

プレス発表

# エステティック産業の適正化に関する 報告書

—エステティックサロン認定制度とエステティシヤンの共通資格制度の  
整備に向けて—

平成15年6月

エステティック産業適正化研究会

はじめに

エステティック産業は、健康や美しさへの関心の高まりを背景として、多様なサービスを消費者に提供しニーズに応じていくことで、癒し系サービス業の中心的存在として、また、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、エステティックを巡っては、依然として多くの消費者トラブルが報告されており、エステティック産業全体の更なる発展のためには、契約取引や施術サービスについて消費者の信頼を得ることが不可欠である。

本研究会では、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定制度と施術サービスに携わる施術者（エステティシャン）の共通資格制度のあり方について検討を行った。本制度は、消費者に適正なサービスを提供するサロンを識別し選択する手がかりを提供するものであり、これが適正に構築・運営されることにより、消費者被害を未然に防止し、エステティック産業の健全な発展に大きく寄与するものと考えられる。

本報告書は、制度の基本的枠組みを示したものであり、これを具体化していくためには、未だ多くの検討すべき事項が残されている。本制度は、長年業界内でもその必要性が議論されてきた課題であり、今回の検討を契機として、エステティック業界自らが制度実現に向けて具体的な行動に着手することを期待したい。

## 1. エステティック産業の現状

### (1)市場規模

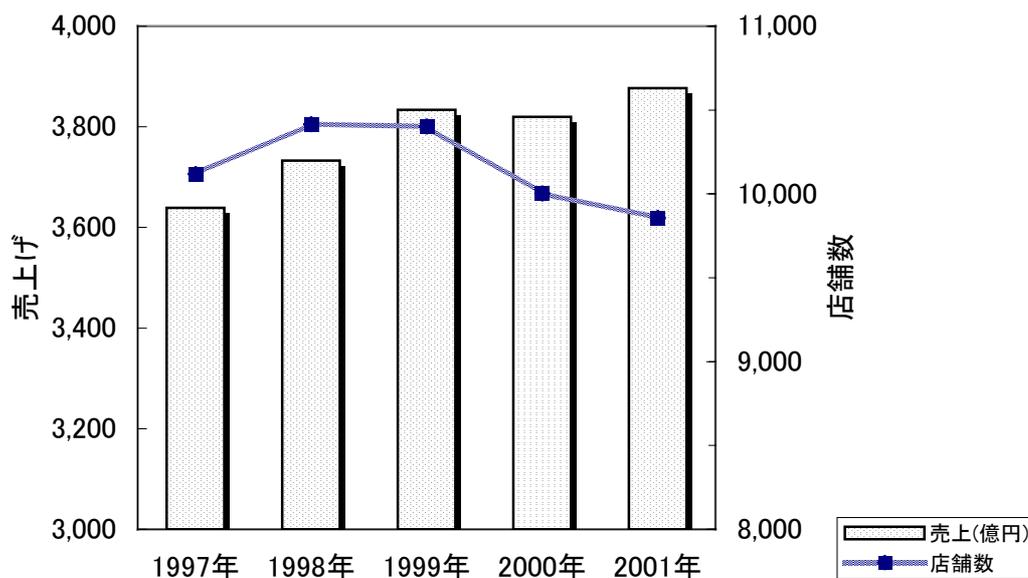
2001年度におけるエステティックサロンの店舗数は、約 9,857 店（対前年比 98.5%）、市場規模は約 3,877（対前年比 101.5%）億円と推計されている（「2002年エステティック・マーケティング総鑑」(株)矢野経済研究所（以下同じ））。

このうち、複数の都道府県に出店しているエステティックサロン

チェーンが店舗数で全体の 28.1%、売上で全体の 58.5%を占め、同一県内で複数店舗を有するエステティックサロンチェーンは店舗構成比で 17.2%、売上構成比で 11.5%、地元単独店が店舗構成比 54.6%、売上構成比 30.0%となっている。

施術別売上構成比では、美顔が市場規模全体の約 33% (約 1,295 億円)、ボディ・痩身が 25% (約 952 億円)、脱毛が 13% (約 507 億円)、物販が 26% (約 1,025 億円) になっており、前年比では美顔、ボディ・痩身、脱毛ともに前年比を下回っているが、物販売上は約 3%伸びている。

図－1：「エステティック市場規模と店舗数の推移」



(出所：「2002年エステティック・マーケティング総鑑」矢野経済研究所)

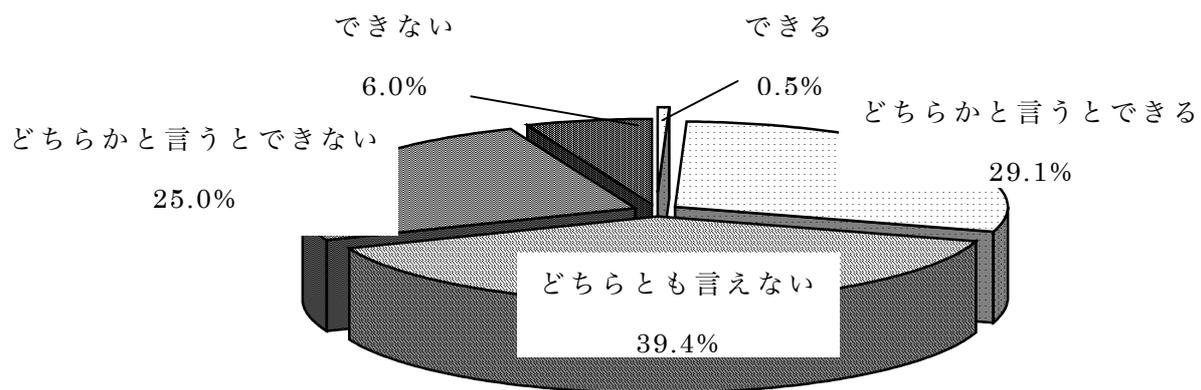
## (2)消費者からの苦情・相談

平成 11 年(1999 年)10 月 22 日に改正訪問販売法(平成 13 年 6 月 1 日、特定商取引法に改正)が施行され、特定継続的役務としてエステティックに消費者と事業者の契約ルールが導入された。

法施行後、一部の大手事業者の法的整理手続きなどを原因とする消

費者からの相談機関への相談事例の急増といった現象もみられたものの、ここ数年の苦情・相談件数は、漸減する傾向にある。しかしながら、その件数自体は依然として高い水準にあり、消費者からの信頼感を勝ち得ているとは言い難い状況にある。

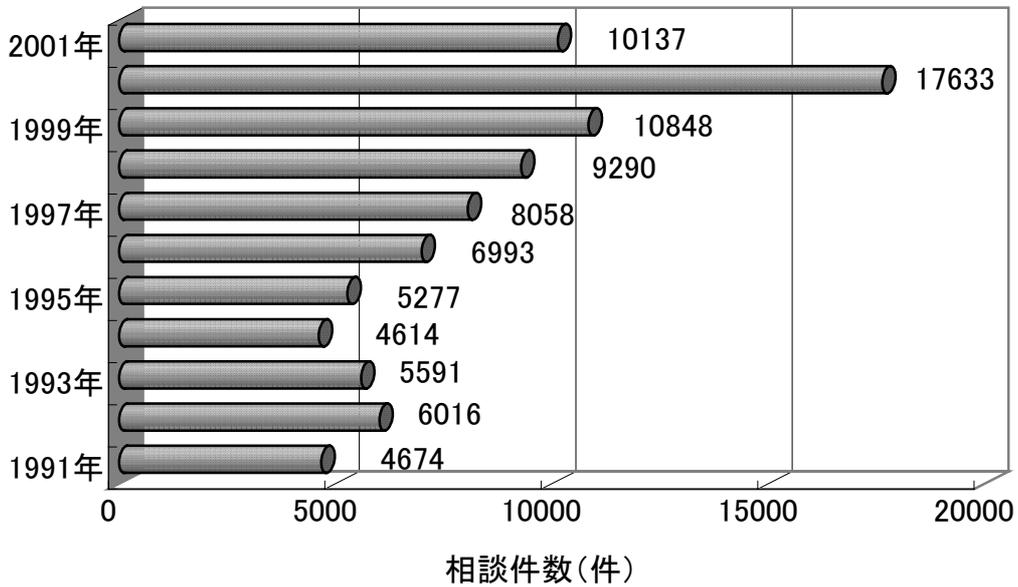
図一 2 : 「あなたはエステティックサロンを信頼できますか」



(出所：「わが国エステティック業における経営環境整備に関する調査」(2000年3月) 経済産業省)

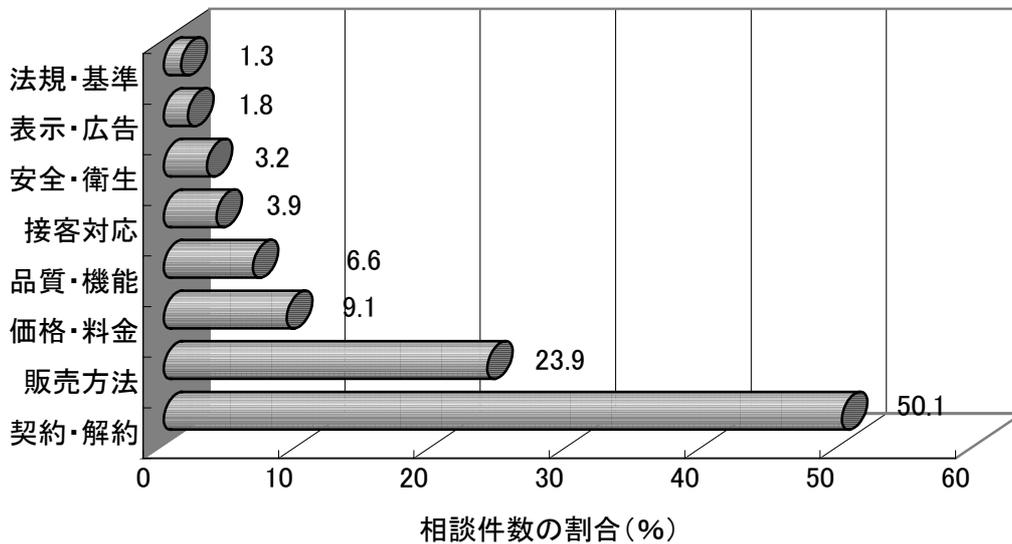
また、ここ数年、エステティックサロンのサービスとして安全性に疑念がもたれるような施術サービスも見受けられており、相談機関には、消費者からの身体への危害に関する相談事例も年間500件近く報告されている。

図－３：「エステティックに関する相談件数の推移」



(出所：国民生活センター・資料)

図－４：「エステティックにおける項目別相談件数（2001年）」



(出所：国民生活センター・資料)

(注) ①品質・機能・役務品質：商品の品質、機能・性能、故障、不具合、使い勝手等および役務の内容・水準等に関する相談。

②価格・料金：商品の価格および利用料、使用料等役務の対価に関する相談。

③表示・広告：商品・役務の内容、取引条件および取引に関するその他の事項につい

- て事業者が行う表示、広告、マーク等の相談。
- ④販売方法：購入したか否かに関係なく、販売形態、販売の手口、セールストーク等のいずれかひとつでも問題がある相談。
  - ⑤契約・解約：法律行為としての契約に関する相談および解約に関する相談。ただし取引自体以外の品質等に問題があり、それを理由に解約したいという相談を除く。

### (3) エステティック業界団体

わが国のエステティック業界には、現在、エステティックの施術の安全性についての調査研究を目的とする公益法人があるほか、任意の団体が多数ある。こうした中、一定の組織規模を有する団体間相互の連携組織である日本エステティック連合では、「エステティック業界における事業活動の適正化に関する自主基準」（平成12年）、「エステティック業界統一教育カリキュラム」（平成14年）を作成するなど、業界の適正化に向けて各種の取り組みを行っている。

（注）日本エステティック連合の構成団体

日本エステティック協会、日本エステティック業協会、日本全身美容協会、全日本全身美容業協同組合、日本脱毛技術研究学会、日本美容電気脱毛協会、日本エステティック工業会。

しかしながら、日本エステティック連合に参画する団体の事業者、施術者、エステティックサロンの加入の割合は、必ずしも高い組織率ではなく、日本エステティック連合全体で、全サロン数の3割程度であるとみられている。

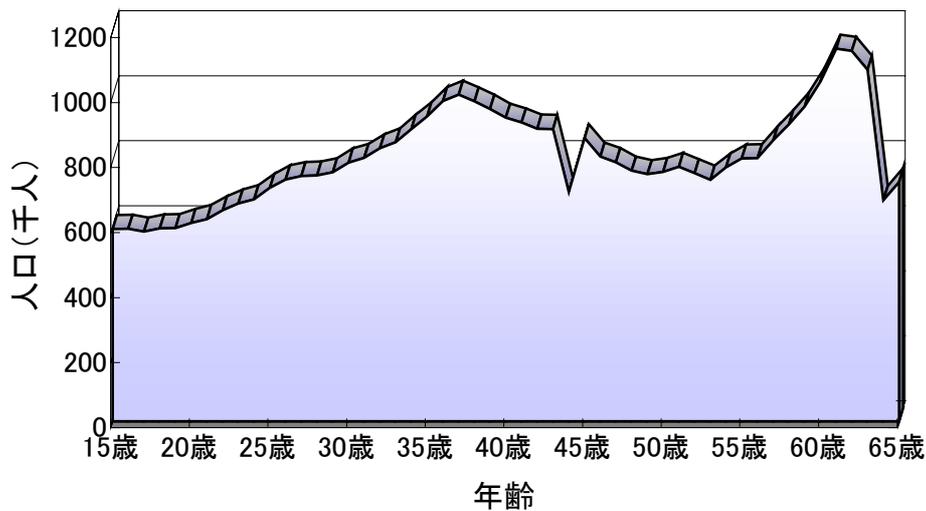
## 2. エステティック産業発展に向けての課題

エステティックは、いわゆる「癒し系サービス」としてその成長が期待されているが、わが国の人口構成と顧客層の関係をみてもその事実が裏付けられる。

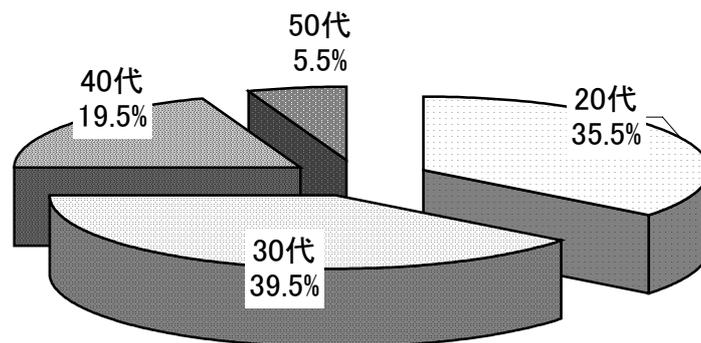
2010年の女性人口構成をみると、60歳前後の年齢に達するいわゆる団塊の世代と、30代になったその世代の子供たち（子団塊世代）の人口構成比が突出している。

現在、エステティックサロンの中心的な顧客は 20～30 代であり、この傾向が続けば、エステティック産業の市場規模は確実に拡大することが見込まれる。

図－5：「2010年の女性人口構成」



図－6：「年代別エステティック利用比率」

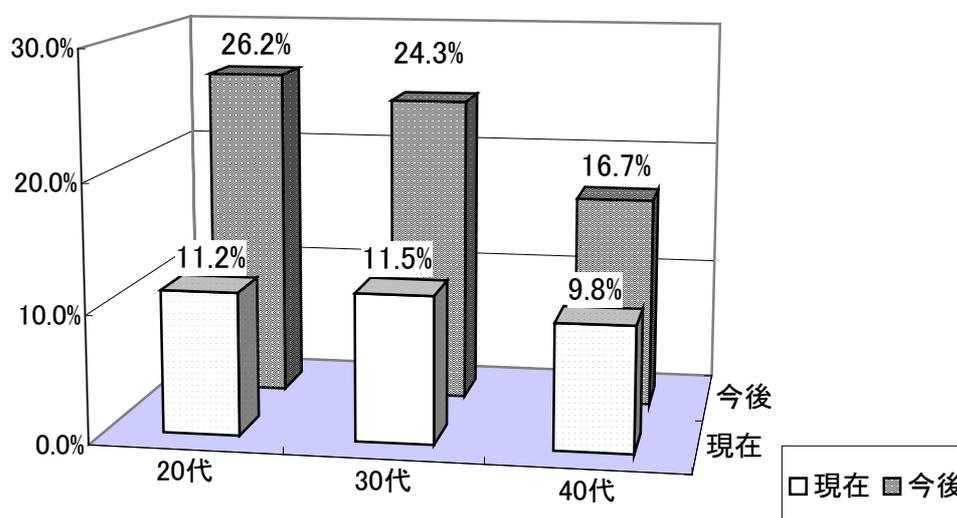


(出所：「わが国エステティック業における経営環境整備に関する調査」(2000年3月) 経済産業省)

また、近年、高齢者の意識、行動は大きく変化しており、60歳代を迎える団塊の世代もエステティックサロンの新たな顧客層として期待されている。メンズエステティックも今後の拡大が見込まれる市場であり、5年後には市場全体の1割を占めるとの市場予測もある

更に、女性のエステティックの利用状況と今後の利用意識をみると、各年代とも、現在の利用者数を大きく上回る潜在的利用者層が存在しており、産業としての成長ポテンシャルは大きいものと考えられる。

図一七：「女性のエステティック利用状況と今後の利用意識」



(出所：「わが国エステティック業における経営環境整備に関する調査」(2000年3月) 経済産業省)

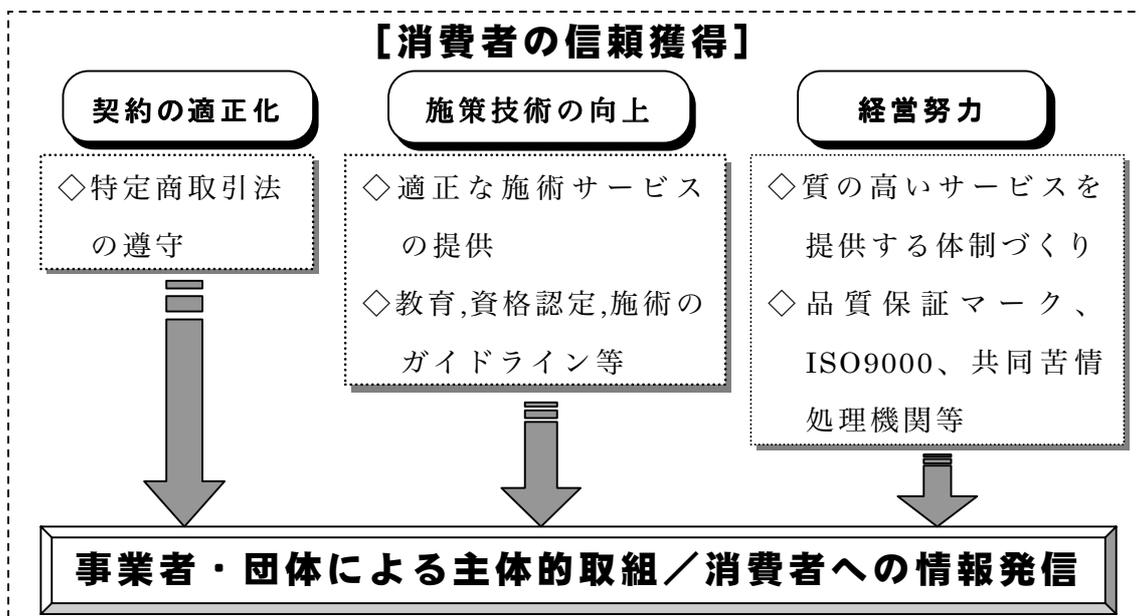
今後、エステティック産業が健全に発展していくためには、消費者の信頼を獲得することが不可欠であり、そのためには、消費者との契約ルールの適正化、適正な施術サービスの提供、質の高いサービスを提供するための経営体制づくりを実現することが必要である。

契約ルールの適正化については、特定商取引法が規定する消費者との契約ルールを遵守し、消費者と事業者との契約や販売方法にまつわるトラブルを解消していくことが必要である。また、適正な施術サービスについては、エステティシヤンの資質の向上、技術・技能の向上

のための条件を整備していくことが必要である。エステティックの先進国の教育訓練や養成制度なども参考としつつ、適正なサービスを提供できる施術者を育成することが将来の産業の発展につながるものと考えられる。

更に、消費者の安心できる質の高いサービスを提供していく体制を整備するため、業界全体でサービス内容のガイドラインの策定やサービスの内容を保証する仕組み、苦情処理を行う機関の設立などに取り組むことが重要である。

図－８：「消費者の信頼を高めるための業界の主体的取り組み」



### 3. サロン認定制度及び共通資格制度のあり方について

#### (1)消費者が適正にサロンを選択できる仕組みづくり

サロンと消費者との間での各種トラブルを解消していくためには、消費者が適正なエステティックサロンを選択できるシステムを構築することが有効である。現状では、消費者が事前にサロンの「質」を推し量り、判断することは難しく、実際にサロンに行きサービスを受けてみないとその善し悪しの判断ができない。このことがエステティックサロンに対する潜在需要が実際の需要に結びついていない理由の一つとも考えられる。

特にエステティックサロンについては、不明瞭な料金システム、強引な勧誘や強引な販売方法、施術の安全面や本当に説明のとおり効果があるのかどうかといった点について不信感や疑問を持っている消費者が少なくない。こうした不信感や疑問を払拭するためには、消費者が安心して通えるサロン、安全な施術サービスを受けられる施術者のいるサロンを、消費者が識別できる仕組みが必要である。

業界全体の水準からみて、「適正なサロン」と「それ以外のサロン」とを差別化することにより、消費者トラブルが未然に防止され、エステティックサロンの社会的な信頼性も飛躍的に向上することが期待される。

#### (2)サロン認定の基準について

サロン認定は、消費者が契約面・施術面で安心してサービスを受けられるサロンであることの「目印」であることから、その認定基準としては、当面、次のような条件が考えられる。

##### ① 認定されたエステティシャンが一定数以上在籍していること

サロンにおけるサービスの質を確保していくためには、施術をするエステティシャンの施術レベルを一定水準以上に保つことが必要である。すべてのエステティシャンが認定を受けることが望ましいが、実際にどの程度の認定者の在籍を求めるかについては、業界の実態等を勘案しながら引き続き検討すべきである。

## ② 特定商取引法に適合した契約書を採用していること

法律に適合した契約書としては、既に、「標準契約書（エステティックサービス契約書）」が普及しているが、一部のサロンでは、独自の契約書を用いており、消費者とのトラブルが顕在化しない場合、当該契約書が法令に適合した内容であるかどうかを指摘することは容易ではない。

こうしたサロンにおいても法令に適合した契約書（契約条項）の普及を徹底する必要がある（標準契約書には、消費者の権利（クーリング・オフ、中途解約の条件など）が明記されており、消費者とのトラブルを解消するための基本的な条件となるものである）。

なお、業界で自主的なルールとして普及が図られてきた「業界自主基準」（平成12年制定）の遵守についてもサロン認定の条件とすることがどうか検討していくことが必要である。

## ③ 医師との提携

エステティックサロンにおける施術により危害を受けたとされる事例が少なからず見受けられる現状からは、施術による身体への損傷を医療面でフォローできるしくみが重要である。ただし、サロンには様々な形態があるため、その対象を身体への危害の可能性の高い営業を実施しているサロンに限定することを含め、業態に応じた条件とすることも検討すべきである。

上述の条件のほかにも、適正な業界団体への加入を要件とすることや販売方法の要件、施設・設備の要件等についても検討すべきである。

## (3) 共通資格制度について

サロンの質は施術者の質である。施術という技術サービスを提供することで成立するビジネスであることを考えれば、サロンの善し悪しを判断するための重要な要素は、施術サービスの質をどのように確保していくかということである。その質を保証するためにも、共通的な技術・技能の資格制度の運用が望ましい。

当面の現実的な方策としては、各種の団体が現在運用している養成、認定制度も踏まえつつ、共通的な制度の母体となり得るような新しい制度を念頭において、既存の制度の内容や実態を検証し、教育、養成の仕組みとして一定水準にあると判断されるものを業全体の共通的な施術の資格制度とするというしくみが考えられる。

この場合、現職者（すでにエステティックサロンの現場でエステティシャンとして活躍している人）の技量や知識レベルをどのように評価することが必要かについて検討する必要がある。

また、エステティシャンとして業界に就職しようとする新卒者等に向けた共通的な施術の資格制度の検討に当たっては、次のような観点が必要である。

ア. 施術分野別の資格制度の確立（フェイシャル分野、ボディ分野、脱毛の施術、総合的な施術保有者）

現在、サロンで提供されるサービスは多様化しており、個別分野ごとに専門的知識を有するプロフェッショナルの育成が必要である。このため、各施術分野の水準を認定する仕組みを制度化するとともに、教育、養成の方法、内容を一体的に見直す。

イ. 教育機関の認定と養成カリキュラム

現在は、教育機関ごとに教育内容に差異があるが、施設内の設備の基準やモデル的な教育内容を定め、基準を充たす場合に適正な教育養成機関であることの認定を行うことが必要である。

ウ. 養成機関の講師の認定、講師養成コースのカリキュラム

人材育成に当たる指導者・教育者の資質の向上を図るため、養成機関の講師の認定、講師養成コースのカリキュラムを策定することが必要である。

エ. 必須教育項目についての外部講師の活用

消費者と事業者との間で生じるトラブルを解消していくためには、従来の教育内容に加え、エステティックがかかわる各種の関連法令や施術に関する専門的な教育内容について、業界の内外の有識者、専門職を機動的に招聘し、カリキュラムを充実していく

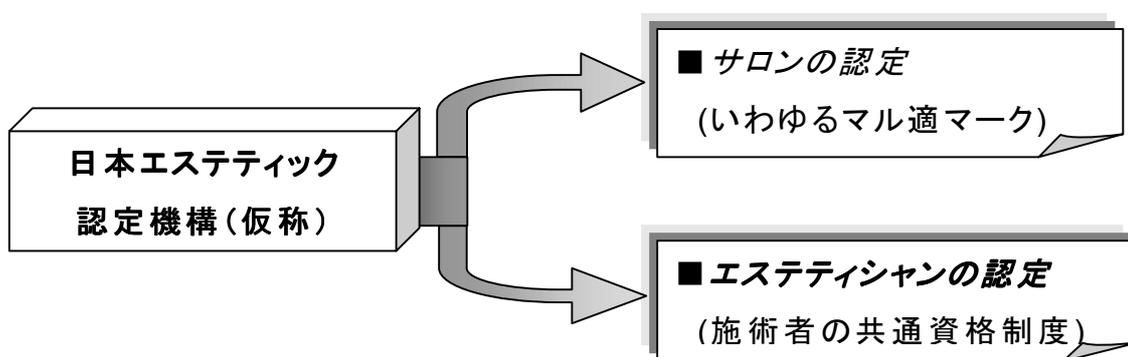
ことも重要である。

#### (4) サロン認定制度、エステティシヤンの共通資格制度の実施組織

サロンの認定及びエステティシヤンの資格を資格する組織について、認定の中立性・公正性を維持し、消費者の信頼を得るためには、業界関係者が直接の当事者とならないような中立的な組織が行うことが適当である。

また、社会的信用を伴う制度を運用する主体として、法人格を有する組織とすることが適当である。ただし、当該組織とエステティック業界との連携は不可欠であることから、定期的に情報交換の場を設けるなどにより、業の実態を踏まえた制度の運用が図られるよう留意すべきである。

図－9：「サロン認定、施術者共通資格制度の基本イメージ」



#### 4. 制度化に向けた作業と実施に向けたタイムスケジュール

サロン認定制度及び共通資格制度を構築するためには、制度の要ともいえる認定組織の設立準備を進めることが喫緊の課題である。その際に、どのような性格の団体（法人格）とするのか、事業運営資金をどうするのか、団体の構成メンバーをどうするのかなど、多くの検討すべき事項がある。

また、サロンの認定基準の具体的内容、共通資格制度（新卒者対象）の基本設計、現職者に対する経過措置など、組織の設立準備と一

体化した準備作業も必要となるものと考えられる。

これら一連の作業に当たっては、業界内外から参画を得た有識者から構成するワーキンググループや当事者である業界自身による準備委員会などを早急に発足させ、精力的に作業が進められることが必要である。

具体的スケジュールとしては、来年4月にも新組織を発足させ、その後現職者及び新卒者に対する教育・認定を行った上で、2006年を目途にサロンの認定制度のスタートを目指して作業が進められることを期待する。

## エステティック産業の適性化に関する調査検討会

### (1) 検討メンバー

座長	東京大学 名誉教授	石橋康正
	信州大学 経済学部教授	樋口一清
	日本経済新聞社 編集局 生活情報部長	岩田三代
	財団法人 日本消費者協会 理事	山田英郎
	日本エステティック業協会 理事長	井上宏之
	日本エステティック協会 理事長	小守谷巽
	日本全身美容協会 理事長	松本正毅
	(日本エステティック連合教育基準策定委員長)	
	有限会社 エステティック・ナビゲーションズ	
	代表取締役	渡邊邦雄
	経済産業省商務情報政策局サービス産業課長	熊谷敬
	経済産業省商務情報政策局サービス産業課	
	課長補佐	大原晃洋
	調査係長	森田香容子

### (2) 検討経緯

第1回	平成14年12月19日(木)	14:30-16:30
第2回	平成15年1月22日(水)	16:00-18:00
第3回	平成15年2月21日(金)	14:00-16:00
第4回	平成15年3月26日(水)	14:00-16:00