

学位論文要旨

学位論文題目：中国における消費者権益保護に関する研究

—「消費者権益保護法」と実態調査との対照を通じて—

申請者氏名：孫愛淑 (SUN AISHU)

本論文は、中国における消費者の権益保護意識を研究の対象とし、実態調査と理論分析、特に中国の「消費者権益保護法」の解釈を通して、消費者権益保護をめぐる法整備の現状や問題点及び問題解決の処方箋を模索したものである。

中国では、「消費者権益保護法」が制定されて以来、この 20 年の間、市場経済化が急速に進展し消費行動が大きく変化してきた。電子商取引の発達、金融・保険など新たな分野での消費拡大など、制定時には想定していなかった状況も生まれている。また、消費者の権利意識が高まる中、消費をめぐるトラブルも多発している。

中国の「消費者権益保護法」は、欧米や日本と比べてまだ歴史が浅いものの、グローバル化の流れの中で急速に充実しつつある。現行法は消費者権益保護の枠組みや内容として挙げられている権利の項目は外国法の同種と類似し、個々の権利保障に関して不備や不足はあるものの外形的には現代の水準にあると評価できる。消費者が商品・サービスに関し、事業者との間でトラブルに遭うケースは増加を続けており、一方、企業の不祥事の続発は、事業者に対する消費者の信頼を著しく低下させている。

このような状況の中、消費者権益保護を巡る議論は多方面より展開される必要があると思われるが、本論文では、消費者の自己権益保護意識に焦点を当てて、消費生活に関する権益保護意識を調査し、なぜ国民の多数が消費被害に遭うのかという問題を消費者の権益保護意識が乏しいということとの関連で究明し、この結果に基づいて今後の消費者の権利の擁護及び推進を図るための方策を探り、消費者被害を救済する基本的な政策の企画及び立案の参考に提供したい。

そのために、第 1 章「消費者保護立法」では、はじめに「消費者保護とその必要性」を考察した。消費者は事業者と対峙するとき、情報の非対称性に起因する立場の不利を背負い、さらに事業者が有する専門知識もないことから、基本的に事業者への「誠実と信頼」を頼りにしてしか、正常な取引ができない。この点から、消費者保護の必

然性が導出され、さらに消費者保護行政と消費者運動が不可欠となることが示される。次に、「消費者保護の歴史」について説明したが、イギリスとアメリカから理論的に消費者運動の背景を述べ、そのような社会背景の中で、「消費者運動の始動」では、改革・開放以降の中国における「消費者権益保護法」の形成を紹介し、「消費者保護立法」では、消費者保護に関する重要な法律・法規を紹介した。歴史は上述の理論的な消費者保護の必然性に沿って展開してきている。

第2章「消費者権益保護法」では、第1節で中国の「消費者権益保護法」の総則に関連して制定の趣旨と概要を整理した。第2節「消費者の権利」では「消費者権益保護法」に規定されている9項の消費者の権利（安全を求める権利、知る権利、選ぶ権利、公正な取引を求める権利、賠償を受ける権利、結社の権利、知識の獲得の権利、人格の尊厳及び民族の風俗・習慣の尊重・個人情報保護の権利、監督権利）について、それぞれ理論上と制度上の詳細な検討を行った。「消費者権益保護法」は不十分な点は多々あるが、先進国並みの消費者保護の枠組みをもつことが明らかになった。また、第3節「紛争解決の方法」では、同法が規定する5つの紛争解決手段、「消費者協会」、「工商行政管理部門」、「製品品質監督部門」、「仲裁機関」、「人民法院」を説明したうえで、形式的には整備されているが、実際の紛争処理には余り役立っていない実態を明らかにした。

第3章「消費者紛争の現状」では、インタビュー調査、新聞・ネットによる調査などの事例から中国の消費者被害の特徴と現在の状況、原因を指摘した。中国では消費者の権益は恒常的に脅かされており、「消費者権益保護法」が期待するのとはほど遠い現実があることを示した。

第4章「消費者権益保護に関する実態調査」では、第3章をふまえて、筆者自身が行ったアンケート調査の結果を分析した。その目的は現在施行されている「消費者権益保護法」は実際に、どこまで実現されているのかを明らかにするためであり、消費者権益保護意識の実態調査を通じて、①返品の際、拒絶された者が多く、②消費者は今の消費環境に多くの不安を持っていること（例えば、商取引上において、個人情報を漏洩・売却され、または不法に他者に提供されるのではないかと不安を持つ消費者がかなり多い）、③事業者の苦情処理時の対応は不満度が高い、④知る権利の侵害が深刻である、⑤教育レベルが高い者は権益を侵害された場合、法律の手段で解決

するが、低学歴や低収入の者、農民、無職の者は最後にあきらめるしかないというケースが多く、消費者権益の実現は程遠い、⑥消費者紛争の解決システムが「繁雑」であって、非常に利用しにくい、⑦消費者の権利意識は法制度の変化についていけない、消費者に対する啓蒙・啓発教育が必要あることなどが判明した。

第5章と第6章では、それらの問題点について、それぞれの原因を分析した上で、解決するために以下の提案をした。

①返品については、返品の運賃をどちらが負担するかが大きな問題になっている。この問題については具体的に条件を明確化することで解決が可能であることを示した。さらに返金額については、「送料無料」とされている場合に返還額から送料を差し引いてよいかどうかという問題についても「送料無料」としている以上、返還額からの控除は認めるべきではないとする法理を示した。さらに、現行法では不明確である返品期限の起算点について具体的に示し、返品の後続処理規則の追加、関連法律システムの設置を提案した。

②個人情報の漏洩については、現在では曖昧である個人情報の法律的な概念と範疇の確定、まだ未制定である個人情報保護法の制定と基本原則の確立、消費者の権利と事業者の義務の追加、及び個人情報侵害に対する制裁と救済の強化の必要を指摘した。

③日常生活中によく知っている権利「知る権利」について、中国では最も侵害されている消費者権であるとし、現行法では事業者の情報開示が出来ないという問題の指摘と事業者の情報開示義務設定の提案をし、さらに現行法では困難な賠償権の拡大を提案した。

④事業者が消費者の苦情を処理した時の態度及び対処方法については、消費者が被害に遭いつつも「あきらめる」ような態度と事業者の消費者蔑視とが組み合わせられ、消費者の権益が認められにくい状況の反映であるにとらえ、こうした中で消費者が人格すら否定されかねない地位に置かれているという中国の消費者問題の根底的原因に迫った。そのため、中国の消費者市場では「誠実と信頼」の原則が成立せず、消費者が絶えず脅かされているだけでなく、市場も非効率化していることを示した。さらに、「誠実と信頼」を事業者が自ら進んで実践する「禁反言」の導入が、長期的にみて有益であり、かつ有利でもあるとして推奨した。

⑤消費者権益実現の阻害については、消費者教育をすること、消費者協会の機能の

強化、事業者の役割、及び行政の職権の厳格化と、専門の仲裁機構の設置を提言した。また、「小額消費紛争法廷」の設立と「公益訴訟」制度が必要である。

⑥ 権益保護のための手続きの繁雑性については、法が定めた問題解決の 5 つ方法に視点をおいて、それぞれに存在している問題点に関して提案した。それらは、消費者協会の協議和解と仲裁状の効力の確立、消費者権益保護の環境改善と権益保護のルート円滑化、マスメディアによる監督・管理の強化と権益保護機構の機能の促進化、及び消費者紛争解決手続きの簡素化である。

⑦ 消費者の権利意識は法制度の変化についていけないことを明らかにし、法の周知を含む消費者教育の推進が決定的に重要であることを明らかにした。消費者権益が守られない状況が悪徳業者を蔓延らせるという「誠実と信頼」の欠如が再生産される構造の中で、消費者の権利意識、主体としての自覚こそが消費者問題解決の焦点であることから、こうした権益意識を自覚させ、主体的に行動させることが重要になる。その鍵は消費者教育である。消費者教育については、国が責任を持って当たらなければならない。

最後に、本研究で得られた知見を簡単にまとめた後、今後の研究課題として、①消費者権益保護問題と関連法律や政策について更に細かく検討すること、②その結果生じた問題点などについて必要な実態調査を継続すること、③これまで行われてきた実体調査の結果に対する理論分析、中国における消費者保護法や関連政策に関する考察を更に深めること及びオンラインショッピングの市場規模の急成長によってもたらされる新型の消費者問題への対処のため、今後この領域につき積極的に検討する。

学位論文審査の概要と結果

| | | | |
|--|--|-----|------|
| 報告番号 | 東アジア博 甲 第 / / 号 | 氏 名 | 孫 愛淑 |
| 論文題目 | 中国における消費者権益保護に関する研究 — 「消費者権益保護法」と実態調査との対照を通じて — | | |
| (論文審査概要) | | | |
| 1. 学位論文の概要 | | | |
| <p>消費者保護の必要性、とくに消費者保護法制の意義を起点にし、これに即して中国の「消費者権益保護法」の内容を解釈し、他方、しばしば報道される中国の消費者問題を独自の調査に基づいて把握し直して、上記の「法」の内容と対照する。法律上は保護されるべき消費者権益が実際は保護されていないという実状が明らかになるだけでなく、なぜ消費者保護は空文化するかの原因に迫り、更に法の具体的な改善点、改善施策まで提示し、いわば中国のあるべき消費者保護法制を追求した研究である。</p> <p>第一章「消費者保護立法」では、なぜ消費者保護が必要であるかの根拠と各国の歴史の中での消費者権益拡大が示され、さらに中国での立法と消費者権益保護運動が紹介される。</p> <p>第二章「『消費者権益保護法』について」は、1993年に制定され、2013年に改正された中国の同法の内容の分析であり、諸外国の法との対比や特別の留意点など細目にもわたって考察される。とくに、消費者保護法制の焦点の一つである紛争解決手段については特に留意して説明され、さらに国(司法・行政)の責務も説明される。</p> <p>第三章「中国の消費者紛争と消費者に関する諸問題」では、急速な経済発展の中で他国では経験したことのない速さで消費者化が進んだという中国の特殊事情が、重大かつ切迫した消費者問題を日常的に産み出しているという現状が概観される。第二章で見た「消費者権益保護法」があるにもかかわらず、現代中国の消費者の誰もが、消費に伴う大きなリスクを抱えており、消費者権益保護が機能しているとは言い難い状況が示される。</p> <p>第四章「消費者権益保護に関する実態調査」では、第三章で概観したような消費者の現状を筆者自身のアンケートに基づいて考察している。目的はアンケート結果から有意な事実を引き出すためではなく、消費者がどのような点で消費者権益の侵害やリスクを実感しているかを具体的に提示するためである。そこから第二章でみた「消費者権益保護法」の保護すべき権益の各項と対応した7つの具体的論点が引き出される。</p> <p>第五章「実態調査の分析と提案(1)——消費者から見た消費者問題」は、上記7つの論点のうち法律制度に関わる消費者保護に関する論点として「ケーリングオフ」「個人情報保護」「知る権利」「誠実・信用原則」の4つが採り上げられ、それぞれ詳細に分析されて要因が抽出され、対策が提示されている。</p> <p>第六章「実態調査の分析と提案(2)——政策的課題と提案」では、上記論点の残り3つが分析されている。「消費者紛争解決システム」と「権益保護意識の欠如および行政責任曖昧さ」「消費者教育」が採り上げられている。とくに、前章の「誠実・信用原則」と第六章後半の「権益保護意識の欠如」「消費者教育」という流れにおいて、消費者にとって消費の不可欠な前提である「信頼」が基本的に成り立たない中国市場の特異な構造があり、それが繰り返し再生産されていることを現代中国の消費者問題の根本だと主張する点は斬新である。</p> | | | |
| 2. 学位論文の評価 | | | |
| 1) 独創性について | | | |
| <p>消費者問題は中国ではかなり重要な社会問題であり、社会的関心も高いため、消費者権益保護とその法制に関する研究は多数ある。本論文と重なる論点については、論文中にも注記してある通り先行研究に依拠している部分も多い。しかし、消費者問題の基本的枠組みを社会・経済的視点で追究した上で現行「消費者権益保護法」を解釈し直し、さらにこれと実態とを対照させて問題を抽出する手法は先行研究がなく、独創性がある。さらに、中国の消費者が異常な「不信」の下で消費活動を行っている実態について、「不信」そのものを問題にしないで適応すべき現状と考え当然視する消費者行動が悪徳業者を排除できるはずの機能を</p> | | | |

損ねているという重要な洞察がある。ここから、小さな不正でも「不誠実は見逃さない」という消費者の権益意識に打開点を求めているが、これはたんなる消費者の権益意識頭場を超えた重要かつ有効な処方箋と考えられ、いずれも独創性が認められる。こうした点から、審査委員会は一一致して、本論文の独創性は本研究料所定の水準に達していると判定した。

2) 論理性について

消費者問題を捉える枠組みが明確なので、概して首尾一貫した論理が展開されている。各章の位置づけや内容も適切である。ただし、消費者権益保護という問題は法制に限っても多岐にわたるため、細部の論理が十分に詰め切れていない箇所も散見される。こうした点を考慮して、審査委員会は本論文の論理性を、水準を満たしているとは評価する。

3) 厳格性について

先行研究に関し、消費者保護法関連では基本文献のほか相当な関連文献が渉猟・利用されており、理解も妥当で問題ない。他方、社会・経済的な枠組みに関しては、不可欠な基本文献の引用にとどまっており、不足ではないが、盤石とは言えない。さらに、アンケート調査に関しては、統計処理が利用できないようなアンケート設計になっていて、せっかく行った実地調査が十分に活用できなかった点は問題点といえる。とはいえ、本論文はアンケート結果に基づいて何らかの命題を証明するという構造になっておらず、アンケートは巷間喧伝されている消費者問題について、筆者自身が問題の所在を確認し、論点を導くという位置づけで使われており、その限りでは問題はない。これらの点を総合して、審査委員会は本論文の厳格性について、水準を満たしているとは判定する。

4) 発展性について

本論文の特徴は消費者問題の様々な焦点に対し、実効性のある政策を提起していることである。中には直ちに実施することが難しいものもあるが、直ぐに実行可能で、かつ効果が期待できるものもある。こうした点は、法律や法制の研究を超えて、消費者行政やとくに消費者教育の領域まで研究を発展させる大きな潜在力を示している。この点で、審査委員会は本論文の発展性を優れているとは評価する。

なお、本論文全般につき、学外審査委員の貴州大学楊琴教授からは、「本論文がすでに博士論文の研究水準に達しており、法学と経済学的な視点より、また消費者権益保護に関する実態調査と理論分析を通して、中国消費者権益保護法や消費者紛争及びその問題点を析出できているという研究手法においてその独自性がある」との評価を受けている。

以上のような観点から、審査委員会は一一致して本論文を博士学位申請論文たる水準を満たしているとは判定する。

論文審査結果

合・否

審査委員

(氏名) 石 龍 潭

(氏名) 植村 高 久

(氏名) 成 島 敬

(氏名) 野 村 淳 一

(氏名) _____

⑩