

美容業の苦情対応の手引き

(財)全国生活衛生営業指導センター

はじめに

本苦情対応の手引きは、平成8年に消費者対応円滑化推進事業として、生活衛生業界のうち美容業に携わる方々に対し作成した「苦情処理マニュアル」を全面的に改訂を行ったものです。

初版作成から8年が経過いたしました。その間我が国においては生活様式も多様化し、消費者意識も、生活衛生関係営業の社会・経済環境も大きく変化してきております。特に美容業に対する消費者の要望等業務範囲もかつてないほど大きな広がりを見せています。

消費者擁護の観点等から生活衛生業界に係る主な法律の施行等をみても、消費者保護基本法の大幅な改正（法律名も「消費者基本法」に変更）、消費税法の改正、消費者契約法、健康増進法、身体障害者補助犬法、個人情報保護法等施行されました。

日本工業規格では、企業や団体等の組織が、消費者の満足度を高めるために、消費者の苦情に対して、適切かつ迅速に対応するために不可欠な要件を、「苦情対応マネジメントシステムの指針」として策定しています。

指針は、消費者からの相談・苦情に対する円滑な活動が組織全体に良い影響を与え、組織経営の質の向上に寄与し、組織全体が消費経済社会の発展・向上に貢献するための基本的な要件であると述べています。

消費者と組織が相互の立場を尊重し、組織の利益、消費者の満足度を高める経営が求められ、苦情を組織全体として、真摯に受けとめて問題解決に努めることが、強く要請されております。

当全国生活衛生営業指導センターでは、このような近年の社会情勢を踏まえ、生活衛生業界の経営に少しでも資することができればと今回改訂いたしました。

改訂に当たっては、社団法人全国消費生活相談員協会の相談員の皆様に最新事例の収集をお願いし、これをいろいろな角度から分析し、事例では、問題点と望まれる対応、併せて法的な解説等も参考として記載いたしました。

本手引きが、一つのモデルとして生活衛生営業の第一線でご活用いただければ幸いです。

最後に、ご協力いただきました改訂委員会の各委員はじめ、関係者及び取りまとめにご尽力いただきました社団法人全国消費生活相談員協会に厚く御礼申し上げます。

平成17年3月

財団法人 全国生活衛生営業指導センター
理 事 長 山 下 眞 臣

目 次

1 . 法令遵守と顧客満足は営業の基本姿勢	1
2 . 日常の品質管理システムの構築	3
3 . 苦情対応システムの構築	4
苦情対応カードと記入例	6
4 . 苦情事例から学ぶ	7
(1) 安全・衛生・品質・機能編	7
事例 1 臭いが強い肩掛けケープやタオル	7
事例 2 顔が腫れた天然染料のヘナ	8
事例 3 まぶたが腫れたまつ毛パーマ	9
事例 4 ドライヤーでヤケド	10
事例 5 パーマ液でブラウスの襟が脱色	11
事例 6 傷つけられた眉毛の調整	12
事例 7 希望どおりに仕上がらなかったヘアスタイル	13
事例 8 イメージが違った成人式の着付けとヘアメイク	14
(2) 価格・料金編	15
事例 9 総額表示にともなう便乗値上げ	15
事例 10 予約時の説明と違った料金	16
事例 11 割引料金が不明瞭	17
事例 12 クレジットカード利用手数料の請求	18
(3) 表示・広告編	19
事例 13 店内に価格表示が無い美容室	19
事例 14 チラシの料金どおりでなかった美容室	20
事例 15 説明不十分の美容室のフリーパス券	21
事例 16 完全予約制なのに待たされた美容室	22
(4) 販売方法、契約・解約編	23
事例 17 思ったより高額だった未成年の子供のヘアカラー	23
事例 18 キャンセル料を請求された美容室	24
事例 19 解約も返金も拒否された美容室の着付け	25
事例 20 次々に商品を勧められた美容室	26
事例 21 個人情報流出が心配なカルテ	27
事例 22 遠方を理由に断られた出張美容サービス	28
(5) 接客・対応編	29
事例 23 美容室で預けて紛失されたピアス	29
事例 24 髪飾りを紛失され買わされた美容室	30
事例 25 美容室前に置いて盗難にあった自転車	31
事例 26 盲導犬を連れて行ったら入店拒否	32
(6) 施設・設備編	33
事例 27 美容室の看板に触れてヤケド	33

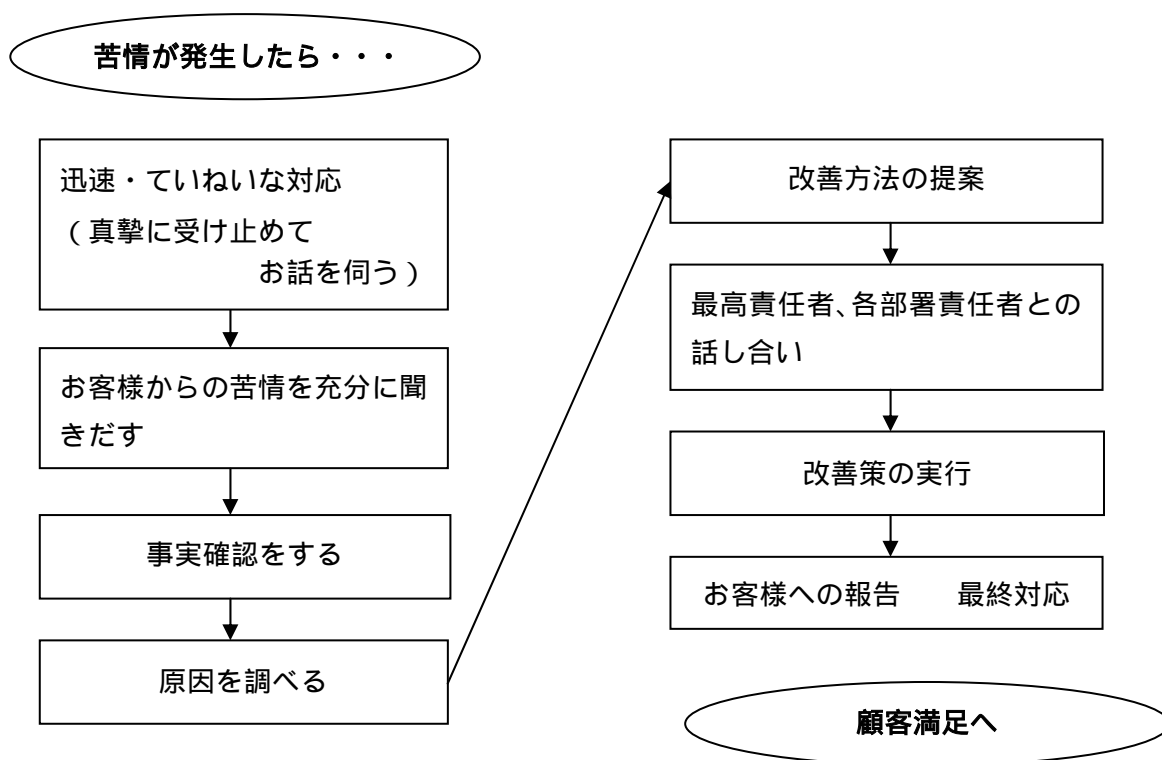
事例 2 8	床に落ちた髪の毛ですべて転倒	34
事例 2 9	シャンプー中に気分が悪くなった	35
事例 3 0	車椅子で利用したい美容室	36
事例 3 1	換気が不十分で気分が悪くなった美容室	37
事例 3 2	シンナー臭くて気分が悪くなったオープン間もない美容室	38
事例 3 3	専用駐車場でいたずらされた自動車	39
5	トピックス	40
(1)	消費者基本法(旧消費者保護基本法)	40
(2)	個人情報の保護に関する法律(個人情報保護法)	41
(3)	インターネット対策	42
(4)	美容室を取り巻く諸事情	43
(5)	「まつ毛パーマ」について	44
6	美容業・理容業に係る判例	45
(1)	理容店主と訪問販売事業者との電話機の売買契約に クーリング・オフを認めた	45
(2)	事業者間取引でも消火器薬剤詰替えにクーリング・オフを認めた	45
(3)	社交ダンス教室内のレッスン音楽利用は著作権侵害と認めた	45
7	関連法規等	46
(1)	美容師法	46
(2)	身体障害者補助犬法	46
(3)	高齢者、身体障害者等が円滑に利用できる特定建築物の建築の促進に 関する法律(ハートビル法)	47
(4)	製造物責任法(PL法)	47
(5)	消費税法	47
(6)	著作権法	48
(7)	健康増進法	48
(8)	消費者契約法	48
(9)	不当景品類及び不当表示防止法(景品表示法)	49
(10)	電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法特例措置法 (電子契約法)	49
(11)	美容所賠償責任補償制度	50
(12)	理容所及び美容所における衛生管理要領について	50
	苦情対応カード(様式)	52
	全日本美容業生活衛生同業組合連合会からのメッセージ	53
	索引	54

1. 法令遵守と顧客満足は営業の基本姿勢

(1) 苦情対応で顧客満足

ファッションの多様化、高度化にともない、美容業においては、お客様からさまざまな苦情が寄せられています。対応が悪い、値段が高い、イメージと違うなどのように、店の安全・衛生状態や技術、サービスなどお客様がお店に求めている期待が大きければ大きいほど現実との落差が苦情となって表れます。その対応をする際に心の中で、「何を言っているんだ」「面倒だ、早く帰ってくれ」などと考えながら、義理的に頭を下げているようなことも実は多いのではないのでしょうか。

しかし、苦情を言わないお客様は二度とその店を訪れないばかりか、友人たちにあの店はひどいと触れ回っているかもしれません。直接苦情を申し出てくださるほうが、お客様の不満の内容がはっきりとわかり、適切な対応をすることができ、ひいきのお客様になっていただける可能性が高いのです。このように苦情は店にとって経営上の足りない点を知ることができる貴重な情報源ですので、円満解決に努めるとともに、経営にフィードバックして苦情原因の追求、排除、再発防止に努め、顧客満足につなげることが必要です。



(2) 安全・衛生対策は美容業の基本

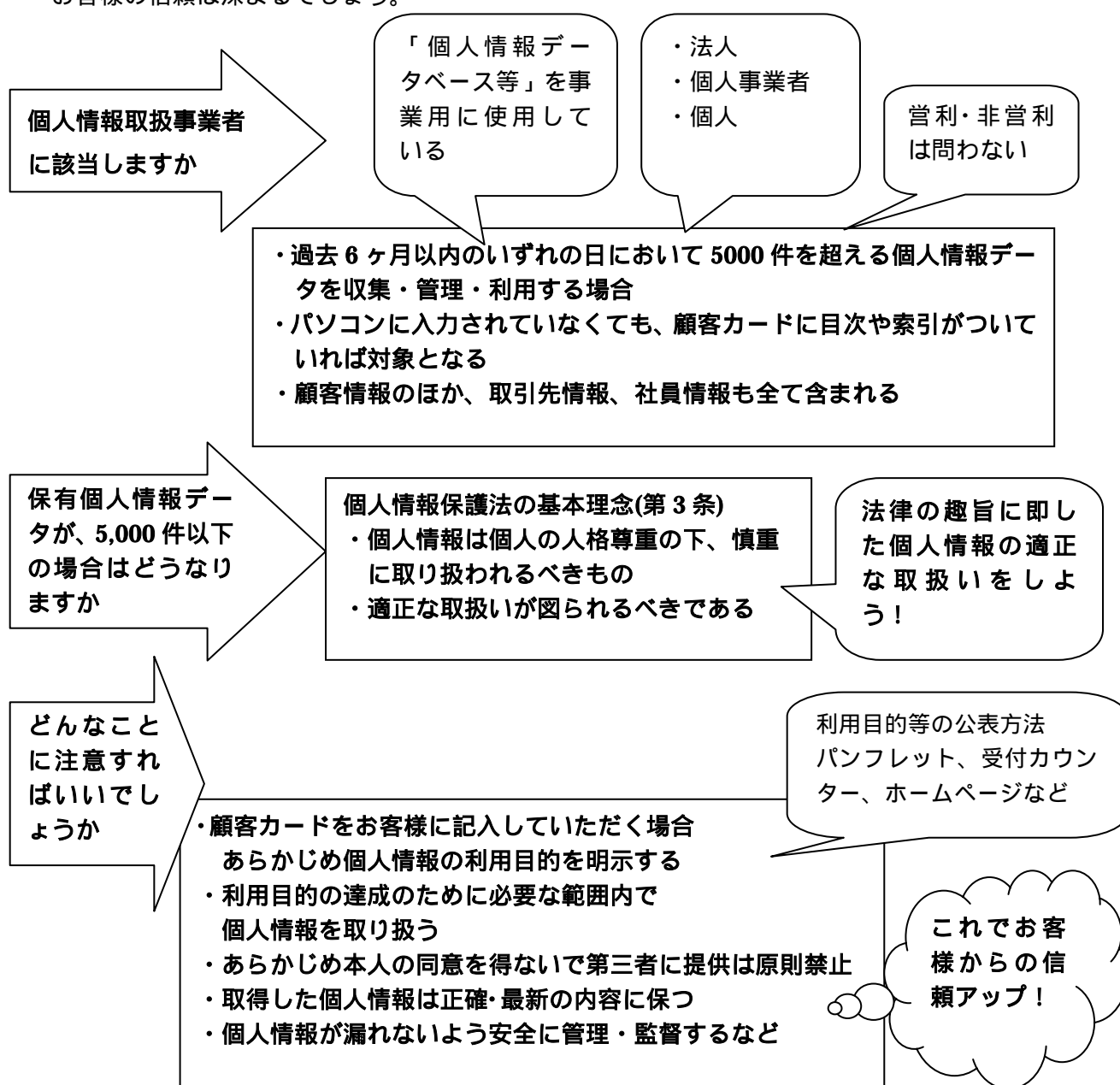
美容業は不特定多数のお客様に直接手を触れて行う業務のため、美容室が伝染性疾病等の媒体にならないよう、衛生措置に関する法的規制を受けており、また、ハサミやレーザーなどの鋭利な刃物や、パーマ液や染毛剤などを扱う業務のため美容師には心身ともに健全でなければならないという規制も設けられている特別なサービス業です。

昨今のエイズやB型肝炎など感染症に対する関心の高まりからも、お客様の皮膚に接して使用する器具類の消毒の徹底やタオル類の保管といった安全・衛生に細心の注意を払い、お客様が安心してご来店いただけるようにしましょう。

(3) 法令遵守(コンプライアンス)

美容師法だけでなく、企業倫理も含めて、法令などのルールを守り健全なビジネスをする姿勢が問われています。取引先との関係、衛生管理、廃棄物処理、環境問題、個人情報保護など営業に関するあらゆる分野で法令遵守の活動を行うよう、全員に徹底させることが重要です。

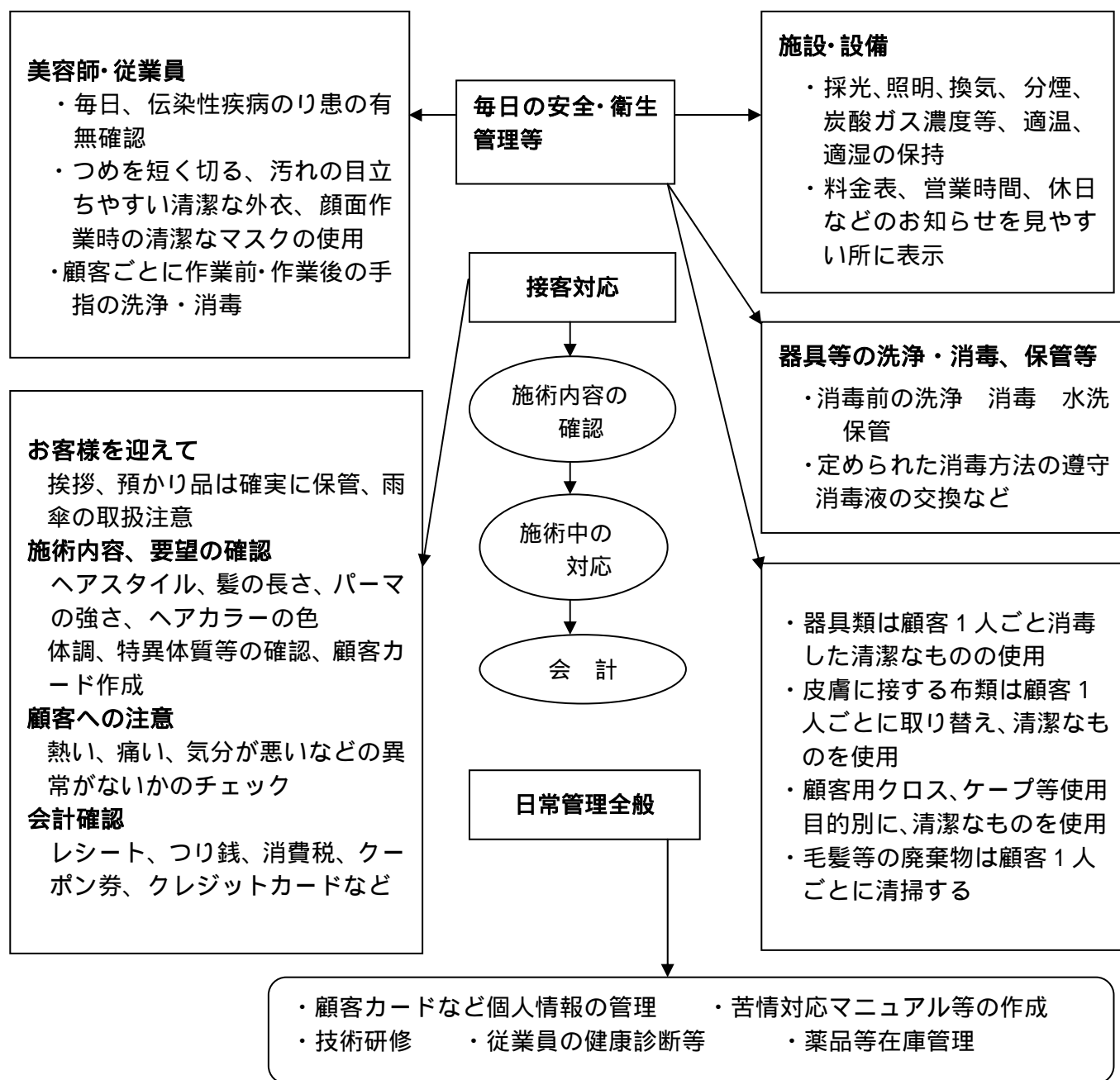
特に平成17年4月1日より個人情報保護法が全面的に施行されます。この法律は高度に進展した通信社会において個人情報の利用が著しく拡大しているため、個人情報の有用性に配慮しつつ、一方で個人の権利権益を保護することを目的としています。個人情報データベース等が5000件以下で「個人情報取扱事業者の義務」が適用されない場合でも、個人情報は個人の人格尊重の下、慎重に取り扱われるべきとの基本理念(第3条)は全ての事業者にも適用されます。顧客カード等の作成時には利用目的を明示するなど積極的に行うことで、お客様の信頼は深まるでしょう。



2. 日常の品質管理システムの構築

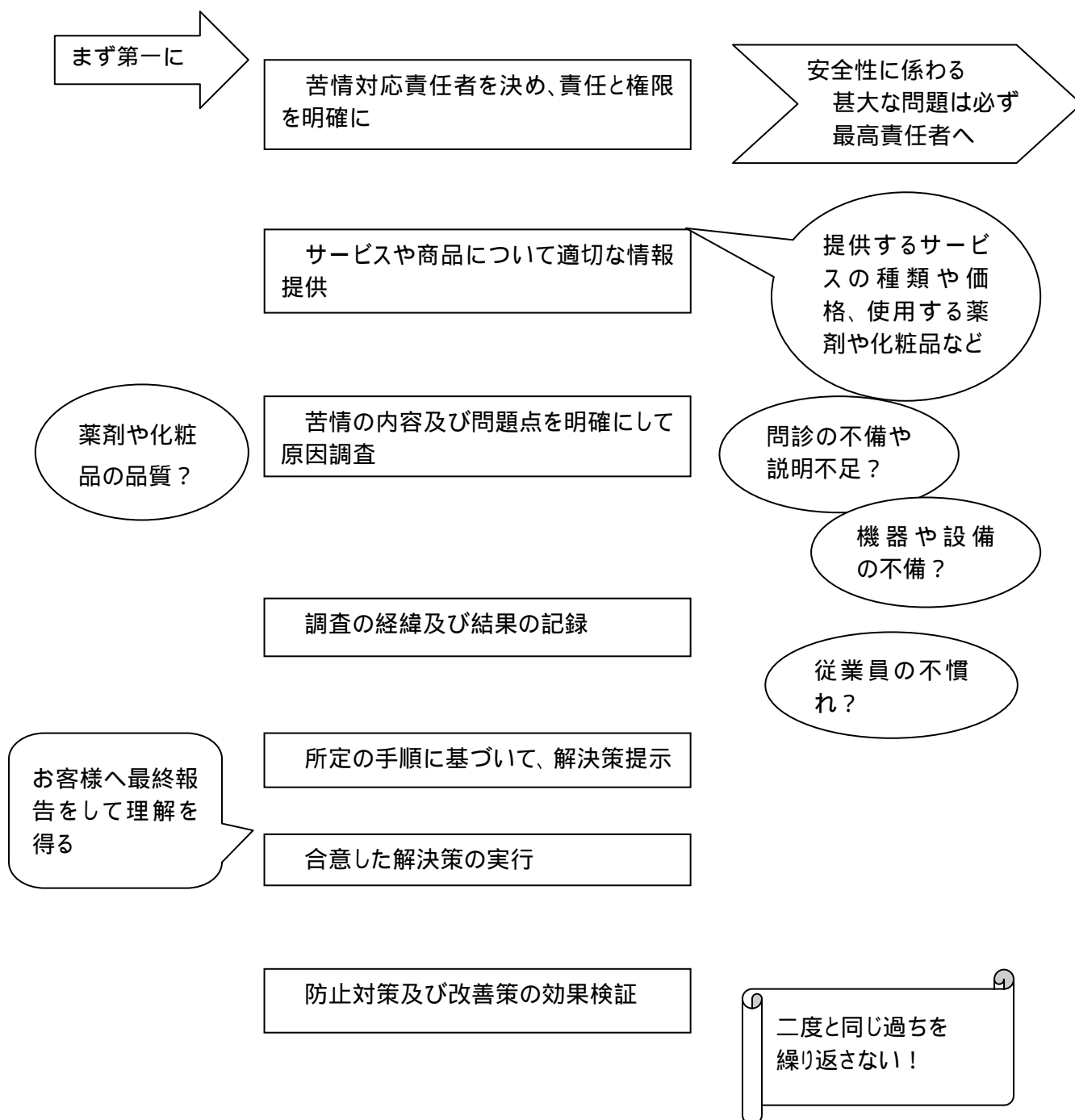
国際的な民間組織である ISO(国際標準化機構)が、品質管理に関する国際規格(ISO9000シリーズ)を制定し、さまざまな分野で利用されています。日本工業規格(JIS)も、これを翻訳した規格として平成3年10月に JIS Z 9900 ~ 9904 として制定されました。平成12年に改正され JIS Q 9000 ~ 9004 になっています。これらは製造業だけの規格と思われがちですが、あらゆる規模及び業種の組織に適用できます。

美容業では人の付加価値が非常に重要であり、標準化や規格化が難しい部分が多くありますが、ISO9000の品質保証の基本的な考え方を応用し、日頃から品質管理システムを心がけておくと、苦情発生の際にもスムーズな対応ができます。

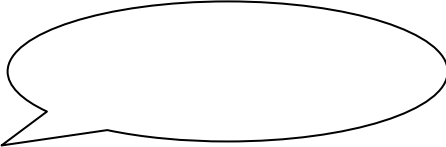
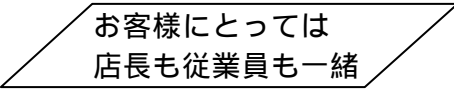
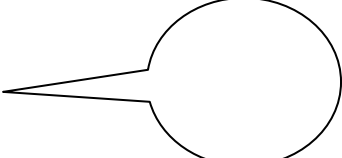


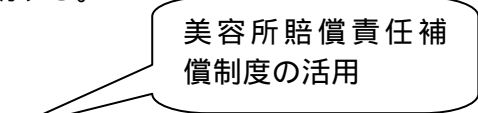
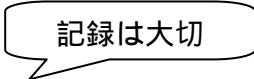


3. 苦情対応システムの構築

日本工業規格（JIS）では、「苦情対応マネジメントシステムの指針」を平成12年10月に制定しました（JIS Z9920）。この規格は、消費者の満足度を高めるために、消費者苦情に対し、適切かつ迅速に対応するために不可欠な要件を、指針として定めたものです。この指針を参考に、各店がそれぞれの苦情対応マニュアルを作成することが望まれます。基本的なシステムは下記のとおりです。



苦情の申し出者から、適正な手順で対応されたという満足・信頼を得るために、社会通念に従って、下記の要素を考慮した活動をします。

1. 公平性 申し出者の権利を尊重する。
申し出者のプライバシーを尊重する。
苦情対応に関連する職務手順を明確にする。
苦情の対応結果を組織として遵守する。
苦情対応者への支援をする。

2. 透明性 苦情の受付窓口を明確にする。
申し出者に苦情対応の進捗状況を説明できるようにする。
申し出者に適正かつ公平に対応したと説明する。

3. 容易性 苦情受付窓口を広告や店内掲示、会員カードなどで明らかにする。
苦情申し出の方法を容易に理解できるものにする。

4. 支援 申し出の内容を確認し、問題点を明らかにする。
外国語での申し出者、ハンディキャップ者等に対しても適切に対応する。
申し出者の要望する手段で対応する。
無償で支援できる範囲を明確にする。
消費者に対し、苦情に結びつくような誤解・不満を未然に防止するために必要な情報を提供する。

5. 応答性 苦情担当者の裁量範囲を明確にする。
組織として対応できる範囲を明確にする。
初期段階で合理的な対応日程を設定する。
苦情対応の進捗状況について説明する。

6. 費用 苦情対応は無償で行う。

7. 損害への対応 損害の種類、重大性、責任の程度と範囲などを考慮して対応する。
8. 苦情要因の是正及び予防処置 苦情の性質、程度、法的な責任、社会的責任、発生頻度などを考慮し、苦情要因の是正及び予防処置を決定する。
9. 記録 苦情対応の進捗状況及び結果を記録する。
苦情対応の記録、記録の利用・管理に関する基準及び手順を規定する。
苦情対応者の教育訓練に関する記録を維持する。
記録の開示又は提出要求への対応基準を明確にする。


苦情対応カードと記入例

受付番号 119	受付年月日 2005.04.30	受付方法 即時店頭 電子メール 電話 次回来店時 文書 その他	緊急性 保健所指導 その他	内容 安全・衛生、 品質・機能 価格・料金 表示・広告 販売方法、 契約・解約 接客対応 施設・設備
苦情申出者	氏名 和多志 希麗	住所 東京都	会員番号	
	連絡先 03-****-****	性別 男 (女)	年代 20才代	
苦情対象品	施術内容	金額	接客担当者	施術担当者 × ×
	苦情品名	製造元	製造・関係社名	その他関係者
苦情内容	美容室にピアスを預けたことを忘れて帰宅した。数日後預かっていると葉書が届いたが、3ヵ月後に行くと紛失されていた。弁償してほしい。			受付 店長確認
処理 対策	初期対応			担当者 店長確認
	申し出内容をよく聞き取り、お客様の前回来店日時、受付担当者等事実確認した。			
	原因究明			担当者 店長確認
	似たデザインのピアスをお預かりした他のお客様にお渡ししてしまった。間違いに気が付いたそのお客様がお持ちになり、ピアスを交換した。ちょうどカウンター担当者が一人になっていて、来店客の対応に追われてしまい、ピアスを忘れ物の保管場所に戻さなかった。			
対策1			担当者 店長確認	
お預かりする品物に番号札をつけ、同じ番号札をお客様にお渡しする等、識別する方法を検討する。				
対策2			担当者 店長確認	
お客様の忘れ物は、日付、お客様名等、保管の確認票でチェックする。				
備考				

(注) 本苦情対応カードは、お客様の苦情を迅速・円満に解決するため、また、今後の再発防止、顧客満足等に資するものであるが、個人情報であるため、その取り扱い、保管等については、個人情報保護法の観点からも十分な配慮が望まれます。

4．苦情事例から学ぶ

(1) 安全・衛生・品質・機能編

安全・衛生・品質・機能

事例1 臭いが強い肩掛けケープやタオル

いつも利用する美容室で肩に掛けるケープやタオルの臭いが気になります。技術はとても気に入っているので、これからもこの店に通いたいのですが、以前、スタッフに臭うことを伝えたことがあります。そうですか、と言われただけで何も改善されていません。何とかならないでしょうか。

お客様が以前従業員に申し出ているのに、何も改善されていないのは、店の苦情対応システムに問題があるといえます。苦情の申し出があったら従業員は直ちに責任者に伝えることが望めます。店内の清潔保持、接客対応、苦情対応について話し合っ、それぞれのマニュアルを作成しましょう。

美容室の衛生管理については、厚生省環境衛生局長通知「理容所及び美容所における衛生管理要領について（昭和56年6月環指第95号）」や全国生活衛生営業指導センターが定めた美容業施術処理基準に定められています。

衛生管理には充分気をつけ、お客様の声にも耳をかたむけることが大切でしょう。

参 考

美容施術処理基準（抜粋）

< 衛生管理 >

- * 管理美容師又は美容師は、毎日美容所の施設、設備、器具等の衛生全般について点検管理する。
- * 皮膚に接する器具類は、顧客ごとに消毒した清潔なものを使用し、使用後に洗浄、消毒する。
- * 皮膚に接する布片類は、清潔なものを使用し、顧客1人ごとに取り替える。
- * 蒸しタオルは、消毒済みのものを使用する。
- * 作業に伴って生ずる毛髪等の廃棄物は、顧客1人ごとに清掃する。

厚生省環境衛生局長通知「理容所及び美容所における衛生管理要領について（昭和56年6月環指第95号）（P50参照）」

事例 2 顔が腫れた天然染料のヘナ

初めて行った美容室で、髪を染めたいが肌が弱いと伝えました。店の従業員は、「ヘナは天然染料なので大丈夫」と言って染めました。帰宅後、顔が2倍に腫れ上がり、目も腫れてしまいました。夜中に額辺りから膿が出て出血したため、病院で応急手当を受け、現在は皮膚科で治療中です。美容室に苦情を伝えましたが、「少しひどいですね」と言っただけで対応がありません。慰謝料を求めたいです。

美容室では、初めてのお客様には毛染めでかぶれたことは無いかなど問診で詳しく聞くことが大切です。お客様からは敏感肌と伺っていたのでさらに慎重にするべきでした。

医療機関の治療費、通院に要した交通費、毛染め料金の返還、また治療後の傷の具合によっては慰謝料等の支払い義務が生じます。

店主は担当美容師とお客様を訪問し、当時の写真等があれば見せていただき、症状や状況を確認しましょう。美容室のミスを認めてお詫びした上、お客様から通院中の皮膚科には診断書をご用意いただくようにし、「美容所賠償責任補償制度」により対応しましょう。

通常使用する染毛剤に、「ヘナ」を成分とした染料等の商品を店で混ぜて使用したことで、お客様に損害を与えたような場合は、PL法(製造物責任法)により責任を問われる事も考えられます。

参 考

「美容所賠償責任補償制度」(美容所事故賠償基準の保険)

全日本美容生活衛生同業組合連合会の組合員店舗が加入し、利用できる制度です。

この補償制度は、美容業務にかかわる不注意や、美容施設の欠陥による事故が原因でお客様に怪我をさせたり、お客様の衣服を汚したりした場合の法律上の賠償責任を補償する制度で、昭和49年9月1日からスタートしました。

PL法(製造物責任法)(P47参照)

被害者保護の観点から制定され、平成7年7月1日施行されました。製造物の欠陥で他人の生命、身体、または財産を侵害したときに、製造業者等がその損害を賠償する責任を負うものであり、過失の有無を問いません。

「ヘナ」について

「ヘナ」とは、西アジアなどが原産の低木で、その葉の粉末には毛髪などを赤っぽく染める植物性色素を含みます。「ヘナ」は、化学染料にかぶれやすい人には使いやすい商品ですが、明るいブラウンにしか染まらないため、化学染料が配合されている事もあります。

日本では、薬事法上「ヘナ」を成分とした染毛剤で、医薬部外品として承認・許可されたものではありません。「ヘナ」の葉を原料とした染毛剤を人体に使用することは、保健衛生上適切なものとは認められません。(「ヘナ」の取扱については平成10年11月12日、同12月16日、平成13年4月26日、全日本美容生活衛生同業組合連合会より各組合へ通知が出ています。)

事例 3 まぶたが腫れたまつ毛パーマ

まつ毛パーマをかけ、ローラーを取るときに、皮ふがはがれたような感じがしました。担当者に申し出ましたが対応されなかったので、代金を支払って帰ってきましたが、右目が腫れてしまい、仕事にも支障が出てしまいました。腫れがひどいので病院へ行き診断書をもらいました。店長にも申し出ましたが、気持ちが治まりません。補償して下さい。

独立行政法人国民生活センターの発表によると、まつ毛パーマによって、まぶたのかぶれや腫れのほか、目の角膜びらんや結膜炎、充血などの危害情報が報告されているということです（P44 参照）。

それを受けて、平成 16 年 9 月厚生労働省は、まつ毛パーマに頭髪用パーマ液を使用する事は目的外使用にあたるとして、美容師に対してまつ毛への使用を控えるように指導しました。

また、平成 16 年 9 月現在、「まつ毛パーマ液」として承認されているものはありません。「まつ毛カール」、「まつ毛クリーム」、「まつ毛ウェーブ」等のような名称の用剤であっても、パーマメント・ウェーブ用剤と有効成分等が同様の用剤を頭髪以外に使用する事は、目的外使用となります。目に近い所にパーマ液をつけることは非常に危険なことです。事故が無かったからといって安易なまつ毛パーマの提供はやめましょう。

パーマ液の目的外使用だったので「美容所賠償責任補償制度」の保険適用はありません。しかし、お客様に対し店側の責任として、まつ毛パーマ代金の返金と、医療機関の治療費、通院に要した交通費、休業補償等は、当然支払わなくてはならないでしょう。

参 考

まつ毛パーマについて

厚生労働省より、各都道府県等の衛生主管部（局）長宛に、平成 16 年 9 月に次の内容の通知が出されました。

- ・頭髪用パーマ液がまつ毛へ使用される事のないよう、周知徹底すること。
- ・頭髪用以外の用途でパーマメント・ウェーブ用剤として医薬部外品の承認を得ているものは無く、頭髪用以外の用途をうたったパーマメント・ウェーブ用剤は、無認可無許可の医薬部外品であるため、当該製品の製造者等に対する監視指導の徹底を図ること。
- ・承認・許可を受けたパーマメント・ウェーブ用剤についても、承認された用法以外の使用について宣伝・広告がなされている場合についても指導を行うこと。

損害賠償責任

他人に与えてしまった損害を金銭に見積もって、その金銭でつぐないをすることを損害賠償といいます。事業者が業務遂行に起因してお客様に損害を与えた場合は、お客様に対して損害賠償責任が発生します。（民法 709 条）

民法 709 条 故意又ハ過失に因リテ他人ノ権利ヲ侵害シタル者ハ之ニ因リテ生シタル損害ヲ賠償スル責ニ任ス

事例4 ドライヤーでヤケド

カーラーを巻いてドライヤーに入ったとき、「熱い」と担当者に言ったのですが、声が届かず気がついてもらえませんでした。30分ほどしてドライヤーから出ると、額が赤くなり顔も熱くなっていました。帰宅後見たら赤くヤケドのようになっていました。Sマーク店でしたが基本的な技術が未熟ではないでしょうか。

他のヘアカラーのお客様に気をとられていて、お客様の声に気付かなかったということは、安全性の面からまたお客様の心情から問題があります。

ヤケドの状況は、幸い赤くなっただけで治療を要するまでにはいかなかったということでした。もし、治療を要するようなヤケドの場合は、Sマーク店では、標準営業約款に基づく「美容所事故賠償基準」により対応しなければなりません。ただし、全日本美容業生活衛生同業組合連合会の組合員であれば店舗が加入する「美容所賠償責任補償制度」で治療費、交通費等を賠償すれば、「美容所事故賠償基準」を満たした対応となります。今後このようなことの無いように、従業員教育を徹底し、お客様の苦情には迅速に対応しましょう。

参 考



Sマーク美容室 厚生労働大臣の許可を受けた標準営業約款の登録店で、美容室を選ぶ安心の目安。

「生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律」(昭和32年)に基づき、消費者が安心して利用できる標準営業約款制度を創設し、サービスの標準を定め、技術や設備の充実を図り、事故が起きた場合の損害賠償に対応するようになっていきます。

美容業に関する標準営業約款(抜粋)

損害賠償の実施の確保に関する事項 利用者等の身体又は財物に損害を与えた場合は全国指導センターが別途定める「美容所事故賠償基準」に基づき、利用者に対してその損害賠償を速やかに行うものとする。

美容所事故賠償基準

目的 この賠償基準は、営業者が美容所における職務上相当な注意を怠ったことに基づき、利用者等の身体に障害を、または財物に損害を与えたことによって、当該利用者等に法律上の損害賠償責任を負うべき場合の合理的基準を設定し、公平かつ効率的にトラブルを解決するとともに、利用者等の簡易迅速な救済をはかることを目的とする。

損害賠償の対象 (ア) 美容施術等の業務の遂行に起因する事故
(イ) 施設又は設備に起因する事故
(ウ) 保管物の管理に起因する事故

身体に対する	(ア) 治療費	治療のために要した費用等
事故賠償額	(イ) 休業補償費	治療のため休業し収入減があった場合等
	(ウ) 滅失利益	後遺障害等により生じた将来得べかりし利益等
	(エ) 慰謝料	後遺障害、死亡等による精神的損害等

事例5 パーマ液でブラウスの襟が脱色

パーマをかけたとき、頭に巻いたタオルが液でぐっしょりとなっていました。すぐには取り替えてもらえませんでした。その日着ていた赤いブラウスをクリーニングに出し、出来上がってくると後ろ襟部分が脱色していて、クリーニング店からパーマ液が垂れたのではないかといわれました。気に入っていたブラウスなのにもう着られません。美容室に弁償してもらえますでしょうか。

パーマをかける作業では、ロットの下と首周りにしっかりとタオルを巻きましょう。パーマ液は何回にも分けて頭髪にかけるので、パーマ液は垂れやすくなります。ぐっしょり濡れたタオルはその都度取り替えるようにお客様に声かけなどを励行することにしましょう。

ブラウスが脱色していても、施術の日から数週間経過していた場合は、念のため、お客様に何か心当たりが無いか尋ねることも必要でしょう。

ブラウスの全体の様子からみて、変色がパーマ液による退色と思われる場合は、「美容所賠償責任補償制度」により対応しましょう。



参 考

美容所賠償責任補償制度 (P8,50 参照)

美容所事故賠償基準 (P10 参照)

< 賠償額の算定 >

ア) 被害財物の時価額

修理、クリーニング等によっても被害品を復元できない場合や盗難、紛失事故の場合は被害品の購入価額から経年減価額を差し引いた時価額が賠償額となります。

イ) 被害財物の修理、クリーニング料

修理、クリーニング等によって被害品を復元できる場合は、その時価額の範囲内で修理、クリーニング等に要した費用が賠償額となります。

事例 6 傷つけられた眉毛の調整

眉毛を整えてもらいましたが、美容師の手元が狂って眉尻を少し切られてしまいました。責任者に謝罪され傷の手当てをしてもらい医者に行くほどではなかったですが、しばらく傷は治りませんでした。前髪で傷を隠すようにしましたが、慰謝料のようなものは求められるのでしょうか。また、知人から美容室では顔を剃るようなことは出来ないはずと聞きましたが、どうなのでしょう。

美容師の不注意でお客様のお顔を傷つけてしまうことはあってはならないことです。

美容室では傷の応急手当てをし、医療機関で治療を受けることも勧めその結果を知らせてもらう必要があるでしょう。その後お客様から連絡がなかった場合、店からお客様にその後の様子について問い合わせをしましょう。通院されていたような場合は治療費や通院のための費用は店の負担になります。

今回のように美容室の不手際でお客様にご迷惑をおかけした場合、全日本美容業生活衛生同業組合連合会の組合員店舗が加入する「美容所賠償責任補償制度」が適用になります。

また、「美容業に関する標準営業約款」の登録店では、(財)全国生活衛生営業指導センターが定めた「美容所事故賠償基準」に基づいて損害賠償をいたします。

また、美容室での顔そりについては、化粧品に付随した軽い程度の「顔そり」であれば認められています。

参 考

美容所賠償責任補償制度 (P8, 50 参照)

美容所事故賠償基準 (P10, 11 参照)

美容院での顔そりについて

美容師法第 2 条に、「美容」とは「パーマントウェーブ、結髪、化粧等の方法により、容姿を美しくすること」と定め、一方理容師法第 1 条には「理容」とは「頭髪の刈込、顔そり等の方法により、容姿を整えることをいう」と定められています。

「化粧品に付随した軽い程度の「顔そり」は化粧の一部として美容師がこれを行ってもさしつかえない。」(『理容師法の運用に関する件』昭和 23 年厚生省公衆衛生局長通知)とされています。

事例7 希望どおり仕上がらなかったヘアスタイル

雑誌に出ていたヘアスタイルを希望したところ、まったくイメージが違ったばかりか髪の毛がところどころちりちりになってしまいました。トリートメントはしてくれましたが、雑誌のモデルのようにはいかないと施術のミス認めようとせず、不誠実に感じました。ミスを認めて返金してほしいです。

癖毛は1本の毛でも細いところと太いところがあるので、パーマ液が均一に浸透しません。そのため細いところにダメージを強く受け、傷んで枝毛や切れ毛が生じる事もあります。お客様の毛髪の質、毛髪の状態、体調などを見てパーマ液の調合やパーマをかける時間を判断し作業を行いましょ。

お客様の希望するスタイルに合わないと考えられた場合は、毛髪の質や状態によっては難しい等、理由を詳しく説明する必要があります。今回は美容室の判断ミスで毛髪の傷みが生じ、お客様にショックを与えてしまったことと思われます。申し出があったときは作業手順などをご説明し、ミスについて率直にお詫びしましょ。

お客様にはパーマ料金を返金したうえ、1ヵ月程様子を見ていただき、場合によってはアフターケアもしましょ。また、今後はこのような事の無いように技術を磨き、注意して施術にあたしましょ。

参 考

美容所賠償責任補償制度（P8,50 参照）

仕上がり不良に起因した事故には美容所賠償責任補償制度は適用されません。

債務不履行責任

正当な理由がないのに、債務者が履行の本旨に従った給付を行わなかったことを債務不履行といひます。

民法 415 条 債務者カ其債務ノ本旨ニ従ヒタル履行ヲ為ササルトキハ債権者ハ其損害ヲ請求スルコトヲ得
債務者の責ニ歸スヘキ事由に因リテ履行ヲ為スコト能ハサルニ至リタルトキ亦同シ

民法 416 条 損害賠償ノ請求ハ債務ノ不履行ニ因リテ通常ノ生スヘキ損害ノ賠償ヲ為シムルヲ以テ其目的トス



事例 8 イメージが違った成人式の着付けとヘアメイク

娘の成人式の着付けとヘアメイクを美容室で予約しました。1週間前担当者に気に入った写真を渡して希望のイメージを伝え、髪型や髪飾りを決めました。ところが当日は担当の美容師が違い、希望していたものとは全く異なる仕上がりになってしまいました。せっかくの成人式の記念が台無しとなり納得できません。

成人式の着物の着付けと写真撮影がセットになっているものは、限られた時間内で希望にそったスタイルに仕上げるために、事前に十分にお客様の要望をお伺いすることが必要です。

また、事前の打合せで希望をお伺いしたスタッフと、当日の担当者が異なる場合は、特に詳細な申し送りを行うことが重要です。お客様のご希望どおりに出来なければ、債務不履行責任を問われることも考えられます（民法 415 条）。

お客様には大事な成人式の記念写真がご不満な仕上がりになってしまい、大変ご迷惑をおかけしたことをお詫びしましょう。お客様にはやり直しをご提案し、やり直しをご希望されない場合は、セット代金の返金などで対応しましょう。

このようなイメージ違いの苦情は時々ありますが、担当者間の連絡および担当者の技術研修に努めることが必要でしょう。

参 考

債務不履行責任

正当な理由がないのに、債務者が履行の本旨に従った給付を行わなかったことを債務不履行といいます。

民法 415 条 債務者カ其債務ノ本旨ニ従ヒタル履行ヲ為ササルトキハ債権者ハ其損害ヲ請求スルコトヲ得

債務者の責ニ歸スヘキ事由に因リテ履行ヲ為スコト能ハサルニ至リタルトキ亦同シ

民法 416 条 損害賠償ノ請求ハ債務ノ不履行ニ因リテ通常ノ生スヘキ損害ノ賠償ヲ為シムルヲ以テ其目的トス

事例9 総額表示にともなう便乗値上げ

今までシャンプーとカットで5,000円、消費税込みで5,250円でしたが、平成16年4月以降からシャンプーとカットで税込み6,000円の料金となりました。総額表示にあわせた便乗値上げではないでしょうか。

平成16年4月1日から総額表示(消費税5%を含んだ価格)方式が施行されました。店では、1年前に改装工事を計画しこの4月から新装開店したところでした。この店は開店当時から料金は値上げをせずにやっていたが、原材料の値上がりや新たな設備投資のコストの負担が生じたため改装工事を機に少々の値上げに踏み切ったとのこと。ちょうど総額表示の時期とぶつかって、お客様に誤解を与えてしまったようです。

今までの店内表示は、料金5,000円は、実際には消費税を加算した5,250円でした。値上げとともに総額表示で、店内表示は、「6,000円(税込み)」となりました。

事前に店内に張り紙をし、お客様に予告をしましょう。また、総額表示をしていない店では、早急に表示をするようにしましょう。

参 考

消費税法の一部改正

平成16年4月1日から課税業者が取引の相手である消費者に対して商品の販売、役務の提供等の取引を行うに際し、あらかじめその取引価格を表示する場合には消費税額(含む地方消費税)を含めた価格を表示することが義務付けられました。

< 総額表示の例 >

- 10,500円
- 10,500円(税込み)
- 10,500円(税抜き 10,000円)
- 10,500円(うち消費税等500円)

また、納税業者は従来の年間3千万円以上から1千万円以上と拡大されましたので、従来の免除事業者は特に注意が必要です。

総額表示の対象

消費者に対して商品やサービスを販売する課税事業者が行う価格表示が対象で、表示媒体によるものであるかを問いません。

- 【具体例】
- ・ 値札、商品陳列棚、店内表示、商品カタログなどへの価格表示
 - ・ 商品のパッケージなどへの印字、あるいは添付した価格表示
 - ・ 新聞折込広告、ダイレクトメールなどによる配布するチラシ
 - ・ 新聞、雑誌、テレビ、インターネットホームページ、電子メールなどの媒体を利用した広告、ポスターなど

景品表示法上の問題となる総額表示例

- ・ 店頭ショーケースや広告には税抜き価格表示で、店内メニューに税込み総額表示となっているような場合

事例10 予約時の説明と違った料金

友人から紹介された美容室に「カット」の電話予約したとき、料金は4,500円と言われました。店でも「シャンプーはお済みですか」とか「シャンプーは別料金です」とは言われず、当然のようにシャンプー台に案内されました。レジで5,250円請求されたので、4,500円と電話で聞きましたと言うと、シャンプー代が加算されますとのこと。仕方なく5,250円支払いましたが、やはり納得できません。差額を返金してほしいです。

お客さまからの予約はカットのみと思われます。したがって、カット料金だけの請求はできますがシャンプー料金は請求できませんから、差額は返金しなければなりません。

「美容業に関する標準営業約款」では、お客様に提供するサービスについて、総合パーマメント・ウェーブ、シャンプー、セットなど細かく分類されています。

通常、シャンプーとカットを一緒にするお客様も多いですが、お客様の来店時には、「シャンプーはお済みでしょうか」、「料金は 円です」などと説明し、予約内容を確認しましょう。特に、初めてのお客様の場合は、丁寧な対応が信頼を得ることにつながります。

料金は、お客様の見やすい場所に、大きな字でわかりやすく表示しましょう。

参 考

サービス内容の表示

「美容業に関する標準営業約款」によると、提供する役務の種別を、

- | | | |
|-------------------|----------------|---------------|
| ア、 総合パーマメント・ウェーブ | イ、 シャンプー | ウ、 カット |
| エ、 セット | オ、 ブロー | カ、 ヘア・トリートメント |
| キ、 スカルプ・トリートメント | ク、 ヘア・ダイ | |
| ケ、 マニキュア及びペディキュア | コ、 婚礼着付（和装・洋装） | |
| サ、 フェイシャル・トリートメント | | |

の区分により表示するものとしています。ただし、これらの役務の種別を組み合わせ、または分けて表示しても差し支えないものとしています。

また「表示」とは、営業施設の店頭または店内に掲げる掲示板、ポスター等による広告及びビラ、パンフレット、看板等による広告をいいます。

事例 1 1 割引料金が不明瞭

いつも利用する美容室でポイントカードがいっぱいになり、1年間10%引きの料金でサービスを受けられることになりました。行くたびに施術内容が違うのですが、レシートを渡されないので料金がよくわかりません。本当に10%引きになっているのでしょうか。

最近ポイント制のサービスをしている美容室が多く見受けられるようになりました。ポイントカードに、パーマ、セットなど提供サービス内容、有効期間があればその旨も明記して、お客様にわかりやすくする必要があります。

料金お支払い時、お客様に割引について説明し、店内の料金表示を見やすいところに掲示してあれば、お客様も割引価格がわかるでしょう。

レシートや領収書の発行は法律では義務付けられてはいませんが、お客様が請求することはできます（民法 486 条）。後刻のトラブルを防ぐ意味でも、お客様からご希望があった場合だけでなく、レシートや領収書を渡すようにしましょう。

参 考

領収書の発行は義務付けられていませんが、消費者が領収書を求める行為は法律で保証されています。

< 受取証書の交付請求権 >

民法 486 条 弁済者ハ弁済受領者ニ対シテ受領証書ノ交付ヲ請求スルコトヲ得

事例 1 2 クレジットカード利用手数料の請求

美容室でパーマをかけ、支払いを翌月一括払いのクレジットカードでしたところ、3%の手数料を取られました。カード会社に問い合わせると、美容室の問題だが当社から注意しておくと言っていました。この美容室のやりかたは問題ではありませんか。

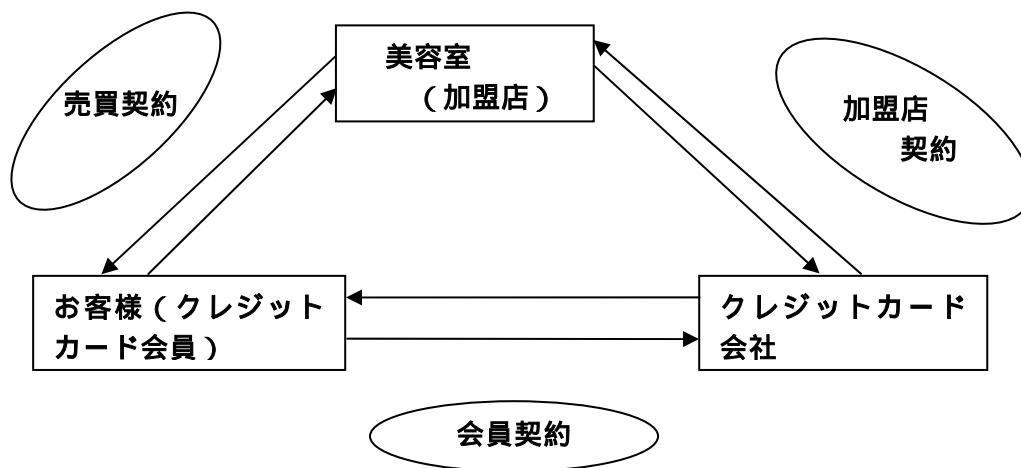
クレジットカード手数料は、クレジットカード会社と加盟店契約している美容室との個々の契約内容によります。クレジットカード会社は料金をお客様に代わって立替え払いする際に発生した利用手数料を売上代金から差し引くのが一般的です。クレジットカード払いの取扱いに不慣れですと、知らずにこの利用手数料をお客様に請求してしまうことも考えられます。

カード社会といわれています。今後はカード利用者が増えると思われます。カードの取扱いについては気をつけましょう。

日本クレジット産業協会、全国信販協会、日本クレジットカード協会等、クレジットの業界団体によると、クレジットカード会社と店との加盟店契約のなかで、「現金払いのお客様と一括カード払いのお客様とに差をつけない」ことをうたっています。カード払い手数料をお客様に負担させた場合、加盟店契約違反となります。

参 考

クレジットカードの仕組み



商品・サービスの提供	利用代金明細送付
カード提示・売上票にサイン	利用代金支払
売上票送付 (売上データ伝送) *	利用代金の支払は、金融機関の決済口座から
売上代金支払	自動引き落としにより行われます。

事例13 店内に価格表示が無い美容室

以前に一度利用した事がある美容室に、パーマの予約を入れて出向きました。美容室にあったヘア雑誌を見て、こんなイメージにしたいと言ったところ、ストレートパーマとヘアマニキュアを勧められたので、料金は分かりませんでした。レジで26,000円の請求を受けて驚きました。こんなに高いと知っていれば頼みませんでした。店内に価格を表示しないのは問題ではないでしょうか。

店では、立地条件、施設、技術力、使用する薬剤や機材、その他のサービスを考慮して料金を設定しています。店のドア外側の看板には料金表示もしており、シャンプー2,000円、ストレートパーマ15,000円、ヘアマニキュア9,000円の合計26,000円となりました。通常のパーマは10,000円でした。

ストレートパーマは通常のパーマよりも技術を要するものです。また、このたび提供したヘアマニキュアは、パーマをかけた直後でも毛髪にダメージを与えない優れた薬剤を使ったサービスでした。

店内に料金表示をしなかったり、お客様に施術前に料金の説明をしない場合は店の落ち度といえます。

受付カウンターなどお客様が見やすい場所に料金掲示板を掲げましょう。

また、こうしたトラブルの発生を避けるため、お客様には口頭でも料金について説明しましょう。

参 考

美容業の振興指針（厚生労働省告示 平成16年改正）

美容業が抱えている諸問題を克服し、利用者の要望の変化に対応できる経営改善等を目指した指針。

主な関連する事項

- * 利用者の立場に立ったサービスの向上
接客対応も含め、利用者から快適と評価されるようなサービスの提供をする。
- * 美容業は対人サービスであり、従業員の資質がサービスの質を左右するため人材育成を図ることが重要な課題である。

料金の表示について <美容業の振興指針より>

第二 美容業の振興の目標を達成するために必要な事項

- 一 営業者が取りくむべき事項
 - 2 経営課題への対処に関する事項
- (五) 表示の適正化と苦情の適切な処理

まず、営業者は、店外を始めとして、客の見やすい場所にメニューと料金の明示を行なうとともに、客にとって初めてのメニューの施術に際しては、十分な事前の説明を行なうべきである。

事例 1 4 チラシの料金どおりでなかった美容室

キャンペーン中で「お得な料金」の投げ込みチラシを見て店に出向きました。通常 6,000 円が 2,500 円となるヘアカラーをしたいと言いましたが、今その液が無いとの事でした。仕方なく 3,500 円の白髪染めを頼みましたが、基本料金なのでプラス 500 円かかるとの事でした。予定より高い金額になりました。50 日間限定の割引チケットをもらいましたが、そこにも液が無いはずのヘアカラー料金が載っていました。おとり広告ではないでしょうか。

キャンペーン期間中、お客さまは「お得な料金」の施術を求めて来店されることはあらかじめ予想されることです。事前に調査をし、資材を十分に調達することは当然のことです。

基本料金についてはショートヘアが基本料金、ロングヘアは基本料金に 500 円の割り増しがついていることも、チラシ広告に表示をしなければいけません。

限定割引チケットの料金表示も誤解を招きやすい表示です。

お客さまも希望の施術が受けられず、料金の表示がなかったり、誤解を招くような表示では「おとり広告」と思われても仕方がありません。

参 考

不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）（P49 参照）



事例 15 説明不十分の美容室のフリーパス券

自宅に新装開店「年間1割引券」の発行案内の葉書が来たので、全てのサービスが1割引だと思い、1,000円払って申し込みました。後日カットをしてもらって割引券を使おうとしたら、パーマだけ割引料金になると分かりました。説明不足ではないでしょうか。

一般に、店内改装後のキャンペーンとして、顧客名簿に載せているお客様へ葉書などで案内することがあります。

「フリーパス券」「年間1割引」の文字が大きい場合は、その名称からのイメージですべてのサービスに該当するように、勘違いされることがあります。

案内の葉書には、「フリーパス券」「年間1割引」の横に大きく「限定・パーマネットのみ」とわかりやすく表示したほうが誤解を招かないでしょう。

参 考

不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）(P49 参照)

事例 16 完全予約制なのに待たされた美容室

インターネットで探した完全予約制の美容室。仕事の合間にできると思い予約を入れたら「希望時間に予約が取れました」と返信が戻ってきたので、「承諾した」旨を伝えました。しかし、指定予約時間に店に行ったのに 30 分以上も待たされてしまいました。時間を有効に利用できる良いシステムと思ったのに裏切られた感じがして仕方がありません。何のための完全予約なのかとても疑問です。

最近、インターネットの普及に伴い、店の案内や広告等を掲載する美容室が増加する傾向にあります。完全予約制とうたっており希望時間に予約を受けた以上は約束を守らなければいけません。

予約制の場合、今回のように約束時間より遅れることが予測できるときは、来店されたときに、事前にお客様の理解を取るべきと考えます。また、申し込まれたお客様に予約時間が場合によっては遅れることをインターネット上でも確認できるようにしたほうがいいでしょう。

パソコンや携帯電話などを使った今までとは違ったお客様との取引関係が増えていくことが予想されます。店側では更なる情報の収集、知識の向上が求められるでしょう。

参 考

電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法特例措置法（電子契約法）

第 3 条 インターネットなどの「電磁的方法」という消費者には不慣れな方法での消費者取引に限定して、操作ミスによるリスクを事業者に負わせるように民法 95 条の但し書き「表意者ニ重大ナル過失アリタルトキハ表意者自ラ其無効ヲ主張スルコトヲ得ス」を適用しないことにした。

第 4 条 従来民法では、526 条で「隔地者間ノ契約ハ承諾ノ通知ヲ発シタル時ニ成立ス」と発信主義をとっていましたが、この法律で承諾の意思表示を電子メールなどで送信する時の契約の成立時期が到達主義に変更されました。

この規定は、事業者と消費者の契約だけに限らず、事業者間、消費者間の取引にも適用されます。

確認画面に関するガイドライン（経済産業省）

インターネットで申込みを受ける場合、その画面を通じて申込みの意思表示が確認できる措置が講じていられるかがポイントになります。

お客様が入力ミス等に気付き訂正できる画面を作成する必要があります。

詳しくは 経済産業省 URL <http://www.meti.go.jp/topic/downloadfiles/>

事例17 思ったより高額だった未成年の子供のヘアカラー

17歳の高校生の娘がヘアカラーをしたいと言うので、店頭で「ヘアカラー4,000円～」と表示があった美容室へ、4,500円を持たせて行かせました。娘はサービスを受けたあと、10,500円請求され、4,500円しか持っていなかったのものでそれだけ払い、残金はあとで払う約束をしてきました。美容室からも電話があり、料金の内容について説明されましたが、高すぎると思います。支払いたくありません。

美容室では施術を始める前に、シャンプー、カット、ヘアカラーのロング割増料、ブロー料金を説明すべきでしょう。さらに、高校生など未成年者や高齢者などには何を希望しているかよく聞き取りをすれば、トラブルは避けられるでしょう。

お客様に施術を進める前に、シャンプー、カット、ロング割増、ブローなどそれぞれの料金の説明をして了解を得ていた場合はどうでしょうか。本人は17歳の未成年者なので、親権者(両親など)の承諾を得ない契約は、本人または親権者から契約の取消しをされる可能性があります。取消された場合は返金しなければなりません。

同様なケースでは、高校生の娘さんが、カラーリングを希望して施術したところ、校則で禁止されていることと、しかも親権者に無断で行ったことで、あとで両親から苦情があり、無料で元の黒髪に戻したというのもあります。

未成年者でない場合は、申込みの意思表示と承諾の意思表示の合致があったときに契約は成立します。しかし、契約の重要な部分に錯誤があった場合は無効となります。

お客様にこれらの料金の説明も何も無く施術を行ったのであれば、契約の重要な要素である料金に錯誤があるので無効を主張される可能性もあります。

参 考

未成年者契約の取消し

未成年者が高額な契約をするには、法定代理人の同意が必要です。(民法4条1項) 未成年者とは、満20歳に達していない人(民法3条)で、法律上の結婚をしていない人のことを言います(民法753条)。

未成年者は法律上、契約当事者としての行為能力が欠けている者とされていますから、高額な契約をする際は法定代理人の同意が必要です。法定代理人は原則として親権者である両親をさします(民法818条)。

法定代理人の同意を得ないでした契約は取消すことができ(民法4条2項)、取消された契約は初めからなかったこととなります(民法121条)。

契約社会の中で未成年者を保護するためのものですから、事業者はこれを理解し、未成年者と高額な契約をする際は、必ず事前に親権者の同意を確認する必要があります。

錯誤による無効

錯誤とは、申込みや承諾などをした者の内心と、外見上なされた表示の内容とがくい違っており、そのことに表意者が気がつかないことをいいます。

民法95条 意思表示ハ法律行為ノ要素ニ錯誤アリタルトキハ無効トス

但表意者ニ重大ナル過失アリタルトキハ表意者自ラ其無効ヲ主張スルコトヲ得ス

契約の成立 「申込み」と「承諾」の合致により、契約は成立します。

事例 18 キャンセル料を請求された美容室

3週間先のパーマの予約を入れ、前日になって急用ができたのでキャンセルの電話を入れたらキャンセル料を請求されました。1年程前に同じ美容室を利用し、そのときに渡した書面にキャンセル料金を書いてあると言いますが、1年も前なので覚えていません。他の美容室でキャンセルをしてもキャンセル料を取られたことはありません。何もしていないのにキャンセル料金を支払うのは納得いきません。

契約が解除された場合のキャンセル料を請求する事自体には問題はありません。しかし、店がお客様に請求する場合はこのキャンセルで生じた損害を明らかにする必要があります。

前もってキャンセル料について知らせる必要はありますが、予約をいただく時に、その都度説明しましょう。

消費者契約法では、キャンセル料について、約束の日時まで一定の時間があり、他のお客様の予約を受けることが可能など状況によっては、書面に「自己都合による場合はキャンセル料を請求する」と記載があっても、この条項は不当条項にあたり無効となる場合があります。

参 考

消費者契約法

平成13年、消費者が商品やサービスを販売したり提供する事業者と、対等な立場で契約の締結ができ、消費者の利益を守るために制定されました。

消費者契約法9条1号

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。

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が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

平均的な損害の額

合理的な算出根拠に基づいて算出された同種ケースで平均的な損害額のことで、業界の標準約款で決めたものがあれば参考にされるのが一般的です。

事例 19 解約も返金も拒否された美容室の着付け

遠方に住む娘が2週間後の卒業式のため、娘の住まいに近い美容室に着物の着付けを全額前払いして予約しました。予約後に店から準備のために事前に着物を店に持ってくるように言われましたが、娘は実家に帰っているためできません。キャンセルを申し出ましたが、キャンセルも返金もできないと突っぱねられました。返金してほしいです。

卒業式や入学式など時期的に予約が多く入ることが予想されます。当然準備として事前に着物を持ち込んでもらうことが考えられます。このような場合は、予約時に当然説明すべきことでしょう。

お店のミスは認め、丁寧に説明し出来るだけ事前に持ち込んでもらえるよう話し合いをしましょう。それでも解約したいということであれば返金する必要があります。

消費者契約法では、解約も返金もできないなどの条項は消費者の権利を一方的に害する不当条項にあたり無効になります。キャンセル料を請求する場合は事例18のように損害額を明らかにする必要があります。

参 考

消費者契約法 10 条

民法、商法その他の法律の公の秩序に関しない規定の適用による場合に比し、消費者の権利を制限し、又は消費者の義務を加重する消費者契約の条項であって、民法第一条第二項に規定する基本原則に反して消費者の利益を一端的に害するものは、無効とする。

事例20 次々に商品を勧められた美容室

シャンプーをしてもらった際に、髪が痛んでおりトリートメントをしたほうがよいと言われお願いしました。更に市販品では効果がないと、店内で販売している高額な商品を勧められ、断りきれずに買わされてしまいました。

たとえお客様の髪が傷んでいて、プロの目から見て適切な処置を施す必要があったとしても、あくまでも髪の手入れのアドバイスにとどめるべきです。いくらグレードの高い商品であっても、勧め方によっては、お客様に購入を強要するような印象を与えてしまい却って美容室の信頼を損ねることになります。

商品の案内を行う場合には、お客様の髪質や髪の状態について十分説明をした上で、使用方法や効果を理解して納得していただくようにしましょう。



事例 2 1 個人情報の流出が心配なカルテ

いつも利用している美容室で「カルテをお書き下さい」と用紙を手渡されました。氏名・住所・電話番号のみならず生年月日や出身地まで記入項目になっていました。個人情報を可能な限り流出させたくないと考え、記入拒否を伝えたところ、半強制的に記入を求められました。お客のためのように思わせて、公的医療機関のごとくカルテを作成することは、経営、顧客管理のためとしか思えません。プライバシー侵害行為を即刻やめて欲しい。

多くの美容室でお客様に来店の都度お伺いすることなく、満足していただけるヘアスタイルを創作するために作られているのが通称「カルテ」と呼ばれています。

お客様からお聞きするカルテの内容は店により多少異なるところがあるようですが、おおむね氏名・住所・電話番号にし、生年月日ではなく誕生月ぐらいにとどめておくほうがよいでしょう。より良いサービスを提供するためのカルテです。平成 17 年 4 月 1 日より個人情報保護法が施行されますが、たとえ個人情報取扱事業者に該当しない場合でも個人情報の取得、管理、利用方法等に細心の注意が必要です。

なお、お客様には、個人情報は、利用目的以外の使用はない旨を説明し、納得していただいた場合に記入していただく等の配慮が必要です。

参 考

個人情報の保護に関する法律（個人情報保護法）

個人情報の適切な取り扱いを義務付けるもので個人情報取り扱い事業者の義務規定などについて、平成 17 年 4 月 1 日より施行されます。（P41 参照）

美容室が保有する「カルテ」も個人情報データベース等です

コンピュータ処理情報のほか、紙に書いてある情報であっても、個人情報を五十音順、生年月日順、勤務部署順など一定の方式によって整理し、目次・索引等をつけて容易に検索できる状態に置いてあるものも含まれます。

個人情報取扱事業者はルールを守らなければなりません

利用・取得に関するルール

第三者提供に関するルール

開示等に応じるルール

適正・安全な管理に関するルール

（情報セキュリティ）

詳しくは、内閣府国民生活局 <http://www5.cao.go.jp/seokatsu/kojin/index.html>

東京都個人情報保護条例が改正

法律の整備、IT 化の進展等の社会情勢の変化に対応した、民間の個人情報保護の推進など条例改正が行われました。

詳しくは生活文化局情報公開課ホームページ

<http://www.metro.tokyo.jp/POLICY/JOHO/index.htm>

事例 2 2 遠方を理由に断られた出張美容サービス

病気で寝たきりの母ですが、おしゃれで自宅にきてくれる美容室を探していました。たまたまインターネットのホームページで見つけた店に出張サービスをお願いしましたが、遠方を理由に断られてしまいました。気軽に自宅へ来てくれるようになってほしいものです。

高齢社会となり、ご自宅や福祉施設への美容出張サービスの要望が多くなっています。積極的に訪問美容サービスに取りくむ店もありますが、ホームページなどには出張サービスの内容や料金、実施日、提供範囲など誤解を招かない説明が必要です。

平成 12 年 3 月、(財)全国生活衛生営業指導センターより「訪問理・美容サービス推進のための指針」が出されています。

今後は「訪問理・美容サービス推進のための指針」をもとに、高齢者対応について積極的に取り組むことが必要です。なお、自治体によっては高齢福祉サービスの一環として、訪問美容等を実施しています。お客様のお住まいの自治体などを紹介できるように調べておくことも必要でしょう。

参 考

美容師法 第 7 条

美容師は美容所以外の場所において、美容の業をしてはならない。ただし、政令で定める特別の事情がある場合には、この限りではない。

美容師法施行令 第 4 条

美容師法第 7 条ただし書きの規定により美容所以外の場所において業を行うことができる場合は、次のとおりとする。

- * 疾病その他の理由により、美容所に来ることができない者に対して美容を行う場合
- * 婚礼その他の儀式に参列する者に対してその儀式の直前に美容を行う場合
- * その他都道府県が条例で定める場合

東京都の場合（東京都美容師法施行条例）

美容所以外の場所で業を行うことができる場合

- * 山間部等における美容所のない地域に居住する者に対して、その居住地で施術を行う場合
- * 社会福祉施設等において、その入所者に対して施術を行う場合
- * 演劇に出演する者等に対して、出演等の直前に施術を行う場合

「訪問理・美容サービス推進のための指針」

地域社会の日常生活に密着した高齢者・障害者向けのきめ細かいサービス(ケア)が社会的ニーズとなっていることに着目し、(財)全国生活衛生営業指導センターが理・美容業界における施設入所・在宅の要介護高齢者を対象とした訪問による理・美容サービスを新たな事業として円滑な実施・普及に向けた基本的な指針

(5) 接客・対応編

接客・対応

事例 2 3 美容室で預けて紛失されたピアス

美容室で施術中にピアスを預かってもらった事を忘れて帰ってしまいました。後日美容室からピアスを預かっているというはがきを受け取りました。3 ヶ月後に行くと、なくしたといわれました。弁償してもらえますか。

美容室では施術のため、お客様からピアスなどお預かりする事は時々あります。

お客様のピアスをお預かりした以上は店が責任を持って適切に保管する義務があります。さらに、紛失した場合だけではなくお預かりした物を壊したり傷つけた場合も責任が生じます。

お客様にはお詫びするとともに保管物の管理に起因する事故にあたるので、美容所賠償責任補償制度により補償すべきでしょう。

参 考

寄託契約

商法 593 条 寄託を受けた商人の責任

商人カ其営業ノ範囲内ニ於テ寄託ヲ受ケタルトキハ報酬ヲ受ケサルトキト雖モ善良ナル管理者ノ注意ヲ為スコトヲ要ス

商法 594 条 客の来集を目的とする場屋の主人の責任

旅店、飲食店、浴場其他客ノ来集ヲ目的トスル場屋ノ主人ハ客ヨリ寄託ヲ受タル物品ノ滅失又ハ毀損ニ付キ其不可抗力ニ因リタルコトヲ証明スルニ非サレハ損害賠償ノ責ヲ免ルルコトヲ得ス

客カ特ニ寄託セサル物品ト雖モ場屋中ニ携帯シタル物品カ場屋ノ主人又ハ其使用人ノ不注意ニ因リテ滅失又ハ毀損シタルトキハ主人ハ損害賠償ノ責ニ任ス

客ノ携帯品ニ付キ責任ヲ負ハサル旨ヲ告示シタルトキト雖モ場屋ノ主人ハ前二項ノ責任ヲ免ルルコトヲ得ス

- * 「場屋」とは、飲食店、浴場、劇場のように客の来集・利用に適する人的物的設備を言います。
- * 「不可抗力」とは、外部から生じた事故で、通常必要と認められる注意や予防方法を尽くしてもなお、防止しえないものを指す。

このことから、自己またはその使用人に過失がなかったことを立証しただけでは責任を免れることはできない厳格な責任になっています。

事例 2 4 髪飾りを紛失され買わされた美容室

美容室で着付けを頼み、前日に着物や小物一式を持ち込んでありました。当日髪飾りが見つからなかったなのでその場で新たな物を購入してつけました。友人から借りたものだったので、美容室に探すように頼んでおいたところ、2 日後に「ありましたので取りにきてください」と言われました。前日までに一式持ち込んでいたのに髪飾りを買わされて、謝りもしないのは納得いきません。買った髪飾りを返したいです。

きちんと管理していれば必要も無かったものをお客様にお買い上げいただいていたようです。店の落ち度といえますので深くお詫びし、ご希望どおりお買い上げになった髪飾りの返品をお受けして代金を全額返金するべきでしょう。

美容室でお客様からお預かりした物は、厳重に保管する義務があります。このケースでは、お客様が確かに前日に着物も小物も持込まれていたにもかかわらず、当日に紛失し、2 日後には出てきたわけですから、大切なお預かり物の管理責任を問われても致しかたありません。

当日及び 2 日後の対応についても、お客様の心情を考えて丁寧な対応が必要でしょう。

参 考

寄託契約（P29 参照）

事例 2 5 美容室前に置いて盗難にあった自転車

いつも自転車を美容室の前に停めて利用しています。施錠はしてありましたが、盗難にあってしまいました。美容室では一応気の毒がってくれましたが、置いていたほうが悪いというような態度で話も良く聴かず、責任者も他の客と話し込んでいました。腹が立ちました。指導できないのでしょうか。

個人経営の美容室などは駐輪場まで用意してないところが多いようです。店頭の歩道などにとめてある店も見られます。

店で預かった自転車ではないが、お客様にはきちんと対応すべきです。お客様の信頼を損なうようなことは無いようにすべきでしょう。

まずお客様に対して誠実な対応を心がけたうえで、警察に盗難届を出されるようお客様にお勧めすることです。また、今後は店頭などに注意事項を表示することも必要でしょう。

参 考

美容所賠償責任補償制度（P8,50 参照）

美容業務にかかわる不注意や、美容施設の欠陥による事故が原因でお客様にケガをさせたり、お客様の衣服を汚したりした場合の法律上の賠償責任を補償する制度です。

（１）この補償制度の対象となるおもなもの：

美容所の業務を原因とする事故

美容所の設備に起因した事故

お客様から預かった保管物（受託物）の事故

（２）この補償制度の対象とならない事故（主なもの）

< 抜粋 >

自動車、オートバイ、自転車の盗難、紛失、き損事故

事例 2 6 盲導犬を連れて行ったら入店拒否

盲導犬を連れて店に入ったら、犬の毛が付くと衛生上困ると言われ入店を拒否されました。視力を失い、どこに行くにも盲導犬が離せません。入店はできないのでしょうか。

平成 15 年 10 月より「身体障害者補助犬法」が施行されており、認定された盲導犬であれば、公共の施設や不特定多数の者が利用する施設は拒んではならないことになりました。身体障害者補助犬として、盲導犬、介助犬、聴導犬の 3 種類が認定されています。身体障害のあるお客様の自立及び社会参加に欠かせない補助犬です。ほかのペット動物とは違います。快くご利用いただきましょう。

しかし、障害者の方がお連れになった犬がすべて正規の補助犬とは限りません。身体障害者補助犬法による補助犬とは指定訓練所で訓練され、指定法人で認定を受けている犬に限られており、その旨の表示があります。そのような補助犬が同伴する場合は、店は拒むことができませんが、身体障害者の方ご自身も、長毛の犬などは毛が散らないよう胴着を着用させるなど他人に迷惑をかけないような管理が必要です。もし、その管理が不十分で他のお客様にご迷惑がかかると判断されたなら、丁寧にその旨をお伝えし、お断りすることはできます。しかし、やむを得ずお断りする場合は、お客様が障害をお持ちであることに十分配慮して、丁寧に、きちんとその旨を伝えましょう。

身体障害者補助犬管理手帳には、認定証や獣医師による健康管理記録がついています。それらを確認することは、決して失礼なことではありません。

参 考

We are ほじょ犬 (厚生労働省ホームページより)
身体障害者補助犬管理手帳(見本)

- ・盲導犬 目の不自由な人を誘導します
- ・介助犬 からだの不自由な人の手足となって働きます
- ・聴導犬 耳の不自由な人に音を知らせます



(6) 施設・設備編

施設・設備

事例 2 7 美容室の看板に触れてヤケド

美容室の外に立ててあった看板に付いている電球に触って、3歳の子供がヤケドをしてしまいました。治療費を求められるでしょうか。

店前の道路を母親と一緒に歩いていた3歳の子供の事故で、看板は店の敷地内に設置された電球付で高さ1mぐらいのものでした。子供に限らず、誰でも身体のどこかに触れ、危険が伴うと思われます。

このような安全性に問題のある看板を作ったメーカーの製造物責任も考えられますが、美容室がデザインや取り付け位置を指定したのであれば、責任が生ずるでしょう。

事故が発生したら直ちに医療機関へ行くことが必要です。その上で美容室の手落ちをお詫びし、治療費などについてお支払いすべきでしょう。看板の位置やデザイン等を見直しましょう。美容室の責任により発生した事故ならば、治療費や交通費は「美容所賠償責任補償制度」で補償しましょう。

参 考

美容所賠償責任補償制度 (P8,50 参照)

不法行為

道路や歩道上に看板などを設置するには道路法、道路交通法、条例等の規制を受けます。これらの法律等に違反して設置したことによって他人に損害を与えた場合は、損害賠償責任が生じます。

PL 法 (P8,47 参照)

事例 2 8 床に落ちた髪の毛ですべて転倒

切り落とされた髪の毛で足を滑らせ転倒し腰を強く打ちました。店は謝っただけでした。家に帰ってからも痛みが治まらず、医者に通っています。治療費を請求できるでしょうか。

美容室の衛生管理については、美容施術処理基準や厚生省環境衛生局長通知「理容所及び美容所における衛生管理要領について(昭和 56 年環指第 95 号)」に定められています。

床に散った髪の毛は大変滑りやすいものです。お客様だけでなく、従業員も足を滑らせ手元が狂ったりしてお客様にご迷惑をかけることも考えられます。切った髪の毛はすぐに取り除いておきましょう。

店の不注意でお客様にけがをさせてしまった場合は、きちんと謝罪したうえで症状を丁寧にお伺いして、医療機関の受診をすすめることが必要でしょう。「美容所賠償責任補償制度」に基づいて、治療費や交通費をお支払いすることになります。また、その後の経過を尋ねる等の配慮も望まれます。

参 考

美容所賠償責任補償制度 (P8,50 参照)

美容施術処理基準(抜粋)

< 衛生管理 >

- * 管理美容師又は美容師は、毎日美容所の施設、設備、器具等の衛生全般について点検管理する。
- * 皮膚に接する器具類は、顧客ごとに消毒した清潔なものを使用し、使用後に洗浄、消毒する。
- * 皮膚に接する布片類は、清潔なものを使用し、顧客 1 人ごとに取り替える。
- * 蒸しタオルは、消毒済みのものを使用する。
- * 作業に伴って生ずる毛髪等の廃棄物は、顧客 1 人ごとに清掃する。

厚生省環境衛生局長通知「理容所及び美容所における衛生管理要領について」

(昭和 56 年環指第 95 号)(P51 参照)

事例 29 シャンプー中に気分が悪くなった

仰向けになるタイプのシャンプー台。首の後ろが圧迫され、気分が悪くなりました。頭が重い感じになり苦しい思いをしました。美容室では「大丈夫ですか」と言っただけでした。以前問題になったことがあったように思いますが、改善できないのでしょうか？

数年前に首の後ろの頸椎が圧迫されることにより軽い脳梗塞になる可能性（美容院卒中症候群）についての報道がありました。この症状については世界的にもこれまでには殆ど報告がなく、まれなケースでありますので、必要以上に恐れることはないとのことですが、お客様から気分が悪くなったとのことのお申し出があった場合には、適切な対応とご説明を行うことが重要です。

お客様がシャンプー中に頭痛、めまい、吐き気、嘔吐など、何らかの異常を訴えたときは水平に寝かすか低めの枕などを使い、少し頭を持ち上げた状態で寝かして安静を保って差し上げてください。それでも症状の改善が見られず、重篤な場合には直ちに医療機関の受診を行ってください。美容所賠償責任補償制度の補償対象となります。

このような事故を防ぐために、シャンプー台の首が直接あたるところにタオルをのせて、クッション効果を持たせたり、お客様の首をそらす角度を小さくすること（後に5度くらいの範囲まで）、シャンプー中は頭部の揺れるのをできるだけ小範囲にし、シャンプー後に椅子を上げるときには声をかけてから行うこと等に注意するとよいでしょう。

お客様からのお問い合わせがあった時には、これらのことをきちんと説明し、お客様の不安をとりのぞいてあげ、逆にご老人やお子さんなどへの家庭内での安全なシャンプーのやり方をアドバイスすることも大事でしょう。

参 考

美容所賠償責任補償制度（P8,50 参照）

「あおむけシャンプー 無理のない姿勢であればだいじょうぶ

～お客様にきちんと説明を～」

全日本美容業生活衛生同業組合連合会機関誌「ぜんび」1998年2月号より

事例30 車椅子で利用したい美容室

79歳の母が、脳梗塞の後遺症で手足が不自由ですが、以前から是非美容室に行きたいと希望しています。数件の美容室で聞いてみましたが、どこからも断られました。車椅子が利用できるようにならないでしょうか。

美容室によっては入口や店内に段差があったり、入口や通路が狭くて車椅子が通れないなどで、やむを得ず車椅子でのご利用をお断りする場合があります。

しかし最近では公共の施設や、乗物などでバリアフリー化が進み、高齢者の方や体のご不自由な方などが車椅子でも外出しやすい環境が整ってきています。

最近では、事例のように車椅子で利用したいというお客様の声をよく耳にします。今後は、店内のバリアフリー化や、車椅子のままシャンプーができるような設備を整えていくことも課題です。

地域の同業者や福祉関係者などと積極的に情報交換を行っていくことも必要でしょう。

参 考

ハートビル法（P47 参照）

（高齢者、身体障害者が円滑に利用できる特定建築物の建築の促進に関する法律）



事例 3 1 換気が不十分で気分が悪くなった美容室

カットしてもらうために美容室に行きました。他の客がパーマやヘアカラーを行っていて、その臭いが狭い店内に立ち込めていました。気分が悪くなったので、もっと換気を良くするような対策をとってほしい。

美容施術処理基準に則した衛生上の措置をとっていても、店内が混みあった場合には様々な臭いが立ち込め、お客様がご気分を悪くされることが考えられます。パーマやカラーリングのお客様が重なる場合には、特にお客様の状態に注意し、声を掛けることが大切です。

お客様や従業員も気持ちよく過ごせるよう換気には十分注意することが必要です。また、化学物質過敏症の方々にも配慮した店作りを考えましょう。

参 考

化学物質過敏症とは

特定の化学物質に接触し続けていると、あとでわずかなその化学物質に接触するだけで、頭痛などのいろいろな症状がでてくる状態のこと。その原因は、微量の化学物質の長期間における体内摂取により、体の耐性の限界を超えてしまったこととされている。体の耐性の限界を超えることによって、それまではなんともなかった化学物質に過剰に敏感となり、アレルギーに似た症状や、情緒不安、神経症、行動過多を引き起こすようになる。

美容施術処理基準（抜粋）

< 衛生管理 >

* 管理美容師又は美容師は、毎日美容所の施設、設備、器具等の衛生全般について点検管理する。

* 作業場内は、採光、照明及び換気を十分にし、適温、適湿に保持すること。とくに炭酸ガス濃度は、「理容所及び美容所における衛生管理要領」（昭和 56 年 6 月 1 日環指第 95 号厚生省衛生局通知）に規定する値以下であること。

事例 3 2 シンナー臭くて気分が悪くなったオープン間もない美容室

新装オープンの店に出向きシャンプー、カットを行いました。店内全体がシンナーのような臭いがして目がチカチカし、気分が悪くなりました。この店の技術が気に入っているため、出来れば通いたいのです。アレルギー体質ではないと思っています。他にも同じ症状になった人がいたのではないのでしょうか。

引渡しを受けてから十分な換気を行わなかったために、壁紙等の内装材や家具・商品から発散した揮発性の化学物質が残ったままであったと考えられます。時々窓を開けたりして換気に気をつけましょう。

最近シックハウス症候群と呼ばれる、様々なアレルギー症状に悩む人が増えています。個人の体質や体調にもよりますが、気分が悪くなるお客様もいます。

建築基準法が改正され、住宅や店舗では、ホルムアルデヒドの放散量の少ない物を使用し、換気設備の設置が義務付けられました。場合によっては化学物質の室内濃度を下げるためのベイクアウトを行うことも必要です。

お客様及び従業員の健康に配慮した店内環境作りが必要でしょう。

参 考

シックハウス症候群とは

建物を新築したり改装したりした後に、使用した建材や塗料、接着剤などに含まれる有害な化学物質により室内空気が汚染されることに因って、体調不良となること。目がチカチカしたり、鼻や喉が痛い、頭痛がする、ふらふらする、皮ふがかゆくなる、疲れやすくなるなど、人によって様々な症状があらわれる。

建築基準法の改正

2003年7月1日以降に着工した一戸建て住宅、マンション、学校、病院などが対象で、新築だけでなく、増改築も含まれる。居室に使用される各種建材の規制強化、防蟻剤のクロルピリホスの使用禁止、ホルムアルデヒドの使用制限などが定められた他、換気設備の設置が義務づけられた。

JAS や JIS も改正され、建材にホルムアルデヒド放散等級区分が設けられた。大気中への発散量の多さに応じて建材を4段階に等級分けし、使用を制限した。

厚生労働省のガイドライン

厚生労働省では、室内空気汚染の要因物質として、ホルムアルデヒド、トルエン、アセトアルデヒドなど現在14物質を特定して室内濃度指針値を設定しています。

ベイクアウト(焼き出し)とは

室内空気汚染の低減化対策の一方法。

建物の室内を加熱装置により加温し建材等から発生した室内空気中の化学物質を放散させた後、換気により室外へ放出することにより、平常時の室内濃度を低減化する方法。

事例 3 3 専用駐車場でいたずらされた自動車

美容室へ行く時も車を使います。受付に申し出て、美容室の横にある専用駐車場に車を止めました。セットを終え、自動車に戻ると、今までなかった、くぎのようなもので引っかいたような大きな傷があるのに気づき、店に苦情を言ったところ「駐車場については一切責任を負わないと掲示してあるので、車の修理代の補償はできない」と言われてしまいました。納得できません。

お客様からこのような苦情を受けた場合、丁寧にお話を伺って、すぐ現場を確認し、事故状況を記録することが大切です。

「美容所賠償責任補償制度」では、専用駐車場に置いてある自動車等について美容所の建物施設や専用駐車場の「欠陥」又は店の業務（清掃作業等）に付随する「不注意」によって直接自動車に損害を与えた事故に限って支払いの対象になりますが、今回のように、車に戻ったら原因不明のキズが付いていたというものは補償制度の対象になりません。

しかし、駐車場でよく見かける「一切責任は負いません」との掲示は不適切で、消費者契約法の不当条項に該当すると思われます。お客様へ盗難や接触事故の注意を促す意味から「車両の管理責任は負いません」などの掲示が望まれます。

上記事例以外にも、駐車場では「店の看板が駐車中の車に垂れ下がってきて傷がついた」「駐車場にあった穴に子供の足が入り込みケガをした」などの事故が寄せられています。常日頃から駐車場の維持管理は重要といえましょう。

参 考

美容所賠償責任補償制度(P8,50 参照)

消費者契約法 平成 13 年 4 月 1 日施行

消費者と事業者の間には情報力や交渉力の格差があることを前提に、消費者と事業者の間のルールとして、すべての契約（労働契約は除く）に適用されます。

*** 第 10 条（消費者の利益を一方的に害する条項の無効）**

事業者の定めた契約内容のうち、消費者の権利を制限し又は消費者の義務を加重する条項であって、民法で規定する信義誠実の原則に反し、消費者の利益を一方的に害する条項は無効となります。

5. トピックス

(1) 消費者基本法(旧消費者保護基本法)

平成16年6月2日、消費者保護基本法が36年ぶりに改正されました。基本理念の新設をはじめ、現代の経済社会にふさわしいものとして、抜本的に見直しをし、消費者政策を充実・強化していくことから、法律名も「消費者基本法」に変更されました。

事業者に対しても責務等の拡充、努力規定の新設など関わりの深いものとなっています。

<基本理念の新設>

消費者政策の推進は、安全の確保等を消費者の権利として尊重し、消費者の自立支援を基本として行わなければならない。

<保護から自立へ>

目的では、情報格差・交渉力格差によることを追加規定し、消費者の権利と尊重を明確にし、自立支援を明記しました。

<消費者の8つの権利>

消費生活において基本的な需要が満たされる権利

健全な生活環境が確保される権利

安全が確保される権利

・身体や生命に危険な商品、サービスから保護される

・サービス業に関しては、業務の切り分けを厳格に行うことや、安全基準を設定するなどの整備が進められていくものと考えられる

必要な情報を知ることのできる権利

・必要な情報が明確な内容で提供され、不誠実、あるいは誤解を招く広告や表示、取扱説明書から保護される

適切な選択が行える権利

・十分な情報を基に、冷静に合理的な判断ができる環境で選べる

消費者教育が受けられる権利

・適切な判断能力を身につけるための教育が受けられる

意見が反映される権利

・意見が言える場が与えられ、最大限に反映されることを求められる

被害の救済が受けられる権利

・欠陥商品や不適正な契約等のトラブルから救済される

<事業者の責務の拡充>

* 消費者の安全、取引における公正の確保

* 消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供

* 消費者取引に際し、消費者の知識、経験、財産の状況に配慮

* 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理をする

* 国・地方公共団体が実施する消費者政策に協力

<事業者団体の努力規定>

* 苦情処理体制の整備

* 自主基準の作成支援など

(2) 個人情報の保護に関する法律(個人情報保護法)

個人情報の適切な取り扱いを義務付けるもので、個人情報取り扱い事業者の義務規定などについて、平成17年4月1日より施行されます。

<目的> 個人情報の有用性に配慮しつつ「個人の権利や利益」を保護すること

<個人情報とは> 生存する個人の識別が可能な情報(氏名・生年月日等により特定の個人が識別できるもの)

<個人情報取扱事業者>

- * 個人情報データベース等を事業の用に供しているもの
- * データベースが過去6ヶ月間に**5,000人分**を超えた企業
- * **紙情報**であっても個人情報を容易に検索ができるように構成され、目次や索引がついているものは対象(カルテも含まれる)

<具体的な事業者義務>

利用・取得に関するルール

- * 個人情報の取得時に、利用目的をできる限り特定し、本人に通知・公表する
- * 偽りその他不正な手段によつての個人情報取得の禁止
- * 本人から直接書面で個人情報を取得する場合には、あらかじめ本人に利用目的を明示する
- * 間接的に取得した場合、すみやかに利用目的を通知または公表する必要がある

第三者提供に関するルール

- * 個人データをあらかじめ本人の同意を取らないで第三者に提供することは原則禁止

開示に応じるルール

- * 事業者が保有する個人データに関して、本人から求めがあった場合は、その開示、訂正、利用停止等を行うこと
- * 個人情報の取扱いに関して苦情が寄せられたときは、適切かつ迅速に処理すること

<個人データに関する取扱義務>

安全管理措置

- * データの漏洩、滅失防止のため必要な措置をすること
- * 個人データを安全に管理し、従業員や委託先を監督すること

正確性の確保

- * 利用目的達成に必要な範囲内で、正確・最新の内容に保つこと

個人情報取扱事業者が義務規定に違反した場合、罰金が課せられます。

詳しくは内閣府国民生活局ホームページ

<http://www5.cao.go.jp/seikatsu/kojin/index.html>

(3) インターネット対策

IT時代をむかえ、美容業界においてもインターネットは重要な情報発信や販売促進のツールとなってきています。

便利な部分がクローズアップされ、進化をし続けているネットワーク社会ですが、その一方で、情報の共有化や匿名性などインターネットの特性が悪用され、詐欺的ネット犯罪、情報の流出、誹謗中傷など、さまざまなトラブルが発生しています。これからは営業者もネット被害に対する対策も必要です。

特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律

(プロバイダ責任制限法)

インターネット特有の匿名性の壁を打破すべく、被害者に発信者情報の開示権を認める法律で、プロバイダ等が権利を侵害するおそれのある書込み等を削除したり、削除しなかった場合の損害賠償責任が制限されることも定めています。ただし、被害者が自己の権利が侵害されたことが明らかであることを証明するなど、一定の要件が必要となります。削除依頼に応じない時には、裁判所に仮処分申請を行うこととなります。

この法律の施行で(社)テレコムサービス協会がその運用ガイドラインを作成し、ホームページ(<http://www.telesa.or.jp>)で書込み削除を申し入れるフォームを掲載しています。

名誉棄損行為や屈辱行為は犯罪ともなりますので、警察に通報し捜査されれば、発信書込み者が特定できる場合もあります。

不正アクセス行為の禁止等に関する法律(不正アクセス禁止法)

顧客情報を適正に管理していたにも関わらず、何者かにコンピュータ上からその情報を取られた場合、この法律の被害者として警察に申し出る必要があります。

警察庁ハイテク犯罪対策 <http://www.npa.go.jp/hightech/>

電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法特例措置法(電子契約法)

電子契約の場合、事業者側が、消費者の申込み内容などを確認するための適切な措置を設けていない場合、民法95条但し書を適用せず、原則、契約を無効とすることを定めています。

特定商取引に関する法律(特定商取引法)

インターネット通販については、分かりやすい申込み画面設定を義務付ける規定があります。

(4) 美容室を取り巻く諸事情

近年、美容室を運営していく中で業務以外の様々なトラブルも発生しています。巻き込まれないためには実態を把握し知識向上等に努める必要があります。

電話機のリース契約

個人事業主や小規模企業主をターゲットに「デジタル化されるので今のうちに電話機の交換をした方がいい」と訪問し高額なリース契約をさせるトラブルが発生しています。事業者の場合、クーリング・オフ（消費者に与えられた 8 日間の無条件解約権）の対象外です。ただし、民法その他の法律で取消や無効の主張ができることもあります。また、裁判で事業者のクーリング・オフが認められた判例もあります。

特定商取引に関する法律（特定商取引法）

昭和 51 年に制定された事業者規制の法律です。取引を公正なものとし、購入者等の利益の保護が主な狙いで、クーリング・オフの規定があります。

リース契約

物を使用させる期間が 1 年以上で、契約期間中は解約ができない（途中で不要になっただり使えなくなっても残リース料支払い義務がある）、損金経理のメリットがある。

判例 平成 8 年 1 月 川越簡易裁判所判決、平成 15 年 7 月 大阪高等裁判所判決

(P45 参照)

店内 BGM の著作権支払い義務

平成 14 年 4 月から、著作権法付則 14 条の撤廃で音楽著作権料の支払い義務が発生しますので、美容店内で有線放送・FM ラジオ・CD 等を BGM として利用の場合は注意が必要です。

著作権法 第 23 条

放送、有線放送の受信装置を用いてお店などに流すことを「公衆放送の伝達権」として著作権者（作詞家や作曲家）に権利を認めている。

著作権法付則第 14 条撤廃

営利を目的とし BGM を利用する場合、利用の許諾契約と使用料が発生する事になった。
音楽著作権手続き

対 象

店等で、CD・テープなどを BGM として店内に流す場合。

有線音楽放送、衛星配信、BGM 用貸出録音物などの事業者が、お店などに代わって協会に使用料を支払っていない場合。

使用料

一般の店舗の場合は、店舗面積に応じて決められている。

宿泊施設の場合は、宿泊定員で決まる。

使用料免除規定

福祉、医療もしくは教育機関での利用、事務所・工場等での主として従業員のみを対象とした利用又は露店等での短時間かつ軽微な利用の場合など。

(社団法人)日本音楽著作権協会ホームページ <http://www.jasrac.or.jp/info/bgm/index.htm>

判例 平成 16 年 3 月 名古屋高等裁判所判決 (P45 参照)

(5)「まつ毛パーマ」について

独立行政法人国民生活センター 記者発表資料より [2004年9月3日：公表]

目元ぱっちり、美しくなるはずが・・・

「まつ毛パーマ」による目の炎症や、かぶれ等の事故が増加！

実施の理由

「まつ毛パーマ」により、目に炎症やまぶたにかぶれが生じた等の危害情報が1999年度から増加し始め、2002年度にさらに増加している。なかには目の炎症により、治療に1ヶ月以上かかった例もみられた。

そこで、「まつ毛パーマ」による危害情報を分析し、実際に使用されている「まつ毛パーマ液」の成分等について調べ、まつ毛に使用されているパーマ液を中心に問題点をまとめ、被害の未然防止・拡大防止のために情報提供を行うとともに、関係機関へ要望を行うこととした。

結果・現状

危害の発生場所は、「エステティックサロン」が多くなっている。また、危害を受けた人の年齢は、20歳代の女性が多い。危害部位はまぶたへが約半数。目への危害は治療期間が他の部位に比べ長期に渡るケースが多くなっている。危害事例の中には、「医薬部外品」である頭髪用の「パーマメント・ウェーブ用剤」（以下、「頭髪用パーマ液」）をまつ毛に使ったケースもある。また、厚生労働省によると「頭髪用パーマ液」と同様の成分から成るものが「まつ毛パーマ液」として製造又は輸入される場合は、「薬事法」上の規制対象となり、承認許可を必要とするものに該当する。』との見解であったが、現在のところ承認されているものは「頭髪用パーマ液」であり、「まつ毛パーマ液」として承認されているものはない。

今回テストした「まつ毛パーマ液」4銘柄については、医薬部外品である「頭髪用パーマ液」の品質規格の範囲内という観点から、ほとんど差がなかった。

問題点

「頭髪用パーマ液」とほぼ同じ成分・品質のものをまつ毛に使用することは、安全上の観点から問題がある。また、「頭髪用パーマ液」をまつ毛に使うことは、薬事法に基づく承認内容を逸脱した目的外使用であり、問題がある。さらに、テスト対象銘柄の表示内容からみると、施術者や使用者が「まつ毛パーマ液」についての知識や安全性の確認をするための情報を十分に取得することは難しいと思われた。

要望・情報提供先

要望先

<行政>

- ・厚生労働省健康局生活衛生課
- ・厚生労働省医薬食品局審査管理課
- ・厚生労働省医薬食品局監視指導・麻薬対策課

<事業者団体等>

- ・全日本美容業生活衛生同業組合連合会
- ・日本エステティック連合

情報提供先

- ・経済産業省商務情報政策局サービス産業課
- ・公正取引委員会事務総局取引部消費者取引課
- ・内閣府国民生活局消費者調整課

6. 美容業・理容業に 関係する判例

(1) 理容店主と訪問販売事業者との電話機の売買契約にクーリング・オフを認めた

川越簡易裁判所 平成 8 年 1 月 22 日 判決

家族営業の理容店に電話機の訪問販売事業者が来訪し、機種が変更になる等と説明し割賦価格 255,000 円で売買契約を締結。販売担当者が個人名ではダメと言い、店名入りゴム印を押し、代表者名を付記した上、契約目的を営業行為に丸印をした。高額であり、機種変更になるとの説明が虚偽であったことからクーリング・オフによる契約解除通知を書面で通告した。

しかし、理容店が特定商取引に関する法律（旧訪問販売法）の事業者に該当しクーリング・オフの適用除外であるとして、販売事業者が売買代金の請求裁判を起こしたものである。

判決ポイント

電話機が営業用に設置していたとみることができない

屋号を使用したゴム印が押印され、営業目的に丸印が付されているのは、知識、経験がない一般消費者同然の理容店主にクーリング・オフを予め封じる為で理容店主の意思に基づいてなされたといえず、営業のために電話機を購入したとみることができない

クーリング・オフ制度によって保護されるべき場合に該当する

(2) 事業者間取引でも消火器薬剤詰替えにクーリング・オフを認めた

大阪高等裁判所 平成 15 年 7 月 30 日 判決

従前から継続的取引のある消火器点検業者であるかのように装い、事情のわからない自動車販売会社の従業員をだますようにして契約書にサインをさせ、消火器を搬出し、高額な消火薬剤詰替費用を請求してきた。支払うまで消火器の返還をしないと態度の悪質業者に対し、搬出された消火器の返還と強制執行不奏功の場合の損害賠償請求を自動車販売会社が求めた。

判決ポイント

特定商取引法、第 26 条 1 項 1 号では、事業者が「営業のため若しくは営業として締結するもの・・・」した取引についてクーリング・オフ規定は適用除外とされているが、自動車販売会社は消火器を営業の対象とする会社ではないので適用除外とはならない

自動車販売会社が株式会社であるにもかかわらず、事業者間の訪問販売取引にクーリング・オフの適用があると判断し、消火器薬剤充填契約は書面不備のためクーリング・オフ行使期間が未経過と判断された

(3) 社交ダンス教室内のレッスン音楽利用は著作権侵害と認めた

名古屋高等裁判所 平成 16 年 3 月 4 日 判決

社交ダンス教室（7 事業所）に対し、（社）日本音楽著作権協会が、協会が管理する音楽著作物の演奏差し止めと損害賠償を求めた。第一審判決（名古屋地方裁判所）では、ダンス教室経営者らの著作権侵害を認め、演奏差し止め損害賠償一部認容判決を下した。第二審判決（名古屋高等裁判所）でも著作権侵害を認め、協会からの請求から遡って 3 年間は不法行為に基づく損害賠償義務を、それ以前の 7 年間は不当利得に基づく利得返還義務をそれぞれ負うと判決。

社交ダンス教室の経営者側が最高裁に上告受理を申立てたが棄却され、第二審判決が確定。

判決ポイント

録音物の再生演奏は「不特定かつ多数の者」に対するものであるから、著作権法 22 条「公の演奏」に該当する

著作権法施行令附則 3 条の営業に該当する

7. 関連法規等

(1) 美容師法 (昭和32年)

目的(第1条)

この法律は、美容師の資格を定めるとともに、美容の業務が適正に行なわれるように規律し、もって公衆衛生の向上に資することを目的とする。

定義(第2条)

この法律で「美容」とは、パーマントウェーブ、結髪、化粧等の方法により、容姿を美しくすることをいう。

この法律で「美容師」とは、厚生労働大臣の免許を受けて美容を業とする者をいう。

この法律で「美容所」とは、美容の業を行なうために設けられた施設をいう。

(平成11年法160、改正)

免許(第3条)

美容師試験に合格した者は、厚生労働大臣の免許を受けて美容師になることができる。

(平成13年法87・改正)

無免許営業の禁止(第6条)

美容師でなければ、美容を業としてはならない。

美容所以外の場所における営業の禁止(第7条)

美容師は、美容所以外の場所において、美容の業をしてはならない。ただし、政令で定める特別の事情がある場合には、この限りではない。

美容所以外の場所で業務を行なうことができる場合(美容師法施行令 第4条)

美容師が法第7条但し書きの規定により美容所以外の場所において業を行なうことができる場合は、次のとおりとする。

疾病その他の理由により、美容所に来ることができない者に対して美容を行なう場合。

婚礼その他の儀式に参列するものに対して、その儀式の直前に美容を行なう場合。

前2号のほか、都道府県が条例で定める場合。

(平成14年政329・改正)

(2) 身体障害者補助犬法(平成14年5月公布・平成15年10月全面施行)

身体障害者補助犬の育成及びこれを使用する身体障害者の施設等の利用の円滑化を図り、もって身体障害者の自立及び社会参加の促進に寄与することを目的に制定されました。

身体障害者補助犬とは、盲導犬、介助犬及び聴導犬をいいますが、下記の通り認定されています。

ア 盲導犬とは、道路交通法で定める盲導犬であって、厚生労働大臣が指定した法人から認定を受けている犬(当分の間は、国家公安委員会が指定した法人から認定を受けている犬)

イ 介助犬とは、肢体不自由により日常生活に著しい支障がある身体障害者のために、物の拾い上げ及び運搬、着脱衣の補助等肢体不自由を補う補助を行う犬であって、厚生労働大臣が指定した法人から認定を受けている犬

ウ 聴導犬とは、聴覚障害により日常生活に著しい障害がある身体障害者のために、ブザー音、電話の呼出音等を聞き分け、その音に必要な情報を伝え、及び必要に応じ音源への誘導を行う犬であって、厚生労働大臣が指定した法人から認定を受けている犬

このような身体障害者補助犬を身体障害者が同伴して利用する場合は、公共の施

設や飲食店などの不特定多数の者が利用する施設は拒んではなりません。

なお、認定された犬は省令に基づいて訓練を受け、身体障害者補助犬である旨の表示が義務づけられています。また、同伴・使用する身体障害者は補助犬が他人に迷惑を及ぼすことがないように管理し、犬の健康管理・衛生管理も義務づけられています。

(3) 高齢者、身体障害者等が円滑に利用できる特定建築物の建築の促進に関する法律(ハートビル法)

平成 15 年 4 月に新設・改装するホテルなどにバリアフリー対応を義務づける新法(改正ハートビル法)が施行されました。「特定建築物」を新築や改装する場合にはバリアフリー対応をすることが努力目標としてあげられ、その中でも「特別特定建築物」として政令で定められた場合には必ず守る義務があります。現在は、2,000 m²以上のホテルやデパートなどですが、地方自治体の条例により面積規制を厳しくするなど可能ですが、今後の高齢社会にむけては、不特定かつ多数の人が集まるところなどではそれら規制を先取りしたバリアフリー対応が望まれます。

特定建築物：学校、病院、劇場、観覧場、集会場、展示場、百貨店、ホテル、事務所、共同住宅、老人ホームその他の多数の者が利用する政令で定める建築物又はその部分をいい、これらに附属する特定施設を含むものとする。

(4) 製造物責任法(PL法)

製品の欠陥によって生命、身体又は財産に損害を被ったことを証明した場合に、被害者は製造会社などに対して損害賠償を求めることができる法律です。過失有無に関わらず、欠陥の有無による責任です(内閣府・消費者の窓 <http://www.consumer.go.jp>)。

第一条 この法律は、製造物の欠陥により人の生命、身体又は財産に係る被害が生じた場合における製造業者等の損害賠償の責任について定めることにより、被害者の保護を図り、もって国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。

第二条 この法律において「欠陥」とは、製造又は加工された動産をいう。

2 この法律において「欠陥」とは、当該製造物の特性、その通常予見される使用形態、その製造業者等が当該製造物を引き渡した時期その他の当該製造物に係る事情を考慮して、当該製造物が通常有すべき安全性を欠いていることをいう。

(5) 消費税法

消費税に対する国民の信頼性、制度の透明性を向上させる観点から、平成 15 年度の消費税法の一部改正で、中小事業者に対する特例措置等(免税点制度、簡易課税制度)について見直しが行なわれ、次のような措置が講じられました。

免税点制度

課税事業者となる課税売上高の適用上限が年 1,000 万円(改正前は 3,000 万円)に引き下げられました。

簡易課税制度

適用の上限が年 5,000 万円以下(改正前は年 2 億円)に引き下げられました。

申告納付回数

直前の課税期間の年税額が 4,800 万円(地方消費税込み 6,000 万円)を超える事業者については、中間申告納付(改正前は中間申告 3 回、確定申告 1 回)が毎月(中間申告 11 回、確定申告 1 回)となりました。

総額表示方式の義務付け

事業者がその相手方である消費者に対して商品の販売、役務の提供等の取引を行うに際し、その取引価格を表示する場合には、その商品や役務に係る消費税等の額を含めた総額を明らかにすることが義務付けられました。

(6) 著作権法

著作物並びに実演、レコード、放送及び有線放送に関し著作者の権利及びこれに隣接する権利を定め、これらの文化的所産の公正な利用に留意しつつ、著作者等の権利の保護を図り、もって文化の発展に寄与することを目的として制定されました(第1条)。

著作物とは思想又は感情を創作的に表現したものであって、文芸、学術、美術又は音楽の範囲に属するもの(第2条1項1号)、著作者とは著作物を創作する者(第2条1項2号)と定義されており、著作者の権利として、著作者人格権と著作権を認めています(第17条1項)。また実演家、レコード製作者、放送・有線放送事業者には著作隣接権を認めています(第89条)。

著作物に関する権利は、著作物を創作した時点で発生し、著作者の死後50年間存続し、保護期間となっています(第51条)。

(7) 健康増進法

たばこの煙により、肺がん、咽頭がん、心臓病、脳卒中、肺気腫、喘息、歯周病などのリスクが高まると指摘されています。また、妊婦の喫煙では、流産、早産、低出生体重児などが増えるとの報告もあります。しかし、たばこの悪影響は、喫煙者本人よりも周囲の人が吸わされる「受動喫煙」の方が問題です。たばこの先から出る煙(副流煙)のほうが、喫煙者本人が吸い込む煙(主流煙)より有害物質が多く含まれているからです。さらに、受動喫煙の乳幼児への影響として、喘息、気管支炎、赤ちゃんの突然死などが知られています。

そこで、平成15年5月に「受動喫煙の防止」が明記された健康増進法が施行されました。

飲食店その他の多数の者が利用する施設では他人のたばこの煙を吸わされないよう必要な措置を講じる義務規定が設けられました。分煙や禁煙などの措置を講じましょう。同じフロア内で分煙する場合には、出入り口、トイレ、レジなどへの道筋で受動喫煙しないよう配置を考慮しなければなりません。

詳しくは、<http://www.mhlw.go.jp/topics/tobacco/main.htm>

厚生労働省健康局総務課生活習慣病対策室

第25条 学校、体育館、病院、劇場、観覧場、集会場、展示場、百貨店、事務所、官公庁施設、飲食店、その他の多数のものが利用する施設を管理する者は、これらを利用する者について、受動喫煙(室内又はこれに準ずる環境において、他人のたばこの煙を吸わされることをいう)を防止するために必要な措置を講ずるように努めなければならない。

(8) 消費者契約法

平成13年4月1日に施行され、消費者と事業者の間のすべての契約(労働契約を除く)に適用されます。消費者と事業者の間には情報力や交渉力の格差があることを前提に、消費者と事業者の間のルールとして制定されました。

事業者の不適切な行為(1 不実告知、断定的判断、故意の不告知、2 不退去、退去妨害)により自由な意思決定が妨げられたこと(1 誤認、2 困惑)によって結んだ契約を取消することができます。消費者が結んだ契約において、消費者の利益を不当に害する一定の条項の全部又は一部が無効になります。

第1条 この法律は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差にか

んがみ、事業者の一定の行為により消費者が誤認し、又は困惑した場合について契約の申込み又はその承諾の意思表示を取消することができることとともに、事業者の損害賠償の責任を免除する条項その他の消費者の利益を不当に害することとなる条項の全部又は一部を無効とすることにより、消費者の利益の擁護を図り、もって国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。

第3条 事業者は、消費者契約の条項を定めるに当たっては、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容が消費者にとって明確かつ平易なものになるよう配慮するとともに、消費者契約の締結について勧誘をするに際しては、消費者の理解を深めるために、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容についての必要な情報を提供するよう努めなければならない。

詳しくは 内閣府・消費者の窓 <http://www.consumer.go.jp/>

(9) 不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）

商品や役務（サービス）の取引に関して不当な景品提供や表示による顧客の誘因を防止して、公正な競争を確保することにより、一般消費者の利益を保護することを目的として昭和37年に公布されました。

平成15年に、商品の効果、性能等内容について、著しく優良であると表示をする場合は公正取引委員会が、「表示の裏付けとなる合理的な根拠の提出を事業者に要求できる」よう法律が改正されました。また、電子商取引に関する表示についてもガイドラインが出され、運用が強化されています。

不当な表示は禁止（4条）

1. 優良誤認（4条1号）商品又は役務の品質、規格その他の内容についての不当表示内容について、実際のものより著しく優良であると一般消費者に誤認される表示内容について、競争業者に係るものより著しく優良であると一般消費者に誤認される表示
2. 有利誤認（4条2号）商品又は役務の価格その他の取引条件について不当表示取引条件について、実際のものより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
取引条件について、競争事業者に係るものより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
3. 誤認されるおそれのある表示（4条3号）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と認められ、公正取引委員会が指定する表示

(10) 電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法特例措置法（電子契約法）

第3条 インターネットなどの「電磁的方法」という消費者には不慣れな方法での消費者取引に限定して、操作ミスによるリスクを事業者に負わせるように民法95条但し書きを適用しないことにした。

第4条 従来民法では、526条で「隔地者間ノ契約ハ承諾ノ通知ヲ発シタル時ニ成立ス」と発信主義をとっていましたが、この法律で承諾の意思表示を電子メールなどで送信する時の契約成立時期が到達主義に変更されました。この規定は、事業者と消費者の契約だけに限らず、事業者間、消費者間の取引にも適用されます。

(1 1) 美容所賠償責任補償制度

この補償制度は、美容業務にかかわる不注意や、美容施設の欠陥による事故が原因でお客様に怪我をさせたり、お客様の衣服を汚したりした場合の法律上の賠償責任を補償する全日本美容業生活衛生同業組合連合会の制度で、昭和 49 年 9 月 1 日からスタートしました。

この補償制度の対象となる事故（主なもの）

美容所の業務を原因とする事故

美容所の設備に起因した事故

お客様から預かった保管物（受託物）の事故

この補償制度の対象とならない事故（主なもの）

主に、次のような事故はこの補償制度の対象となりません。

加入者、又はその代理人の故意による事故

戦争、暴動、政治的又は社会的騒じょうによる事故

地震、噴火、洪水、津波又はこれらに類似の自然変象による事故

加入者の父母、配偶者、子または同居の親族・従業員に対する事故

施設の建築、改築、修理等の工事に起因する事故

給配水管、暖冷房装置、湿度調節装置、消火栓、業務用器具からの蒸気、水の漏出、いっ出又はスプリンクラーからの内容物の漏出、いっ出に起因する対物事故

美容所の所有、使用、もしくは管理する航空機、昇降機又は自動車に起因する事故

自動車、オートバイ、自転車の盗難、紛失、毀損事故（専用駐車場の欠陥等に関しては補償される場合もあります）

パーマメントウェーブ用剤をまつ毛パーマなど本来の目的以外に使用した事に起因する事故

仕上がりが不良（髪型・毛染めの色等）に起因した事故

顧客が同伴した子供の事故

顧客から預けられていない携行品の事故

保管物（受託物）が正規の保管場所に収納されていない場合の事故

被害品の回収できない対物事故（ただし盗難、紛失の場合および被害品が修理、クリーニング等が可能な場合を除く。この場合、修理、クリーニング等に要した費用を領収証等で確認する必要があります。）

福祉美容における保管物や預かり品（受託物）に対する事故

出張美容など美容所以外の場所における事故（福祉美容は除く）

所属美容組合理事長が福祉美容と認めない出張美容の事故

出張美容における婚礼等による事故

福祉美容におけるお客様の送迎中の事故

(1 2) 理容所及び美容所における衛生管理要領について

（厚生省環境衛生局長通知 昭和 56 年 6 月環指 95 号）

近年の科学技術の進歩、利用者の様態の変化やそれに伴い営業形態等が変貌してきているため、理容所および美容所の施設、設備、器具等の衛生的管理や消毒、従業員の健康管理など衛生管理の改善向上を図るための指針として出されました。

この要領には施設、設備器具の管理や衛生的取扱い、理容・美容器具の消毒、タオル布片類の消毒、手指の消毒等定められています。主な事項は次のとおりです。

- * 皮膚に接する器具類を、消毒済みのものと未消毒のものを区別するために必要な収納ケース等を備えること。
- * 洗い場は、常に清潔に保持し、毛髪等の汚物が蓄積し、又は、悪臭等により客に不快感を与えることのないようにすること。
- * 従業者は常につめを短く切り、客一人ごとの作業前及び作業後には手指の洗浄を行い、必要に応じて消毒を行うこと。
- * 皮膚に接する器具類は、客一人ごとに消毒した清潔なものを使用すること。
- * 皮膚に接する器具類は、使用後に洗浄し、消毒すること。
- * 蒸しタオルは、消毒済みのものを使用すること。
- * 器具類を消毒する消毒液は、適正な濃度のものを調整し、清潔に保つこと。
- * 外傷に対する救急処置に必要な薬品及び衛生材料を常備し、用いる時には、適正に使用すること。

苦情対応カード(様式)

受付番号	受付年月日	受付方法 即時店頭 電話 文書	電子メール 次回来店時 その他	緊急性 保健所指導 その他	内容 安全・衛生、 品質・機能 価格・料金 表示・広告 販売方法、 契約・解約 接客対応 施設・設備
苦情申出者	氏名	住所		会員番号	
	連絡先	性別 男 女	年代		
苦情対象品	施術内容	金額	接客担当者		施術担当者
	苦情品名	製造元	製造・関係社名		その他関係者
苦情内容					受付 店長 確認
処 理 対 策	初期対応				担当者 確認
	原因究明				担当者 店長 確認
	対策1				担当者 店長 確認
	対策2				担当者 店長 確認
備考					

(注) 本苦情対応カードは、お客様の苦情を迅速・円満に解決するため、また、今後の再発防止、顧客満足等に資するものであるが、個人情報であるため、その取り扱い、保管等については、個人情報保護法の観点からも十分な配慮が望まれます。

全日本美容業生活衛生同業組合連合会からのメッセージ

全日本美容業生活衛生同業組合連合会は、47都道府県に設立されている美容業生活衛生同業組合が加入している全国団体です。

当連合会は、美容業の振興と発展を図るために、全国の組合員の方々を対象として、経営指導事業、技能向上事業、広報事業、共済事業、機材斡旋事業等を行っております。

また、昨今、政府が推進する規制緩和政策に関連し、美容師の資格制度についても議論がなされているところですが、美容師はお客様の毛髪や肌に直接触れ、化粧品や医薬部外品を使用するため、公衆衛生上の専門知識を必要とします。

このため、厚生労働大臣の指定した養成施設で教育を受け、国家試験に合格した者のみが美容師としてお客様にサービスを提供することができるのです。美容所の施設や設備についても、衛生上必要な要件が定められております。

当連合会は、これら美容業の根幹の制度を堅持することが、消費者の業への信頼の確保に欠くことのできないことであると考えており、全国美容業に携わる皆様には、一層のご協力をお願い申し上げます。

さて、このたび財団法人全国生活衛生営業指導センターでは、美容業の苦情対応の手引を改訂されました。消費者の権利意識の高まり、情報公開の進展などから、美容業に対するお客様の苦情も多岐にわたってきております。当連合会では、組合員の店舗を対象として、美容所賠償責任補償制度を昭和49年から実施しておりますが、これは、万が一美容所において事故が発生した場合、低額な掛金で大きな保障が得られるという制度です。この制度の対象となった保険事故は、平成15年9月1日から平成16年8月31日までの1年間に全国で724件となっており、その内訳は、対人事故241件、対物事故483件です。

これは、保険の対象として賠償をした事故であり、そこまでに至らない苦情の件数はこの何倍もの数になると考えられます。

これらの苦情について、適切な対応をすることは、業の信頼を高めるとともに、提供するサービスの質の向上にとっても大変重要なことです。

この苦情対応の手引は、美容業に対する最新の苦情の事例に基づき、わかりやすい解説と参考となる法令等も記載されております。

本手引書が美容業に携わる皆様にご活用いただき、営業にお役立ていただけることを願っております。

平成17年3月

全日本美容業生活衛生同業組合連合会
理事長 三根 卓司

索引

A~Z

ISO9000 3
JIS 3,4
S マーク美容室 10
P L 法 (製造物責任法) ...8,47

あ

インターネット 22,42
音楽著作権 43
受取証書の交付請求権 17

か

顔そり 12
化学物質過敏症 37
確認画面のガイドライン 22
寄託契約 29
苦情対応システム 4
クーリング・オフ 43,45
クレジットカード 18
契約の成立 23
景品表示法 15,20,21,49
健康増進法 48
建築基準法 38

高齢者、身体障害者等が円滑に
利用できる特定建築物の建築の
促進に関する法律 ハートビル
法
個人情報保護法 27,41
コンプライアンス 2

さ

債務不履行 13,14
錯誤による無効 23
シックハウス 38
消費者基本法 40
消費者契約法 24,25,39,49
消費税法 15,47
商法 29

場屋 29
身体障害者補助犬法 32, 46
生衛法 10
生活衛生関係営業の運営の適正
化及び振興に関する法律 生衛
法

製造物責任法 PL 法
総額表示 15
損害賠償責任 9

た

著作権法 43,48
著作権法附則 43
電子契約法 22,42,49
東京都個人情報保護条例 27
東京都美容師法施行条例 28
特定建築物 47
特定商取引法 42,45

に

日本工業規格 (JIS) 3,4

は

ハートビル法 36,47
品質管理システム 3
美容施術処理基準 7,37
美容業の振興指針 19
美容業の標準営業約款 10,16
美容師法 12,28,46
美容所事故賠償基準 8,10,11
美容所賠償責任補償制度
..... 5,8,13,31,50
不可抗力 29
不正アクセス行為の禁止等に関
する法律(不正アクセス禁止法)
..... 42
不当景品類及び不当表示防止法
景品表示法
不法行為 33

プロバイダ責任制限法 42
ベイクアウト 38
ヘナ 8
訪問理・美容サービス推進のた
めの指針 28
法令遵守 コンプライアンス

ま

まつ毛パーマ 9,44
未成年者契約の取消し 23
民法 13,14,23

ら

リース契約 43
理容所および美容所における衛
生管理要領について 50