

Original Article

Comparative Analysis of Consumer Rights Protection in the Legal Systems of Iran and Japan

Yahya Nosrati¹ , Mitra Khodapanahi^{*2} 

¹ Assistant Professor, Department of Law, Garmsi Branch, Islamic Azad University, Garmsi, Iran.

² Master of Private Law, Garmsi Branch, Islamic Azad University, Garmsi, Iran.



[10.22080/LPS.2023.25323.1501](https://doi.org/10.22080/LPS.2023.25323.1501)

Received:

April 17, 2023

Accepted:

October 28, 2023

Available online:

December 21, 2024

Keywords:

Consumer rights, Strict Liability, Fault, Consumer Protection Organization, Japanese law

Abstract

In the legal system of Iran and Japan, the legislator supports the rights of consumers by using capacities such as writing laws, establishing executive institutions, and assigning responsibility to the seller. And in order to achieve an effective result, he has used the rules of guarantee, responsibility based on fault and pure responsibility in the laws. But in practice, despite the alignment of the actions of the two legal systems, the protection of Japanese consumers is in a more favorable situation than Iranian consumers. Because the approval of the laws and the necessary frameworks for their implementation are among the things that have received less attention in Iran's legal system. The approach to strengthening the culture of the society, in relation to respecting the rights of consumers, expanding the culture of apologizing managers and also using the capacities of the private sector along with the government capacities, are among the success factors of the consumer protection law in Japan. While Iran's laws lack such a platform in the implementation stage, and the gap between the law and the lack of a proper space for its implementation, has caused the protection of consumers' rights to not be at an appropriate and desirable level despite its legal capacities. This has caused a difference in the feedback of the laws in the two legal systems, and therefore the Japanese consumer has far stronger support than the Iranian consumer.

***Corresponding Author:** Mitra Khodapanahi
Address: Islamic Azad University, Garmsi, Iran

Email: Khm05675@gmail.com



Extended abstract

1. Introduction

Laws and regulations have been established by legal systems to protect consumers; however, the mere existence of these laws and guidelines cannot be considered a guarantee of consumer protection. Therefore, the purpose of this study is to investigate the protection of consumer rights within the legal systems of Iran and Japan using a descriptive analytical method. Iran's legal system has sought to qualitatively and quantitatively improve consumer protection laws, a process that began prior to the revolution. Similarly, the Japanese legal system has made strides in this area since 2000, taking into account the historical context of legislation and its continuity. Steps have been taken to enhance the quality of laws concerning consumer rights protection. However, a significant difference between the two legal systems has resulted in Japanese consumers enjoying more comprehensive protection compared to their Iranian counterparts. This disparity arises from the ongoing enforcement of laws and the continuous review of products in Japan, guided by both government and private institutions. In contrast, Iran's legal system has not prioritized the monitoring of standard guidelines and product quality by designated non-governmental organizations. Consequently, the status of approved laws and their enforcement in Iran is unbalanced. The findings indicate that the adoption of effective methods in the implementation of consumer protection laws within the Japanese legal system has enhanced product quality and ensured that the rights of consumers, both domestically and internationally, are respected in a consistent and harmonious

manner by Japanese manufacturers. However, in Iran's legal system, although written laws are enacted by the legislator, they can be subject to changes based on the prevailing circumstances. This inconsistency arises from non-implementation and a lack of detailed planning during the execution phase, which has hindered any significant success. As a result, numerous manufacturers and service providers exploit the existing gaps, leading to overwhelming challenges for customers due to delays in legal proceedings and the associated costs of follow-up. Consequently, customers are often discouraged from initiating or pursuing lawsuits, perpetuating a cycle of inaction.

2. Methods

The present research has examined the issue through library studies utilizing a descriptive-analytical method.

3. Results

According to the prevailing methods of consumer protection in Japan, the Japanese legal system is significantly more effective in terms of law enforcement and consumer protection compared to the Iranian legal system.

4. Conclusion

It appears that in the Japanese legal system, mechanisms for implementing laws are considered from the initial stages of drafting and approval. Consequently, once a law is enacted, legislators do not encounter significant challenges in defining the responsibilities of executors and the methods of implementation. Furthermore, it has been concluded that to remain competitive in the commercial sector, Japanese manufacturers must prioritize consumer rights. This understanding has prompted Japanese manufacturers to produce and export

their products—both domestically and internationally—with a strong sense of responsibility towards consumers. The commitment to upholding these rights has also led to the realization that Japanese consumers are willing to purchase products abroad, provided their rights are respected. In contrast, this process has been largely ineffective within Iran's legal system, where such order is not evident. Despite the legislators' efforts to establish and communicate legal precedents, the societal response has been problematic due to incomplete or unscientific implementation. A clear example of this issue is the inadequate protection of consumer rights within the automobile industry.

Financial resources

There is no funding resource

Authors' Contributions

The authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work.

Conflict of Interest

The authors declare that there are no conflicts of interest.

Acknowledgments

We extend our gratitude to all those who provided scientific advice for this article.



علمی پژوهشی

مقایسه تطبیقی حمایت از حقوق مصرف کنندگان در نظام حقوقی ایران و ژاپن

یحیی نصرتی^۱، میترا خداپناهی^{۲*}

^۱ استادیار گروه حقوق، واحد گرمی، دانشگاه آزاد اسلامی، گرمی، ایران.

^۲ کارشناس ارشد حقوق خصوصی، واحد گرمی، دانشگاه آزاد اسلامی، گرمی، ایران.

doi 10.22080/LPS.2023.25323.1501

چکیده

در نظام حقوقی ایران و ژاپن، قانونگذار با استفاده از ظرفیت‌هایی همچون قانون‌نویسی، تاسیس نهادهای اجرایی و مترتب نمودن مسئولیت بر فروشنده از حقوق مصرف‌کنندگان حمایت می‌نماید و به جهت دستیابی به یک نتیجه اثرگذار، از قواعد ضمان، مسئولیت مبتنی بر تقصیر و مسئولیت محض، در قوانین استفاده نموده است. اما در حوزه عمل، علیرغم هم‌ترازی اقدامات دو نظام حقوقی، حمایت از مصرف‌کنندگان ژاپنی در وضعیت مناسب‌تری نسبت به مصرف‌کنندگان ایرانی قرار دارد. زیرا تصویب قوانین و بسترهای لازم برای اجرای آن، از جمله مواردی است که کمتر در نظام حقوقی ایران مورد توجه قرار گرفته است. رویکرد به تقویت فرهنگ جامعه، در رابطه با احترام به حقوق مصرف‌کنندگان، گسترش فرهنگ عذرخواهی مدیران و همچنین استفاده از ظرفیت‌های بخش خصوصی در کنار توانمندی‌های دولتی، از جمله عوامل موفقیت قانون حمایت از مصرف‌کنندگان در ژاپن می‌باشد. در حالی که قوانین ایران، فاقد چنین بستری در مرحله اجرا بوده، و شکاف میان قانون و عدم فضای مناسب برای اجرای آن، موجب شده تا حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان علیرغم ظرفیت‌های قانونی آن در سطح مناسب و مطلوبی قرار نگیرد. که این امر موجب تمایز در بازخورد قوانین در دو نظام حقوقی گردیده است و لذا مصرف‌کننده ژاپنی به مراتب از حمایت قوی‌تری نسبت به مصرف‌کننده ایرانی برخوردار است.

تاریخ دریافت:

۲۸ فروردین ۱۴۰۲

تاریخ پذیرش:

۰۶ آبان ۱۴۰۲

تاریخ انتشار:

۰۱ دی ۱۴۰۳

کلیدواژه‌ها:

حقوق مصرف‌کننده، مسئولیت محض، تقصیر، سازمان حمایت از مصرف‌کننده، حقوق ژاپن

* نویسنده مسئول: میترا خداپناهی

آدرس: دانشگاه آزاد اسلامی، گرمی، ایران.

ایمیل: Khm05675@gmail.com

۱ مقدمه

قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان گردیده است.

در ژاپن نیز حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، از جمله مصادیق مهم محسوب می‌گردد. از منظر قانونگذار، میزان اطلاعات پیرامون کیفیت و کمیت محصول خریداری شده، میان فروشنده و خریدار، موجب شده تا قانونگذار ژاپن از یک سو در ماده ۱ قانون قراردادهای مصرف کننده به آن تصریح نماید (Hirschmeier & Yui, 2018: 65). از سوی دیگر، مواردی همچون، محدودیت اطلاعات انعکاسی بر روی بسته‌بندی محصولات، طولانی و مبهم بودن مفاد قراردادها میان فروشنده و مصرف‌کننده، بکارگیری واژگان تخصصی و مبهم در قراردادها (همچون قرارداد بیمه) و الزام مشتری در استفاده از محصولاتی که از قبل تهیه و تولید شده‌اند، به نوعی تصور شائبه صداقت را در رعایت حقوق مصرف کننده از سوی تولید کننده، متبادر بذهن می‌نماید. (Kihara, 2012: 79).

نکته حائز اهمیت در تاکید به موضوع مطالعه حاضر آن است که اصولاً، توجه به حقوق مصرف‌کننده را باید ناشی از حاکمیت قانون در جامعه دانست، یا اینکه به عنوان یک فرهنگ غالب از آن باید یاد نمود؟ به عبارت دیگر، آنچه که در کشور ژاپن موجب شده، تا رعایت حقوق مصرف‌کننده به عنوان یک اولویت الزامی در تولیدات و ارائه خدمات مورد تاکید قرار گیرد، رعایت قانون است، یا غلبه فرهنگ احترام به حقوق مصرف‌کننده؟ و اینکه حقوق مصرف‌کننده در ایران، تابعی از فرهنگ است یا پیروی کردن از قوانین؟ بنابراین، مطالعه حاضر با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی به دنبال پاسخ به این سوالات است که، آیا میان ماهیت قوانین و انتخاب ابزار قانونی در حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، در دو نظام حقوقی، وضعیتی برابر حاکم است؟ ملزومات موفقیت نظام حقوقی ژاپن در حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان کدام است؟ و آیا این ملزومات در ایران مورد توجه قرار گرفته است؟

هدف مصرف‌کنندگان، خرید محصول یا استفاده از خدمات است تا نیاز خود را برطرف سازند، فروشندگان نیز به دنبال کسب منفعت از قبل تولید و ارائه خدمات می‌باشند. اما این فرایند، زمانی می‌تواند موفقیت آمیز باشد که هریک به حقوق خود در قبال دیگری آشنا و به آن احساس تعهد نماید. بنابراین وقتی خریدار، مورد حمایت قانونگذار قرار گیرد، تولیدکننده یا عرضه‌کننده خدمات، خود را ملزم می‌داند تا در چارچوبی مشخص، نسبت به انجام فعالیت اقتصادی خود حرکت نماید (Antonetti & Katsikeas, 2019: 742). اما در پاره‌ای مواقع، مصرف‌کنندگان با شرایطی مواجه می‌گردند که حقوق آنان نادیده انگاشته شده و فضای حاکم بر معامله، بیانگر عدم صداقت و انصاف از سوی طرف دیگر است (Hazrat & Taherian, 2017: 63). به همین دلیل، نظام‌های حقوقی، هریک به دنبال آن هستند، تا چارچوبی را برای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان ایجاد نمایند، تا بدین وسیله، مرز میان رعایت حقوق مصرف‌کننده و عدم رعایت آن مشخص گردد (Shahsavari, 2019: 18). قانونگذاران نیز تلاش نموده‌اند تا قوانین را در دو بخش قانونگذاری و تاسیس نهادهایی در حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان وضع نمایند.

در حقوق ایران قانونگذار با وضع قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در سال ۱۳۸۸ و ارائه تعریفی از مصرف‌کننده و انعکاس مصادیق حمایتی از آن، به نحوی اراده خود را در حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان اعلام نموده است. هرچند که حقوق مصرف‌کنندگان در ایران، ریشه در فرهنگ دینی دارد، به نحوی که شارع، تاکید بر عدم کم‌فروشی، نهی‌گرانفروشی و پرهیز از احتکار در حوزه معاملات را از اولویت‌ها دانسته است. با این وصف، به نظر می‌رسد، خلاء وجودی نهادهای خصوصی در این حوزه کاملاً محسوس باشد. ضمن آنکه، بی‌توجهی به ظرفیت‌های جامعه و عدم بهره‌مندی از فضای ایجاد شده بوسیله فرهنگ دینی، موجب کاهش اثر اجرای

۲ توجه به قانونگذاری در حوزه حقوق مصرف‌کنندگان

رعایت حقوق مصرف‌کنندگان در حوزه‌های ایمنی، سلامت، بهداشت و بی‌توجهی به قواعد استاندارد از سوی تولیدکنندگان و فروشندگان، نظام‌های حقوقی را مجاب نمود تا با استفاده از برخی ظرفیت‌ها، اقداماتی در راستای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان انجام دهند. البته یادآوری این نکته نیز حائز اهمیت است که عدم توجه به رعایت حقوق مصرف‌کنندگان، می‌تواند تبعاتی از جمله، خدشه‌دار شدن نظم عمومی را بدنبال داشته باشد. لذا در مقایسه سابقه قانونگذاری در حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در ایران و ژاپن، می‌توان آن را در دو مقطع زمانی مورد مطالعه قرار داد. در ایران این دو مقطع به قبل و بعد از انقلاب تقسیم می‌شود و در ژاپن نیز می‌توان به قبل از سال ۲۰۰۰ میلادی و بعد از آن اشاره نمود.

آنچه که از بررسی سوابق تقنینی حقوق ایران پیرامون حمایت از حقوق مصرف‌کننده بدست می‌آید این است که قانونگذار در اولین گام‌ها تلاش نمود تا با توجه به اوصاف اصلی و اولیه و همچنین رویکرد به مقابله با گرانفروشی، حقوق مصرف‌کننده را مورد توجه قرار دهد، تا ضمن ایجاد یک چارچوب مناسب، در تقویت نظم عمومی نیز کوشا باشد. در این توجه به مایحتاج عمومی و ضروری افراد جامعه، در حوزه شمول تلاش‌های قانونگذار قرار گرفت تا بدین وسیله، به نوعی حمایت خویش را از مصرف‌کننده اعلام نماید (Ghaffari Farsani, 2010: 18).

رویکرد به حمایت از حقوق مصرف‌کننده در ژاپن را باید برگرفته از فرهنگ غالب در ژاپن دانست که بر دو محور استوار بود که ابتدا می‌توان به موضوع احترام به همنوع و دیگری فرهنگ عذرخواهی در بین مردم ژاپن بود که امری غالب محسوب می‌گردد. همین دو عامل موجب گردید تا قانونگذار ژاپن نیز همچون قانونگذار ایران، تلاش خود را در حمایت از مصرف‌کننده به کالاهای روزمره و حیاتی معطوف

نماید و در این مسیر با رویکرد به استاندارد سازی محصولات تولیدی و ایجاد یک فرایند مشخص پیرامون همه محصولات تولیدی از قبیل، برچسب زدن بر روی محصولات، به یک مدل مناسب حمایت از مصرف‌کننده دست یابد و این فرایند در طول سالیان در قالب مواد قانونی بر جامعه تولیدی و خدماتی ژاپن حاکم گردید. (Kihara, 2012: 73).

در مقایسه دو نظام حقوقی باید به این نکته توجه نمود که نظام حکومتی در ژاپن، قرن‌ها بر اساس روش امپراطوری اداره می‌گردد، همین امر، موجب حاکمیت قانون، در همه شئون جامعه بود. به نحوی که، رعایت قانون و سختکوشی در فعالیت‌های اقتصادی یکی از ویژگی‌های بارز جامعه ژاپن محسوب می‌گردد. بنابراین دور از ذهن نخواهد بود، اگر در چنین فضایی، رعایت حقوق مصرف‌کننده به عنوان یک امر بدیهی محسوب گردد. اما در جامعه ایران، عامل اصلی و ریشه‌ای در رعایت حقوق مصرف‌کننده، قبل از جبر حاکمان و تسلط قانون بر جامعه، برگرفته از اعتقادات مذهبی و دینی بود، همین امر موجب می‌گردید، تا بسیاری از فروشندگان، با استناد به حلال و حرام بودن، تا حد ممکن، نسبت به رعایت حقوق مصرف‌کننده مقید باشند. با این وصف پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران، نظام قانونگذاری کشور، تلاش‌های جدی را آغاز نمود، که عمده آن در حوزه مبارزه با گرانفروشی و همچنین تصویب قانون تعزیرات بود، ضمن آنکه توجه به تصویب قانون مجازات اخلاک‌گران در نظام اقتصادی کشور، و همچنین رویکرد به تصویب قانون حمایت از مصرف‌کننده نیز از جمله اقدامات در این حوزه محسوب می‌گردد (Azadi, 2012: 35). در کشور ژاپن نیز متعاقب، پیشرفت‌ها در صنایع و تکنولوژی در اقصی نقاط جهان، و گسترش فرهنگ احترام به حقوق مصرف‌کننده در اوایل قرن حاضر، توجه بیشتر به رعایت حقوق مصرف‌کننده با پیش زمینه فرهنگی شدت گرفت به نحوی که قانونگذار تلاش خود را در تصویب قوانینی در حوزه قراردادها و معاملات الکترونیکی متمرکز نمود. که در این راستا

ایراد و اشکال باشد، مسئولیتی بر تولیدکننده مترتب نخواهد بود و البته عکس قضیه نیز صادق است. بنابراین در حیطه حقوق مصرف کننده، مسئولیت تولیدکننده در تقویت حقوق مذکور بسیار موثر و قابل استناد است.

در فقه اسلامی، در استفاده از واژه مسئولیت، از واژه‌ای به نام (ضمان) استفاده شده است که قابلیت همپوشانی، قواعد حقوقی را نیز دارد. در مطالعه ابواب مختلف فقهی، این نتیجه حاصل گردید، که اصولاً مفهوم مصرف کننده، را باید در مصادیقی همچون برخی قراردادهای از جمله بیع، اجاره و مانند آن جستجو نمود. هر چند در فقه اسلامی، اشاره‌ای به شکل حرفه‌ای بودن مصرف کننده نشده است. بنابراین حمایت از مصرف کنندگان از نگاه قواعد اسلامی، مفهومی عام دارد که از مصادیق بارز آن می‌توان به «تلقى الركبان» که برخی از فقها به کراهت آن تاکید داشته‌اند، اشاره نمود (Najafi, 1983: 470).

از دیگر مصادیقی که در آن فقه اسلامی، حمایت از حقوق مصرف کنندگان را مدنظر قرار داده است، به موضوع بی عیب بودن کالا یا خدمات است، زیرا از نگاه قوانین اسلامی، وجود ویژگی‌هایی همچون طهارت و قابل انتفاع بودن، ناشی از سالم بودن و بی عیب بودن کالا یا خدمات محسوب می‌گردد (Ameli, 1990: 92). همچنین استفاده از خیار عیب که بر آن خیار نقضیه نیز نام نهاده‌اند، از جمله مواردی است که به وسیله آن در قوانین اسلامی از حقوق مصرف کننده حمایت می‌گردد (Sabzevari, 1998: 86). لذا فقه‌های اسلامی، با رجوع به آیات قران کریم و همچنین روایات معتبر، برخی مصادیق را به عنوان مبانی مسئولیت مدنی در قوانین اسلامی، مورد اشاره قرار داده‌اند، که به صورت کلی و مختصر می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

- قاعده لاضرر: در ابتدا باید به این موضوع اشاره شود که سندیت قاعده مذکور بر مبنای آیه ۲۳۳ سوره بقره و روایت (سمره بن جندب) بنا گردیده

اقداماتی از قبیل تاکید بر قانون ایمنی مصرف کننده و همچنین قانون ارتقاء آموزش مصرف کننده از جمله اقدامات تقنینی در این نظام حقوقی می‌باشد (Takizawa, 2009: 33).

در مقایسه تغییرات مذکور در سطوح قانونگذاری در دو نظام حقوقی، مصادیقی جهت وجوه افتراق و اشتراک در دو نظام قابل ملاحظه است. در نظام حقوقی ایران، پس از پیروزی انقلاب اسلامی و محور قرار گرفتن مصوبات قانونی در فضای احکام اسلامی، توجه به حق الناس اعم از قوانین حقوقی و کیفری، به عنوان یک عامل مهم مورد توجه قانونگذار قرار گرفت. (Ghaffari, 2010: 23). در نظام حقوقی ژاپن نیز، به جهت ساماندهی در ساختار مالی کشور، قوانین در حوزه‌های مختلف اقتصادی با تغییرات مواجه گردید (Zhao, & Zhang, 2017: 273). در خصوص وجوه افتراق در سابقه تقنینی در دو نظام باید به این موضوع اشاره کرد که، قانونگذار ایران، تلاش نمود تا از قواعد اسلامی در حمایت از حقوق مصرف کنندگان استفاده نماید که از مصادیق آن می‌توان به قانون مبارزه با گرانفروشی مصوب ۱۳۶۷ اشاره نمود که برگرفته از قوانین اسلامی بود. قانونگذار ژاپنی نیز با رویکرد به حقوق آلمان و گاهی حقوق فرانسه، اقدام به تدوین قوانین نمود، که از جمله مصادیق بارز آن می‌توان به قانون ایمنی مصرف کننده مصوب ۲۰۰۹ اشاره نمود که اقتباس مستقیم از حقوق آلمان با اندکی تغییرات می‌باشد.

۳ لزوم توجه به نهاد مسئولیت تولید کننده

پیرامون موضوع مسئولیت تولیدکننده در دو نظام حقوقی ایران و ژاپن ابتدا باید اشاره نمود که مسئولیت در مفهوم اصطلاحی آن را باید در واقع نوعی تعهد دانست که فرد نسبت به انجام کار خود در قبال دیگری و جبران خسارت به جهت انجام امری، خارج از قاعده و چارچوب را شامل می‌شود. به عبارت دیگر، اگر انجام کاری یا تولید محصولی، فاقد

قاعده غرر بر این اصل استوار است که در صورتی که فردی در معامله، موجبات فریب طرف دیگر را فراهم سازد و به او ضرر برساند، ضامن است. قاعده مذکور به لحاظ توان عملی، در نزد فقها از اعتبار خاص برخوردار است و در ابواب مختلف فقهی به آن اشاره شده است (Mohaghegh, 1983:74).

در قوانین ایران نیز، مصادیقی برای احراز مسئولیت اشخاص مورد اشاره قرار گرفته است که می‌توان از آنها در حوزه مطالعه حاضر استفاده نمود، که به شرح زیر می‌باشد:

- نظریه تقصیر: نظریه تقصیر در نظام حقوقی ایران، به عنوان نظریه غالب در رسیدگی به ضرر و زیان محسوب می‌گردد. زیرا از نگاه قانونگذار، ایجاد قوانین و قواعد در رفتار و اعمال افراد در جامعه و رعایت آنها، موجب آن خواهد شد تا ضرر و زبانی از بابت رفتار فرد بر دیگری وارد نیاید و در صورت وقوع چنین امری، فرد ملزم به جبران ضرر است.

این تعبیر در صورتی که در محصولی اقتصادی، با توجه به اهمیت و آگاهی از خطرو پیش‌بینی هزینه‌های ایجاد کننده مانع در ظهور خطر، تولید کنندگان از هزینه فوق چشم‌پوشی نمایند، در واقع موجب قصوری شده‌اند که نتیجه آن ایجاد ضرر و زیان برای مصرف کننده است. به عنوان مثال، کارخانجات خودروسازی، در صورت عدم رعایت موارد ایمنی و با توجه به هزینه‌های اختصاص یافته به آن، از اعمال هزینه خودداری نمایند، موجبات ضرر و زیان را برای مصرف کننده فراهم خواهند ساخت. از مهمترین مشکلاتی که در نظریه تقصیر نهفته است، اثبات مقصر بودن تولید کننده از سوی زیان دیده از قصور مورد نظر است که با توجه به عوامل مختلفی که در حال حاضر در جامعه وجود داشته و از پیچیدگی‌های خاص نیز برخوردارند، اثبات چنین قصوری بسیار مشکل خواهد بود (Jalali Mehr, 2015:22).

- توجه به قاعده اخلاق در مسئولیت تولیدکننده ژاپنی: آنچه که در خصوص مسئولیت تولید کننده در ژاپن باید بیان گردد این است که اصولاً، دیدگاه

است (Huraamili, 1988:427). بیان کلی قاعده مبتنی بر حرام بودن ایجاد ضرر در حق دیگری است. البته نکته حائز اهمیت این است که از نگاه اسلام، مبنای قاعده بر عقل استوار است (Mohagheq, 2008: 131).

- قاعده اتلاف: سندیت قاعده مذکور سوره نحل، آیه ۱۲۶ و همچنین بنای عقلا است. قاعده اتلاف را باید از جمله قواعد ضروری در دین اسلام برشمرد، بنابراین از نگاه فقها، هر عملی را که از سوی یک شخص، موجب تلف مال بدون رضایت دیگری شود را می‌توان در حوزه شمول قاعده مذکور قرار داد. در مصداق بارز این قاعده می‌توان عدم توجه به رعایت استانداردها در تولید محصولات بهداشتی و آرایشی اشاره نمود که با استفاده از آن مال یا جسم مصرف کننده تلف می‌گردد (Mohagheq, 2008: 319).

- قاعده تسبیب: قاعده مذکور به لحاظ سندیت، منتسب به روایات و اجماع فقهای اسلامی است (Fazel Hendi, 1995: 250). از این منظر، هرگونه ورود ضرر، با معیار سبب مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. بنابراین اگر ضرر، به سبب رفتار یا ترک رفتار (اعم از مستقیم یا غیر مستقیم) فردی ایجاد گردد، او ضامن خواهد بود. موارد استفاده این قاعده در حمایت از حقوق مصرف کنندگان بسیار گسترده است (Hikmat Nia 2009:101).

- قاعده ضمان ید: سندیت قاعده مذکور بر بنای عقلایی قرار داده شده است، و کلیت آن بر این اصل استوار است، که هرکس مال دیگری را در اختیار دارد باید آن را به همان صورت که تصرف کرده به صاحبش بازگرداند (Hosseini Maraghi, 1996:416). این موضوع در حقوق مصرف کننده در قراردادهای پیش فروش و حمایت از حقوق مصرف کنندگان مورد توجه قرار دارد.

- قاعده غرر: قاعده غرر از یک حدیث نبوی گرفته شده است، اما فقها سندیت آن را چندان معتبر نمی‌دانند. اما توجه به مورد عمل بودن، آن را معتبر دانسته‌اند (Fazel Lankarani, 2004:215). ماهیت

محض یا PL به آن اشاره نمود این است که از نگاه دکترین حقوقی ژاپن، ساختار نظام حقوقی خود به عنوان عاملی بازدارنده در اجرای قوانین، علی الخصوص در حوزه مسئولیت تولید کننده می‌باشد. رویکرد به ساختار قضایی فرانسه و آلمان موجب شده تا اصولاً، مصرف کنندگان متضرر از زیان کالای معیوب با سه محدودیت بزرگ در طرح دعوی خود مواجه گردند اول اینکه محاکمات بدون حضور هیئت منصفه برگزار می‌گردد و دوم خسارات تنبیهی و عدم وجود چارچوبی برای هزینه‌های احتمالی و سوم، می‌توان به مواردی از قبیل هزینه‌های سنگین دادرسی و اخذ وکیل و طولانی بودن آن، اشاره نمود.

- تغییر رویکرد از مسئولیت محض تولیدکننده:

با اینکه دولت ژاپن از سال ۲۰۰۰ به بعد به جایگزین کردن سیستم دادرسی باز به جای سیستم رسمی فوق برای حل و فصل اختلافات اقدام نموده است (Han & Nam, 2020:140)، قانونگذار در ژاپن به این نتیجه دست یافت که نظام ساختاری مبتنی بر PL (Protection Laws) در تمامی زمینه‌ها نمی‌تواند از اثربخشی مناسبی برخوردار باشد. به عنوان مثال این نظام، محصولات فراوری نشده کشاورزی را نمی‌تواند مورد نظارت دقیق قرار دهد. بنابراین قانونگذار، شرایطی را ایجاد نمود که بر اساس آن مصرف‌کننده‌ای که حق او زایل گردیده، الزاماً باید، ادله متقن را ارائه نماید تا بدین وسیله زایل شدن حقوق خود را اثبات نماید، این ادله می‌تواند مبتنی بر: ۱- نقص در محصول ۲- آسیب به جان و مال ۳- رابطه سببیت میان نقص و خسارت باشد. با رویکرد فوق، به نظر می‌رسد که قانونگذار ژاپن حرکتی به سوی اقتباس از قانون فرانسه را در دستور کار خود قرار داده است، آنچه که در قانون PL نمی‌توانست دیگر مصادیق را در حوزه شمول قرار دهد، صرف توجه به ایمنی است، که البته الزامی است که باید در تمامی محصولات باشد، اما در دیدگاه جدید، عیب شامل همه مراحل تولید یک کالا از جمله طراحی، نقص در ساخت و حتی نقص در دستورالعمل‌ها یا بی توجهی به آنها را نیز شامل

مسئولیت تولید کننده، بر مبنای قواعد اخلاقی پی ریزی شده است، به عبارت دیگر، حاکمیت قواعد اخلاقی در کشور ژاپن از چنان ضریب نفوذی برخوردار است که در صورت اثبات عدم مسئولیت پذیری در تولید، می‌تواند از طریق جامعه، فشارهای بسیار سنگینی بر صنعت مذکور وارد سازد. به عنوان مثال در سال ۱۹۸۷، یکی از تولید کنندگان مواد غذایی در ژاپن، درصدی از کیفیت محصول تولیدی خود را بدون اطلاع به مصرف کنندگان، کاهش داده و با مبلغ قبلی به جامعه عرضه می‌نمود، پس از اثبات این موضوع، جامعه ژاپن به جهت عدم صداقت در فروش و همچنین عدم رعایت حقوق مصرف کننده، به صورت یکپارچه، خرید محصول را مورد تحریم قرار داد به نحوی که با توجه به عذرخواهی مدیران محصول مربوط، میلیون‌ها دلار خسارت از بابت تحریم جامعه ژاپن متحمل گردید (Suhaily & Darmoyo, 2017:183).

همانگونه که در سطور قبل بیان گردید، قوانین ژاپن اقتباس از قوانین آلمان و فرانسه و همسو نمودن آن با عرف حاکم بر ژاپن حکایت دارد. بنابراین در حوزه مسئولیت و مبنای مرتبط با آن نیز از این فرایند بی‌نیاز نبوده است. در ابتدا قانون مدنی ژاپن، جهت حمایت از مصرف کنندگان در قبال محصولات معیوب، به قانون شماره ۸۹ مصوب سال ۱۸۹۶ موسوم به CC استناد می‌نمود. اما به مرور، ضعف قانون مذکور هویدا گردید. بنابراین به جهت حمایت بهتر از حقوق مصرف کنندگان، قانون شماره ۸۵ موسوم به PL در سال ۱۹۹۴ مصوب گردید که مبنای آن بر دیدگاه ممسئولیت مبتنی بر خطر، استوار گردید و همین که دلایل معیوب بودن محصول در اختیار مصرف کننده قرار می‌گرفت، برای اثبات کافی به نظر می‌رسید. از سوی دیگر، دولت نیز با صدور بخشنامه و دستورالعمل‌هایی، زمینه‌های ارسال کالاهای معیوب به بازار را با محدودیت مواجه نمود (Han & Nam, 2020:139).

- مسئولیت محض تولیدکننده: اما نکته دیگری

که باید در بحث قوانین مربوط به بحث مسئولیت

(تولیدکننده) مکلف است تا در چنین مواقعی توضیحات لازم را ادا نماید. بنابراین بیشترین وجوه افتراق در میان مسئولیت بر مبنای تقصیر و خطر در اثبات آن است که در اولی، زیان دیده باید تقصیر تولیدکننده را اثبات نماید ولی در دومی این امر فرایندی کاملاً معکوس دارد.

۴ نتیجه

در نظام حقوقی ایران در مورد تحمیل مسئولیت بر فروشنده، معیار قراردادن قواعد ضمان و تقصیر و در نظام حقوقی ژاپن، توجه به معیارهای اخلاقی و رویکرد به مسئولیت محض را می‌توان از جمله روش‌های انتخاب کلی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان دانست. اما نکته حائز اهمیت در این خصوص آن است که، در پاسخ به سوال اول مطروحه باید به این نکته اشاره نمود که هریک از دو نظام حقوقی، اهتمام بر آن داشته‌اند تا با استفاده از ظرفیت‌های قانونی خود، گام‌هایی مثبت در حمایت از حقوق مصرف‌کننده برداشته تا بدین وسیله، علاوه بر حمایت از مصرف‌کنندگان، مرز میان تولیدکنندگان و ارائه‌کنندگان خدمات استاندارد با غیر استاندارد را مشخص، و بدین لحاظ با افزایش آگاهی جامعه، به نوعی به حذف دسته دوم یا ارتقاء کیفی محصولات تولیدکنندگان اقدام نمایند. این موضوع را می‌توان با توجه به رویکرد قانونگذار در دو نظام حقوقی، در ارتقاء و رشد قوانین در حوزه مورد مطالعه استنباط نمود. اما در پاسخ به سوال دوم مطالعه حاضر باید به این نکته اشاره نمود که، آنچه موجب نتیجه‌گیری مطلوب نظام حقوقی ژاپن از حاکمیت قانون در حمایت از حقوق مصرف‌کننده حاصل می‌شود به جهت اثرگذاری تلفیق قانون و فرهنگ احترام به حقوق مصرف‌کننده است، که آن را به صورت یک الزام با محوریت قانون - اخلاق، تبدیل نموده است. در صورتی که موضوع فوق در نظام حقوقی ایران، صرفاً به لحاظ قانونی مورد توجه قرار داشته و چندان بر محور اخلاقی حمایت از حقوق مصرف‌کننده، تلاش وافر صورت نپذیرفته است.

می‌گردد. بنابراین صرف برچسب‌های اطلاع‌رسانی در جهت میزان خطر استفاده یا نحوه استفاده از یک کالا، نمی‌تواند مبین دقت در تولید محصول محسوب شود (Hirschmeier & Yui, 2018:64).

در خصوص وجوه اشتراک و افتراق دو نظام حقوقی ایران و ژاپن به جهت جایگاه مسئولیت تولیدکننده در قبال مصرف‌کننده باید به این نکته مهم اشاره نمود که در هر دو نظام حقوقی، مسئولیت به عنوان یک نهاد موثر در حمایت از مصرف‌کنندگان، مورد توجه قرار گرفته است. بنابراین هدف اصلی هر دو قانونگذار، عمل به اصل جبران ضرر می‌باشد. در خصوص نقاط افتراق میان دو نظام حقوقی، پیرامون معیارهای مسئولیت در حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان باید به این نکته اشاره نمود که، معیار فوق در حقوق ایران بر مبنای تقصیر استوار گردیده است. بر مبنای این امر، در صورت ایراد ضرر به مصرف‌کننده، او مکلف است تا تقصیر تولیدکننده یا فروشنده را اثبات نماید. موضوع دیگری که به عنوان نقطه افتراقی دو نظام حقوقی ایران و ژاپن، پیرامون مسئولیت باید بیان گردد این است که به نظر می‌رسد، دامنه استفاده از مسئولیت با توجه به قواعد فقهی، به نسبت قوانین ژاپن از گستردگی بیشتری برخوردار است زیرا مصادیق احراز مسئولیت با بهره‌گیری از قواعد فقهی و حقوقی مورد مذاقه قانونگذار قرار گرفته است. اما نقطه محوری در وجوه افتراقی در احراز مسئولیت تولیدکننده و یا فروشنده، در حقوق ژاپن، انتخاب معیار خطر است. مسئولیت بر مبنای خطر، امروزه در بسیاری از نظام‌های حقوقی از جمله بخشی از حقوق کشورهای همچون انگلیس، آمریکا و کانادا را تشکیل می‌دهد. هرچند که در قوانین آلمان نیز می‌توان آن را ملاحظه کرد. با این وصف، قانونگذار ژاپن، دستیابی مصرف‌کننده به محصول یا کالای سالم و بدون خطر را حق طبیعی مصرف‌کننده دانسته و از همان ابتدا، مبنای این امر قرار داده است که تولیدکننده یا فروشنده، مکلف به تحویل محصول بی‌نقص به مشتری است. بنابراین او



منابع

- Ameli, M. (1990), *Al-Lama al-Damashqiyya*, Qom. Dar al-Fekr. [In Persian].
- Antonetti, P.; Katsikeas, C. (2019). Why consumer animosity reduces product quality perceptions: The role of extreme emotions in international crises. *International Business Review*, 28(4), 739-753.
- Azadi, M. (2012). *Applied Consumer Rights*, Tehran Majid Publishing. [In Persian].
- Fazel Handi, M. (1995), *Kashf al-Latham and al-Abham on the rules of al-ahkam*, Qom Islamic publishing house. [In Persian].
- Fazel Lankarani M. (2004). *Al-Qasa' al-Fiqhiyyah*, Qom Center for Jurisprudence. [In Persian].
- Ghaffari Farsani, B. (2010). *Consumers and Fundamental Rights*, Tehran Publishing Co. [In Persian].
- Hazrat Shahin Dezh, S.; Taherian, S. (2017). *the responsibility of producers of goods against the rights of consumers*, Salehian Publications. [In Persian].
- Hikmat Nia M. (2009), *civil responsibility in Imami jurisprudence*. Qom. Islamic Science and Culture Research Institute. [In Persian].
- Hirschmeier, J., Yui, T. (2018). *The development of Japanese business, 1600-1980* (Vol. 8). Routledge.
- Hosseini Maraghi, M. (1996), *Al-Anawin al-Faqhiyyah*, Qom Islamic Publishing Institute. [In Persian].
- Huraamili, M. (1988), *the description of the means of the Shia to the study of the issues of the Shari'ah*, Al-Bayt Institute, Qom. [In Persian].
- Jalali Mehr, M. (2015). *Obligations of the seller and the customer*, Tehran, Negah Bineh Publishing. [In Persian].
- Kihara, H. (2012). Japan's Civil Code Reform and consumer protection. *Asia Univ Law Rev*, 47(1), 84-72.
- Mohaghegh Karki, A.D. (1983), *Jame al-Maqasad fi Sharh Al-Qasas*, Al-Bayt Institute, Qom. [In Persian].
- Mohagheq Damad, M. (2008), *Jurisprudence Rules*, Tehran Islamic Science Publishing Center. [In Persian].
- Mousavi, Alireza. (2018). *pre-sale contracts for cars*, Tehran, Legal Studies Quarterly, No. 30, 71-102. [In Persian].
- Najafi, M. (1983), *Javaher al-Kalam fi Sharh Sharia al-Islam*, Beirut, Dar al-Ahya Al-Arabi publication.
- Sabzevari A. (1998), *Kefaye Al-Ahkam*, Isfahan, Sadr Mahdavi School. [In Persian].



Shahsavari, Y. (2019). guaranteeing the rights of customers, Tehran, publishing house of the entrepreneur. [In Persian].

Suhaily, L.; Darmoyo, S. (2017). Effect Of Product Quality, Perceived Price-and Brand Image On Purchase Decision Mediated By Customer Trust (Study On Japanese Brandelectronic Product). *Jurnal Manajemen*, 21(2), 179-194.

Takizawa, M. (2009). Consumer protection in Japanese contract law. *Hittotsubashi J Law Politics*, 37, 31-39.

Zhao, Y.; Zhang, J. (2017). Consumer health information seeking in social media: a literature review. *Health Information & Libraries Journal*, 34(4), 268-283.

