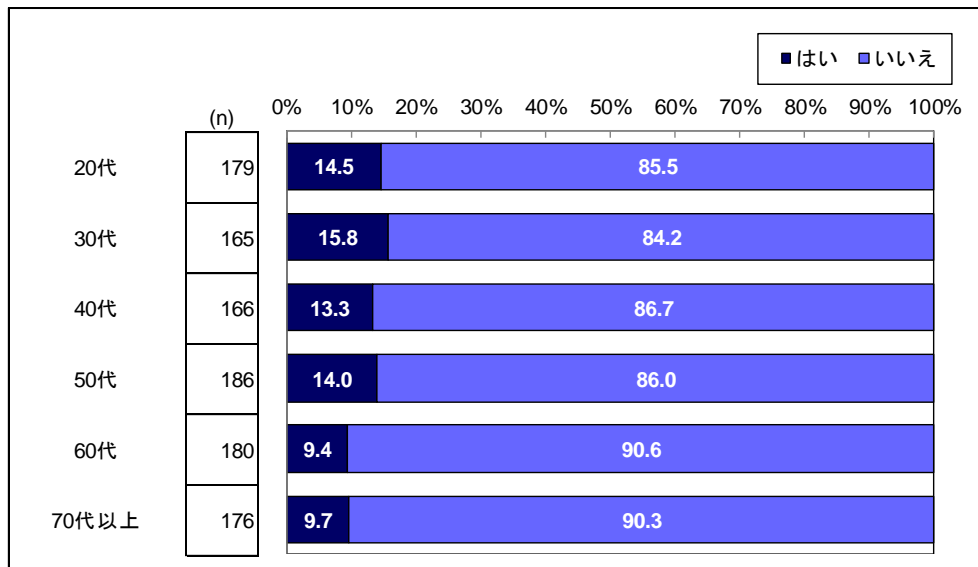


図 25 年代別の危害・ヒヤリハットの経験 SQ1×Q13

危害・ヒヤリハットを経験した時期は、「1年以内」が24.6%（33件）であり、時期を遡るほど危害・ヒヤリハット経験の割合が低下し、「7年～10年以内」では5.2%（7件）であったが、一方で「10年以上前」も14.9%（20件）であった（図 26）。

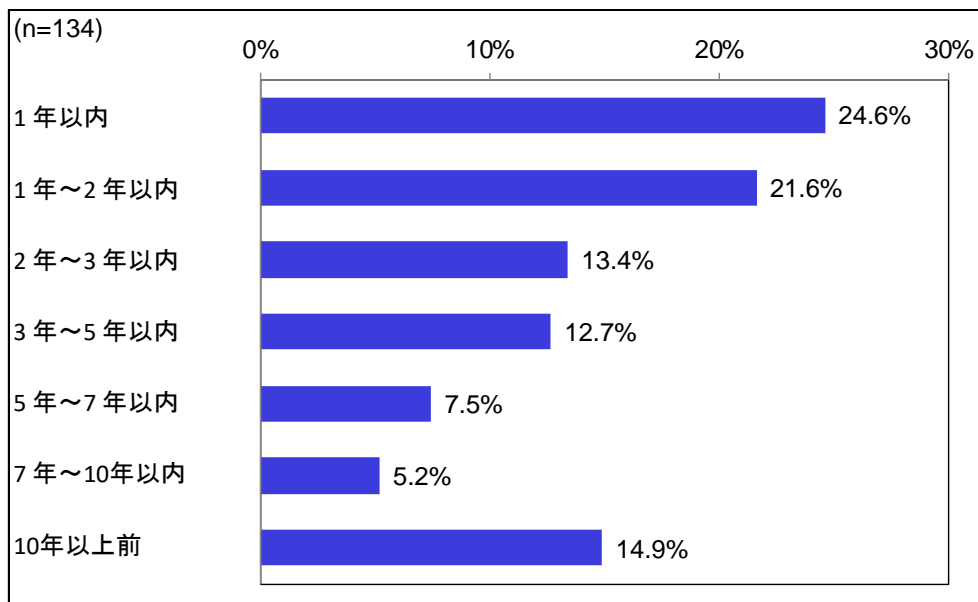


図 26 危害・ヒヤリハット経験の時期（単一回答）Q14



危害・ヒヤリハット経験の場所（図 27）は、「玄関（室内）」が 35.1%（47 件）と最も多く、図 4・図 8・図 9 と併せると、玄関で靴に防水スプレーを噴霧するケースが多いと考えられる。

次いで「屋外（風あり）」22.4%（30 件）、「屋外（風なし）」14.2%（19 件）、屋外（風の有無は覚えていない）」9.0%（12 件）、「ベランダ・バルコニー」8.2%（11 件）と、屋外での使用における危害・ヒヤリハット経験もあった。狭い閉鎖空間での使用ケースについては、「浴室」が 1.5%（2 件）となったが、トイレや車内といったケースはなかった。

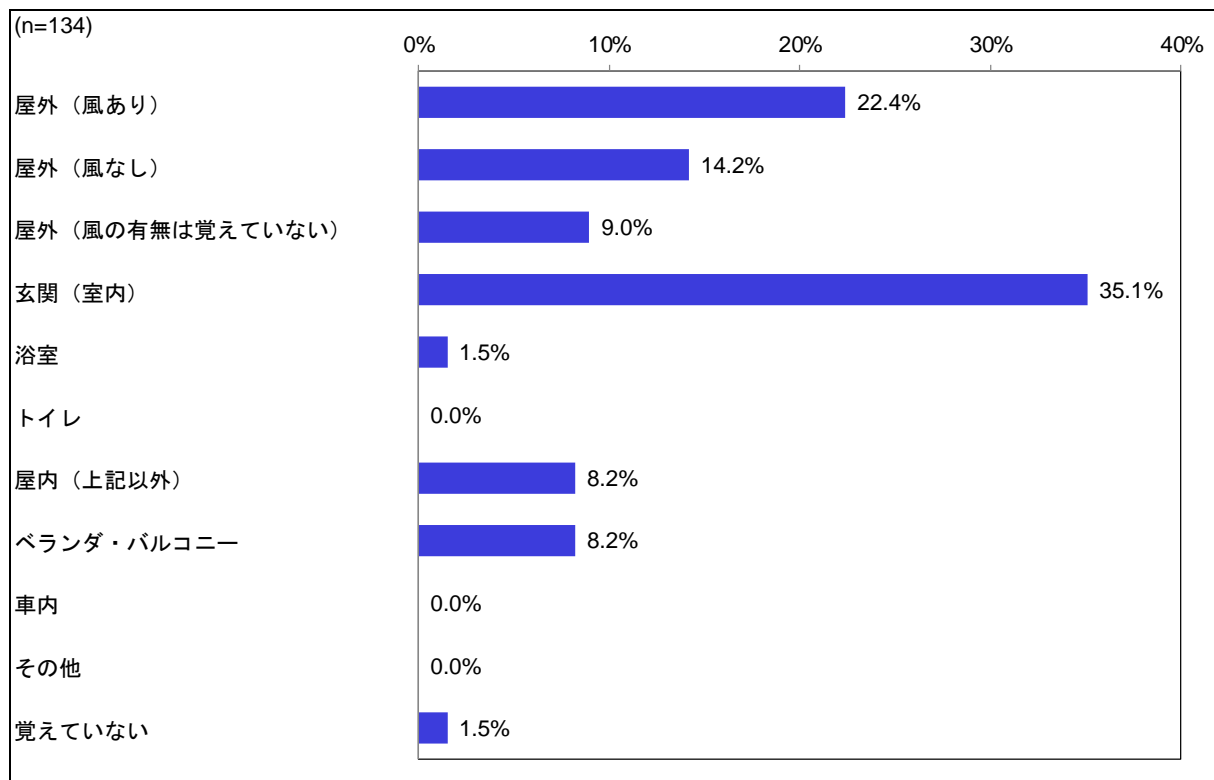


図 27 危害・ヒヤリハット経験時の使用場所（単一回答）Q15

危害・ヒヤリハット経験の際に使用していた防水スプレーは、「靴用（革製のみ）」が最も多く51.5%（69件）」であった。靴用については「靴用（布・革製兼用）」も49.3%（66件）と高くなった。また、「革・布製品全般用」も50.7%（68件）と高かった（図28）。

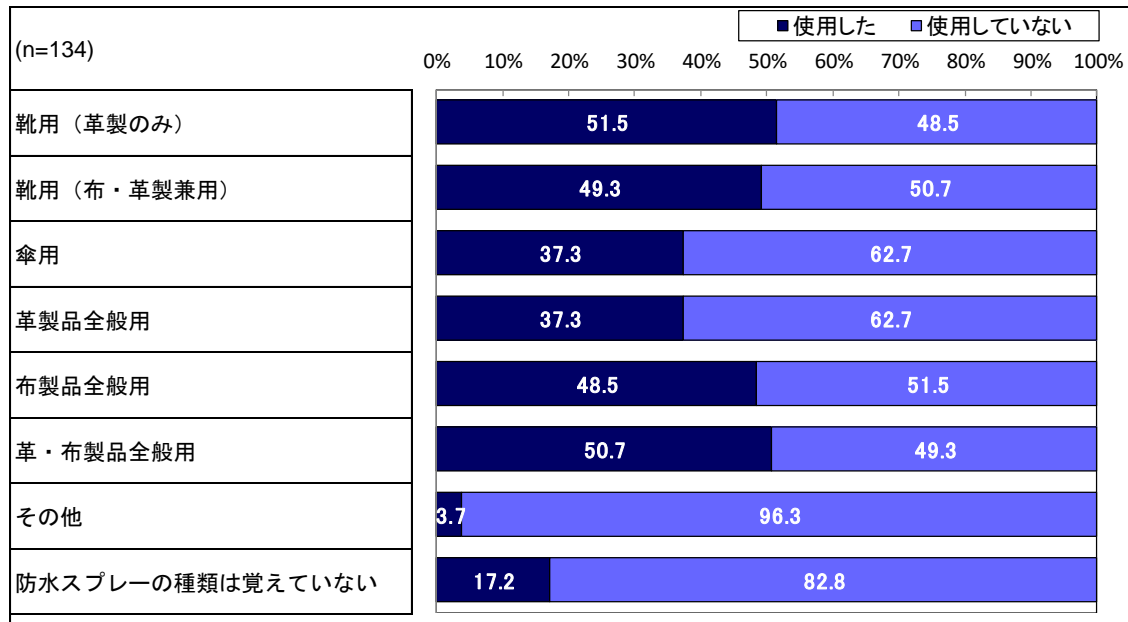


図28 危害・ヒヤリハット経験時に使用した防水スプレーの種類（単一回答）Q16

危害・ヒヤリハット経験の際に使用した防水スプレーの種類ごとの使用量では、1本以上を使用したとの回答がいずれの種類でも13.0~26.0%もあった（図29）。

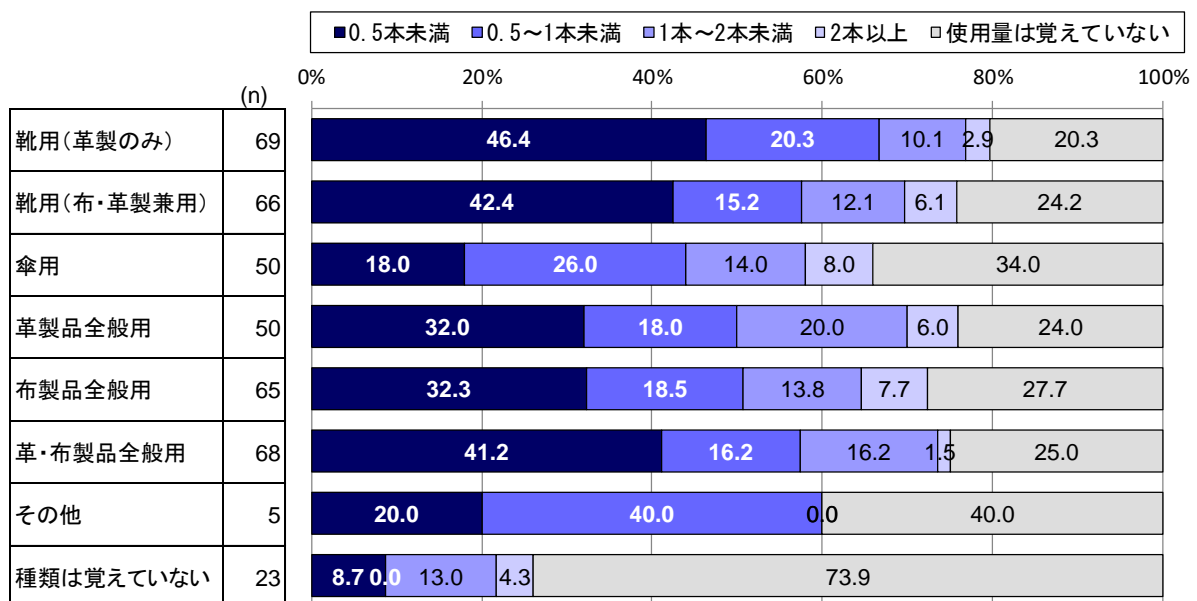


図29 危害・ヒヤリハット経験時に使用した防水スプレーの使用量 Q16

危害・ヒヤリハット経験の際に防水スプレーを使用していた対象物は、「靴（革製）」が60.4%（81件）で最も多くなった。靴では、布製のものへも54.5%と多く使用されており、危害・ヒヤリハットを経験していない者も含めた防水スプレーの使用対象（図4）と同様に、靴への使用が最も多い結果となった。次いで「上着」が59.7%（80件）であった。（図30）

危害・ヒヤリハット経験の際に、防水スプレーを使用していた対象物の数量では、いずれの対象物でも3つ以上のケースが6.7~16.4%あり、防水スプレーの使用量が多くなりがちな複数の対象物への使用ケースがみられた。（図31）

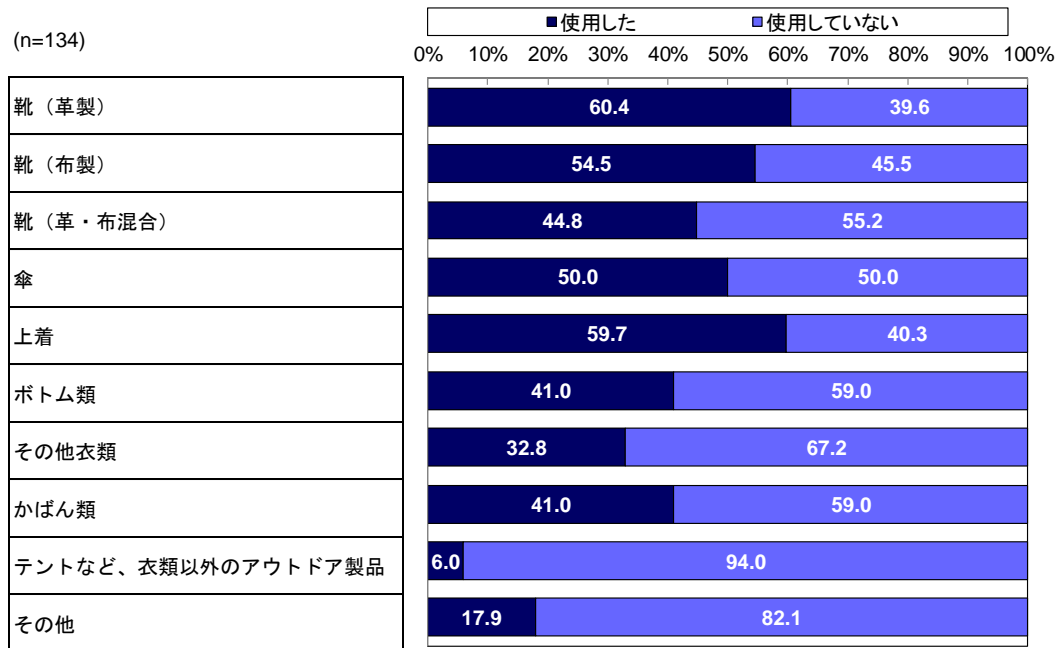


図30 危害・ヒヤリハット経験時の対象物（単一回答）Q17

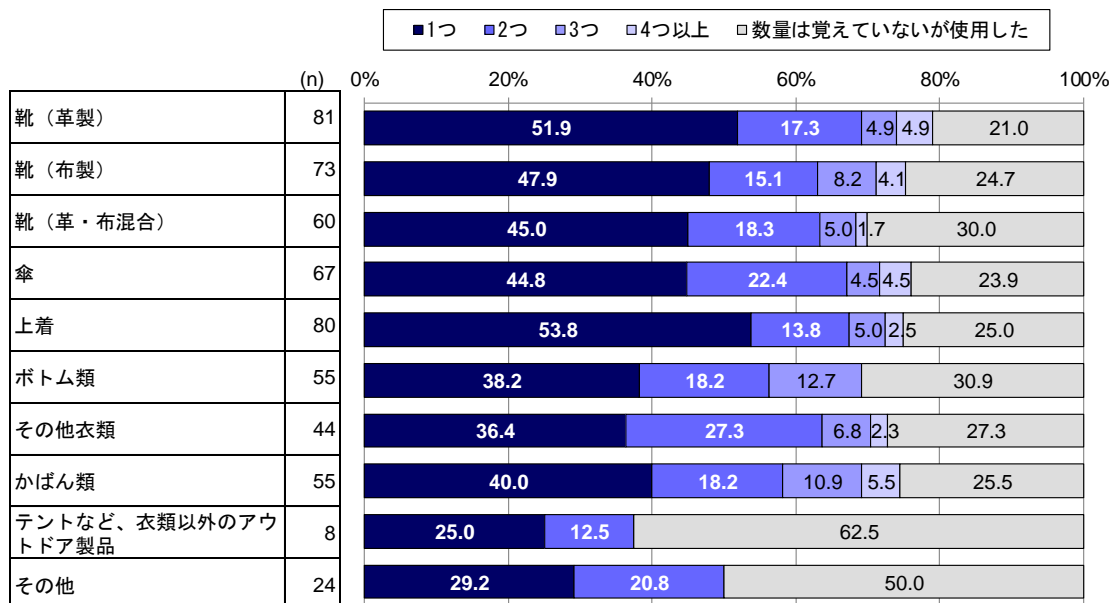


図31 危害・ヒヤリハット経験時の対象物の数 Q17

危害・ヒヤリハット経験時に防水スプレーを使用していた場所（Q15）のうち、「屋外」「玄関」及び屋内に関する回答を「その他屋内」に集約したものに着目し、それらの使用場所でどのような対象物に防水スプレーを使用したか（Q17）を整理した（図 32）。

屋外では、「上着」（63.9%）、「靴（布製）」（59.7%）、「靴（革製）」（58.3%）、「傘」（55.6%）などが主な対象物となっているが、靴（革・布混合）やボトム類、かばん類も40%以上と高い。

玄関では靴への使用が目立つ（革製の靴で72.3%）が、靴以外では「上着」が53.2%となった。

屋内での使用割合が最も高いのは上着（61.5%）であったが、上着は屋外での使用割合も63.9%と高かった。

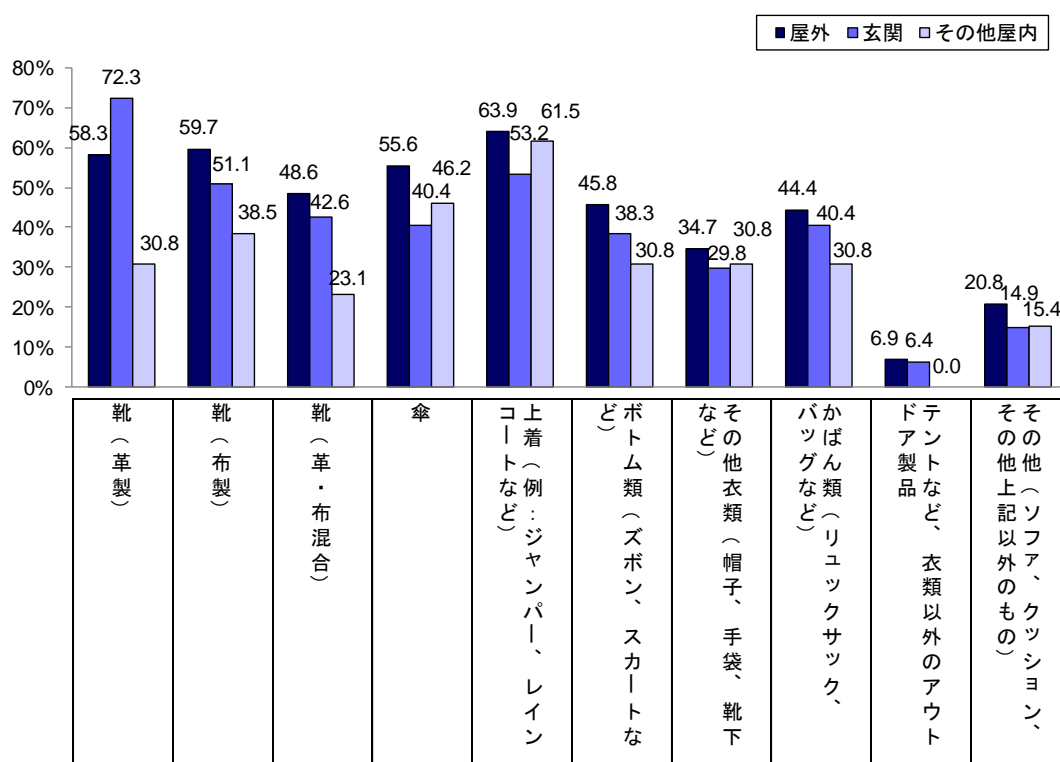


図 32 危害・ヒヤリハット経験時の防水スプレーの使用場所と対象物 Q15×Q17

Q16 でいずれか 1 種類の防水スプレーを使用した者を対象に、使用した防水スプレーの種類と対象物を整理した (図 33)。

結果として、革製の靴用の防水スプレーを革靴に使用したケースや、傘用の防水スプレーを傘に使用したケースなど、対象物に応じた用途の防水スプレーを使用していた者が 75.0~100.0% と最も多くなり、本来の用途外の防水スプレーを使用したケース (例：革用の防水スプレーを布製品に使用など) は比較的少なかったものの、例えば布製の靴に革製の靴用のスプレーを使用したケースなどは 33.3% と比較的多かった。

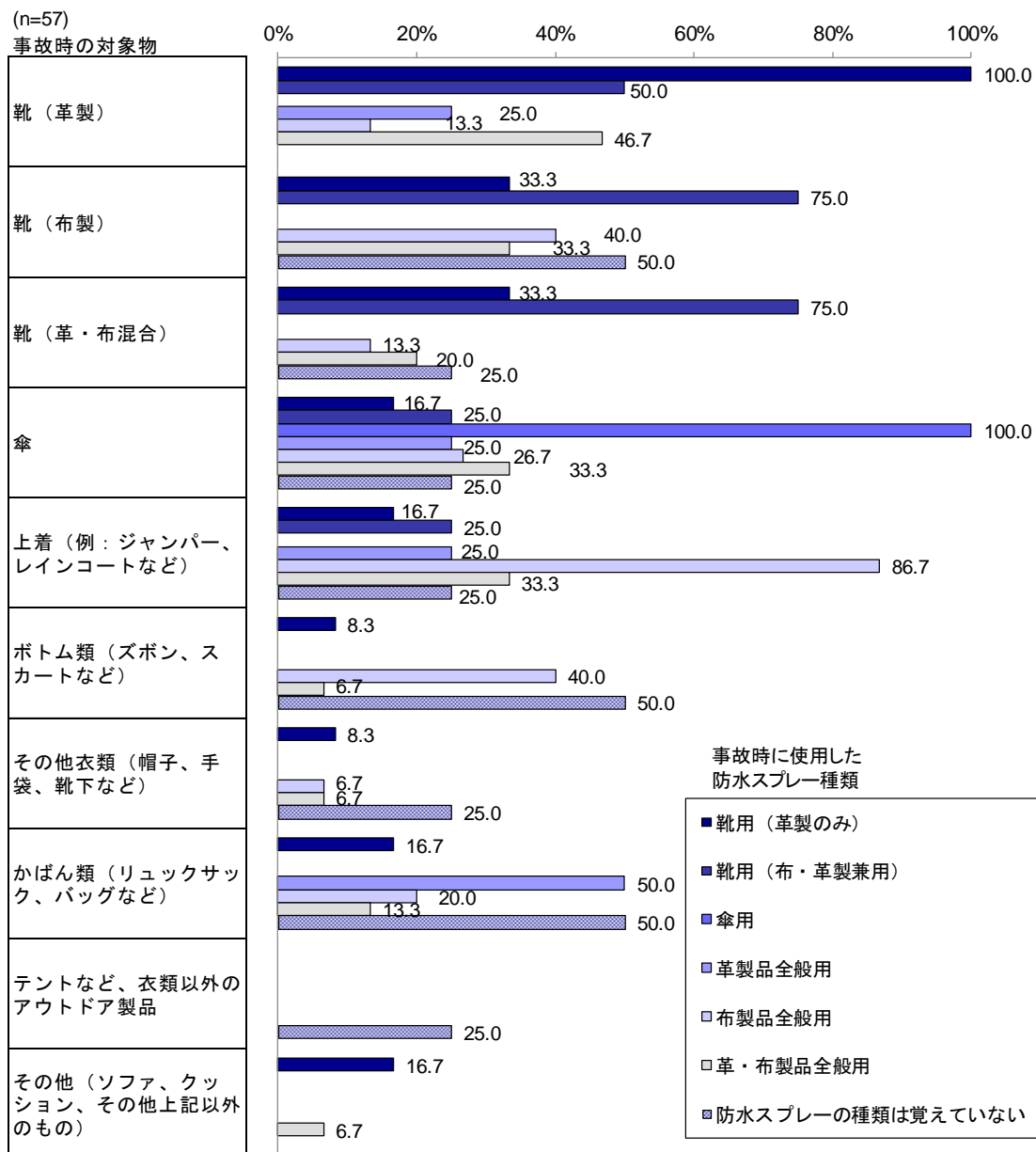


図 33 危害・ヒヤリハット経験時に使用した防水スプレーの種類とその対象物 Q16×Q17

危害・ヒヤリハット経験時に注意していた行動として（図 34）は、「霧を吸い込まないように気を付けていた」が 50.0%（67 件）と最も多く、次いで「風向きに注意していた」37.3%（50 件）、「風通しの良い場所で使用していた」32.8%（44 件）となった。マスクの着用は 13.4%（18 件）であった。また、室内で使用していたことが示唆される「ドア・窓を開けていた」が 20.9%（28 件）、「換気扇をつけていた」が 11.2%（15 件）となった。

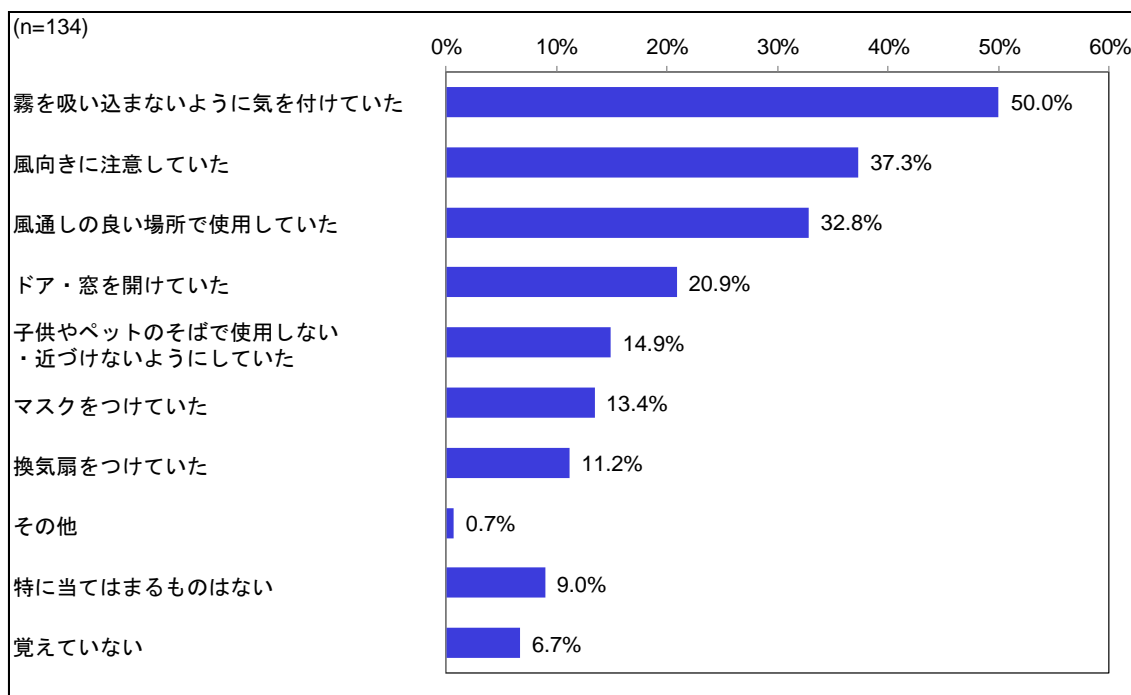


図 34 危害・ヒヤリハット経験時の使用状況（複数回答）Q18

危害・ヒヤリハット経験時の防水スプレーと対象物との距離は、「10～20センチ程度」が最も多く 47.0%（63 件）で、距離が長くなると割合が低くなっているが、「50センチ以上」も 2.2%（3 件）であった（図 35）。この傾向は図 19（危害・ヒヤリハットを経験していない者も含めた、防水スプレーと対象物との距離に関する設問）と同様で、大きな差はみられなかった。

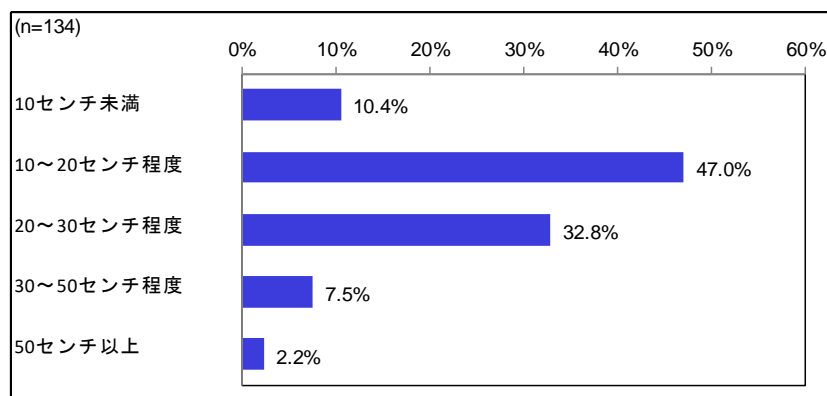


図 35 危害・ヒヤリハット経験時の防水スプレーと対象物との距離（単一回答）Q19

危害・ヒヤリハット経験の直接的な要因に関する認識は、「室内で使用した」34.3%（46件）、「換気が不十分だった」32.1%（43件）と、室内で使用したケースが多かったことがわかる（図36）。図16で挙げた結果と同様に、「マスクをしていなかった」についても29.1%（39件）と多かった。

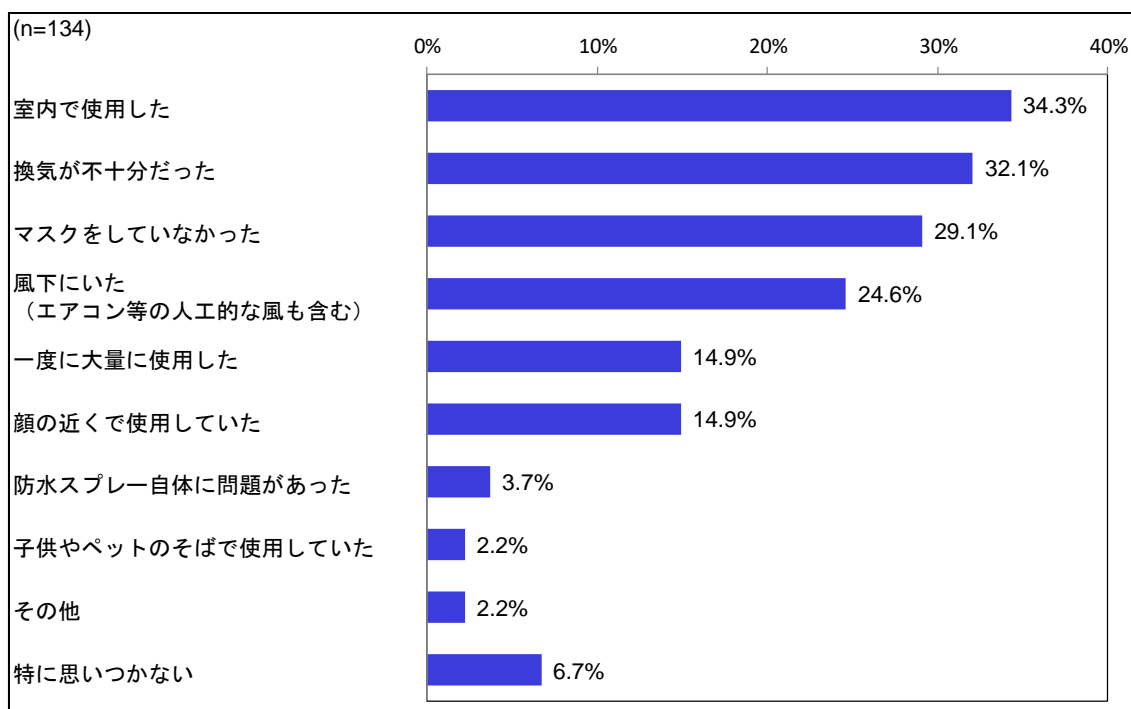


図36 危害・ヒヤリハット経験時の直接要因の認識（複数回答）Q20

危害・ヒヤリハット経験時の防水スプレーの使用者は「回答者自身」が85.8%（115件）と最も多く、次いで「同居者（家族）」16.4%（22件）であった（図37）。なお、「その他」（5件）の内訳は、「知人・友人」3件、「他人」2件であった。

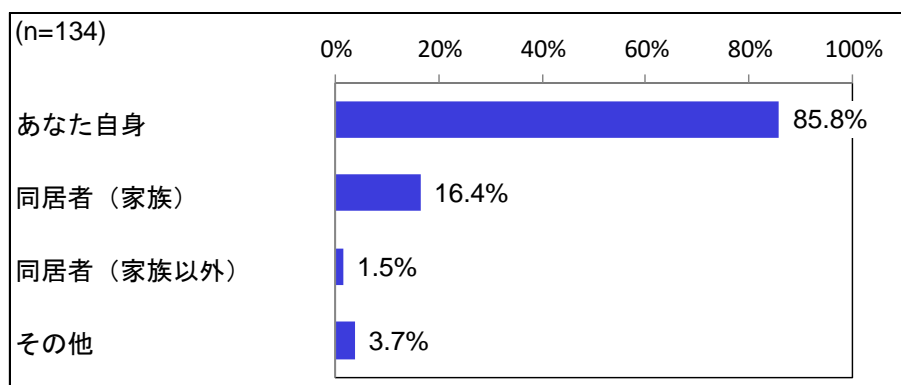


図37 危害・ヒヤリハット経験時の防水スプレー使用者（複数回答）Q21

危害・ヒヤリハット経験時に使用者の周囲にいた者は、「誰もいない」が最も多く 66.4% (89 件)、次いで「回答者自身を除く大人」が 28.4% (38 件) であった (図 38)。子供やペットが周囲にいたケースもそれぞれ 2.2%、1.5% (3 件・2 件) あった。ペットの内訳は、「犬」「猫」それぞれ 1 件であった。

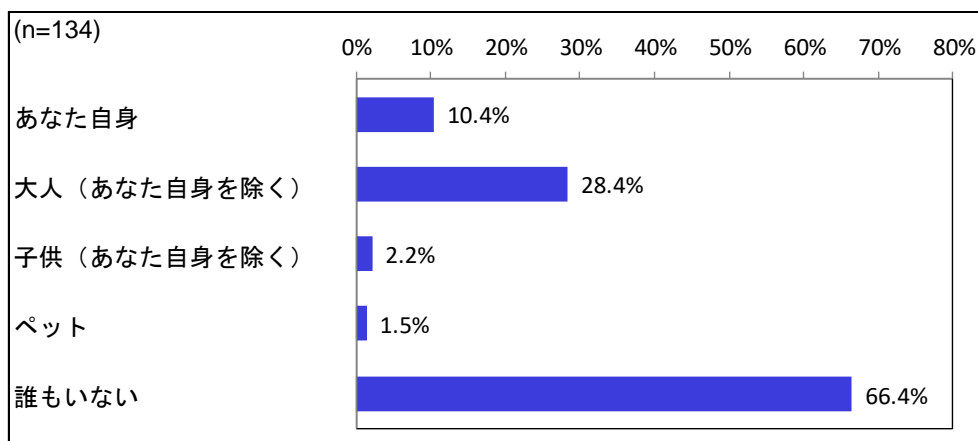


図 38 危害・ヒヤリハット経験時に周囲にいた者 (複数回答) Q22

危害・ヒヤリハット経験時に体調が悪くなった者がいたかどうか尋ねたところ、「体調が悪くなった人はいない」が最も多く 56.7% (76 件) であった。体調を悪化させたケースで最も多いのは「回答者自身」で 41.0% (55 件) であった。今回の調査では、子供やペットの体調が悪化したケースはなかった (図 39)。

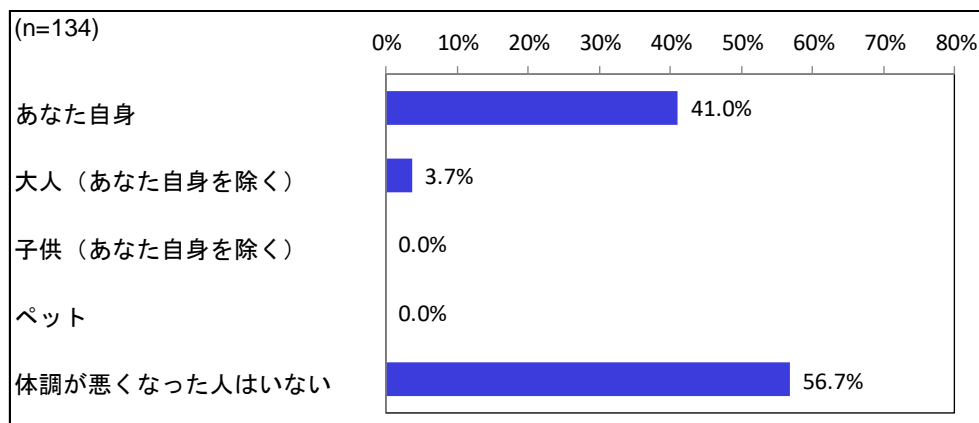


図 39 危害・ヒヤリハット経験時に体調が悪くなった者 (複数回答) Q23



吸入事故の際に防水スプレーを使用していた者（Q21）と体調が悪化した者（Q23）の関係を図 40 に示す。「体調が悪くなった人はいない」を除くと、回答者が使用した場合（115 件）では、ほぼすべてのケースで回答者自身が体調を悪化させており、98.0%（115 件中 50 件で体調悪化者があり、うち回答者自身が 49 件）となった。また、同居する家族が防水スプレーを使用した場合（22 件）では、回答者以外の大人が体調を悪化させたケースが 33.3%（22 件中 15 件で体調悪化者があり、うち回答者以外の大人が 5 件）となった。

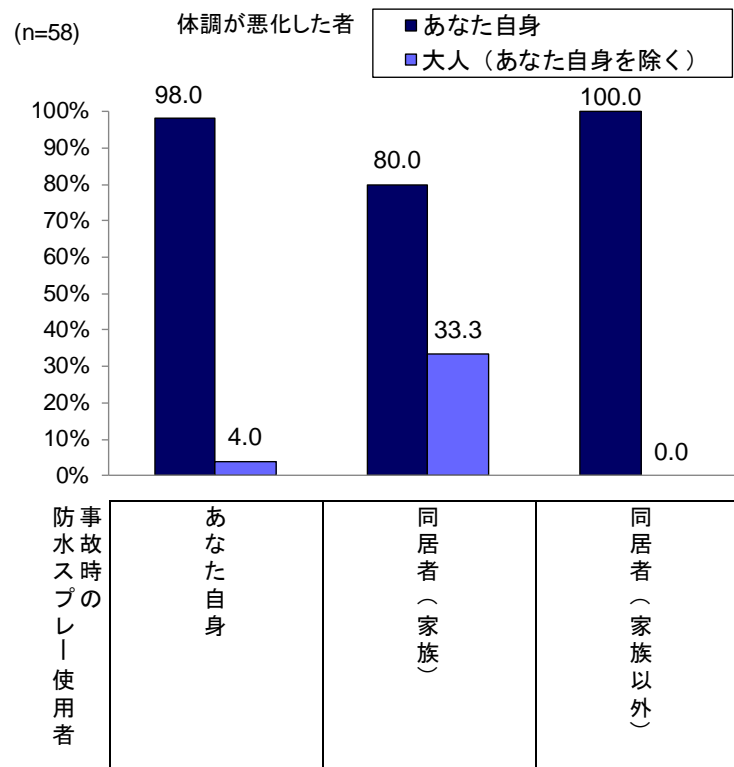


図 40 危害時における防水スプレー使用者と体調が悪くなった者 Q21×Q23

### (3) 危害及びヒヤリハット経験の詳細

危害・ヒヤリハット経験の状況の詳細について、得られた回答内容に応じて「発生場所」「発生状況」「症状」「使用対象物」の分類を付し、さらにそれぞれの内容に応じて細分類を行った。

得られた回答のうち主なケースを、分類ごとに表3に示す。また、回答の内容によって分類し、集計したものを表4に示す。

「発生場所」のうち「玄関」は、一般的に広さの限られた室内であり、ドアや窓などを開放していても風通しが悪く滞留してしまった、との回答が複数あった。また、発生場所が「玄関」のケース27件のうち、対象が「靴」であったと明記されていたケースが9件あった。

「発生場所」では、「屋外」(19件)や「ベランダ」(11件)であっても、「風にあおられた」「風向きが変わった」といった内容が明記されているケースが計21件あり、屋外の使用でも風によって不意に吸入に至ったケースが多いことがわかった。

「対象物」の分類では、「靴」が23件と最も多くなり、図4・図8・図9等から防水スプレーの使用対象として靴が最も多いという結果と一致している。

「症状」の分類では、「咳」という回答が16件、「気分が悪くなった」という回答が11件あった。

表3 危害・ヒヤリハット経験の詳細 Q28

分類		回答内容
発生場所	玄関	玄関にて換気をせず妻がスプレーを使用。出かけるために靴箱から自身の靴を出そうとした際に、空気中に滞留していた成分を吸い込んだ。 (男性・30代)
		靴と傘の防水をしようと思い、夜だったので玄関内でスプレーしたらきつい匂いが広がり、すぐに外に出た。 (女性・60代)
		玄関で靴にスプレーをしていて、ドアを開けたりしていなかったので玄関にこもってしまい咳が出たり喉に違和感があったが、そのまま安静にしていたら治った。 (女性・30代)
		出かける前に玄関で防水スプレーを噴射した際、室内で換気扇しかつけていなかったため、防水スプレーの反射した空気が漂ってきていやな気分になった。 (女性・40代)
		玄関で革靴の撥水効果を期待して使った時に、ドアや一番近い部屋の窓を開けていたが、やはり風通しが悪く、吹き付けた時に玄関に漂ってしまった。大急ぎで外に出た。症状はさほどなかったが、気分的に良くなかった。 (女性・70代以上)

	屋外	<p>戸外で自分が布製の靴に使ったとき、防水スプレーが風に煽られて吸い込みそうになった。</p> <p>(女性・20代)</p>
		<p>外で、子供がスプレーした時に、急に風が吹いて、子供がびっくりして、吹き出し口がこちらに向き、風の勢いもあって、自分の口めがけて飛んできた。</p> <p>(男性・50代)</p>
		<p>外で防水スプレーを使用中、風向きが変わって吸い込んでしまった。</p> <p>(女性・60代)</p>
	ベランダ	<p>家のベランダで家族が使用していましたが、風の関係でしょうか家の中にいたのに咳がでたり、喉に違和感、気持ちが悪くなったりしました。</p> <p>(女性・70代以上)</p>
		<p>マンションのベランダで革靴をスプレーしたが、ベランダの壁が高く、溶剤がただよって、抜けが悪かった。</p> <p>(男性・60代)</p>
	発生状況	風・風向き
<p>私がベランダでつかいました。傘か靴か忘れましたが、たぶん靴だと思います。風が強い日で風下にこないように気を付けていましたが、急に風向きが変わりました。ゲホゲホせきがでましたが、吸い込みは少なく体調の変化はありませんでした。</p> <p>(女性・50代)</p>		
狭い空間・密閉空間		<p>山用の革靴に対して玄関で防水用スプレーをかけていました。少量しかかける予定がなかったので換気などにはあまり注意をせずに行いましたが、少し気分が悪くなったので一旦中断して後日風通しの良いベランダで対応しました。</p> <p>(男性・30代)</p>
		<p>ベランダや玄関等で使用中。油断して息を吸ったらむせた。噴射したあとだが、まだ霧が残っていたらしかった。</p> <p>(女性・30代)</p>
症状	<p>出がけの急いでいるときに、雨が降っているのを思い出し、その時使う靴やコートやナイロンバッグに防水スプレーしなきゃと急に思いついて、玄関で自分で使った。本当は屋外で使うものと知っていたが面倒なので玄関で、近くのお風呂場の換気扇は回しながら使ったが、ちょっと気持ち悪くなった。靴布用のスプレー。量的には適量かやや少ないぐらい。気持ち悪いけどそのまま出かけた(仕事)。病院には行かず、少ししたら気持ち悪いのも収まった。</p> <p>(女性・50代)</p>	

	咳	外でボドウェアにかけたときに自分の方にたくさんきて、咳が止まらなくなった。 (女性・30代)
		ベランダや玄関等で使用中、油断して息を吸ったらむせた。噴射したあとだが、まだ霧が残っていたらしかった。 (女性・30代)
使用対象	傘・靴	外出前に降雨が始まり、私が履いている靴に妻が玄関内でスプレー散布。妻はかがみ気味で散布したため、私より散布面に近く、その後気分が悪くなって外気を吸って症状は改善。 (男性・60代)
		玄関で靴の防水スプレーを使った時に、狭かったせいか周りに充満したようで気分が悪くなった。 (男性・60代)

表4 危害・ヒヤリハット経験の詳細回答の分類結果 Q28

発生場所	件数
玄関	27
屋外	19
ベランダ	11
屋内	9
風呂場	1

対象物	件数
靴	23
衣類	8
傘	4
アウトドア	4
かばん	4
レインウェア	3
その他	1

発生要因	件数
風・風向き	23
狭い空間・密閉空間	19
他者による使用	5
噴射の勢い	4
近距離での使用	3
大量使用	2
その他	5

症状	件数
咳	16
気分が悪い	11
影響なし	10
息苦しい	8
喉の違和感	4
目眩	3
その他	3

#### (4) 防水スプレー使用時の危害経験における症状

危害経験の際にみられた症状は、「咳」が最も多く 50.0% (29 件)、次いで「気分が悪くなる・吐き気」41.4% (24 件)、「呼吸困難・息苦しくなる」が 32.8% (19 件) と、呼吸器系や消化器系の症状が多い結果となった (図 41)。

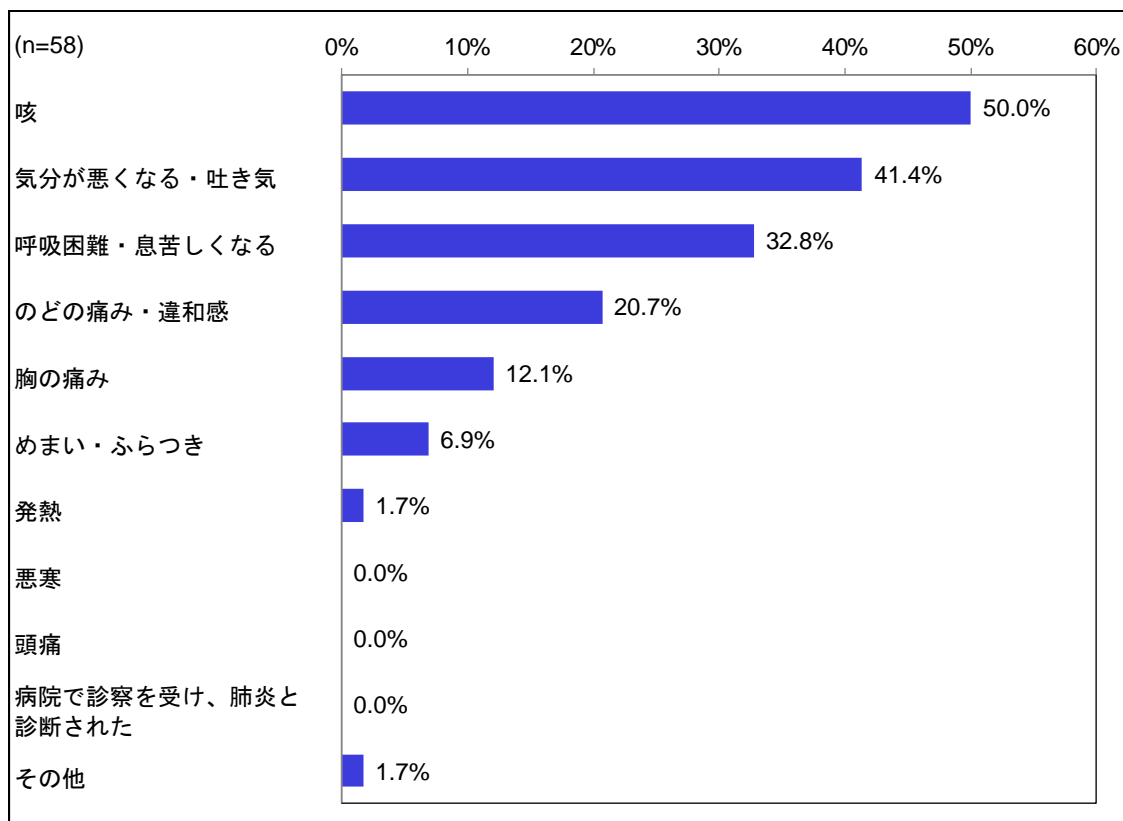


図 41 危害経験時に体調が悪くなった者の症状 (複数回答) Q24

症状軽快までの期間は、「当日中」が最も多く 74.1% (43 件)、次いで「1 週間未満」が 15.5% (9 件) であった。「1 週間以上」のケースも 3 件あった (図 42)。

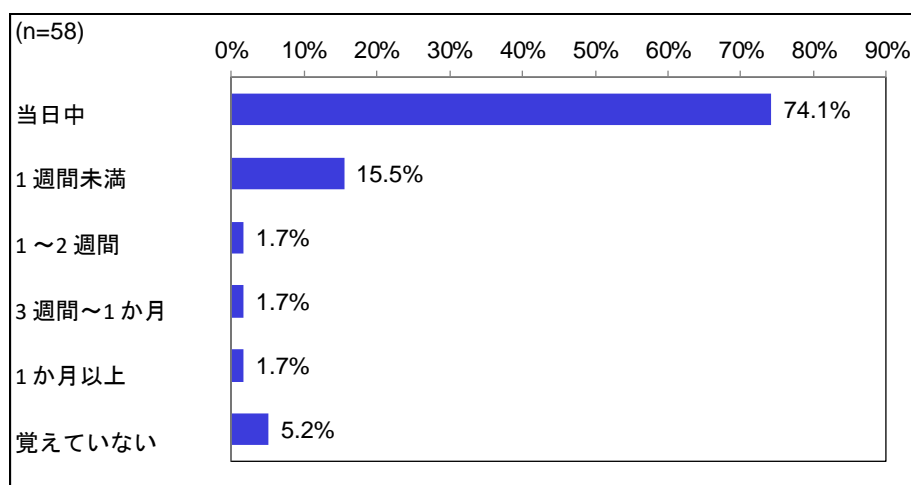


図 42 危害経験時の症状軽快までの期間 (単一回答) Q25

危害経験時の通院等の状況は、「病院には行かなかった」が最も多く 82.8%（48 件）で、通院は計 12.1%（7 件）であった。入院したケースも 1 件あった（図 43）。

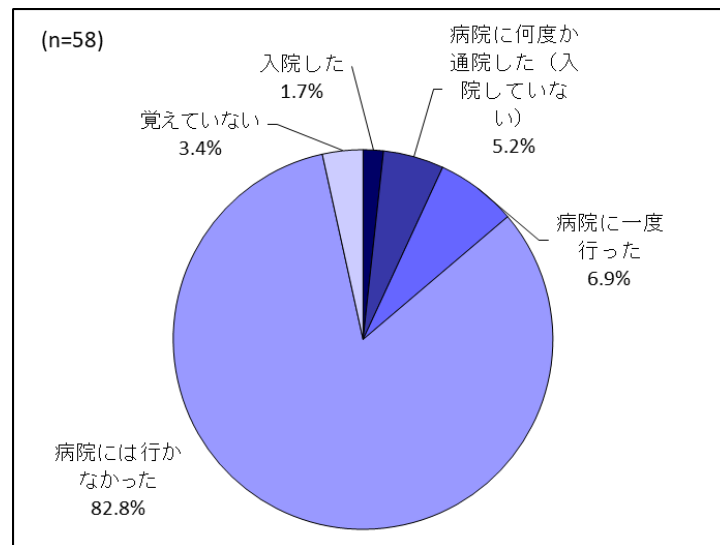


図 43 危害経験時の通院等の状況（単一回答）Q26

危害経験の際に有していた持病等は、「特にない・わからない」が 55.2%（32 件）であった。喫煙習慣については過去あったケースが 20.7%（12 件）、危害経験時にあったケースが 17.2%（10 件）となった。喘息や肺炎、その他の呼吸器系疾患などの持病・既往症があったケースはそれぞれ数件であった（図 44）。

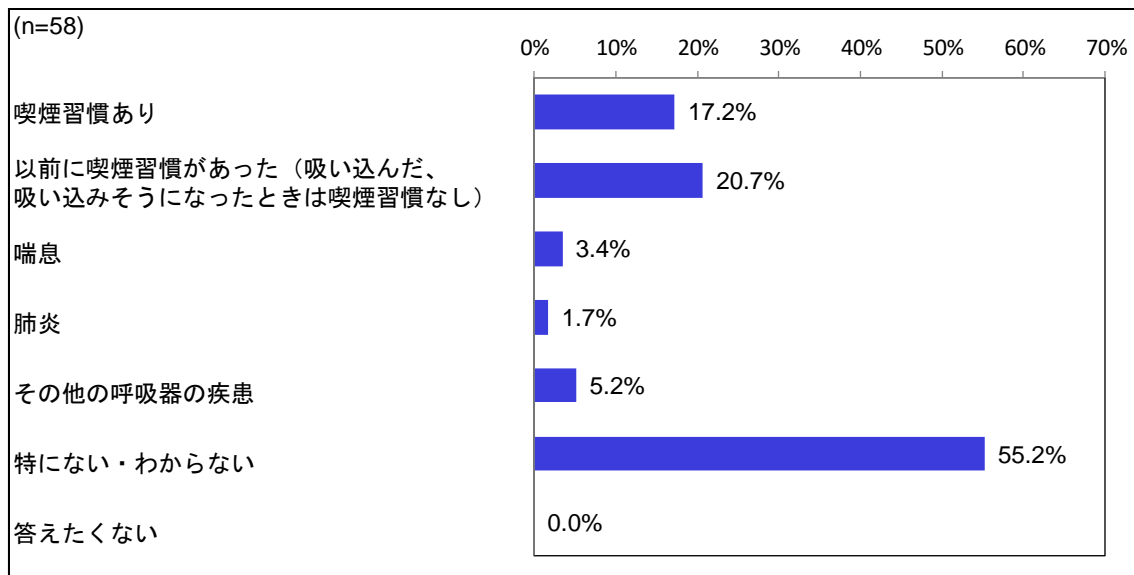


図 44 危害経験時の持病・既往症歴（複数回答）Q27

危害経験の際の症状（Q24）と、持病・既往症歴（Q27）との関係を図 45 に示す。「呼吸困難・息苦しくなる」「咳」「胸の痛み」「のどの痛み・違和感」といった主な呼吸器系症状のあった者で、危害経験当時またはそれ以前に喫煙習慣があった者は、各症状の発症者のうち 8.3～57.1%の割合であった。

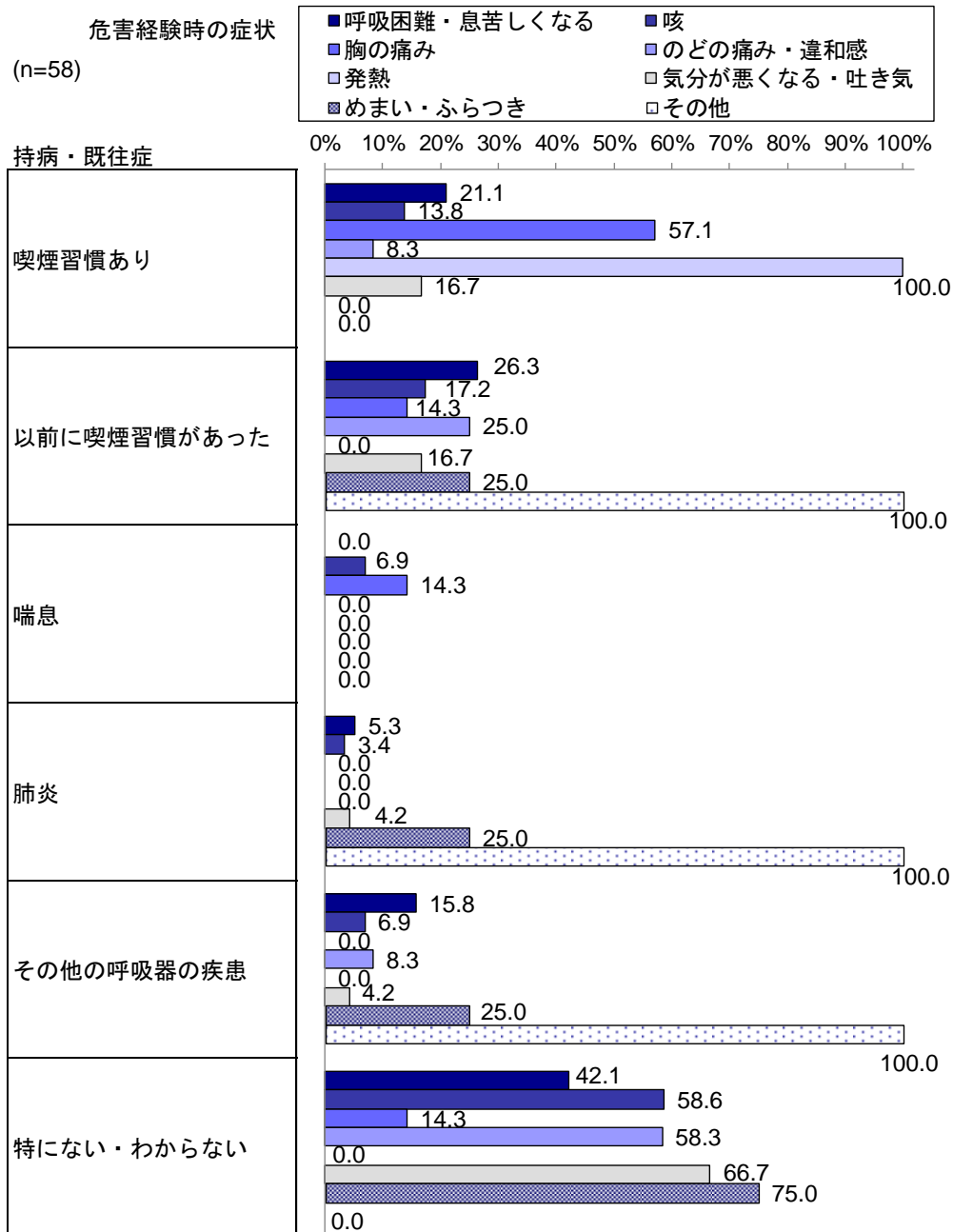


図 45 危害経験時の症状と持病・既往症歴 Q24×Q27

### (5) 危害・ヒヤリハット経験後の製品に関する相談・報告の状況

危害・ヒヤリハット経験の後、製品について相談・報告を行ったか、及びその相談先については、「報告しなかった」が84.3%（113件）と最も多くなった。相談したケースでは、「メーカー」が最も多く9.7%（13件）、次いで「販売店・販売サイト」及び「消費生活センター」それぞれ3.7%（各5件）であった（図46）。

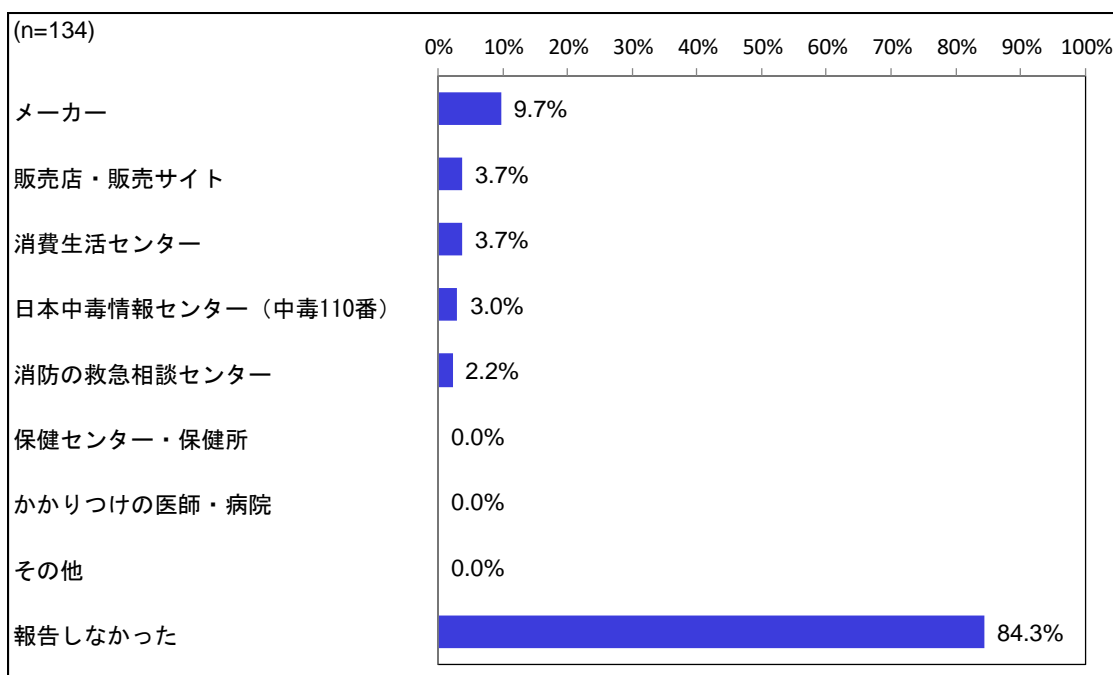


図46 危害・ヒヤリハット経験後の製品に関する相談の有無・相談先（複数回答）Q29

相談・報告しなかった者にその理由について尋ねたところ、「相談・報告するほどのものではないと思ったから」が最も多く67.3%（76件）であり、次いで「特に理由はない」が18.6%（21件）であった。「相談・連絡先がわからなかったから」という回答はなかった（図47）。

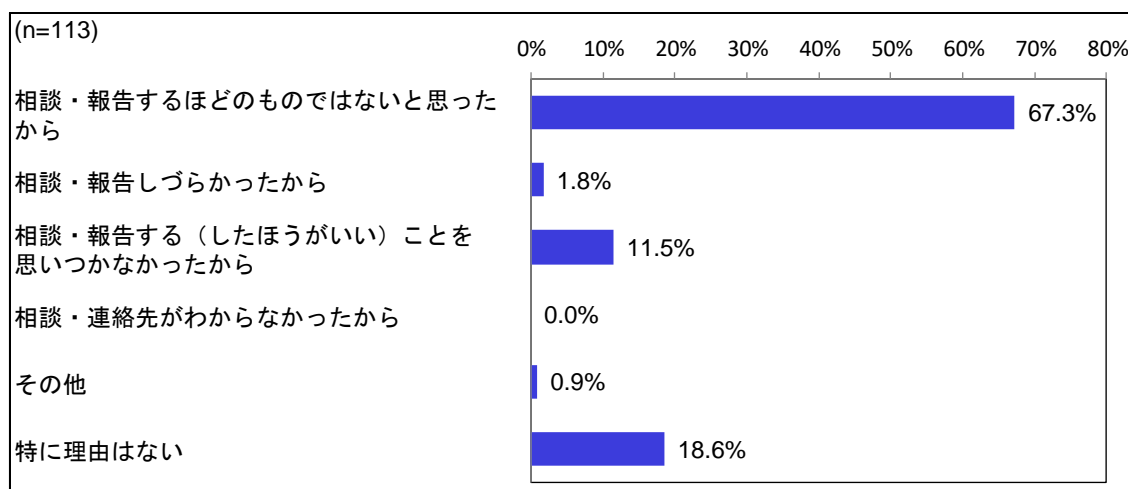


図47 相談・報告しなかった理由（複数回答）Q30



#### 4 防水スプレーの安全性に係る全般意見

防水スプレーに関する不安や疑問、事業者や行政への要望を自由回答として尋ねた。得られた回答に対し、内容によって付与した分類数を集計した結果を表5に示す。また、回答のうち代表的なものを、分類ごとに表6に示す。

分類可能な内容のうち最も多かったのは「製品仕様」に関するもの（計75件）で、そのうち「より安全な製品を開発してほしい」といった意見が49件あった。

次いで多かったのが「周知」（48件）であり、このうち「危険性の周知」では、「誤った使用方法による事故の危険性をより具体的に幅広く周知してほしい」といった意見など計29件あった。また、「メディアを通じた周知」（計16件）の中では、本体への注意表示のみならず、CMなどメディアを通じてより具体的かつ視覚的に注意喚起を行ってほしい、との意見があった。

「表示改善」では、表1～表2で挙げた内容と同様の意見が多かったが、それ以外にも、「目立つ表示をしてほしい」「大きく表示してほしい」といった意見があった（計20件）。また、「スプレー缶表面への注意事項の記載のみならず、別紙で説明書を添付してほしい」といった意見が4件あった。

なお、防水スプレーの安全性以外には、「廃棄」（33件）もあり、もっと簡単にスプレー缶を廃棄できるようにしてほしいといった意見も複数あった。

表5 防水スプレーの安全性に係る全般意見の分類数集計結果 Q33

分類	細分類	件数
表示改善		42
	目立つ・わかりやすい表示	20
	より詳細な情報提供	7
	有害性の表示	5
	説明書の添付	4
	イラスト表示	2
	その他	2
	安全な使用方法の表示	2
販売方法		11
	販売条件の制限	6
	販売時の周知	5
製品仕様		75
	安全な製品の開発	49
	においの改善	11
	その他	15
周知		48
	危険性の周知	29
	メディアを通じた周知	16
	店頭での周知	2

	その他	1
使用方法		31
	正しい使用方法が不明	8
	使用期限が不明	7
	正しい使用方法の説明	2
	ペットの周囲で使用しない	2
	その他	12
危険性の不安		11

表 6 防水スプレーの安全性に係る全般意見 Q33

分類		意見内容
製品仕様	安全な製品の開発	スプレーで問題が出やすいので有れば、塗るタイプのものにして欲しい。 (女性・50代)
		注意事項を読まなければ蓋が開かないような工夫をしてみればどうか。 (女性・50代)
		スプレーが広がらないように工夫があれば良い。 (女性・50代)
		なるべく人体に害がないような成分を開発してほしい。 (男性・60代)
		溶剤等を改善して危険性を低減するような製品ができないか。 (男性・50代)
		霧の粒を大きくする。 (女性・70代以上)
	においの改善	ニオイがきつい。吸い込むと危険ってことできついニオイがついているのかなと思った。 (女性・30代)
		においがきつくて有害な気がする。 (女性・40代)
		臭いがきつく、気分が悪くなりそうだった。 (女性・60代)
	周知	危険性の周知
		機能自体は以前から割と良いなと思っていたので、事故の危険性をもっと幅広く伝えられたらと思う。 (女性・40代)

危険性の 周知	事故が起きていることを知らなかった、そういった報道を目にした記憶もないが怖いと思った。周知徹底をメーカー努力で求めたいと思った。 (女性・30代)
	注意書きがあっても、誤った使い方をする人は必ずいるので、多くの人に周知させる工夫が必要。 (女性・60代)
	体に悪いということがもっと知れ渡ったらいいと思う。梅雨やスキーの時期に注意喚起をしてくれたらいいと思う。 (女性・30代)
メディア を通じた 周知	効能や注意書が全体的に見づらい。テレビCMなどで啓発するなど、もっと正しい使い方が浸透するような仕組み作りをしてほしい (女性・30代)
	大変便利な物なので、防水スプレーの需要が増える頃にCMなどで危険性や使用上の注意を流す。 (女性・50代)
	知人が「屋内で使用して吸い込んでしまい、病院へ行った」と話していたのを聞き、絶対に吸い込まないように屋外で使用したり、子供が吸い込まないように子供が寝ている間に使うようにしている。ただ、いくら説明を強調しても、読まないで使う人は一定数いると思う。本体の説明だけでなく色々なメディアで頻繁に注意喚起をしていく方が良いと思う。 (女性・30代)
販売 方法	販売条件 の制限
	簡単に買えるものなので、「危険」ならば、レベル感を示す販売方法が必要。また販売店全般では、それを促すための「棚」位置を一般の商品とは別にして、注意、説明等を促す場所にするなど。 (男性・50代)
	毒性が強ければ、取り扱いを免許制にすべき。 (男性・60代)
販売時の 周知	製造会社から店舗に、購入時に使用上の簡単な説明をする様指示してほしい。 (男性・50代)
	販売コーナーに、大きな注意書きポスターがあると良いと思う。 (男性・70代以上)
	店頭でも説明して欲しい。 (女性・30代)
表示 改善	目立つ・わかりやすい表示
取扱注意のことが小さく表示されているため、もっと大きく目立つように、注意を喚起するように表示されている方がよいと思った。 (女性・70代以上)	

目立つ・わかりやすい表示	そんなに危険な物とは正直思っていなかった。大きく表示して欲しい。 (女性・60代)
	もう少しシンプルな記載が良い。 (男性・30代)
	もっと表示をわかりやすくしてほしい。 (女性・40代)
より詳細な情報提供	安直に使える商品のように錯覚してしまった。注意喚起をより深刻で重大であるように表現してほしい。 (男性・60代)
	吸ってしまった場合の対処法を記載してほしい。 (男性・40代)
	臭いや有害性についてもっと細かな説明を表記して欲しい。 (男性・40代)
	はっきりとした影響を記載する。 (男性・30代)
説明書の添付	説明文を詳しく書いて、商品に付けてほしい。缶に印刷しただけでは分かりにくい。 (男性・70代以上)
	有害ってどのくらいなんだろうと気になります。妊婦さんはさらに危険なのか？缶に表示するだけでなく、詳細な取扱説明書を添付したほうが良いと思う。 (男性・40代)
安全な使用方法の表示	どの程度噴霧すれば効果があるのか、ついつい多めに噴霧してしまう、使用量の基準を解り易く表示。 (男性・70代以上)
使用方法	どの程度、噴射すればよいのか簡単明瞭に表現。 (男性・70代以上)
	集合住宅だとベランダで使用するしかないの、それで良いのか迷う時がある。 (女性・60代)
	正しい使い方を動画等でPRしたら良いと思います。 (男性・60代)
危険性の不安	危険物として注意して取り扱わないといけないと思いました。 (女性・60代)
	吸い込むと肺に害を及ぼす事を知ってからは使うのをためらう。 (女性・50代)