

インドにおける消費者保護法



消費者は、企業や経済の成長には欠かせない存在です。消費者保護法（Consumer Protection Law）は、製品やサービスの水準を管理し、消費者が十分な情報を得た上で意思決定を行えるよう、消費者の利益を守ることに重点を置いています。世界の産業や商取引の急速な変化を考慮して、より広い範囲をカバーするため、2020年、インドでは新たな規制の制定と共に消費者保護法の改正が行われています。

本 Q&A では、インド消費者保護法の概要と、消費者の権利、インドで事業を行う製造者・販売者、広告代理店、電子商取引事業者の義務等について取り扱っています。

1. インドにおける消費者の権利の保護に関する法律には、どのようなものがありますか？

インドでは、消費者の権利の保護は、主に「2019年消費者保護法（Consumer Protection Act）」と、それに基づき制定された各種規制によって規定されており、「2020年消費者保護（電子商取引）規則」、「2020年消費者保護（調停）規則」、「2020年消費者保護（消費者紛争救済委員会）規則」、「2020年消費者保護（一般）規則」等があります。

消費者保護法以外にも、食品、医薬品、化粧品などの特定の分野における消費者利益の保護を目的に制定された、様々な法律や規制が存在します。

2. インドにおける消費者保護を監督する官庁はどこですか？

消費者・食料・公共配給省です。

3. 消費者保護法は誰に適用されますか？

消費者保護法は、以下のような様々なプレーヤーおよび団体に適用されます。

- (i) 消費者
- (ii) 製品製造者
- (iii) 製品販売者
- (iv) 製品サービス提供者
- (v) 取引業者
- (vi) 広告代理店
- (vii) エンドーサー
- (viii) 電子商取引事業者、電子商取引販売者等の電子商取引市場のプレーヤー

4. 消費者保護法上の消費者とは？

消費者とは、オンラインまたはオフラインのいずれかの方法で、対価を得て商品を購入したり、サービスを利用したりする者を指します。さらに、消費者保護法の下においては、商品やサービスの対価を支払った者の承認を得て、商品やサービスを利用する者も、消費者とみなされます。

5. 消費者保護法上の消費者に該当しない者は？

転売目的や営利目的で商品を購入した者は、消費者保護法上の消費者とはみなされません。

「営利目的」という表現には、自営業者が生計を立てるために商品やサービスを購入したり使用したりすることは含まれません。

6. 消費者保護法における消費者の権利とは？

消費者保護法に基づく消費者の主な権利には、次のようなものがあります。

- (i) 生命および財産に危険を及ぼす商品、製品または誤解を招くようなサービス広告やマーケティングからの保護
- (ii) 商品、製品またはサービスの品質、数量、効力、純度、規格および価格に関する適切な情報へのアクセス
- (iii) 多様な商品、製品またはサービスを競争力のある価格で入手すること
- (iv) 消費者の利益を害する行為、または不公正な取引方法に対して救済を求めること



7. 製品とは？

製品とは、貿易や商取引に導入するために生産された、あらゆる物理的状態の物品、商品、物質、原材料を意味します。

8. 欠陥製品の責任は、誰が負うことになりますか？

欠陥製品については、消費者保護法の下、製品製造者、製品サービス提供者、または製品販

売者が責任を負います。

9. 製品製造者、製品サービス提供者、製品販売者とは？

製品製造者とは、(a)製造者、(b)製造、販売、流通、リース、設置、準備、包装、ラベリング、市場展開、修理、保守、その他の方法により、製品を商業目的で配置することに関与する者、(c)製品の販売前に、設計、製造、加工、構築、再製造する者、(d)製品販売者であって、製品の製造者でもある者、のいずれかをいいます。

製品サービス提供者とは、当該製品に関して何らかのサービスを提供する者、をいいます。

製品販売者とは、輸入、販売、流通、リース、設置、準備、包装、ラベリング、市場展開、修理、保守、その他の方法により、製品を商業目的で配置することに関与する者、をいいます。

10. 製品製造者の責任は？

製品製造者は、以下の場合、消費者に生じた損害について責任を負います。

- (i) 製造上の欠陥がある場合
- (ii) 設計上の欠陥がある場合
- (iii) 製造上の仕様を逸脱している場合
- (iv) 明示的保証に適合していない場合
- (v) 危害防止のための正しい使用方法や、不適切または不正使用に関する警告が含まれていない場合

11. 製品販売者の責任は？

製品販売者は、以下の場合、消費者に生じた損害について責任を負います。

- (i) 製品販売者が、被害をもたらした製品の変更または修正、設計、試験、製造、包装、ラベリングを実質的にコントロールしていた場合
- (ii) 製品販売者が、製造者による明示的な保証とは別に製品の明示的な保証を行い、その明示的な保証に適合しない場合
- (iii) 製品製造者が不明である場合、製造者に対する通知、手続き、保証書の送達ができない場合、製造者がインドの適用法に準拠しない場合
- (iv) 製品販売者が、製品の組み立て、検査、保守において合理的な注意を払わず、結果として損害を与えた場合
- (v) 製品を販売する際、製品販売者が、製品の危険性または適切な使用方法に関する製品製造者の警告または指示を伝えなかった場合

12. 製品サービス提供者の責任は？

製品サービス提供者は、以下の場合、消費者に生じた損害について責任を負います。

- (i) 製品サービス提供者によって提供されたサービスが、適用される法律または契約に基づいて提供されるべき品質、性質、または方法において、欠陥、不完全、欠損、不十分があった場合
- (ii) 不作為、作為、過失、意識的な情報の隠匿により損害が生じた場合
- (iii) 製品サービス提供者が、危害を防止するための適切な指示または警告を発しなかった場合
- (iv) サービスの内容が、明示的な保証または契約条件に適合しなかった場合



13. 消費者保護法における広告とは？

光、音、煙、ガス、印刷物、電子メディア、インターネット、ウェブサイトなどを利用して行われる、音声または視覚による宣伝、表現、推奨、宣告を意味し、通知書、回覧板、ラベル、包装紙、インボイスなどの文書も含まれます。

14. インドにおける広告に関するガイドラインとは？

14.1. インドにおける広告は、通常、インド広告基準審議会（Advertising Standard Council of India : ASCI）が定める基準に準拠することが求められます。ASCI の基準には、以下のものがあります。

- (i) 広告は、真実かつ正直な表現とすべきである
- (ii) 広告は、競争における公正さを奨励すべきである
- (iii) 広告は、インドの公序良俗において一般的に受け入れられている基準を超えるべきではない
- (iv) 広告は、他の広告と類似してはならない
- (v) 広告は、有害/危険な製品のプロモーションを奨励すべきではない

14.2. 消費者局は、広告に関するガイドライン案 である、通称 2020 年ドラフト・ガイドライン (2020 (Draft Guidelines))を公表しています。

14.3. ドラフト・ガイドラインは、製品またはサービスが広告やマーケティングの対象となっている製造者、サービス提供者、広告代理店、およびエンドーサー（該当する場合）に適用されます。ガイドラインでは、広告を有効にするために遵守すべき一定の基準が定められており、以下のようなものがあります。

- (i) 広告は、真実かつ正直な表現を含めるべきである
- (ii) 広告は、消費者を誤解させるべきではない
- (iii) 広告は、インドの公序良俗において一般的に受け入れられている基準を超えるべきではない
- (iv) 広告は、製品の能力や性能やサービスを誇張するべきではない

14.4. インドでの広告は、ASCI が定める基準に準拠することが求められている点も重要です。

15. 誤解を招くような広告とは？

誤解を招くような広告には、以下のような広告が含まれます。

- (i) 製品やサービスを偽って説明する
- (ii) 消費者に虚偽の保証を与える
- (iii) 製品またはサービスの性質、実質、量または質に関して消費者を誤認させる可能性がある
- (iv) 不公正な取引方法を構成するような表示をする
- (v) 重要な情報を意図的に隠す

16. エンドースメントとは？また、エンドーサーの責任は？

- 16.1. エンドースメントとは、販売者や製造者またはその製品やサービスに関して、エンドーサーの意見、知見または経験を示すため、消費者に向けたメッセージまたは描写を意味します。
- 16.2. エンドーサーは、消費者保護法において明示的な定義はなされていません。一般的な理解として、エンドーサーとは、エンドースメントを行うすべての者を意味します。
- 16.3. 消費者保護法の規定により、エンドーサーは、虚偽や誤解を招くような広告に対しては、最高 100 万ルピーの罰則が課されます。金銭的罰則に加えて、1 年以内の期間、エンドースメントが禁止される場合もあります。
17. 不公正な契約とは？

不公正な契約とは、製造業者・販売業者・サービス提供者と消費者との間の契約で、消費者の権利に著しい変化をもたらすような条件を有するものをいいます。





18. 不公正な取引慣行および制限的取引慣行とは？

- 18.1. 不公正な取引慣行とは、商品の販売、使用、供給を促進するため、またはサービスを提供するために、不公正な方法または欺瞞的な行為を採用する取引慣行をいいます。
- 18.2. 制限的取引慣行とは、商品やサービスに関する市場において、価格や引渡条件を操作したり、供給の流れに影響を与えるなどして、消費者に不当なコストや制限を課すような取引慣行をいいます。
- 18.3. 不公正または制限的な取引慣行が行われた場合、中央当局は中止を求める命令を下す権限を有し、命令に従わない者は、6 ヶ月以下の懲役もしくは 200 万ルピー以下の罰金、またはその両方が科せられます。

19. 電子商取引事業者に対する規制にはどのようなものがありますか？

- 19.1. 消費者・食料・公共配給省は、「2020 年消費者保護（電子商取引）規則」（E-Commerce Rules）」を制定しました。
- 19.2. 電子商取引規則は、(a) デジタル製品を含む、デジタル又は電子ネットワークを介してもたられる、または販売される全ての商品及びサービス、(b) 電子商取引のマーケットプレイス及び発明者モデルを含む全ての電子商取引モデル、(c) 全ての電子商取引小売業、(d) 電子商取引の全てのモデルにおけるあらゆる形態の不公正な取引慣行、に適用されます。

20. 電子商取引規制の主な対象者は？

主な対象者は、以下の通りです。

- (i) 電子商取引事業者：電子商取引のための、デジタルまたは電子施設、プラットフォームを所有、運営、管理する者
- (ii) 在庫型電子商取引事業者：商品またはサービスの在庫を所有し、消費者に直接販売する電子商取引事業者
例) 単一ブランドの小売業者やマルチチャネルの単一ブランド小売業者など
- (iii) マーケットプレイス型電子商取引事業者：買い手と売り手の間の取引を容易にするために、デジタルまたは電子ネットワーク上で情報技術プラットフォームを提供する電子商取引事業者
- (iv) 販売者：消費者保護法で定義される製品販売者
- (v) ユーザー：電子商取引事業者のコンピューターリソースへのアクセス者および利用者

21. マーケットプレイス型電子商取引事業者の主な義務は？

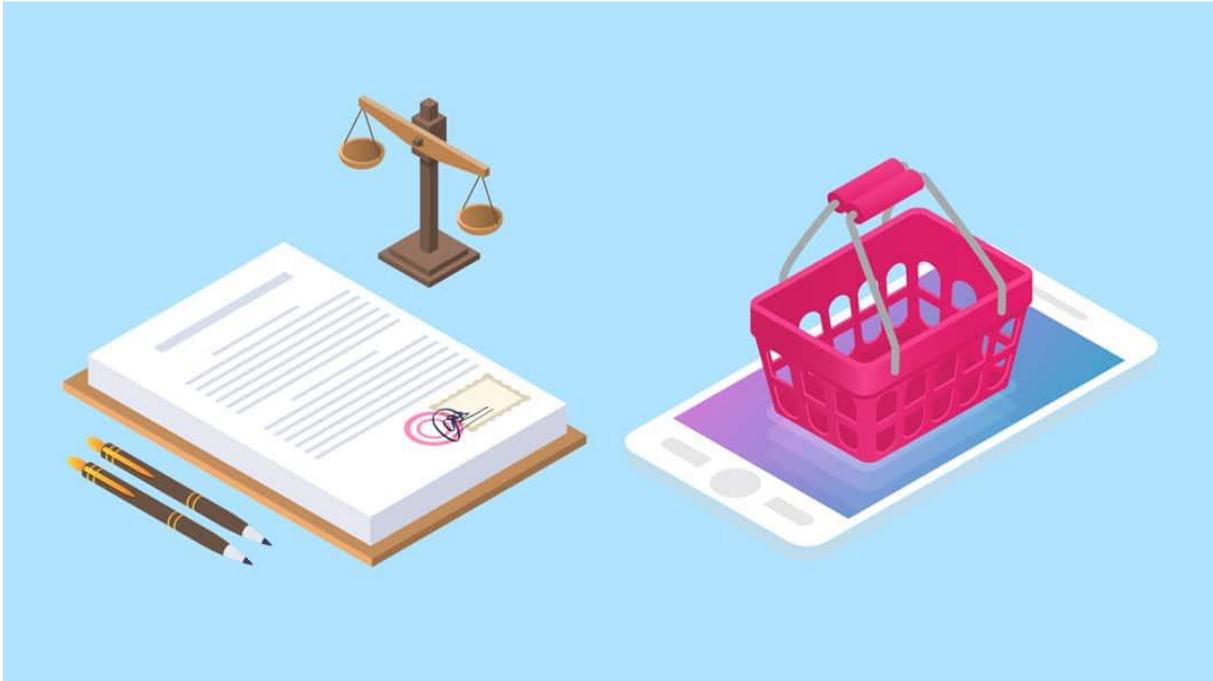
主な義務は、以下の通りです。

- (i) 適用される法律の遵守を確実にするため、インドに居住する連絡担当者または代替となる上級指名職員を任命すること
- (ii) 自社のプラットフォーム上に、法人名、本社および全支店の主たる住所と連絡先詳細を明確かつアクセス可能な方法で提供すること
- (iii) 業務上またはプラットフォーム上において、公正な取引慣行を採用すること
- (iv) 苦情処理のメカニズムを確立すること
- (v) 輸入者および販売者の詳細を開示すること
- (vi) 消費者を差別したり、プラットフォーム上で提供される商品やサービスの価格操作を行わないこと

22. 電子商取引による商品の販売に関する販売者の主な義務は？

主な義務は、以下の通りです。

- (i) 公正な取引慣行を採用すること
- (ii) 製品に関するいかなる虚偽の表示も行わないこと
- (iii) 製品の販売者に起因する欠陥や不備がある場合に、製品の引き取りを拒否したり、サービスを撤回または中止を行わないこと
- (iv) 製品の販売者に起因する瑕疵または欠陥がある場合に、対価の返還を拒否しないこと



- (v) 苦情処理担当者を任命すること
- (vi) 商品またはサービスの広告は、実際の商品またはサービスと一致させること
- (vii) 電子商取引のプラットフォームに表示するために、単一価格に加えて、分割価格、有効期限、原産国、輸入者の名称および詳細、保証に関する情報を電子商取引事業者に提供すること

23. 在庫型電子商取引事業者の主な義務は？

主な義務は、以下の通りです。

- (i) 返品、返金、交換、保証、配送、コスト、その他消費者が十分な情報を得た上で判断するのに役立つと思われる情報を正確に提供すること
- (ii) 適用される法律で要求される通知および情報を開示すること
- (iii) 支払い方法に関する情報を提供すること
- (iv) 商品またはサービスの価格に関する情報を、単数または複数の価格で提供すること
- (v) 適用される法律の下開示が求められる契約情報を開示すること
- (vi) 商品またはサービスの広告は、実際の商品またはサービスと一致させること
- (vii) 商品やサービスに欠陥や不備がある場合、商品の引き取りやサービスの撤回・中止に応じること

24. 製品やサービスの欠陥について、苦情を申し立てることができるのは誰ですか？

以下に該当する者からの申立てが可能です。

- (i) 消費者
- (ii) 法律に基づいて登録された任意の消費者団体
- (iii) 中央政府または州政府
- (iv) 消費者保護法に基づいて設立された中央当局
- (v) 消費者が死亡した場合の法定相続人または法定代理人
- (vi) 消費者が未成年の場合の消費者の両親または法定後見人

25. 苦情申立ての根拠は？

消費者の権利の侵害、不公正な取引慣行、消費者の利益を損なう虚偽または誤解を招くような広告に関する理由がある場合に、苦情の申立てが可能です。

26. 苦情申立て時の流れは？

- 26.1. 消費者保護法に従って、以下それぞれの管轄に設置された消費者紛争解決委員会に対して、苦情の申立てを行うことになります。
- (i) 1,000万ルピーまでの案件を管轄 - 地区
 - (ii) 1,000万～1億ルピーまでの案件を管轄 - 州
 - (iii) 1億ルピー以上の案件を管轄 - 国家
- 26.2. 消費者の権利の侵害、不公正な取引慣行、虚偽または誤解を招くような広告に関する苦情は、地区の集金人、地域事務所の長官、中央当局のいずれかに対して申し立てることができます。
- 26.3. 苦情の申立ては書面で行い、必要な費用を支払った上で、オンラインまたはオフラインで管轄に提出することができます。なお、申立人本人またはその代理人も提出が可能です。また、費用を添えた書留郵便形式での送付も可能です。
- 26.4. 苦情の原因が生じた日から2年以内に提出する必要があります。

27. 不服申立ての手順は？

- 27.1. 委員会の命令に不服のある消費者は、消費者保護法に定められた期限に従い、上位の委員会に不服を申し立てることができます。
- 27.2. 地区委員会の命令に対する不服申し立ては、命令の日から 45 日以内に、事実または法律を根拠に、州委員会に対して行うことができます。同様に、州委員会の命令に対する不服申し立ては、当該命令の日から 30 日以内に、国家委員会に対して行うことができます。また、国家委員会は、消費者保護法に基づいて設立された中央当局の命令に対する不服申し立てのための管轄裁判所であり、不服申し立ては、命令の受領日から 30 日以内に行う必要があります。州委員会または国家委員会に対する不服申し立ては、受理された日から 90 日以内に審理・処分されなければなりません。
- 27.3. 国家委員会が下した命令に対する不服申し立ては、命令の日から 30 日以内にインド最高裁判所に提出しなければなりません。

**28. 消費者保護法に基づく代替的な紛争解決方法は？**

- 28.1. 消費者保護法の規定により、州政府は、州の地区委員会および州委員会のそれぞれに付属する消費者調停支部の設置が義務付けられています。国家・州・地区委員会は、消費者調停支部のための審査委員団を設置する必要があります。
- 28.2. 国家委員会、州委員会、または地区委員会は、紛争当事者が受け入れ可能な和解の要素が存在する場合には、調停による紛争解決を当事者に指示することができます。紛争が調停によ

って解決できなかった場合は、各委員会が引き続きすべての問題を審理し、当該紛争を処理する必要があります。

29. 消費者保護法における各種罰則は？

違反行為	罰則
中央当局の指示に従わない場合	6ヶ月以下の懲役もしくは200万ルピー以下の罰金、またはその両方
虚偽・誤解を招くような広告	製造者またはサービス提供者は、2年以下の懲役、100万ルピー以下の罰金 再犯の場合、5年以下の懲役または500万ルピー以下の罰金
混入物を含む製品の製造、保管、販売、流通、輸入	
(i) 消費者に損害を与えなかった場合	(i) 6ヶ月以下の懲役、10万ルピー以下の罰金
(ii) 消費者に損害を与えた場合	(ii) 1年以下の懲役、30万ルピー以下の罰金
(iii) 消費者に甚大な損害を与えた場合	(iii) 7年以下の懲役、50万ルピー以下の罰金
(iv) 消費者が死亡した場合	(iv) 最低7年の懲役、終身刑、最低100万ルピーの罰金
偽造品の製造、保管、販売、流通、輸入	
(i) 消費者に損害を与えた場合	(i) 1年以下の懲役、30万ルピー以下の罰金
(ii) 消費者に甚大な損害を与えた場合	(ii) 7年以下の懲役、50万ルピー以下の罰金
(iii) 消費者が死亡した場合	(iii) 最低7年の懲役、終身刑、最低100万ルピーの罰金



Disclaimer: The information contained in this document is not a legal advice or legal opinion. The contents recorded in the said document are for informational purposes only and should not be used for commercial purposes. Acuity Law LLP disclaims all liability to any person for any loss or damage caused by errors or omissions, whether arising from negligence, accident or any other cause.