

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建議（案）

平成 23 年 12 月 21 日
消費者委員会

近年の美容や健康、癒しに対する意識の高まり等を背景として、エステ・美容医療サービスは広く普及し、定着してきた感がある。こうした中、全国の消費生活センターには、毎年 1 万件近くのエステ・美容医療サービス関連の相談が寄せられている。

最近の全国消費生活情報ネットワーク・システム（以下「PIO-NET」という。）に寄せられた相談情報をみると、エステによって皮膚にやけど状の障害やシミ、ただれが生じた等、身体に危害を受けた情報（危害情報）の全体に占める割合が年々増えてきている。さらに、無資格者によるエステとしてレーザー脱毛、アートメイク、まつ毛エクステンション等の施術が行われたことがうかがえるケースも見受けられる。また、美容医療サービスについても、施術後、広告の価格とは大幅に異なる代金を請求されたというケースや、あるいは、説明不足に起因すると思われる治療結果についての相談が少なからず見受けられる。

上記に掲げた事例をみると、消費者自身が、氾濫している情報に惑わされることなく、自ら判断するといった意識が必要なのはいうまでもないが、これだけで被害防止を図るには限界があり、制度上等の課題に対して適切に対応していくことが重要である。

以上を踏まえ、消費者委員会としては、エステ・美容医療サービスに関する消費者問題が発生している原因・背景を探るべく、本年 10 月及び 11 月に消費者基本計画の検証・評価・監視の一環として「関係省庁ヒアリング」を行った。

さらに、本年 10 月以降、消費者からの相談が多い 10 都道府県、9 政令市及び 2 特別区、並びに関係団体からのヒアリングを行うと同時に、本年 11 月中旬から 12 月上旬にかけて、上記都道府県等を対象に書面調査を行い、また、エステ・美容医療サービスを利用した経験がある消費者を対象にアンケート調査を行った。

その結果、関係省庁においては、関係部局間の連携体制や制度上の課題があり、結果として、不適切な広告の蔓延、健康被害の苦情、衛生管理面の不安、無資格者による営業等の実態が明らかとなった。

消費者委員会は、こうした調査結果を踏まえ、厚生労働大臣及び内閣府特命担当大臣（消費者）に対して、次のとおり、消費者庁及び消費者委員会設置法に基づき建議する。

さらに、消費者委員会は、この建議への対応について、厚生労働大臣及び内閣府特命担当大臣（消費者）に対して、平成 24 年 6 月までにその実施状況の報告を求める。

1 健康被害等に関する情報の提供と的確な対応

(建議事項)

関係省庁(厚生労働省及び消費者庁)は、消費者の安全確保の観点から、以下の措置を講ずること。

- (1) 消費者庁は、都道府県に対し、消費者相談において、エステ・美容医療サービス関連で、健康被害に係る情報や施設の衛生管理等に問題があることが推測される情報を得た場合には、保健所等関係部局に当該情報を提供しよう要請すること。
- (2) 厚生労働省は、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、運用上の工夫やノウハウ、具体例等を整理し、都道府県及び政令市に示すこと。
- (3) 消費者庁は、今後の健康被害の発生状況、上記取組状況等を踏まえ、必要に応じて、関係省庁への要請、消費者安全法に基づく注意喚起及び措置要求を行うこと。

(理由)

【建議事項1(1)】

平成22年度にPIO-NETに登録された「危害情報」(8,683件)をみると、「医療サービス」が720件(1位)(注)、「エステティックサービス」が595件(3位)と上位を占めており、エステについては、脱毛、美顔、痩身、まつ毛エクステンション、まつ毛パーマ、アートメイクが多く、美容医療については、美容整形一般(二重瞼・リフトアップ等)、脱毛、美顔、シミ取りが多い。

(注)このうち、少なくとも300件程度は、美容医療サービスに関するものとみられる。

上記危害情報の具体的な内容は、次のとおりである。

【脱毛】

- ・ エステで光脱毛を2回受けた後、皮膚が赤くなった。その後赤みは引いたが、5センチ四方以上のあざが残り、2か月たっても消えない。
- ・ 美容クリニックでレーザーによる永久脱毛の施術を受けたところ、軽いやけどになった。痛みはもうないが痕が残りそうで不安である。

【アートメイク】

- ・ エステでアートメイクをアイラインに入れたところ、まぶたが腫れ、目がほとんど開かなくなった。広告に「医療的見地に基づいた安全性を兼ね備えた信頼できる施術」とあったが、医師の姿はなかった。

【シミ取り】

- ・ エステで顔のシミ取り(レーザー)をしてもらったところ、その後、肌がただれて化膿した。
- ・ 美容クリニックで、医療レーザーによるシミ取り治療を受けていたが、顔全面が熱によるやけどを負い、全治1年と診断された。

【まつ毛エクステンション】

- ・ エステでまつ毛エクステンションをしたら、翌日から目がかゆくなり、3日後には目が開かなくなった。

【まつ毛パーマ】

- ・ エステでまつ毛パーマの施術を受けたら、逆方向の内巻きになり眼球にまつ毛が刺さる痛みが続いている。一緒に施術を受けた友人は、目が腫れあがってしまい、医者からは完治するまでに1か月以上かかると言われている。

【美顔】

- ・ エステで美顔エステを受けた際に、顔にヒアルロン酸を注入したところ、半年たったころから患部が膿んできて痛みを伴うようになり、その後、病院で口の中から膿とヒアルロン酸を出す手術をすることになった。
- ・ 美容皮膚科でレーザーを使った肌の美化施術を受けたところ、額の左右にやけどを負った。
- ・ エステで美容ローラーを使った美顔マッサージを受けた後、顔が腫れた。その後皮膚科で診察を受けたところ、金属の摩擦による皮膚炎と診断された。
- ・ 小顔矯正のマッサージに行ったところ、ガーゼ1枚を顔にのせ強くリンパマッサージされ、頬の皮が剥けた。1か月たっても治らずシミになっている。

【痩身】

- ・ エステで痩身エステを受けた際に、全身マッサージや腹部等の吸引を行ったところ、帰宅後、痛みや痒みが出てきた。3日後に痛みはおさまったが痒みがひどくなり全身に湿疹が出た。

地方自治体内においては、消費者行政担当部局と医師法・美容師法等を所管する保健所等が連携し、危害情報が消費者行政担当課に寄せられた場合に、当該情報を共有することで、適切な法執行のための情報として活用することが可能となるところ、消費者委員会が地方自治体を対象に実施した書面調査（以下「書面調査」という。）の結果によれば、消費生活担当部局において、保健所等関係部局へ情報提供した旨回答があったのは、10自治体のうち5自治体にとどまっている。

一方、一部の地方自治体の中には、危害情報を保健所等に随時提供している例や、まつ毛エクステンションに係る安全性の確保についての消費者庁からの通知を受けて、保健所と消費生活センターで連携を図って対処した例もみられ、このような取組が、積極的に行われることが望まれる。

以上を踏まえると、消費者庁は、都道府県等に対し、消費者相談において、エステ・美容医療サービスに関連する健康被害に係る情報や施設の衛生管理等に問題があることが推測される情報を得た場合には、保健所等関係部局に当該情報を提供すべき旨の要請（助言）を行うことが必要と考える。

【建議事項 1 (2)】

消費者委員会が、地方自治体及びエステ・美容医療に関する事業者団体にヒアリング（以下「ヒアリング」という。）を行ったところ、業として行うのに国家資格が必要なレーザー脱毛やアートメイク等（注）について、無資格者による施術が散見される旨の意見が聞かれた。

当委員会においても、エステの雑誌広告やホームページにおける表示を確認したが、エステにおける施術メニューとして「永久脱毛」、「アートメイク」をうたったもの等、医師法等の法令に違反するおそれのある施術が行われていることがうかがえる例が散見された。

（注）各種通知により、レーザー脱毛やアートメイクについては医師の資格が、まつ毛エクステンションについては美容師の資格が必要とされている。

厚生労働省においては、これまでも、各種通知において、資格を要する施術について都道府県等に周知し、また、違反行為について厳正な対応を取るべき旨を要請（助言）しているところである。

（通知の例示）

- ・ 「医師免許を有しない者による脱毛行為等の取扱いについて」（平成13年11月8日厚生労働省医政局医事課長通知）（抜粋）

第2 違反行為に対する指導等

違反行為に関する情報に接した際には、実態を調査した上、行為の速やかな停止を勧告するなど必要な指導を行うほか、指導を行っても改善がみられないなど、悪質な場合においては、刑事訴訟法第239条の規定に基づく告発を念頭に置きつつ、警察と適切な連携を図られたいこと。

しかしながら、書面調査の結果から判断すると、エステ等に対する保健所の指導は必ずしも十分ではなかったとみられ、前述のとおり、無資格者による施術が相当程度あると考えられる状況を踏まえ、都道府県等に対して、上記各種通知の趣旨を再度徹底し、制度の周知及び指導の要請（助言）を行う必要があると考える。

また、ヒアリングの結果、保健所では、医療法等の法令に基づいた許可・届出等がなされていない施設に対しては、立入検査を行う権限はないものと理解しており、そのような中で、通知にあるとおり、実態を調査し、指導を行うことは困難である旨の意見が聞かれた。

以上を踏まえると、厚生労働省は、都道府県に対し、健康被害等に関する情報を把握した場合の運用上の工夫やノウハウ、具体例等に関する情報を整理し、示す必要があると考える。

【建議事項 1 (3)】

消費者庁は、消費者安全法に基づく注意喚起及び措置要求等の権限を有するところである（同法第15条及び第16条等）。

前述のとおり、エステ・美容医療サービスに関連する危害情報は決して少なくないことから、消費者庁は、PIO-NETに登録された危害情報や、消費者安全法に基づき同庁に通知された情報を注視し、今後の健康被害の発生状況や、上記で建議した事項を受けての厚生労働省における取組状況等を踏まえ、必要に応じて、関係省庁への要請、消費者安全法に基づく注意喚起及び措置要求を行うべきと考える。

2 エステ等を利用する消費者の安全確保のための措置

（建議事項）

厚生労働省は、エステ等を利用する消費者の安全確保の観点から、各施術ごとに健康への影響等を分析し、必要に応じて、各施術の技術基準等を整備するとともに、法解釈の見直し等について検討すること。

また、エステ等を利用する消費者の安全確保の観点から、エステ等における施術の際の衛生管理の実態を把握し、必要に応じて、衛生管理のための指針を整備する等の措置を講ずること。

（理由）

前述 1 のとおり、危害情報（平成22年度）をみると、脱毛、美顔、痩身、まつ毛エクステンション等の施術に関する相談情報が多く寄せられているところ、これら施術に関しては、きめ細かな技術基準は整備されていないほか、施術者の技術レベル又は衛生環境等が不十分であったことが考えられ、レーザー脱毛及びアートメイクについては、国家資格が必要な施術を資格のない者が行っていたことが問題点であると考えられる。

さらに、医療機関ではないエステ等の施設（エステと類似のサービスを提供している施設も含む。）において行われている施術に関しては、公的な衛生基準が定められていない場合が多い。実際、ヒアリングの結果、エステにおける危害事例（腫れ等）が保健所に寄せられることはあっても、直接これを規制する法律や公的な衛生基準がない以上、保健所としては対処しづらい旨の意見が聞かれた。

以上を踏まえると、厚生労働省は、施術による消費者事故の防止のために、実際に生じている消費者事故の原因や各施術の健康への影響等を分析し、必要に応じて、脱毛、まつ毛エクステンション等の施術について技術基準等を整備することや、医療行為等の範囲をより明確にするなど法解釈の見直し等について検討を行うべきと考える。

また、現時点で資格を要する施術でないこと等から、公的な指針等が特に定められていない施術について消費者事故が生じ、その拡大のおそれがあることが判明した場合には、消費者事故の予防・拡大防止のために、当該施術に係る技術レベル・衛生管理等に係る指針を整備することを検討すべきと考える。

3 不適切な表示（広告）の取締りの徹底

（建議事項）

関係省庁（厚生労働省及び消費者庁）は、取引の適正化の観点から、以下の措置を講ずること。

（１）厚生労働省は、消費者視点で好ましくないと判断されるインターネット上等の表示を取り締るための措置を講ずること。

また、都道府県及び政令市に対し、保健所等関係部局と消費者行政担当部局との連携について再度要請するとともに、不適切な医療広告等について、法令及び上記措置に基づく法執行を適切に行うよう要請すること。

（２）消費者庁は、都道府県（景表法所管部局）に対し、医療機関が行う広告についても法執行の対象となることを徹底するとともに、不適切なインターネット上等の表示について、自らも法執行を適切に行うこと。

（理由）

【建議事項３（１）】

エステ・美容医療サービスに係る表示（広告）については、その全般について不当景品類及び不当表示防止法（以下「景表法」という。）の規制の対象となり、実際のものに比べて内容や価格が著しく優良であると示したり、有利であると誤認されるような表示を行うことは禁止されている。

さらに、医療機関が行う広告については、医療法の規制の対象にもなっており、同法により、比較広告や誇大広告が禁止されているほか、広告可能な事項が限定的に定められている。ところが、インターネット上のホームページにおける表示については、医療広告ガイドライン^{（注）}において、「当該病院等の情報を得ようとの目的を有する者が、URLを入力したり、検索サイトで検索した上で、閲覧するものであり、従来より情報提供や広報として扱ってきており、引き続き、原則として広告とは見なさないこととする。」とされており、広告規制の対象とはなっていない。

（注）「医業若しくは歯科医業又は病院若しくは診療所に関して広告し得る事項等及び広告適正化のための指導等に関する指針（医療広告ガイドライン）（平成19年3月30日 医政発第0330014号）」（平成20年11月4日改正）

なお、独立行政法人国民生活センターの注意喚起（平成22年7月）においても、美容医療サービスに関する広告について、「医療法や景品表示法上、問題のあるおそれのある広告で誘引している」旨の指摘がなされており、また、美

容クリニックに出向くきっかけとなった広告媒体別にみた場合に、雑誌広告は減少傾向にあり、電子広告（ホームページ、ネット広告等）が増加している旨も指摘されている。

消費者委員会が実施した消費者を対象とするアンケート調査（WEB調査。以下「アンケート調査」という。）の結果によれば、消費者は、エステや美容医療の施設を選ぶ際には、ホームページ、フリーペーパー等から情報を収集したと回答（注1）している。

また、選択の決め手になった情報として、医療広告ガイドラインでは禁止されているはずの「体験談」や「施術前・施術後の比較写真」が多く挙げられている。（注2）

（注1）「ホームページ」と回答している者の割合：エステ26%、美容医療38%

「フリーペーパー、タウン誌」と回答している者の割合：エステ19%、美容医療11%

（注2）「体験談」と回答している者の割合：エステ30%、美容医療37%

「施術前・施術後の比較写真」と回答している者の割合：エステ9%、美容医療22%

ヒアリングの結果でも、美容医療を行う医療機関による不適切な表示や広告が、インターネット上やフリーペーパー等において多くみられる旨の意見が聞かれた。事業者団体からは、「医療広告は、患者の健康被害をもたらす可能性も含んでおり、ホームページも含めて、患者の目線で正しい情報を流すことは医師としての義務であると思われる」という意見が聞かれた。

実際、ヒアリングの結果、美容クリニック等のホームページ、フリーペーパー等の中には、景表法及び医療広告ガイドラインに照らすと、不適切と思われる広告が散見されるとの意見が聞かれた。

上記のように美容クリニック等の美容医療を行う医療機関による不適切な表示や広告が少なからずみられる状況を踏まえると、厚生労働省においては、都道府県等に対し、医療法の広告規制に照らして不適切な医療広告について、更に適切な指導を行うよう要請（助言）することが必要と考える。

さらに、ホームページにおいて不適切な表示が多く確認でき、かつ、消費者が当該表示を含むホームページをもとに施術を受ける施設を選択している実態があることを踏まえると、厚生労働省においては、美容医療等を行う医療機関のホームページにおける表示の改善を図るための指針を策定する等、患者（消費者）目線で不適切と判断される表示を改善するための措置を講じることが必要と考える。

他方、厚生労働省においては、医療広告ガイドラインにおいて、「医療に関する広告に関する住民からの苦情は、管内を所管する消費生活センターに寄せられることもあるので、苦情・相談の状況について、定期的に情報交換する等、

消費者行政機関との連携に努め、違反が疑われる広告等に関する情報を入手した際には、必要な措置を講じられたい」としている。

この点について、書面調査によれば、医療法の担当部局において、消費生活担当部局と情報交換を行っている旨回答があったのは、11自治体のうち2自治体にとどまっている。

以上を踏まえると、厚生労働省は、医療広告の指導適正化のために、都道府県等に対し、保健所等の関係部局と消費者行政担当部局との連携について再度要請することが必要と考える。

【建議事項3(2)】

前述のとおり、エステ、美容医療サービスに係る不適切な表示や広告が少なからずみられるところ、書面調査の結果によれば、調査対象の10自治体のうち、エステについては5自治体が、美容医療サービスについては6自治体が景表法に基づく行政指導等を実施していないと回答している。

ヒアリングの結果、多くの地方自治体では、法執行部局の体制が必ずしも十分でなく、あらゆる広告等の表示をチェックすることは困難としており、例えば、医療機関の広告については、医療法でも取り締まることも可能である等の理由から、地方自治体によって、処分等に対する考え方に差異がみられた。

このほか、インターネット上の広告については、都道府県のエリアに限定されるものでないので、消費者庁自らが指導することも可能と思われるとの意見も聞かれた。

以上を踏まえると、消費者庁は、都道府県に対し、医療機関が行う表示（広告）についても景表法の適用対象となることを徹底するとともに、不適切なインターネット上等の表示（広告）について、自らも適切な執行を行うことが必要と考える。

4 美容医療サービスを利用する消費者への説明責任の徹底

(建議事項)

厚生労働省は、美容医療サービスに関連する相談のうち、患者（消費者）の理解と同意が十分に得られていないことに起因するトラブルが少なからずみられること等を踏まえ、取引の適正化及び消費者の安全確保の観点から、緊急性がそれ程高くない美容医療サービスを提供する場合に、患者（消費者）に必ず説明し、同意を得るべき内容等を盛り込んだ指針等を整備し、周知を図ること。

(理由)

PIO-NET相談情報(平成22年度)をみると、美容医療サービスについて、事前の説明不足によるトラブルが少なからずみられる。

書面不交付・不実告知等に該当する事案について、エステの場合は、その役務提供の形態が特定商取引法における訪問販売や特定継続的役務提供に該当するものは、特定商取引法において処分等の対象となるが、美容医療サービスは、上記特定継続的役務提供には該当しないと解されている。

一方、医療法第1条の4第2項では、いわゆるインフォームド・コンセント(努力義務)が規定されており、厚生労働省では、「診療情報の提供等に関する指針」(注)を策定している。

また、判例では、美容医療については「緊急性と必要性が他の医療行為に比べて少なく、また患者は結果の実現を強く希望しているものであるから、医師は、当該治療行為の効果についての見通しはもとより、その治療行為によって生ずる危険性や副作用についても十分説明し、もって患者においてこれらの判断材料を前提に納得のいく決断ができるよう措置すべき注意義務を負っているというべきである。」(横浜地方裁判所 平成15年9月19日判決(平成14年(ワ)第1669号))とされている。

(注)「診療情報の提供等に関する指針の策定について(平成15年9月12日 医政発第0912001号)」(平成22年9月17日改正)

アンケート調査の結果によれば、美容医療の契約・施術前に、「施術によって起こり得る副作用や効果の個人差」、「施術後の注意・アフターケア」について事前に説明を受けたと回答しているのは半数程度であり、美容医療の施術にあたって、事前に必ずしも十分な説明が行われていなかったことが推測される。

また、ヒアリングの結果、次のような意見が聞かれた。

) 医療は、身体への侵襲行為を伴うため、十分な説明と同意が必要であるが、美容医療については、患者のニーズが侵襲行為の唯一の根拠となるため、特に十分な説明と同意が必要と考える。

) 美容医療は、ほとんどのケースでは緊急性はそれ程高くなく、時間的余裕は十分にある上に、高額に及ぶこともあるので、金額(見積含む)、施術内容、キャンセル時の取扱、施術後の注意事項、施術によるリスク等について事前に十分に説明を行い、患者の了解を得るべきと考える。

) インフォームド・コンセントを徹底させるためには、医師に対し、説明後、書面を渡して消費者(患者)の同意を求めることが望ましいと考える。

以上を踏まえると、厚生労働省は、美容医療サービスについて、医療法第1条の4第2項に定める努力義務に係る指針の再周知を図るべきである。加えて、

患者（消費者）に対して事前に説明することが望ましい内容（上記意見参照）や、患者（消費者）の十分な理解・同意を得るための手続等（書面の様式、書面の交付時期等）を盛り込んだ指針等を整備（既存の指針の見直し等を含む。）する必要があると考える。