

インターネット広告管理弁法

(2023 年 2 月 25 日、国家市場監督管理総局令第 72 号公布、2023 年 5 月 1 日より
施行)

第 1 条 インターネット広告活動を規制し、消費者の合法的な権益を保護し、インターネット広告産業の健全な発展を促進し、公正な競争が行われる市場経済秩序を保護するために、「中華人民共和国広告法（以下「広告法」という）」、「中華人民共和国電子商務法（以下「電子商取引法」という）」などの法律、行政法規に基づき本弁法を制定する。

第 2 条 中華人民共和国領域内において、ウェブサイト、ウェブページ、インターネットアプリケーションなどのインターネットメディアを利用し、文字、写真、音声、動画、またはその他の形式により、直接的または間接的に商品またはサービスをプロモーションする商業広告活動は、広告法、および本弁法の規定が適用される。

法律、行政法規、部門規定、強制的な国家標準、および国のその他の関連規定により明示、表示、告知が求められている情報は、その規定に従う。

第 3 条 インターネット広告は、真実、合法であり、正確な方向性を堅持することで、健全な表現方法で広告の内容を伝え、社会主義の精神文明建設と中国の優れた伝統文化を大いに発展させるという要求に適合しなければならない。

インターネットを利用して広告活動を行うときは、法律、法規を遵守し、信義誠実の原則を守り、公正に競争しなければならない。

国は、インターネットの公益広告による宣伝活動を展開し、社会主義の核心的価値観と中国の優れた伝統文化を伝え、文明的な気風を提唱することを奨励し、支持する。

第 4 条 インターネットを利用して広告主、または広告主が委託する広告事業者のために広告を配信する自然人、法人、またはその他の組織は、広告法、および本弁法の広告配信者に関する規定が適用される。

インターネットを利用して情報サービスを提供する自然人、法人、またはその他の組織は、広告法、および本弁法のインターネット情報サービス提供者に関する規定が適用される。インターネット広告のデザイン、制作、代理、配信などの活動に従事する場合、広告法、および本弁法の広告事業者、広告配信者などの主体に関する規定が適用される。

第 5 条 広告業界の団体は、法律、法規、部門別規則、および規約の規定に従って、業界規範、自主規制規約、および団体標準を制定し、業界の自主規制を強化し、会員が社会主義の核心的価値観を主体的に実践し、法に従ってインターネット広告活動に従事するよう指導し、信義誠実の確立を実施し、業界の健全な発展を促進する。

第 6 条 法律、行政法規の規定により製造、販売が禁止されている商品若しくは提供が禁止されているサービス、または広告の配信が禁止されている商品若しくはサービスについては、いずれの組織、または個人もインターネットを利用して広告をデザイン、制作、代理、配信してはならない。

インターネットを利用してタバコ（電子タバコを含む）の広告を配信することを禁止する。

インターネットを利用して処方薬の広告を配信することを禁止し、法律、行政法規に別段の規定がある場合は、その規定に従う。

第 7 条 医療、医薬品、医療機器、農薬、動物用医薬品、健康食品、特別医療用途配合食品の広告など、法律、行政法規により審査を行うものと規定される広告の配信については、配信前に広告の内容について、広告審査機関の審査を受けなければならない。審査を受けなければ、配信してはならない。

審査が必要なインターネット広告は、審査により承認された内容に厳格に従って配信されなければならない。編集、つなぎ合わせ、修正を行ってはならない。審査によ

り承認された広告の内容に変更が必要な場合は、広告審査の申請を再度行わなければならない。

第8条 健康、ウェルネスの知識などを紹介する方式で、医療、医薬品、医療機器、健康食品、特別医療用途配合食品の広告を形を変えて配信することを禁止する。

健康、ウェルネスの知識を紹介する場合、関連する医療、医薬品、医療機器、健康食品、特別医療用途配合食品の商品経営者またはサービス提供者の住所、連絡先情報、またはショッピングリンクなどを同じページに、または同時に表示してはならない。

第9条 インターネット広告には消費者が広告と認識できる識別可能性がなければならない。

ペイドリスティングの商品またはサービスについて、広告配信者は、自然な検索結果と明確に区別するために、「広告」と明らかに標記しなければならない。

法律、行政法規により広告の配信または形を変えた配信が禁止されている場合を除き、知識の紹介、経験の共有、消費者テストなどの方法で商品またはサービスをプロモーションし、かつショッピングリンクなどの購入方法が追加される場合、広告配信者は「広告」と明らかに標記しなければならない。

第10条 ポップアップなどの方法でインターネット広告を配信する場合、広告主、広告配信者は、ワンクリックで閉じられるようにクローズマークを明らかに標記しなければならない、次の状況があってはならない。

- (1) クローズマークがない、またはタイマーが終了しないと広告が閉じられない。
- (2) クローズマークが虚偽であり、はっきりと認識できず、または位置を決めにくいなど広告を閉じることに障害が設けられている。
- (3) クローズ広告を閉じるには、2回以上クリックする必要がある
- (4) 同じページ、または同ドキュメントを閲覧する過程で、閉じた後も引き続き広告ポップアップが表示され、ユーザーのネットワークの正常な使用に影響を与える。

(5) ワンクリックで閉じることに影響を与えるその他の行動。

インターネットアプリケーションを起動したときに表示または配信されるスプラッシュ広告については、前項の規定を適用する。

第 11 条 次の各号に該当する方法で、ユーザーのクリック、広告の閲覧を騙し、またはミスリードしてはならない。

(i) システムまたはソフトウェアの更新、エラー、クリーンアップ、通知などの虚偽の注意喚起

(ii) 再生、スタート、ポーズ、ストップ、リターンなどの虚偽のマーク

(iii) 虚偽の奨励の承諾

(d) ユーザーのクリック、広告の閲覧を騙し、ミスリードするその他の方法。

第 12 条 未成年者を対象としたウェブサイト、ウェブページ、インターネットアプリケーション、公開アカウントなどのインターネットメディアには医療、医薬品、健康食品、特別医療用途配合食品、医療機器、化粧品、酒類、美容の広告、および未成年者の心身の健康に有利とならないオンラインゲームの広告を配信してはならない。

第 13 条 広告主は、インターネット広告の内容の真実性について責任を負わなければならない。

広告主がインターネット広告を配信する場合、主体資格、行政許可、引用された内容などは、法律法規の要求に適合しなければならず、関連する証明書類は、真実、合法、有効でなければならない。

広告主は、自身のウェブサイト、自身のクライアント、インターネットアプリケーション、公式アカウント、オンラインストアのウェブページなどのインターネットメディアを通じて自ら広告を配信でき、広告事業者、広告配信者に広告の配信を委託することもできる。

広告主が自らインターネット広告を配信する場合、広告の配信行為は、法律法規の要求に適合し、広告アーカイブを確立し、速やかに更新しなければならない。関連するアーカイブの保存期間は、広告の配信の終了日から3年以上とする。

広告主がインターネット広告の配信を委託する場合、広告の内容を修正する際には書面またはその他の確認できる方法により、サービスを提供する広告事業者、広告配信者に速やかに通知しなければならない。

第14条 広告事業者、広告配信者は、次の規定に従って、インターネット広告業務の引き受けの登記、審査、アーカイブ管理の制度を構築し、健全化し、および実施しなければならない。

(1) 広告主の真実の身分、住所、および有効な連絡先情報などの情報を検査および登録し、広告アーカイブを確立し、定期的に検査して更新し、広告活動に関連する電子データを記録、保存する。関連するアーカイブの保存期間は、広告の配信の終了日から3年以上とする。

(2) 関連する証明書類を検査し、広告の内容を確認し、内容が一致しない、また証明書類が不完全な広告について、広告事業者は、デザイン、制作、または代理のサービスを提供してはならず、広告事業者は配信してはならない。

(3) 広告法律法規に精通した広告審査者を配置し、または広告審査機関を設置する。

本弁法における身分情報には名称（氏名）、統一社会信用コード（身分証明書番号）などが含まれる。

広告事業者、広告配信者は、市場監督管理部門により展開されるインターネット広告業界の調査に法に従って協力し、真実、正確、完全な資料を速やかに提供しなければならない。

第15条 インターネット広告を配信するためにアルゴリズムによる推奨などの方法を使用する場合、広告アーカイブにはそのアルゴリズムによる推奨サービスに関連する規則、広告配信記録などを記録しなければならない。

第 16 条 インターネット情報サービスを提供する過程で、インターネットプラットフォーム事業者は、違法な広告を防止、制止するための措置を講じ、次の規定を遵守しなければならない。

(1) その情報サービスを利用して広告を配信するユーザーの真実の身分情報を記録、保存し、情報記録の保存期間は、情報サービスの提供行為の終了日から 3 年以上とする。

(2) その情報サービスを利用して配信された広告の内容を監視、調査し、違法な広告が発見された場合には、公開リンクの是正、削除、遮断、切断を通知するなどの必要な措置をとって制止し、関連する記録を残さなければならない。

(3) 苦情、通報を受理し、処理するための有効なメカニズムを確立し、苦情と通報のための便利なポータル、または苦情と通報の公開方法を設定し、苦情と通報を速やかに受け入れて処理しなければならない。

(4) 技術手段またはその他の手段を使用して、市場監督管理部門による広告監視の展開を阻止または妨害してはならない。

(5) インターネット広告の違法行為を調査する市場監督管理部門に協力し、市場監督管理部門の要求に応じて、違法広告の疑いに関する証拠資料を保存するための技術的手段を速やかにとり、関連する広告配信者の真実の身分情報、広告の修正記録、および関連する商品またはサービスの取引情報などを事実に基づいて提供しなければならない。

(6) サービス約款およびプラットフォーム規則に基づき、その情報サービスを利用して違法な広告を配信したユーザに対して、警告、サービスの一時停止または終了などの措置をとらなければならない。

第 17 条 インターネットを使用して広告を配信、送信することは、ユーザーのネットワークの正常な使用に影響を与えてはならず、政府のサービスウェブサイト、ウェブページ、インターネットアプリケーション、公式アカウントなどの検索結果にペイドリスティング広告を挿入してはならない。

ユーザーの同意、請求なしに、またはユーザーが明確に拒否している場合、インターネット広告を車両、ナビゲーション機器、スマート家電などに送信してはならず、ユーザーが送信した電子メールまたはインターネットインスタントメッセージに広告または広告リンクを添付してはならない。

第 18 条 リンクを含むインターネット広告を配信する場合、広告主、広告事業者、および広告配信者は、次のレベルのリンクにおけるフロントエンド広告に関連する広告の内容を確認しなければならない。

第 19 条 商品の販売者またはサービス提供者がインターネットライブ配信を通じて商品またはサービスをプロモーションし、商業広告を構成する場合、法に従って広告主の責任と義務を負わなければならない。

ライブ配信ルーム運営者が広告のデザイン、制作、代理、配信サービスの提供を受託した場合、法に従って広告事業者、広告配信者の責任と義務を負わなければならない。

ライブ配信プロモーションを行う者が広告のデザイン、制作、代理、配信サービスの提供を受託する場合、法に従って広告事業者、広告配信者の責任と義務を負わなければならない。

ライブ配信プロモーションを行う者が、自分の名義またはイメージで商品、サービスを推奨・証明し、広告のスポークスパーソンを構成する場合、法に従って広告のスポークスパーソンの責任と義務を負わなければならない。

第 20 条 違法なインターネット広告に対する行政処罰の実施は、広告配信者所在地の市場監督管理部門により管轄される。広告配信者所在地の市場監督管理部門が管轄地外の広告主、広告事業者、広告のスポークスパーソン、およびインターネット情報サービス提供者を管轄することが困難な場合、違法な状況をその所在地の市場監督管理部門に移して処理することができる。広告のスポークスパーソンが自然人である場合、広告のスポークスパーソンに仲介サービスを提供する組織の所在地、広告のスポークスパーソンの本籍地または常居地がその所在地である。

広告主の所在地、広告事業者の所在地の市場監督管理部門が違法な手がかりを先行して発見し、または苦情、通報を受け取った場合も管轄できる。

広告主が違法広告を自ら配信する行為に行政処罰を実施することは、広告主の所在地の市場監督管理部門が管轄する。

第 21 条 違法なインターネット広告を調査および処理する場合、市場監督管理部門は、法に従って次の権限を行使できる。

- (1) 違法な広告活動に従事した疑いのある場所の立入検査を実施する。
- (2) 違法の疑いのある当事者またはその法定代表者、主要責任者、およびその他の関係者に尋問し、関連組織、または個人を調査する。
- (3) 違法の疑いのある当事者に対して、期限を定めて関連書類の提出を求める。
- (4) 違法の疑いのある広告に関連する契約、伝票、帳簿、広告作品、およびインターネット広告に関連するデータを調査、複製し、これにはスクリーンショット、動画キャプチャ、ウェブページの保存、撮影、録音、録画などの方法を使用してインターネット広告の内容を保存する方法が含まれる。
- (5) 違法の疑いのある広告に直接関連する広告物、経営ツール、設備などの財物を封印、押収する。
- (6) 重大な結果を引き起こす可能性のある違法の疑いのある広告の配信の一時停止を命じる。
- (7) 法律、行政法規で規定されたその他の職権。

市場監督管理部門が前項に規定する権限を法に従って行使するときは、当事者は、助け、協力しなければならない、真実の状況を拒み、妨害し、または隠蔽してはならない。

第 22 条 市場監督管理部門によるインターネット広告の技術的監視の記録は、違法広告に対する行政処分の実施、または行政措置の証拠として使用することができる。

第 23 条 本弁法第 6 条、第 12 条の規定に違反した場合、広告法第 57 条により処罰される。

第 24 条 本弁法第 7 条の規定に違反し、審査を受けず、または審査により承認された内容に基づきインターネット広告を配信しなかった場合、広告法第 58 条により処罰される。

第 25 条 本弁法第 8 条、第 9 条の規定に違反し、医療、医薬品、医療機器、健康食品、特別医療用途配合食品の広告を形を変えて配信した場合、またはインターネット広告に識別可能性がない場合、広告法第 59 条第 3 項により処罰される。

第 26 条 本弁法第 10 条の規定に違反し、ポップアップなどの形式でインターネット広告を配信し、ワンクリックで閉じられるようにクローズマークを明らかに標記しない場合、広告法第 62 条第 2 項により処罰される。

広告配信者が前項に規定する行為を実施した場合、県級以上の市場監督管理部門は是正を命じ、是正しない場合、5,000 元以上 30,000 元以下の罰金を科す。

第 27 条 本弁法第 11 条の規定に違反し、ユーザーのクリック、広告の閲覧を騙し、ミスリードし、法律、行政法規に規定がある場合、その規定に従う。法律、行政法規に規定がない場合、県級以上の市場監督管理部門は、是正を命じ、広告主、広告事業者、広告配信者に 5,000 元以上 30,000 元以下の罰金を科す。

第 28 条 本弁法第 14 条第 1 項、第 15 条、第 18 条の規定に違反し、広告事業者、広告配信者が規定に基づいて広告業務管理制度を構築し、健全化せず、または広告の内容を確認しなかった場合、広告法第 60 条第 1 項の規定により処罰される。

本弁法第 13 条第 4 項、第 15 条、第 18 条の規定に違反し、広告主が規定に基づいて広告アーカイブを確立せず、または広告の内容を確認しなかった場合、県級以上の市場監督管理部門は是正を命じ、50,000 元以下の罰金を科すことができる。

広告主、広告事業者、広告配信者が、既に関連する責任を履行し、リンクされた広告の内容の改ざんを防止するための措置を講じ、かつ違法な広告活動の主体の実名、住所、および有効な連絡先情報を提供したことを証明できる場合、法に従って軽くし、軽減し、または行政処罰を科さないことができる。

本弁法第 14 条第 3 項に違反し、広告事業者、広告配信者が、市場監督管理部門により展開されるインターネット広告業界の調査に協力することを拒否し、または虚偽

の資料を提供した場合、県級以上の市場監督管理部門は是正を命じ、10,000 元以上 30,000 元以下の罰金を科すことができる。

第 29 条 インターネットプラットフォーム事業者が本弁法第 16 条第 1 号、第 3 号から第 5 号の規定に違反し、法律、行政法規に規定がある場合、その規定に従う。法律、法律法規に規定がない場合、県級以上の市場監督管理部門は、是正を命じ、10,000 元以上 50,000 元以下の罰金を科す。

インターネットプラットフォーム事業者が、本弁法第 16 条第 2 項に規定に違反し、インターネット広告活動が違法であることを知り、または知り得たにもかかわらず制止しなかった場合、本弁法第 63 条により処罰される。

第 30 条 本弁法第 17 条第 1 項の規定に違反し、法律、行政法規に規定がある場合、その規定に従う。法律、行政法規に規定がない場合、県級以上の市場監督管理部門は、是正を命じ、広告主、広告事業者、広告配信者に 5,000 元以上 30,000 元以下元の罰金を科す。

本弁法第 17 条第 2 項の規定に違反し、ユーザーの同意、請求なしに、またはユーザーが明確に拒否しているにもかかわらず、インターネット広告を車両、ナビゲーション機器、スマート家電などに送信した場合、広告法第 62 条第 1 項の規定により処罰され、ユーザーが送信した電子メールまたはインターネットインスタントメッセージに広告または広告リンクを添付した場合、県級以上の市場監督管理部門は、是正を命じ、5,000 元以上 30,000 元以下元の罰金を科す。

第 31 条 市場監督管理部門が広告法、および本弁法により行った行政処罰の決定は、法に基づいて国家企業信用信息公示系統（国家企業信用情報開示システム）を通じて社会に公表され、性質が劣悪で、状況が深刻であり、社会への危害が比較的大きい場合、「市場監督管理嚴重違法失信名單管理弁法（市場監督管理における重大な違法による信用失墜リスト管理弁法）」の関連規定に従って、重大な違法による信用失墜リストに加えなければならない。

第 32 条 本弁法は、2023 年 5 月 1 日から施行される。2016 年 7 月 4 日に旧国家工商行政管理総局令第 87 号により公布された「互聯網廣告管理暫行弁法（インターネット広告管理暫定弁法）」も同時に廃止される。

出所先：国家市場監督管理総局 2023 年 2 月 25 日

https://www.samr.gov.cn/zw/zfxxgk/fdzdgknr/fgs/art/2023/art_d93a579afd45413e8576e4623fab348f.html

※本資料はジェトロが作成した仮訳となります。ジェトロでは情報・データ・解釈などを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が保証するものではないことを予めご了承下さい。