

# 中国

## China

### 消費者からのクレームが多様化

ジェトロ海外調査部中国北アジア課 森 路未央

近年、消費者からのクレームが増えている。どのようなクレームか。中国消費者協会や各地方の消費者委員会が毎年発表する「消費者クレーム分析」に示されたクレームの内容と原因について関連法規と照らし合わせた上で、身近な商品やサービスを購入する際の対策に資する内容を紹介する。

#### 消費者保護意識の高まり

中国消費者協会は「消費者クレーム分析」を上半期と通年に分け、毎年2回発表している。中国全体での消費者クレーム受理件数は、2009年以降年間約60万件で推移していたが、13年に70万件を突破し増加傾向にある。受理したクレームを解決した割合は08年の95.0%をピークに、13年には90.5%へと低下した。他方、賠償に至った案件は、13年が前年比2,246件増の9,459件、金額は426万元増の1,709万元に増えた。13年に同協会が受理したクレームの原因は多い順に、品質(42.9%)、アフターサービス(15.1%)、契約(10.6%)、価格(3.7%)、虚偽広告(1.7%)、安全(1.3%)、ニセモノ(1.1%)などだった。

13年、商品別でクレーム受理件数が最も多かったのは、携帯電話やスマートフォンのほかテレビなど家庭用電子機器を含む通信機器類で6万7,183件、全体の1割弱を占める。乳製品や健康食品など食品が3万360件、衣服などアパレルが2万7,256件と続く(表)。近年、通信機器類や自動車・同部品のクレームが増える一方、食品やアパレルは減少している。スマートフォンや自動車は近年販売台数が急増している商品である。食品やアパレルは過去に全国的に問題となった。だが、上記商品以外には目立った増減はない

め、上位10位以内に入らない商品の増加や多様化が考えられる。

同じくサービス類では携帯電話通信が2万2,504件、インターネット接続が2万2,081件、テレビ・ネットショッピングが2万361件だった。近年増加しているのは店舗販売、自動車クリーニング・修理、速配サービスなどだ。

13年の消費者権益保護法<sup>注1</sup>の改正により、消費者保護に対する意識が高まった。クレーム受理件数が増加したのは、国家工商行政管理総局が14年3月15日に施行した「工商行政管理部門消費者クレーム処理弁法」に明記された次の規定によるところが大きい。「工商行政管理部門は消費者からのクレームを受理してから7営業日以内に処理し、クレーム発信者に告知する。消費者権益保護法に合致しないクレームは受理しなくてよい。その場合は、受理しない理由を告知しなければならない」。

以下、中国消費者協会と省レベル消費者委員会が分析した商品別クレーム内容と背景を紹介しよう。

表 品目別クレーム案件数

	2008年	09年	10年	11年	12年	13年	14年 上半期	
商品	通信機器類	66,866	49,364	47,576	56,351	42,768	67,183	29,931
	食品	46,249	36,698	34,789	39,082	29,213	30,360	8,989
	衣服などアパレル	62,152	62,764	57,620	53,708	29,387	27,256	13,535
	自動車・同部品	-	-	-	16,805	15,173	25,268	12,643
	空調	16,293	16,101	18,506	16,295	12,198	19,245	-
	厨房電機類	-	-	-	19,847	12,716	18,766	7,353
	靴	-	-	-	-	23,001	18,040	10,363
	テレビなど視聴類	16,097	16,873	17,719	15,795	21,016	17,167	5,934
	リフォーム建材	17,439	15,799	16,381	14,210	13,885	16,192	7,201
	パソコン類	-	13,909	18,053	15,235	10,742	16,178	6,687
	携帯電話通信	-	-	-	-	22,217	22,504	9,123
	インターネット接続	-	-	20,405	20,654	16,708	22,081	9,250
	テレビ・ネットショッピング	14,320	23,826	21,189	30,355	25,424	20,361	9,037
	店舗販売	-	-	-	-	2,560	11,740	-
サービス	自動車クリーニング・修理	-	-	-	12,314	7,187	11,595	5,171
	美容	-	-	-	-	8,825	10,845	6,015
	レストラン	-	-	-	6,920	8,595	9,260	5,176
	速配	-	-	-	-	4,598	8,166	2,816
	固定電話	-	-	-	9,555	5,512	7,172	-
	衣服クリーニング	-	-	-	-	7,219	6,886	2,931
投訴受理件数合計(その他含む)	638,477	636,799	666,255	607,263	543,338	702,484	327,564	

注：中国消費者協会の受理件数  
 資料：中国消費者協会発表資料を基に作成

## 家電・ネット通販・自動車へのクレーム

通信機器類の商品別クレーム受理件数が増えた背景について広東省消費者委員会は以下の事例を列挙する。①消費者が商品の検査結果を提出してようやく交換となるアフターサービスが多い、②修理に複数回出しても直らない、③修理保証期間の開始日が工場出荷日から起算される、④問題について販売者と生産者が責任を押し付けあう、⑤クレームを放置する、⑥修理会社が修理実績を修理保証カードに記載しないため消費者が返品や交換する際に再びトラブルになる、⑦多くのメーカーは特約店にアフターサービスを委託しているが、特約店の閉店によりクレームの窓口がなくなる。

また、不適正な徴収もある。修理保証期間内の修理費用の請求、修理業者が故障を大げさに説明し多額の修理費を請求するケースなどだ。最近では、高層階に空調設備を取り付ける際に、取り付け業者から「高層作業費」と称するいわば危険保険的な追加費用を請求されたケースも出てきている。

中国の13年のネット通販取引規模は30兆円を超え、14年は40兆円規模に達すると予測されている。ネット通販市場の拡大に伴いクレームも増加している。販売サービスに対するクレーム4万9,914件（13年）のうち、テレビやネットなどの媒体を通じた通販は2万361件、うちネット通販が1万2,950件だった。

改正消費者権益保護法は、通販で購入した消費者に対し、商品受け取り後7日間以内であれば「理由なく」返品できると規定した。しかし開封した商品、商品タグを外した商品の返品についての扱いは明記されていない。そのため期間内に返品しても受け入れられず、これがクレームの原因になっているという。ニセモノ商品の販売、ネット販売会社のサービス水準の低さ、期日を超えた商品発送、約定に合わない発送、返品不可に加え、速配業者の商品配達日時の遅れ、配達時の商品の破損なども問題として挙がっている。

乗用車のクレーム件数（2万5,268件、前年比66.5%増）が急増した背景には、13年10月に実施した「家庭用自動車製品の修理、交換、返品責任規定」があると中国消費者協会は分析する。例えば、重慶市のユーザーは購入6日目に不具合を感じ、1カ月間のうちに4S店<sup>注2</sup>で複数回検車したが異常は見つからなかった。このユーザーは「納車後7日以内であれば、品質問題

に起因した修理期間が累計35日を超える場合、または同じ品質問題により5回以上修理に出した場合でも、必要書類を提出することで販売店は同一車種に交換する責任を負う」という規定に従って車の交換を受けた。検車にかかった費用も受け取ることができたという。

## 最低消費額の設定が違法に

これまで「最低消費額」を設定する飲食店が散見されたが、「改定消費者権益保護法」施行後は禁止され、消費者が支払いを拒否できるようになった。福建省での事例は――。14年3月、あるレストランで336円を支払ったが、店側が設定した最低消費額の358円に満たなかったため、差額の22円を支払わされた。この消費者は消費者ホットライン「12315」に電話し事情を説明。地元工商部門の担当者が現場に出向き交渉に入り、差額の22円は返金された。

航空サービスに関するクレームは消費者委員会にとって解決が難しい分野だという。航空旅客サービスに対するクレームの中では、格安航空券のキャンセルと変更が最も多かった。格安航空券の販売ルートは「航空会社→航空券買い付け代理店→航空券販売代理店→旅客」である。キャンセルする場合、返金される金額は代理店へのサービス料を差し引いた金額となる。消費者からはこのことに対するクレームが多い。

食品に対するクレームでは、乳製品の品質に対するものが最も多く、原因は賞味期限切れ製品の販売、基準を超過した添加物の使用などだった。健康食品では、広告でうたっているような効果がない、成分表示偽装、生産許可証有効期間を超過したメーカーや許可証未取得メーカーによる生産が原因となるケースが多かった。

このように、品質をめぐる問題が多いことと、返品・交換・修理にかかる規定がいまだ整備途上であることが分かる。また、クレームの対象はサービス業種にまで広がり、多様化していることが見て取れよう。購入チャンネルの多様化に規定や制度が追いつかず、消費者の市場に対する信用が高まらないのが現状だ。



注1：1993年に制定、94年1月1日施行、2009年改正後、13年に再改正され14年3月15日施行。

注2：販売、部品交換、アフターサービス、情報提供が一体化した店舗を指す。