

平成 27 年 3 月 26 日
独立行政法人国民生活センター

通信販売における宅配便トラブルを減らすために
- 運送事業者・通販事業者・消費者、それぞれが取り組めること -

インターネットや電話等を介した通信販売(以下、「通販」)の継続的な成長¹⁾に合わせるように、購入商品を運送するための宅配便も、その規模は拡大²⁾の一途をたどっています。

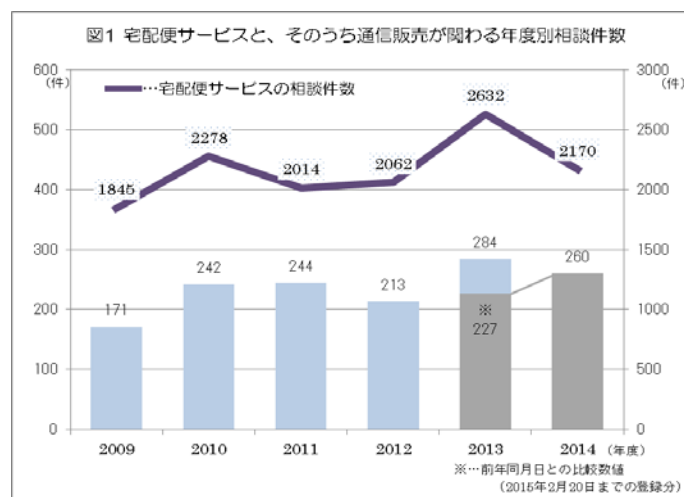
一般的に、通販で消費者が購入した商品の運送には、主に運送事業者による宅配便やメール便が用いられています。しかし、遅延・破損・紛失等、およそ宅配便を利用する上で起きる様々なトラブルが「消費者トラブルメール箱³⁾」や各地の消費生活センターに寄せられています。

これらのトラブルは、単に運送事業者の責任によるものだけではなく、通販事業者や消費者の取り組みと併せることで改善できる事例も存在しています。

そこで、相談事例やトラブルメール箱へ寄せられた情報を基に、運送事業・通販事業の両事業者団体へのヒアリングをふまえ、消費者トラブルを減らすため、消費者へのアドバイスと、事業者団体への要望を行います。

1. 相談件数の推移

PIO-NET⁴⁾に寄せられた「宅配便サービス」が関係する相談件数および、その中で通信販売が関連した相談件数⁵⁾は、図1のとおりです。



¹⁾ 平成 25 年度 我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備(電子商取引に関する市場調査)(経済産業省 2014 年 8 月 26 日)・売上高調査(統計)(公益社団法人日本通信販売協会 <http://www.jadma.org/data/index.html>)

²⁾ 平成 25 年度 宅配便等取扱実績について (国土交通省 2014 年 7 月 17 日)

³⁾ 消費者被害の実態をリアルタイムで把握し、消費者被害の防止に役立つため、国民生活センターウェブサイト上に設置された情報収集システム(http://www.kokusen.go.jp/t_box/t_box.html)を指します(以下、「トラブルメール箱」)。

⁴⁾ PIO-NET(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ネットワークで結び、消費者から消費生活センター等に寄せられる消費生活に関する苦情相談情報(消費生活相談情報)の収集を行っているシステムを指します。

⁵⁾ PIO-NETに寄せられた「宅配便サービス」が関係する相談の中から、本件公表のために特別に抽出・集計を行いました。

2. 主な相談事例等

宅配便サービスが関係する相談には様々な形があります。苦情の原因を見てみると、消費者・通販事業者・運送事業者それぞれに起因する事例が見当たります。

【事例1】 指定時間帯に届かないクリスマスプレゼント

インターネットのショッピングモールで、クリスマスプレゼント用に子供向けキャリーバッグを購入し、サプライズにしたかったので配達を日時指定にした。ショップ側にも日時指定を確認していたが、念のため運送事業者を確認したところ「日時指定になっていない。夕方に配達予定」と言われた。

子供が帰宅したら意味がないので、運送事業者の営業所まで行って引き取ったところ、箱には指定日時が明記されていた。なぜこのようなことが起きるのか、調べようとしてもしない。

(2014年12月受付 30歳代女性 給与生活者 神奈川県)

【事例2】 メール便で紛失した自転車パーツ

ネット通販で自転車パーツを注文したところ、運送時のトラブルで商品が紛失してしまった。通販事業者のホームページ上には「メール便を利用し商品が紛失した場合、代金は補償されない」の旨、注意書きはあった。今まで配達でトラブルはなく、送料の安さからメール便を選択した。通販事業者が発送したのは確認できており、補償されないのは納得いかない。

(2014年9月受付 40歳代男性 給与生活者 東京都)

【事例3】 発送プランが適切に反映されない書籍

複数の書籍を予約注文した。その通販事業者は、一定期間に入荷した分をまとめて発送するパターンと、入荷の都度発送するパターンが選択できるようになっている。

私は一定期間に入荷した分をまとめて発送するパターンを選択していたが、何の連絡もなく入荷の都度発送されることがある。代引決済にしていたので、送料と代引手数料を余計に負担することになった。苦情を入れても改善されている様子がない。

(トラブルメール箱 2015年1月受信 30歳代女性 自営・自由業 長野県)

このほか、集合住宅で普及し続けている宅配ボックスについては、商品への配慮ではあるものの「通販会社の意向で、運送会社が利用しなかったため受取が遅れた。販売サイト上には『宅配ボックスを利用しない』などの注意事項はなかった」という事例や、「配達が遅れていると思ったら、知らぬ間にメーカーボックスに放置されていた」などの事例も寄せられています。

3. 相談事例等からみる問題点

(1) 購入に関わる問題点

① 運送手段に関する情報が消費者に浸透していない

いわゆる「メール便」については、同サイズの宅配便に比して低価格で発送できることから、軽量・小容量の商品購入時に選択できる、あるいは事業者によって配送方法として使用しているケースも見られます。しかし、メール便は、そもそもカタログやチラシなど「信書でないもの、替えが効くもの」の送付を念頭としており、内容品に関する補償がないことや、到着日が確約されていな

い等の条件が、消費者に浸透していないと思われる事例が見られます。そのため「記録上は配達済みとなっているが、実際には受け取れていない」等の事故が起きた場合、消費者の不満が高まって、苦情に至る事例が見られます。

②購入者(消費者)は運送契約の当事者ではない

宅配便の約款では、運送時の破損等に基づく補償を求める場合、原則的に荷送り人(この場合、通販事業者)が運送事業者に求める立場となります。

消費者は、運送方法(宅配便またはメール便)や運送事業者、配達期日等について、通販事業者が用意した範囲で指定することは可能ですが、運送事業者と契約してはならず、直接的には補償等を求められる関係にはありません。

消費者から見れば、商品代金と送料を支払っている(負担している)ものの、この認識が浸透していないことが、トラブル発生時の事実確認や代替品送付など、問題解決に至る手間や時間も含めて、苦情につながるケースも見られます。

(2)運送に関わる問題点

①不適切な荷扱いに関するものが目立つ

運送事業者においては、トラック以外にも鉄道・船舶・空路等、輸送モードの多様化、集配設備の整備、ITを活用した運送の効率化、冷蔵・冷凍車の増強整備などを続けています。一方、消費者に荷物が手渡される段階の遅延・未着・紛失・破損に関する苦情も、配達先の環境や状況が各戸により千差万別とはいえ、多く見られます。

②配達日時に関する消費者のシビアな期待

運送スピードの向上もさることながら、消費者も配達状況を調べられるようになったことが、ライフスタイルの変化と相まって、配達日時に大きな期待を寄せるようになった背景と言えます。

配達日時の指定も、消費者にとって「今や当たり前」という意識になってきた一方、宅配便モデル約款⁶においては「道路状況等により配達予定日の翌日までは、遅延の責を負わない」とされており、多くの宅配便事業者の約款でもおおむね同様となっています。

その反面、配達日時の指定が特にならない場合、消費者の不在などにより、運送事業者としても、度重なる持ち戻りが起きることは、結果的にお互いのメリットにならない状況であると言えます。

(3)通販事業者・運送事業者における過度な配達スピードへの対応

最近では、注文後の即日発送どころか、地域によっては即日配達をセールスポイントとする通販事業者も存在しています。

商品の内容にもよりますが、通販事業者において在庫管理が適切に行われることで、欠品等による遅延を防げたり、配達日が指定されているケースについても、相応に早期の出荷が図られるなどで時間的余裕が確保されることとなります。これにより、運送事業者の配達先直近の営業所に早めに届くことが可能になり、通販事業者にも運送事業者にもメリットがあり、遅延をある程度は防げるのではないかと見られます。

⁶ 標準宅配便運送約款(国土交通省告示第170号) (<http://www.mlit.go.jp/common/000021073.pdf>)

4. 消費者へのアドバイス

運送時のトラブルを少しでも減らすため、消費者として取れる備えについて、次のとおりアドバイスを紹介します。

- (1) 購入契約(注文)時に運送方法を選択する場合は、送料や配達時の確実性など、運送方法ごとの特徴や条件をふまえて検討した上で、確実な受取方法が選択できる通販事業者の利用を考えましょう。
- (2) 購入契約に際しては、補償規程やその適用条件、トラブルに気付いた時の申出先について、代金の支払い前に確認しておきましょう。
- (3) 宛先は、地番や部屋番号など、細かい場所まで確実に入力し、送信前は必ず確認しましょう。マンション等で宅配ボックスを利用する場合、注文前に宅配ボックスの利用可否など、細かい条件について利用規程を確認し、注文時に通販事業者はそのことを伝え、確実な受取ができるような工夫も考えましょう。
- (4) 配達日に転居や長期不在が重なったり、定期的な配達物がある場合は、配達日や時間帯の希望を通販事業者伝えておいたり、確実に受け取れる宛先を指定するようにしましょう。
- (5) 品物の運送は、多くの段階を経て届けられるため、交通渋滞など、途中でのトラブルが生じることもあります。配達日や時間帯の指定を行う場合、日程に余裕を見込んだ注文となるよう心がけましょう。
- (6) 荷物の受取時、その場でまず外装等の確認を行いましょう。外箱の破損等が見られた場合、運送事業者に運送状況について確認をしておきましょう。
- (7) 荷物の受取後は、速やかに内容品(商品)を確認し、破損や不足等が見られた場合、すぐに通販事業者へ申し出て、対応を求めるようにしましょう。
- (8) トラブルが起きた場合は、最寄りの消費生活センターに相談しましょう。

5. 業界への要望

配達時のトラブルを防ぐため、通販業界・運送業界それぞれにおける対策の充実について、次のとおり要望します。

(通販業界) 公益社団法人 日本通信販売協会(JADMA)

- (1) 運送方法については、費用・簡便性・信頼性の観点から、消費者が複数の手段から選択できるような態勢の構築と、さらなる充実を求めます。
- (2) 宅配ボックスやコンビニ・営業所留め等、消費者側の受取条件や設備・手段の多様化に対応できるよう、今後も継続的な態勢整備を求めます。
- (3) 配達日や時間帯を指定できる運送については、
 - ①適切な在庫管理と、連動した表示
 - ②無理のない範囲で配達希望日や時間帯が選択できるような整備など、通販事業者が行える範囲において、配達遅延のリスクを低減させる取り組みを求めます。
- (4) 運送時の荷物破損等による対応について、消費者からの申出がスムーズに行えるよう、表示や案内について、さらなる改善と充実を求めます。

(運送業界) 公益社団法人 全日本トラック協会

- (1) 荷物の破損や遅延・不着等について、さらに低減するよう取り組みを求めます。
- (2) 配達日時が指定された運送について、消費者の期待にさらに応えられるよう求めます。

6. 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

経済産業省商務流通保安グループ商取引・消費経済政策課消費経済企画室

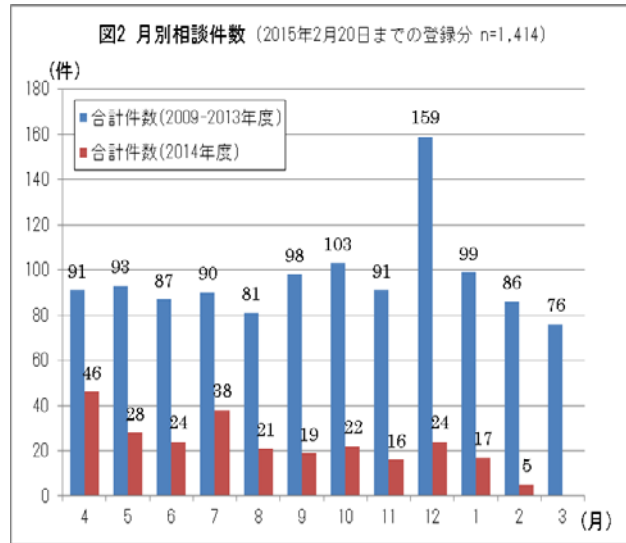
国土交通省自動車局貨物課

通信販売における宅配便トラブルに関するPIO-NET集計について

①月別相談件数

お歳暮やクリスマス需要が影響すると思われる12月が最も多く、年度末を除き、それ以外はおおむね同程度です。

2014年度は、増税の影響で前年度3月に購入した商品類の運送需要が急増したためか、4月が現時点で年度内の最高値となっています。

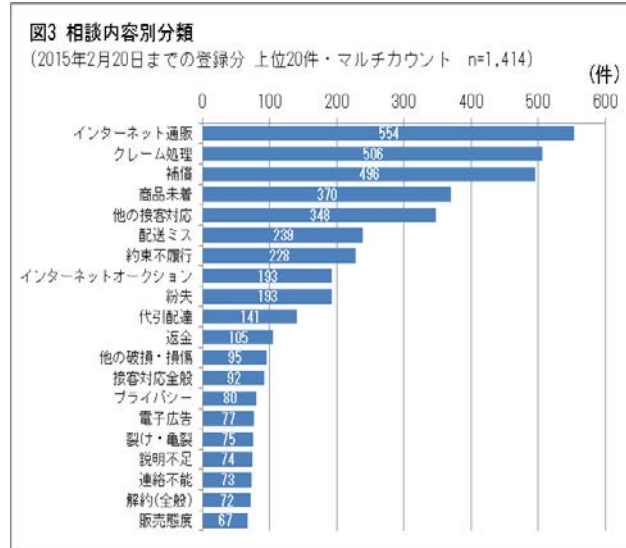


②主な相談内容

消費者に直接的に商品を配達するのが運送事業者であることから、多い順に

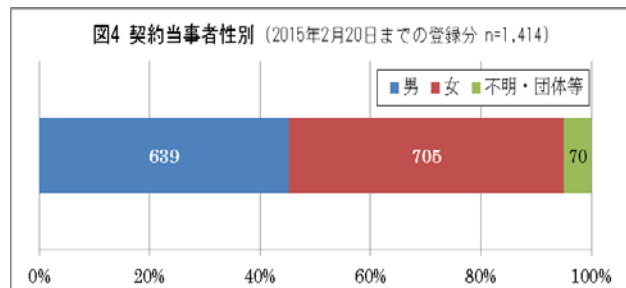
- ・クレーム処理
- ・補償
- ・商品未着
- ・他の接客対応
- ・配送ミス
- ・紛失

等となっていました。

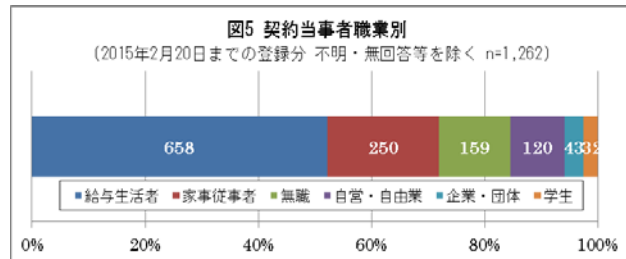


③契約当事者の属性

性別(図4)については、女性の方がやや多くなっています。これについては、PIO-NETにおける消費生活相談全般の傾向と変わりません。



職業別内訳(図5)では給与生活者が最も多く、全体の半数近くとなりました。次いで家事従事者、無職、自営・自由業と続きました。



年代別内訳では、30歳代・40歳代が同数で並び、次いで50歳代、20歳代と続きました。特に30～40歳代において全体のおよそ半分を占めています。

