

前回の質問事項について

医政局総務課

1. PIO-NET（全国消費生活情報ネットワーク・システム）への相談件数の総数について

独立行政法人国民生活センターの発表（「2010年度のPIO-NETにみる消費生活相談の概要」（平成23年8月25日付け））によると、平成20年度以降の相談件数（架空請求以外の事項）については、年間約90万件前後で推移している。

今般の国民生活センターからの美容医療サービスに関する発表は、

- ・平成17年度以降、美容医療サービスに関する相談件数が増加していること（平成17年：432件→平成21年：746件）
- ・全国の地方消費生活センターにおいても対応に苦慮している事例であることといった背景の下に出されているとのこと。

2. 国民生活センターの発表（平成22年7月7日）中の相談事例の法的整理（医療法以外）について

(1) 重要事項について事実と異なることを告げて契約させたり、不適切な勧誘で契約をさせている

キャンペーン価格（施術）等の広告を見て、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、「切るだけなら6万円程度でできるが、元の状態に戻るのも無意味だ。レーザーで焼いてきれいにする」必要があるなどと不必要な高額な施術の契約をさせたり（事例2）、長時間勧誘したり（事例4）するケースが見受けられる。

○ これらの事例が、消費者契約法（平成12年法律第61号）第4条第1項に規定する、事業者から告げられた内容が事実であるとの誤認をした場合、又は第3項（勧誘をしている場所から当該消費者が退去する旨の意思を示したにもかかわらず、その場所から当該消費者を退去させない）に当たると判断されれば、消費者契約法に従い、消費者は契約を取り消すことが可能。

○ なお、これらの事例においては、販売意図を告げないで営業所に誘引されておらず、いずれも患者等が自ら医療機関に出向いた上で契約しているため、特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号）の対象（訪問販売など）の範囲外と考えられる。

(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

効果のみを告げ、副作用等について説明されていなかったり（事例1）、モニター料金で安くなると告げたが、保証サービスの対象にならないことについて契約前に説明がない（事例7）など、説明が不十分である事例がみられる。

- これらの事例が、消費者契約法第4条第2項（消費者の利益となる旨を告げ、消費者の不利益となる事実を故意に告げない）に当たると判断されれば、消費者は契約を取り消すことが可能。

(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。

（中略）

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。

- これらの事例が、不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号）第4条に規定する優良誤認や有利誤認を与える表示であると判断されれば、そうした表示の差し止め等が行われる場合がある。

(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。

- これらの事例が、不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号）第4条に規定する優良誤認や有利誤認を与える表示であると判断されれば、そうした表示の差し止め等が行われる場合がある。

(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。

- これらの事例のキャンセル料が、消費者契約法第9条第1号で規定する「契約の解除に伴い当該事業者が生ずべき平均的な損害の額を超えるもの」に当たると判断されれば、契約のその部分の条項は無効とすることが可能。

参照条文

消費者契約法（平成12年法律第61号）（抄）

（消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し）

第四条 消費者は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、当該消費者に対して次の各号に掲げる行為をしたことにより当該各号に定める誤認をし、それによって当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。

- 一 重要事項について事実と異なることを告げること。 当該告げられた内容が事実であるとの誤認
 - 二 物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものに関し、将来におけるその価額、将来において当該消費者が受け取るべき金額その他の将来における変動が不確実な事項につき断定的判断を提供すること。 当該提供された断定的判断の内容が確実であるとの誤認
- 2 消費者は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、当該消費者に対してある重要事項又は当該重要事項に関連する事項について当該消費者の利益となる旨を告げ、かつ、当該重要事項について当該消費者の不利益となる事実（当該告知により当該事実が存在しないと消費者が通常考えるべきものに限る。）を故意に告げなかったことにより、当該事実が存在しないとの誤認をし、それによって当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。ただし、当該事業者が当該消費者に対し当該事実を告げようとしたにもかかわらず、当該消費者がこれを拒んだときは、この限りでない。
- 3 消費者は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、当該消費者に対して次に掲げる行為をしたことにより困惑し、それによって当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。
- 一 当該事業者に対し、当該消費者が、その住居又はその業務を行っている場所から退去すべき旨の意思を示したにもかかわらず、それらの場所から退去しないこと。
 - 二 当該事業者が当該消費者契約の締結について勧誘をしている場所から当該消費者が退去する旨の意思を示したにもかかわらず、その場所から当該消費者を退去させないこと。
- 4 第一項第一号及び第二項の「重要事項」とは、消費者契約に係る次に掲げる事項であって消費者の当該消費者契約を締結するか否かについての判断に通常影響を及ぼすべきものをいう。
- 一 物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものの質、用途その他

の内容

二 物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものの対価その他の取引条件

5 第一項から第三項までの規定による消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消しは、これをもって善意の第三者に対抗することができない。

(消費者が支払う損害賠償の額を予定する条項等の無効)

第九条 次の各号に掲げる消費者契約の条項は、当該各号に定める部分について、無効とする。

一 当該消費者契約の解除に伴う損害賠償の額を予定し、又は違約金を定める条項であって、これらを合算した額が、当該条項において設定された解除の事由、時期等の区分に応じ、当該消費者契約と同種の消費者契約の解除に伴い当該事業者
に生ずべき平均的な損害の額を超えるもの 当該超える部分

二 当該消費者契約に基づき支払うべき金銭の全部又は一部を消費者が支払期日（支払回数が二以上である場合には、それぞれの支払期日。以下この号において同じ。）までに支払わない場合における損害賠償の額を予定し、又は違約金を定める条項であって、これらを合算した額が、支払期日の翌日からその支払をする日までの期間について、その日数に応じ、当該支払期日に支払うべき額から当該支払期日に支払うべき額のうち既に支払われた額を控除した額に年十四・六パーセントの割合を乗じて計算した額を超えるもの 当該超える部分

特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号）（抄）

(定義)

第二条 この章及び第五十八条の四第一項において「訪問販売」とは、次に掲げるものをいう。

一 販売業者又は役務の提供の事業を営む者（以下「役務提供事業者」という。）が営業所、代理店その他の主務省令で定める場所（以下「営業所等」という。）以外の場所において、売買契約の申込みを受け、若しくは売買契約を締結して行う商品若しくは指定権利の販売又は役務を有償で提供する契約（以下「役務提供契約」という。）の申込みを受け、若しくは役務提供契約を締結して行う役務の提供

二 販売業者又は役務提供事業者が、営業所等において、営業所等以外の場所において呼び止めて営業所等に同行させた者その他政令で定める方法により誘引した者（以下「特定顧客」という。）から売買契約の申込みを受け、若しくは特定顧客と売買契約を締結して行う商品若しくは指定権利の販売又は特定顧客から役務提供契約の申込みを受け、若しくは特定顧客と役務提供契約を締結して行う

役務の提供

- 2 この章及び第五十八条の五において「通信販売」とは、販売業者又は役務提供事業者が郵便その他の主務省令で定める方法（以下「郵便等」という。）により売買契約又は役務提供契約の申込みを受けて行う商品若しくは指定権利の販売又は役務の提供であつて電話勧誘販売に該当しないものをいう。
- 3 この章及び第五十八条の六第一項において「電話勧誘販売」とは、販売業者又は役務提供事業者が、電話をかけ又は政令で定める方法により電話をかけさせ、その電話において行う売買契約又は役務提供契約の締結についての勧誘（以下「電話勧誘行為」という。）により、その相手方（以下「電話勧誘顧客」という。）から当該売買契約の申込みを郵便等により受け、若しくは電話勧誘顧客と当該売買契約を郵便等により締結して行う商品若しくは指定権利の販売又は電話勧誘顧客から当該役務提供契約の申込みを郵便等により受け、若しくは電話勧誘顧客と当該役務提供契約を郵便等により締結して行う役務の提供をいう。
- 4 この章並びに第五十八条の五及び第六十七条第一項において「指定権利」とは、施設を利用し又は役務の提供を受ける権利のうち国民の日常生活に係る取引において販売されるものであつて政令で定めるものをいう。

不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号）（抄）

（不当な表示の禁止）

第四条 事業者は、自己の供給する商品又は役務の取引について、次の各号のいずれかに該当する表示をしてはならない。

- 一 商品又は役務の品質、規格その他の内容について、一般消費者に対し、実際のものよりも著しく優良であると示し、又は事実と相違して当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも著しく優良であると示す表示であつて、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められるもの
 - 二 商品又は役務の価格その他の取引条件について、実際のもの又は当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示であつて、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められるもの
 - 三 前二号に掲げるもののほか、商品又は役務の取引に関する事項について一般消費者に誤認されるおそれがある表示であつて、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認めて内閣総理大臣が指定するもの
- 2 内閣総理大臣は、事業者がした表示が前項第一号に該当するか否かを判断するた

め必要があると認めるときは、当該表示をした事業者に対し、期間を定めて、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができる。この場合において、当該事業者が当該資料を提出しないときは、第六条の規定の適用については、当該表示は同号に該当する表示とみなす。