

## 【中国】 広告法の改正

主任調査員 海外立法情報調査室 岡村 志嘉子

\* 広告市場が急拡大する中で、広告の不当表示等に対する規制を強化し、消費者の権利利益の保護を一層拡大することを目的として、2015年4月24日、広告法が改正された。

### 1 背景と経緯

1995年2月1日に施行された中華人民共和国広告法は、広告業の健全な発展と消費者の権利利益の保護を目的とし、広告内容の基準、広告活動における広告主、広告業者等の遵守事項、広告の審査手続等について定めている。法施行後20年の間に、中国では市場経済化に加え、インターネットが社会全体に浸透したため、広告は著しい量的拡大だけでなく、媒体や形態の多様化も進み、現行法の想定していなかった状況が生まれている。

中国の広告市場規模は今や世界第2位となり、2014年には5600億元余に達している（1元は約20円）。一方、中国で2007年から2014年までの間に摘発された違法広告約37万件的うちの約30%を虚偽広告が占め、その被害が年々拡大している。また、迷惑な広告メールの送り付けも大きな社会問題となっている。中国政府は、これらの問題に十分に対処するための法整備の一環として、広告法改正の検討を進めてきた。

全国人民代表大会常務委員会に提出された広告法改正案は、2014年8月、同12月、2015年4月の会議でそれぞれ審議され、その間、1回目と2回目の審議の後に意見公募が行われた。何度も練り直された法案は、2015年4月24日に可決、成立し、同日公布された（注1）。施行日は2015年9月1日である。

改正法では、消費者の権利利益の保護をより重視する観点から、広告規制の強化、虚偽広告の定義の明確化、罰則の強化等について新たな規定が設けられた。条数は旧法の全49か条から大幅に増えて全75か条となり、医薬品、保健食品、酒、たばこ、教育・研修、投資、不動産など商品・サービスの種類ごとに、広告の内容に関する規制事項がより具体的に明記された。たばこ広告の規制も大幅に強化された。

### 2 改正広告法の構成と注目すべき主な内容

#### (1) 構成

第1章：総則（第1条～第7条）、第2章：広告内容基準（第8条～第28条）、第3章：広告行為規範（第29条～第45条）、第4章：監督管理（第46条～第54条）、第5章：法的責任（第55条～第73条）、第6章：附則（第74条～第75条）。

#### (2) 基本原則

広告は、真実かつ合法であり、健全な表現形式によって広告内容を伝達しなければならない（第3条）。広告は、虚偽又は誤解を招く内容を含んではならず、消費者を騙し、誤った方向に導いてはならない（第4条）。広告主、広告業者及び広告媒体は、広告活動において法の遵守、信義誠実、公平競争を旨としなければならない（第5条）。

### (3) 虚偽広告の定義

虚偽広告とは、①商品又はサービスが存在しないとき、②商品については性能、機能、産地、用途、品質、規格、成分、価格、生産者、有効期限、販売実績、受賞歴等の情報、サービスについては内容、提供者、方式、品質、価格、販売実績、受賞歴等の情報、及び商品又はサービスに関する承諾事項が実際の状況と異なり、購買行為に実質的な影響があるとき、③虚構若しくは偽造又は検証不可能な研究成果、統計資料、調査結果、引用文等を証明材料として使用しているとき、④商品又はサービスの使用効果が虚構であるとき、⑤その他虚偽又は誤解を招く内容により消費者を騙し、誤った方向に導く状況の5項目のいずれかであることをいう（第28条）。

### (4) 虚偽広告の厳罰化

虚偽広告は、工商行政管理部門が差止めを命じ、広告主に対し、広告費用の3倍以上5倍以下の過料、費用が算出不能又は著しく少額であるときは20万元以上100万元以下の過料に処する。また、2年以内に違法行為が3回以上又は情状が重い広告主に対しては、広告費用の5倍以上10倍以下の過料、費用が算出不能又は著しく少額であるときは100万元以上200万元以下の過料に処し、併せて営業免許を取り消すことができる。広告業者及び広告媒体が、虚偽と知り又は知るべき広告の制作及び発信等を行ったときの罰則も同様である。（第55条）

### (5) 著名人等を利用した広告に対する規制強化

広告において代弁者（著名人等の出演者）となり商品・サービスの推薦・証明を行う者は、事実に基づいてそれを行わなければならない、使ったことのない商品・サービスについて推薦・証明を行ってはならない（第38条第1項）。広告の代弁者がこれに違反した場合、違法所得を没収し、違法所得の同額以上2倍以下の過料に処する（第62条）。また、10歳未満の者並びに虚偽広告の推薦・証明を行い行政処罰を受けてから3年未満の個人及び法人その他の組織を広告の代弁者としてはならない（第38条第2項、同第3項）。

### (6) メール・インターネット広告の規制

いかなる団体又は個人も、送信先の同意又は要請なしに電子情報の形で広告を送信してはならない（第43条）。それに違反して広告を送信したときは、関係部門が停止を命じ、広告主を5千元以上3万元以下の過料に処する（第63条）。インターネットを利用した広告の送信は、ユーザーの正常なインターネット使用に影響を与えてはならない（第44条）。

### (7) たばこ広告の規制

①マスメディア、公共の場所、公共交通機関及び屋外におけるたばこ広告、②未成年者に向けたたばこ広告、③他の商品・サービスの広告又は公益広告を利用したたばこ製品の名称等の広告、④たばこ製品生産販売者の事業所移転、求人等の告知事項へのたばこ製品の名称等の挿入は、全て禁じられる（第22条）。違反した場合の罰則は、上記（4）の虚偽広告の場合とほぼ同じである（第57条）。

注（インターネット情報は2015年6月19日現在である。）

(1) 「中华人民共和国广告法」中国政府网 <[http://www.gov.cn/zhengce/2015-04/25/content\\_2853642.htm](http://www.gov.cn/zhengce/2015-04/25/content_2853642.htm)>