

中国の消費者保護法制度に関する考察

楊 琴¹
李 海 峰²

目次

- 1, はじめに
- 2, 消費者問題と消費者運動
- 3, 消費者保護法制度の構造
- 4, 法制度の問題点
- 5, 解決方向の探索

1, はじめに

改革開放前の中国において、長期にわたる計画経済体制の実施と消費生活の中で存在した主な問題は、商品供給の不足であった。これに対して、現在の中国では、市場経済の確立と発展にともない消費者問題が発生し、深刻化しつつある。これに対し、政府の重要な課題の一つとして注目を集めている。消費者の利益保護は、国家の市場成熟度や法制度の整備程度を測るための一つの重要な指標である¹⁾。中国政府は法律面から消費者保護のための特定制度を設計し、法や条例、規則などの法律で消費者の公平な取引権利を保護し、消費者利益の保護強化に努めていることは明らかである。1994年1月1日の『消費者權益保護法』の実施は、中国が消費者の利益を保護するための法制化の軌道に歩み入ったことを示している。

しかし、経済の高速発展に従って、中国の消費者保護法制度は、経済情勢の発展要求に適應することができなかった。ここ数年、食品の安全、消費の詐欺などの悪質な事件は依然として急増し、深刻な社会問題により、人々の

1 楊 琴, 山口大学大学院東アジア研究科博士課程後期, 中国貴州大学法学院助教。

2 李 海峰, 山口大学経済学部, 大学院東アジア研究科教授

1) 李 昌麒, 許 明月著 (1997)『消費者保護法』法律出版社, 第24ページを参照。

生活に大きな影響をもたらした。消費者保護法は社会の安定や経済の発展の促進にとっても、法の改正と整備が早急に要求されている。消費者保護法の理論研究が最重要であると言える。

2. 消費者問題と消費者保護運動

以上述べたように改革開放前の中国は、長期にわたり計画経済体制を実施しており、当時の消費生活上、商品不足のため、消費財の供給不足が主な問題であり、消費者問題はまだ存在していなかった。1980年代以降、中国の経済体制は市場経済に移行し、その発展に伴い、消費生活において、消費者が侵害を受けるといった問題が次々に発生し、深刻化し始めた。それによって消費者だけではなく、政府や社会全体の注目を集めるようになった。1981年6月、タイ・バンコクで開催された国連のアジア太平洋経済社会理事会「消費者を保護する協議会」において中国政府は初めて招待され参加した。この会議を通して、国際消費者の運動状況を知り、中国における消費者保護のための運動を展開する必要性と重要性は理解された。会議に出席した代表は、帰国後、消費者組織を創立し、消費者の利益を保護するよう国務院に提案を出した。この提案は国務院の指導者から多くの指示を得て、1983年5月、河北省新楽県（現新楽市）において、全国初の消費者協会が設立された。1984年9月には、広州市が消費者委員会を設立し、1984年12月には「中国消費者協会」が国務院の許可を得て設立された²⁾。その後、各省、市、県などの各級の消費者協会が次々と設立された。そして中国消費者協会は、1987年9月に国際消費者連盟に正式な会員として認められた。さらにWTO加盟後、消費者運動は、発展も見れた。上海市は2004年に消費者協会を「消費者權益保護委員会」に改名した。このように中国における消費者運動は、形式だけではなく、実質的にも新たな段階に入ったと言える。

中国の消費者利益保護の進展に従って、消費者運動の特徴は、以下の3つの発展段階に区分することができる（表1）。

2) 中国消費者協会編（2000）『消費者保護理論と実務』工商出版社、第55ページを参照。

表1 中国における消費者運動の進展図³⁾

段階	時期	変化	特徴
1. 初期	1984-1993年	祭日化権益保護から通常化権益保護へ転換	1984年12月に中国消費者協会は國務院の許可を得て設立された。1987年9月に中国消費者協会は国際消費者連盟に正式な会員として認められた。中国の消費者権益保護の運動が世界の軌道に組み入れられた。この段階では、中国の改革開放が初期にあって、行政機関と企業の管理と責任が区別しない、政務も区別しない旧体制の下で、中国の消費者権益保護はまだ専門的な法律がなかった。消費者の基本的諸権利は公民の民法上の権利によって保護され、そして『民法通則』を通じて規範を行っていた。そのため、消費者権益保護の活動はあっても、消費者のトラブルの解決は消費者協会の仲裁にだけ頼っていた。
2. 発展期	1993-1998年	社会团体化権益保護から総合化権益保護へ転換	1993年10月、第8期全国人民代表大会常務委員会第4次会议で『消費者権益保護法』を制定し、1994年1月1日に正式に公布し実行した。4つの点で、中国初めての事例となった。1つめは、初の全会一致で可決された。2つめは初めて懲罰的賠償条項を定めた。3つめは社会の関心を集めた第1の法律である。4つめは初めて消費者権益に対する「国家保護」の概念を導入され、法律の消費者権益に対する特定の保護を表すだけでなく、また工商行政管理部门が『消費者権益保護法』の主体として偽物商品を調査・処罰し、消費者の合法的権益を保護する職務を明確にしたことである。この段階では、消費者の権益保護のための『製品質量法』、『反不正当竞争法』、『広告法』、『食品衛生法』などの一連の法律法規を実施し市場経済の初級段階における市場秩序と消費権利保護を規範化した。
3. 規範化期	1998以後	理性化権益保護から法制化権益保護へ転換	1998年国家工商総局と各省・市の工商局に消費者権益保護機関を設けることを標識として、政府の第4次機構改革とよりいっそうの部門の機能点検、及び政府と企業の責任区別の実施を行った。この段階では、消費者権益の保護における政府、社会团体、経営者の権利保護職責を明確にした。全社会の権利保護資源を統合し、権利保護の効率を向上する新时期を迎えた。国家の法律保護、行政保護、社会团体保護、世論保護、企業自律保護、消費者自らの保護等々が相互作用を通じて消費者権益を保護するシステムを初歩的に形成した。

この図表は成都市工商局「焦点一：消費者権益保護運動方興未艾」を参考にして筆者作成。

3) この表は成都市工商局『焦点一：消費者権益保護運動方興未艾』www.chengdu.gov.cn.(2007年1月20日)を参照して筆者作成。

3, 消費者保護法制度の構造

3.1 法制度の概要

中国における消費者保護に関連する法律や法規はこれまでに多く制定された。『消費者權益保護法』と『民法通則』などの主要な法律以外に、多くの部門法（日本の業法相当）が存在する。例えば、製造物品質、市場管理、物価、広告、商標、標準化、医薬衛生、郵便通信、運輸、旅行、環境保護、農業生製資料等々領域について法律・法規・部門法がある。（具体的な法律、法規、及び部門法は表2, 3, 4, 5, 6を参照する）。これらの法律や法規は消費者保護法制度を構成し、消費者訴訟、救済などの消費者問題を解決するための法の根拠を提供している。

ここで、中国の消費者保護のいくつかの基本法とその関連法を紹介しておく。

消費者權益保護法

『消費者權益保護法』は、中国における消費者保護の基本法であり、消費者の権利と経営者（事業者）の義務を規定することで、消費者の利益を全面的に保護する。一般的には、法律は権利と義務を同時に扱っているが、中国の『消費者權益保護法』は消費者の権利だけを規定し、義務を規定していない。経営者に対しては義務だけを規定し、権利を規定していない。これは経営者に比べると比較的弱い立場にある消費者に対する保護に配慮したものであり、消費者に対する保護を更に強調した法律である。しかし、経営者の権利を規定していないとはいえ、経営者は義務だけを背負い権利をまったく享受しないということも意味しない。同時に、消費者も権利があると共に義務を果たさなくては行けない。法律は消費者と経営者の利益を公正に扱うために比較優位な立場にある経営者に対して法定義務を強調し、消費者の利益を守ることを目的としている。経済活動に参加するすべての当事者は義務を履行しなければならない⁴⁾。

民法通則

『民法通則』は、中国の民事関係を調整する基本法典であり、市場経済の

4) 翁 建敏, 陳 珂編 (2004)『消費者權益保障百例解析』機械工業出版社, 第4ページを参照。

基本法である。主として平等主体的に市民間、法人間、市民と法人の間の財産と民事関係を調整する。民法は、人々の日常生活と最も密接な関係を持っている。さらに民事主体の権利と行為能力の確認を通じて、民事主体の権利を保護し、民事主体に対して相応な義務を履行することを要求し、人々の日常生活と生活における行為を規範化する。民法の基本的な原則として主に平等原則⁵⁾、等価原則⁶⁾、意思自治原則⁷⁾、誠実原則⁸⁾等々がある。これを消費者保護の視点から見れば、上述の原則を細分化すると消費者の様々な権利を表している。

そのうえ、民法は主に消費者の主体資格を確認し、消費者の利益や財産権、及び人権を侵害されない。更に民法理論の中の契約と侵権法理論は消費者保護において重要な役割を果たしている。すなわち消費者保護の中核であるといえる。その他に民法に確定している損害賠償原則と民事責任原則は消費者の賠償請求権を保障するなどの法基礎となる⁹⁾。

契約法

『契約法』は民事主体間の債権と債務関係を調整する基本法である。契約関係は、われわれが日常生活の中で常々出会うものであり、売買、レンタル、委託等は契約関係の事例である。契約法は民法の重要な形成要因であり、消費者の利益を保護する際に重要な役割を果たしている。契約法は、一方では契約を申込み、もう一方が受諾した時点で成立する。法定手続きを履行した後に効力が生ずる契約法もあり、殆どの消費紛争に適用することができる。例えば、購入した商品やサービスが標準に達していなく、運輸義務を怠った等々の場合、契約法の当事者である消費者と経営者（一般的には経営者）のどちらかが契約違反になる。契約法の理論は消費者と経営者の権利と義務の分配、義務の履行限度、責任違反、賠償の確定などに重要な役割を果たして

- 5) 平等原則とは当事者が民事活動の中における地位の平等である。『民法原則』第4条。
- 6) 等価格有償な原則は市場主体に等価交換に従うように求める。無償で他人の合法的な利益を占めることができない。『民法原則』第4条。
- 7) 意思自治原則は当事者が民事活動に従事する時の意志は他人の関与を受けない、自分の意志を自由に表現できる。『民法原則』第4条。
- 8) 誠実信用の原則というのは人々が民事活動に従事する時に誠実で、信用を守るべきである。『民法原則』第4条。
- 9) 翁 建敏、陳 珂編(2004)『消費者權益保障百例解析』機械工業出版社、第3ページを参照。

いる。

電子署名法

『電子署名法』は、電子署名の法律効力の確立を通じて、電子署名行為を規範化し、様々な主体の法的な権益を保護する。ファックス、電子メールなどを含めたデジタル文書の法的効力を確定することを通じて、消費者の電子取引の安全を保障し、ネット環境における取引権益を法律によって保障する。

製品質量法

『製品質量法』（日本の製造物責任法相当）は、製品の品質について二つの関係を調整している。1）製品製造を監督管理過程において監督を執行する行政機関、社会団体と被監督生産者、販売者間の監督管理関係。2）生産者、販売者と消費者、被害者間における製品の品質により発生した財産や人身や、現実においては偽物は人々の生命健康を大きく脅かす一方、消費者の製品性能、用途などに関する知識が不足し、常々被害を受ける。製品質量法は製造物製造に対する監督を強め、消費者の利益を保護し、市場経済秩序を守る等々の面で積極的な役割を果たし、消費者保護に有効な法的手段を提供した。

広告法

『広告法』は、市場経済の発展に積極的な役割を果たし、消費者の商品やサービスの購入に指導的且つ誘引する機能を持っている。ところが、偽造広告や誇大広告は消費者利益に大きな被害を与える。中国の『広告法』では、総括的に合法的な広告内容と形式を定めている。それと同時に広告内容の限定的な条件を規定し、特に医薬品、医療器械、農業、タバコ、酒類、食品、化粧品などに対して具体的な規定を設けている。さらに、広告主、広告経営者、広告業者は広告活動に対して義務を負わなければならない。広告法は、中国の広告市場の正常化、消費者の利益の保護、経営者の知名度のアップなどに重大な役割を果たし、消費者保護の1つの方法である。

競争法

競争法は、競争監督に関する法律である。全社会活動の起点と終点である消費活動が、競争の影響を受けざるを得ない。そのため、競争監督の良し悪

しは消費者の利益に直接繋がる。この意味では、『独占禁止法』と『反不正競争法』は、消費者保護に重要な役割を果たしている¹⁰⁾。

その他の法律

『食品安全法』、『商標法』、『鉄道法』、『種子法』、『電信法』、『国家賠償法』、『物権法』、その他の法律は、様々な方面から消費者利益を保護している。

行政法規、部門規約、各地方の法規

上記の法律以外に、中国では行政及び地方政府の公布した本業界、本部門または本地区に適用される様々な法規が存在する。これらの法規は現実の紛争を解決するにあたってより直接的で、具体性のある法規である。

中国における消費者保護に関連する法律、法規は、表2、3、4、5、6に例挙されている。

表2 国家の法律¹¹⁾

名称	公布日	施行日
種子法	2000年7月8日	2000年12月1日
行政複議法	1999年4月29日	1999年10月1日
契約法	1999年3月15日	1999年10月1日
価格法	1997年12月29日	1998年5月1日
航空法	1995年10月30日	1996年3月1日
食品衛生法	1995年10月31日	1995年10月30日
保険法	1995年6月30日	1995年10月1日
広告法	1994年10月27日	1995年2月1日
仲裁法	1994年8月28日	1994年8月31日
都市不動産法	1994年7月5日	1995年1月1日
国家賠償法	1994年5月12日	1995年1月1日
消費者權益保護法	1993年10月31日	1994年1月1日
反正当競争法	1993年9月2日	1993年12月1日
商品品質法	1993年2月22日	1993年2月22日
未成年者保護法	1991年9月4日	1992年1月1日
タバコ専売法	1991年6月29日	1992年1月1日
民事訴訟法	1991年4月9日	1991年4月9日
障害者保障法	1990年12月28日	1991年5月15日
行政訴訟法	1989年4月4日	1990年10月1日
標準化法	1988年12月29日	1989年4月1日
郵政法	1986年12月2日	1987年1月1日
治安管理处罰条例 (1994年修正)	1986年9月5日	1987年1月1日
民法通則	1985年4月12日	1987年1月1日

10) 謝 次昌著 (1994) 『消費者保護法通論』中国法制出版社年、第106ページを参照。

11) この表は筆者が中国国家工商行政管理総局消費者權益保護局のウェブサイトwww.315.gov.cnに公表された国家法律をもとに作成したものである。

計量法	1985年9月6日	1986年7月1日
薬品管理法	1984年9月20日	1984年7月1日
商標法	1982年8月23日	1983年3月1日
輸出入商品検査法	1989年2月21日	1989年8月1日
鉄道法	1990年9月7日	1998年1月1日
道路法 (1999年, 2004年二度修正)	1997年7月3日	1998年1月1日
電子署名法	2004年8月28日	2005年4月1日
刑法 (1997年修正)	1979年7月6日	1980年1月1日

この表は筆者が中国国家商工業行政管理総局消費者権益保護局のウェブサイト公表された国家法律をもとに作成したものである。

表3 行政法規¹²⁾

名称	公布日	施行日
音像製品管理条例	2001年12月25日	2002年12月1日
綿花品質監督管理条例	2001年8月31日	2001年8月31日
印刷業管理条例	2001年8月2日	2001年8月2日
農業遺伝子生物安全条例	2001年5月23日	2001年2月23日
電信条例	2000年9月25日	2000年9月25日
ネットワーク情報サービス管理法	2000年9月25日	2000年9月25日
価格違法行為行政処罰規定	1999年8月1日	1999年8月1日
飼料と飼料添加剤管理条例 (2001年修正)	1999年5月29日	2001年11月29日
ガイド人員管理条例	1999年5月14日	1999年10月1日
娯楽場管理条例	1999年3月26日	1999年7月1日
タバコ専売法実施条例	1999年1月5日	1999年1月5日
生きた豚	1997年12月19日	1998年1月1日
葬式管理条例	1997年7月21日	1997年7月21日
農薬管理条例	1997年5月8日	1997年5月8日
旅行社管理条例	1996年10月15日	1996年10月15日
暴利制止臨時規定	1995年1月25日	1995年1月25日
標準化法実施条例	1994年4月6日	1994年4月6日
城郷市場貿易管理法	1993年2月5日	1993年2月5日
製品品質認証管理法	1991年5月7日	1991年5月7日
工商行政管理所条例	1991年4月22日	1991年4月22日
投機的取引行政処罰条例施行細則	1990年8月17日	1990年8月17日
塩業管理条例	1990年3月2日	1990年3月2日
化粧品衛生監督条例	1989年11月13日	1990年1月1日
投機的取引行政処罰臨時条例	1987年9月17日	1987年9月17日
蓄業管理条例 (2001年修正)	1987年5月12日	1988年1月1日
計量法実施細則	1987年2月1日	1987年2月1日

この表は筆者が中国国家工商行政管理総局消費者権益保護局のウェブサイト公表された行政規約をもとに作成したものである。

12) この表は筆者が中国国家工商行政管理総局消費者権益保護局のウェブサイトwww.315.gov.cnに公表された行政規則をもとに作成したものである。

表4 他の地方法規¹³⁾

名称	公布日	施行日
河南省流通環節食品品質安全監督管理方法	2005年12月14日	2006年1月1日
広東省『消費者權益保護法』実施方法	1999年4月5日	1999年4月5日
湖北省『消費者權益保護法』実施方法	1997年12月3日	1998年1月1日
江蘇省『消費者權益保護法』実施方法	1996年10月18日	1996年10月18日
浙江省『消費者權益保護法』実施方法	1995年12月26日	1995年12月26日

この表は筆者が中国国家工商行政管理総局消費者權益保護局のウェブサイト公表された行政規約をもとに作成したものである。

表5 部門規約¹⁴⁾

名称	公布日	施行日
携帯電話機商品修理、交換、返品責任規定	2001年9月17日	2001年11月15日
固定電話機商品修理、交換、返品責任規定	2001年9月17日	2001年11月15日
分譲住宅販売管理方法	2001年4月4日	2001年6月1日
国家工商行政管理局 国家品質技術監督局 国家輸出入検査、検疫局 国家国内貿易局 国家軽工業局の配付した『消費者紛争における商品検査規定』に関する通知	2000年3月10日	2000年3月10日
国家発展計画委員会、国家経済貿易委員会、財務省、監察部、監査署、國務院気風修正事務所仲介サービス費用管理方法	1999年12月22日	1999年12月22日
低価格投売り行為禁止規定	1999年8月3日	1999年8月3日
国家工商行政管理局 国家輸出入検査検疫局 検査檢疫帰属機関70家	1999年5月12日	1999年5月12日
商品計量違法行為処罰規定	1999年12月3日	1999年3月12日
不動産広告公布暫定規定	1998年9月1日	1998年12月3日
建設部門『分譲住宅品質保証書と住宅使用説明制度の規定』に関する通知	1998年3月12日	1998年9月1日
商品品質訴訟処理方法	1997年12月31日	1998年3月12日
店頭チラシ広告管理暫定方法	1997年10月31日	1998年3月1日
商品展示会管理方法	1997年3月15日	1998年1月1日
工商行政管理所消費者訴訟処理実施方法	1996年3月5日	1997年3月15日
カウンターの貸貸経営活動に関する管理方法	1996年12月25日	1996年12月25日
消費者に対する詐欺行為の処理方法	1996年3月15日	1996年3月15日
工商行政管理所消費者訴訟受付実施暫定方法	1996年3月5日	1996年3月15日
暴利禁止暫定規定	1995年1月25日	1996年1月25日
旅行社品質保証金暫定規定	1995年1月1日	1995年1月1日
国家計画委員会の商品やサービスに関する価格明確表示規定実施細則	1994年3月3日	1994年3月3日
国家技術監督局、国内貿易部、国家工商行政管理局小売商品重量監督規定	1993年10月9日	1993年10月9日

- 13) この表は筆者が中国国家工商行政管理総局消費者權益保護局のウェブサイトwww.315.gov.cnに公表された地方法規制定をもとに作成したものである。中国の23の省、5つの自治区、4つの直轄市、2つの特別行政区、各地に消費者權益保護自治の条例がある。
- 14) この表は筆者が中国国家商工業行政管理総局消費者權益保護局のウェブサイトwww.315.gov.cnに公表された部門規則をまとめたものである。

化粧品広告管理方法	1993年7月13日	1993年10月1日
計量違法行為処罰細則	1990年8月25日	1990年8月25日

この表は筆者が中国国家工商行政管理総局消費者權益保護局のウェブサイト公表された部門規約をもとに作成したものである。

表6 規範的な公文書¹⁵⁾

名称	公布日	施行日
工商行政管理システム環節食品安全監督管理責任及び責任追及方法(試行)	2006年4月25日	2006年4月25日
消費者權益侵害處理行為に関する若干の規定	2004年3月12日	2004年3月12日
工商行政管理機關が『中華人民共和國產品品質法』に基づいて、生産過程に起きた不合格商品の違法販売に定性処罰問題に対する回答	2002年3月5日	2002年3月5日
最高人民法院『中華人民共和國行政訴訟法』の執行に関する若干解釈	2000年3月8日	2000年3月10日
国家經濟貿易委員会、国家技術監督局、国家工商行政管理总局、国内貿易部、器械工業部、農業部の『農業機械產品修理、交換、返品責任規定』に関する通知	1998年3月20日	1998年9月1日

この表は筆者が中国国家工商行政管理総局消費者權益保護局のウェブサイト公表された規範的な文書をもとに作成したものである。

3.2 消費者の権利

消費者は『消費者權益保護法』の主体である。『消費者權益保護法』の第2条の定義によると、消費者は生活消費を目的に、商品の購買や使用、及びサービスを受ける社会の構成員である個人や社会団体等を含めている。

中国の消費者権利は、消費者保護立法の実践に基づき、海外の消費者権利保護にかかわる規定を参照しながら、『消費者權益保護法』が制定され、消費者に9項目の権利を与えた。具体的に言うと、安全権、情報獲得権、選択権、公正取引権、賠償請求権、結社権、知る権、尊敬を受ける権、監督権等がある。この他にも2003年1月に実施された『上海市消費者權益保護法条例』は、中国の『消費者權益保護法』に基づいて、いくつかの新しい消費者権利を盛り込んでいる。そして、中国は現在、消費者權益保護法に基づいて、以下のような消費者権利を重点的に取り扱っている。

選択権。『消費者權益保護法』第9条第1項の中に、「消費者商品やサービスを自由に選択することができる」と定めている。選択権は消費者の消費生

15) この表は筆者が中国国家工商行政管理総局消費者權益保護局のウェブサイトwww.315.gov.cnに公表された規範的な文書をまとめたものである。

活の中における行為の自由，生活自主の法律保障などを指し，消費者自身の消費意欲実現のための基本的な法律保障である。

公正取引権。『消費者権益保護法』第10条第1項の中に、「消費者は公正取引の権利」を享受すると定めている。公正取引といえば，①消費者は品質の保障，価格の合理性，正確な計量など，公正取引の条件を獲得する権利がある。②消費者は経営者の強制的な取引に対して断る権利がある。

安全権。『消費者権益保護法』第7条第1項の中に、「消費者は商品の購買や使用，及びサービスを受ける際に，人身や財産は侵害を受けないようにその権利を享受する」と定めている。即ち消費者は経営者の提供した消費品に対して，人身や財産の安全を保障するように要求することができる。①消費者の人身安全権利，即ち消費者は命や健康に対する侵害を防ぐ権利がある。②財産安全権利，即ち消費者はその財産が侵害を受けない権利がある。

情報獲得権。『消費者権益保護法』第8条第1項の中で、「消費者は商品の購買や使用，及びサービスを受ける際にその実情を知る権利を享受することができる」と定めている。情報を獲得は消費者が商品やサービスを購入する際に，それらの内容を知り，盲目購買によって生じる侵害を避ける法律保障である。

賠償請求権。『消費者権益保護法』第11条第1項の中で、「消費者は商品の購買や使用，及びサービスを受ける際に人身や財産は侵害を受けた場合，賠償を請求する権利がある」と定めている。さらに賠償要求権は，消費者の権益が侵害を受けた際に救助する法律保障である。消費者は侵害を受けた際に，経営者から賠償を求め，経営者の詐欺行為を法律によって懲罰することができる。特に第49条の懲罰的な賠償を適用する条項は，法律によるこの権利の保護を表している。

尊敬を受ける権。『消費者権益保護法』第14条第1項の中により、「消費者は商品の購買や使用，及びサービスを受ける際に人格尊敬や民族風俗習慣に対する尊敬を受ける権利がある」と定めている。尊重を受ける権は消費者の人格尊重権利を強調し，消費者の人身権利を侵す行為を断じて阻止する。

以上は、中国において消費者権利は、全社会の共同責任でもあり、消費者個人が法律による自己保護責任でもある。

3.3 消費者保護機構

工商行政管理機関

『消費者権益保護法』第28条第2項に「各級人民政府工商行政管理部門とその他の関連行政部門は、法律に基づいて各自の責任範囲内で、消費者の利益を保護する措置を取るべきである」と定めている。工商行政管理機関は、行政権力を使い流通領域の違法経営行為に打撃を与え、流通市場の秩序を規範化し、消費者権益を保護する専門的な行政機関である。

消費者協会

『消費者権益保護法』第31条の規定には、「消費者協会とその他の消費者組織は法律に基づいて、商品やサービスに対して社会的監督を実施し、消費者の利益を保護するために設立された社会団体である」と定めている。中国の消費者の利益を保護する社会団体として、消費者保護に対して大きな役割を果たし、消費者の権益保護には欠かせない存在である。

仲裁機構

『消費者権益保護法』第34条第4項には、「消費者と経営者の間に消費者権益紛争が起きた場合、消費者と経営者の合意に基づいて仲裁機構による仲裁を要請する」と定めている。従って、仲裁機構が消費者の紛争を解決する機能を持っている。その上、問題解決の効率性や能力の高さで消費者の信頼を得ている。

人民法院

『消費者権益保護法』第30条には「人民法院（裁判所）は消費者の訴訟に便利を提供し、『民事訴訟法』の条件に当てはまる消費者権益紛争を受理し、審議すべきである」と定めている。人民法院は消費者保護の最後の保護防壁として、多くの消費者の権益案件を受理し、消費者の権益保護の司法保護機構である。

3.4 消費者利益侵害の法律責任

消費者権益侵害責任というのは、法律に定められている経営者の義務である。すなわち経営者が消費者の権益を侵害した場合には法律上の責任を負わなければならないということを指している。これは経営者が消費者権益を侵害した場合の法律責任であり、その目的は、経営者の消費者に対する不法行為を制限し、消費者の合法的権益を保護することである。法律責任は民事責任、行政責任、刑事責任の三種類を含めており、通常経営者は民事責任を負うことが多く、刑事責任を負うことは少ない。

(1) 民事責任

民事責任は、当事者の一方が義務に違反して、他方の権利を侵害した場合に負う法律責任である。経営者からの商品とサービスの提供が消費者の権利を侵害した場合、経営者は責任を負わなければならない。消費者は商品の購入やその使用によって合法的な権利が侵害された場合、経営者に対して責任を取るよう要求することができる。

経営者が消費者権益に侵害を与えた場合に発生する責任の法律依拠が異なる。通常は契約責任と侵權責任の二つに分けられる。

① 契約責任

契約責任は当事者が契約法に定められている義務に違反した場合発生する責任であり、締約過失責任と違約責任と二つに分けられる。

締約過失責任

これは契約が成立する時に、当事者の一方的な過ちによって契約法が無効、または撤回することになった場合、過ちを犯した一方は損失賠償責任を負うことを指している。消費者権益が侵害を被る契約責任の中で、経営者の締約過失責任は主に詐欺と脅迫である。『契約法』第42条には、「当事者契約を契約する際に以下の状況であれば、相手に侵害を与えることになり、侵害賠償責任を取らなくてはならない」と定めている。

ア、契約を装って悪意のある交渉をする場合。

イ、契約に関する重要な事実を隠し、または嘘の情報を提供する場合。

ウ、その他の信用を裏切る行為を取る場合。

契約法は、また消費者が経営者による詐欺や脅迫によって契約を成立させられた場合、詐欺や脅迫されたことが発覚した時点から一年以内に人民法院に提訴し、契約を撤回すると同時に侵害賠償を求める権利を認める。

誠実信用を提唱し、詐欺や脅迫を制限するために『消費者権益保護法』第49条には「経営者の提供した商品やサービスに詐欺行為が含まれている場合、消費者の要求によって懲罰的な賠償責任を負わなければならない」と定めている。懲罰的な賠償の金額は消費者の商品やサービスの購入金額の倍にならなくてはならない。

違約責任

いわば契約違反の責任である。経営者は消費者との契約の義務に違反した場合、消費者に対して違約責任を負わなければならない。消費者権益を侵害する違約責任は経営者の違約行為を前提条件としており、いわば経営者が契約義務に違反したということである。『契約法』の第108条には「当事者の一方が契約義務を明確に示していなく、または自分自身の行動に表していない場合、契約期限前に解約を求め、違約責任を問うことができる」と定めている。第107条には、「当事者は契約義務を履行していなく、または契約義務に不適當な行為をした場合、継続履行、救済措置を取り、損失賠償責任を取らなくてはならない」と定めている。ただし、経営者の契約違反行為がやむをえない状況で行われたことが証明できる場合、または消費者側に過ちがあった場合、責任を問われることはない。

② 侵權責任

侵權責任の当事者は製品生製者、販売者、サービス提供者などを含めた経営者である。請求権を享有するのは消費者を含めた、経営者と契約関係のある消費者、または経営者と直接契約関係がなくても商品やサービスを使用して侵害を被った消費者を含む。消費者は商品の欠陥により侵害を被った場合、販売者に対して侵害賠償を要求することができるとともに、生産者と販売者

及び生産者と販売連帯責任者に対して賠償を求めることができる。『製品質量法』第43条には、「生産物の品質の問題により、他人の人身または財産に侵害を与えた場合、被害者は生産者、及び販売者に対して賠償を求めることができる。品質上の問題の責任が生産者にあるにもかかわらず、販売者が賠償した場合、販売者は生産者に対して侵害賠償を求めることができる。逆に、販売者の責任に関わらず、生産者が賠償した場合、生産者は販売者に対して侵害賠償をすることができる」と定めている。

(2) 行政責任

行政責任とは、行為者が国家行政法に違反した場合に生じる法律責任である。経営者は、消費者保護行政法に違反し消費者權益に侵害を与えた場合、行政責任を負わなければならない。その場合に経営者が負うべき行政責任は、国家工商管理部門、技術監督部門、物価管理部門、食品衛生管理部門、輸出入検査、検疫部門等々の行政機関の職権と行政法規定によって責任を追及される。他の行政機関や社会団体は行政処罰権力を持たない。

そして行政責任は民事責任と同じではない。消費者保護の中で、民事責任は経営者が消費者に対して負う責任であり、法律の消費者權益に対する保護機能を直接表している。これに対して行政責任は、行政法規定に違反した経営者が国家に対して負う行政責任であり、直接消費者權益保護機能を表していない。ところが、経営者の行政責任を追及することは、消費者權益を侵害した違法行為を阻止し、経営者に対して警報を鳴らすことである。これによって消費者權益保護の役割を果たしている¹⁶⁾。

経営者の負う行政責任は行政法規定に違反した行為を前提としており、例え行政法に違反していない場合には、消費者の權益を侵害しても行政責任ではなく、民事責任か、刑事責任を負うことになる。消費者保護に関する法律は、『消費者權益保護法』以外に、『製品質量法』、『食品衛生法』、『医薬品管理法』、『化粧品管理法』、『広告法』、『反不正競争法』、『計量法』、『標準化法』、『輸出入商品検査法』などの行政法、及び関連する行政法規、規約と地方法規、規約等々がある。

16) 中国消費者協会編集(2000)『消費者保護理論と実務』工商出版社,第31ページを参照。

(3) 刑事責任

刑事責任は、行為者が刑事法に違反した場合に負う法律責任である。経営者は、消費者權益に侵害を与える行為は刑事法に違反し、犯罪した場合には、刑事責任を負わなければならない。『消費者權益保護法』の第41条、42条にはともに「経営者の提供した商品やサービスが消費者に人身障害、または死亡させる結果をもたらした場合法律によって刑事責任を追及される」を定めている。

『刑法』の規定によると、消費者權益に侵害を与えて、犯罪となり、刑事責任を問われる罪は以下のとおりである¹⁷⁾。

- ①偽物の生製、販売罪（第140条）
- ②偽物薬生製、販売罪（第141条）
- ③劣薬の生製、販売罪（第142条）
- ④衛生基準に達しない食品の販売罪（第143条）
- ⑤有毒、有害食品の生製、販売罪（第144条）
- ⑥安全基準に達しない医療機械の生製、販売罪（145条）
- ⑦安全基準に達しない生製物の生製、販売罪（第146条）
- ⑧偽物農薬、家畜用薬剤、化学肥料、種の生製、販売罪（第147条）
- ⑨衛生基準に達しない化粧品の生製、販売罪（第148条）
- ⑩偽登録商標罪（第213条）
- ⑪偽登録商標販売罪（第214条）
- ⑫登録商標標識の違法製造、販売罪（第215条）
- ⑬偽特許罪（第216条）
- ⑭著作権侵害罪（第217条）
- ⑮特許侵害偽物販売罪（第218条）
- ⑯偽広告罪（第222条）
- ⑰契約詐欺罪（第224条）
- ⑱脅迫取引罪（226条）
- ⑲違法拘禁罪（第238条）

17) 中国消費者協会編集（2000）『消費者保護理論と実務』工商出版社，第32ページを参照。

⑳違法捜査罪（第245条）等々

3.5 消費者被害救済の方法

『消費者権益保護法』第34条には、「消費者と経営者の間に発生した権益紛争は以下の方法を通じて解決することができる」と定めている。

第一方法：経営者と交渉し和解する

第二方法：消費者協会に調停を要請する

第三方法：行政部門に申し立てる

第四方法：経営者との合意に基づいて仲裁機構に仲裁を求める

第五方法：人民法院に訴訟を提起する

具体的なプロセスは、『消費者権益保護法』及び各省、市、自治区条例によると、消費者紛争を解決するに当たって、まず消費者と経営者が協議する。その際、協議が成立しない場合、消費者協会や関連する政府機関に申し立てるか、または直接人民法院に提訴することもできる。消費仲裁機構が設置されている所では、消費者は消費仲裁機構に申し立てることもできる。

消費者の申し立てに対して、消費者協会や関連する政府機関、消費仲裁機構は10～15日の間に受理するかどうか回答しなければならない。申し立てを受理した場合、45日以内に処理、調停、または裁決しなければならない。消費者協会による申し立てに対して、行政機関は45日以内に解決しなければならない。さらに当事者が消費仲裁や行政機関の裁決に不服である場合、10～15日以内に他の地方条例規定に基づいて再審を求めるか、または15日以内に人民法院に訴えることができる。中には条例規定に一次審制度を用いているものもあるので、当事者は不服の場合、人民法院に訴えなくてはならない場合もある¹⁸⁾。

4、法制度の問題点

以上のような消費者保護法制度を検討したことから見れば、中国消費者の権利は9項、権益被害救済の方法は5種、消費者保護に関連する法律、法規は

18) 謝 次昌著（1994）『消費者保護法通論』中国法制出版社年、第94ページを参照。

100部あまりに達し、経営者の負う法律責任を厳格に規定しているが、中国の現時点での消費者被害は根本的な改善を見せていない。清華大学法学院課題研究報告の統計によると、中国の経済発達地域でも、商品やサービスの品質に問題のための被害にあった場合でも、50%の消費者は黙っている。25%の消費者は経営者と交渉し、賠償または返品を求める。20%前後の消費者は消費者保護協会に申し立てる。極めて少ない人が訴訟を通じて自分自身の利益を保護する¹⁹⁾。なぜ、こんな現象が起きているのか？その原因の一つめは、長い間中国の人々は、売り手市場の影響で「ない」より「ある」方がいいという考え方が定着してきたことと、短期的経済利益の影響である。二つめは、中国人の訴訟を嫌う伝統文化に影響される。三つめは、中国消費者保護法整備は未完成であり、近年以来中国消費者保護法の立法は続けられ、ある程度法律システムは完成されたが、実効性が低く消費者の賠償訴訟は殆ど勝訴できないため、人々は賠償訴訟に消極的である。

以下では、中国消費者問題深刻化の法制度上の問題点について検討してみよう。

4.1 消費者の権利は多いが、実効性が低い

『消費者權益保護法』は、消費者の權益を保護し、消費者の利益を保護する基本法である。国家は比較的弱い立場にある消費者に対する特別保護をおこない、公正な取引や市場秩序を守る法律である²⁰⁾。消費者の弱者勢力というのは、消費者の消費過程の中で商品に対する知識の欠如や情報不足により權益が侵害されることを指している。これに対して、『消費者權益保護法』の中で消費者に9項の法律権利が与えられている。ところが、消費者地位の脆弱性により、これらの權益を実現するのは困難である。

その上、市場経済の発展や経営方式の変化、特に近年の電子取引の出現により消費者の權益範囲は拡大し、権利の保護は益々困難になってきている。例えば、インターネットにおけるプライバシーや個人情報保護の問題、ネット取引における財産の安全問題等々は、現在の消費者權益保護問題のまた一

19) データは清華大学法学院副教授陳建民(2006)『中国消費者權益保護的途徑与機構職能』課題研究報告書を参照。

20) 江平著(2001)『消費者權益保護法的完善』中国工商行政管理出版社、第21ページを参照。

つの大きな課題である。

4.2 法律法規の相互協調性の低さと、消費者保護法の実効性欠如

中国は消費者保護に関する法律法規を数多く定めているが、消費者保護法の立法が改善されていないため、サービス領域における消費者保護法律法規は少なく、法律の実践における協調性が欠如している。具体的に見れば以下のようなものである。

(1) 『消費者權益保護法』における消費者の定義は曖昧

中国『消費者權益保護法』第2条に定めている消費者の定義は、生活消費のために商品を購入、使用、もしくはサービスを受ける際の權益は本法律によって保護される。これは非常に大雑把、且つ不明確な定義であり、「行為目的性」の規定は消費者の權益保護に不利である。経営者は消費者の主張する権利に抗弁し、それを自分自身の責任を免除、もしくは削減するための理由として使用することができる²¹⁾。例えば、一部分の法院の認定では、この規定によって経営者は消費者に対して「なぜ商品の購買や使用、サービスの受け入れをしたのか」という主張で審査することが推理される。訴訟において当事者は、「なぜ商品やサービスを購買し、使用したのか」を証明しなければならない。そして法院は、購買行為の目的に対して審査をしなければならない。また同時に当事者の購入した商品は生活財なのか、生製財なのかについて争う可能性がある。このようなさまざまな問題が生じることで消費者の原告適格は否定され、消費者權益が侵害を受けても保護されることができなくなるという現象が起こる。

(2) 『消費者權益保護法』には、経営者の概念に対する解釈をおこなっておらず、統一した認定基準がない。

経営者と生産者の意味が何なのか、販売者の範囲は何なのか、今の法律では明確な規定はなく、その主体の資格に明確な境界を定めていない。また『反不正当竞争法』の規定では、経営者は法人及びその他の組織と個人と定めている。『製品質量法』では「生産者」、「販売者」と両者を分けて定義している。例えば、病院、学校などの伝統的な非営利公共機関は経営者なのかどう

21) 楊 洪遠 (2001) 「消費者權益保護的幾個實際問題」『工商管理』第6期を参照。

か。現在の病院従事者の給料、ボーナス、福祉などは、殆ど病院の収入によって決められている。ここから見ると病院は営利機関としての機能を備えており、病院を経営者であると見なすべきである。学校は9年間の義務教育期間を除けば、殆どの学校は高額授業料を取っている。これらの学校は正規国民学力教育以外にも、様々な名目のセミナーが催されている。経済や経営に関するセミナーの急速な発展などにみる市場経済体制下の学校は、昔の計画経済体制下の学校と違い、公共性と営利性を備えた経営者となっている。特に企業が設立した学校と私立学校の営利目的は非常に明確である。これらの学校は学生を騙したり、むやみに学校を設立したりするなど様々な問題を引き起こしている。

(3) 消費者契約書式条項における規制の欠陥

『消費者権益保護法』と『契約法』の消費者格式契約の規定を消費者の権益保護の視点から言えば、消費者権益保護法や契約法を問わず消費者の契約書式条項の規制に欠陥が存在している。

一つは、消費者の知る権利の実現に対する具体的な保障措置の規定が欠如していることである。消費者はフォーマット上の条項以前に、自分自身の正当な権益を守ることができない。そのため、紛争の解決過程においても自分自身の利益を守ることができない。二つめは、インターネット契約の角度から見ても、消費者の選択権の実現に対する保障制度は欠如している。例えば、消費者契約を結ぶまでの取引検討期限内の取り消しなどである。消費者の選択権と取引や商品に関する情報を知る権利は実現しがたい状態である。

(4) 賠償主体の不明確さのため消費者権利実現が困難になる。

賠償主体の確定は、消費者が賠償を要求する権利を実行するための重要な問題点である。中国『消費者権益保護法』は、消費者の権益が侵害を受けた後の賠償主体に対する規定を定めている。消費者は商品を購入または使用した後、利益が侵害されていると分かった際に、販売者に対して賠償を要求することができる。消費者またはその他の被害者は商品欠陥により人身、財産が侵害を受けた際に、販売者や生産者に対して賠償を要求することができる。

このような規定はあるが、品質の悪い商品を使用して消費者の財産が侵害を受けた際に、先に販売者に対して賠償を要求できることが、生産者と販売者の間に責任を転嫁することを防ぎ、消費者の賠償要求の実行に有利である。しかしこの規定は、『消費者権益保護法』との矛盾があり、消費者の利益が侵害を被ったときに販売者にだけ賠償要求ができ、生産者に対して賠償要求できないと誤解されると、消費者の賠償要求が実行しがたくなる²²⁾。

(5) 経営者の契約履行の期限を設けていない。

法制度律法規の中でも供給者の履行に対して期限を設けていない。EU連盟で2000年10月31日に実行された『消費者保護（遠距離販売）規則』によると「供給者は消費者からの注文を受けて、30日以内に契約を履行しなければならない。いかなる理由があっても、期限内に商品を届けることができない場合には、受注の際に生じたすべての料金を返金しなければならない。通知や返金の履行期限は30日以内」と定められており、同規則はまた、「消費者は7労働日以内であれば、すべての遠距離契約を解除できる。且つ違約金の支払いや理由を説明する必要がない」と定めている。

これらの規定は中国の消費者保護法の規定にはなく、これは消費者の権益保護に不利である。

(6) 『広告法』インターネット広告以外の法律規定

インターネット広告は流動性が高く、形式が多様であり、影響範囲も広範囲にわたる。中国現有の『広告法』では、インターネット広告に対する法律規制がなく、インターネット広告に対する法律は事実上白紙状態である。インターネットでは偽りの広告が氾濫し、消費者の利益に深刻な侵害を与えている。

(7) 法律執行措置に対する規定の不足

行政法律の執行措置は行政機関法律執行保障であり、法律は行政機関にその活動に適應する行政法律執行手段を与えるべきである。しかし現在、消費者保護法は法律執行の措置に対する明確な規定が不足している。

消費者保護法では、行政機関に消費者のトラブルに対する行政の裁決の権

22) 申 毅 (2005) 「論消費詐欺行為及其懲罰的賠償」『湖南經濟管理幹部学院学報』第5期を参照。

利を与えていないため、行政機関は行政調停の方法による消費者のトラブル解決しかできない。たとえ双方の当事者間で行政調停の合意の情況が成立したとしても、もし一方の当事者が合意を履行しなかった場合、行政機関は強制執行措置を取ることができない。法律執行力が弱いため、近年の消費者全体の消費環境の悪化を招き、偽造・劣悪、あらゆる悪事、価格詐欺、虚偽宣伝、強制取引等消費者の合法的權益を侵害する事態が繰り返し発生するようになっている。消費者の力が弱いため、それらの権利侵害行為に対して、効果的に対抗することができず、消費者は行政による救済提供のための行政権力の関与を確実に必要としている。

(8) 訴訟法における消費の少額訴訟や訴訟プログラムの欠如

中国では少額訴訟に対して依然として民事訴訟の普通の訴訟手続を適用しているため、手続きが複雑であり、長時間経けても結論が出ず、時間と金銭を無駄にするなどの短所を持っている。これは消費者が勝訴しても、結果的に経済的には不利であることを明らかにした。そのため、消費者は経営者の権利侵害に直面しても、訴訟などをせずに沈黙を守るという態度を取らざるを得なくなった。

(9) 集団訴訟の現状

中国の『民事訴訟法』の第55条では集団訴訟を1種の裁判制度として定めているが、中国では今まで消費者の本当の集団訴訟の事件は1つも発見されていない。消費者は数的にはとても多く、規模的にはとても大きく、1つの組織されていない集団であるが、組織としての力を形成することが難しい。比較して言うと商店、企業は十分な資源を持ち、集団力を形成することができる。これより分かるのは、個人消費者は企業に比べて、絶対的に弱い立場に置かれている。

中国の消費者権利保護の行動は単独の闘いが殆どであり、組織された集団の権利保護を目的とする行動は少ない。個人の権利保護のコストが高すぎるため、消費者はどうしても事実を明らかにできず、黙認することで、権利侵害の事実には消極的にならざるをえない。例えば、高速道路料金の論争、鉄道

の切符の金額が上昇するなどの事件の審理において、消費者は弱い立場に立たされる。個人としての消費者の意見を発表する権利がほとんどない²³⁾。

(10) 『消費者権益保護法』と『民事訴訟法』における消費者契約紛争の管轄に対する特別規定の欠如

『消費者権益保護法』と『民事訴訟法』では、消費者契約紛争の管轄に対して特別規定を定めていない。そのため、消費者の契約紛争は民事訴訟法の普通の規定を適用することしかできず、被告の居住地域または契約履行地の法院に管轄されるか、協議管轄とすることになる。明らかに、中国の立法のこのような局面は、国際的な消費者の契約紛争管轄の一般的な原則に合わなく、また消費者の権益の保護にも役に立たない。

要するに、消費者の権益保護の法律法規が不十分なところが多く、施行されている法律法規は絶えず出現する多くの新しい問題の解決に適用できなくなっている。そのため、法律法規の改正と改革が確実に必要になっている。

4.3 消費者協会の性質、機能、発展の方向を正確に測定できる法律の欠如

消費者協会は中国国民の利益を守る必要があるが、工商部門から作られた消費者協会は、その他の業界に対して殆ど職権を持たない。企業に対する関与は、業界の管理組織を通してようやく実現することができる。消費者協会と業界組織の間の調和には大量の時間と精力を費やす。経済が発達していない中小の都市では、消費者組織は自身の生存条件さえ満たしにくく、言うまでもなく、消費者の権利を保護することができない。

4.4 被害救済の方法は多いが、実際の効果が低い

『消費者権益保護法』は、消費者のために5種類の権利保護の手段を提供しているが、実際には協議がげんか別れになったり、仲裁がうまく行かなかつたり、審議が長期化したり、仲裁に根拠がなかったりということも多く、訴訟を起しても疲れ果て、最後に消費者は運が悪かったとあきらめるケースも多く、消費者権益の実現に深刻な影響を与えている²⁴⁾。

第1の方法は、「経営者と交渉し和解する」ことである。市場秩序は、まだ

23) 来 恩浩 (2006) 「論我国消費者公益訴訟的若干問題」『寧波廣播電視大學學報』第4期を参照。

24) 梁 慧星 (2000) 「中国消費者政策与消費者立法」『法学』第5期を参照。

比較的に混乱した状況であり、信用遺失の問題が突出し、政府の管理が停滞している。現在のような転換期には、経営者の自律意識は徐々に高まりつつある。消費者が「経営者と和解する」方式を通じて取引上のトラブルを解決するのは、現在の中国ではまだ主要な方法としては成立していない。

第2の方法は、「消費者協会に調停を要請する」ことである。現在中国の各級の消費者協会は政府が出資して設立した消費者組織であり、行政管理機関ではなく、業界の管理組織でもない。もちろん消費者が創立した自律性のある社会团体でもない。この消費者協会は企業に対して処罰する権力を持たず、規程を通じての会員吸収、会員制約、会員指導、会員救済などが殆どできない。そのため、各級の消費者協会は企業に対する関与に効果を出しにくい。特に国家独占企業に対する関与は全くできず、機能の制限を受けて、経営者と消費者の紛争に対して調停の手段を運用して解決するしかない。しかし強制力は弱く、調停の成功率は非常に低い。

第3の方法は、「関連行政機関に申し立てる」ことである。行政執行法の主体の多元化が行政保護体制のアンバランス化をもたらした。その他に、政府のそれぞれの職能部門間の機能は重複または空白が存在し、一方では法律執行の重複を招き、部門間では権力が生じ、一方では法律執行の空白化を招き、自分の利益にならないことは誰も管理しないというのが現状である。部門間にも効果的な調和構造が不足し、消費者の合法的権益を保護するための協力体制が形成されていない。そのため、行政機関も消費者の法律に基づいて権利を保護するための主要な存在になりにくい。

第4の方法は、「経営者と合意した仲裁協議によって、仲裁機関に仲裁を要請する」ことである。現在、消費者は仲裁を通じて消費者のトラブルを解決するには一定の制約を受ける。普通は商品を買って、経営者と消費者のトラブルが発生した場合、消費者は仲裁の道を選んで紛争の解決を考える。仲裁を要請するには消費者と経営者の双方が自らの意志を基礎にする。しかし経営者は、消費者との紛争に対して仲裁による解決をすることはめったに望まれない問題が存在する。客観的にいえば、仲裁の制度は消費者のトラブルを

解決するのに役割を果たすことができる。

第5の方法は、「人民法院に訴訟を提起する」ことである。現在中国の訴訟制度は伝統的であり、少額の消費者のトラブルと集団訴訟に対応して、一部の裁判機関はすでに積極的、且つ柔軟に早くて簡潔な訴訟の方式を探求し、試みているが、全国的にはまだ消費者のトラブルの特徴に適した訴訟制度が設立されていない。細かく複雑な訴訟手続とその時間の長さは、訴訟を消費者権益保護の最後の防衛線としての役割を制限している。

4.5 責任を定めるが、具体的な実行が困難

民事責任は具体的に実行しにくい、消費者権益を擁護する核心の問題である。消費者権益がいったん侵害を受けた際、経営者に対して民事責任の合法的な要求をする時、経営者が消費者の要求に応じて民事責任を履行するかどうかは消費者が最も高い関心を持つ問題である。しかし、たとえ現在の法律の義務、責任、賠償方式及び具体的に賠償定額をすべて明確にしても、経営者は様々な理由で、または故意に理不尽に消費者の要求を拒絶する現象は数多く存在し、消費者保護法に規定されているような賠償責任は実行されにくい。

このような状況について、『消費者権益保護法』第40条、50条には、経営者が相応する民事責任と行政責任を負うべきであると規定されているが、わざと遅らせたり、理不尽に拒絶するといった対応に対しては、具体的な処罰基準を規定しておらず、行政機関の調査を妨げ、消費者が経営者に対する法律責任を追及するには不便であり、『消費者権益保護法』の役割を大いに弱めている。

経営者の行政責任、刑事責任に対する追及において、地方政府が経済の発展を過度に強調するため、政府の人を大事にする観念が欠け、さらに経済発展の過程の中で出現する国営商業の腐敗現象などを原因に、消費者と経営者の間に紛争が発生する時、地方政府は経営者を庇い、政府の法律執行が適切に厳しくおこなわれないという事態の発生を招いている。これは中国の消費者が権利侵害に遭遇する時、それに対して沈黙を選択するもう一つの原因か

もしれない。

5. 解決方向の探索

5.1 消費者権利の範囲開拓を立法の段階から改善すべき

消費者が弱い立場にあるため、消費者保護法の制定過程の中で消費者の利益の保護を第1目標にする必要がある。消費者の利益を守り、消費者の合法的權益を保護するのは、当然ながら消費者保護法の基本的な精神になるべきである。消費者に対する特別な保護は法律の適用にも現れる。消費者の権利がその他の権利保護と衝突した時、消費者の権利を優先的に保護すべきである。消費者の権利と経営者の義務に対する規格を通して、消費者に消費活動の中で十分な権利を享受させ、消費者の経営者より弱い立場にあるという状況を変えなければならない²⁵⁾。そのために立法の段階からの改善を実施し、それによって消費者の權益保護を着実に実行する。中国では、WTO加盟と市場経済の発展に従って、消費者の有する権利は次第に増加しつつある。以下で簡潔にまとめた²⁶⁾。

一つめは、消費者の安全権の尊重である。経営者はその提供した商品が消費者の人身、財産の安全を保証する以外にも、消費者のための安全な消費環境と場所を提供するべきである。特に返品、交換制度を創立すべきである。

二つめは、経営者による消費者の情報を知る権利の尊重である。商品またはサービスを提供する時各種の情報公開の義務を尽くすべきである。

三つめは、消費者のプライバシーの尊重である。プライバシーの保護をできるだけ早く法律の保護の範疇に入れるべきである。

四つめは、消費者の選択権の尊重である。特に経営者が行うネット上での販売や訪問販売などは、消費者の同意を得てから行うべきである。

五つめは、消費者の尊厳権力の尊重である。経営者は商品、またはサービスを提供する時、いかなる理由があっても消費者を侮辱し、誹謗してはいけない。消費者の身体検査、または身回り品をしてはならず、更に消費者の人

25) 王 利明 (2002) 「消費者的概念与消費者權益保護法的調整範圍」『政治与法律』第2期を参照。

26) 王 江雲著 (1990) 『消費者的法律保護問題』法律出版社、第9ページを参照。

身の自由を侵犯してはならない。

六つめは、消費者に商品に対する再検討をおこなう権力、翻意する権利を与えるべきである。消費者が商品を買った後の一定の時間内、商品の返品を可能にし、その場合の費用も発生しないような制度の制定を検討すべきである。市場経済と消費形式、内容の発展に従って、消費者の権利を拡大させ、社会の消費者保護のニーズに最も適応させなければならない。

5.2 立法の段階から消費者の外延を拡大させる

『消費者権益保護法』を修正し、消費者の保護の範囲や消費者の概念を拡大させ、法の執行における困惑を取り除く。そのためには具体的に日本の法律規定を参考にすることができる。日本における消費者の定義は、人類の多方面の活動の中で、「生活し、生存するために行う活動」である。すなわちすべての人類は生存していれば、消費者であり、永遠に消費者の身分を失うことはない。よって消費者が被害を受けるのは人類の生存の根本的な問題に関連するのである²⁷⁾。消費者の外延を全体の人類まで拡大し、消費者保護に関する問題を人類の生存の根本的な問題まで昇格させるべきである。このようにすれば、更に多くの消費者に保護を与えることができる。中国でも消費者の定義をこのように明確にすれば、政府と各部門、民衆の注意を引き起こすことができる。

5.3 賠償基準を明確にすること

中国の消費者保護の法律制度は比較的到大雑把で、粗く、精神的賠償制度と懲罰的賠償制度を定めたが、具体的な賠償基準が決められておらず、司法実践中に両側が納得できる裁決を下しにくい。その他に、製品の品質問題により、消費者に損失をもたらしたかどうかに関係なく、すべて賠償すべきである²⁸⁾。

5.4 消費者契約法の制定

立法上で『消費者の契約法』または『契約法』の中で、消費者の契約に関

27) 鈴木 深雪著(2002)『消費者生活論-消費者政策』中国社会科学出版社、第11ページを参照。

28) 張 軍建著(2003)「中日経済法国際研討会総述(2002年)」『中南大学学报』第1期を参照。

連する専門的な規定を制定すべきである。いわゆる消費者契約というのは、契約当事者の一方は消費者、もう一方は経営者という契約である。これは各国共用の定義である²⁹⁾。現在、中国では消費者の契約に直接対応する法律はまだ存在しない。消費契約の中で、殆どが『契約法』の中の関連規定をそのまま用いている。これは消費者の選択権と知る権利の実現を保護することに役立つ。これは消費者の選択権と知る権利の実現を保護することに役立つ。

5.5 立法上で権利侵害行為法の理論の開拓

最初は、商品やサービスが消費者に侵害を与えた際には、すべて違約責任によって対応していた。消費者権利運動の発展に従って、権利侵害責任は消費者権益保護の便利な手段として見なされ、司法界にも広く受け入れられ、運用されている。消費者権益に対する保護を強化させるために、違約責任と権利侵害責任を併用し、その選択権を消費者自身に委ねるべきである³⁰⁾。

5.6 立法上で訴訟格式の改革を通じて消費者権益を保護する。

消費者の合法的権益を十分に保護するためには、実体法だけに頼るだけのではなく、更に訴訟法上での進展が必要になる。国外の方法を参照にし、すべきで、法院では少額の消費者トラブルを解決する法廷を設立すべきである³¹⁾。中国現行の民事訴訟法の中に簡易プログラムの規定はあるが、紛争の標的は小さく、事件が多いため、消費者の権益紛争の解決は依然として複雑である³²⁾。これによって消費者は訴訟のために要する時間と負担に耐えられなくなり、訴訟を諦める。

『民事訴訟法』の簡易プログラムと特別プログラムに関する関連規定は、更に有利で簡便に消費者のトラブルを解決する措置を取っている。例えば巡回法廷処理を実行し、独任裁決、一審終審、証明責任の転換、短期結審などは消費者の訴訟における手続きや負担を削減する。同時に、消費者協会の当事者に訴訟主体としての地位を与える。さらに消費者協会の当事者は積極的

29) 張 巖方著 (2003) 『消費者保護法研究』法律出版社、第17ページを参照。

30) 最高人民法院中国応用法学研究所編 (2002) 『人民法院訴訟実例選』第2集 (総括第40集) 人民法院出版社、第195-200ページを参照。王 利明主編 (2004) 『判例研究』第3集 (総括第17集) 人民法院出版社、第128-148ページを参照。

31) 齊 樹深著 (2002) 『民事程序法』厦門大学出版社、第263ページを参照。

32) 王 欣新、孫 向齊 (2007) 「完善小額消費糾紛的法律解決機制」『首都師範大學學報』第4期を参照。

に消費者の利益のために訴訟に関与することを促す。

5.7 包括的な消費者権益仲裁の制度の創立

具体的な方法は、現存の消費者協会システムを基礎に、それに応じた「消費者権益仲裁廷」を増設し、仲裁廷を現在の消費者協会の機構に合わせて設置し、それを区と県まで設け、消費者権益紛争の特徴に対して包括的かつ専門的な仲裁規則を設立する³³⁾。特に少額紛争に便利な簡便仲裁を設ける。仲裁廷の成員を消費者協会、弁護士協会、専門家学者の中から招聘する。しかし消費者権益紛争の多量性と少額性に依じて、仲裁員の任命基準を適切に設定し、人数を適切に増やし、消費者が比較的早く仲裁を得ることができることを保障する。仲裁費と代行費は敗訴側が負担するようにする。

5.8 消費者援助制度の創立

政府から法律援助基金を提供し、公益の消費者権利保護組織を創立する。条件にあった案件に対しては、法院に訴訟し、違法者に民事処罰を与え、被害者の損失を賠償するように求める³⁴⁾。消費者の訴訟を支持し、権利侵害者に対して民事責任を追及する。法廷も特殊な消費者に対して訴訟費用の救済制度を実行し、司法プログラムの中で弱者を保護する原則を具現化する。

それ以外に、またコミュニティにおける消費者組織の積極的な設立に励む。コミュニティは大衆の社会生活に参与する重要な場であり、特に農村と近郊地区でそうである。長い間、消費者権益保護の重点は都市にあり、広大な農民の合法的な消費権益の保護は重視されなかった。農民は消費者の合法的権益として効果がある保護を得ることができなかった。農村住民の生製と生活の特徴によって、個人権益保護のコストはさらに高く、権利保護を成功させるにはよりいっそうの困難があり、現行の消費者協会は農村ではほぼ効果がある役割を発揮できていない³⁵⁾。

5.9 『個人情報法』の制定

中国ではプライバシーに対する保護はまだ改善されておらず、プライバ

33) 王 保樹著 (1999)『経済法原理』社会科学文献出版社、第263ページを参照。

34) 李 昌麟主編 (1999)『経済法学』中国政法大学出版社、第73ページを参照。

35) 王 璇 (2007)「論完善我国法律援助制度」『臨沂師範学院学報』年2期を参照。

シー保護は通常名誉権の範囲内に組み入れられており、独立した法律法規が存在しない。特にインターネット上でのプライバシーに関しては、それに対応する法律が不足している。そのため、できるだけ早く対応する法律を公布し、規範化すべきである。

5.10 『広告法』と『製品質量法』の修正

インターネット上の偽広告、不当な勧誘、不法なマルチ商法などの行為に対して、明確な禁止規則を制定すると共に、現行の『広告法』に対して修正と改善を行う。

『製品質量法』を更に改善し、製品品質の司法保護を強化し、製品品質による事故および低品質による深刻な侵害の賠償、処罰を強化させる。『食品衛生法』、『薬品管理法』、『行政訴訟法』、『刑法』、『反不正当竞争法』、『消費者權益保護法』、『仲裁法』、『全国人民代表大會常務委員會による偽物製品の生製、販売に対する処罰の補充規定』などをより効果的に実行する。

行政の職能部門の協力や法律執行の力を強化し、より効率良く消費者權益を着実に保護すべきである。

参考文献

- 江 平著 (2001) 『消費者權益保護法的完善』中国工商行政管理出版社。
- 来 恩浩 (2006) 「論我国消費者公益訴訟的若干問題」『寧波廣播電視大學學報』第4期。
- 鈴木 深雪著 (2002) 『消費者生活論－消費者政策』中国社会科学出版社。
- 梁 慧星 (2000) 「中国消費者政策与消費者立法」『法学』第5期。
- 李 昌麒、許 明月著 (1997) 『消費者保護法』法律出版社。
- 李 昌麒主編 (1999) 『經濟法学』中国政法大学出版社。
- 清華大學法學院副教授陳 建民 (2006) 『中国消費者權益保護的途徑与機構職能』課題研究報告書。
- 齊 樹潔著 (2002) 『民事程序法』廈門大學出版社。
- 申 毅 (2005) 「論消費詐欺行為及其懲罰的賠償」『湖南經濟管理幹部學院學報』第5期。

- 王 保樹著 (1999) 『經濟法原理』 社会科学文献出版社。
- 王 利明 (2002) 「消費者的概念与消費者權益保護法的調整範圍」 『政治与法律』 第2期。
- 王 利明主編 (2004) 『判例研究』 第3集 (總括第17集) 人民法院出版社。
- 王 欣新、孫 向齊 (2007) 「完善小額消費糾紛的法律解決機制」 『首都師範大學學報』 第4期。
- 王 璇 (2007) 「論完善我國法律援助制度」 『臨沂師範學院學報』 年2期。
- 王 江雲著 (1990) 『消費者的法律保護問題』 法律出版社。
- 翁 建敏、陳 珂編 (2004) 『消費者權益保障百例解析』 機械工業出版社。
- 謝 次昌著 (1994) 『消費者保護法通論』 中国法制出版社年。
- 楊 洪遠 (2001) 「消費者權益保護的幾個實際問題」 『工商管理』 第6期。
- 中国消費者協會編 (2000) 『消費者保護理論与實務』 工商出版社。
- 張 軍建著 (2003) 「中日經濟法國際研討會綜述 (2002年)」 『中南大學學報』 第1期。
- 張 啟方著 (2003) 『消費者保護法研究』 法律出版社。
- 最高人民法院中国应用法学研究所編 (2002) 『人民法院訴訟實例選』 第2集 (總括第40集)
人民法院出版社。