

## 【中国】消費者権益保護法の改正

主任調査員 海外立法情報調査室 岡村 志嘉子

\* 1993年に制定された消費者権益保護法が全面改正され、2013年10月25日に公布された。インターネット通販など消費行動の多様化に即して、消費者保護の一層の強化が図られる。

### 1 背景と経緯

中国の消費者権益保護法は、消費者の合法的な権利利益を保護し、社会の経済秩序を維持し、社会主義市場経済の健全な発展を促進することを目的として、1993年に制定された。消費者による商品購入やサービス利用について、身体・財産の安全の権利、知る権利、自ら選択する権利、賠償請求権などの消費者の権利、事業者の義務と行政の責任などを定めている。同法の制定以来20年の間に、中国では市場経済化が急速に進展し消費行動が大きく変化した。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で、消費をめぐるトラブルも増加している。例えば、インターネット通販の売上高は2006年の263億元から2012年には1兆3000億元に急増した。その一方、2012年に全国の消費者協会が受理したインターネット通販関係の苦情は、苦情受理件数全体の52.4%を占める2万454件に上っている。(注1)

このような状況の下で消費者の権利と利益を十分に保護するため、①消費者の権利利益の保護規定の拡充、②事業者の義務及び責任の強化、③インターネット通販等新たな消費形態における消費者保護の強化、④消費者協会の機能の強化、⑤行政の監督責任の明確化などを主な改正のポイントとして、消費者権益保護法の改正案が作成された。改正案は2013年4月、第12期全国人民代表大会常務委員会第2回会議に提出され、1回目の審議に付された。その後、意見公募と修正を経て、8月の第4回会議で2回目の審議が行われ、再び意見公募と修正を行った後、10月の第5回会議で3回目の審議に付され、10月25日に可決・成立、同日公布された。改正法(注2)は2014年3月15日から施行される。

### 2 改正法の要点

改正法の構成は、第1章：総則(第1条～第6条)、第2章：消費者の権利(第7条～第15条)、第3章：事業者の義務(第16条～第29条)、第4章：消費者の合法的な権利利益に対する国の保護(第30条～第35条)、第5章：消費者組織(第36条～第38条)、第6章：紛争の解決(第39条～第47条)、第7章：法的責任(第48条～第61条)、第8章：附則(第62条～第63条)である。

章構成は改正前と同じであるが、条数は「事業者の義務」について4か条、「消費者の合法的な権利利益に対する国の保護」について1か条、「紛争の解決」について3か

条の計 8 か条改正前より増加した。改正法では新たに次のような規定が加わった。

#### (1) 個人情報の保護

事業者が消費者の個人情報を収集し又は使用するときは、合法的、正当かつ必要な範囲内で行い、当該情報の収集・使用の目的、方法及び範囲を明示し、かつ、消費者の同意を得なければならない。事業者及び従業員は収集した個人情報について守秘義務を有し、事業者は情報の安全確保のため技術的措置等を講じなければならない。事業者は、消費者に対しその同意を得ずに商業的情報を送付してはならない。(第 29 条)

#### (2) 事業者の義務

事業者が消費者に商品・サービスを提供するときは、社会道徳を守り、誠実な経営を行い、消費者の合法的な権利利益を保護しなければならない。不公平又は不合理な取引条件の設定や取引の強制を行ってはならない(第 16 条第 3 項)。

ホテル、ショッピングセンター、レストラン、銀行、空港、駅、港、映画館等の経営者は、消費者の安全確保に努める義務を有する(第 18 条第 2 項)。

インターネット、テレビ、電話、通信等の手段を用いて商品・サービスを提供する事業者、及び金融サービスを提供する事業者は、消費者に対し事業所の所在地、連絡先、商品・サービスの数量と品質、価格又は費用、履行期限及び方法、安全に関する警告、アフターサービス、民事責任等の情報を提供しなければならない(第 28 条)。

自動車、テレビ、冷蔵庫、エアコン等の耐久財の販売から 6 か月以内に瑕疵についての紛争が生じた場合、事業者が当該瑕疵の有無の立証責任を負う(第 23 条第 3 項)。

#### (3) クーリングオフ

インターネット、テレビ、電話、通信等の手段を用いた商品購入においては、消費者は、商品の受領後 7 日以内であれば特注品、生鮮食料品その他返品に適さない商品を除き、理由を説明することなく返品する権利を有する。返品する商品は完全なものでなければならない。返品送料は別に定めのない限り消費者が負担し、事業者は返品を受領後 7 日以内に商品の代金を消費者に返還する。(第 25 条)

#### (4) 詐欺行為に対する損害賠償

商品・サービスを提供する事業者が詐欺行為があった場合、事業者は消費者に対する損害賠償の金額を増額しなければならない。その金額は当該商品・サービスの価格の 3 倍、最低額 500 元とする(第 55 条)。

#### (5) 公益訴訟

多数の消費者の合法的な権利利益を侵害した行為に対し、中国消費者協会及び各省・自治区・直轄市消費者協会は人民法院に訴訟を提起することができる(第 47 条)。

注(インターネット情報は 2013 年 12 月 16 日現在である。)

(1)「中国消費者權益保护法 20 年“首修”」中国人大网

<[http://www.npc.gov.cn/npc/lfzt/xfzqybhfxfza/2013-10/28/content\\_1813448.htm](http://www.npc.gov.cn/npc/lfzt/xfzqybhfxfza/2013-10/28/content_1813448.htm)>

(2)「中华人民共和国消費者權益保护法」国务院法制办公室

<<http://www.chinalaw.gov.cn/article/fgkd/xfgf/fl/201310/20131000392972.shtml>>