

河上消費者委員会委員長記者会見録

(平成23年12月21日(水)16:14~16:44 於:消費者庁6階記者会見室)

1. 冒頭発言

(事務局) 今日は、エステ・美容医療についての建議をいたしましたので、これを中心に少し御質問などをお受けしたいと思います。

(河上委員長) では、簡単にお話しいたします。

先ほど消費者委員会で、最終的に建議の内容についての議論を経て、これを建議するということが決定いたしました。お手元に「エステ・美容医療サービスに関する消費者問題についての実態調査結果と建議の概要」ということで、建議の内容について少しまとめたものがございます。それを御参考に聞いていただければと思います。特に最後の9ページ目に、調査結果のポイントと建議のポイントが出ておりますので、それを簡単にお話しいたします。

御承知のように、エステ・美容医療サービスの関する御相談というのは結構増えている。しかも、その被害は決して減らない状況にありますので、これに何とか対応できないかということです。ただ、御承知のように、これには医師法とかいろんな周辺の法律との兼ね合いというのがあって、なかなか取扱いが難しく、これまで立ち入ることが難しかった領域であります。

今回、調査をして、全体として今、消費者庁の方から一定の指示を出していただいたり、あるいは厚労省の方から一定の施策を講じていただくことによって、解決に対するブレークスルーがあるのではないかということがほぼ見えてきましたので、これを建議という形で両者に対してお願いすることにしたわけです。

建議のポイントは、第1番目が、健康被害等に関する情報の収集と的確な対応をしてほしいということにあります。とりわけ消費者庁は、保健所等と十分なタイアップをしながら、情報を収集し、これをまた提供するという形でやっていただく。

厚生労働省にあっては、都道府県に対して健康被害等に関する情報を把握した場合の対応について、保健所などで既にノウハウがある程度できている部分もございますので、そういうノウハウと具体例を情報として整理して、示していただく。

更に消費者庁としては、今後の健康被害の発生状況等を踏まえ、必要に応じて関係省庁への要請、あるいは消費者安全法に基づく注意喚起や措置という要求を行うということを第1の点としております。

第2番目は、エステ等を利用する消費者の安全確保のための措置でありまして、厚労省に対しては、施術をする場合、健康等への影響等を分析して、必要に応じて技術水準の整備、法解釈の見直し等について検討していただきたいということです。やはり技術は日進月歩でございますので、被害との関係で、きちんとした形でこういう場合にはこういう技術水準が必要であるということについて、厚生労働省から一定の指針を出していただくことが大事なことだろうと思われまますので、それについて検討をしていただきたいということです。

更に、問題として取り上げておりますのが表示、広告でありまして、今、エステとか美容医療に

関するいろんな表示、広告というのがインターネット上の情報として出てきているものが非常に多い。実際の利用者の方々の声を聞いても、インターネットから情報を手に入れたというケースが圧倒的に多いわけです。従来感覚では、広告というのは紙媒体で一般大衆に対していつでも見られるような状態に置いているものが広告だということでして、インターネットでずっと探して行って、突き当たったところにあるホームページ上の一定の情報は広告ではないんだという整理をしていたものですから、なかなか広告規制という観点からこれに対して取り組むことが困難だったということです。

しかし、今の時代、インターネットで情報を手に入れて、動くという消費者は非常に多いわけですし、ホームページなどで重要な情報に関していい加減な情報を出しているということであると、やはりこれはきちんと正していただく必要があるということでありまして、不適切な表示に関して、厚労省としては、消費者視点で好ましくない判断されるインターネット等の表示を取り締まるための措置を講じていただきたいということです。

また、都道府県における関係部局間の連携を再度要請して、これは広告規制の対象なんだということを中心に認識していただいて、それに基づく法執行をやっていただく。場合によって、医療機関が行う広告についても、景表法上の指導の対象になるということを徹底していただくということで、これまでちょっと遠慮しながら、なかなか手が出せなかったけれども、やはりここは、遠慮するような場面ではないということはこの建議の中で申し上げたものです。

第4番目が、インフォームド・コンセントの問題であります。医療行為に関して、御承知のように、既にインフォームド・コンセントということが一般的な考え方になっております。美容医療に関して言うと、実は不要とまでは言いませんが、そんなに急いでやらないといけないという施術ではないわけですので、その意味では、本人が本当にこれが必要なのかということについて、その利害得失も全部含めて、十分に判断できるようなチャンスを与える必要があるわけですし、説明責任という形で言えば、むしろこちらの方がもっと手厚い説明責任が要求されてしかるべき領域であろうという認識でございます。

ですから、その意味では、患者さん、消費者に対して、何をするのか、それに伴うメリット、デメリットについての情報をきちんと説明して、同意を得ることが求められます。そのような内容等を盛り込んだ指針を厚生労働省の方から出していただいて、その説明を徹底するというをお願いしたいということでございます。

具体的な方策の在り方としては、調査、検討の過程で、こういうことも考えられるなということとは勿論ありますけれども、ただ、それぞれ業態によって考慮すべき点もあるだろうということで、その点は厚生労働省の方で更に詰めていただければありがたいということで、建議の中では一応抽象的な言い方にしております。

何か御質問がございましたら、どうぞ。

2．質疑応答

(問) 建議の方は、もう既に厚生労働大臣と消費者担当大臣の方には建議は行われたということ

でいいのかどうかということ。

(答) 今日決定したばかりですので、これは今から厚生労働大臣と消費者担当大臣に対して渡す予定でございます。

(問) では、まだ今の段階では建議は行われていないということでしょうか。

(答) 建議はさきほど、成立したばかりで、これから手交することになります。

(問) 表現としては「建議した」ということでいいわけですね。

(答) はい。

(答・事務局) 決定したということです。

あと内容については、厚生労働省、消費者庁にきっちりと文書にしてお伝えしようと思います。それはまだ決定したばかりなので、そのところはロジ的にはまだ進んでいませんということです。

(問) いつごろ先方には伝わりますか。

(答・事務局) すぐです。

(答) 具体的に今、手交の時期を調整させていただいておりまして、厚生労働大臣に対しては直接手交するというのを予定しております。

(答・事務局) 手交はそうなのですが、手交は向こうのロジ的なこともありますので、とりあえずこういう建議をしたということはすぐに厚生労働省の方に伝える予定になっております。

(問) 併せて、今、エステとか美容医療のトラブルというのは高止まりの状況にあるわけですが、医療法であったり、景表法であったり、いろいろ法律があるにもかかわらず、それが有効に働いていないという状況かと思うんですが、そういった現状をどう把握されていて、どういう対策が必要でしょうか。

(答) 前回、ヒアリングを行って、美容医療協会の方からもいろいろ伺ったのですが、これは医療行為として見るべき場面とそうでない場面というのに微妙な線引きが行われておりまして、ただ、前回のヒアリングでもありましたが、結果的に身体に障害が生じてしまうということになったら、これは医療上の事故になると把握していいんだとかがいました。

ですから、被害が生ずる可能性があるような行為に関しては、むしろ積極的に医療行為として取り締まっていただくと。そうすると、これは医師法上の問題としてちゃんとした資格者がやっているかどうかということも見ていただくことになろうかと思えます。これまで、規制の対象たりうるという点も明確でなかったわけです。

(事務局) どうぞ。

(問) 厚労省や消費者庁が適切な対応を取っていないから、こういう建議をされると思うんですけども、具体的に厚労省がさぼっている点、消費者庁がさぼっている点というのはどの辺なんですか。

(答) それはなかなか言いづらいところがあります。調査報告書を見ていただければいいと思うのですが、実際にこれまでいろいろな被害が起きてきても、それに対して具体的にこういう基準で施術を行いなさいとか、あるいはこういう形で資格者を確認しなさいという具体的な指示は出ていないんです。しかも、インターネットなどに広告がたくさんございますけれども、その広告

に対しても具体的に何か対応を取っていくということまでは踏み込んでいないということですので、さぼっているというよりも、実際の問題意識として、十分これを指導の対象とすべきだということについての自覚といたしますか、お考えが十分ではなかったのではないかとということでもあります。

ですから、ここで今回建議することによって、そうした意識を高めてもらえればありがたいと思います。

(答・山口委員長代理) 要するに、エステのクレームは消費生活センターに行くんですよ。消費生活センターに行ったクレームの中では、例えばエステで医療行為をやっていますよとか、あるいはいわゆるまつげエクステンションみたいなものは美容師しかやってはいけないことをやっていますよという話で、これを実際に執行するのは保健所だったりするわけですよ。ところが、消費者行政の方で伝わった相談情報が、保健所の方に伝わっていないとか、あるいはそこら辺の連携がうまくいっていない。これがまず基本です。

かつ医療行為とエステ行為の境のところも必ずしもはっきりしない。だから、エステで医療行為をやっているところだったら、これも医師法の問題にも関わってくるのですが、そこら辺もきちんと必ずしも施行されていない。基準も必ずしもはっきりしないというところもあるので、単純にどこがここがというところはないのですが、一つひとつ、今、言ったようなところの連携を深める、あるいは基準をはっきりさせる、インターネットの宣伝広告を医療法に基づいて規制するとか、いろんな総合的なところで被害が抑止できるだろうなというところを建議しているわけです。

(答) 調査の過程で出てきた結論、結果を見ると、例えばまつげのエクステンションとか、幾つかの場所での幾つかのパターンの施術に関しては、実は保健所がうまく動いていたりすることもあるのです。ですから、うまくいっているところと、全く問題意識もなくやり過ぎしているものというのがいろいろあって、全体として見ると被害が高止まりになっているという現状です。そこで、できればそうしたうまく行っているような例、あるいはそこで蓄積されたノウハウをそのほかの美容医療に対しても広げていただいて、情報が的確に共有されて、措置がほどこされることが望まれます。

(事務局) ほかにいかがでしょうか。

(問) 建議の内容を少し教えていただきたいのですが、医療広告ガイドラインでは、ホームページは原則として広告とはみなさないということがあって、建議の内容の3.に「インターネット等の表示を取り締まるための措置を講ずること」とあるのですが、これはどういうことを意図しているのか。要するに、病院のホームページをこのガイドラインを改正して、広告とみなしなさいと言っているのか。

あと「インターネット等の表示」というのは、ほかにもインターネットでいろんなことがあると思うんですが、具体的にこれは何を求められているのか。

(答) 最初の点から申しますと、ホームページ上の営業活動の紹介というのは、広告とみなして指導の対象と考えていただきたいというところまで考えています。

更に、広告ばかりではなくて、実はフリーペーパーとか、世の中にいろいろ広告に似た情報提供手段がございます。こうした問題にとって、消費者の方が情報を入手するものは、必ずしもホーム

ページばかりではないので、その辺りを「インターネットにおけるホームページ等」という形で、さまざまな広告媒体、消費者がアクセスする可能性の高い媒体に対しても注意を払っていただければということです。

(問) もともとこのホームページに関しては、景表法の対象ではありますよということを言っているんですね。

(答・事務局) もともと対象です。

(問) もともと対象なんだからやりなさいよと。

(答・事務局) 景表法の対象なので、建議の2つ目のところですよ。

先ほどの「インターネット上」というのは、医療法の医療法ガイドラインによると、インターネットなどのホームページでの掲載は広告の対象としないとなっているので、それがいかなものかということで、それも含めてちゃんと取り締まってくれということを言っています。

例示で「インターネット等」というのは、やはりインターネットというホームページのところは、消費者はそれを見て美容医療、エステに行く人が多いので特出ししてありますが、それだけではなくて、先ほど委員長がおっしゃられたように、フリーペーパーとか町に出ているような普通雑誌とかの掲載を見ても、かなり医療広告としてまずいのではないかと。医療広告ガイドライン的には適切ではないものが見受けられましたので、そういうものも含めてしっかりと対応してもらいたいということで、この3.の建議の内容が書かれていると理解してございます。

(問) この16年から急激に伸びている電子媒体というのは何なんですか。

(答・事務局) これはホームページです。

(問) これは病院のホームページですか。

(答・事務局) そうですね。例えば何とかクリニックと書いてあるホームページに入って行って、このクリニックではこんなサービスがあります、こんな施術前、施術後の写真がありますというホームページ。いろいろ見ればあると思うんですけども、そういうものを指すと考えております。

(問) 細かくて申し訳ないんですが、7ページについてお教えいただけないですか。

要するに、医療法上で治療前後の写真とか、ナンバーワンクリニックみたいな表現は、今は禁止されているんですか。

(答・事務局) はい。医療広告ガイドラインという中に、Q & Aというものを厚生労働省がつくってまして、それは適切ではないという事例として具体的に挙がっております。

(問) では、こういうことをホームページにも適用させるべきだと。

(答・事務局) 勿論そうですし、そもそもフリーペーパーで見られるので、いかなものかというのがあります。だから、そういうものはしっかりと規制してくださいねとあるし、その上でホームページに書くというのは、今それは適用の範囲外になっていますので、それもいかなものかということで、併せてそういう対応を取ることも必要ではないかということを建議に入れてあります。

(問) すみません、2番の法解釈の見直しというのがよくわからなかったのですが、これについて教えてください。レーザー脱毛とアートメイクは医師免許が必要であると。まつげエクステンションは美容免許が必要だけれども、この点について。

(答・事務局) ちょっとテクニカルな話になって大変恐縮なんですけれども、レーザー脱毛は医師免許を持っていないとだめなんです。というのは、これは厚生労働省が言っているんですが、それはなぜというときにおいて、頭にある毛乳頭とかという部分のところを破壊するような行為があるのでだめですということです。

(答・事務局) 髪の毛ではなくて、エステの方ですよ。

(答・事務局) 頭ではなくて、わきでした。髪の毛は脱毛しないですね。

毛乳頭を破壊する場合がレーザー脱毛となっているんですね。

その場合、毛乳頭を破壊しなければどうなのという話があって、毛乳頭を破壊しなければ、それは医師免許がなくても脱毛ができますというのがエステが考えた光脱毛と言われているもので、レーザー脱毛と区別されています。

実際、どこまでが光脱毛で、どこまでがレーザー脱毛かというのは、しっかりとした基準がなく、あいまいなところがありまして、そういうところがあいまいだから、実際保健所が執行するにしても、本当にそれはお医者さんでないとだめなのかどうかよくわからないところがある。それは一例なんですけれども、そのようなすごく細かい技術的なところ、あるいはもしかしたら法の解釈に当たる部分かもしれませんが、そこら辺をしっかりと整理してください。

我々は、一応ヒアリングで聞いたところ、そういう例が挙がっているんですが、もっと広く見れば、そういうケースというのはいろいろあるのかなと。そこら辺を整理していただいて、混乱がないように厚生労働省では対応していただきたいという旨の建議だと理解しています。

(答) ひと口に美容医療と言っても、それぞれの性質に関して個性があるものですから、一律には出てこないのも、むしろ厚生労働省の方で問題ごとに一定の性質水準なり、線引き、適用の水準なりをきちんと示していただく。それに必要な衛生基準であったり、環境基準であったり、人的な資格であったりというものがはっきりわかるようにすることが大事なんだろうと思います。

(事務局) どうぞ。

(問) 今回でこの建議は何回目ですか。

(答) 建議は、第2次の委員会としては1回目ですけれども、第1次と合わせると7回目です。

(事務局) この関連の御質問がまだございましたら。どうぞ。

(問) もう一点。

4番目の美容医療に関するインフォームド・コンセントのガイドラインというのは、自主ガイドライン以外は何もないんですか。今は全くないんですか。

(答・事務局) 自主ガイドラインではなくて、とりあえず医療としてインフォームド・コンセントというのは厚労省がつくっています。ただ、それは医療全般の話に対して書かれています。ただ、美容医療に関しては、一般の医療に比べて緊急性や患者さんができ上がりをすごく気にするという意味において、少しほかの医療との特殊性があります。そういうことを踏まえて、よりそれに踏み込んだ形で何かしら患者さんに対して説明責任を負う必要があるのではないかという指針をつくっていただければということがこの内容になっております。

(問) 業界団体の方が説明された。

(答・事務局) これは業界ではなくて、厚労省がつくっているものがあって、もともとお医者さんとして医師法の中にインフォームド・コンセントが努力義務として入っていますので、それをブレイクダウンした形で厚労省が指針ですかね。題名は忘れましたが、何かしらどうあるべきかという方向性を示した紙をつくっています。ただ、それは医療全般のことなので、医療全般というより、より踏み込んだ形で美容医療に関しては指針などをつくる必要があるのではないかという問題提起をしていると考えています。

(問) ありがとうございます。

(河上委員長) もう一つ御案内ですけれども、今、緑色のペーパーがお手元にあるかと思います。

「地方消費者委員会」と称して、これは別に消費者委員会をそのまま正式なものを地方で開くという意味ではなくて、俗称ですけれども、地方の生の相談員さんたちの声とか、消費者の声をくみ上げるために、消費者委員会から何人か委員が出かけて行って、そこで一緒に勉強会であるとか、意見交換会であるとかをやっていききたいというものです。

これは私が就任して以来、ずっと地方の生の声を聞きたいという気持ちが強かったものですから、準備をしていただいていたところなんですけど、今回、震災のこともございまして、震災の影響下で消費者問題というのが倍化する形で弱いところで発生しているということがございますので、仙台へ行かせていただき、そこで具体的な相談現場で苦勞されている方々の声を伺うということで第1回目を計画しております。

来年の1月21日です。その後、できましたら8ブロックぐらいに分けて、全国を少しずつ回って、意見をくみ上げていくということを考えております。これは地方消費者行政の活性化という観点からも必要なことであるし、消費者委員会の情報のくみ上げという観点からも必要なことだろうと思います。従来型の地方懇談会という、地方の方で主催して、消費者委員会がお客さんとして出向いて行くものだけではなくて、消費者委員会自身が主催して地方で会を開くというものをやっていききたいということで計画をいたしました。第1回目ですので、これを1つのモデルにしながら、次々とやっていければと思います。

マスコミの方々にも、こういうものを地方で開きますよということについて、情報を流していただければありがたいと思います。

以上でございます。

これについて何かありましたら伺いますが、よろしいですか。

(問) 8回開くということですか。

(答) 大体8ブロックを今、考えているので、別に8回に限定するつもりはございません。

あと、先ほど申し忘れしたのでひと言、追加致します。今回、エステ・美容医療サービスをやりましたけれども、恐らくこれはほかの医療行為で自由診療とされているような問題にも波及するというか、そこも本当は射程に入れてもいい可能性のある建議でございます。ですから、今回はこの問題に限っておりますけれども、例えば歯のインプラントであったり、いろんな自由診療に関しても同様な形での問題意識を持って、厚生労働省等に取り組んでいただければありがたいということを考えての建議であることも御承知いただければありがたいと思います。

以上でございます。よろしいでしょうか。

(事務局) よろしいですか。

では、これで終わりにいたしたいと思います。どうも長時間ありがとうございました。