

香川大教育 ○李 蓉 小川 育子 香川県明善短大 森田 陽子

目的 中国では経済改革開放政策以降、家庭収入は増大し、国内市場に種々の商品が大量に出回るようになった。必然的に消費者問題も発生し、中国国内の新聞・TVを通じて消費者被害が報じられるようになった。このような中、中国の消費者保護基本法である中華人民共和国消費者権益保護法が1993年10月31日に制定され、消費者保護が始まった。本研究は、中国の消費者保護および消費者教育について、日本におけるそれらと比較検討し、その特徴と課題を探ることを目的として行なった。

方法 中国消費者権益保護法に合法權益的社會団体として位置づけられている中国消費者協会および他の行政機関の出版物をもとに、消費者被害の実態、消費者保護施策、消費者教育の実態と課題をまとめた。

結果 中国での消費者保護への取り組みは、中国消費者協会の設立が1984年など、その年数は短い。しかし、消費者権益保護法では、消費者保護のための事業者の義務・国の義務・消費者団体の役割などとともに、消費者の権利・争議の解決方法が明示されている。これは日本とは大きく異なり、争議の早期解決に有効であると考えられる。中国消費者協会および各地の消費者協会では、統括的にかんがりの執行力を持って消費者問題に対応している。情報収集システムの確立と利用は今後の課題であろう。消費者教育は一般市民を対象とした「分散普及教育」と、生産・販売に携わる企業の職員や、幼小中の幼児、児童、生徒を対象とする「集中教育」で実施されている。消費者教育の目標は消費者自身の権益の保護のためとともに、社会監督者としての消費者の育成のためという点が特徴である。