

エステティックサロンの認証制度の在り方について
(報告書)

平成19年6月

エステティック産業の認証に関する研究会

目次

1. 本報告書の目的	1
2. エステティック業界の課題	1
3. 課題に対する取組	4
4. エステティックサロンの認証のための基準について	5
(1) 認証の範囲	5
(2) 適正な契約・取引のために	5
① 書面交付等の確認について	6
② 未成年契約について	7
③ 契約金額について	8
(3) 消費者相談窓口(担当者)の設置について	9
(4) その他消費者の安心のために	11
① 教育について	11
② 機器類及びサービスの安全について	12
③ 衛生管理について	13
(5) 法令遵守について	13
① 特定商取引法	14
i) 書面交付(第 42 条)	14
ii) 関連商品等の追加購入について	15
iii) 誇大広告等の禁止(第 43 条)	16
iv) 契約の勧誘等に関する禁止行為(第 44 条)	17
v) 書類の閲覧等(第 45 条)	18
vi) クーリング・オフ制度(第 48 条)	18
vii) 中途解約(第 49 条)	19
② 個人情報保護法	20
5. 認証スキームについて	21
〈参考〉委員名簿等	24

1. 本報告書の目的

エステティック産業は、健康や美しさへの志向の高まりを背景に、「癒し系」サービス業の中心的な存在として、新たな余暇・健康市場の中でも高い成長が見込まれる市場分野としてその発展が期待されている。他方、エステティック産業を巡っては、多くの消費者問題が報告されており、エステティック産業全体の更なる発展のためには、適正な契約取引や必要な技能を有する者がサービス(特定商取引に関する法律(以下「特定商取引法」という。)では「役務」を指す。)を行う等、消費者の信頼を得ることが不可欠である。

このため、「エステティック産業の適正化に関する報告書」(平成15年3月)において、消費者が安心してサービスを受けるための仕組みとして、エステティックサロンの認証制度とエステティシヤンの共通資格制度が必要との提言がされたところである。エステティック業界には、関係法令を遵守するための適正な契約の在り方、多様な業界による複雑な資格制度の整理、安全や衛生の確保、サービスの技能向上等の課題があり、エステティックサロンの認証制度を構築するにあたっては、これらの課題の解決に資するものであることが必要である。

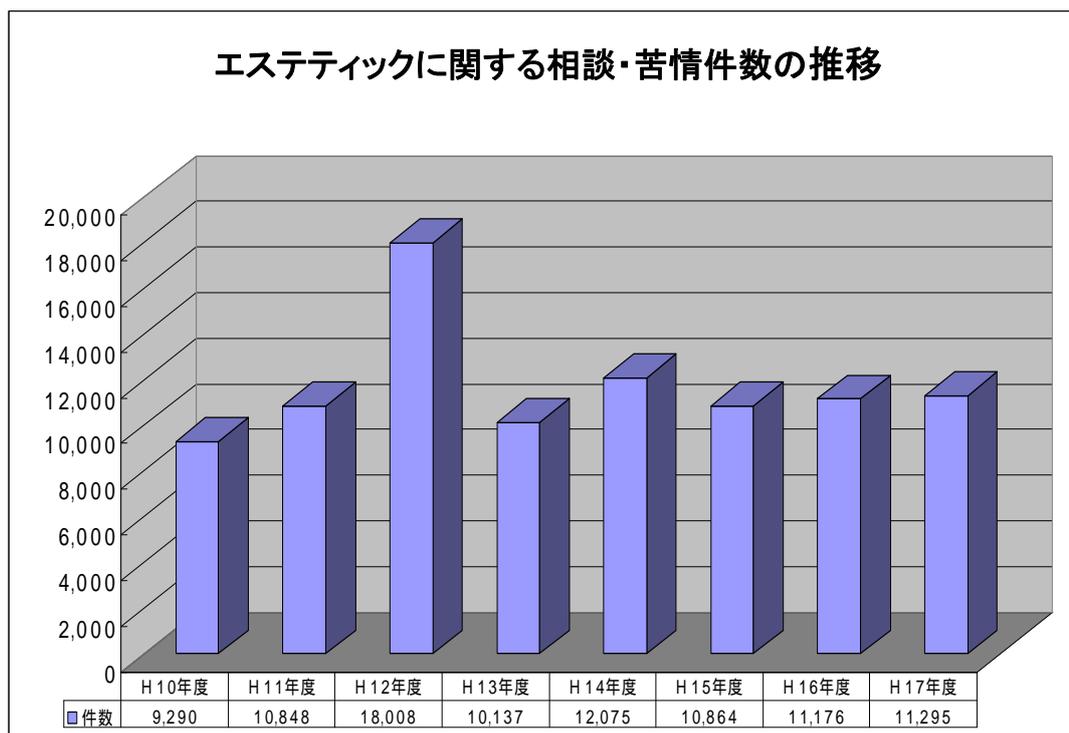
本報告書は、エステティック業界に求められる自主的取組に向けた基本的かつ共通的な指針案を示すことにより、エステティックサロンの適正な認証制度の在り方について提言するものである。これを受けて、関係者により認証制度の実現に向けた動きが進んでいくことが期待される。

2. エステティック業界の課題

(1)エステティック業界に関する相談・苦情の推移を見ると、年間1万件以上の高止まり状況にあり、消費者からの信頼感を得ているとは言い難い(図1)。

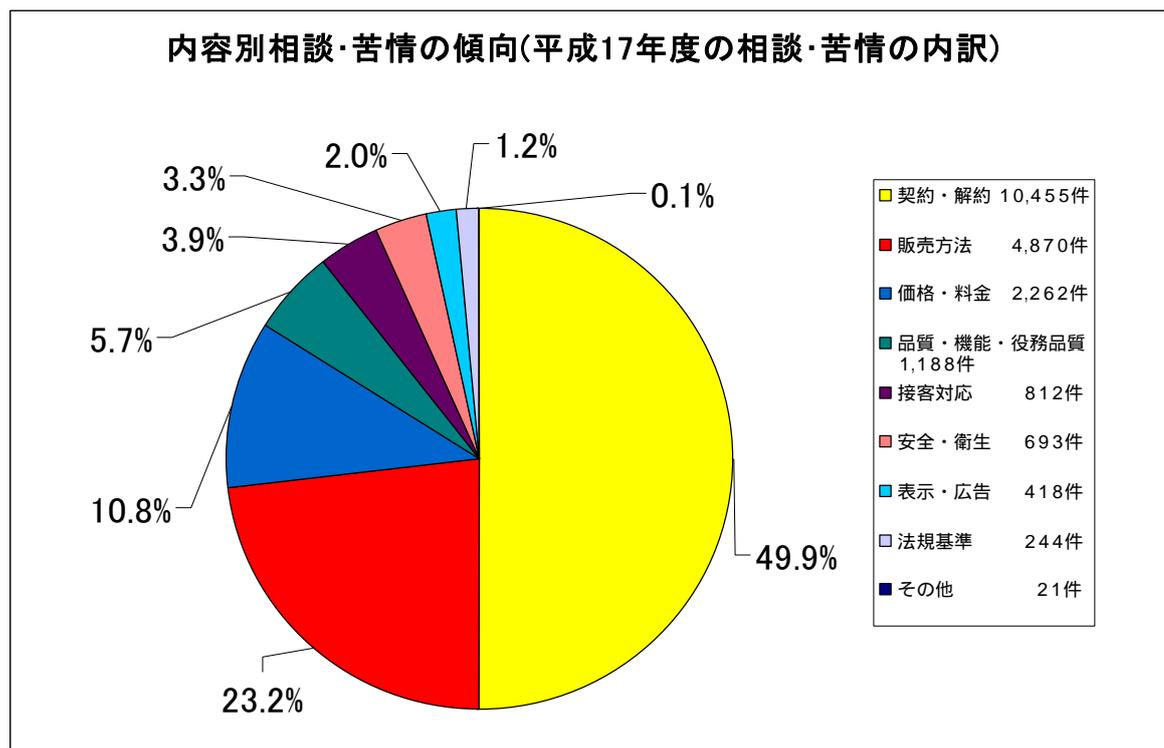
また、相談・苦情の内訳を見ると、「契約・解約」に係る相談・苦情が全体の5割を占め(図2)、「契約・営業上の課題」、「安全・衛生上の課題」、「接客及び役務上の満足度の課題」、に大別すると、「契約・営業上の課題」、「安全・衛生上の課題」が全体の9割を占めている(図3)。

(図1)



(資料出所)独立行政法人国民生活センター

(図2)



(資料出所)独立行政法人国民生活センター(重複計上あり)

相談・苦情の分類(平成17年度の相談・苦情の内訳)

(図3)

大分類	中分類	件数	%
【契約・営業上の課題】	契約・解約	10455 件	87.1%
	販売方法	4,870 件	
	価格・料金	2,262 件	
	表示・広告	418 件	
	法規基準	244 件	
	(小計)	18,249 件	
【安全・衛生上の課題】	安全・衛生	693 件	3.3%
【接客・施術上の満足度の課題】	役務品質・性能	1,188 件	9.6%
	接客対応	812 件	
	(小計)	2,000 件	
	合 計	20,942 件	100%

(資料出所)独立行政法人国民生活センター(重複計上あり)

(2) 相談・苦情件数の最も多い「契約・解約」の発生要因をエステティックサロン側と消費者側の問題に整理すると、以下の通りとなる。

(エステティックサロン側の問題)

(消費者側の問題)

○契約関連

- ・契約時の説明不足
- ・書面不交付・書面不備
- ・支払い能力を超えた契約締結
- ・関連商品及び関連商品以外の商品とのセット販売

- ・不十分な理解での契約
- ・過度な期待感
- ・契約に対する認識の低さ
- ・自己の支払い能力の認識不足

○勧誘関連

- ・長時間にわたる勧誘
- ・強引・執拗な勧誘
- ・過度な期待を抱かせるトーク

○広告関連

- ・優良誤認・不当表示広告

○その他

- ・エステティックサロン経営者の姿勢の問題
- ・未熟な販売(接遇・接客)マナー

3. 課題に対する取組

2. で分析した相談・苦情件数の多い「契約・解約」を中心とした課題に対応し、また、消費者へ適切なサービス提供を行うことを確保する観点から、消費者が安心してエステティックを利用することができるように、エステティック産業の信頼性向上のための

消費者への情報提供の枠組みを作っていくことが必要である。その際には政府の規制の安易な導入を避け、産業界による自主的な認証制度を構築することが有益であり、このための認証基準及び認証体制を整備する必要がある。

なお、産業界において認証制度を構築する場合においても、事業者による新規参入を阻害したり、競争環境を阻害することのないような制度とすることが必要である。

4. エステティックサロンの認証のための基準について

(1) 認証の範囲

認証の範囲は、消費者が安心してエステティックを利用できるように、①消費者との間で適正な契約・取引等を行っていること、②安全なエステティックサービスを提供する上で必要な知識と技能を有した者がサービスを行っていること、を確保するために必要となる措置を基準として盛り込むこととする。

なお、この認証は提供されるサービスの効果や目的の実現が不確実であることから、個々のエステティックサロンの商品・サービスの質を保証するものではなく、また、エステティックサロンの経営内容を保証するものではない。

(2) 適正な契約・取引のために

エステティックサロンと消費者の間には情報量・認識等に格差が存在し、契約等に関し、エステティックサロンは十分な情報を持っているが、消費者は、エステティックサロンの説明やサービスを受けるまで契約内容等を知る機会がない。従って、エステティックサロンは、特定商取引法をはじめとする関係法令等に基づき、契約内容等をよりわかりやすく適正に説明するとともに、消費者とのコミュニケーションを通じて円満な関係を築くために、以下の項目について対応する必要がある。

① 書面交付等の確認について

<趣旨>

消費者は、法律で定められた書面交付やその際の説明だけですべての内容を理解できるとは限らない。エステティックサロンは、契約内容等の理解を助ける資料などを作成し、消費者に契約内容、サービス内容等について十分説明し、消費者とエステティックサロンとで誤解が生じないようにすべきである。

<問題となる例>

消費者、エステティックサロンともに書面の紛失等により、契約締結内容等が確認できなくなるケースが見受けられる。

<基準例>

□概要書面(事前説明書)、契約書面、パンフレットなど消費者に渡したのに関して、交付を間違いなく行ったことを明確にするために、定型化された様式での書面(複写書面等)を作成し、消費者に交付して説明したことを記録として文書化し保管すること。

□中途解約における精算方法については、わかりやすく具体的な計算式等を記載した書面を作成し、契約締結時に消費者に交付して説明したことを記録として文書化し保管すること。

□中途解約の申し出があった場合は、速やかに処理し、記録として文書化し保管すること。

□クーリング・オフの申し出があった場合は、速やかに処理し、記録として文書化し

保管すること。

□クーリング・オフは消費者からの書面によることが原則であるが、電話でクーリング・オフを受ける場合は、エステティックサロンは、書面を発送する等消費者にクーリング・オフを受付けた旨を明確に伝えるとともに電話を受けた日時等を記録として文書化し保管すること。

□エステティックサロンがサービスの提供に際し購入する必要があるとする商品（特定商取引法施行令別表6第一号に規定する商品以外の商品であっても、エステティックサロンがサービスの提供に際し購入しなければならないとしている商品を含む。以下「関連商品等」という。）の中途解約時精算にかかわる引取基準を設定し、これを記載した書面を作成し、契約締結時に消費者に交付して説明したことを記録として文書化し保管すること。

□関連商品等以外の商品は、「サービスの提供に際して必ずしも購入する必要がない商品」であることを契約締結時まで説明し、その意味を明確に記載した書面を作成し、契約締結時に消費者に交付したことを記録として文書化し保管すること。

□関連商品等以外の商品についても、商品特性を考慮し、商品別に引取基準等を設定し、これを記載した書面を作成し、契約締結時に消費者に交付して説明したことを記録として文書化し保管すること。

②未成年契約について

<趣旨>

美容への関心が低年齢化することに伴い、未成年者の契約も増加傾向にある。未成年者は、知識や経験の不足から安易に契約してしまう場合もあり、エステティッ

クサロンは、未成年者と思われる者との契約にあたっては、年齢の確認を行い年齢詐称などに注意する必要がある。

<問題となる例>

- a. 未成年者が利用したいが故の年齢詐称を行う等の課題が存在する。
- b. 未成年者本人ないしは知人に書いてもらった親権者同意書を持参するケースが見受けられる。また、疑わしい同意書であっても、エステティックサロンは親権者に対して確認をしていないケースが見受けられる。
- c. エステティックサロンが年齢詐称を勧めるケース等も見受けられる。

<基準例>

未成年者契約においては、契約に際し、親権者の同席または親権者の同意書を必要とし、同意書持参の場合は親権者へ同意の確認を取り、記録として文書化し保管すること。

未成年者と思われる者との契約にあたっては、身分証明書等で年齢の確認を行い、記録として文書化し保管すること。

③契約金額について

<趣旨>

全体としては高額な契約であっても分割払いとすると支払えるような錯覚をして契約をしてしまう消費者がいることから、消費者の支払い能力に留意する必要がある。

<問題となる例>

- a. 収入(アルバイト収入等)が限られている消費者に対して、高額なコースを勧め、契約させているケースが見受けられる。
- b. 消費者の支払い能力を考えず、勧めやすい消費者に次々と契約を行うケースが見受けられる。

<基準例>

- 契約時には、支払い総額と支払い期間を消費者に告げて契約の意思を確認したことを記録として文書化し保管すること。
- 契約や商品の販売にあたっては、消費者の支払い能力を考慮した契約を行うこととし、支払い能力があると判断した理由を記録として文書化し保管すること。
- 一定期間(認証を行う第三者機関において定める)において同一の消費者と契約を行う場合には、それぞれの契約の金額、内容、締結日時が一覧できる形式で文書を作成し保管すること。

(3) 消費者相談窓口(担当者を含む。以下同じ。)の設置について

<趣旨>

適正な取引を行っていたとしても、消費者との間で苦情・相談が発生することは避けられない。

については、消費者との十分なコミュニケーションを確保するため、苦情等を受け止める消費者相談窓口を設け、その存在を明らかにし、円満な解決に努めることが必要である。

このように消費者との良好な関係を維持・発展させることにより、エステティックサロンの更なる健全なサービス提供に繋げていくことが可能となる。

<問題となる例>

消費者からの苦情申し出を受けながら、責任者が不在(または責任の所在が不明瞭)ということで対応しないケースが見受けられる。

<基準例>

- 消費者が容易に問い合わせ、相談ができる消費者相談窓口を設けていること。
- 消費者相談窓口の存在を消費者が容易にわかるように広く告知しておくこと。
- 契約内容となっているサービス、また接客等について消費者がどのように感じているかを定期的に確認し対処したことを記録として文書化し保管すること。
- 消費者からの問い合わせ、相談、苦情等については、対応に一貫性・公平性を確保するため、対応に関するマニュアルを作成・用意しておくこと。
- 消費者からの問い合わせ、相談、苦情等については、公平性を保ち、誠意を持って対応することとし、記録(原因、処理方法、改善策等を含む。)として文書化し保管すること。
- 消費者からの申し出に対処した結果が消費者にとって理解・納得できるものであったかを確認し、記録として文書化し保管すること。(※理解・納得をして頂けていない場合には、直ちに再度対応する。)
- 紛争となった場合、消費者がADR(Alternative Dispute Resolution:裁判外紛争解決手続)による紛争解決を望む場合は、エステティックサロンは、ADRにおいて解決に向けた話し合いに応じること。

(4)その他消費者の安心のために

① 教育について

<趣旨>

契約内容となっているサービス、内容が目的を実現するかどうかは、実際にサービスを受けないと分からないケースが多く見受けられる。従って、消費者へ適切なサービス提供を行うためには、エステティックサロン(事業者を含む。)自らが法令等を十分理解するとともに、エステティシャンに対して必要な教育を行う必要がある。

<問題となる例>

法令、エステティックに関する知識が不十分であったため、消費者からの解約や申し出・相談等に誤った対応をしてしまうケースが見受けられる。

<基準例>

□エステティックサロン(事業者を含む。)は、業務に関連する法令の知識を十分に理解するための教育機会等を持ち、その内容について記録として文書化し保管すること。

□エステティックサロン(事業者を含む。)は、エステティシャンに対し、業務に関連する法令の知識を学ぶ機会を提供するとともに、エステティックサービスを安全に提供するに当たり必要となる知識・技能等に係る教育を定期的に行い、記録として文書化し保管すること。

② 機器類及びサービスの安全について

<趣旨>

常に消費者の心身の安全を確保し、良質かつ適正なサービスを提供することを目的として、機器類及びサービスの安全に配慮する必要がある。

さらに、エステティックサロン内における施術その他に起因して発生した事故に対応する保険に加入することは、エステティックサロンの安全・安心を確保し、消費者の信頼性を向上する上で望ましいことである。

<問題となる例>

機器類の定期的な安全点検や始業時点検において、不十分と見受けられるケースがある。

<基準例>

-機器類の安全確認について-

- 機器類の使用にあたっては安全性を確認すること。
- 機器類の確認には確認項目が記載されている定型化された書式を作成の上、それを使用し事前に機器が安全に作動することを確認し、記録として文書化し保管すること。

-サービス上の安全確保について-

- サービスは必要な知識と技能を有したエステティシャンが行うこと。
- 消費者の安全を確保するため、消費者の体調(肌状況等)を確認したうえでサービスを行うか否かを判断するための基準・マニュアルを作成し、それに基づきサ

ービスを行っていること及び施術に使用したオイル、化粧品などを記録として文書化し保管すること。

③ 衛生管理について

<趣旨>

サービス提供において、施設、設備、器具、備品並びに従業員等の衛生管理を徹底する必要がある。

<問題となる例>

衛生管理は行っているが、記録を残していないケースが見受けられる。

(衛生管理の透明性・記録性を確保する。)

<基準例>

□サービスを提供する際に用いている機器、器具並びにエステティックサロンで業務に従事する者等について、衛生管理基準を作成し、その基準に従って衛生管理を行っていることを記録として文書化し保管すること。

(5)法令遵守について

エステティックサロンが認証を受けるためには、特定商取引法、個人情報保護法、不当景品類及び不当表示防止法、消費者契約法等を遵守していることは当然のことであるため、以下主に特定商取引法に関する項目例を示す(エステティックは特定商取引法の特定継続的役務である)。

ただし、認証基準を遵守しているか否かの判断と、特定商取引法等の関連法令を

遵守しているか否かの判断が同一である必要はなく、本認証基準を遵守しているか否かの判断に係る詳細な基準を別途整理する必要がある。

①特定商取引法

i) 書面交付(第42条)

<趣旨>

特定継続的役務提供契約は、①取引の対象である役務提供の内容を事前に確定することが難しいこと、②一定期間の継続的な役務提供に対する金銭の支払を約定するものであるなど、消費者にとって不確実性の高いものであり、契約締結に当たり消費者にその内容、条件、クーリング・オフ及び中途解約に係る事項等に関して十分な情報提供を行い、適正な情報に基づいた自由な意思決定を確保する必要がある。

<問題となる例>

概要書面を渡さずに、詳しいことは口頭で説明するからと言われ、いきなり契約事項について説明を始めるケースが見受けられる。

<基準例>

- 契約締結前に概要書面を契約締結時に契約書面をそれぞれ交付すること。
- 概要書面及び契約書面に、特定商取引法に規定する各項目を記載し、消費者に対し交付すること。
- エステティックサロンが予約キャンセル料等を設定している場合、概要書面、契約書面に明記しておくこと。

ii) 関連商品等の追加購入について

<趣旨>

特定継続的役務提供契約は、概要書面等に消費者が支払う金額の総額を記載することとしている。役務の提供中に追加で関連商品等を購入することが必要な場合も生じるが、交付書面の記載内容との相異については必ずしも修正されていないので特に注意する必要がある。

<問題となる例>

消費者が関連商品等と関連商品等以外の商品の違いを理解しないまま契約をしているケースが見受けられる。

既に特定継続的役務提供契約を締結している消費者へ、エステティックサロンが関連商品等を追加販売する場合に契約書面の修正等の措置を行わない、又は当初契約の内容が全く変わってしまっているようなものであるにもかかわらず新たな契約の締結として必要な行為(新たな書面交付など)を行わないケースが見受けられる。

<基準例>

□概要書面及び契約書面の中で役務の提供を受ける者が購入する必要のある商品については、商品名とともに関連商品等であることを明確にしておくこと。

□関連商品等を追加で販売する場合には、必要な部分を変更した契約書面を交付するか、又は新たな契約(役務提供及び追加購入の商品を含めた契約)を行うこと。

□関連商品等を追加で販売する場合には、特定継続的役務提供契約の残期間を適切に考慮(消費者が残期間内で使用できる数量等)して販売すること。

iii) 誇大広告等の禁止(第43条)

<趣旨>

広告は、エステティックサロン(事業者を含む。)が消費者に対して勧誘する際の主な手段となっており、かつ消費者は効果の発生または目的の実現を謳った広告をもって誘引されることが多いため、虚偽・誇大広告を禁止し、消費者トラブルの未然防止を図る必要がある。

<問題となる例>

- a. 特定の役務提供時において、数例得られた結果を、役務を受けるすべての人が同じ結果を得られるような広告表示が見受けられる。
- b. 数回の役務を受けるだけで、容易に誰もが短期間で著しい効果が得られ、その効果が持続するような広告表示が見受けられる。

<基準例>

□役務の効果について、合理的な根拠を示す資料提出や証明することができない効果についての広告表示を行わないこと。

□使用前、使用后並び比較写真でその有効性を表現する場合は、すべての利用者が同一の役務効果を得られるかのような表示はしないこと。

□料金を表示する場合、会員価格、ビジター価格、キャンペーン価格等を明確にし、誤解を生じないような表示になっていること。

□「著しく事実に相違する表示」や「実際のものより著しく優良であり、もしくは有利である」と人を誤認させるような表示」をしないこと。

□一度の役務で永続的な結果が得られるような表示をしないこと。

iv) 契約の勧誘等に関する禁止行為(第44条)

<趣旨>

強引な勧誘、虚偽の説明による勧誘等消費者の意思決定を歪めるような不当行為により消費者が適正な判断が出来ないまま契約してしまったり、また、同様な不当行為によりクーリング・オフの行使や中途解約が妨げられるという事態を防止する必要がある。

<問題となる例>

- a. 実際には、予約が取りにくい状況にありながら、「いつでも必ず希望の時間に予約が取れます。」などと言って契約するケースが見受けられる。
- b. 契約解除を申し出た時に「あなたの場合は特殊事情であり、解約はできないことになっている。」といった不実の説明を行い、契約解除を妨げるケースが見受けられる。

<基準例>

□契約をさせるため又は解約をさせないために、事実と違うことを言わないこと。

□契約の勧誘をする際に、消費者の不利益になることがある場合には、これを説明すること。

□契約をさせるため又は解約をさせないために、消費者を威迫(消費者が不安にな

るような行為)して困惑(とまどうこと)させることをしないこと。

□特約事項として「クーリング・オフはできない」等といった違法な内容が記載された書面を用意し、消費者に違法な内容に関する同意の署名・捺印をさせないこと。

v)書類の閲覧等(第45条)

<趣旨>

事業者の倒産等により、消費者が引き続き役務の提供が受けられなくなった場合において、既に払い込み済みの金銭の返還が一切受けられなくなるといった状況を予め回避するための手段として、事業者の財務状況等を把握できるように、業務及び財産の状況を記載した書面の作成と開示を義務付けるもの。

<問題となる例>

「決算期なので新しいものができたら見せることができる。」等として書面の閲覧を回避する例が見受けられる。

<基準例>

□ 貸借対照表、損益計算書及び営業報告書の財務及び業務の状況を記載した書類をエステティックサロンに備え付け、消費者の求めにより閲覧または写しを交付する用意ができていること。

vi)クーリング・オフ制度(第48条)

<趣旨>

消費者が契約内容を十分理解・検討せず、契約締結の意思が不安定なまま契約を締結し、後日トラブルを生じたり、思わぬ損失を被る場合が少なくない。このような弊害を除去するため、いわゆるクーリング・オフ制度、すなわち契約の締結後一定期間内は無条件で契約の解除を行うことができることとし、消費者に再考の機会を与えるもの。

<問題となる例>

消費者からのクーリング・オフの申し出を受け付けずに、クーリング・オフをしないよう説得するケースが見受けられる。

<基準例>

□クーリング・オフは、書面を発信したときに成立するものであるので、申し出があればただちに応じること。

□関連商品等のクーリング・オフを避けるために、関連商品等を関連商品等以外の商品として販売しないこと。

vii) 中途解約(第 49 条)

<趣旨>

契約期間が一定程度長期にわたるため、消費者に事情変更が生じ、引き続き役務の提供を受けることが困難となる状況が発生した場合、取引の対象である役務提供の内容を客観的に確定することが難しいこと、提供される役務の効果や目的の実現が不確実であること等から、消費者が期待した役務の提供または効果等が得られず、以後の役務提供を望まない場合等において、消費者が契約の解除を希

望してもエステティックサロン(事業者を含む。)が応じない等の問題が見受けられる。このような問題を解決するため、中途解約制度を設け、中途解約に伴いエステティックサロン(事業者を含む。)が請求し得る金額の上限を規定するもの。

<問題となる例>

- a. 事情変更(仕事を辞めた等)があり、解約を申し出たが、「支払いがすべて済んでいないので解約はできない。」として中途解約を受け付けないケースが見受けられる。
- b. 2年間コースが受けられると言われフリーパス(期間保証)の契約を行い、役務を受けた後、中途解約を申し出たが、中途解約をしても返金しない等とするケースが見受けられる。
- c. 解約事由を言わないと「解約できない。」とするケースが見受けられる。

<基準例>

中途解約は理由のいかんを問わずただちに応じること。

(解約理由を聞く場合は、解約を受付けてから消費者の同意を得て聞くこと。)

法令で定められている中途解約の申し出があれば速やかに処理すること。

中途解約において、提供された役務の対価に相当する額を精算する際には、契約締結時の単価を用いること。

②個人情報保護法

<趣旨>

役務提供にあたり、消費者の個人データを取扱うことになるので、消費者が安心

して役務を受けられるよう個人情報の管理には十分な配慮を行う必要がある。

<問題となる例>

消費者の役務記録を本人の同意を得ず、役務の成果として他の消費者に事例として紹介しているケースが見受けられる。

<基準例>

□個人情報管理責任者等を選任し、個人情報の取扱いに関する規程等を整備するなど、個人情報を安全に管理するための体制を整備すること。

□個人情報を取り扱うに当たっては、利用目的を特定し、ホームページや店内の見やすい場所に掲示するとともに、個人情報の取扱いに関する規程等を店内に備え付け、消費者の求めにより閲覧または写しを交付する用意が出来ていること。

□消費者本人からの求めに応じて保有個人データを開示、訂正、利用停止または抹消すること。

5. 認証スキームについて

- (1) 認証基準を守っているエステティックサロンは、申請により認証を取得することができるものとする。認証を取得したエステティックサロンには認証マークを付与することにより、エステティックサロンの差別化を図ることができるようにすることが考えられる。この場合には、第三者機関により、認証基準を遵守しているかどうか判断がなされることよって客観性、信頼性が高まると考えられる。なお、認証マークは、消費者がその意味が分かるように、何について認証しているのか、認証している範囲を明確にすることが必要である。

(2) ①審査の方法としては、事前審査が可能な全ての認証基準、例えば、基準例において「記録として文書化し保管すること。」とされているもの、相談窓口の設置、文書の記載内容などについては、第三者機関が認証に先立って事前に審査を行うことが必要である。この事前審査では、エステティックサロンの現場において実際に確認することが必要である。

さらに、認証した後は、エステティックサロンから根拠となる書類等を提出させ、又はエステティックサロンの現場において実際に確認すること等によって、認証基準を守っていることについて定期的・継続的に確認・是正することが望ましい。

②一方、基準例の「契約をさせるため又は解約をさせないために、事実と違うことを言わないこと。」など、認証基準に適合しているかどうか事前審査が困難なものについては、エステティックサロンは認証に先立ち事前にその認証基準を守ることについて、書面により表明をすることが必要である。その後、その表明が守られているかどうかについて第三者機関が定期的・継続的に確認・是正することが望ましい。さらに、認証後表明が守られているかどうか等を確認するため、第三者機関に、認証を取得したエステティックサロンの認証基準の遵守について、消費者から苦情相談を受ける体制を整備し、そこに寄せられる苦情相談を分析・整理することにより、表明が守られているか否か等を判断することが必要である。

③第三者機関は、認証を取得したエステティックサロンが認証基準を守ることができていないと判断した場合には、認証を取り消し、認証マークの使用を停止させることができることが必要であり、認証を取り消した場合にはその旨を公表する措置をとることが考えられる。

④なお、第三者機関は、認証するに際しては、エステティックサロンとの間で、その認証基準が守られているかを確認するために必要な調査ができること、認証マ

一が商品・サービスの質やエステティックサロンの経営内容を保証するものであるかのように消費者に誤解を与えないこと及び認証マークの使用停止措置を受けた場合には速やかにその使用を停止することを書面で合意しておくことにより、認証マークの信頼性を確保することが必要である。また、認証マークの冒用を防ぐため商標登録をすることが必要である。

⑤さらに、第三者機関は、エステティックサロンに認証を取り消し認証マークの使用を停止させる場合であって消費者被害の拡大防止の観点から必要と認めるときは、可能な範囲で第三者機関に寄せられた苦情相談に係る資料を添えて、特定商取引法第60条に基づく申出を行うことが有効である。

- (3) 認証機関は、第三者から見て信頼できる機関であることが求められる。認証基準を策定・公表することはもちろん、中立かつ公平で透明性のある組織であること、認証の付与、維持、拡大、一時停止及び取り消しに関し責任を持ち、その運用が恣意的にならないよう運用ガイドラインを設けることが必要である。また、認証の付与、停止等についての不服申立方法も整備しておくことが、制度の信頼性を高めるであろう。

さらに、今後、エステティックサロンの認証機関を認定する中立的な組織により、ISO/IECなどによる国際的なガイドラインの考え方に沿った認定を受けることにより、客観性や透明性のある第三者認証機関として信頼性を確保することが重要である。

〈参考〉

「エステティック産業の認証に関する研究会」

(1) 委員名簿

(敬称略・50音順)

◎は座長

【委員】

- 天辰 文夫 (日本エステティック連合エステティックサロン認定基準策定
委員会委員長、日本エステティック業協会副理事長)
- 鐘井 輝 (社団法人中小企業診断協会滋賀県支部長、中小企業診断士)
- ◎坂倉 省吾 (財団法人日本規格協会顧問、
早稲田大学アジア太平洋研究科 MOT コース客員教授)
- 高中 正彦 (弁護士)
- 田中 隆 (財団法人日本適合性認定協会システム認定部専門部長)
- 松本 正毅 (日本エステティック連合エステティシャン養成基準策定
委員会委員長、有限責任中間法人日本全身美容協会理事長)
- 丸山 絵美子 (筑波大学大学院ビジネス科学研究科助教授)
- 唯根 妙子 (社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会
常任理事・消費者相談室長)

【オブザーバー】

東京都生活文化局消費生活部取引指導課

(2) 研究会開催日

(1) 第1回 平成17年12月26日(月)

(2) 第2回 平成18年 4月21日(金)

(3) 第3回 平成18年 6月16日(金)

(4) 第4回 平成18年 7月 5日(水)