



消費者権益保護法の改正

消費者権益保護法は、中国における消費者保護法制の中核となる非常に重要な法律である。2013年10月25日、1993年の制定後20年を経て改正され、14年3月15日の世界消費者権利デーから施行される。

今回の改正では、同法はどのような点が改正されたのであろうか。

Q 13年10月に、消費者権益保護法が改正されたと聞きました。どのような点が改正され、中国での対消費者ビジネスを行う上でどのような点に注意すればいいのでしょうか。

A **1 消費者権益保護法**
同法は、製品品質法と並び中国における消費者保護法制の中核をなす非常に重要な法律です。同法が制定されたのは1993年です。消費者権益保護法が制定されてから20年の間に、中国の社会自体も中国人の消費生活も大きく変化しました。

中国という国自体が金銭的、物質的、文化的に豊かになったことから、消費生活が大量化・多様化し、又様々なメディアによる広告も多く見られるようになりました。インターネット通販の爆発的な拡大もみられます。今回の改正は、このような中国社会の変化に対応するためのものです。

今回の改正は重要な内容を含んでおり、中国で対消費者ビジネスを行う企業にとって大きな影響をもつ改正といえます。以下、改正後の消費者権益保護法を「改正法」、現行法を「旧法」といいます。

2 個人情報保護

消費者の有する権利の一つとして、個人情報の保護を受ける権利が明文化されました(改正法14条)。

その上で、具体的な義務の内容を次のとおり規定しました。

(1) 事業者が消費者の個人情報を収集・使用する場合、適法・正当・必要の原則を守り、目的・方法・範囲を明示した上で、消費者の同意を得なければなりません。

その場合、収集・使用の規則を公開し、法令の規定及び約定に違反することはできません(改正法29条1項)。

(2) 事業者及びその従業員は、収集した消費者の個人情報について厳格に秘密を保持し、漏洩・販売・違法な他人への提供はできません。

又、事業者は、技術措置その他の必要な措置を講じ、情報の安全を確保し、消費者個人情報の漏洩・紛失を防止し、情報の漏洩・紛失が生じた場合、直ちに是正措置を講じなければなりません(改正法29条2項)。

(3) 事業者は、消費者の同意若しくは要請を経ずに又は消費者が明確に拒絶を表示する場合、消費者に営業上の情報を発信することはできません(改正法29条3項)。

なお、消費者が個人情報保護を受ける権利を侵害した事業者は、違法所得の没収、違法所得の1倍以上10倍以

下(違法所得がない場合は50万元以下)の制裁金、情状が重い場合は事業停止、営業許可証の取消という行政責任を負います(改正法56条9号)。

3 リコール等の義務付け

現行法上は、警告・リコール等の救済措置については侵権責任法(46条)で規定があり、自動車等一定の製品には個別法でリコールの規定があります。改正法は、これを取り込み、事業者がその提供する商品及びサービスに欠陥が存在し、人身・財産の安全に危害を及ぼす可能性があることを発見した場合、直ちに関係行政部門に報告し、消費者に告知するとともに、直ちに販売の停止・警告・リコール・無害化処理・廃棄処分・生産又はサービスの停止等の措置を講じなければならないと規定しました(改正法19条)。

4 瑕疵に関する立証責任の転換

事業者が提供する自動車・マイクロコンピュータ・テレビ・冷蔵庫・エアコン・洗濯機等の耐久商品又は装飾・内装等のサービスについて、消費者が商品又はサービスの提供を受けた日から6カ月以内に瑕疵が発現し、紛争が発生した場合、事業者が関連する瑕疵の立証責任を負います(改正法23条3項)。

5 「三包責任」の拡大

現行法は、一定の製品(テレビ、カメラ、自動車等)を対象として、修理・交換・返品に関する保証責任(「三包責任」)を売主に課しています。

今回の改正では、三包責任の対象とならない製品についても、事業者の提供する商品又はサービスが品質要件をみたさない場合、消費者は国家规定及び当事者間の約定に基づき、返品し又は事業者に交換、修理等の義務を履行するよう求めることができることとされました(改正法24条)。

具体的には、①受領日から7日以内は、消費者は、商品を受領した日から7日以内に返品することができ、②7日経過後は、(ア)契約の法定解除の条件を満たす場合は返品ができ、(イ)満たさない場合であっても事業者に交換等の義務の履行するよう求めることができます。

商品を返品・交換・修理をする場合、事業者が運送等の必要費用を負担しなければなりません(改正法24条2項)。

6 通信販売等に関するルール

(1) 通信販売等のクーリングオフ

事業者がインターネット・テレビ・電話・通信販売等の方法により商品を販売する場合、消費者は商品を受領した日

土佐堀法律事務所弁護士・関西大学法科大学院教授
村上幸隆

から7日以内に理由の説明なしに返品することができます(改正法 25 条 1 項)。返品商品の運送費は消費者の負担です(改正法 25 条 3 項)。

これは、中国法上初めてクーリングオフの制度を導入したものです。

ただし、クーリングオフ制度には例外があり、下記の場合にはクーリングオフできません。

① 消費者のオーダーメイドによるもの、腐敗しやすい生鮮商品、消費者が開封した音像製品・コンピュータソフトウェア等のデジタル化商品、交付された新聞・刊行物(改正法 25 条 1 項但書)。

② 商品の性質と消費者が物品購入時に返品に適さないものであることを確認していた場合(改正法 25 条 2 項)

(2) 通販及び金融サービスの事業者の情報提供義務

インターネット・テレビ・電話・通信販売等の方法により商品又はサービスを提供する事業者及び証券・保険・銀行等の金融サービスを提供する事業者は、消費者に対して営業場所・連絡方式・商品又はサービスの数量及び品質・価格又は費用・履行期間及び方法・リスクの警告・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りません(改正法 28 条)。

(3) インターネット販売プラットフォームの提供者の責任
インターネット上の販売プラットフォーム(インターネット上のショッピングモール等)を提供している事業者(以下「プラットフォーム提供者」)は、以下の2つの場合、消費者に対して損害賠償責任を負います。

① 消費者が、インターネットプラットフォームを利用した商品購入又はサービス提供を受けるに際して損害を受けた場合、プラットフォーム提供者が、販売者又はサービス提供者の真実の名称、住所及び有効な連絡方式を提供することができない場合(改正法 44 条 1 項)

② プラットフォーム提供者が、販売者又はサービス提供者がプラットフォームを利用して消費者の合法的権利・利益を侵害していることを明らかに知り又は知るべきであるにもかかわらず、必要な措置を採らない場合(改正法 44 条 2 項)

7 約款に関するルール

中国法上、「約款」[格式条款]とは、当事者が反復して使用するためにあらかじめ定め、契約締結時にまだ相手方との協議を行っていない条項をいいます(契約法 39 条 2 項)。

(1) 事業者がその営業活動において約款を使用する場合、商品又はサービスの数量及び品質・価格又は費用・履行期間及び方法・リスク警告・アフターサービス・民事責任等、消費者と重大な利害関係がある内容について明白な方法により消費者に注意を促し、かつ、消費者の要求に応じ

て説明しなければなりません。(改正法 26 条 1 項)。旧法には定められていなかった注意喚起・説明義務です。

(2) 事業者は、約款・通知・声明・売場での掲示等の方法により、消費者の権利を排除又は制限し、事業者の責任を軽減若しくは免除し又は消費者の責任を加重する等して、消費者にとって不公平、不合理な規定を定めることはできず、かつ、約款を利用し技術手段によって取引を強制することはできません。約款等に上述の内容がある場合、その内容は無効となります(改正法 26 条 2 項・3 項)。

8 虚偽広告関連(販売者の責任等)

広告事業者・発布者が消費者の生命及び健康に関わる商品又はサービスについて虚偽広告を設計・制作・発布して消費者に損害を与えた場合には、当該商品又はサービスを提供した事業者と連帯責任を負担しなければなりません(改正法 45 条 2 項)。

9 損害賠償責任—懲罰的賠償の強化

今回の改正により、2種類の行為に関する懲罰的賠償が強化されます。

(1) 事業者が提供する商品又はサービスに詐欺行為があった場合、消費者の要求に応じて消費者が受けた損失を追加して賠償しなければならず、追加賠償額は消費者が購入した商品代金又は提供されたサービス費用の3倍(追加賠償額が500元に満たない場合500元)としなければなりません(改正法 55 条 1 項)。

旧法において、購入した製品又はサービスの価格の1倍の金額を上乗せ可能とされていた(旧法 49 条)のを強化したものです。

(2) 事業者は商品又はサービスに欠陥があることを明らかに知りながら消費者にこれを提供する詐欺行為により、消費者その他の被害者が死亡し又は健康が著しく損なわれた場合、損害賠償を請求する権利に加え、受けた損害の2倍以下の民事賠償を請求することができます(改正法 55 条 2 項)。

10 公益訴訟

多数の消費者の適法な権利利益を侵害する行為については、省レベルの消費者協会が人民法院に訴訟を提起することができることと規定されました(改正法 47 条)。この公益訴訟制度は、不特定かつ多数の消費者の利益を侵害する案件を対象とするものです。

公益訴訟の制度は、昨年の民事訴訟法改正において導入されたものの(同法 55 条)、現時点では具体的なことが何も定まっていません。どのような権利について訴訟を起こせるのか、判決の効力をどのように考えるか、消費者協会がどのような地位に基づいて訴訟を提起するのか等、現時点ではきわめて不明確な制度といえます。