

平成 27 年 3 月 5 日
独立行政法人国民生活センター

店舗型とは違います インターネットで申し込む宅配クリーニングのトラブルにご注意！

クリーニングは生活に身近なものです。消費生活センターには毎年多くの相談が寄せられています。内容は「汚れが落ちていない」「変色してしまった」といったサービスの質にかかわるものから、「預けた衣類が紛失した」「預けた衣類と違うものを返された」などさまざまです。クリーニングは消費者の目の前で行われたいサービスであり、トラブルが起きても原因の特定が難しく、解決が困難なケースも多くあります。¹

クリーニングに関する相談は昨年度でも 6,000 件を超えています。店舗数は減少傾向²で、相談件数も減少傾向にあります。そんな中で、インターネットで申し込む形態でのクリーニングの相談が増加しています。中でも消費者と事業者との間の衣類の受け渡しを宅配業者を利用して行うといったいわゆる宅配クリーニング³と呼ばれるタイプ(以下、ネット宅配型)の相談が目立っており、消費者トラブルメール箱⁴にも情報が寄せられています。このタイプは店舗を構えるクリーニング(以下、店舗型)とは違い、消費者と事業者が直接対面しない形態であることが原因と考えられるトラブルが生じています。

そこで、トラブルの防止の観点から苦情事例の傾向などをまとめ消費者に情報提供することとしました。

なお、厚生労働省ではこのような相談について、2014 年 7 月、各地方自治体の関係部署に消費者保護の観点からの通知を出しています。⁵

¹ 国民生活センターではクリーニングに関してトラブルの未然防止の観点から「クリーニングサービスのトラブル防止のために」(2006 年 8 月 4 日公表)を情報提供した。http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20060804_2.html

² 全国クリーニング生活衛生同業組合連合会によると、一般クリーニング所、および取次店数は減少している。一方、店舗を持たない無店舗取次店は統計を取り始めた平成 17 年度より増加傾向にある。<http://www.zenkuren.or.jp/index.php?itemid=28>

³ 東京都クリーニング生活衛生同業組合では「電話一本で品物を取りに来てくれたり、インターネットから注文をすると専用バッグが届き、バッグに品物を詰めて宅配業者に取りに来てもらうサービス」と定義している。

http://www.tokyo929.or.jp/column/washing_cleaning/post_76.php

また、様々な形態については次が詳しい。「色々あるクリーニングの頼み方を知る」

http://www.tokyo929.or.jp/column/washing_cleaning/post_50.php

⁴ 消費者被害の実態を速やかに把握し、同様な消費者被害の発生防止に役立てるため、インターネットを利用した情報収集コーナーで 2002 年 4 月より情報収集を行っている。http://www.kokusen.go.jp/t_box/t_box.html

⁵ 2014 年 7 月には厚生労働省が各地方自治体の衛生主管部局に対し、インターネットなどを利用するクリーニングで事業者と連絡が取れなくなるケースやトラブルになった際の対応が不十分なケースがみられるなどといったことから消費者に契約内容を十分確認することなどの注意喚起をするよう通知が出されている。

1. PIO-NET⁶における相談件数の推移

クリーニングに関する相談件数は年々減少しています(図1)。一方、クリーニングのうち、インターネット通販⁷に関する相談は2009年度17件だったのに比べ2014年度は156件と9倍以上に増加しており、特に今年度は既に前年度の3倍近くとなっています(図2)。

図1. クリーニング全体の相談件数

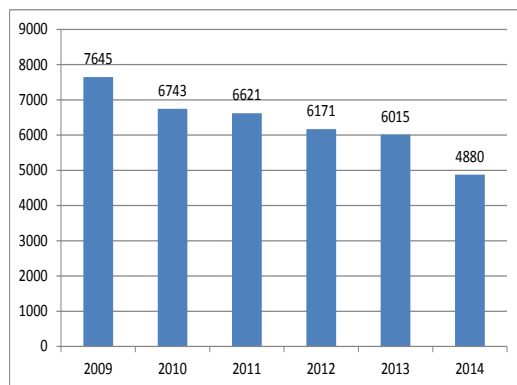
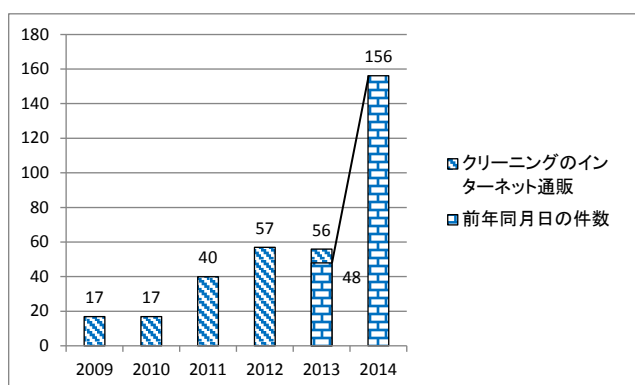


図2. クリーニングのインターネット通販に関する相談件数



2015年1月31日までの登録分

2. 主な相談事例

【事例1】受取体制がきちんとされていないため紛失し、対応が悪い

以前インターネットで見つけて利用したことがある宅配の保管サービス付クリーニング業者に、7カ月前、冬用衣類(コート、ニット、ズボン、手袋等)をまとめてクリーニングとその後の長期保管を依頼し、クレジットカード決済で支払った。引っ越したので送付先の変更を連絡したところ、事業者から「そもそも衣類を宅配業者から受け取っていない」と言われた。その後、事業者が調べたところ、事業者自身が紛失したようだ。探すと言っているが、なかなか連絡も来ず、対応が悪い。どうしたら良いか。

(2014年12月受付 30歳代 女性 家事従事者 静岡県)

【事例2】送った衣類の種類を一方向的に判断し、キャンセルを申し出ても応じない

インターネットでクリーニングをクレジットカード決済で申し込み、衣類を宅配便で送付した。事業者より検品内容のメールが来たので見たところ、こちらはワンピースを依頼したつもりだったが事業者側はパーティードレスであると判断し、ワンピースのクリーニング代の5倍以上の金額を提示してきた。

納得できなかったため、クリーニングをキャンセルする旨のメールを送り、念のため電話でも、双方の判断が食い違っていることとキャンセルをしたい旨を伝えしたが、「会社側の検品の仕方はホームページに書いてある。あなたの申し出は一切受け付けられない。キャンセルが一切できないことも記載している」との回答だった。事業者側の一方的な検品により判断され、キャンセルできないのはどうかと思ったが、衣類は事業者の手元にあったため、受け入れざるを得ない状況となった。衣類の返却を求めても一切応じず、契約内容の解釈に食い違いがあっても勝手にクレジットカード請求をされ引き落としされるのは納得できない。

(消費者トラブルメール箱 2014年11月 40歳代 女性 自営・自由業 東京都)

⁶ PIO-NET (パイオネット: 全国消費生活情報ネットワーク・システム) とは、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する情報を蓄積しているデータベースのこと。

⁷ ここでは通信販売のうちのインターネット通販を集計している。「インターネット通販に関する相談」には「インターネットを見て申し込んだ」等も含まれている。

【事例3】連絡もなく納期が遅れたうえ、届いた衣類には汚れが残っている

インターネットの通販モール内のクリーニング業者に夫のダウンジャケットも一緒に専用の袋にまとめてクリーニングを依頼した。2、3週間で返却と言われたが送られてこなかったため連絡したところ「混雑しており、半年はかかる」と言われた。早急に対応するように伝えたところクリーニングされて戻ってきたが、ダウンジャケットの袖口の汚れが落ちていなかった。苦情を言ったが、クリーニングには問題ないと言って何も対応しない。近所のクリーニング店で確認したところ、皮脂汚れなので簡単に落とせるが、再洗すると強い溶剤が使われる可能性があるため避けた方が良いと言われた。返金してほしい。

(2014年6月受付 年代不明 女性 自営・自由業 兵庫県)

【事例4】クリーニング事故について独自の賠償がなされる

クリーニング業者のホームページから、ブランド品の紳士コートとスーツ6着、ジャケット1着のクリーニングを申し込んだところ、専用の袋が届き、宅配便で業者に送付した。業者からはメールで「検品完了の結果、特に問題はない」と記載されていた。その後、業者から「コートの絵表示がドライクリーニング不可とあったのにドライクリーニングをしてしまった。裏地のパイピングテープが剥がれたり、裏地の色が浸出して表地へ色移りなどが発生した。規約により補償上限は1万円である」と言われた。このような一方的な基準に基づく補償額に納得できない。

(2014年10月受付 30歳代 男性 給与生活者 東京都)

【事例5】紛失事故で問い合わせても電話が通じず、ネットで問い合わせても連絡が来ない

インターネットでクリーニング業者にクレジットカード決済で衣類を出したところ、カーディガンとベルトを紛失された。決済がクレジットカードのため、クリーニングに衣類を出してしまうと支払処理されてしまう。そのため、電話をしたが、メールで問い合わせるよるとの録音テープが流れるためネットから問い合わせをしているものの返事が来ない。

(2013年12月受付 50歳代 女性 給与生活者 東京都)

3. 相談内容からみる問題点について

クリーニングを利用する際は、消費者とクリーニング業者が直接対面し、衣類の点数や衣類の状態など相互に確認をすることで避けられるトラブルも多いと考えられます。⁸

しかし、ネット宅配型クリーニングは、宅配業者を介在させる非対面式であることから、従来の店舗型クリーニングトラブルとは異なった問題が生じています。

(1) 確認が不十分

店舗型では、消費者とクリーニング業者の衣類の受け渡しと同時に行われますが、ネット宅配型クリーニングでは、事業者の確認体制が不十分なことにより、紛失のトラブルが起きています(事例1)。他にも「まとめてクリーニングを依頼したところ、一部が戻ってこない」といった相談も寄せられています。

紛失以外では「依頼した衣類のうち半分の枚数しかクリーニングしていない」といったものも寄せられています。

⁸ クリーニング業法第3条の2(利用者に対する説明義務等)第1項 業者は、洗濯物の受取及び引渡しをしようとするときは、あらかじめ、利用者に対し、洗濯物の処理方法等について説明するよう努めなければならない、第2項 業者は、洗濯物の受取及び引渡しをするに際しては、厚生労働省令で定めるところにより、利用者に対し、苦情の申出先を明示しなければならない、等となっている。 <http://law.e-gov.go.jp/htmldata/S25/S25H0207.html>

また、「専用の袋に衣類を詰めて宅配便で送ったところ破損し、衣類が紛失した」「クリーニング後の衣類の梱包こんぼうがしっかりしていなかったため、宅配業者が衣類をぬらしてしまった」など配送のトラブルも生じています。

(2) 非対面で交渉が困難

衣類の種類にかかわらず「〇〇点で〇〇〇円」「1袋で〇〇〇円」という価格設定を行ったりしている一方で、衣類の検品の際に一方的に種類、価格などを設定されてしまい、しかも解約困難といった相談が寄せられています(事例2)。店舗であれば消費者はその場で依頼をやめるといった選択肢もありますがネット宅配型ではクリーニング業者に届いてからであるためトラブルになっています。

また、クリーニング後でもまだ汚れが残っている場合、店舗であれば消費者が出向いて、実物を見せて交渉することができますが、ネット宅配型クリーニングでは事業者が遠隔地のケースも多く、直接出向いて消費者が交渉することが難しくなっています(事例3)。

(3) その他

衣類のき損や紛失と言ったクリーニング事故において、事業者独自の賠償基準による対応のためトラブルになっているものが目立ちます(事例4)。⁹

それ以外にも事業者に連絡しようとしたところ「メールで問い合わせしてほしい」(事例5)や「その後連絡が取れなくなった」などといった相談も寄せられており、事業者の苦情対応に問題がある事例が見受けられます。

4. 消費者へのアドバイス

店舗型クリーニングでは、トラブルを避けるためには、クリーニングに出すとき、受け取るときには衣類を事業者と消費者双方でチェックすることが重要です。また、時間が経つと原因の特定が難しくなるのでなるべく早く引き取りに行くこと、戻ってきた衣類は袋・カバーを外して収納し、石油臭があるときは着用しないなどといったことなどが注意点¹⁰としてありますが、ネット宅配型クリーニングを利用する場合、さらに以下の点に注意しましょう。

(1) 店舗型クリーニングとは違う部分があることを認識したうえで利用するかどうか決める

ネット宅配型クリーニングは消費者と事業者が直接対面で確認を行わない非対面式の形態であるがゆえに起こるトラブルが目立っています。また宅配業者が介在することによる衣類の紛失、き損のトラブルも寄せられています。店舗型クリーニングとどのような違いがあるかを事前によく調べたうえで利用するかどうか検討しましょう。

⁹ Sマークのお店やLDマークのクリーニング店では、預かった品物に損傷を与えた場合、クリーニング事故賠償基準をもとに適正に対処するようになっている。Sマークは、厚生労働大臣が認可した「標準営業約款」の3つの基準「Standard(標準)」「Safety(安全)」「Sanitation(衛生)」の頭文字をとったもので、47都道府県の(公財)生活衛生営業指導センターに登録し、営業している。LDマークは、「Laundry(ランドリー)」と「Drycleaning(ドライクリーニング)」の頭文字をとったもので、全国クリーニング生活衛生同業組合連合会の会員である47都道府県クリーニング生活衛生同業組合に加盟しているクリーニング店に表示されるマーク。全国クリーニング生活衛生同業組合連合会のホームページでマークが掲載されている。<http://www.zenkuren.or.jp/user.php?itemid=8>

¹⁰ 国民生活センター「クリーニングサービスのトラブル防止のために」(2006年8月4日公表) 10ページ「5. 消費者へのアドバイス」
http://www.kokusen.go.jp/pdf/n-20060804_2.pdf

(2) 利用する際には契約内容や事業者の連絡先、賠償基準の内容などを十分確認する

ネット宅配型クリーニングを利用する際には、事業者がどのようなサービスを提供しているのか、困ったときの連絡先はどこか、などを確認しておくことが大切です。ウェブサイト上で確認するだけでなく、疑問点については事前に事業者にお問い合わせするなどして、利用に際しては事前に十分確認しましょう。

また衣類の紛失やき損といった場合の賠償基準などについても、確認しておきましょう。

(3) クリーニング方法やしみ抜き箇所など、詳細を整理し、できる限り事業者と情報共有しておく

ネット宅配型クリーニングでは直接対面での確認がありませんので、預けようとする衣類はリストを作る、シミや汚れが気になる場合は写真を撮って事業者に伝えるとともに自分でもその内容を控えておくなど、できるだけ事業者と情報を共有しておきましょう。

5. 情報提供先

消費者庁 消費者政策課

内閣府 消費者委員会事務局

厚生労働省 健康局 生活衛生課

全国クリーニング生活衛生同業組合連合会

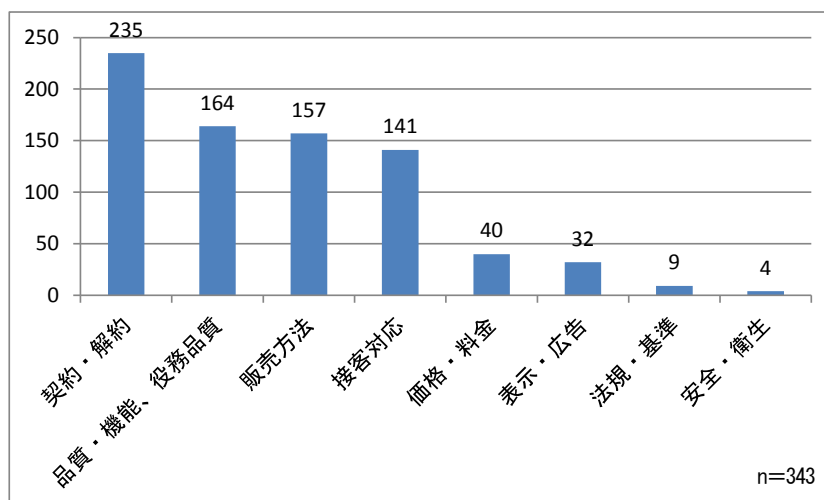
全国クリーニング協議会

<参考> PIO-NET にみるクリーニングのインターネット通販の相談の傾向(2009～2014 年度受付、2015年1月31日までの登録分)

(1) 主な相談内容

「契約・解約」が235件と最も多く、次いで「品質・機能、役務品質」164件、「販売方法」157件、「接客対応」141件といった順になっている。(図3。主な相談内容はマルチカウント)。

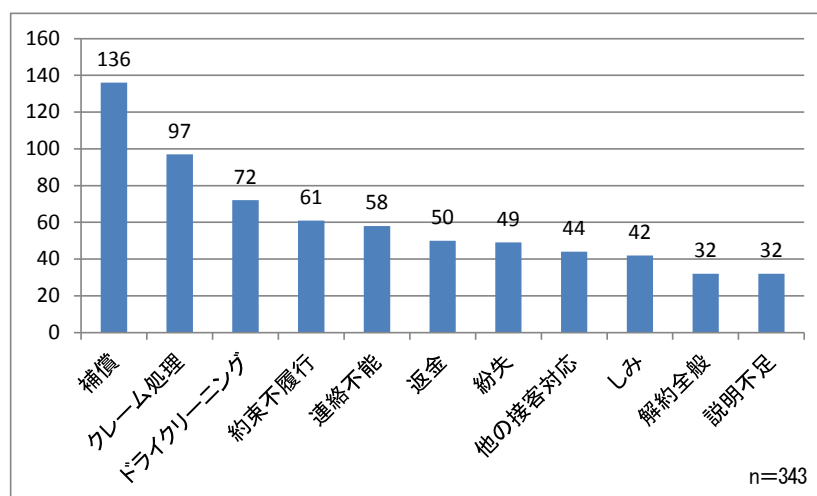
図3. 主な相談内容



(2) 主な相談内容の詳細

主な相談内容のうち目立ったものをみると「補償」136件、「クレーム処理」97件、「ドライクリーニング」72件、「約束不履行」61件、「連絡不能」58件が多い(図4。主な相談内容の詳細はマルチカウント)。

図4. 主な相談内容の詳細



(3) 契約者性別、年代別、職業別（不明、無回答、団体等を除く）

契約者性別では、ともに女性が圧倒的に多く、インターネット通販がより女性の比率が高い。（図5、図6）

図5. クリーニング全体の契約者性別

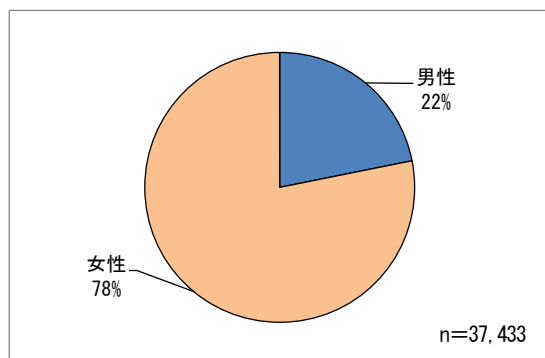
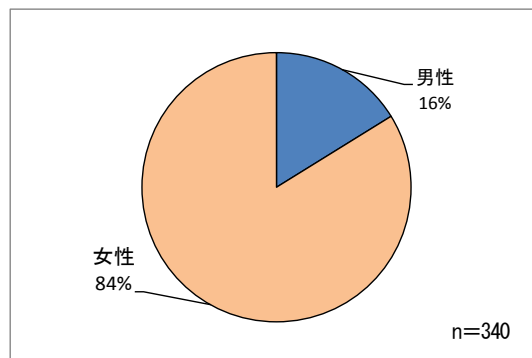


図6. うちインターネット通販の契約者性別



契約者年代別では、インターネット通販では30歳代、40歳代の割合がクリーニング全体より高い。（図7、図8）

図7. クリーニング全体の契約者年代別

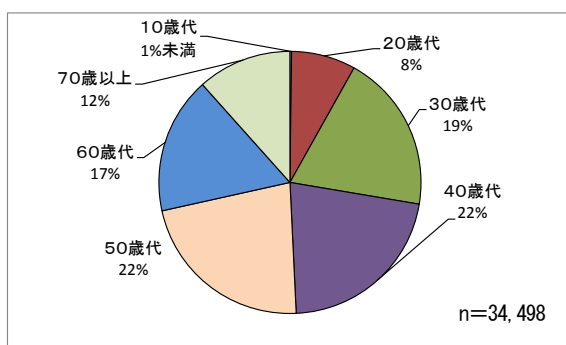
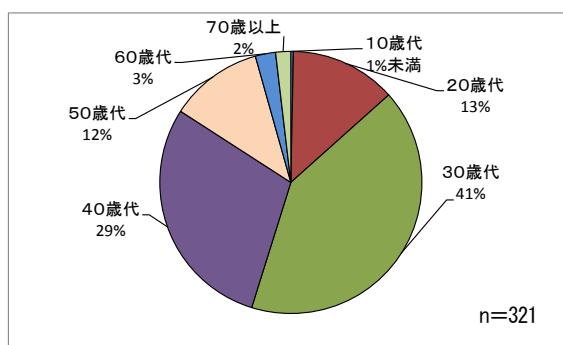


図8. うちインターネット通販の契約者年代別



職業別では、インターネット通販では給与生活者の比率が高く、家事従事者の比率が低い。（図9、図10）

図9. クリーニング全体の契約者職業別

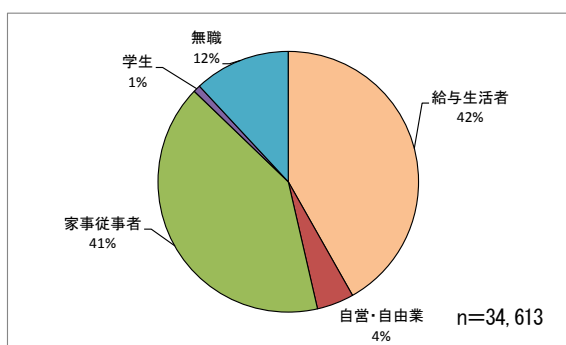


図10. うちインターネット通販の契約者職業別

