

平成 22 年 7 月 7 日
独立行政法人国民生活センター

高額な施術の契約をせかす美容医療サービス ーきっかけはキャンペーン価格等の広告ー

全国の消費生活センターには、美容医療サービスの販売方法や広告等に関する相談^{注1}が多数寄せられ、増加傾向にある。

キャンペーン価格等の広告を見て、カウンセリングを受けるだけのつもりで美容クリニックに行ったら契約を急かされたり、不安をあおられて高額な契約をしてしまい、その日のうちに施術を受けたという相談や、解約を申し出たら高額な解約料を請求されたというケースも見受けられる。主に 20～30 歳代の消費者がトラブルにあっていることも特徴である。

全国の消費生活センターには、以前から美容クリニックの勧誘等のトラブル事例は多く寄せられており、取引の適正化がされていないのが現状である。

そこで、美容医療サービスに関するこうした消費者トラブルの未然防止のために消費者へ注意喚起し、行政等に今後のトラブル防止策を検討するよう要望を行う。

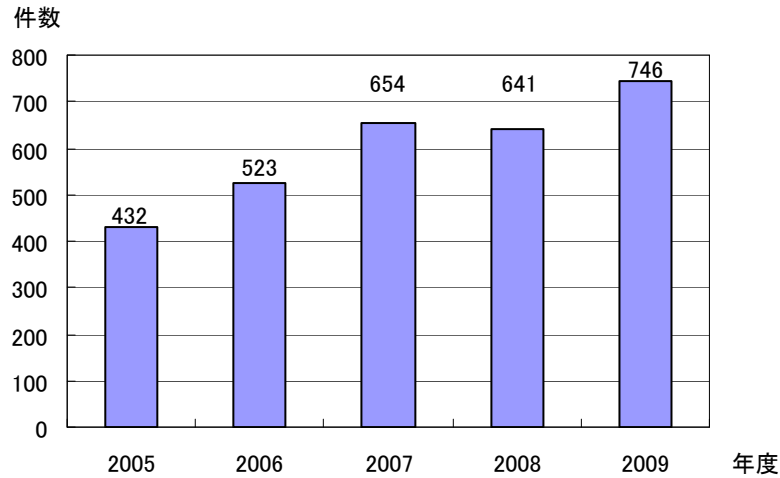
1. 相談の概要

(1) 相談件数

P I O - N E T (全国消費生活情報ネットワーク・システム) に寄せられる美容医療サービスのうち、販売方法や広告等に関する相談は、2005 年度から 2009 年度の 5 年間で 2,996 件寄せられている。2009 年度は 746 件であり、2005 年度以降増加し、2007 年度以降は毎年度 600 件以上の相談が寄せられている(図 1)(2010 年 6 月末日までの登録分。以下では、当該 2,996 件を対象として分析する)。

^{注1}美容医療サービスとは、医療脱毛、脂肪吸引、シミ取り、二重まぶた手術、包茎手術などの「美容を目的とした医療サービス」を指し、このうち、販売方法や広告などに問題があるものをまとめた。

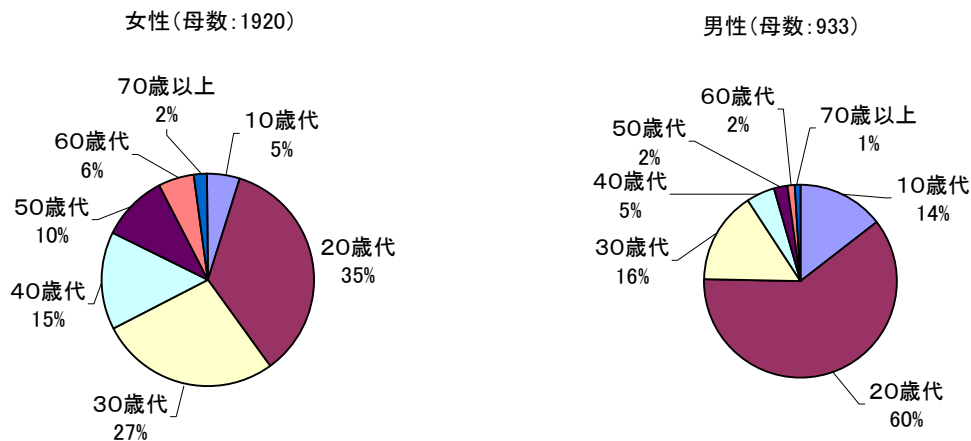
図1 年度別件数



(2) 契約当事者の属性等 * 以下、不明、無回答を除いて構成比を出した。

- ・ 20歳代が1,240件(43.4%)、30歳代が670件(23.4%)、40歳代が330件(11.5%)で、平均年齢が32.5歳だった。若年層のトラブルが多かった。
- ・ 性別では、女性2,012件(67.8%)、男性956件(32.2%)と女性が多かった。女性は20歳代が4割弱、30歳代が約3割で、男性は20歳代からの相談が約6割を占めた(図2)。
- ・ 職業等別では、給与生活者が1,604件(57.0%)、家事従事者が482件(17.1%)、学生が381件(13.5%)だった。

図2 性別・年代別



(3) 相談内容

- ・ 販売手口、セールストークに問題があるという「販売方法」は、1,648件(55.0%)、表示や広告に問題があるという「表示・広告」は641件(21.4%)だった(複数回答項目)。相談全

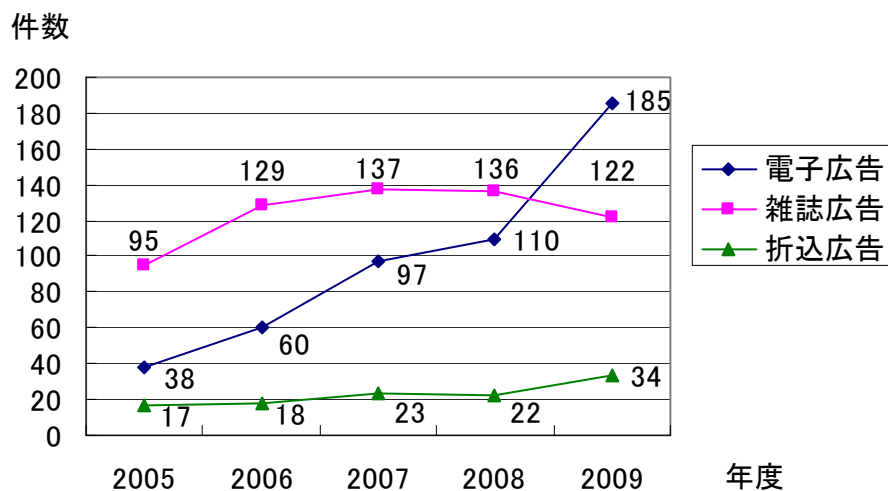
体における「表示・広告」の割合は4.1%であるが、美容医療サービスにおいては割合が高い。

- ・ 相談内容（複数回答項目）をみると、料金が高いという「高価格・料金」は1,478件（49.4%）、説明が足りなかったという「説明不足」が1,278件（42.7%）、お金を返してほしいという「返金」が595件（19.9%）、勧誘方法などが強引だったという「強引」は440件（14.7%）だった。そのほか、説明にうそがあったという「虚偽説明」が329件（11.0%）、キャンセル料が高いなどの「解約料」が438件（14.6%）、解約を拒否されたという「解約拒否」に関する相談が79件（2.6%）あった。

（4）クレジットの利用等

- ・ クレジットを利用していないもの（現金払いなど）が1,274件（45.5%）、クレジットを利用しているものが、1,518件（54.2%）で、約半数だった。クレジットを利用しているもののなかでは、個別クレジットが1,086件（73.7%）であった。
- ・ 契約購入金額の平均は約83万円で、既支払額の平均は約25万円であった。
- ・ 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ると、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（図3。複数回答項目）。

図3 広告媒体別件数



（5）施術内容

- ・ 施術内容別でみると、契約当事者が女性である相談では、医療脱毛、脂肪吸引、シミ取りなどの施術が目立った。契約当事者が男性である相談の大半は、包茎手術に関するものである。

2. 相談事例

【事例1】無料カウンセリングのつもりで受診。120万円の脂肪溶解注射の契約をし、その日に施術された

脂肪溶解注射の無料モニター募集という広告をフリーペーパーで見つけ、クリニックに問い合わせた。「あなたの場合、完全無料モニターは難しいが、施術の一部を無料にすることはできる。無料カウンセリングだけでも受けないか」とスタッフに言われ、クリニックに出向いた。「モニターとしては腹部のみ無料。他の部分の施術は有料で100万円程度かかる」とカウンセラーに言われた。

予想以上に高額なので動揺していたところ、「早いほうが良い。個人差はあるが1~3ヶ月程度で効果が出る。今日なら医者があるのですぐ施術できる」と立て続けに言われ、断れなかった。クレジットを勧められ、病院にいる間にクレジット会社からの確認の電話を受けた。ホームページには、カウンセリング後すぐ施術しないとあったのに、その日に脂肪溶解注射を何十本も打たれた。3ヶ月経ったが全く痩せないし、副作用の内容や全く効果がないという説明は受けていない。高額なので支払えない。(20歳代・女性・学生)

【事例2】手術台で手術方法の説明を受け、高額な施術を承諾してしまった包茎手術

雑誌やインターネットで包茎手術について調べ、ホームページに手術代が6万3000円と書いてあった病院に出向いた。診察室で「重度の包茎で、かわいそうなくらいだ。全て治療するには約100万円かかる。切るだけなら6万円程度でできるが、元の状態に戻るので無意味だ。レーザーで焼いてきれいにする」と言われた。高額であったが、下半身が裸の状態ですぐ3つの手術方法と価格の説明を受け、恥ずかしさと緊張から、よく考えることもできず、結局、総額約70万円の施術を承諾してしまった。

アイマスクをして施術を受けたので、何をされたかよく分からない。スタッフが「学生ではローンの審査が通らないので社会人で組みますね」と言い、ローンを組まされた。術後、別の泌尿器科に見てもらったところ、高額な施術の必要はなかったと言われた。納得できないので、返金してほしい。(2009年受付・広島県・20歳代・男性・学生)

【事例3】性器の炎症を治すために包茎手術を受けた。炎症の治療は保険適用ができたのに、保険適用の話はされなかった

2、3週間前から性器にかゆみがあり、インターネットで調べ、ホームページからオンラインで予約をした。軟膏をもらうつもりで行ったところ、「包皮垢という炎症を起こしている。深刻だ」と医師に言われた。カウンセラーから「今すぐ手術をする必要がある」また、「包皮垢を治すためには、性器の皮を切らないといけない」と言われ、不安になり、包茎手術を受けた。自分は混乱し、言われるまま、なし崩し的に契約(約100万円)してしまったが、術後、化膿し、痛みがあったので別の病院で見てもらったところ、包皮垢の治療なら保険適用ができた、と言われた。保険診療か自由診療かなどの説明もなかった。医師を医療のプロとして信用して受けた。しかし高額で払えない。(2009年4月受付・千葉県・20歳代・男性・給与生活者)

【事例4】アンケートに答えたところ、ピーリングの予約を取らされ、後日、クリニックに出向いたら3時間以上勧誘され、痩せる薬など総額150万円の契約を結ばされた

路上で呼び止められ、アンケートに答えてほしい、と近くのビルの一室に連れて行かれた。そこで、エステティックサービスに興味はあるかなどの質問に答えたところ、ピーリングが安く受けられると勧められ、その場でクリニックでのピーリングの予約を取ることになってしまった。予約日にクリニックに行くと、白衣を着ていない女性から体脂肪チェックなどを受け、自分の体型は約160センチ、60キロ弱だが、肥満という結果が出た。「このままでは心配だ」などと3時間あまり説明され、痩せる薬や、脂肪溶解注射などの契約を結ばされた。気にしていた一重まぶたについて二重まぶたの手術もしないかと追加され、合計約120万円、クレジット手数料を入れると約150万円の契約を結ばされた。契約書に契約解除はできないと書かれている。友人に相談したところと不審だと言われた。解約したい。

(2009年12月受付・埼玉県・20歳代・女性・給与生活者)

【事例5】フリーペーパーで脂肪溶解注射のキャンペーン価格を見て病院に行ったところ、広告に注射1本分の価格だったのに、実際に効果が出るには14本の契約が必要と言われた

脂肪溶解注射が通常価格の半額の1本約26000円で受けられるとフリーペーパーの広告に載っていたので、3万円を持って病院に出向いた。説明を聞いたところ、「1本では効果がない。7本やらないと効果がないし、1回では効果がなく、2回必要」と言われた。嫌だと言ったが「ローンにする。値引きする」などと1時間にわたり勧誘され、7本の注射を2回受ける契約をし、クレジットの手数料も含めると約38万円、12回払いの契約をしてしまった。不本意な契約で、家族にも反対された。未施術分は解約したいと思い、連絡したが、医療サービスだから解約できないと言われた。

(2010年2月受付・徳島県・20歳代・女性・給与生活者)

【事例6】街でアンケートを求められ、クリニックに出向くと、レーザー脱毛の勧誘をされた

昨日、駅前での体の悩みについてのアンケートを求められ、クリニックに連れて行かれた。個室でアンケートに答えると、困っていることを聞かれた。「肌が弱い」と伝えると、脱毛エステが無料でできるモニターにならないかと勧められた。レーザー脱毛の無料モニターになるため、仮にローンを組むよう言われた。20歳の誕生日前だったので、正式には20歳になったら契約する予定だ。クリニックには口外しないよう言われた。どうしたらよいか。

(2010年1月受付・神奈川県・20歳代・女性・学生)

【事例7】脂肪吸引の施術前にやめたいと思ったが、キャンセル料が高くてキャンセルできない

太ももの裏側を脂肪吸引して足を細くしたいと思い、ネットで調べ、再治療ができる保証サービスをホームページで謳^{うた}っていたクリニックに行った。「お尻と太ももの前、外の部分もやったほうが効果が大きい。高いからモニター料金にしよう」と勧められた。一方的に説明され、断れなくなり、契約(約38万円)した。帰る際に受付で書面を渡され、後で読んだところ、モニター手術は保証サービスの対象外だと分かった。そんな話は聞いておらず、それなら望んでいない部位までやりたくないと思った。翌日キャンセルしようと思ったが、手術日まで1週間以上あるのに、手術予約日から前々日までのキャンセル料が施術料の50%の19万円がかかるという。キャンセ

ルもできず困っている。

(2010年2月受付・東京都・20歳代・女性・給与生活者)

【事例8】6回コースのスキンケアを強く勧められ契約。解約を申し出たら、契約金額の3分の1しか返金しないと言われた

顔に小さなぶつぶつができ、気になってインターネットでレーザー治療をしている病院を探した。クリニックで、「毛穴治療をすればぶつぶつは目立たなくなる。肌質改善のためには1年間6回のレーザー治療のコース(約67万円)が良い」と強く勧められ、契約をしてしまった。その場で1回目の施術を受けたが、効果があるのか疑問に思い、解約を申し出たところ、契約金額の3分の1しか返金できないと言う。納得できない。

(2009年10月受付・東京都・40歳代・女性・家事従事者)

3. 問題点

(1) 強引な勧誘で契約を急かしている

キャンペーン価格等の広告を見て、カウンセリングだけのつもりで美容クリニックに出向くと、高額な料金の施術を勧められ、契約に至るケースが見られる。

美容クリニックにおいて、「(施術は)早いほうがよい」などと契約を急かしたり(事例1)、「ひどい状態だ」と不安をあおったり(事例2、3、4)、長時間勧誘したり(事例4)するケースが見受けられる。また、事例5では、消費者が高額で契約できないと断ると値引きやクレジットの利用を勧めたり、事例6、7では、モニターになることを勧めたりして、契約に至らせている事例が見られる。

美容医療サービスは疾病等の治療と異なり、施術の緊急性がない場合がほとんどであるのに、契約を急かしたり、お金がないという申し出に対して値引きやクレジットを勧めて契約させるのは強引な勧誘と言え、問題である。

また、街角でアンケートを求め、販売目的を告げずに、美容クリニックに同行させて契約させる、キャッチセールスと思われる方法で消費者を勧誘している事例が近年寄せられている(事例6)。

(2) サービスの内容や価格等について説明が不十分、説明方法が適切でない

副作用等について説明されていなかったり(事例1)、健康保険の適用外であると説明を受けていない(事例3)など、説明が不十分である事例がみられる。事例2では、下半身が裸で、恥ずかしさと緊張からよく考えることもできない状態で説明をされている。事例7では、保証サービスの対象について契約前に説明がなかった。

美容医療サービスは医療行為であり、身体的なリスクを伴うものである。また、自由診療であることから、高額な契約になることが多く、健康保険の対象になる保険診療の場合よりも価格について十分な説明が契約前に必要である。美容医療サービスに関する苦情をみると、医療サービスの施術内容やリスクについての説明だけでなく、価格等の契約上の説明も不十分であったり、説明そのものが行われていないものがある。

(3) 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

雑誌やフリーペーパーでキャンペーン価格等を広告し、安さを強調している事例が見られる(事例2、5)。また、事例5においては、広告では脂肪溶解注射1本分の料金が掲載されていたが、美容クリニックに行くと「通常その施術を効果的に行うには何セットもの注射が必要」と説明され、実際には何本もの注射を受ける契約をさせている。

医療法の医療広告ガイドライン^{注2}では、費用を強調した広告は禁止されている。また、美容医療のような自由診療の場合、広告できる施術内容は保険診療と同一の手術や、薬事法の承認等を得た医療機器等を使用している場合に限られており、施術にかかる標準的な金額を広告するように定めている。広告を見て美容クリニックに出向いたら、広告の料金では効果的でないと言われ、高額な施術の提示を受けたというケースにおいては、標準的な金額の広告という点で、医療広告ガイドラインに違反する可能性がある。

また、事例5の美容クリニックについては、毎月、雑誌広告等で通常価格の半額等のキャンペーンを行っており、このようなケースは、通常価格での販売実績がなければ景品表示法上、問題があると思われる。

インターネットで検索して医療機関を探すケースも見られ(事例2、3、7、8)、インターネット広告(バナー広告、検索連動型広告など)においても、比較広告など、医療広告ガイドラインに違反するおそれのある広告が見られる。

医療広告の規制については、医療法のほかにも、景品表示法等がある。医療広告ガイドラインでは、それぞれの法の主管で収集した情報の交換等、密接に連携・協力し、指導等の実効を挙げるように求めている。

(4) 医療法の広告規制の対象外である医療機関のホームページを見て出向いている

事例2では、ホームページ等に掲載された料金にひかれて美容クリニックに出向いているが、ホームページに載っている施術方法では「仕上がりが悪い」などと説明され、ホームページに書かれている何倍もの料金の施術を契約している。

事例2、3、7や、P I O - N E Tの「電子広告」の相談件数から、消費者は美容クリニックのホームページにアクセスした後に、実際に出向いていることが分かる。医療機関のホームページは、医療機関の情報を得る目的で消費者がアクセスするものであるとして、医療広告ガイドラインにおいて、従来より“情報提供”や“広報”として扱われてきており、原則として医療法の医療広告とは見なさない、とされている(景品表示法の規制対象ではある)。

医療機関のホームページは、キャンペーン価格、比較広告、美容医療を勧めるような芸能人の体験談などを載せていても、医療広告と見なされないため医療広告ガイドライン等の規制の対象

^{注2} 医療法の医療広告規制の詳細を「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)で示しており、虚偽・比較・誇大広告のほか、誘引する目的のある体験談や、費用を強調した広告等が禁止されている。

ではないとされている。ホームページについても何らかの対策が望まれる^{注3}。

(5) キャンセルを拒否されたり、高額なキャンセル料が請求される

キャンセルを申し出るとキャンセルできないと説明されたり（事例5）、キャンセルできない旨を記載した書面を渡されるケース（事例2）がある。キャンセルできる場合でも、高額なキャンセル料を請求される事例が寄せられている（事例7）。

美容医療サービスのなかには、脱毛のように複数回の施術を行うことで効果が得られるものや、脂肪溶解注射のように、効果が一時的であるために定期的に施術が行われるものがあり、複数回の施術を継続的に契約することがある。継続的な美容医療サービスの中途解約で施術済み料金の精算でトラブルになるもの（事例8）も見られる。

4. 消費者へのアドバイス

(1) キャンペーン価格や体験談などの広告をうのみにしない

広告の何倍も高額な契約を結ばされるトラブル事例があることから、費用の安さを強調した広告や体験談など、医療法広告ガイドラインに違反するような広告を掲載している美容クリニックは選ばない。

広告の情報だけに頼らず、他の医療機関や医療安全支援センター^{注4}において施術内容や施術料金、リスク等の情報収集に努めた上で、慎重に選ぶこと。

(2) 複数の美容クリニックを比較・検討し、保険適用の有無などについて契約・施術の前に十分に説明を受け、納得した上で契約する

美容医療サービスは疾病等の治療と異なり、施術の緊急性がない場合がほとんどであるので、十分に納得しない状態で、即座に契約・施術はしない。

複数の美容クリニックを比較・検討し、保険適用の有無も確認する。副作用、効果の程度、効果の個人差等の説明、また、施術料金、クレジットを利用する場合の手数料、解約料等の価格の説明も十分に受け、納得した上で契約する。説明が不十分であると思ったら契約しない。

(3) いったん契約すると、解約・返金が難しいことを知っておく

美容医療サービスは、出向いて契約することがほとんどであることから、特定商取引法の適用にならず、特定商取引法に基づくクーリング・オフや中途解約ができない場合が多い。勧誘時の問題点等をもとに交渉することになるが、美容クリニックが問題を認めず、解約・返金に応じな

^{注3} 自主的なルールとして、東京都は「医療機関による医療情報の「広報」に関するガイドライン」（平成17年3月）を作成し、ホームページにおいて虚偽・誇大広告、誤認を与える広告、比較広告を禁止している。日本医師会は「医療施設のホームページのあり方—会員医療施設HPおよび医療情報提供のガイドライン—」（平成20年3月）で、ホームページは広報としながらも、「掲載不適格内容」として、「医療広告ガイドライン」で違反広告としているものとはほぼ同様の内容を「不適格」としている。

^{注4} 医療安全支援センターは医療法6条の11に基づき各都道府県、保健所設置地区等に設置されている。医療に関する苦情・心配や相談に対応し、医療機関、患者・住民に対して、医療安全に関する助言や情報提供等を行っている。<http://www.anzen-shien.jp/index.html>

いことも少なくない。

(4) トラブルにあった場合は、消費生活センターへ

トラブルにあった場合は、消費生活センターに相談すること。勧誘等に問題があった場合も、最寄りの医療安全支援センターへ相談や、保健所等に情報提供を。

5. 業界への要望

医療法や景品表示法上、問題があるおそれのある広告が見られることから、広告の業界団体においては、法令を順守した広告を掲載するよう望む

医療法や景品表示法上、問題のあるおそれのある広告により消費者が誘引され、消費者トラブルが発生している。広告媒体の業界団体においては、法令を順守した広告を掲載するよう注意喚起を望む。

6. 行政への要望

問題のある勧誘行為等で消費者トラブルが発生しているため、消費者トラブルを防止するための対策を検討するよう望む

美容クリニックによる問題のある勧誘行為や説明不足、不適切な広告・表示（ホームページを含む）、解約トラブルの相談が寄せられていることから、問題のある勧誘行為等による消費者トラブルの防止のための対策を各所管省庁において早急に検討し、実施することを望む。

○要望先

消費者庁 地方協力課
社団法人日本雑誌広告協会
一般社団法人インターネット広告推進協議会

○情報提供先

厚生労働省 医政局総務課
日本医師会
社団法人日本美容医療協会
社団法人日本広告審査機構

<title>高額な施術の契約をせかす美容医療サービス - きっかけはキャンペーン価格等の広告 - </title>