

消費者保護法

2005年02月05日改正

2015年06月17日改正

第一章 総則

第1条 消費者権益の保護、国民の消費生活の安全促進と品質向上に寄与するため、本法を制定する。

消費者保護については本法の規定を適用し、本法に規定していないものは他の法律の規定を適用する。

第2条 本法において使用する用語の定義は以下のとおりである。

1. 消費者とは、消費を目的として取引し、商品を使用し、又は役務を受ける者を指す。
2. 企業経営者とは、商品の設計、生産、製造、輸入、代理販売又は役務提供を業とする者を指す。
3. 消費関係とは、商品若しくは役務について、消費者と企業経営者との間に発生した法律関係を指す。
4. 消費争議とは、商品若しくは役務により、消費者と企業経営者との間に生じた争議を指す。
5. 消費訴訟とは、消費関係により、裁判所に提起する訴訟を指す。
6. 消費者保護団体とは、消費者保護のために、法に従い、設立し登記した法人を指す。
7. 定型化された契約条項とは、企業経営者が不特定多数の消費者と同類の契約を締結するに際し用いられる、予め作成された契約条項を指す。定型化された契約条項は書面に限らず、字幕の放映、張り付け、看板での表示、インターネット又は他の方法により表示されたものもこれに該当する。
8. 個別交渉条項とは、契約の当事者が個別に交渉を経て合意された契約条項を指す。
9. 付合契約とは、企業経営者が提出した定型化された契約条項を契約内容の全部若しくは一部として締結された契約を指す。
10. 通信販売とは、企業経営者がラジオ放送、テレビ、電話、ファックス、カタログ、新聞、雑誌、インターネット、チラシ又は他の類似する方法により、消費者が商品又は役務を検査できないまま企業経営者と取引する売買を指す。
11. 訪問販売とは、企業経営者が招かれていないにもかかわらず、

消費者の住居所、職場、公共の場所若しくは他の場所を訪問して販売に従事し、売買することを指す。

12. 分割払いとは、消費者が頭金を支払い、その後は分割で残金を支払うことで、企業経営者が頭金を受け取った際、対象物を消費者に引き渡すことを売買契約において約定される取引形態を指す。

第 3 条

本法の目的を果たすため、政府は、次の措置を講じ、かつ、次の事項に係る法規定及びその執行状況について定期的に検討し、協調、改善を図るものとする。

1. 商品/役務の品質及び安全、衛生を守ること
2. 商品/役務が消費者の生命、身体、健康、財産又は他の権益に損害を与えることの防止
3. 商品/役務の表示が法令、規定に合致することの確保
4. 商品/役務の広告が法令、規定に合致することの確保
5. 商品/役務に用いられる度量衡が法令、規定に合致することの確保
6. 商品/役務の合理的価格の維持の促進
7. 商品の合理的包装の促進
8. 商品/役務の公正取引の促進
9. 消費者保護団体の育成、奨励援助
10. 消費に係る争議の処理の協調
11. 消費者教育の推進
12. 消費者相談サービスの提供
13. その他消費生活の発展に伴い必要とされる消費者の保護措置

第 4 条

企業経営者は、その提供する商品/役務につき、消費者の健康と安全を重視しなければならない。また、商品/役務の使用方法を消費者に説明し、取引の公正さを保ち、充分かつ正確な情報を消費者に提供し、及びその他の必要な消費者保護措置を講じなければならない。

第 5 条

消費者が正確で合理的な消費行動を取り、自身の安全と権益を守れるようにするため、政府、企業経営者及び消費者のいずれも消費情報の充実に尽力し、消費者の利用のために提供しなければならない。

第 6 条

本法に言う主務官庁とは、中央においては対象事業の主務官庁、直轄市においては直轄市政府、県（市）においては県（市）政府を指す。

第二章 消費者権益

第一節 健康と安全保障

- 第 7 条 商品の設計や生産、製造又は役務の提供に従事する企業経営者は、提供する商品が流通により市場へ進入する場合又は役務を提供する場合、当該商品又は役務が当時の科学技術又は専門水準に見合う、合理的に期待できる安全性を確保しなければならない。商品又は役務が消費者の生命、身体、健康、財産に危害を及ぼす可能性のあるものは、目立つところに、警告の表示及び危険の緊急処理方法を表示しなければならない。企業経営者が上記二項の規定に違反し、消費者又は第三者に損害をもたらした場合、連帯賠償責任を負わなければならない。ただし、企業経営者が自分に過失がないことを証明できる場合、裁判所はその賠償責任を軽減することができる。
- 第 7 条の 1 企業経営者は、その商品が市場に流通しているとき、又は役務を提供しているとき、当時の科学技術若しくは専門水準に見合う、合理的に期待できる安全性を具えていると主張した場合、企業経営者はその主張する事実について立証責任を負う。商品又は役務につき、後継のより優れた商品又は役務があるというだけで、前条第 1 項の安全性の規定に合致してないとみなしてはいけない。
- 第 8 条 代理販売に従事する企業経営者は、商品/役務により発生した損害に対して、商品の設計、生産、製造又は役務提供に従事する企業経営者と連帯して賠償責任を負う。但し、損害の防止に既に相当の注意を払っていた場合、又は相当の注意を払ったとしても損害の発生が避けられなかった場合は、この限りではない。前項に言う企業経営者につき、商品を改装、小分けして包装した者、又は役務内容を変更した者は、第七条の企業経営者と見なす。
- 第 9 条 商品/役務を輸入する企業経営者は、当該商品の設計、生産、製造者、又は役務の提供者と見なされ、本法第 7 条の製造者責任を負う。
- 第 10 条 企業経営者はその提供した商品/役務に消費者の安全、健康に危害を及ぼすおそれがあると認められるに足る事実があった場合、直ちに当該商品を回収、又はその役務の提供を停止しなければならない。ただし、企業経営者の行う必要な処理がその危害を除去し得る場合は、この限りではない。商品/役務に消費者の生命、身体、健康又は財産に危害を及ぼすおそれがあるにもかかわらず、目立つところに警告の表示を行わず、かつ、危険の緊急処理方法を明記しなかった場合は、前項の規定を準用する。
- 第 10 条の 1 本節に定めた企業経営者の消費者又は第三者に対する損害賠償責

任は、制限又は免除を事前に約定してはならない。

第二節 付合契約

第 11 条 企業経営者が付合契約に盛り込む条項は、平等互惠の原則に基づかなければならない。

定型化された契約条項に疑義があった場合は、消費者に有利となる解釈をしなければならない。

第 11 条の 1 企業経営者は、消費者と付合契約を締結する前に、消費者がすべての条項の内容を精読できるよう、30 日以内の合理的期間を設けなければならない。

企業経営者が定型化された契約条項で消費者に前項の権利を放棄させた場合、これを無効とする。

第 1 項の規定に違反した場合、その条項は契約の内容を構成しない。ただし、消費者は、当該条項が依然として契約の内容を構成すると主張することができる。

中央主務官庁は、特定の業種を選び、定型化された契約条項の重要性、係る事項の多寡及び複雑さの程度などの事項を参酌した上で、付合契約の精読期間を公告することができる。

第 12 条 付合契約書における条項が信義誠実の原則に違反し、消費者に対する公平を明らかに失っている場合は、これを無効とする。

付合契約書における条項に次のいずれかの事情があった場合は、公平を明らかに失っていると推定する。

1. 平等互惠の原則に違反している場合
2. 条項とその適用を排除した任意規定の立法趣旨とが明らかに矛盾している場合
3. 契約の主な権利若しくは義務が関連条項での制限を受けることにより、契約の目的を果たすことが困難になった場合

第 13 条 企業経営者は定型化された契約条項の内容を消費者に明示しなければならない。その内容の明示が明らかに困難である場合は、目立つ方法でその内容を公告しなければならず、また、消費者の同意を得た場合、当該条項は契約の内容となる。

企業経営者は消費者に付合契約書を渡さなければならない。ただし、その契約の性質から渡すことが明らかに困難である場合は、この限りではない。付合契約書は消費者が署名又は捺印をして、企業経営者が消費者に当該付合契約書の正本を渡さなければならない。

第 14 条 定型化された契約条項が付合契約書に記載されておらず、また、通

常の状況により、当該条項は明らかに消費者が予想できるものでなければ、当該条項は契約の内容を構成しない。

第 15 条 付合契約書における定型化された契約条項が個別交渉条項の約定に抵触した場合、その抵触した部分は無効とする。

第 16 条 付合契約書における定型化された契約条項の全部若しくは一部が無効又は契約内容の一部を構成しない場合、当該部分を除いても契約が成立できるとき、当該契約のその他の部分は依然として有効である。ただし、当事者の一方に対して、公平を明らかに失っている場合は、当該契約の全部を無効とする。

第 17 条 中央主務官庁は、消費紛糾の予防、消費者権益の保護、付合契約書の公平化促進のため、特定の業種を選び、その付合契約書に記載されるべき事項又は記載されてはならない事項に関する規定を定め、行政院の承認後公告する。

前項の記載されるべき事項は、契約の性質及び目的に依り、その内容は以下を含むことができる。

1. 契約の重要な権利義務事項。
2. 契約違反の法律効果。
3. 前払い式取引の契約履行保証。
4. 契約の解除権、終止権及びその法律効果。
5. その他契約履行に関する事項。

第 1 項に記載されてはならない事項は、契約の性質及び目的に依り、その内容は以下を含むことができる。

1. 企業経営者による契約内容又は期限の変更権又は解釈権の保留。
2. 企業経営者の義務又は責任の制限又は免除。
3. 消費者の権利行使の制限又は剥奪、消費者の義務又は責任の加重。
4. その他消費者に対して公平を明らかに失っている事項。

第 1 項の公告に違反した付合契約書は、その定型化された契約条項を無効とする。当該付合契約書の効力は前条の規定により定める。

中央主務官庁が公告する記載されるべき事項は、付合契約書には記載されない場合でも、依然として契約の内容を構成する。

企業経営者が付合契約書を使用している場合、主務官庁は随時、人員を派遣し検査することができる。

第 17 条の 1 企業経営者と消費者は付合契約を締結し、本節規定に符合する事実を主張する場合、その事実について立証責任を負う。

第三節 特殊売買

第 18 条 企業経営者は、通信販売若しくは訪問販売に従事するとき、以下の情報をはっきりわかりやすい文言で書面に記載し、消費者に提供しなければならない。

1. 企業経営者の氏名、代表者名、事務所又は営業所及び電話又は E-mail 等、消費者が迅速で効果的に連絡ができる情報資料。
2. 商品又は役務の内容、代金、支払い日及び支払い方法、交付日及び交付方法。
3. 消費者は第 19 条の規定に依る契約解除の行使期限及び方法。
4. 商品又は役務が第 19 条第 2 項の規定に依り、第 19 条第 1 項の解除権の適用排除の情況。
5. 消費者の苦情の受理方式。
6. その他、中央主務官庁の公告事項。

インターネットによる通信販売については、前項の提供されるべき情報は消費者が全体を検索、保存できる電子方式でなければならない。

第 19 条 通信販売又は訪問販売の消費者は、商品受領又は役務受領後 7 日以内に、商品を返品し又は書面で通知して売買契約を解除することができ、理由の説明又は費用若しくは代金を負担する必要はない。ただし通信販売に合理的な例外事情がある場合、これに限らない。

前項但書の合理的な例外事情は、行政院がこれを定める。

企業経営者は消費者が商品受領又は役務受領時に前条第 1 項第 3 号規定の契約解除に関する情報をまだ消費者へ提供していない場合、第 1 項の 7 日間は情報を提供した翌日から起算する。ただし、第 1 項の 7 日間の起算より 4 か月を超えた場合は、解除権は消滅する。

消費者は第 1 項及び第 3 項に定められた期間内に商品を配送又は書面を発行した場合、契約解除とみなす。

通信販売又は訪問販売において、本条の規定に違反する約定は無効とする。

第 19 条の 1 (削除)

第 19 条の 2 消費者は第 19 条第 1 項又は第 3 項の規定に依り、書面で契約解除を通知した場合、当事者で別途個別交渉をする以外に企業経営者は通知を受領した翌日から 15 日以内に原交付場所又は約定場所で商品を引取らなければならない。

企業経営者は商品の引取り、消費者が返品した商品又は役務契約の解除通知を受領した翌日より 15 日以内に消費者がすでに支払った代金を返還しなければならない。

契約解除後、企業経営者と消費者の間にある原状回復に関する約定は、消費者にとって民法第 259 条の規定より不利になる場合、無効となる。

第 20 条 消費者からの申し込みがないにもかかわらず、当該消費者に郵送若しくは配達した商品について、消費者は保管義務を負わない。消費者が相当の期限を定めた上で前項の物品の送付元に物品の引取りを通知したにもかかわらず、期限を過ぎても送付元が引取りをしなかった場合、又は通知不能の場合、前項の物品の送付元がその送付した商品を放棄したと見なす。通知されなかったものの、送付後 1 か月を過ぎても、消費者に承諾されなかったにもかかわらず、依然としてその商品の引取りをしなかった場合も同様である。

消費者は、送付物により被った損害の償還、及び送付物の処理により支出した必要な費用を請求することができる。

第 21 条 企業経営者と消費者との分割払い売買契約は、書面をもってこれを行わなければならない。

前項の契約書には次の事項を明記しなければならない。

1. 頭金
2. 各回の価額と他の付加費用を合計した総価額と現金取引価格との差額
3. 利率

企業経営者が前項規定に従わず、利率を明記しなかった場合、その利率は、現金取引価格に対し年利 5% で計算するものとする。企業経営者が第 2 項第 1 号、第 2 号の規定に違反した場合、消費者は現金取引価格以外の価額を支払う義務を負わない。

第四節 消費情報に関する規制

第 22 条 企業経営者は、広告内容の真実性を確保しなければならず、また、消費者に対して負う義務は広告内容を下回ってはならない。企業経営者の商品又は役務の広告内容は、契約成立後、確実に履行しなければならない。

第 22 条の 1 企業経営者が消費者に対し、信用に係る取引に従事するとき、支払うべきすべての総費用の年率を広告に明示しなければならない。

前項に言う総費用の範囲及び年率の計算方式は、各対象事業の主務官庁が定める。

第 23 条 広告を掲載若しくは報道するメディアの経営者が、広告の内容と事実とが一致していないことを明らかに知り、又は知り得た場合、消費者が当該広告を信頼することにより受けた損害につき、企業経営者と連帯して責任を負うものとする。
前項の損害賠償責任は、制限又は放棄を事前に約定してはならない。

第 24 条 企業経営者は、「商品表示法」などの法令に従い、商品/役務の表示を行わなければならない。
輸入する商品/役務は、中国語の表示及び説明書を添付し、また、その内容は原産地での表示及び説明書よりも簡略であってはならない。
輸入する商品/役務が原産地で警告表示が付されている場合、前項の規定を準用する。

第 25 条 企業経営者が消費者に対し商品/役務の品質を保証する場合は、自発的に書面の保証書を発行しなければならない。
前項の保証書には次の事項を明記しなければならない。

1. 商品/役務の名称、種類、数量。製造番号若しくはロット番号があるものは、その製造番号若しくはロット番号。
2. 保証内容。
3. 保証期間及びその起算方法。
4. 製造業者の名称、住所。
5. 販売代理業者により販売されるものは、販売代理業者の名称、住所。
6. 取引日。

第 26 条 企業経営者はその提供する商品について、当該商品の性質及び取引慣習に応じ、防振、防湿、防塵又は他の商品保存に必要な包装を行い、商品の品質及び消費者の安全を確保しなければならない。ただし、その内容を誇張してはならず、又は過大な包装をしてはならない。

第三章 消費者保護団体

第 27 条 消費者保護団体は社団法人若しくは財団法人に限る。
消費者保護団体は消費者権益の保護、消費者教育の推進を目的とする。

第 28 条 消費者保護団体の任務は次のとおりである。

1. 商品/役務の価格の調査、比較、研究、発表。
2. 商品/役務の品質の調査、点検、研究、発表。
3. 商品表示及びその内容の調査、比較、研究、発表。
4. 消費情報の問い合わせ、紹介及び報道。
5. 消費者保護に関する出版物の編集、発行。
6. 消費者の意見の調査、分析、まとめ。
7. 消費者の苦情の受付、消費争議の仲裁。
8. 消費争議の処理、消費訴訟の提起。
9. 適切な消費者保護立法又は行政措置を講じるよう政府へ提言。
10. 適切な消費者保護措置を講じるよう企業経営者へ提言。
11. その他の消費者権益に関する保護事項。

第 29 条 消費者保護団体は、商品/役務の点検に従事するため、点検項目に係る点検設備を設置するか、又は点検項目に係る点検設備を設置している機関、団体に商品/役務の点検を委託しなければならない。

点検実施人員は、点検記録を作成し、サンプル抽出、サンプル保存の方法と環境、使用した点検設備、点検方法、経過及び結果を記載して、当該消費者保護団体に提出しなければならない。

消費者保護団体は前項の点検結果を発表後、そのサンプル抽出、サンプル保存の方法と環境、使用した点検設備、点検方法及び経過を公布し、並びに関連企業経営者へ通知しなければならない。消費者保護団体が発表した第 2 項の点検結果に誤りがあった場合、自発的に対外的に訂正し、また、関連企業経営者の潔白を明らかにしなければならない。

第 30 条 政府は、消費者保護に関する立法又は行政措置につき、消費者保護団体、関連業種、学者・専門家の意見を諮問するものとする。

第 31 条 消費者保護団体が商品/役務の調査、点検を行うとき、政府に必要な協力を求めることができる。

第 32 条 消費者保護団体の消費者保護業務の取り扱い成果が優れている場合、主務官庁は財務上の奨励を与えることができる。

第四章 行政監督

第 33 条 直轄市又は県（市）政府は、企業経営者の提供する商品/役務が、消費者の生命、身体、健康又は財産に危害を及ぼすおそれがあると認めた場合、直ちに調査を進めなければならない。調査完了後、その経過及び結果を公開することができる。

前項の人員が調査を行うときは、関連する身分証明書類を提示しなければならないが、また、その調査は次の方法に従い進めることができる。

1. 企業経営者又は関係者に質問する。
2. 企業経営者又は関係者に、出頭し意見を陳述するよう通知する。
3. 当該商品/役務が消費者の生命、身体、健康又は財産に危害を及ぼすおそれがないことを証明する資料を提出するよう、企業経営者に通知する。
4. 企業経営者の事務所、営業所又はその他の関連場所へ人員を派遣し、調査を行う。
5. 必要に応じ、その場で商品サンプルを抽出し、検査を行うことができる。

第 34 条 直轄市又は県（市）政府は、調査を行う際、証拠となるものについて、検察官にこれを差し押さえるよう申し出ることができる。前項の差し押さえは、刑事訴訟法の差し押さえに関する規定を準用する。

第 35 条 直轄市又は県（市）の主務官庁は検査業務を取扱うとき、検査項目に関する検査設備を設けている消費者保護団体、職業団体又はその他の関連する公立／私立機構や団体に検査業務を委託することができる。

第 36 条 直轄市又は県（市）政府は、企業経営者の提供する商品/役務について、第 33 条に規定する調査を経た上で、その商品/役務が確かに消費者の生命、身体、健康又は財産に危害を及ぼした、又は損害を及ぼすおそれがあると認めた場合、企業経営者に期限内に改善、回収若しくは廃棄を命じなければならないが、また、必要がある場合は企業経営者に直ちに当該商品の設計、生産、製造、加工、輸入、代理販売若しくは役務の提供の中止を命じるか、又はその他の必要措置を講じることができる。

第 37 条 直轄市又は県（市）政府は、企業経営者の提供する商品/役務が既に消費者に重大な損害を生じており、又はそのおそれがあり、状況が緊急である場合、前条の措置を講じるほか、直ちにマスメディアにおいて企業経営者の名称、住所、商品、役務を公告しなければならないが、又はその他の必要処置を講じなければならない。

第 38 条 中央主務官庁は、必要があると認めた場合、前 5 条に規定する措置も講じることができる。

第 39 条 行政院、直轄市、県（市）政府はそれぞれ、消費者保護官を数名置かなければならない。

- 消費者保護官の任用と職務の弁法は、行政院がこれを定める。
- 第 40 条 行政院は、消費者保護事務の監督と調整のため、定期的に関連部署の大臣、全国的な消費者保護団体の代表、全国的な企業経営者、及び学者、専門家を招聘し、本法に関する事項の諮問会議を行わなければならない。
- 第 41 条 行政院は消費者保護事務を推進するため、以下の事項を実施する。
1. 消費者保護の基本政策及び措置の研究討議と審議。
 2. 消費者保護計画の研究討議、改正、及び実施成果の検討。
 3. 消費者保護方案の審議、及びその実施の推進、連絡、評価認定。
 4. 国内、海外における消費者保護の動向、及びその経済社会建設に関する問題の研究。
 5. 消費者保護の教育啓蒙、消費情報の収集と提供。
 6. 消費者保護に関する各部署の政策、措置、及び主務官庁の調整事項。
 7. 消費者保護主務官庁の監督、及び消費者保護官の職権行使の指揮。
- 消費者保護の実施結果及び関連資料は行政院が定期的に公告するものとする。
- 第 42 条 直轄市、県（市）政府は、消費者サービスセンターを設置し、消費者相談、消費者の教育啓蒙、消費者の苦情処理などの事項の処理を取扱う。
- 直轄市、県（市）政府の消費者サービスセンターは、管轄地域にブランチセンターを設置することができる。

第五章 消費争議の処理

第一節 苦情と調停

- 第 43 条 消費者と企業経営者との間に商品/役務に関する消費争議が生じた場合、消費者は企業経営者、消費者保護団体、又は消費者サービスセンター若しくはそのブランチセンターに苦情を申し出ることができる。
- 企業経営者は、消費者の苦情につき、苦情の申し出日から 15 日以内に、これに適切に対応しなければならない。
- 消費者は、第 1 項により申し出た苦情が適切に対応されなかった場合、直轄市、県（市）政府の消費者保護官にこれを申し出ることができる。
- 第 44 条 消費者は、前条により申し出た苦情が適切に対応されなかった場

合、直轄市、県（市）の消費争議調停委員会に調停を申し出ることができる。

第 44 条の 1 前条の消費争議調停事件の受理、手続きの進行及びその他の関連事項の弁法は、行政院がこれを定める。

第 45 条 直轄市、県（市）政府は消費争議調停委員会を設け、7 名～21 名の委員を置くものとする。

前項に言う委員は、直轄市、県（市）政府の代表、消費者保護官、消費者保護団体の代表、企業経営者が所属する職業団体若しくは関連職業団体の代表、学者及び専門家が担当し、消費者保護官を議長とする。その組織は別途定める。

第 45 条の 1 調停の手続きは直轄市、県（市）政府又はその他の適切な場所でこれを行い、その手続きは非公開とすることができる。

調停委員、立会う共同調停人、及びその他調停事務の担当者は、既に公開された事項を除き、調停事件の内容を守秘しなければならない。

第 45 条の 2 消費争議の調停に対し、当事者が合意できないものの、かなり歩み寄った場合、調停委員は、全ての情状を斟酌し、両当事者の利益の均衡を考慮した上で、両当事者の主要な意思に反しない範囲内で、職権により事件解決の方案を提出し、かつ、当事者に送達することができる。

前項の方案は、調停に参加する委員の過半数の同意を得る必要があり、かつ、第 45 条の 3 に定める異議期間、及び法定期間内に異議を提出しなかった場合の法的効果を明記しなければならない。

第 45 条の 3 当事者は、前条に定める方案に対し、送達後 10 日間の法定不変期間内に異議を申し出ることができる。

前項に言う期間内に異議を申し出た場合は、調停は成立しなかったと見なす。前項に言う期間内に異議を申し出なかった場合は、当該方案に従い調停が成立したと見なす。

第 1 項に言う異議について、消費争議調停委員会は他方当事者に通知しなければならない。

第 45 条の 4 少額の消費争議に関し、当事者の一方が正当な理由なく調停日に出頭しなかった場合、調停委員は情状を斟酌した上で、出頭した当事者の請求又は職権により、解決方案を提出し、かつ、当事者に送達することができる。

前項に言う方案は、調停委員全員の過半数の同意を得る必要があり、かつ、第 45 条の 5 に定める異議期間、及び法定期間内に異議を提出しなかった場合の法的効果を明記しなければなら

い。

第 1 項の送達は、公示送達の規定を適用しない。

第 1 項の少額の消費争議に係る額は、行政院がこれを定める。

第 45 条の 5 当事者は、前条に定める方案に対し、送達後 10 日間という法定不変期間内に異議を申し出ることができる。異議期間内に異議を申し出なかった場合は、当該方案に従い調停が成立したと見なす。

当事者は、異議期間内に異議を申し出て、調停委員が別の調停日を定めたものの、正当な理由なく出頭しなかった場合、当該方案に従い調停が成立したと見なす。

第 46 条 調停が成立した場合は、調停書を作成しなければならない。前項の調停書の作成及び効力は、「郷鎮市調解条例」第 25 条から第 29 条までの規定を準用する。

第二節 消費訴訟

第 47 条 消費訴訟は、消費関係の発生地 of 裁判所が管轄することができる。

第 48 条 高等裁判所以下の各級裁判所及びその支所は、消費専門の法廷を設立することができる。又は、消費訴訟事件を審理する専任者を指定することができる。

裁判所は、企業経営者敗訴の判決を下すとき、職権により、仮執行のための担保の低減または免除を宣告することができる。

第 49 条 消費者保護団体は、許可を得た上で設立して 2 年以上経過し、消費者保護の専門スタッフをにおいて、かつ行政院の評価を申請して優良と評された場合は、自己の名義で、第 50 条の消費者損害賠償訴訟又は第 53 条の不作為訴訟を提起することができる。消費者保護団体が前項規定に従い訴訟を提起した場合は、訴訟の代理を弁護士に委任しなければならない。委任された弁護士は、当該訴訟につき、必要な費用の前払い又は償還を求めることができる。

消費者保護団体がその提起する第 1 項の訴訟につき、違法行為があった場合、その設立を許可した主務官庁はその許可を撤廃しなければならない。

優良消費者保護団体の評価弁法は、行政院がこれを定める。

第 50 条 消費者保護団体は、多数の消費者が被害を受けた原因が同一である事件について、20 人を超える消費者の損害賠償請求権を譲り受けた上で、自己の名義で訴訟を提起することができる。消

費者は、口頭弁論が終了するまでに、損害賠償請求権の譲渡を中止し、かつ、裁判所に通知することができる。

前項訴訟は一部の消費者が損害賠償請求権の譲渡の中止により、人数が 20 人未満となった場合も、その訴訟実施の権能に影響を及ぼさない。

第 1 項の譲渡する損害賠償請求権は、民法第 194 条、第 195 条第 1 項の非財産上の損害を含む。

前項の消費者の損害賠償請求権の時効利益は、譲渡する消費者に応じ個別に計算するものとする。

消費者保護団体は、第 3 項に定める請求権を譲り受けた後、訴訟結果により得た賠償から、訴訟及び前条第 2 項の規定する弁護士への支払に必要な費用を差し引いた金額を差し引き、当該請求権を譲渡した消費者に交付するものとする。

消費者保護団体は、第 1 項の訴訟につき、消費者から報酬を請求してはならない。

第 51 条 本法に基づき提起した訴訟において、企業経営者の故意により損害が引き起こされた場合、消費者は、損害額の 5 倍以下の懲罰的損害賠償を請求することができる。但し、重大な過失により損害が引き起こされた場合は、損害額の 3 倍以下の懲罰的損害賠償を請求でき、過失により損害が引き起こされた場合は、損害額の倍以下の懲罰的損害賠償請求を請求することができる。

第 52 条 消費者保護団体が自己の名義で第 50 条の訴訟を提起し、その訴訟額が 60 万台湾元を超えた場合、その超過した部分については、裁判費を納付する必要はない。

第 53 条 消費者保護官又は消費者保護団体は、本法の消費者保護規定に対する企業経営者の重大な違反行為について、裁判所に対し当該行為の中止若しくは禁止を訴えることができる。

前項の訴訟は裁判費を納付する必要はない。

第 54 条 同一の消費関係により被害を受けた多数の者が民事訴訟法第 41 条の規定に基づき、一名若しくは数名を当事者として選定して訴訟を提起し、損害賠償を請求した場合、裁判所は、元の被選定者の同意を得たうえで、当該訴訟を公告し大衆に知らせることができる。他の被害者は、一定の期間内に、書状をもって、被害の事実、証拠及び判決されるべき事項の声明を表明し、既存案件と併合して賠償を請求することができる。その請求者は既に民事訴訟法第 41 条により当事者を選定したと見なす。前項の既存案件と併合して請求する書状は、写本の形で、両当事者に送達されるものとする。

第 1 項の期間は少なくとも 10 日間とする。公告は、裁判所の掲示板に貼られ、かつ、新聞紙に掲載されるものとし、その費用は国庫が立て替えて支払うものとする。

第 55 条 民事訴訟法第 48 条、第 49 条の規定は、前条に従い訴訟を行う者に、これを準用する。

第六章 罰則

第 56 条 第 24 条、第 25 条又は第 26 条の規定のいずれかに違反し、主務官庁に改善するよう通知されたにもかかわらず、期限を過ぎても改善しなかった場合は、2 万台湾元以上、20 万台湾元以下の行政過料に処する。

第 56 条の 1 企業経営者は付合契約書を使用し、中央主務官庁が第 17 条第 1 項により公告した記載されるべき事項又は記載されてはならない事項に違反した場合、別途法律による処罰規定がある場合を除き、主務官庁に改善するよう通知されたにもかかわらず、期限を過ぎても改善しなかった場合は、3 万台湾元以上、30 万台湾元以下の行政過料に処する。改善するよう再度通知されたにもかかわらず、期限を過ぎても改善しなかった場合、5 万台湾元以上、50 万台湾元以下の行政過料に処する。

第 57 条 企業経営者が、主務官庁が第 17 条第 6 項、第 33 条又は第 38 条の規定により行う調査を拒否、回避又は妨害した場合は、3 万台湾元以上、30 万台湾元以下の行政過料に処し、かつ、回数に応じ連続して処することができる。

第 58 条 企業経営者が、主務官庁が第 36 条又は第 38 条の規定により為す命令に違反した場合は、6 万台湾元以上、150 万台湾元以下の行政過料に処し、かつ、回数に応じ連続して処することができる。

第 59 条 企業経営者に第 37 条の規定する事情があった場合、主務官庁は当該条項及び第 36 条の規定により処置するほか、当該企業経営者に対し、15 万台湾元以上、150 万台湾元以下の行政過料に処することができる。

第 60 条 企業経営者が本法規定に違反し、商品生産又は役務提供に消費者の生命、身体、健康に危害を及ぼすおそれがあり、社会大衆に影響を与え、中央主務官庁が情状が重大であると認定した場合、中央主務官庁又は行政院は直ちにその営業停止を命令でき、並びに消費者保護団体がその名義で速やかに消費者損害賠償訴訟を提起するよう協力要請できる。

第 61 条 本法に従い処罰を与えるとき、他の法律により厳しい処罰に関する規定がある場合は、当該規定に従う。刑事責任に係わる者については、直ちに取り調べに移送しなければならない。

第 62 条 本法に定める行政過料は、主務官庁が処罰するものとする。納付期限を定めた後、期間が満了しても納付しなかった場合は、法に従い行政執行へ移送する。

第七章 付則

第 63 条 本法の施行細則は行政院がこれを定める。

第 64 条 本法は公布日から施行する。ただし、中華民國 104（西暦 2015 年）6 月 2 日改正公布の第 2 条第 10 号と第 11 号及び第 18 条から第 19 条の 2 の施行日は、行政院によりこれを定める。