

広告絶対的用語法執行指南

(2023年2月25日国家市場監督管理総局令第6号 2023年03月20日成立)

広告絶対的用語の監督管理法執行を規範化、強化することにより、広告市場の秩序を効果的に維持し、自然人、法人及びその他の組織の合法的權益を保護するため、「中華人民共和国広告法」(以下、広告法と略称)、「中華人民共和国行政処罰法」などの法律、法規、規則及び国の関連規定に基づき、本指南を制定する。

1. 本指南は市場監督管理部門が広告絶対的用語の監督管理法執行を展開するためのガイドを提供し、各地の市場監督管理部門が業務での参考に適用することを目的とする。

2. 本指南にいう広告絶対的(广告絶対化)用語とは、広告法9条3項に規定される情況をいい、「国家級(国レベル)」、「最高級(最高レベル)」、「最佳(最も適する)」及びそれと同じ或いは類似する意味を持つその他の用語を含む。

3. 市場監督管理部門は絶対化用語を含む商業広告に対し監督管理法執行を展開し、過罰相当、公平公正、処罰と教育の組合せ、総合裁量の原則を堅持し、政治的効果、社会的効果、法律的效果の統一を実現しなければならない。

4. 商品事業者(サービス提供者を含む、以下同じ)がその事業所、自社のウェブサイト或いは合法的使用権を持つその他の媒体に自身の名称(姓名)、略称、標識、設立時期、事業範囲などの情報を発表しているが、商品(サービスを含む、以下同じ)を直接或いは間接的に販売していない場合、通常に広告とはみなさない。

前項に規定される情報に絶対的用語が使用されているが、商品事業者がその真実性を証明できず、消費者の知る権利に影響を与える、或いは、他の事業者の合法的權益を損なう可能性がある場合、他の法律、法規に基づき調査・処分する。

5. 以下に掲げるいずれかがある場合、広告に使用される絶対的用語が商品事業者の販売する商品を指していない場合、絶対的用語に関する広告法の規定は適用しない:

- (1) 商品事業者のサービス態度或いは経営理念、企業文化、主観的願望のみを表明する場合;
- (2) 商品事業者の目標追求のみを表現する場合;
- (3) 絶対的用語が指す内容は広告で販売される商品の性能、品質と直接関連がなく、かつ消費者を誤認混同(誤導)させない他の情況である場合。

6. 広告に使用される絶対的用語は商品事業者が販売する商品を指すが、消費者を誤認混同

させる、或いは他の事業者を貶める客観的結果がない場合、絶対的用語に関する広告法の規定は適用しない：

- (1) 同一ブランド或いは同一企業の商品を自ら比較するためのみに使用されている場合；
- (2) 宣伝する商品の使用方法、使用時間、保存期間などの消費表示にのみ使用する場合；
- (3) 国家標準、業界標準、地方標準などにに基づき認定された商品分類用語に絶対的用語が含まれるとともに根拠を説明できる場合；
- (4) 商品名称、規格型番、登録商標或いは特許に絶対的用語が含まれ、広告に商品名称、規格型番、登録商標或いは特許を使用した商品を指し、他の商品と区別する場合；
- (5) 国の関連規定に基づき評価された賞、称号に絶対的用語が含まれている場合；
- (6) 具体的な時間、地域などの条件を限定し、時空間順序の客観的状況或いは宣伝する製品の販売量、売上高、市場占有率などの事実情報を表現している場合。

7. 広告絶対的用語は本指南5条、6条に規定する情況に属するが、広告主がその真実性を証明できない場合、広告法の関連規定に基づき調査処分する。

8. 市場監督管理部門が広告絶対的用語に対して行政処罰を行う場合、広告法などの法律、法規に基づき、広告の内容、具体的文脈及び違法行為の事実、性質、情状、社会的危害の程度及び当事者の主観的過失など実際の情況と結びつけ、法執行の基準を正確に把握し、行政処罰裁量権を合理的に行使しなければならない。

9. 本指南書の5条、6条に規定する情況を除き、初めて広告に絶対的用語を使用し、危害の結果が軽微でかつ速やかに改正した場合、これに行政処罰しないことができる。

10. 商品事業者がその事業所、自社の設置したウェブサイト或いは合法的使用权を持つその他の媒体で発表した広告に絶対的用語を使用したか、持続期間が短い或いは訪問閲覧数が少なく、危害の結果がなく速やか改正された場合、これを法に基づき行政処罰を科してはならず、危害の結果が軽微な場合、法に基づき行政処罰を軽減することができる。

その他の法に基づき行政処罰を軽減、減輕或いは処罰しない場合、「中華人民共和國行政処罰法」などの法律、法規及び市場監督管理総局の「市場監督管理行政処罰裁量権の規範化に関する指導意見」の規定に適合しなければならない。

11. 以下に掲げるいずれかの情況がある場合、通常違法行為が軽微或いは社会的危害性が比較的小さいには属さない：

- (1) 医療、美容医療、薬品、医療機器、保健食品、特殊な医学用調合食品の広告に治療効果、治癒率、有効率などに関連する絶対的用語が現われている場合；
- (2) 企業誘致などの投資収益率の期待がある商品広告に投資収益率、投資安全性などに関する

る絶対的用語が現われている場合；

(3)教育、訓練広告に教育、訓練機構或いは教育、訓練効果に関する絶対的用語が現われている場合。

12. 市場監督管理部門は関連規定に基づき、広告絶対的用語の軽微な違法行為について、法に基づき処罰を免除されるリストを制定するとともに積極的に調整することができる。

出所：国家市場監督管理総局ウェブサイト

https://gkml.samr.gov.cn/nsjg/ggjgs/202303/t20230320_353975.html

※本資料は株式会社 KyK インターナショナルの協力の下ジェトロが作成した仮訳となります。情報・データ・解釈などについてできる限り正確に記載するよう努力しておりますが、本資料で提供した情報などの正確性についてジェトロ及び株式会社 KyK インターナショナルが保障するものではないことを予めご了承下さい。