

談日本消費生活商談 與消費生活商談員的角色功能

郭秋梅 * 著

維護消費者的權利

消費生活商談員在消費者保護工作中，扮演著監視、守護、救濟的角色，以維護消費者之權利。消費生活商談係一種免費性的服務提供，其服務品質的良窳，往往為權利主體（稅金繳納義務人）之每一位消費者所關切。

消費者的權利，一般而言可溯及美國甘迺迪總統所發表的「加強保護消費者利益」特別諮文（Strengthen Program for Protection of Consumer Interests, Message from the President Doc.No.364, March 15, 1962）中的「安全」、「情報」、「選擇」、「意見反應」四大權利，之後國際消費者機構（CI，原為IOCU）發表「基本需求」、「被害救濟」、「消費者教育」、「環境」的四個權利（一九八二年），號稱世界性八大消費者權利。

「日本消費者保護基本法」（以下簡稱「基本法」）中對消費者的權利並無明確的規定，然而為維護與增進消費者權益，相關法令中對於消費者賦予猶豫權、解除契約權、採取適當措施請求權、苦情提出權、不服提出權、賠償請求權等規定，九五年所施行的製造物責任法對於因製品瑕疵所造成身體、生命及財產的被害賦予消費者有迅速獲得救濟之權利。

同法第四條第一項中規定苦情處理係業者的責任與義務，及第十五條第二、三項規定行政機關應致力於「苦情處理的斡旋等」。另日本各地方公共團

* 作者為日本お茶の水女子大學家政學系、金城學院大學文學碩士、名古屋大學法學研究科碩士後研究，現任行政院消費者保護委員會督導組研究員、日本消費者教育學會會員。

體的消費者條例中於「不當交易的防範」、「適當合理價格的維持」、「組織活動」等章節中，規定市民有表達意見與接受苦情（申訴諮詢）處理的權利。

日本「消費生活商談」業務之運作，截至目前為止已促成許多消費者相關法令的制定與修訂，如一九七一年的食品衛生法（原「食中毒防止法」），七三年的安全三法（「消費生活用製品安全法」、「化學物資審查及製造等管制相關法律」、「含有害物質之家庭用品管制相關法律」），以及九五年施行的製造物責任法等；與交易有關者如七六年的「訪販法」、七八年的「老鼠會防範法」、八二年的「海外期貨法」、八三年的「租金業管制法」、八六年的「投資顧問業管制法與預託法」、八七年的「抵押證券管制法」等皆是。

支援消費者的獨立自主

權利係促使主體者獨立自主的原動力。CI於消費者教育中揭櫫消費者應有的五個責任：批判性、社會性、行動、環境、團結。為使消費者之權利得以實現，國民生活向上對策審議會（現為「國民生活審議會」）於「消費者保護答詢」（六三年）中，賦予行政、業者應有的責任與義務，及促進消費者自覺與行動能力，對於消費者本身的自我保護有了明確的指示。日本各地自治團體消費者條例中強化「消費者的自立支援體制」及「養成消費者獨立自主的個性」。

增進消費者獨立自主之手段，有消費者教育及資訊的提供。依「基本法」第十二條規定「國家為促進消費者獨立自主，以營運健全的消費生活，有提供消費資訊、充實消費者教育之義務」。又國民生活審議會於「消費者保護組織及消費者教育相關答詢」（六六年）中明示「處理苦情」的方法，及於「消費生活資訊的提供及知識的普及及相關答詢」（七〇年）中，強調「活用消費生活中心」以獲得消費資訊。

製造物責任法，在被害救濟方面除了對業者有明確的規範外，要求消費者在進行商品之選擇及使用等，應具有自我防範受害之自律性。又，由於金融國際化、經濟自由化導致管制鬆綁，增進了消費者選擇自由的權利。如近年來汽車車檢制度的修正、稻米的開放進口、金融的自由化、贈品管制的放寬、進口商品的增加等，對於消費者的消費生活影響甚鉅。因此消費者自己責任的意識

覺醒相對地愈形重要，而啓發與資訊的提供乃爲支援消費者獨立自主的重要手段，此時消費生活商談員在謀求消費者獨立自主、防範同樣消費問題的擴大與未然，實扮演著舉足輕重的角色。

扮演急遽變化中經濟社會之感應器

消費生活商談俟有了回饋後，意涵著行政機關發揮了使用百姓所繳納的税金處理民事個別紛爭之公益性的功能，回饋對象各有業者、消費者、行政機關、司法機關等。

苦情是消費者在活生生的生活現場中所暴露的一種使用者的測試結果報告，對於市面上所販賣商品，規格的劃一性無法滿足其日趨多樣化之消費生活型態的需求，所產生的不滿。

於營運消費生活商談業務時，應利用 PIO-NET 查詢是否有同樣的案例、是否有適用的法令、是否有新的販賣型態等，除此之外，應傾聽苦情投訴者的說明，詢問並整理重點，加以分析後將所獲得的新的資訊輸入網絡。商品服務的交易內容，百樣百態，往往超乎現行法令的規範，消費生活商談人員須不斷研修，充實自己，始能具備分析及創造消費資訊之能力，面臨變化中經濟社會之考驗，發揮解決消費爭議之功能。

提供建言、進行斡旋與調停

消費生活商談員的角色定位，並不是一種權威性的、而是站在軟性的消費者被害救濟制度的第一線。自治省與經濟企劃廳的行政命令（六九年）有關「地方公共團體之消費者行政推動」中，明示將苦情處理視爲消費者行政的一環，應致力於「斡旋」的實施。若爲較高難度的案例，則移請苦情處理委員會等組織來進行「斡旋或調停」。

製造物責任法施行以來，各地方消費生活中心即以苦情處理委員會等訴訟外紛爭處理機構（ADR）爲擔任消費者被害救濟的重要角色，進行斡旋或調停，無法達成救濟目的時，施以訴訟上的支援。另依國民生活審議會（九三年）的「製造物責任制度下的總合的消費者被害防範救濟」中明示，可依當事

人實際上之需要，考慮以「仲裁」方式來處理。

依製品領域別 PL 中心的處理方式有下列二種：

一、事務局的处理方式（處理成員包含有苦情處理實務經驗者、技術專家）

（一）商談：因應當事人之申請，提供諮詢。

（二）斡旋：介入雙方當事人間，進行溝通協調，提出建言。

二、座談的處理方式（有法律專家、技術專家、消費者問題專家）

調停：溝通協調兩造當事人的意見，提出和解案，解決爭議。

具有公益、中立、真實及真實相當等特性

當消費者商談移情苦情處理委員會處理時，皆以「公益為要件」，然為謀求實際的效益，依「苦情處理委員會應有型態相關報告書」中明示，可視實際上之需要勿須限制於公益為要件。消費者苦情反應變化中經濟社會的消費型態，「公益」與「私益」間的區隔，雖有爭議，然在同報告書中明示對於消費生活商談員的判斷乃採取完全尊重與信任的立場。

「公益」的界定，依「法律用語辭典」（內閣法制局法令用語研究會編，九五年）的詮釋，消費者苦情的公益性乃為「促進國民消費生活的安定與品質的提昇」，既為確保國民消費生活的安全，應不能忘記處理一般消費者苦情之公益性。

在營運消費生活商談業務時，除了應重視它的公益性外，並應秉持中立的態度，真正站在消費者的立場，進行客觀事實關係的辨認，非以算術上的平均值來謀求兩造當事人利益的均衡。秉持「中立性」之前提必須有事實的真相作基礎，事實的真相乃依事實關係的確認而成立，然事實的真相時有難以釐清而處於模糊地帶，此時可依真實相當性的心證來加以進行判斷。又真實與真實相當性完全係基於「正義」的理念所產生的，而「正義」的實現卻是建立於公正手續的確保之基礎上（Due Process OF LAW 參照憲法第三十一條）。

從商談者中學習、建立網絡

商談員可從商談者所商談的內容中掌握新的社會脈動及學習商談服務的方

法，如同醫師之於患者間的關係瞭解到症狀與治療的途徑，及看護士之於受看護者間的關係瞭解到看護的需求。商談處理的目的不僅在於學習處理的方向性，與違法的消費者交易或因商品的瑕疵所造成的損害，更須學習高齡化、全球化、資訊化及環境保護等因經濟社會變化所引發與生活密切相關的新的課題。

消費生活商談員不應僅埋沒於苦情處理的例行事務，應從消費者的商談內容掌握課題，如同臨床醫學般，不僅是個別受害的現狀回復，如同預防醫學般，以資料的收集與統計來達到受害擴大的防範與防患未然的目的，甚而如同先端醫療般開發新的因應手法。

任何人皆不能孤立於社會之外，持有同樣抱負、同樣目的以及同樣理念的人，心連心形成網絡，透過橫的連帶與彼此間的協助，始能謀求問題的迅速及有效的解決。下列為東京弁護士會的「消費者商談手冊」內容，提供給從事有關消費者商談工作人員的參考。

東京弁護士會「消費者商談手冊」 商談時的切記事項

- 一、脫離現行法律體系的束縛面對商談者。
- 二、面對商談者所持已簽章的合約書時，不得責備商談者，亦勿須感到絕望。
- 三、對於約款的存在不得漠視，亦勿須作過大的評估。
- 四、不得以商談者意圖獲取利益進行交易為由，責難商談者。
- 五、面對商談者不得以評論家的態度。弁護士の見識與法律知識儘可能朝著實現商談者的意圖方向努力。
- 六、面對商談者絕不能有象與螞蟻關係的心態，否則無法有效解決商談者的問題所在。
- 七、面對商談者不智的質問時，仍應以誠懇的態度，提供寶貴的意見。
- 八、超越現行法律體系創造嶄新的知見，有賴於弁護士本身平時不斷的鑽研，同時亦是關心弱勢消費者權益的結果。

参考文献

- ・ 青山三千子「複雑化する商談と消費生活相談員の役割」『国民生活月刊』1996年6月，pp.8-16。
- ・ 清水章子「消費者商談の受け方と処理の実際」『国民生活月刊』1996年6月，pp.32-36。