

クリーニング[®]長期間放置品 解消対策マニュアル

平成30年7月

クリーニング[®]長期間放置品 解消対策マニュアル

平成30年7月

ごあいさつ

全国クリーニング生活衛生同業組合連合会 会長 小池 広昭

全ク連がクリーニング賠償問題協議会に諮問し、足掛け2年の議論を重ねた結果、今般、放置品を解消するための指針が定まりました。そしてここに、その水先案内人となる放置品解消マニュアルが完成しました。

放置品の解消は長年のクリーニング事業者の課題であり、悲願でありました。クリーニング事業者が果たさなければならぬ責務の履行に向けた従業員教育、契

約に関する書面や約款の整備など、事業者にとってはこれからが本当のスタートとなります。ぜひこのマニュアルでその方向性を確認し、実践することで、お客様と信頼関係を築きながら自店の放置品の解消を目指していただき、その輪が業界全体に広がればと思います。

最後になりますが、クリーニング事業者が安心して事業を進める体制構築のために困難な議論に

正面から向き合い、放置品に関して今後もバックアップをお願いする協議会の皆様、そして分科会を委員長として引っ張っていただき、議論が暗礁に乗り上げた時に「黙示の意思表示」の考え方を提示し突破口を開いてくださった牛嶋先生をはじめ、このマニュアル作成にご尽力いただいた分科会の皆様に心から敬意を表します。

クリーニング賠償問題協議会 会長 杉野 修平

クリーニング賠償問題協議会に対し、クリーニング長期間放置品の解消対策について検討依頼があり、当協議会は本年2月19日開催の会議において協議した結果を全国クリーニング生活衛生同業組合連合会に示しました。同連合会は、消費者庁等の関係

省庁と調整した結果、クリーニングの長期間放置品の解決対策については、当協議会において検討した結果に基づき、進めていくことになりました。

その後、全ク連では、平成30年5月29日開催の総会において長期間放置品に関する方針を発表

し、クリーニング事業者および消費者向けのマニュアルの作成に着手することになりました。

このマニュアルの完成には、牛嶋委員長以下分科会の委員のご助力をいただきましたことを御礼申し上げます。

クリーニング長期間放置品解消検討委員会分科会 委員長 牛嶋 勉

全ク連とクリーニング賠償問題協議会が中心となって繰り返し議論を行ってきた、クリーニング長期間放置品の対応に関するマニュアルがこの度まとまった。

ここに至るまでの道のりは決して平坦ではなかった。クリーニング業界を長い間苦しめてきた放置品は、一筋縄ではいかない大きなテーマへの挑戦であったように思う。何度も壁にぶつかりながら、議

論をまとめるに至った委員会および分科会のメンバーの皆様から敬意を表したい。

委員会および分科会で構築した枠組みは、「2本の柱」という過去と将来を切り分ける考え方の提示であり、将来放置品を出さないために契約による処分を可能にする方法を整備する一方で、過去からの(今すでにある)放置品には、「黙示の意思表示」というシ

ンプルで常識的な判断を適用することで処分の道を拓いたものである。

これらの枠組みの構築は、委員一人ひとりの知識と経験をフルに活用して融合させたものである。このマニュアルが放置品の解消に取り組む事業者の皆様にとって光明となり、クリーニング業界の経営基盤がより健全なものになることを願ってやまない。

Contents

クリーニング長期間放置品とは?	4
「長期間放置品」に関する実態アンケートの概要	
アンケート結果ダイジェスト(ニュースレターより)	
放置品引取り推進ポスター	
なぜ今なのか?	6
放置品解消に向けた事業者の心構えと備え	7
放置品解消に向けて必要なこと	
長期間放置品解消のための条件	8
長期間放置品解消に向けた2つの柱(方向性)	
将来に放置品を発生させないために	9
契約から処分までの枠組みとポイント	10
処分を可能にする契約のポイント	11
説明用下敷き ①②	12
お預り証のポイント	14
契約内容の周知を確実にする掲示	15
各ツールの店頭やレジまわりでの使用シーン	16
督促の手段と方法	17
過去からの(今すでにある)放置品の解消に向けて	18
過去からの放置品の処分/目安としての「5年」	19
5年以上経過した長期間放置品の処分における心構え	20
処分の方法について	21
まとめ(チェックリスト)	22
最後に～訴訟についての考え方	
クリーニング賠償問題協議会 名簿	23
クリーニング長期間放置品解消検討委員会分科会 名簿	24

クリーニング長期間放置品とは？

利用者(お客様)が、クリーニングの仕上り予定日から数ヶ月～1年程度以上(目安)引取りをしない品物のこと。

全ク連では平成29年8月にクリーニングの仕上り予定日を過ぎても長い間利用者が引き取りに来ない「長期間放置品」について、全国の支部長に向けてアンケートを実施しました。この実態アンケートの結果に基づくPRキャンペーンとして9月29日のクリーニングの日に合わせてニュースリリースを発信し、各メディア、マスコミに大きく取り上げられました。結果としてクリーニング事業者の負担について広く利用者(消費者)に周知、理解が深まり長期間放置品の解消に向けて大きく前進することになりました。

「長期間放置品」に関する実態アンケートの概要

- ◆ 調査対象者／回収方法：全国都道府県組合の支部長598名にアンケートを直送、全ク連への切手添付の返信用封筒にて回収
- ◆ 調査実施期間：平成29年8月10日(木)～28日(月)
- ◆ 回収サンプル数：437件(回答率73.1%)うち調査対象であるホームクリーニングは427件
- ◆ 回答者の属性とブロックごとの回収率
 - 北海道 9件／11支部(81.8%)
 - 東北 44件／54支部(81.5%)
 - 関東甲信越 88件／121支部(72.7%)
 - 東京 37件／41支部(90.2%)
 - 神 静 41件／48支部(85.4%)
 - 東海北陸 52件／80支部(65.0%)
 - 近 畿 71件／104支部(68.3%)
 - 中 国 33件／47支部(70.2%)
 - 四 国 17件／24支部(70.8%)
 - 九 州 45件／68支部(66.2%)

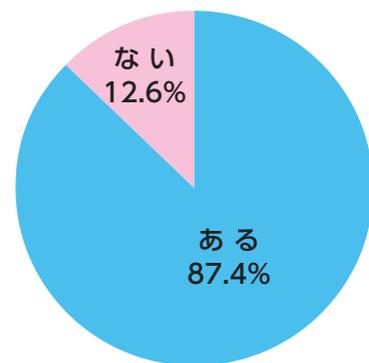
全国計
437件
／598支部
(73.1%)

アンケート結果ダイジェスト(ニュースレターより)

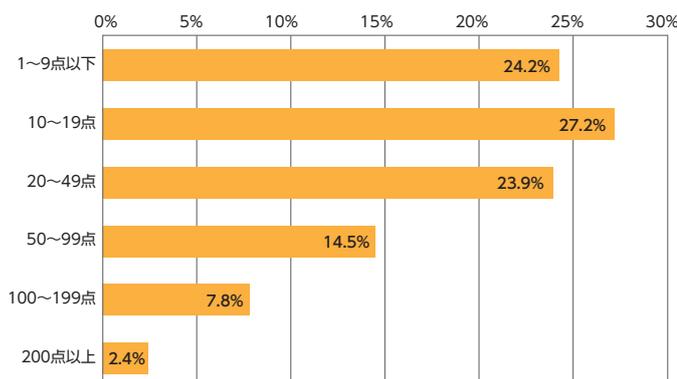
① 長期間放置品の実態

- 約9割のクリーニング店に長期間放置品がある
- 長期間放置品の数は「10～19点」が最多、しかし200点以上ある店も…
- 約7割の店で1年間に「1～9点程度」放置品が増加
- 一番古い放置品は「3～5年未満」が最多、中には「25年以上」のものも…
- 長期間放置品のトップは「ワイシャツ・ブラウス(約7割)」
- 長期間放置品になる2大原因
⇒「客と連絡が取れなくなった」、「客が忘れている」

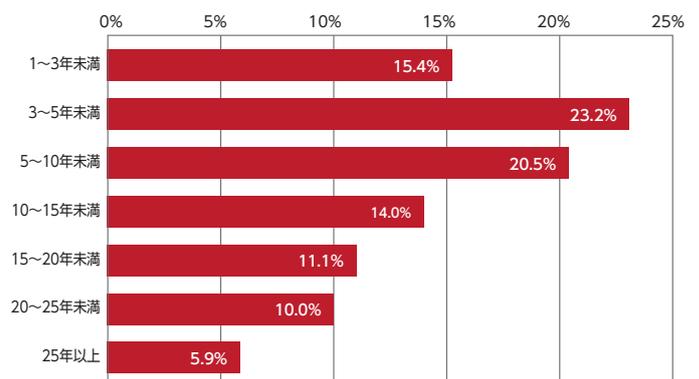
Q.長期間放置品はあるか?(単一回答、n=427)



Q.長期間放置品は何点くらいあるか?(単一回答、n=372)



Q.一番古いものでいつ頃のものがあるか?(単一回答、n=371)



② 長期間放置品への対処

- ・ 7割弱の店が「期限を区切らずに保管」
- ・ 期限を区切って処分している店では、5年以上過ぎると、過半数の店が品物を処分

③ 長期間品物を保管する苦勞

- ・ 負担は「保管スペースの確保」が断トツ!
- ・ 放置品を返却する際に、9割が保管料を請求したことがない

④ 長期間放置品の保管中のトラブル

- ・ 長期間預かった品物に発生したのは「変退色」と「しわ」

放置品引取り推進ポスター

PRキャンペーンにあわせ、全ク連では利用者に早期の引取りを促すポスター（A3判／両面印刷）を作成し、平成29年9月末までに全組合員に直送しました。NHKのニュース番組などでは、このポスターも全ク連の取組みとして紹介されました。

オレンジバージョン

引取りのお忘れに対する危機感をオレンジで表現。仕上り品には擬人的な表情を加え、一刻も早い引取りを利用者の情に訴えるポスター。「きれいに仕上がっているのに悲しい」という相反する感情を同時に表わすことで見た人に、ある種の違和感を感じてもらおう趣旨。

リバーシブル・両面印刷

店頭ガラス部分に掲示して頂くと一度に両面のコンセプトを効果的に表現できます

お客様の大切な衣類

**お忘れでは
ありませんか？**

クリーニングに預けたら必ずお引取りを



早く迎えに来てください

- 「仕上り予定日」を過ぎたお品物は、一日も早いお引取りをお願いいたします。
- ご来店時には、お預りの際に発行した「お預り証」も忘れずにお持ちください。

全国クリーニング生活衛生同業組合連合会

A3判・コンパクトサイズ

壁面だけでなく
カウンターのちょっとした
スペースに掲示できます



ブルーバージョン

清潔感あふれるポスターでお店の雰囲気壊すことなく掲示できます。仕上がったばかりのお預り品の「綺麗さ」を強調し、この綺麗な衣類を少しでも早く引き取ってほしいクリーニング事業者の気持ちを表現。

お客様の大切な衣類

**お忘れでは
ありませんか？**

クリーニングに預けたら必ずお引取りを



きれいに仕上げ
てお待ちしております

- 「仕上り予定日」を過ぎたお品物は、一日も早いお引取りをお願いいたします。
- ご来店時には、お預りの際に発行した「お預り証」も忘れずにお持ちください。

全国クリーニング生活衛生同業組合連合会

なぜ今なのか？

クリーニング事業者は長らく放置品に苦しめられてきました

今、長期間放置品を何とかしなければなりません

なぜ今なのか？

なぜ今①／実態調査の結果

➤ PRキャンペーンによる世論のうねりを逃したくない

➔ 長い間多くの放置品で困っている実態が明確化。

長期間放置品を持つ事業者が約9割。

最長だと25年以上、最多だと200点以上の事業者も存在する。

なぜ今②／押し寄せる高齢化および孤独化の波

➔ 利用者も事業者も高齢化、核家族化の先の孤独化を迎えつつある社会でむしろこれから放置品が増えていく可能性がある。

なぜ今③／個人情報保護に対する誤った考え方が蔓延 連絡先を教えていただけないことも

➔ クリーニングは、利用者の所有物である衣類をお預りするサービスであり、品物をお返すために、利用者が連絡先を正確に事業者に伝えていただくことが不可欠。

なぜ今④／古くて新しい問題 ➤ 社会の変化

➔ もともと“御用聞き”のビジネスモデルが店受けになり放置品発生
利用者のモラルが低下 ➤ 粗大ごみやクローゼット代わり
… 枚挙に暇がない。

放置品解消に向けた事業者の心構えと備え

長期間放置品の対策を講じるにあたり、自店に「あるもの」、「ないもの」を確認しておきましょう

クリーニング契約を締結していますか？
(クリーニング約款の有無)

お客様の連絡先等個人情報の把握・管理体制の整備はできていますか？
(会員制の導入やPOSレジ導入の有無)

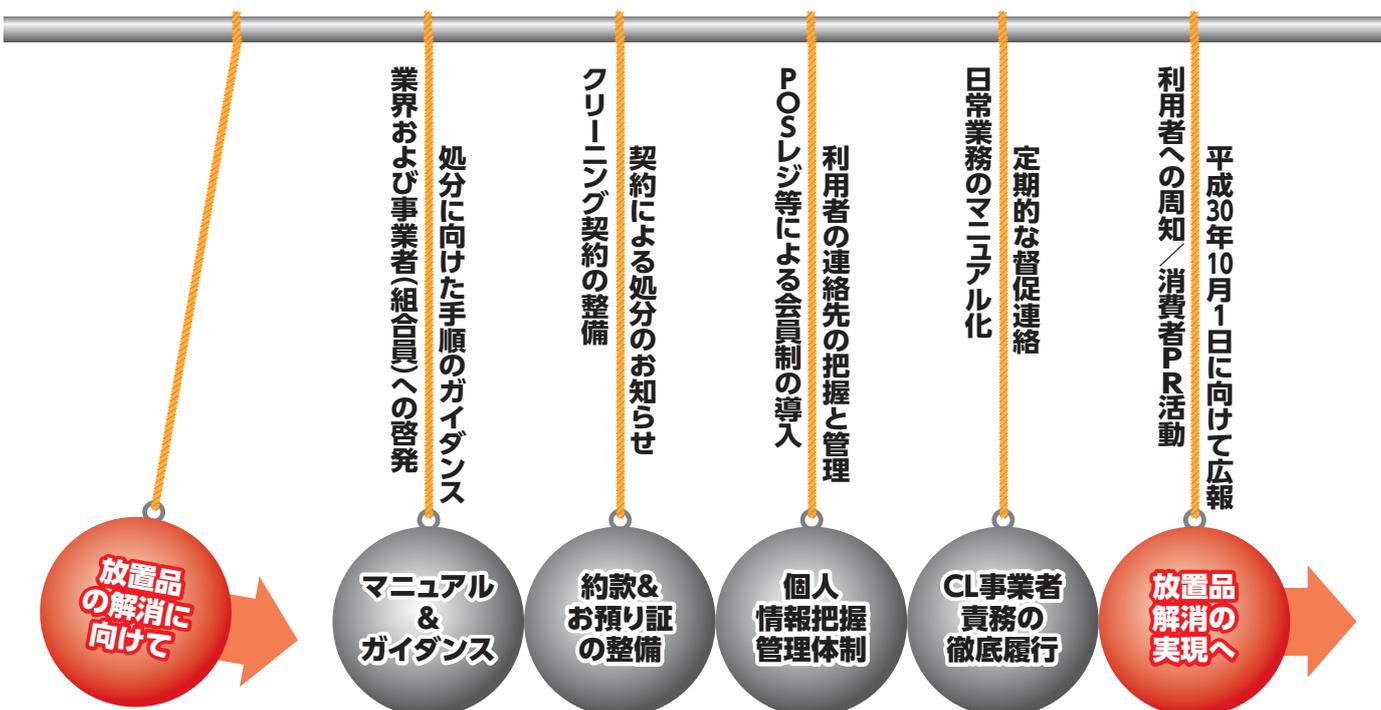
社内ルール／マニュアルはありますか？
(社員教育の機会の有無)

督促の連絡を実践していますか？
(督促期間のルール化の有無)

保管サービスを行っていますか？
(有料保管の有無)

自店に「あるもの」 … 本書を参考に修正や改訂に取り組みましょう
自店に「ないもの」 … 必ずしも必要なものばかりではありませんが、
本書を参考に整備を推進しましょう

放置品解消に向けて必要なこと



放置品解消に向けて、お店の基礎体力(基本ルールの整備)がモノを言う
— 果たすべき責務を果たしてはじめて、放置品の整理が可能になる —

長期間放置品解消のための条件

お客様が果たすべき条件

利用者が仕上がったクリーニング品をできるだけ早く引き取りに来ること



クリーニング事業者が果たすべき条件(責務)

これから本書で詳しく解説致します



長期間放置品解消に向けた2つの柱(方向性)

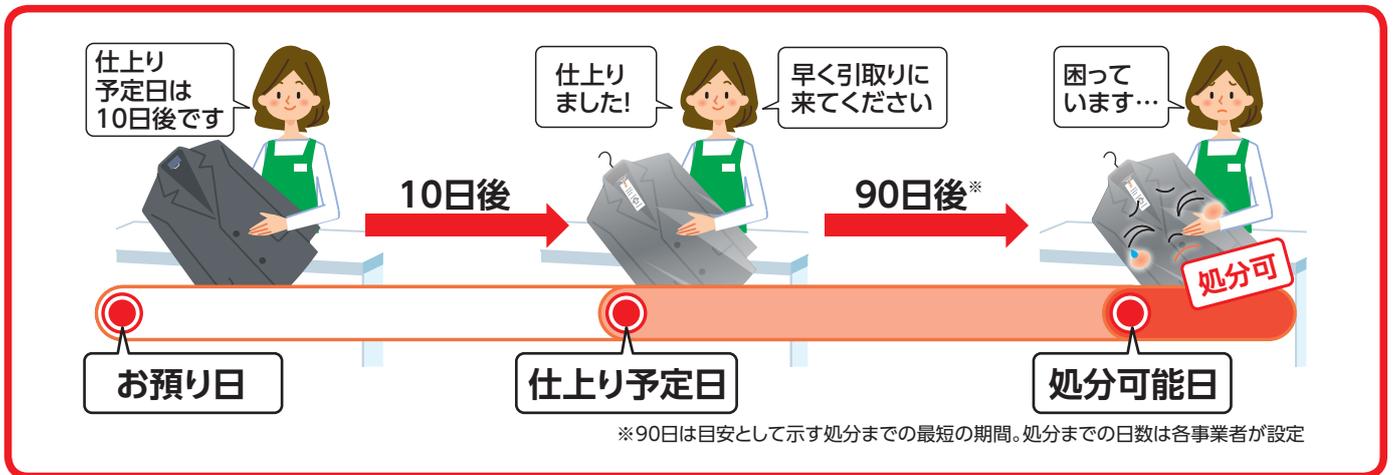
現在クリーニング事業者には過去からの(=今すでにある)長期間放置品が多数存在し、長年この対応に苦しんできた現状が明らかになりました。それゆえ放置品の解消に向けては「**過去からの(=今すでにある)長期間放置品を解消するためのアプローチ**」と、「**今後放置品を増やさないためのアプローチ**」の2つが柱となりますが、特に将来に向けて放置品を発生させないために契約に基づいた取組みがトラブル防止の観点からも特に重要になります。



※ 過去からの(=今すでにある)長期間放置品の対応に関してはP18~19をご参照ください。

将来に放置品を発生させないために

クリーニングの**契約**で放置品を解消するということ



契約から処分までの枠組みとポイント

将来に放置品を発生させないための、契約から処分までの枠組みは以下の3点です。

① 利用者と放置品の処分に関する条項が含まれた契約を交わすうえで、その内容を適正に告知および表示しなければならない。



② クリーニング事業者は、お預り品が仕上がった日から継続的に所有者である利用者との連絡(督促)に尽力しなければならない。



③ 仕上り予定日を過ぎてもお引取りがないお預り品は、仕上り予定日より一定期間(参考期間は最短で90日)を経た時点で、①②に基づきクリーニング事業者はそのお預り品の処分ができる。



解説

- ① お店ごとに定めているクリーニング約款に放置品の処分までの日数を明記し、店内掲示および利用者への配布等、「クリーニング契約」の内容を利用者にお知らせすることが大切。 >>> P12~13「クリーニングの契約について」説明用下敷きを参照
- ② 利用者から連絡先をいただき【できれば2種類(例：電話番号とメール)】、後々の訴訟対策などのためにも、「しっかりと督促履歴をデータに残す」かつ「仕事のルーティンとして督促の流れをマニュアル化し業務として確立させる」=体制整備義務を確立(社内ルールとしてマニュアル化)することが必要。 >>> P17を参照

※マニュアル記載例:

仕上り予定日より2週間以上経過し引取りがない場合は督促の連絡を入れる。
以後、仕上り予定日から1ヶ月経過ごとに連絡を入れる。

- ③ 「仕上り予定日より90日」は目安として示す処分までの最短の期間。これを参考に日数の設定は各事業者が行ってよい。⇒**掲示および告知はしっかり行う。**

※仕上り予定日から処分までの日数の目安についてはP11をご参照ください。

※前述の説明用下敷きや店頭掲示ステッカーでは処分までの期間の欄が書込み式になっています。

保管料について

契約内容に「保管料」について記載があると、クリーニング事業者から利用者に対する損害賠償請求の観点からも、その後の対応に役立ちます。

記載例

「お客様の一日も早いお引取りをお願い申し上げます。なお仕上り予定日を過ぎたお預り品に対して保管料をいただく場合や、お引取りの遅延に伴い発生した損害に対して、損害賠償を請求させていただく場合がございます。」

① クリーニングの**契約**について

**お客様と結ぶクリーニング契約は
お客様に衣類をお返りするまでの契約です**



① お客様の衣類をお預りします。
(カウンターでの確認にご協力ください)



② クリーニングを行います。



③ お客様に衣類をお返しします。
(仕上り品の確認にご協力ください)

お客様と結ぶクリーニング契約は、お客様からお預りした衣類をクリーニングして、お客様にお返りする契約です。

お客様に確実に衣類をお返すために、

- お客様の連絡先を正確にお伝えください。
- 定められた仕上り予定日を過ぎたら一日も早くお引取りください。
- 仕上り予定日から888日を過ぎてもお引取りがないお預り品は処分いたします。

説明用下敷き①は、「クリーニング契約」の内容と、利用者への
お願い事項について説明しています。

自店で定めた処分までの日数をペンでご記入ください。
日数の設定に関してはP10~11をご参照ください。

》》 ①②の下敷きはカウンターなどに常備し、初めて来店したお客様への説明等にご活用ください。

② お預り時のお願い



お客様の**連絡先**を

(電話番号・携帯電話番号・)
(住所・メール等)

正確にお知らせください。

個人情報の取扱いに関しては、個人情報保護法に従い適切に管理いたします。



お預り証を

大切に保管してください。

お品物はお預り証と

引き換えにお渡しします。



定められた仕上り予定日

を過ぎたお品物は

一日も早い**お引取り**を、

お願いいたします。

説明用下敷き②は、「お預り時のお願い」に特化して注意事項をまとめています。

P15 クリーニング約款の「個人情報の取扱いに関して」を併せてご参照ください。

お預り証のポイント

お預り証は店舗によって異なりますが、お客様とのクリーニング契約を結ぶうえで大切な内容がたくさん記載されています。

◆お預り証のイメージ◆

お預り証は店舗によって異なりますが、お客様とのクリーニング契約を結ぶうえで大切な内容がたくさん記載されています。

「会員登録」または「お預り契約」時に、お客様の**連絡先**を正確に把握しましょう。

仕上り予定日を明記し、一刻も早い引取りを促しましょう。

引渡日および**お受取りサイン欄**を設け、お引取り時にサインをもらいましょう。

仕上り予定日から**処分**までの契約内容について記載しましょう。

〇〇クリーニング店

00-0000-0000

お預り証

お名前 キレイダ タロウ 様

会員番号123-4567 連絡先 090-****-***78

受付日
2018年 9月29日 11時09分 担当：洗井 優

認識番号	品 目	料 金
9-029	スーツ上着	1,230
9-030	スラックス	670
9-031	ワイシャツ立体	350
9-032	セーター	600

点数 4 小計 2,850
(うち消費税 212)

合計額 2,850 円
お預り 3,000 おつり 150

10月3日(木)17時に仕上ります

引渡日	月	日	氏 名
おお客様受取サイン			

当店では仕上り予定日から○×日を過ぎてもお引取りのないお預り品は処分させていただきます。

上記は「お預り証」に記載する項目の例です。クリーニング事業者が説明をしたにもかかわらず、お客様が後日「説明を受けなかった」等と申し出る可能性を考慮して、お預り証にもできる限り目立つように処分に関する契約内容を記載しておく必要があります。

また、お客様のお名前や連絡先が入っている場合には、個人情報保護に関する法律に従った情報管理や、事業者ごとに定めた仕上り予定日から処分までの期間(日数)を明記することが大切です。また、お客様から頂戴した連絡先をお預り証に記載することでお客様にも連絡先情報に変更・間違いがないかご確認いただくことも有効です。

加えて、引取り遅延に伴う保管料や損害賠償請求に関して記載ができればなおよいです。

契約内容の周知を確実にする掲示

店舗側の説明を確実なものにするために、「店頭掲示ステッカー」をレジ、カウンター周辺の目立つところに掲示します。同時に、各事業者が定めた「クリーニング約款」を掲示することも大切です。

◆店頭掲示ステッカー◆ P12同様、自店で定めた処分までの日数をペンで記入してください。

お引取りのないお預り品の取扱いについて

仕上り予定日を過ぎても**お引取りがないお預り品**に関して、仕上り予定日から888日経過したお預り品を処分させていただきます。

一日も早い**お引取り**をお願いいたします。

また、お客様の大切な品物を良い状態でお返すために以下の点にご協力をお願いいたします。



お客様の連絡先(電話・住所・メール等)を正確にお知らせください。



お預り証を大切に保管してください。



仕上がったお品物は、一日も早いお引取りをお願いします。

詳しくは店頭スタッフへ

ご理解のほどお願い申し上げます

製作/全国クリーニング生活衛生同業組合連合会

◆クリーニング約款◆

放置品対策として、特に以下の項目が正しく規定されているかチェックしましょう

●お引取りに関して(例) … 仕上り予定日から処分までを90日とした場合

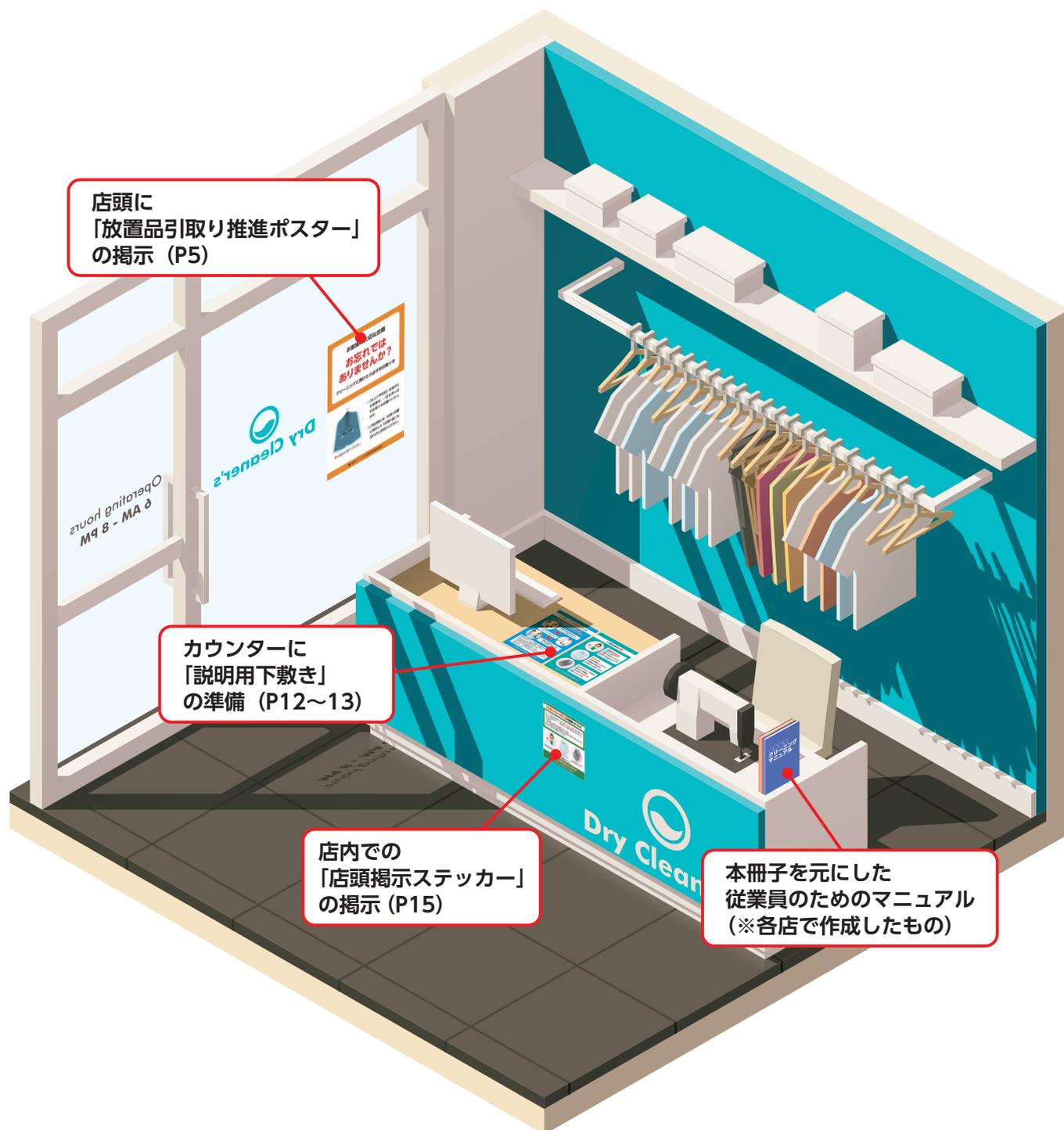
「当店では仕上り予定日を過ぎてもお引取りがないお預り品に関して、仕上り予定日から90日を経過した時点でお預り品を処分させていただきます。また仕上り予定日を過ぎたお預り品に対して保管料をいただく場合や、お引取りの遅延に伴い発生した損害に対して、損害賠償を請求させていただく場合がございます。」

●個人情報の取扱いに関して(例)

「個人情報保護に関する法律に従い、お客様からお預りした氏名・住所・電話番号・連絡先等の顧客管理、督促のご連絡以外には使用いたしません。またこれらの個人情報は適切に保管し第三者に開示しません。」

※DM発送への利用や督促を外部に委託する場合等は、別途記載が必要です。

各ツールの店頭やレジまわりでの使用シーン



督促の手段と方法

ポイント① 最初(クリーニング契約時や会員加入時)に正確な連絡先をいただきましょう

- 》説明用下敷き①を活用するなどして、お客様の衣類(所有物)をお預りし、それをキレイにした後再びお返するのがクリーニング契約であることをお客様に正しく理解していただき、そのうえで連絡先を頂戴する。
- 》会員制は、今後お預りするすべての衣類等に対して(別途契約を結ぶものを除く)適用される「根契約」を結ぶことができ、かつ、氏名や連絡先などのデータを利用者からいただきやすいメリットがある。
- 》》POSレジ等を用いて会員のデータ管理や仕上り予定日に基づく引取り連絡を実施する。
- 》》》個人情報管理に関しては個人情報保護に関する法律に従い、万全の体制を整える。
法令遵守(コンプライアンス)のための意識改革。

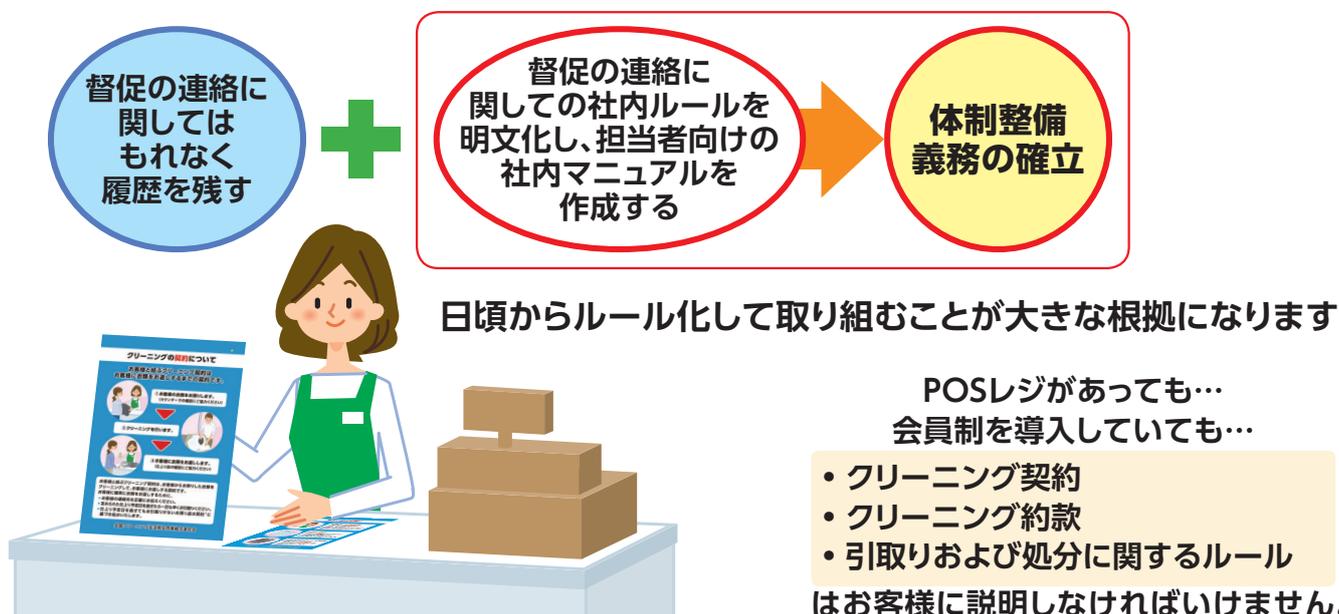
ポイント② あらかじめ2種類以上の連絡先を聞きましょう

- 電話番号/自宅や携帯電話等の日中連絡可能な連絡先。携帯電話番号の場合、ショートメッセージでテキストの情報も送信可能。
- 住所/書面の送付による督促や、お預り品の送付、配達。
- メールアドレス/携帯・スマートフォン・PCなど。受信拒否やいたずらメールに分類されないように注意。
- SNS/LINEなどでコンタクト。

ポイント③ 適切に、定期的に督促の連絡を行いましょ

- 》仕上り予定日後何日間放置されたら連絡を入れるのかを決めて、必ず督促の連絡をするようにルールを策定する。
例: 仕上り予定日から2週間経ったら第1回目の連絡、その後1ヶ月ごとに連絡。
- 》》連絡担当者を事前に決めて社内教育を実施する。
- 》》》電話連絡等によるご案内時の台本やメールで知らせるための基本の文章など、あらかじめ準備できるものは揃えておく。

ポイント④ 後に訴訟問題に発展することに備えて然るべき体制を確立しましょう



日頃からルール化して取り組むことが大きな根拠になります

POSレジがあっても…
会員制を導入していても…

- クリーニング契約
 - クリーニング約款
 - 引取りおよび処分に関するルール
- はお客様に説明しなければいけません。

過去からの(今すでにある)放置品の解消に向けて

常識的な理論で放置品を解消すること



過去からの放置品の処分／目安としての「5年」

過去からの放置品を処分するために… 常識的な考え方による対応

黙示の意思表示

「黙示の意思表示」の考え方

長期間引き取りに来ないという事実が継続している

所有権放棄の**黙示の意思表示**と認められる

「それだけ放っておいているならいらないでしょ?」ということ

放置期間が長ければ長いほど、放棄に関する黙示の意思表示が認められることになります。

キチンとした手続きを踏めば処分が正当化される／裁判で認められることになる

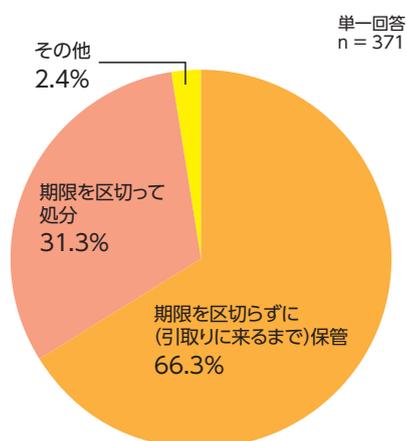
5年経ったものから処分する考え方／目安としての「5年」

P4でご紹介した「長期間放置品」に関する実態アンケートにおいて、長期間放置品を「期限を区切って処分している」という回答が約3分の1(31.3%)にのぼりました。このうち半数以上の事業者は預かってから5年以上過ぎてから処分を行っています。

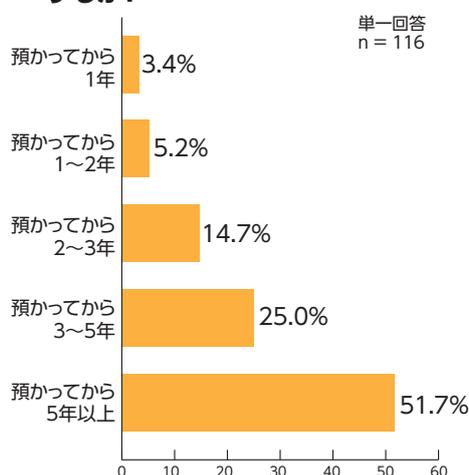
一方で処分をした後の引取りに対する対応を尋ねたところ、「(利用者が)引取りに来ない」が54.2%、「説明をして客に了承してもらった」が43.0%となり、処分した長期間放置品のうち97%以上はクレームになっていない実態が明らかになりました。

本マニュアルで示した、5年経ったものから処分するという「5年」の目安はこの結果に基づいていますが、5年未満で処分している事業者も半数近く存在することを考えれば、この「5年」という期間はあくまで目安であり、個々の事業者の方針や、放置品の品目や素材等、様々な事情で決めることができます。

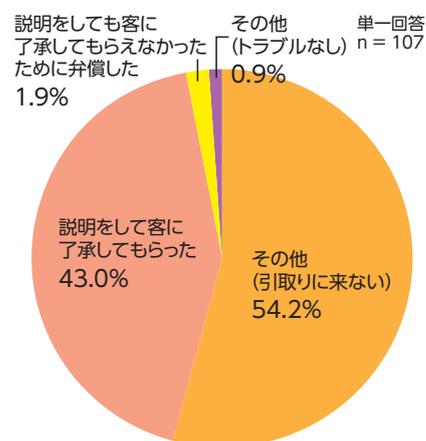
Q. 長期間放置品をどのようにしているか?



Q. (期限を区切って処分していると回答したうち) どれくらいの期間が過ぎると処分するか?



Q. 処分した後に引取りに来た時、どんな対応をしたか?



クリーニング長期間放置品の処分に関するアンケート結果

5年以上経過した長期間放置品の処分における心構え

放置品所有者の連絡先が不明／連絡が見つからないことが前提です。

あまり派手にやらないことが肝要です

また

「お客様の義務」を大上段に振りかぶらないことも大切です

そして

黙示の意思表示はオールマイティではありません

「**黙示の意思表示**」はあくまで過去から蓄積された放置品を処分する場合の「**特例措置**」という位置付けです。

→ 将来、放置品を発生させないようするための枠組みは、「**契約によって処分する**」ということになります。

事業者の疑問にお答えします

- Q.** 過去からある放置品を処分する前に督促や告知はいらないのでしょうか？
- A.** 長期間引取りに来ないで連絡が見つからない利用者に対しては、告知のしようがありません。告知は不要です。
- Q.** 過去からある放置品は「5年」経過しないと処分できないのでしょうか？
- A.** 過去からある放置品の「5年」は、処分に関する期間の目安です。必ずしも5年とする必要はなく、5年を目安に各事業者で設定できます。

》》》P19参照

- Q.** 処分した後、引取りに来た利用者にとどのような説明をしたらいいのでしょうか？
- A.** 過去からある放置品の処分に関してクリーニング事業者による説明として、

- ① 黙示の意思表示の考え方
- ② クリーニング事業者側に、利用者に対する損害賠償請求権が発生している（放置された期間の保管料相当）
- ③ 利用者側にあるクリーニング品の引取り義務違反

などの様々な考え方をを用いることができます。

処分の方法について

過去からある放置品についても、将来発生する放置品についても、処分に関しては事業所ごとに一定のルールを策定しておくことが必要になります。

処分の実践に向けての考え方

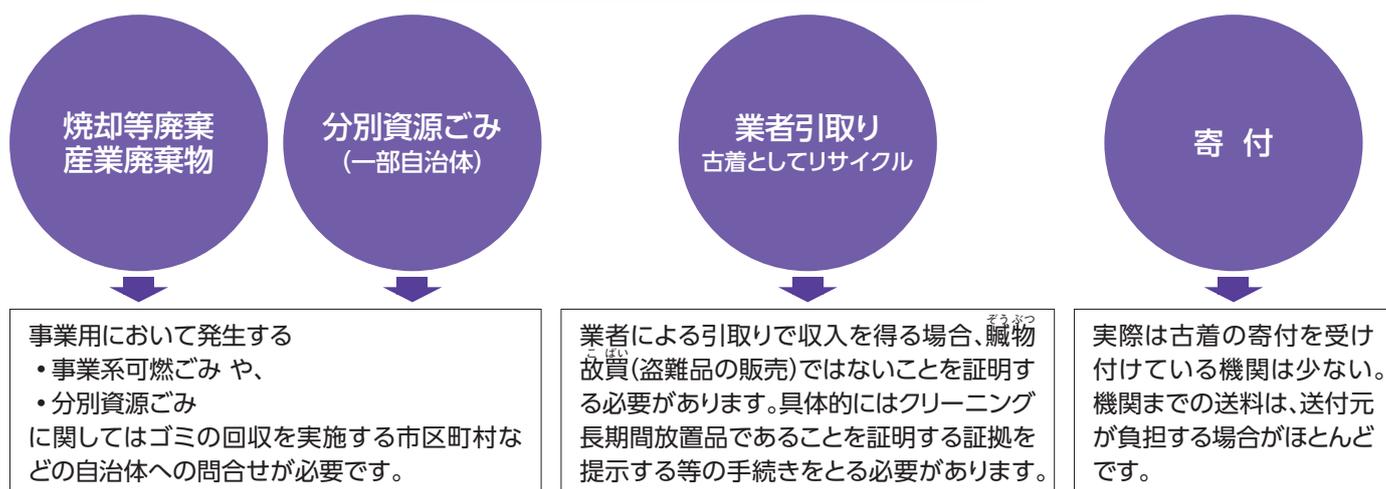
放置品の処分に関しては、焼却など廃棄だけがその方法とは限りません。「過去からの放置品」については、「黙示の意思表示」の考え方をベースにしています。そのため、処分の方法や手段はクリーニング事業者の判断に委ねられていると解釈できます。

「将来発生する放置品」に関しては処分について契約時に了解を得ているので、こちらも同様にクリーニング事業者が処分方法を決定できます。

具体的処分の手段と方法

具体的な処分の手段としては廃棄、資源ごみ、リサイクル、寄付などが考えられます。環境対策や処分にかかるコスト・手間などを考慮して、あらかじめ備えをしたり、自治体に確認をするなどの準備が必要です。

処分する衣類等の行き先



処分に関する想定問答

Q. この前メディアで、クリーニング店にある放置品のことを報道していたけど、お宅の店にもあるの？

A. 自店に放置品がない場合／当店はお客様にご協力いただいているので幸い放置品はありませんが、業界内では放置品に苦しみのお店が多いですね。これからもなるべく早い引取りをお願いします。

自店に放置品がなくても、業界全体を見据えて、①仕上り後1日でも早く預けた衣類をお引取りいただくことが大切であること、②全国のクリーニング事業者が引取りに来ていただけないことで大変困っていることを伝えてください。

Q. 今後は契約に基づき処分すると言っても、本人の許可なしに何で勝手に処分しちゃうの？

A. 当店では仕上り予定日から2週間後よりお客様への督促の連絡を差し上げております。その後も1ヶ月ごとに連絡を差し上げておりますが、それでもお引取りがない場合、仕上り予定日から〇×日経った時点で処分ができる契約を結んでおります。

各クリーニング事業者が定めるクレーム対応マニュアルに従った対応がベースになります。

長期間放置品の解消に向けた対応・対策で準備の整ったものをチェックしてください。

- 長期間放置品4点セットの内容を確認
- 将来放置品を発生させないための枠組みの理解
- クリーニング契約にもとづくルール作り／約款の作成・整備
- 契約による処分のために事業者が果たさなければいけない責務を理解する
- お預り証の整備
- 会員登録・顧客管理のためのPOSレジの導入や設定変更
- 個人情報の取得・管理体制の整備や、個人情報保護に関するマニュアルの作成
- 過去からの(今すでにある)放置品を処分するための枠組みの理解
- 「黙示の意思表示」の考え方についての理解
- 「クリーニング事業者の損害賠償請求権」の考え方についての理解
- 「お客様の引取り義務」の考え方についての理解
- 利用者の目線に立った掲示物(ポスター、ステッカー、下敷き)の整備
- 督促に関するルール作り(連絡・記録)／体制整備義務
- 放置品処分に関するルール作り(方法・コスト・手間等の確認)
- 社員教育／行動マニュアルの整備

最後に～訴訟についての考え方

クリーニング事業者にとってお客様との信頼関係は事業を成功に導く大切な財産であり、お客様との法廷での争い事をできる限り避けることはリスク管理の観点からも必要なことです。しかしながらクリーニング事業者が所有権に縛られ、大量の放置品によるコストの増加などで他の顧客に迷惑がかかるような状況に対しては、毅然とした姿勢で対応しなければなりません。

しっかりした契約・顧客管理や、適切な督促の有無など「クリーニング事業者の責務」を自覚し実行に移していないと足元をすくわれる結果になってしまいます。また少額訴訟を含めた民事訴訟では、訴えられた側が裁判官の指定する日時に裁判所に赴かなければ、どんなに事業者側が正しくても判決は欠席側の敗訴となり、損害賠償金や弁護士費用まで請求される結果になってしまいます。

訴訟も経営上のリスクとしてしっかり管理を行い、放置品を発生させない取組みを行うことが大切です。

クリーニング賠償問題協議会 名簿

平成30年7月1日現在

役 職	氏 名	所 属
会 長	杉野 修平	杉野法律事務所
副会長	田山 輝明	早稲田大学 名誉教授
	牛嶋 勉	牛嶋・寺前・和田法律事務所
	長見 万里野	一般財団法人日本消費者協会 理事長
学識経験者	水野 紀子	東北大学法学部 教授
	原田 一郎	東海大学 名誉教授
	大塚 英明	早稲田大学法学学術院 教授
	芳賀 康浩	青山学院大学経営学部マーケティング学科 教授
	小野 雅啓	クリーニング総合研究所 所長
弁護士	松村 真理子	真和総合法律事務所
	金澤 賢一	金澤法律事務所
消費者代表	倉田 るみ子	一般財団法人日本消費者協会
	佐藤 寿美	公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会
クリーニング業界代表	荻野 仁	株式会社白洋舎本社工場部 工場部長
	伊澤 勝令	全国クリーニング生活衛生同業組合連合会 副会長
	小倉 正基	全国クリーニング生活衛生同業組合連合会 副会長
	金子 征実	全国クリーニング生活衛生同業組合連合会 専務理事
関連業界代表	藤吉 一隆	一般社団法人日本アパレル・ファッション産業協会 株式会社レナウンアパレル科学研究所 代表取締役社長
	長谷川 香代	一般財団法人日本繊維製品品質技術センター 業務管理室
	工藤 尚一	株式会社三越伊勢丹ホールディングス 総務部 コンプライアンスディヴィジョン品質管理
保険業界代表	金泉 浩二	一般社団法人日本損害保険協会 業務企画部 地震・火災・新種グループ グループリーダー
行政機関等	小宮山 健彦	公益財団法人全国生活衛生営業指導センター 理事
	杉本 公枝	独立行政法人国民生活センター 商品テスト部企画管理課
事務局	柴田 健吉	全国クリーニング生活衛生同業組合連合会 顧問
	半田 裕施	全国クリーニング生活衛生同業組合連合会 事務局長
	鈴木 明子	全国クリーニング生活衛生同業組合連合会 総務課長
	山内 苑子	全国クリーニング生活衛生同業組合連合会 企画広報課長

※オブザーバー／厚生労働省、経済産業省、消費者庁

クリーニング長期間放置品解消検討委員会分科会 名簿

役 職	氏 名	所 属
委員長	牛嶋 勉	牛嶋・寺前・和田法律事務所
委 員	松村 真理子	真和総合法律事務所
	金澤 賢一	金澤法律事務所
事務局	柴田 健吉	全国クリーニング生活衛生同業組合連合会 顧問
	半田 裕施	全国クリーニング生活衛生同業組合連合会 事務局長
	山内 苑子	全国クリーニング生活衛生同業組合連合会 企画広報課長

〈発 行〉平成30年7月(第2版)
 〈制作・著作〉全国クリーニング生活衛生同業組合連合会
 〒160-0011 東京都新宿区若葉1-5
 全国クリーニング会館
 電話 (03)5362-7201
 H P <http://www.zenkuren.or.jp>
 ※本誌の転載・複製・借用・放映を禁じます

