

～ 外国法令紹介 ～

「中国消費者權益保護法の改正決定について」

元 JICA 長期派遣専門家
弁護士 白 出 博 之

【目 次】

第 1 はじめに

1 改正の経緯

2 改正の趣旨・目的等

第 2 消費者權益保護法の改正決定

【参考資料 新消費者權益保護法の全文】

【本 文】

第 1 はじめに

1 改正の経緯¹

¹ 全国人民代表大会常務委員会法制工作委员会民法室（以下「法工委民法室」という。）をカウンターパート機関として 2010 年から実施された独立行政法人国際協力機構（JICA）の法整備支援事業・国別研修中国「民事訴訟法及び民事関連法」においては、消費者權益保護法改正に関連して、2012 年 1 月（上原敏夫教授、三木浩一教授、坂東俊矢教授、関西消費者機構）、2013 年 1 月（松本恒雄教授、坂東俊矢教授、消費者庁、大阪弁護士会、大阪府消費生活センター）、同年 5 月（松本恒雄教授、村千鶴子教授、最高裁判所、国民生活センター）と 3 回の訪日研修を法務省法務総合研究所国際協力部のご支援ご協力によって実施し、同年 8 月には中国消費者權益保護法学会・JICA 中国事務所他共催で民法室関係者参加によるシンポジウムを開催するなどして、消費者權益保護法の改正作業に対して継続的に日本法の知見を提供してきたところである。訪日研修で取り扱われた内容は、研修団の帰国後にレポートに正確に取りまとめられ、全国人民代表大会法制工作委员会や法律委員会の内部関係者間で共有されており、訪日研修で扱った内容につき理解が深められていることも確認されている。法工委民法室作成のレポート類は、改正決定後に『消費者權益保護法・立法背景と観点全集』（法工委民法室編 2013 年 12 月・法律出版社）として公表されており、また同じく法工委民法室関係者ら執筆に係る改正法注釈書として公刊されている『中華人民共和国消費者權益保護法釈義』（法工委編・李適時主編 2013 年 11 月・法律出版社。以下「文献①」という。）や『中華人民共和国消費者權益保護法解説』（法工委民法室編著・賈東明主編

2013 年 10 月 25 日開催の第 12 期全国人民代表大会（以下「全人大」という。）常務委員会第 5 回会議において『中華人民共和国消費者權益保護法』の改正が決定され、新法は世界消費者権利の日である 2014 年 3 月 15 日から施行されることとなった。

中国の立法作業担当機関である全人大常務委員会法制工作委员会民法室（以下「法工委民法室」という。）は、民事訴訟法改正作業と並行して 2011 年 10 月から同法改正の具体的作業を開始しており、2012 年 8 月の民事訴訟法の改正決定以降は、立法作業の最優先課題として消費者權益保護法の改正作業に注力していた。そして、2013 年 4 月 23 日開催の第 12 期全人大常務委員会第 2 回会議において第 1 回審議が行われた第 1 次草案は全人大ホームページ（www.npc.gov.cn）にて公表され、同年 4 月 28 日から同年 5 月 31 日までパブリックコメント募集手続が行われた。また同年 8 月 26 日開催の第 12 期全人大常務委員会第 4 回会議で第 2 回審議が行われたが、草案に消費者保護の観点からの革新的な内容が含まれていたためか第 2 次草案についてもパブリックコメント募集を実施するという慎重な手続が踏まれていたという経過がある。改正審議においては、懲罰的賠償規定の強化やネット取引における無理由返品

2013 年 11 月・中国法制出版社。以下「文献②」という。）の各記載からも、同法改正作業に我が国の法整備支援により提供してきた日本法の知見が基礎とされ、具体的に活用されたことをうかがい知ることができる（例えば消費者公益訴訟制度がその典型例である）。

制度、インターネットプラットホーム提供者の連帯責任等、企業・事業者側との意見対立も見られた論点もあったが、急激な社会経済の成長に伴って発生している新たな消費トラブル・消費者被害に直面していることから、同法を改正して、消費者の合法的権益保護を強化し、事業者の責任を厳格化すべきことについては異論がなく、同年10月21日からの第3回審議での修正を経て、同年10月25日の改正決定に至ったものである。

以下本稿では、まず本改正の趣旨目的、次に改正決定31項目及びそのうち重要な制度に関する法工委民法室の説明等を指摘し、最後に参考資料として新消費者権益保護法の全条文を紹介する。

2 改正の趣旨・目的等²

消費者権益保護法は1993年の制定から、既に20年近く施行されており、消費者の合法的権益の保護、社会経済秩序の維持、社会主義市場経済の健全な発展促進に対して重要な役割を發揮してきた。³しかし、経済社会の絶え間ない発展に伴い、中国の消費方式や消費構造及び消費概念には大きな変化が生じ、消費者権益保護分野では少なからぬ新たな状況や問題が現れているため、この法律を速やかに改正して、消費者権益保護法律制度を整備する必要がある。

近年、一部の全人大代表及び関係方面からは消費者権益保護法の改正意見や提案が次々と提出されていたところ、第11期全人大常務委員会の立法業務計

画と年度立法業務計画に基づき、法制工作委员会は2011年10月から同法改正検討作業に着手してきた。

改正作業では以下の点の把握に留意した。第1に人間本位の立法理念を堅持し、消費者権益保護法の実施経験を真剣に総括し、消費者の権益保護を適切に強化すること。第2に消費分野で現れている新たな状況や問題に対して、多くの人民が非常に関心を持つ際立った問題を重点的に解決し、かつ消費者権益保護制度をできるだけ具体的に実現させること。第3に経済発展方式転換の要求に適応し、良好な法治環境を構築し、人民の消費に対する自信を高め、かつ資源節約と環境保護の合理的な消費を導くこと。第4に社会管理の強化と革新の必要性に基づき、消費者協会の作用を一層發揮し、関係機関による消費者権益保護の監督管理の職責を強化し、消費者紛争を減らし、これを予防すること。⁴

法制工作委员会はこの業務をしっかりと理解・把握し、全人大代表、消費者協会と専門家、弁護士、及び裁判所、工商行政管理部门、商務部、工業情報化部等の関係機関の意見を何度も聴取し、幾つかの地方に赴いて実地調査を行い、改正について繰り返し検討し、消費者権益保護法修正案（草案）を作成したものである。

² 2013年4月23日開催の第12期全人大常務委員会第2回会議における第1回審議での第1次草案説明による（前掲文献①342頁以下、文献②327頁以下）。

http://www.npc.gov.cn/npc/lfzt/xfzqybhfzxa/2013-04/28/content_1793840.htm（第1次草案）

http://www.npc.gov.cn/npc/xinwen/lfgz/2013-09/06/content_1805745.htm（第2次草案）

³ 現行消費者権益保護法に関する日本の文献として、西村幸次郎編「グローバル化のなかの現代中国法」第2版117頁以下・王晨執筆（2009.11）、河上正二・王冷然「中国の消費者権益保護法と懲罰的損害賠償（上）（下）」NBL841号・842号（2006.9.10）、周勇兵「消費者私法の比較法的研究―日中の比較を通じて」大学教育出版社（2011.11）参照。

⁴ 第1回審議段階では、改正の眼目として①消費者権益保護に関する規定の充実・細分化、②事業者の義務・責任の強化、③ネットショッピング等の新たな消費方式の規範化、④消費者協会の作用を一層發揮、⑤行政機関の監督管理職責の一層の明確化が指摘されていた（前掲文献①343頁以下、文献②328頁以下）。

第2 消費者權益保護法の改正決定⁵⁶⁷

2013年10月25日になされた「中華人民共和国消費者權益保護法」の改正決定は、以下の31項目である。

【国家の消費者の合法權益保護の職能】

一、第5条に一項を追加して第3項とする。

「3 国は文化的で健康な資源節約及び環境保護の消費方式を提唱し、浪費に反対する。」

【人格等尊重及び個人情報保護を受ける権利】⁸

二、第14条を次のように改正する。

「第14条 消費者は商品を購入、使用し、サービスの提供を受ける際に、人格の尊厳、民族の風俗習慣が尊重される権利を享受し、法に基づき個人情報保護を受ける権利を有する。」

【事業者の義務】

三、第16条第1項を次のように改正する。

「第16条 事業者は消費者に商品又はサービスを提供するに際して、本法及びその他の関連法律、法規の規定に基づき、義務を履行しなければならない。」

ない。」に改正する。

一項を追加して第16条第3項とする。

「3 事業者は消費者に対して商品又はサービスを提供する場合には、社会公共道徳を守り、信義誠実に従った経営を行い、消費者の合法的權益を保障しなければならない、不公平、不合理な取引条件を設定し、取引を強制してはならない。」⁹

【安全保障義務】

四、第18条に一項を追加して第2項とする。

「2 ホテル、ショッピングセンター、レストラン、銀行、飛行場、駅、港湾、映画劇場等の営業場所の事業者は、消費者に対して安全保障義務を尽くさなければならない。」

第18条第2項を第19条に改め、次のように改正する。¹⁰

「第19条 事業者がその提供する商品又は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。リコール措置を講じた場合、事業者は商品のリコールで消費者が支出した必要費用を負担しなければならない。」

⁵ 2013年10月25日付の本改正決定については全人大HPにおいて公開されている。

http://www.npc.gov.cn/npc/xinwen/2013-10/26/content_1811764.htm

⁶ 改正決定直後に行われた全人大常務委員会弁公庁での新聞発表会（記者会見）についてはhttp://www.npc.gov.cn/npc/zhibo/zzzb31/node_4249.htm 参照。同会見において法工委民法室主任らは、法改正の必要性につき、消費スタイル、消費構造、消費の価値概念の大きな変化を指摘し、その上で改正案起草にあたっては①実務経験の総括、②新しく生じた消費者問題のうち人民の関心の高い領域の重点的解決による消費者の權益保護の具体化、③経済成長モデルの転換という時代の要請に応え、好ましい法治環境を醸成し、消費に対する一般社会の信頼感を強化することを改正理念にしたと説明している。

また、改正決定の主要点として、①社会的信用の構築強化、②消費者權益の具体化・充実化、③事業者の義務の強化、④ネット取引など新しい消費スタイルへの対応、⑤消費者協会の役割強化、⑥行政の管理監督の強化等であると分類・整理されており、前記注4で指摘した第1次草案時点では含まれていなかった①社会的信用の構築強化が第2回審議以降において強調された経緯がある（前掲文献①349頁以下、文献②333頁以下）。

⁷ 後記各条文に関して、漢数字は決定における条数を、算用数字は改正後の新しい条数を示す。

⁸ 個人情報保護を受ける権利の明確化と具体的な権利保障につき決定十二条参照。

⁹ 一部事業者が違法経営をし、粗悪品の生産・販売、虚偽宣伝を行い消費者權益を侵害しているが、その原因は、信義誠実の低さ、社会公共道徳からの乖離にあり、消費者權益保護法では社会における信義誠実の建設強化を強調すべきとの指摘が第2回審議でなされた。法律委員会では、信義誠実社会を建設する精神の中でさらに体现させ、事業者が自覚的に法定義務を履行し社会責任を引き受けることをリードし、信義誠実原則による消費環境育成、人民群衆の消費精神強化にも有利と主張された。こうして社会的信用の構築・強化を図るべく関係規定が追加された（新16条第3項。前掲文献①61頁以下、文献②60頁以下。また信用喪失事業者のリスト公表制度に関する新56条第2項も同趣旨）。

¹⁰ 事業者の義務を明確にすべきとの意見に基づくものであり、事業者の欠陥商品リコール等の義務については、食品安全法53条の食品リコール制度その他既存の法規制を統合する形で新规定が定められたものである（新19条、なお新56条第7号。前掲文献①75頁以下、文献②75頁以下）。

【真実かつ全面的な情報提供義務】

五、第 19 条を第 20 条に変更し、第 1 項、第 3 項を次のように改正する。

「第 20 条 事業者は消費者に対して、商品又はサービスの品質、性能、用途、有効期限等に関する真実で全面的な情報を提供し、虚偽又は人に誤解を生じさせる宣伝を行ってはならない。」

「3 事業者は商品又はサービスを提供する場合、その価格・料金を明確に表示しなければならない。」

【証票発行義務】

六、第 21 条を第 22 条に変更し、その中の「物品購入証書又はサービスに関する証票」を「領収書等の物品購入証書又はサービスに関する証票」に改める。

【品質保証義務、瑕疵の举证責任】¹¹

七、第 22 条を第 23 条に変更し、第 1 項の「但し、消費者が当該商品の購入前、又は当該サービスの受け入れ前に、その瑕疵の存在を既に知っていた場合は除く。」を「但し、消費者が当該商品の購入前、又は当該サービスの受け入れ前に、その瑕疵の存在を既に知り、かつ存在する瑕疵が法律の強制的規定に違反していない場合を除く。」に改正する。

一項追加して第 23 条第 3 項とし次のように定める。

「3 事業者の提供する自動車、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

か月以内に瑕疵が発現し、紛争が発生した場合、事業者が関係する瑕疵の举证責任を負う。」

【返品・交換・修理義務】¹²

八、第 23 条と第 45 条を第 24 条に変更し、次のように改正する。

「第 24 条 事業者の提供した商品又はサービスが品質要求をみたさない場合、消費者は国家规定及び当事者間の約定に基づき返品、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。国家规定及び当事者間の約定がない場合、消費者は、商品を受領した日より 7 日以内に返品することができる。7 日後に契約の法定解除要件を具える場合、消費者は直ちに返品することができる。契約の法定解除要件を具えない場合、事業者に交換・修理等の義務履行を求めることができる。

2 前項の規定に基づき商品を返品・交換・修理

¹² 商品の返品・交換・修理を保証する「三包」規定とは中国語の「包退」「包換」「包修」に由来するものであり、従前は国産家電に関する三包規定が存在したが、1995 年 8 月 5 日に国家経済貿易委員会、国家技術監督局、国家工商局及び財政部はこれを廃止し、新たに「部分商品修理更換退貨責任規定」（一部商品修理・交換・返品責任規定）を制定して、一定製品につき所定の三包責任を負うこととされている（千森秀郎「中国民法編(5)中国の消費者権益保護法」JCA ジャーナル 504 号（1999.06）28～29 頁参照）。商品とサービスの品質は、消費者の日常生活に関係し、消費者の身体と財産の安全に関わっているが、工商機関と消費者協会が受理した苦情申立事案を見ると、その半数は商品とサービスの品質に関するものであるため、返品、交換、修理を保証する「三包」規定を強化することは、商品とサービスの品質の保証を促す有効な措置である。この点、現行法 23 条及び 45 条に関連規定が置かれているが、決定はこれら関連規定を統合して「事業者が提供した商品又はサービスが品質要求をみたさない場合、消費者は国家规定及び当事者間の約定に基づいて返品する、又は事業者が交換、修理等の義務を履行するよう要求することができる。」だけでなく、「国家规定及び当事者間の約定がない場合、消費者は商品を受領した日より 7 日以内に返品することができる。」と規定し、保証対象商品を拡大して国家规定及び当事者の約定のない場合においても 7 日以内の返品を認めるとともに、7 日経過後の処理につき契約法に関連規定との連携を明らかにした（新 24 条）。三包規定の対象は、当初定められた 18 品目から現在は 23 品目にまで対象が拡大されているが、決定はこの 23 品目以外の商品についても 7 日以内での返品を認めた点に意義がある（前掲文献①95 頁以下、文献②97 頁以下）。

¹¹ 消費者の権益保護における「举证難」という課題に対処するため、決定は上記規定を設けて、消費者にとって举证が困難な一定の耐久消費財や装飾内装等のサービスの瑕疵がその提供から 6 か月以内に現れた場合において、事業者に関連する瑕疵の举证責任転換を認めたものである（新 23 条第 3 項。前掲文献①92 頁以下、文献②94 頁以下）。なお同項の「等」は列举商品に類似した商品をもカバーし、列举商品に限定する趣旨ではないとも説明されている（前掲会見）。

をする場合、事業者は運送等の必要費用を負担しなければならない。」

【無理由返品制度】

九、一条を追加して第25条とし、次のように定める。

「第25条 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から7日以内に返品する権利を有し、かつその理由の説明を要しない。但し、次に掲げる商品を除く。

- (一) 消費者のオーダーメイドによるもの
- (二) 腐敗しやすい生鮮商品
- (三) 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
- (四) 交付された新聞、刊行物

2 前項に列挙した商品のほか、その他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には、無理由返品を適用しない。

3 消費者は完全な商品を返品しなければならない。事業者は、商品の返品を受領した日から7日以内に消費者に対して商品代金を返金しなければならない。返品商品の運送費は消費者の負担とする。事業者と消費者との間で別の約定がある場合にはその約定による。」¹³

¹³ インターネットショッピング等における消費者の自主選択権（法9条）を保障するため、決定では、諸外国における優れた例と中国における実務状況を参考にして、消費者に対して適切な期間において一方的に契約を解除できる権利を与えることとし、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、商品の性質上、返品に適さない一定の場合を除いて、消費者は商品を受領日から7日以内に返品することができ、事業者は返品商品の受領日から7日以内に消費者に代金を返還しなければならない旨の規定を新設した（新25条）。なお審議過程においては、無理由返品制度は消費者権益の維持保護に積極的意義を有する反面で、新しい消費方式であるインターネットショッピング等の市場発展の程度とその健全な発展、事業者への影響について考慮する必要があり、権利濫用の防止についてや、返品に適さない場合と返品費用の負担問題の明確化、法律適用の確定性と操作可能性の強化についても指摘があり、適用除外商品の線引きにつき厳しい議論がなされ、1項但書以下のような定めと

【格式条款の制限】¹⁴

十、第24条を第26条に変更し、一項を追加して第1項とし、第1項、第2項を第2項、第3項に変更して、次のように改正する。

「第26条 事業者はその営業活動において格式条款を使用する場合、商品又は役務の数量及び品質、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らない。

2 事業者は、格式条款、通知、声明、売り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又は免除し、あるい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てはならず、かつ格式条款を利用し技術手段によって取引を強制してはならない。

3 格式条款、通知、声明、売り場での掲示等に前項記載の内容がある場合、その内容は無効とする。」

された（前掲文献①98頁以下、文献②100頁以下）。

¹⁴ この点、現行法第24条は抽象的に「消費者に対して不公平・不合理な規定」による事業者の民事責任軽減・免除規定の禁止と無効を定めており、1999年成立の契約法においても格式条款（約款ないし様式条項）の規制に関する関連規定が定められているが（契約法39、40、41、52、53条）、実務において事業者が不当な内容の格式条款を用いて、消費者権益を一方的に侵害する例が少なくない。このように実務上際立っている「霸王条項」等の問題を適切に処理して消費者権益保護の徹底を図るために、決定では格式条款等によって消費者の権利を排除・制限等する事業者に注意喚起義務と説明義務を課し（新26条第1項）、さらに現行法第24条が抽象的に定める「消費者に対して不公平・不合理な規定」の内容を「消費者の権利を排除又は制限し、事業者の責任を軽減又は免除し、あるいは消費者の責任を加重する等」と明確化したものである（新26条第2項。前掲文献①109頁以下、文献②111頁以下）。

【特定分野事業者の情報提供義務】¹⁵

十一、一条を追加し、第 28 条とし次のように定める。

「第 28 条 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らない。」

【消費者個人情報収集・使用における義務】¹⁶

十二、一条を追加して第 29 条とし次のように定める。

¹⁵ ネットショッピングや金融サービス提供等において事業者が提供する情報が真実ではなく、保護規定が整備されていないという問題に対処するために、決定ではインターネット、テレビ、電話、通信販売等の方式を採用して商品又はサービスを提供する事業者、及び証券、保険、銀行業務等の金融サービスを提供する事業者が、その営業住所、連絡先、商品又はサービスの数量と品質、価格又は費用、履行期限と方法、リスク警告、アフターサービス、民事責任等につき真実かつ必要な情報を消費者に対して提供すべき義務に関する規定を新設し、消費者の知る権利（法 8 条）を保護するものである（新 28 条。（前掲文献①117 頁以下、文献②120 頁以下）。なお、本条は証券、保険等の金融サービス取引を行う者も「消費者」として本法の保護対象とすることを明らかとした趣旨とも説明されている（前掲会見）。

¹⁶ 実務において一定の事業者は消費者の個人情報を不法に収集、使用し、消費者の個人情報を無断で漏洩又は不法に他者に提供し、消費者の正常な生活に深刻な影響を与えて、消費者の合法的權益を侵害していることから、各方面から本法の中に消費者の個人情報保護規定を追加することが求められていた。そこで決定では以下の四方面から規定を置いている。

第 1 に、消費者の権利として個人情報保護権を明記した（決定第二条・新 14 条。なお新 56 条第 9 号）。

第 2 に、事業者が消費者個人情報を収集、使用する場合、適法、正当、必要の原則を遵守し、情報の収集、使用目的、方法及び範囲を明示し、かつその被収集者の同意を得る（決定第十二条・新 29 条第 1 項）。

第 3 に、事業者及びその従業員は収集した消費者個人情報の秘密を厳守し、かつ技術的措置及びその他必要な措置を講じ、情報の安全を確保する（同条第 2 項）。

第 4 に、事業者は消費者の同意又は要請を経ないか消費者が明確に拒否した場合、その消費者に対して営業上の電子情報を送信してはならない（同条第 3 項）。上述各規定は、第 11 期全人大常務委員会第 30 回会議で承認された『全国人民代表大会常務委員会によるインターネット情報保護強化に関する決定』の関係規定と一致するものである（前掲文献①126 頁以下、文献②129 頁以下）。

「第 29 条 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、情報の収集、使用の目的、方法、範囲を明示した上で、消費者の同意を得なければならない。事業者が消費者の個人情報を収集、使用する場合、その収集、使用の規則を公開し、法律、規則の規定、及び双方による情報収集、使用の約定に違反してはならない。

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機密を保持し、それを漏えい、販売又は違法に他人に提供してはならない。事業者は技術措置その他の必要な措置を講じて、情報の安全を確保し、消費者個人情報の漏えい、紛失を防止する。情報の漏えい、紛失が生じ、又はその可能性がある場合、直ちに是正措置を講じなければならない。

3 事業者は消費者の同意若しくは要請を得ずして、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してはならない。」

【消費者の意見聴取】

十三、第 26 条を第 30 条に変更し、次のように定める。

「第 30 条 国が消費者權益に関連する法律、法規、規程及び強制基準を制定する場合には、消費者及び消費者協会等の組織の意見を聴取しなければならない。」

また第 28 条第 2 項中の「及びその社会団体」を「及び消費者協会等の組織」に改める（32 条 2 項）。

【各級政府の職責】

十四、第 27 条を第 31 条とし、第 1 項を次のように改正する。

「第 31 条 各級人民政府は組織に対する指導、協調を強化し、関係行政部門が消費者の合法的權益を保護する活動を確実にを行うように促し、消費者の合法的權益保護の職責を実行しなければならない。」とする。

一条を追加して第33条とし、次のように定める。
「第33条 関係行政部門は各自の職責の範囲内で定期又は不定期に事業者の提供する商品及びサービスについてサンプリング検査を行い、かつ社会に対してサンプリング検査の結果を速やかに公表しなければならない。

2 関係行政部門は事業者の提供した商品又はサービスに欠陥があることを発見し、これが消費者の身体、財産の安全に危害を及ぼす可能性がある場合、事業者に販売の停止、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るよう直ちに命じなければならない。」¹⁷

【消費者協会・消費者組織の性質・任務】¹⁸

¹⁷ 製品品質法第2章「製品品質の監督」では、製品の品質に対してサンプリング検査（抜取検査）を主要な方法とする監督検査制度（同法第15条）、品質不合格の場合の処理（同第16条）、検査結果・認証証明の発行（同第21条）、品質状況の公告（同第24条）等につき規定しているが、決定は関係行政機関の管理監督の責任を一層明確にするため、関係行政機関が各職責範囲内において、定期又は不定期に事業者が提供する商品及びサービスに対してサンプリング検査を行い、かつその結果を社会に速やかに公表すること（新33条第1項）、当該検査において事業者が提供する商品・サービスに欠陥があり、消費者の身体、財産の安全に危害をもたらす可能性があることを発見した場合、直ちに事業者が生産・販売停止等の危険除去措置を命じる旨の規定を新設した（同第2項。前掲文献①146頁以下、文献②151頁以下）。

¹⁸ 消費者の合法的權益を適切に保護するため、消費者協会の作用を一層発揮させる必要がある。そこで決定は現行法規定を基礎として、消費者協会の機能を追加・強化している。すなわち、第1に消費者に対して消費情報と相談サービスを提供し、資源節約と環境保護の合理的な消費方式へと導き、消費者自身の權益保護能力を高める（新37条第1項第1号）。第2に消費者の權益に関する法律、規則及び強制性基準の制定に参与する（同第2号、4号）。第3に多数消費者の合法的權益を侵害する行為に対し、中国消費者協会、及び省、自治区、直轄市が設立した消費者協会は、人民法院に対して消費者公益訴訟を提起することができる（同第7号、新47条。前掲文献①168頁以下、文献②174頁以下）。決定では「消費者協会」を「社会团体」から公益的な職責をもつ「社会組織」に改めているが、消費者協会は実際には政府主導で設けられたものであり、会員はなく、いかなる者からも費用を徴収していない（前掲会見）。中国消費者協会統計によれば、1994年から2012年までの間、全国消費者組織が受理した消費者苦情申立は120,089,766件、消費者が回復した財産損害は1,126,368万元で、その苦情解決率は94.8%に上る。

十五、第31条を第36条とし、次のように改正する。

「第36条 消費者協会とその他の消費者組織は、法に基づいて設立される、商品及びサービスに対して社会的監督を行い、消費者の合法的權益を保護する社会組織である。」

第12条中の「社会团体」を「社会組織」に改める。

第32条を第37条に変更し、第1項の「消費者協会は以下に掲げる職能を履行する。」を「消費者協会は以下に掲げる公益的な職責を履行する。」に改める。

第1号を「(一) 消費者に対して消費情報及び相談サービスを提供し、消費者が自身の合法的權益を保護する能力を高め、文化的で健康な資源節約及び環境保護の合理的な消費方式に導く。」と定める。

一号を追加して第2号とし「(二) 消費者權益に関連する法律、法規、規章及び強制基準の制定に参与する。」と定める。

第3号を第4号に変更し「(四) 消費者の合法的權益に関する問題について、関係部門に対し意見を反映させ、照会を行い、提言する。」に改める。

第5号を第6号に変更し、「(六) 苦情事項が商品とサービスの品質問題に関わる場合、資格を備えた鑑定人に鑑定を委託することができ、鑑定人は鑑定意見を告知しなければならない。」に改める。

第6号を第7号に変更し「(七) 消費者の合法的權益を侵害する行為について、損害を被った消費者による訴訟の提起を支援する。又は本法に基づいて訴訟を提起する。」に改める。

第2項を次のように改正する。

「2 各級人民政府は消費者協会による職責の履行を必要経費等で支援しなければならない。」

二項を追加し、第3項、第4項とする。

「3 消費者協会は真摯に消費者の合法的權益保護の職責を履行し、消費者の意見と提案を聴取し、

社会による監督を受け入れなければならない。

4 法により設立されたその他の消費者組織は、法律、法規及びその他規定に従って、消費者の合法的權益を保護する活動を展開する。」

第 33 条を第 38 条に変更し、次のように改正する。

「第 38 条 消費者組織は商品販売及び営利的なサービスに従事してはならず、費用を徴収し又はその他利益を取得する方式によって消費者に商品及びサービスの提供を推奨してはならない。」

【紛争解決手段】

十六、第 34 条を第 39 条に変更し、第 2 号を「(二) 消費者協会又は法に基づき設立されたその他の調解組織に対する調解の申し立て。」と改める。

第 3 号を「(三) 関係行政部門に対する苦情申し立て」と改める。

【インターネットプラットフォーム提供者の責任】¹⁹

十七、一条を追加して第 44 条とし、次のように定める。

「第 44 条 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

¹⁹ 第 1 次草案ではネット取引において合法的權益を侵害された消費者の損害賠償請求権を保護するために、展示即売会等における販売者等の責任を定める現行法 38 条を、ネット取引にも拡大した上、ネット取引のプラットフォームにおいて販売者、サービスの提供者が当該プラットフォームを利用しなくなった場合、消費者はネット取引プラットフォーム提供者に対しても賠償を請求することができる、と規定していた。これに対して第 2 次草案及び決定では、上記のように第 1 項でプラットフォーム提供者がネット取引の商品・サービス提供者に関する情報を消費者に提供できない場合の賠償責任と実務上採用されているプラットフォーム提供者による先行賠償等の方法による消費者權益保護の諸方策を奨励する趣旨の規定を新設した。さらに第 2 項でプラットフォーム提供者が一定の場合に、ネット取引の販売者又はサービス提供者と連帯責任を負担する場合も新設し、ネット取引における消費者保護を徹底している(新 44 条。前掲文献①190 頁以下、文献②198 頁以下)。現行法には権利侵害責任法第 36 条 3 項に「ネットワークプロバイダーが、ユーザーがそのネットワークを利用して他人の民事權益を侵害しているのを知りながら、必要な措置をとらなかったときは、当該ユーザーと連帯責任を負う。」との規定もあるが、決定による新 44 条ではネット取引における消費者保護のために、権利侵害責任法の関連規定による責任がさらに拡大強化された内容となっている。

に際して、その合法的權益に損害を受けた場合には、販売者又はサービス提供者に対して賠償を請求することができる。インターネット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、住所と有効な連絡方式を提供することができない場合、消費者はインターネットプラットフォーム提供者に対して賠償を請求することができる。インターネットプラットフォーム提供者がさらに消費者に有益となる承諾を得た場合には、その承諾内容を履行しなければならない。インターネットプラットフォーム提供者が賠償した後、販売者又はサービス提供者に対して求償する権利を有する。

2 インターネットプラットフォーム提供者は、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權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には、法に基づき当該販売者又はサービス提供者と連帯して責任を負担する。」

【虚偽広告に関連した者の責任】

十八、第 39 条を第 45 条第 1 項に変更し、その中の「虚偽広告を利用」を「虚偽広告又はその他虚偽の宣伝方式を利用」に、また「広告の事業者」を「広告の事業者、発布者」に、「真実の名称、住所」を「真実の名称、住所及び有効な連絡方法」に改める。

二項を追加して第 45 条第 2 項、第 3 項とする。

「2 広告事業者、発布者が、消費者の生命及び健康にかか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らない。

3 社会団体又はその他の組織、個人が消費者の生命健康に関わる商品又はサービスにつき虚偽広告又はその他虚偽の宣伝において消費者に対し商品又はサービスを推奨して損害を与えた場合、当

該商品又はサービスの事業者と連帯責任を負担しなければならない。」²⁰

【苦情申し立て】²¹

十九、一条を追加して第46条とし、次のように定める。

「第46条 消費者が関係行政部門に苦情を申し立てた場合、当該部門は苦情申立書を受領した日から7日以内に処理するとともに、消費者に告知しなければならない。」

【消費者協会の訴権・消費者公益訴訟】²²

²⁰ 広告事業者、発布者（発表者、メディアなど）が食品・薬品の虚偽広告をデザイン、制作、発布して、消費者にもたらしている損害・結果がより深刻な状況となっており、その責任を強化しなければならない。そこで決定では、当該広告事業者、当該広告を公表したメディア等の発布者は、当該広告内容の真実性の知不知に拘わらず、事業者（広告主）と連帯して責任を負う旨の前記規定が追加された（新45条第2項。なお新56条第6号）。また、第2回審議における、実務上消費者に多大な影響力を有している広告推奨者（代言人・イメージキャラクター）に虚偽広告に関する民事責任を負担させるべしとの建議が採用されたものである（新45条第3項。前掲文献①199頁以下、文献②207頁以下）。

²¹ 消費者権益保護を実効化するため、決定では消費者が関係行政機関に申立をした場合にその機関は申立書を受け取った日から7日以内に処理及び告知しなければならないとして、関係行政機関の苦情処理ルールに対して新しい義務を課す規定を設けた（新46条。前掲文献①211頁以下、文献②220頁以下）。

²² 2013年1月施行の改正民事訴訟法第55条では「環境汚染、多数の消費者の合法的権益の侵害等の社会公共利益を害する行為に対しては、法律が規定する機関及び関係組織は人民法院に訴訟を提起することができる。」として公益訴訟制度が創設された。公益訴訟の適用範囲については、同制度が未だ初歩的構築段階にあることに鑑み、その範囲を広げ過ぎるべきではないとの考慮から、これまで事件が多発し、社会公共利益の損害状況が比較的深刻で公益訴訟に対する要求が比較的切迫し、理論界と実務界の認識も比較的一致している環境汚染、多数消費者被害の分野こそが公益訴訟を構築する上での突破口になるものとして例示されたものである。

新47条においては、中国消費者協会他が消費者公益訴訟を提起できるとされているが、これには民訴法改正における次の議論が基礎にある。すなわち、民訴法第55条が公益訴訟主体を「法が定める機関、関係組織」と規定したのは、中国の現行管理体制及び監訴リスク低減という観点、公益訴訟制度を中国で適度に展開可能にすると同時に、これが秩序よく進められるようにするためには公益訴訟提起主体を広げ過ぎるべきでないことが理由である。行政主管部門等の関係機関は公共利益の主たる擁護者・公共事務管理者として訴訟主体となるのに適しており、法に基づく積極的行政を促すことができるとともに、訴訟救済の方式

二十、一条を追加して第47条とし、次のように定める。

「第47条 多数消費者の合法的権益を侵害する行為に対して、中国消費者協会及び省、自治区、直轄市に設立された消費者協会は、人民法院に対して訴訟を提起することができる。」

【事業者が責任負担すべき状況】

二十一、第40条を第48条第1項に変更し、その中の『中華人民共和国製品品質法』及びその他の関連法律、法規の規定に基づき」を「その他の関連法律、法規の規定に基づき」に改める。

第1号を「(一) 商品又はサービスに欠陥が存在する場合」に改める。

一項を追加して第2項とし、次のように定める。

「2 事業者が消費者に対する安全保障義務を尽くさなかった場合、消費者に加えた損害につき、不法行為責任を負担しなければならない。」

【人身損害の賠償責任】

二十二、第41条と第42条を第49条に変更し、次のように改正する。

「第49条 事業者が商品又はサービスの提供によって、消費者又はその他の被害者の人身に損害を加えた場合、医療費、看護費、交通費等治療及びリハビリで支出した合理的費用、並びに休業損害を賠償しなければならない。身体に障害をもたらした場合、生活補助具代及び身体障害賠償金も賠償しなければならない。死亡に至った場合、葬

を利用して行政手段の不足を補うこともできる。他方、公益訴訟の提起機関は原則として被侵害公共利益との関連性が必要である。中国では機関が比較的多いことを考慮し混乱を避けるため、法は「法律に定める機関」を提訴主体と規定し、公益訴訟の提起機関は、明確な法的根拠を備えている必要がある〔全人大常務委員会法制工作委员会民法室編著「中華人民共和國民事訴訟法・解釈と適用」(2012年9月・人民法院出版社68頁～78頁。前掲文献①213頁以下、文献②222頁以下)。

消費者公益訴訟制度が想定する「多数消費者の合法的権益侵害」ケースとしては、①不公平・不合理な格式條款、格式契約の使用、②虚偽広告その他虚偽宣伝の方式による消費者権益の侵害などである（前掲会見）。

儀費用及び死亡賠償金も賠償しなければならない。」

【人格尊厳侵害の賠償責任】

二十三、第 43 条を第 50 条に変更し、次のように改正する。

「第 50 条 事業者が消費者の人格の尊厳を侵害し、消費者の人身の自由又は法に基づき個人情報保護を受ける権利を侵害した場合、侵害を停止し、名誉の回復、影響の除去、謝罪を行うとともに、損害を賠償しなければならない。」

【精神的損害の賠償責任】

二十四、一条を追加して第 51 条とし、次のように定める。

「第 51 条 事業者が侮辱、誹謗、身体への搜索、人身の自由の制限等消費者その他の被害者の人身権益を侵害する行為があり、著しい精神的損害を生じさせた場合、被害者は精神的損害に関する賠償を請求することができる。」

【財産的損害の賠償責任】

二十五、第 44 条を第 52 条に変更し、次のように改正する。

「第 52 条 事業者が商品又はサービスの提供に際して消費者の財産に損害を加えた場合、法律の規定又は当事者間の約定に基づいて修理、作り直し、交換、返品、商品数量の補充、代金及びサービス提供費用の返還、又は損害賠償等の民事責任を負わなければならない。」

【通信販売における不履行責任規定の削除】

二十六、第 46 条を削除する。

【懲罰的賠償】²³

²³ 実務において一定の事業者が虚偽を弄して詐欺行為を行い、消費者の権益を侵害し、さらには消費者の生命や健康を損なう深刻な結果をもたらしている場合があり、各方面はこれに対する制裁の程度を高めるよう要求していた。すなわち、現行法 49 条の倍額賠償規定によってもなお悪質業者に対する制裁としては不十分であるとの意見が多数存在し、これを受けて決定では、商品又はサービスの提供に際して詐欺行為があった場合、事業者は消費者の請求に応じて消費者の被った損害を増額賠償しなければならない

二十七、第 49 条を第 55 条第 1 項に変更し、次のように改正する。

「第 55 条 事業者の商品又はサービスの提供に際して詐欺行為があった場合、事業者は消費者の請求に応じて消費者の被った損害を増加して賠償しなければならないが、増加賠償額は消費者が購入した商品の代金又は提供されたサービス費用の 3 倍とする。増加賠償額が 500 元に満たない場合、500 元とする。法律に別途規定がある場合は、その規定に従う。」

一項を追加して第 2 項とし、次のように定める。

「2 事業者が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した詐欺行為により、消費者その他の被害者が死亡、又は健康が著しく損なわれた場合、被害者は事業者に対して本法第 49 条、第 51 条等の法律規定に基づく損害賠償を請求する権利を有し、かつ被害者は被った損害の 2 倍以下の懲罰的賠償を請求する権利を有する。」

ず、「増加賠償額は消費者が購入した商品の代金又は提供されたサービス費用の 3 倍」とし、「賠償額が 500 元に満たない場合、500 元とする。」として代金・費用の 3 倍の増額賠償と同時に賠償額の最低限度額を定めて、詐欺行為に対する制裁を強化した（新 55 条第 1 項。前掲文献①260 頁以下、文献②265 頁以下）。

また、事業者の詐欺行為によって消費者の生命身体等に重大な被害が生じた場合に、被害者に本法第 49 条、第 51 条等の法律規定に基づく損害賠償請求権だけでなく、損害の 2 倍以下の増額賠償を認めて、詐欺行為に対する抑止・制裁機能と同規定の実効性維持を図っている（同第 2 項）。第 2 項は米国諸州における懲罰的賠償の上限規制を参考にしたものとされている。すなわち中国の場合、死亡賠償金確定に当たっては前年度の都市部住民の一人当たり可処分所得の 20 倍が基準となり、2012 年の全国平均は 2 万 4500 元余であり、その 20 倍は約 50 万元なので、同項によりその 2 倍を加えると約 150 万元余（なお上海 240 万元、北京 210 万元、雲南 120 万元、青海 100 万元）となることを念頭に置いて、違法行為抑止・制裁という懲罰的賠償の機能と同規定の実効性維持との調和のためにこの上限規定を定めたと説明されている（前掲会見。前掲文献①277 頁以下、文献②282 頁以下）。

【法定義務違反事業者の行政責任】²⁴

二十八、第 50 条を第 56 条に変更し、その中の『中華人民共和国製品品質法』及びその他の関連法律、法規に処罰機関及び処罰方式に関する規定がある場合」を「相応の民事責任を負担するほか、その他の関連法律、法規に処罰機関及び処罰方式に関する規定がある場合」に、「工商行政管理機関」を「工商行政管理機関又はその他の関係行政機関」、「違法所得の倍以上 5 倍以下の制裁金の支払い」を「違法所得の倍以上の 10 倍以下の制裁金の支払い」、「1 万元以下の制裁金の支払い」を「50 万元以下の制裁金の支払い」に改正する。

第 1 号を「(一) 提供した商品又はサービスの提供が人身・財産の安全保障要求に適合しない場合」、

第 4 号を「(四) 商品産地を偽造し、他人の工場名、工場住所を偽造又は冒用し、生産日時を改ざん、認証表示等の品質表示を偽造又は冒用した場合」、

第 6 号を「(六) 商品又はサービスの提供について虚偽又は人に誤解を生じさせる宣伝を行った場合」に改める。

一号を追加して第 7 号とし「(七) 欠陥商品又はサービスについて販売の停止、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ることを拒絶した又は遅らせた場合」と定める。

第 8 号を第 9 号に変更し、「(九) 消費者の人格の尊厳を侵害し、又は消費者の人身の自由若しくは法に基づき個人情報保護を受ける権利を侵害した場合」と改める。

一項を追加して第 2 項とし、次のように定める。

「2 事業者の前項規定の状況がある場合には、

法律、行政法規が規定する処罰以外に、関係部門が信用リストに記入し、社会に対して公表する。」

【事業者の刑事責任】

二十九、一条追加して第 57 条とし、次のように定める。

「第 57 条 事業者が本法の規定に違反して商品又はサービスを提供し、消費者の合法的權益を侵害した場合で、犯罪を構成する場合には法に基づき刑事責任を追及する。」

【民事賠償責任優先の原則】

三十、一条追加して第 58 条とし、次のように定める。

「第 58 条 事業者が本法に違反して負担すべき民事賠償責任と制裁金、罰金を負担すべき場合に、その支払いのための財産が不足する場合には、民事賠償責任をまず負担する。」

【行政罰に対する不服申立及び提訴】

三十一、第 51 条を第 59 条に変更し、次のように改める。

「事業者が行政処罰決定に不服の場合、法規に基づいて行政不服審査を申し立てるか又は行政訴訟を提起することができる。」

消費者權益保護法の関連条文の順序については本改正案に基づいて相応の調整を行う。本決定は 2014 年 3 月 15 日から施行する。²⁵

²⁴ 決定は、現行法の関連規定における消費者權益を侵害する行為に対する行政処罰の程度を厳しくし、事業者の違法行為コストを高めることによって消費者權益の適切な保護を図っている（新 56 条第 1、4、6、7、9 号。前掲文献①280 頁以下、文献②285 頁以下）。

²⁵ 本改正は全面改正でなく一部改正〔修改〕であるため、法施行日に関する現行法規定が変更されないまま新 63 条にスライドしている（法工委民法室の説明）。

[参考資料 新消費者権益保護法の全文] ※下線部分が具体的改正部分である

第一章 総則

第1条 消費者の合法的権益を保護し、社会経済秩序を維持し、社会主義市場経済の健全な発展を促進するために、本法を制定する。

第2条 消費者が生活上の消費・需要のために商品を購入し使用する、又はサービスを受けるにあたり、その権益は本法によって保護される。本法が規定していない場合には、その他の関連法律、法規によって保護される。

第3条 事業者はその生産、販売する商品又はサービスを消費者に提供するにあたり、本法を遵守しなければならない。本法が規定していない場合には、その他の関連法律、法規を遵守しなければならない。

第4条 事業者と消費者との取引は、自由意思、平等、公平、誠実信用という原則に従って行わなければならない。

第5条 国は消費者の合法的権益が侵害されないようこれを保護する。

2 国は、消費者の法に基づく権利行使を保障し、消費者の合法的権益を維持保護する措置を講じる。

3 国は、文化的で健康な資源節約及び環境保護の消費方式を提唱し、浪費に反対する。

第6条 消費者の合法的権益を保護することは、社会全体の共同の責任である。

2 国は、消費者の合法的権益の侵害行為に対する社会的監督を行う一切の組織及び個人を奨励し、支援する。

3 マスメディアは、消費者の合法的権益の保護に関する広報を確実にいき、消費者の合法的権益の侵害行為に対して、世論による監督を行うものとする。

第二章 消費者の権利

第7条 消費者は、商品を購入、使用し、サービスを受けるにあたり、人身・財産の安全が侵害されることのない権利を有する。

2 消費者は、事業者が提供する商品及びサービスについて、人身・財産の安全保障要求に適合するよう求める権利を有する。

第8条 消費者は購入、使用する商品又は受けるサービスに関して真実の状況を知る権利を有する。

2 消費者は、商品又はサービスの異なる状況に応じて、事業者に対して、商品の価格、産地、生産者、用途、性能、規格、等級、主要成分、生産日、有効期限、検査合格証明、使用方法説明書、アフターサービス、又はサービスの内容、規格、費用等の関連状況の情報提供を求める権利を有する。

第9条 消費者は商品又はサービスを自主的に選択する権利を有する。

2 消費者は、商品又はサービスを提供する事業者を自主的に選択し、商品の品種又はサービス方式を自主的に選択し、いかなる商品を購入するか否か、いかなるサービスを受けるか否かを自主的に決定する権利を有する。

3 消費者は、商品又はサービスを自主的に選択するとき、比較、識別及び選別する権利を有する。

第10条 消費者は公平な取引を行う権利を有する。

2 消費者は商品を購入し又はサービスを受けるとき、品質保証、合理的な価格、正確な計量などの公平な取引条件を獲得する権利を有し、事業者の強制的な取引行為を拒絶する権利を有する。

第11条 消費者は商品を購入，使用し又はサービスを受けるに際して，人身・財産に損害を被った場合，法に基づき賠償を獲得する権利を有する。

第12条 消費者は法に基づき，自身の合法的權益を守るため社会組織を設立する権利を有する。

第13条 消費者は消費及び消費者權益の保護に関する知識を獲得する権利を有する。

- 2 消費者は必要とする商品又はサービスの知識及び使用技能を身につけ，商品を正しく使用し，自己保護意識の向上に努めなければならない。

第14条 消費者は商品を購入，使用し，サービスの提供を受けるに際して，人格の尊厳，民族の風俗習慣が尊重される権利を有し，法に基づき個人情報保護を受ける権利を有する。

第15条 消費者は，商品，サービス及び消費者の權益保護活動に対して，監督を行う権利を有する。

- 2 消費者は，消費者の權益を侵害する行為，国家機関及びその職務担当者の消費者の權益保護活動における違法・職務上の怠慢・過失行為を告発，告訴する権利を有し，消費者の權益保護活動に対して，批判，提案を行う権利を有する。

第三章 事業者の義務

第16条 事業者は消費者に商品又はサービスを提供するに際して，本法及びその他の関連法律，法規の規定に基づき，義務を履行しなければならない。

- 2 事業者と消費者との間に約定がある場合には，約定に基づいて義務を履行しなければならない。但し，双方の約定は法律，法規の規定に違反してはならない。
- 3 事業者は消費者に対して商品又はサービスを提供する場合には，社会公共道徳を守り，信義誠実に従った経営を行い，消費者の合法的權益を保障しなければならない，不公平，不合理な取引条件を設定し，取引を強制してはならない。

第17条 事業者は，その提供した商品又はサービスに対して消費者の意見を聴取し，消費者の監督を受けなければならない。

第18条 事業者は，その提供する商品又はサービスが人身・財産の安全保障要求に適合することを保証しなければならない。人身・財産の安全を脅かす可能性がある商品・サービスについては，消費者に対して，真実の説明と明確な警告を行うとともに，正しい商品の使用方法又はサービスの受け入れ方法及び危害発生防止方法を説明，明示しなければならない。

- 2 ホテル，ショッピングセンター，レストラン，銀行，飛行場，駅，港湾，映画劇場等の営業場所の事業者は，消費者に対して安全保障義務を尽くさなければならない。

第19条 事業者がその提供する商品又は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，無害化处理，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。リコール措置を講じた場合，事業者は商品のリコールで消費者が支出した必要費用を負担しなければならない。

第20条 事業者は消費者に対して，商品又はサービスの品質，性能，用途，有効期限等に関する真実で全面的な情報を提供し，虚偽又は人に誤解を生じさせる宣伝を行ってはならない。

- 2 事業者は，その提供する商品又はサービスの質や使用方法等の問題に関する消費者の質問に対して，

真実で明確な回答を行わなければならない。

- 3 事業者は商品又はサービスを提供する場合、その価格・料金を明確に表示しなければならない。

第21条 事業者は真実の名称と標識を明示しなければならない。

- 2 他者の売り場又は敷地を借りする事業者は、真実の名称と標識を明示しなければならない。

第22条 事業者は商品又はサービスの提供に際して、国の関連規定又は商慣習に基づき、消費者に対して、領収書等の物品購入証書又はサービスに関する証票を発行しなければならない。消費者が領収書等の物品購入証書又はサービスに関する証票を要求する場合、事業者は必ず発行しなければならない。

第23条 正常に商品が使用され、又はサービスの受け入れ状況下において、事業者はその提供する商品又はサービスが有すべき品質、性能、用途、有効期限を保証するものとする。但し、消費者が当該商品の購入前、又は当該サービスの受け入れ前に、その瑕疵の存在を既に知り、かつ存在する瑕疵が法律の強制的規定に違反していない場合を除く。

- 2 事業者は広告、製品説明、実物サンプル又はその他の方式で、商品又はサービスの品質状況を表明する場合、提供する商品又はサービスの実際の質が表明する品質状況と合致することを保証しなければならない。

- 3 事業者の提供する自動車、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か月以内に瑕疵が発現し、紛争が発生した場合、事業者が関係する瑕疵の挙証責任を負う。

第24条 事業者の提供した商品又はサービスが品質要求をみたさない場合、消費者は国家規定及び当事者間の約定に基づき返品、又は事業者に交換・修理等の義務履行を求めることができる。国家規定及び当事者間の約定がない場合、消費者は、商品を受領した日より7日以内に返品することができる。7日後に契約の法定解除要件を具える場合、消費者は直ちに返品することができる。契約の法定解除要件を具えない場合、事業者に交換・修理等の義務履行を求めることができる。

- 2 前項の規定に基づき商品を返品・交換・修理をする場合、事業者は運送等の必要費用を負担しなければならない。

第25条 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から7日以内に返品する権利を有し、かつその理由の説明を要しない。但し、次に掲げる商品を除く。

(一) 消費者のオーダーメイドによるもの。

(二) 腐敗しやすい生鮮商品。

(三) 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。

(四) 交付された新聞、刊行物。

- 2 前項に列挙した商品のほか、その他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には、無理由返品を適用しない。

- 3 消費者は完全な商品を返品しなければならない。事業者は、商品の返品を受領した日から7日以内に消費者に対して商品代金を返金しなければならない。返品商品の運送費は消費者の負担とする。事業者と消費者との間で別の約定がある場合にはその約定による。

第26条 事業者がその営業活動において格式条款〔約款ないし定型契約〕を使用する場合、商品又は役務の数量及び品質、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らない。

2 事業者は、格式条款、通知、声明、売り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又は免除し、あるい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てはならず、かつ格式条款を利用し技術手段によって取引を強制してはならない。

3 格式条款、通知、声明、売り場での掲示等に前項記載の内容がある場合、その内容は無効である。

第27条 事業者は消費者を侮辱、誹謗し、消費者の身体及び消費者が携帯する物品を捜査してはならず、消費者の人身の自由を侵害してはならない。

第28条 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らない。

第29条 事業者が消費者の個人情報収集、使用する場合、適法、正当、必要の原則を守り、情報の収集、使用の目的、方法、範囲を明示した上で、消費者の同意を得なければならない。事業者が消費者の個人情報収集、使用する場合、その収集、使用の規則を公開し、法律、規則の規定、及び双方による情報収集、使用の約定に違反してはならない。

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機密を保持し、それを漏えい、販売又は違法に他人に提供してはならない。事業者は技術措置その他の必要な措置を講じて、情報の安全を確保し、消費者個人情報の漏えい、紛失を防止する。情報の漏えい、紛失が生じ、又はその可能性がある場合、直ちに是正措置を講じなければならない。

3 事業者は消費者の同意若しくは要請を得ずして、又は消費者が拒否を明確に表示する場合、消費者に営業上の情報を発信してはならない。

第四章 国による消費者の合法的權益保護

第30条 国が消費者權益に関連する法律、法規、規章及び強制基準を制定する場合には、消費者及び消費者協会等の組織の意見を聴取しなければならない。

第31条 各級人民政府は組織に対する指導、協調を強化し、関係行政部門が消費者の合法的權益を保護する活動を実行するように促し、消費者の合法的權益保護の職責を実行しなければならない。

2 各級人民政府は監督を強化し、消費者の人身、財産の安全を脅かす行為の発生を予防し、消費者の人身、財産の安全を脅かす行為を速やかに制止しなければならない。

第32条 各級人民政府の工商行政管理部門及びその他の関係行政部門は法律、法規の規定に基づき、各自の職責の範囲内で消費者の合法的權益を保護する措置を講じなければならない。

2 関係行政部門は消費者と消費者協会等の組織の意見を聴取し、事業者の取引行為、商品及びサービスの品質に関する問題に対して速やかに調査し、処理しなければならない。

第33条 関係行政部門は各自の職責の範囲内で定期又は不定期に事業者の提供する商品及びサービスについ

てサンプリング検査を行い、かつ社会に対してサンプリング検査の結果を速やかに公表しなければならない。

- 2 関係行政部門は事業者の提供した商品又はサービスに欠陥があることを発見し、これが消費者の身体、財産の安全に危害を及ぼす可能性がある場合、事業者に販売の停止、警告、リコール、無害化处理、廃棄処分、生産又はサービスの停止等の措置を講じるよう直ちに命じなければならない。

第34条 関係国家機関は法律、法規の規定に基づき、事業者の商品及びサービスの提供における、消費者の合法的な権益を侵害する違法・犯罪行為を処罰しなければならない。

第35条 人民法院は消費者による訴訟の提起に便宜を図る措置を講じなければならない。『中華人民共和国民事訴訟法』の提訴要件に適合する消費者権益をめぐる紛争については、受理し、速やかに審理しなければならない。

第五章 消費者組織

第36条 消費者協会とその他の消費者組織は、法に基づいて設立される、商品及びサービスに対して社会的監督を行い、消費者の合法的権益を保護する社会組織である。

第37条 消費者協会は以下に掲げる公益的な職責を履行する。

- (一) 消費者に対して消費情報及び相談サービスを提供し、消費者が自身の合法的権益を保護する能力を高め、文化的で健康な資源節約及び環境保護の消費方式に導く。
 - (二) 消費者権益に関連する法律、法規、規章及び強制基準の制定に参加する。
 - (三) 商品とサービスに対する関係行政部門の監督、検査に参加する。
 - (四) 消費者の合法的権益に関する問題について、関係部門に対し意見を反映させ、照会を行い、提案する。
 - (五) 消費者の苦情を受理するとともに、苦情事項に対する調査、調解を行う。
 - (六) 苦情事項が商品とサービスの品質問題に関わる場合、資格を備えた鑑定人に鑑定を委託することができ、鑑定人は鑑定意見を告知しなければならない。
 - (七) 消費者の合法的権益を侵害する行為について、損害を被った消費者による訴訟提起を支援する。又は本法に基づいて訴訟を提起する。
 - (八) 消費者の合法的権益を侵害する行為について、マスメディアを通じて、それを公表し批判する。
- 2 各級人民政府は消費者協会による職責の履行を必要経費等で支援しなければならない。
 - 3 消費者協会は真摯に消費者の合法的権益保護の職責を履行し、消費者の意見と提案を聴取し、社会による監督を受け入れなければならない。
 - 4 法により設立されたその他の消費者組織は、法律、法規及びその他規定に従って、消費者の合法的権益を保護する活動を展開する。

第38条 消費者組織は商品販売及び営利的なサービスに従事してはならず、費用を徴収し又はその他利益を取得する方式によって消費者に商品及びサービスの提供を推奨してはならない。

第六章 紛争の解決

第39条 消費者と事業者の間に消費者の権益をめぐる紛争が発生した場合、以下に掲げる手段により解決することができる。

- (一) 事業者との協議・和解。
- (二) 消費者協会又は法に基づき設立されたその他の調解組織に対する調解の申し立て。
- (三) 関係行政部門に対する苦情申し立て。
- (四) 事業者と達成した仲裁合意に基づく仲裁機関に対する仲裁申し立て。
- (五) 人民法院に対する訴訟提起。

第40条 消費者の商品の購入、使用に際して、その合法的權益が侵害された場合、販売者に対して賠償を請求することができる。販売者が賠償した後、生産者の責任に属する場合、又は販売者に商品を提供したその他の販売者の責任に属する場合、販売者は生産者又はその他の販売者に対して、求償する権利を有する。

2 消費者又はその他の被害者が商品の欠陥によって人身・財産の損害を被った場合、販売者に対して賠償を請求することができ、生産者に賠償を請求することもできる。生産者の責任に属する場合、販売者は賠償した後、生産者に対して求償する権利を有する。販売者の責任に属する場合、生産者は賠償した後、販売者に対して求償する権利を有する。

3 消費者はサービスの受け入れに際して、その合法的權益が侵害された場合、サービス提供者に対して賠償を請求することができる。

第41条 消費者の商品の購入、使用、又はサービスの受け入れに際して、その合法的權益が侵害された場合で、もとの企業が分離、合併した場合、変更後に権利・義務を受け入れる企業に対して、賠償を請求することができる。

第42条 他人の営業許可証を使用し、違法な経営を行った者による商品又はサービスの提供によって、消費者の合法的權益が侵害された場合、消費者はその事業者に損害賠償を請求することができ、その営業許可証の所持人に対しても損害賠償を請求することができる。

第43条 消費者は展示即売会、リースされた売り場で商品を購入、又はサービスを受け入れた際にその合法的權益が侵害された場合、販売者又はサービス提供者に賠償を請求することができる。展示即売会が終了した、又は売り場のリース期間が満了した後でも、展示即売会の開催者、売り場の賃貸人に賠償を請求することができる。展示即売会の開催者、売り場の賃貸者は賠償後、販売者又はサービス提供者に対して求償する権利を有する。

第44条 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、その合法的權益に損害を受けた場合には、販売者又はサービス提供者に対して賠償を請求することができる。インターネット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、住所と有効な連絡方式を提供することができない場合、消費者はインターネットプラットフォーム提供者に対して賠償を請求することができる。インターネットプラットフォーム提供者がさらに消費者に有益となる承諾を得た場合には、その承諾内容を履行しなければならない。インターネットプラットフォーム提供者が賠償した後、販売者又はサービス提供者に対して求償する権利を有する。

2 インターネットプラットフォーム提供者は、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權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には、法に基づき当該販売者又はサービス提供者と連帯して責任を負担する。

第45条 消費者は事業者が虚偽広告又はその他虚偽の宣伝方式を利用して商品又はサービスを提供したことにより、その合法的權益が侵害された場合、事業者に対して賠償を請求することができる。広告事業者、発布者が虚偽広告を発表した場合、消費者は行政主管部門に処罰を求めることができる。広告事業者、発布者は事業者の真実の名称、住所と有効な連絡方法を提供できない場合、賠償責任を負担しなければならない。

2 広告事業者、発布者が、消費者の生命及び健康にかか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らない。

3 社会团体又はその他の組織、個人が消費者の生命健康に関わる商品又はサービスにつき虚偽広告又はその他虚偽の宣伝において消費者に対し商品又はサービスを推奨して損害を与えた場合、当該商品又はサービスの事業者と連帯責任を負担しなければならない。

第46条 消費者が関係行政部門に苦情を申し立てた場合、当該部門は苦情申立書を受領した日から7日以内に処理するとともに、消費者に告知しなければならない。

第47条 多数消費者の合法的權益を侵害する行為に対して、中国消費者協会及び省、自治区、直轄市に設立された消費者協会は、人民法院に対して訴訟を提起することができる。

第七章 法律責任

第48条 事業者は、その提供する商品又はサービスが次に掲げる事項のいずれかに該当する場合には、本法に別途規定がある場合を除き、その他の関連法律、法規の規定に基づき、民事責任を負わなければならない。

(一) 商品又はサービスに欠陥が存在する場合。

(二) 商品が備えるべき使用性能を備えておらず、かつ販売時に説明を行わなかった場合。

(三) 商品又はその包装上に明記され、採用された商品基準に適合しない場合。

(四) 商品説明書、実物サンプル等の方式で示された品質状況に適合しない場合。

(五) 国が明文をもって製造停止を命じている商品を生産し、又は有効期限切れや変質した商品を販売した場合。

(六) 販売した商品の数量が不足している場合。

(七) サービスの内容と費用が約定に違反している場合。

(八) 消費者が提出した修理、作り直し、交換、返品、商品数量の補充、代金・サービス費用の返還、又は損害賠償請求につき、故意に引き延ばし、不当に拒否した場合。

(九) 法律、法規に定める消費者權益を侵害するその他の場合。

2 事業者が消費者に対する安全保障義務を尽くさなかった場合、消費者に加えた損害につき、不法行為責任を負担しなければならない。

第49条 事業者が商品又はサービスの提供によって、消費者又はその他の被害者の人身に損害を加えた場合、医療費、看護費、交通費等治療及びリハビリで支出した合理的費用、並びに休業損害を賠償しなければならない。身体に障害をもたらした場合、生活補助具代及び身体障害賠償金も賠償しなければならない。死亡に至った場合、葬儀費用及び死亡賠償金も賠償しなければならない。

第50条 事業者が消費者の人格の尊厳を侵害し、消費者の人身の自由又は法に基づき個人情報保護を受ける権利を侵害した場合、侵害を停止し、名誉の回復、影響の除去、謝罪を行うとともに、損害を賠償しなければならない。

第51条 事業者が侮辱、誹謗、身体への搜索、人身の自由の制限等消費者その他の被害者の人身権益を侵害する行為があり、著しい精神的損害を生じさせた場合、被害者は精神的損害に関する賠償を請求することができる。

第52条 事業者が商品又はサービスの提供に際して消費者の財産に損害を加えた場合、法律の規定又は当事者間の約定に基づいて修理、作り直し、交換、返品、商品数量の補充、代金及びサービス提供費用の返還、又は損害賠償等の民事責任を負わなければならない。

第53条 事業者は前受金方式で商品又はサービスを提供する場合、約定に基づいて提供しなければならない。約定に従って提供しない場合、消費者の要求に基づき、約定を履行するか、又は前受金を返還するとともに、前受金の利息、消費者が支払わなければならない合理的費用を負担しなければならない。

第54条 法に基づき、関係行政部門によって、不合格商品と認定され、消費者が返品を要求する場合には、事業者は返品に応じなければならない。

第55条 事業者の商品又はサービスの提供に際して詐欺行為があった場合、事業者は消費者の請求に応じてその被った損害を増加して賠償しなければならない。増加賠償額は消費者が購入した商品の代金又は提供されたサービス費用の3倍とする。増加賠償額が500元に満たない場合、500元とする。法律に別途規定がある場合は、その規定に従う。

2 事業者が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した詐欺行為により、消費者その他の被害者が死亡、又は健康が著しく損なわれた場合、被害者は事業者に対して本法第49条、第51条等の法律規定に基づく損害賠償を請求する権利を有し、かつ被害者は被った損害の2倍以下の懲罰的賠償を請求する権利を有する。

第56条 事業者が以下に掲げる事項のいずれかに該当する場合、相応の民事責任を負担するほか、その他の関連法律、法規に処罰機関及び処罰方法に関する規定がある場合、その法律、法規の規定に基づいて執行する。法律、法規に規定がない場合は、工商行政管理機関又はその他の関係行政機関が改善を命じ、状況に応じて警告、違法所得の没収、違法所得の1倍以上10倍以下の制裁金の支払い、違法所得がない場合は50万元以下の制裁金の支払いを単独で命じ、又は併科することができる。情状が重大な場合は、営業停止による整理、営業許可証の取り消しを命じることができる。

(一) 提供した商品又はサービスが人身・財産の安全保障要求に適合しない場合。

(二) 商品の中に、粗悪な物や偽物を混ぜて、偽物を本物と偽り、粗悪な物を品質の良い物と偽り、又は不合格商品を合格商品と偽った場合。

(三) 国が明文をもって製造停止を命じている商品を生産した、又は有効期限切れ、変質した商品を販売した場合。

(四) 商品産地を偽造し、他人の工場名、工場住所を偽造又は冒用し、生産日時の改ざん、認証表示等の品質表示を偽造又は冒用した場合。

(五) 販売する商品について、検査、検疫を行うべきであるにもかかわらず、検査、検疫を行わない

場合。又は検査、検疫結果を偽った場合。

(六) 商品又はサービスの提供について虚偽又は人に誤解を生じさせる宣伝を行った場合。

(七) 欠陥商品又はサービスについて販売の停止、警告、リコール、無害化处理、廃棄処分、生産又はサービスの停止等の措置を講じることを拒絶した又は遅らせた場合。

(八) 消費者が提出した修理、作り直し、交換、返品、商品数量の補充、代金及びサービス費用の返還、又は損害賠償請求について、故意に引き延ばし、不当に拒否した場合。

(九) 消費者の人格の尊厳を侵害し、又は消費者の人身の自由若しくは法に基づき個人情報保護を受ける権利を侵害した場合。

(十) 法律、法規に定める、消費者権益の侵害に対して処罰を与えるべきその他の状況がある場合。

2 事業者が前項規定の状況がある場合には、法律・行政法規が規定する処罰以外に、関係部門が信用リストに記入し、社会に対して公表する。

第57条 事業者が本法の規定に違反して商品又はサービスを提供し、消費者の合法的権益を侵害した場合で、犯罪を構成する場合には法に基づき刑事責任を追及する。

第58条 事業者が本法に違反して負担すべき民事賠償責任と制裁金、罰金を負担すべき場合に、その支払いのための財産が不足する場合には、まず民事賠償責任を負担しなければならない。

第59条 事業者が行政処罰決定に不服の場合、法規に基づいて行政不服審査を申し立てるか又は行政訴訟を提起することができる。

第60条 暴力、威嚇等の方法で、関係行政部門の職務担当者の法に基づく職務の執行を妨害した場合、法に基づいて刑事責任を追及する。関係行政部門の職務担当者の法に基づく職務の執行を拒否、妨害した場合で、暴力、威嚇の方法を用いなかった場合は、公安機関が『中華人民共和国治安管理処罰条例』の規定に基づいて処罰する。

第61条 国家機関の職務担当者が職責を怠り、又は事業者による消費者の合法的権益を侵害する行為をかばった場合、所属組織又は上級機関が行政処分を科す。情状が重大で、犯罪を構成する場合は、法に基づき刑事責任を追及する。

第八章 附則

第62条 農民による農業生産に直接用いる生産財の購入、使用については、本法を参照して執行する。

第63条 本法は1994年1月1日から施行する。

以上（しらでひろゆき）