

特集
2

「掃除サービス」に関する 最近の消費者トラブル

国民生活センター相談情報部



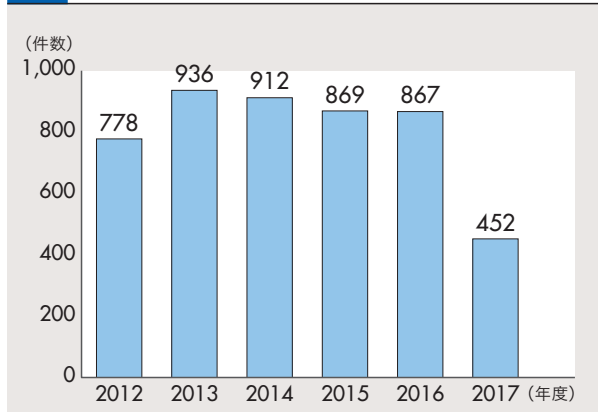
社会の高齢化、単身世帯の増加や女性の社会進出が進むなか、炊事や掃除、洗濯等の家事を代行して支援するサービスが提供されるようになってきました。一方、全国の消費生活センター等には、キッチンや浴室等の清掃、エアコンのクリーニング等、いわゆる「掃除サービス」に関する相談*1が寄せられています。そこで、本稿ではこれら掃除サービスについて、最近の状況を報告します。

相談件数



掃除サービスに関する相談は、毎年度800～900件程度で推移しており、横ばい傾向です(図1)。2012年度以降の累積相談件数は4,814件で、エアコンや換気扇のクリーニングに関するトラブルの相談が多く寄せられています。

図1 掃除サービスに関する相談件数



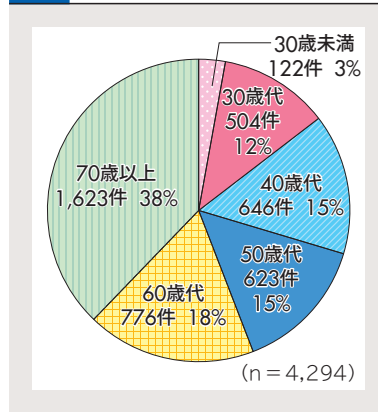
契約当事者の属性



掃除サービスにおける契約当事者の属性を分析すると、性別では男性が1,110件で全体の24%であるのに対し、女性が3,519件で76%を占め、契約当事者の4分の3は女性となっています。これは家事担当の主体が女性であることが影響していると思われます。

年代別では、最も多いのが70歳以上の1,623件で全体の38%を占め、次いで多い60歳代が776件の18%で、60歳以上の高齢者が56%を占めています。また、30歳代(504件、12%)、40歳代(646件、15%)、50歳代(623件、15%)でも一定数の相談が寄せられています(図2)。自分で動くことが難しくなってきた高齢者の利用が多いものの、共働き世帯や単身世帯等、幅広い年代で掃除サービスが利用されて

図2 契約当事者の年代



いることを示しています。60歳以上の年代の割合が高いのは、前述の理由のほか、後述する【事例3】のように、特別な低価格サービスの提供をきっかけに高額な契約を勧誘する事業者が、高齢者をねらっ

*1 「掃除サービス」とは、事業者が家庭に向いて、有料で掃除を行うサービスを指す。本稿におけるデータ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、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベースである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)に登録された相談件数である(2017年9月30日までの登録分)。消費生活センター等からの経由相談は含まれていない。データは2012年度以降の分析。割合は不明、無回答等を除く。

ていることも挙げられます。

契約当事者の職業では、家事従事者が1,621件で37%、無職1,522件の35%と合わせると7割を超えています。一方、給与生活者も23%を占め、働いている人も掃除サービスを利用している状況が分かります。

相談内容



寄せられた相談の契約形態をみると、訪問販売(1,549件、37%)が最も多く、店舗契約(957件、23%)、電話勧誘での契約(921件、22%)が続きます(図3)。

また、トラブルの内容としては、販売方法や品質、価格や料金に関するトラブルが多くみられます。

相談事例



事例1 インターネットの広告を見て、自動清掃機能付きのエアコン2台のクリーニングを合計約3万円で依頼した。作業後、冷風が出なくなったエアコンがあったため、クリーニング業者に連絡したところ「掃除直後には冷風は出ていた。その後に故障したのではないか」と言われた。保証期間内であったためメーカーに修理を依頼したところ「温度センサーが水で濡れているが、このような掃除は故障の原因となる。温度センサーは保証対象なので、今回は無償交換する。内部には黒いカビが付いており、掃除は終わっていないようだ。掃除をやり直してもらってはどうか」と言われた。やり直しを求めたい。(40歳代 女性)

事例2 換気扇のクリーニングを依頼したところレンジフードの塗装が剥げてしまった。築13年程経過している戸建て住宅であるが、作業前に塗装が剥げることがある

との説明は受けていない。業者に苦情を言ったところ補修をしてくれたが、色が異なるため補修の痕跡がはっきり分かる。納得できない。(30歳代 女性)

事例3 突然自宅に電話があり、「宣伝のために通常の20%の料金でエアコンの掃除をするので依頼しないか」と勧誘され、3,000円で契約した。業者が来訪し、エアコンの掃除をした後、「水回りに汚れが付きにくいようにコーティングをしないか」と勧められた。浴室とトイレの洗浄とコーティングの契約で、支払いは36回のクレジット分割払いにして、手数料込みで総額35万円程になった。落ち着いてよく考えると高額である。キャンセルしたいが、クーリング・オフはできるだろうか。

(60歳代 女性)

消費者へのアドバイス

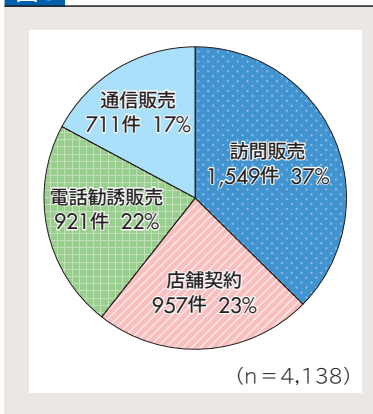


(1) 複数社から見積もりを取り、納得したうえでサービスを依頼しましょう

自分が望むサービスを明確にしたうえで、どのようなサービスがあるのか、どのように利用できるのか、どの程度の効果もたらされるのかを事業者を確認しましょう。価格やサービス内容を比較するためにも、1社だけでなく数社を比較・検討することが重要です。

見積もりを依頼する際には、自分の希望と事業者の認識にずれが生じないように、コミュニケーションを図

図3 契約形態別



りましょう。見積もりは必ず書面で受け取り、自分の希望どおりか確認しましょう。

契約の際には、契約書をよく読み、業務内容、料金サービス対象範囲、クーリング・オフ等の解約方法、キャンセル料等について確認しておきましょう。

(2) 破損や紛失等があった場合の補償等について、事前に十分確認しておきましょう

サービス内容に不満が生じた場合や破損、紛失等が発生した場合に備え、あらかじめ、見積もりや契約の段階で、事業者のトラブル対処策や、その補償規定等について十分に確認を行う

ことが重要です。事業者が賠償責任保険に加入しているかどうか確認しましょう。

(3) 自宅で掃除サービスの契約を締結した場合、原則としてクーリング・オフができます

消費者が自宅で事業者と掃除サービスの契約を締結した場合は、特定商取引法の「訪問販売」に該当します。この場合、原則として事業者はクーリング・オフ等に関する事項を記載した契約書面等を交付する必要がある(同法第4条、第5条)、消費者は書面交付から8日間はクーリング・オフの申し出を行うことができます*2。

*2 本特集3「法的な視点からみる家事支援サービス」参照

図4 掃除サービスを利用するときの注意点

