

中国広告法改正がもたらすインパクト —パブコメ用草案に見る日系企業の注意点—

中国の国内市場の拡大に伴い、日系を含む外資系企業が国内販売に力を入れるようになり、更にネットを通じた広告・宣伝が一般化する中、中国の事業展開における広告・宣伝の重要性が高まりつつあります。実際、上海に暮らしていると、TV、雑誌から地下鉄の車内広告やネットに至るまで、日系企業が多くの広告・宣伝を展開しているのを目にします。インターネットの発展により、さほど資金力が豊富でない企業でも、何らかの形でネット広告を行っているケースは多いと思われる。

中国で広告を規制・管理する際の基本となる法令が、「中華人民共和国広告法」(1995年2月1日施行、以下「広告法」という)です。先般、広告法の改正草案(意見募集稿)が国務院から公表され、2014年2月21日から同3月24日にかけてパブコメの募集が行われました。

その後、広告法改正案は国務院を通過し、全人代での第1回の審議を経て、2014年8月31日付で改正草案が公表され、9月30日にかけてパブコメを募集しています(以下「草案」という)²。国務院レベルの改正草案から更に多数の修正が加えられています。

改正法の正式な公布がいつ頃になるのかは予断を許しませんが、草案の内容には重要な改正が多数見受けられ(現行法が計49条のところ草案では計74条に増加)、正式改正に先んじて検討する価値があると思われる。

そこで今回は、広告法草案の改正点のうち、日系企業の中国における広告・宣伝活動に現実のインパクトを与える可能

性のある条項を中心に取り上げ、その内容を検討します。

1. 広告の発展に伴う適用対象の拡大

現行法の施行(1995年)から20年近くが経過した今、中国のメディアやネットの世界における広告・宣伝は多種多様かつ派手で手の込んだものとなり、質・量共に諸外国に比べて遜色のないレベルで、広告法が施行された90年代当時の単純素朴な広告と比べると隔世の感があります。草案でも、中国における広告・宣伝の変化・発展を踏まえた改正内容が多数見られます。

(1) 責任主体の追加

草案では、広告法を遵守する義務・責任を負う主体として、現行の「広告主、広告代理店、広告媒体運営者(原文は「広告発布者」)」に加えて、新たに「広告推薦証明者」を取り入れました(第2条第1項)。この「広告推薦証明者」は、「広告主の他に、広告において商品、サービスにつき推薦又は証明を行う自然人、法人又はその他の組織」と定義されています(同条第6項)。

ここにいう「広告推薦証明者」とは、例えば、日本の広告の中でイメージキャラクターなどとして登場する芸能人・著名人や、商品の品質・性能等についてコメントを述べる学者・知識人などを指すと理解されます。

これらについて広告法上の義務・責任を負わせている背景として、中国で過去に、人気芸能人などを起用して大々的に広告宣伝を行った商品等が、粗悪品や詐欺的商法として社会問題となり、広告主の業者だけでなく当該芸能人個人も訴えられたり非難の対象となった事件が度々起きていることが指

本ニューズレターの執筆者



のむら たかし
野村 高志
上海事務所代表
弁護士

本稿は、みずほ銀行発行の Mizuho China Monthly(2014年8月号)掲載原稿を基に、その後の全人代公表の改正草案を踏まえて全面的に改訂したものです。

本ニューズレターは法的助言を目的とするものではなく、個別の案件については当該案件の個別の状況に応じ、弁護士の助言を求めて頂く必要があります。また、本稿に記載の見解は執筆担当者の個人的見解であり、当事務所または当事務所のクライアントの見解ではありません。

西村あさひ法律事務所 広報室
(Tel: 03-5562-8352 E-mail: newsletter@jurists.co.jp)

摘できます。

草案で「広告推薦証明者」に課されている義務・責任としては、以下のものがあります。

- ① まず、広告推薦証明者が広告において商品、サービスについて推薦、証明をする場合、事実に基づかなければならず、かつ本法及び関連法律、行政法規の規定に適合しなければなりません(第 39 条第 1 項)。
- ② また、広告推薦証明者は、使用したことのない商品又は受けたことのないサービスのために証明を行ってはならないとされています(第 39 条第 2 項)。
- ③ 広告推薦証明者が、広告が虚偽であることを明らかに知り又は知り得べきでありながら、広告の中で、商品・サービスについて推薦、証明を行った場合、工商行政管理部門が、違法所得を没収し、違法所得の 1 倍以上 2 倍以下の過料を併課するとされ、消費者に損害をもたらしたときは連帯責任を負うとされています(第 58 条)。

最近の中国の広告では海外の有名なスポーツ選手などもよく起用されていますが、広告法改正により重い責任を課される可能性がありそうです。例えば、日本の著名人が中国の広告に登場して商品等の推薦や証明を行った場合にも、これらの重い義務・責任を負う可能性があります。

(2) インターネットに関する規定の追加

インターネット関連のメディアの発展に鑑み、これに関連する規定が大幅に追加されています。以下、主な規定を列挙します。

- ① 現行法では「ラジオ局、テレビ局、新聞出版社」の広告業務は、(中略)法に基づき「広告兼業登記」を行うこととされているところ(第 26 条第 2 項)、草案では「ラジオ局、テレビ局、新聞出版社」が広告掲載(注:原文は「発布」)業務に従事する場合、法に基づき「広告掲載登記」を行わなければならない(第 29 条第 1 項)とされています(現行法の「広告兼業登記」と草案の「広告掲載登記」の差異は規定上からは明らかではありません)。

かかる広告掲載登記をせずに広告を掲載した場合、工商行政管理部門が是正を命じ、違法所得を没収し、違法所得が 1 万元以上の場合は、その 1 倍以上 3 倍以下の過料を併課し、違法所得が 1 万元を下回る場合は、5000 元以上 3 万元以下の過料を併課すると規定されています(第 56 条)。

- ② 広告媒体運営者が、広告主、広告代理店に対して提供する情報が真実であるよう義務付けられていますが、その対象について、現行法の「メディア浸透率、視聴率、発行量」に加えて、「クリック率」が規定されました(第 37 条)。
- ③ いわゆる迷惑メールの送付が禁止されており、当事者の同意や要求なしに、又は当事者が明確に拒否を示した場合に、その住宅、乗り物、固定電話、携帯電話又は個人用メールアドレス等に広告を送信してはならないとされています(第 43 条)。これに違反した場合、主管部門が関連する法律・行政法規に基づき調査して処分すると規定されています(第 59 条)。

中国では電話、携帯電話のショート・メッセージや電子メールを利用した一方的な売り込み宣伝が極めて多く(上海に住む筆者も頻繁に受信しています)、かかる規定が速やかに実施されることが望まれます。

- ④ 通信事業者やインターネットプロバイダーが、情報伝送プラットフォームを利用して行う広告活動について、一定の責任を有することを規定しました。

即ち、かかる情報伝送プラットフォームを利用して違法広告を掲載すると明らかに知っているか又は知り得べき場合に、それを阻止する義務があると規定されています(第 44 条)。

これに違反して阻止しなかった場合、工商行政管理部門が違法所得を没収し、違法所得が 5 万元以上の場合は、その 1 倍以上 3 倍以下の過料を併課し、違法所得が 5 万元を下回る場合は、1 万元以上 5 万元以下の過料を併課し、情状が深刻な場合は、関連部門が法に基づき関連の業務を停止すると規定されています(第 60 条)。

- ⑤ 煙草の広告が禁止される媒体として、現行法の「ラジオ、映画、テレビ、新聞、刊行物」に加え、「図書、オーディオ製品、電子出版物、移動通信ネットワーク、イン

ターネットなど」が追加されました(第 20 条第 1 項)。

2. 個別の商品、業種等に対する広告内容の規制

広告法の特徴的な点として、特定の商品・サービスないし業種分野における広告について、その内容に対する詳細かつ具体的な規制を加えていることが挙げられます。草案では、以下の商品・サービスないし業種分野において、広告内容への規制が全く新規に又は現行規定への大幅な加筆の形で規定されています(従来、個別の行政規定で広告内容を規制する例もあり³、それが広告法に取り込まれた側面もあります)。下記で取り上げた他には、教育・訓練に関する広告についても新たに規定が設けられました。

かかる草案の規定は、これらの広告において社会問題や議論の対象となっている事情が反映されたものであり、中国社会の現状を知る意味で大変興味深いものがあります。同時に、これらの規制の中には、日本など諸外国に比べても極めて厳格な内容を含むものがあり、当該事業を中国で展開する日系企業は十分な注意を要します。日本やその他の国で普通に行っている広告内容が、中国では法に触れるおそれがあるからです。

(1) 薬品、医療機器

現行法でも薬品の広告内容に関する一定の規制はありますが(第 15 条参照)、草案では、対象として医療機器も加えられ、その広告内容規制も大幅に具体化され厳格になっています。

- ① 薬品管理に係る法律・行政法規により確定される薬学・医学の専門誌以外の媒体では処方薬広告の掲載を禁止しました。また、処方薬広告は、目立つ位置に「本広告は、医学・薬学の専門家の閲覧のみに供する。」という文言を明記すべきこと、非処方薬の広告は、目立つ位置に「薬品説明書に従い、又は薬剤師の指導の下に購入及び使用してください。」という文言を明記すべきことが規定されています(第 16 条第 1 項)。
- ② 個人の自家用に薦めている医療機器の広告は、「製品

説明書をよくお読みの上又は医療スタッフの指導の下にご購入、ご使用ください。」と明記すべきこと、医療機器製品の登録証明文書の中に禁忌内容、注意事項がある場合は、広告の中で「禁忌内容又は注意事項の詳細については、説明書をご参照ください。」と明記すべきことが規定されています(第 16 条第 2 項)。

(2) 煙草、酒類

現行法には煙草の広告に関する規定がありますが(第 18 条)、草案では、当該条文中に酒類の広告に関する規制が加えられ、同様の規制が課されています(第 21 条)。具体的には、煙草・酒類に関する以下のような広告が禁止されています。

- ① 喫煙、飲酒の様子が現れたもの
- ② 未成年者の名義又はイメージを使用したもの
- ③ 喫煙、飲酒をするように誘導し、仕向け、又は無節制な飲酒を宣伝したもの
- ④ 喫煙、飲酒に緊張及び不安の解消、体力の増強等の効用があることを、明示又は暗示したもの

この①③④からすると、日本で見られる煙草・酒類の広告のうち、中国では許容されないものもあるのではと思われます。換言すると、日本で普通に行われている広告でも、製品や業種によっては中国で違法と判断される場合があるということであり、注意を要します。

(3) 投資の勧誘等

草案で新たに設けられた条文として、投資の勧誘等の投資リターンの見込みある商品又はサービスの広告について、以下の要件に合致することが必要とされています(第 23 条)。こういったサービス業界において、投資家や顧客企業を騙したり誤解を与えるような広告が社会問題となっていることが窺われます。

- ① 存在し得るリスク及びリスク・責任の負担について合理的な注意喚起又は警告をすること

- ② 将来の効果、収益又はそれらに関連する状況について保証的な誓約をしたり、元本保証、ノーリスク若しくは収益保証などを明示又は暗示してはならない(国が別途規定する場合を除く)
- ③ 学術機構、業界団体、専門分野関係者、受益者の名義を利用して推薦、証明してはならない

(4) 不動産

不動産に関する広告のあり方は大きな社会問題になっており、そのため草案では、具体的で厳格な広告内容への制限・条件を新たに設けています(第 24 条)。その内容を見ると上述の他の規定に比べても大変詳しくなっており、これらの点において不適切な不動産広告が広く存在している実態が窺われます。

- ① 融資又は形を変えた融資の内容がないこと。値上がり又は投資リターンの誓約を含まないこと。
- ② プロジェクトの位置は、当該プロジェクトから或る具体的な参照物までの現存幹線道路の実際の距離を表示するものとし、所要時間で表示しないこと。
- ③ 価格に係わる場合、国の関連規定に合致し、かつ価格の有効期限を明示すること。
- ④ 計画中又は建設中の交通、商業、文化教育施設及びその他のインフラの条件に係わる場合、明確に表示すること。
- ⑤ 面積は、建築面積又は専有面積で明記すること。
- ⑥ 不動産に関する情報は真実であること。

3. 処罰規定の詳細化、厳罰化

草案の第 5 章は法的責任の章ですが、全体的に大幅な加筆がなされており、基本的には行政処罰の重罰化が図られています。以下、日系企業にとって重要と思われる規定内容を幾つか紹介します。

(1) 虚偽広告等

現行法では、「本法の規定に違反し、広告を利用して虚偽の

宣伝を行った場合」に、工商行政管理部門が、広告主、責任のある広告代理店や広告媒体運営者に対し、影響の除去を命じ、広告費用を没収するほか、広告費用の「1 倍以上 5 倍以下」の過料を併課するとされています(第 37 条)。このように、違反事由は抽象的かつ広範な定められ方となっています。

この点、草案では、かかる行政処罰の対象となる各行為について具体的に列挙する形を取っており、「虚偽広告の掲載」を挙げるほか、草案の具体的条項、例えば「本法の規定に違反する薬品、保健食品、医療機器、医療、農薬、動物用医薬品の広告掲載の禁止」、「煙草・酒類に関する広告の禁止」(草案第 20 条、第 21 条)、「薬品、医療機器、医療広告以外の広告が疾患治療効能に触れることの禁止、医療用語又は商品が薬品、医療機器と混同され易い用語の使用の禁止」(草案第 26 条)等の禁止行為を挙げています(第 54 条第 1 項本文及び第 1 号、第 3 号、第 4 号)。

また、処罰の内容について、現行法の広告掲載停止命令、影響除去命令、広告費用没収のほか、併課される過料の額について、現行法の「広告費用の 1 倍以上 5 倍以下」から「広告費用の 3 倍以上 5 倍以下」に加重され、更に広告費用の計算ができない場合は、20 万元以上 100 万元以下の過料に処すると規定されています(第 54 条第 1 項本文)。

更に、再犯者に対する重罰化の規定を置いており、所定の違法行為その他の深刻な情状が、2 年間で 3 回以上存在した場合、広告費用の 5 倍以上 10 倍以下の過料を併課し、法により広告業務を停止させ、関連許可部門が許可証を取り上げ、営業許可証を取り上げるものとし、広告費用の計算ができない場合は 100 万元以上 200 万元以下の過料に処すると定めています(第 54 条第 2 項)。

(2) 投資の勧誘、不動産等

前項で取り上げた、草案で新たに規定が置かれた投資の勧誘や不動産等に関する広告については、法の規定に違反する広告を掲載した場合、工商行政管理部門が、広告掲載の停止命令、広告費用の没収のほか、広告費用の 1 倍以上 3

倍以下の過料を併課し、広告費用の計算ができない場合は 10 万元以上 20 万元以下の過料に処します。情状が深刻な場合、広告費用の 3 倍以上 5 倍以下の過料を併課し、広告業務を停止させ、関連許可部門が許可証を取り上げ、営業許可証を取り上げます。広告費用の計算ができない場合は 20 万元以上 100 万元以下の過料に処します(第 55 条本文及び第 6 号)。

また工商行政管理部門は、広告主、責任のある広告代理店や広告媒体運営者に対し、相応の範囲において影響を除去するよう命令できると規定されています(第 55 条第 2 項)。

(3) その他の追加規定

上述の(1)(2)の行政処罰を課す場合に、広告費用が明らかに低いときは、工商行政管理部門が、広告媒体運営者の公開する請求費用基準に従って広告費用を確定するとされており(第 68 条)、広告費用に応じて計算される過料を意図的に低額に抑えようとするケースに対処しています。

また、本法の規定違反により営業許可証が取り上げられた会社の法定代表者が、違法行為について個人的に責任を負う場合、当該会社の営業許可証が取り上げられた日から 3 年以内は会社の取締役、監査役、高級管理職に就けないものとしており、会社トップ個人に対するペナルティも課しています(第 69 条)。

おわりに

以上ご紹介した通り、草案の内容から窺える改正広告法は、広告内容への厳格な規制を多数含むものとなることが予想されるため、中国で事業を展開する日系企業にとって、今後ますます注意を要するものと思われる。

- ¹ 国务院の草案については以下のサイトを参照：
http://www.gov.cn/gzdt/2014-02/21/content_2617965.htm
- ² 全人代の草案については以下のサイトを参照：
http://www.npc.gov.cn/npc/xinwen/lfgz/flca/2014-08/31/content_1876199.htm
- ³ 例えば「医療広告管理弁法」(2007 年 1 月 1 日施行)、「薬品広告審査弁法」(2007 年 5 月 1 日施行)、「医療機器広告審査弁法」(2009 年 5 月 20 日施行)、「煙草広告管理暫行弁法」(1996 年 12 月 30 日施行)、「酒類広告管理弁法」(1996 年 1 月 1 日施行)、「不動産広告掲載暫行規定」(1998 年 12 月 3 日施行)など。

当事務所の中国プラクティスは、日本と中華人民共和国間の国際取引及び中国内の法務案件に止まらず、香港・台湾・シンガポール等の中華圏やその他の国・地域に跨るクロスボーダーの国際取引を幅広く取り扱っております。例えば、対日・対中投資、企業買収、契約交渉、知的財産権、コンプライアンス、独占禁止法、ファイナンス、労働、訴訟・紛争等の取引について、豊富な実務経験のある日本および中国の弁護士が中心となってリーガルサービスの提供を行っています。本ニュースレターは、クライアントの皆様のニーズに即応すべく最新の法務関連情報を発信することを目的として発行しております。

東京事務所 中国プラクティスグループ
〒107-6029 東京都港区赤坂 1-12-32
アーク森ビル
Tel: 03-5562-9260 Fax: 03-5561-9711
E-mail: eapg@jurists.co.jp
URL: <http://www.jurists.co.jp>

北京事務所
〒100025 北京市朝陽区建国路 79 号
華貿中心 2 号写字楼 4 層 08 号
Tel: +86-10-8588-8600 Fax: +86-10-8588-8610
E-mail: info@juristoverseas.cn

上海事務所
〒200040 上海市静安区南京西路 1601 号
越洋広場 38 階
Tel: +86-21-6171-3748 Fax: +86-21-6171-3749
E-mail: info_shanghai@juristoverseas.com